

# ATTUAZIONE DEGLI ORIENTAMENTI DELL' AUTORITÀ BANCARIA EUROPEA IN MATERIA DI DISPOSITIVI DI *GOVERNANCE* E DI CONTROLLO SUI PRODOTTI BANCARI AL DETTAGLIO – MODIFICHE ALLE DISPOSIZIONI DI TRASPARENZA

## Documento per la consultazione Febbraio 2018

---

*Con il presente documento si sottopongono a consultazione pubblica alcune modifiche alle disposizioni in materia di “Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti” (Provvedimento della Banca d'Italia del 29 luglio 2009 e successive modificazioni).*

*Le modifiche sono volte a dare attuazione agli Orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea del 22 marzo 2016 sui Dispositivi di governance e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio.*

*Osservazioni, commenti e proposte possono essere trasmessi, entro 60 giorni dalla data di pubblicazione del presente documento, a:*

- **Banca d'Italia**, Servizio Regolamentazione e Analisi Macroprudenziale, Divisione Regolamentazione I, via Milano 53 - 00184, Roma
- [servizio.ram.regolamentazione1@bancaditalia.it](mailto:servizio.ram.regolamentazione1@bancaditalia.it)
- [ram@pec.bancaditalia.it](mailto:ram@pec.bancaditalia.it)

*Per agevolare la valutazione dei contributi alla consultazione, si invitano i rispondenti a indicare esplicitamente i punti del documento a cui le osservazioni, i commenti e le proposte si riferiscono.*

---

*I commenti ricevuti durante la consultazione saranno pubblicati sul sito internet della Banca d'Italia. I partecipanti alla consultazione possono chiedere che, per esigenze di riservatezza, i propri commenti non siano pubblicati oppure siano pubblicati in forma anonima (il generico disclaimer di confidenzialità eventualmente presente in calce alle comunicazioni inviate via posta elettronica non sarà considerato come richiesta di non divulgare i commenti).*

*I contributi ricevuti oltre il termine sopra indicato non saranno presi in considerazione.*

---

## 1. Premessa

Il documento che si sottopone a consultazione pubblica è volto a dare attuazione agli Orientamenti dell’Autorità Bancaria Europea (*European Banking Authority* – EBA) sui “Dispositivi di *governance* e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio”, pubblicati il 22 marzo 2016 (1).

Gli Orientamenti, emanati per finalità di tutela dei consumatori nei rapporti con gli intermediari, prevedono che i prodotti bancari siano progettati e commercializzati in coerenza con gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche delle classi di clientela alle quali essi sono destinati (c.d. “*target market*”, o “mercato di riferimento”).

Le norme poste in consultazione rafforzano il complesso delle disposizioni a presidio della correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti, assicurando che l’offerta dei prodotti bancari e finanziari sia rivolta alle tipologie di clientela, individuate nella fase di ideazione dei prodotti stessi, per le quali essi possono risultare effettivamente adatti. L’intervento si pone in linea di continuità con l’impostazione adottata nella vigente Sezione XI (“Requisiti organizzativi”) delle Disposizioni in materia di “Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti” (Provvedimento della Banca d’Italia del 29 luglio 2009 e successive modificazioni), che già richiede agli intermediari di dotarsi di procedure interne nelle fasi della ideazione, produzione e commercializzazione dei prodotti bancari e finanziari.

Le modifiche alla Sezione XI con cui si dà attuazione agli Orientamenti dell’EBA saranno adottate ai sensi dell’articolo 12-*bis* della Delibera del CICR del 4 marzo 2003, n. 286 (introdotto dall’articolo 14 del Decreto del Ministro dell’economia e delle finanze del 3 febbraio 2011, n. 117), che attribuisce alla Banca d’Italia il compito di emanare disposizioni attuative in materia di procedure organizzative e di controllo interno che gli intermediari adottano per assicurare la correttezza dei propri comportamenti in tutte le fasi della relazione con la clientela.

Per dare attuazione agli Orientamenti, nella Sezione XI viene introdotto un nuovo paragrafo (1-*bis*), dedicato alle procedure di governo e controllo sui prodotti bancari e finanziari (2), nel quale sono disciplinate le misure organizzative che gli intermediari sono tenuti ad adottare per elaborare, monitorare e (se del caso) modificare i prodotti, nonché per la loro

---

(1) [http://www.eba.europa.eu/documents/10180/1412678/EBA-GL-2015-18+Guidelines+on+product+oversight+and+Governance\\_IT.pdf/4a6942fc-a9c6-481a-afe8-885ecd2f3255](http://www.eba.europa.eu/documents/10180/1412678/EBA-GL-2015-18+Guidelines+on+product+oversight+and+Governance_IT.pdf/4a6942fc-a9c6-481a-afe8-885ecd2f3255)

(2) I prodotti bancari e finanziari sono tutte le operazioni e tutti i servizi disciplinati dal Titolo VI del TUB aventi natura bancaria e finanziaria.

---

distribuzione alla clientela. Vengono inoltre apportate limitate modifiche di coordinamento ad altri paragrafi della Sezione XI (1).

Si prevede che gli intermediari si adeguino alle nuove disposizioni entro il 1° gennaio 2019. Le nuove disposizioni si applicheranno ai prodotti elaborati e offerti sul mercato a partire dal 1° gennaio 2019 (2) e, in ogni caso, a tutti i prodotti che dopo questa data saranno oggetto di modifica sostanziale.

Gli Orientamenti dell'EBA riguardano i prodotti destinati ai soli consumatori; essi riconoscono tuttavia che le autorità nazionali competenti possano applicarli anche a prodotti destinati ad altri clienti. Il testo posto in consultazione prevede quindi che le nuove norme si applichino ai prodotti bancari e finanziari destinati all'intera clientela al dettaglio, categoria che include – oltre ai consumatori – le persone fisiche che svolgono attività professionale o artigianale, gli enti senza finalità di lucro e le micro-imprese. L'estensione ha lo scopo di assicurare, nei confronti di questi soggetti, un livello di protezione analogo a quello dei consumatori, in linea con quanto già previsto dall'attuale disciplina contenuta nella Sezione XI. Inoltre, l'estensione comporterà l'adozione, da parte degli intermediari, di procedure interne uniformi per tutta la clientela al dettaglio.

L'estensione è supportata dagli esiti di una specifica analisi di impatto. Da essa emerge che, a fronte di costi attesi di poco superiori rispetto a quelli che deriverebbero dall'applicazione delle nuove procedure ai soli prodotti destinati ai consumatori, l'estensione apporta significativi benefici a tutti i portatori di interesse coinvolti (clienti, intermediari, autorità di vigilanza). L'analisi di impatto è stata condotta in forma semplificata secondo quanto previsto dalle linee guida per l'analisi di impatto della regolamentazione contenute nella Circolare della Banca d'Italia n. 277 del 20 luglio 2010.

## **2. Le procedure di governo e controllo sui prodotti**

Il nuovo paragrafo 1-*bis* della Sezione XI disciplina le politiche e le procedure interne che gli intermediari adottano per elaborare e commercializzare i prodotti che ricadono nell'ambito di applicazione del titolo VI del Testo Unico Bancario (es. finanziamenti – anche garantiti da ipoteca; credito al consumo; servizi di pagamento; emissione di moneta elettronica, etc.), e si articola in due sottoparagrafi:

- a) il sottoparagrafo 1-*bis*.1 riguarda le procedure relative alla elaborazione (che include le attività di creazione, sviluppo, combinazione o modifica

---

(1) Si fa presente che al testo posto in consultazione potrebbero essere apportati affinamenti alla luce degli esiti di un'attività ispettiva di tipo ricognitivo attualmente in corso da parte della Vigilanza, avente a oggetto il processo di governo e controllo dei prodotti.

(2) Ai prodotti elaborati prima del 1° gennaio 2019 continuano a trovare applicazione le previsioni del paragrafo 2 della sezione XI che riguardano la struttura dei prodotti offerti e gli addetti alla rete di vendita.

---

sostanziale), al monitoraggio e alla revisione dei prodotti bancari e finanziari. In particolare, i soggetti che progettano e sviluppano prodotti (c.d. “produttori”) sono tenuti ad adottare procedure organizzative che definiscano: *i*) le modalità per identificare le classi di clientela per le quali un dato prodotto è elaborato (c.d. mercato di riferimento, o *target market*); *ii*) la fase di *product testing*, in cui viene valutato l’impatto dei nuovi prodotti sul mercato di riferimento sulla base di una pluralità di scenari possibili; *iii*) la fase di monitoraggio, volta ad assicurare la coerenza nel continuo dei prodotti con il mercato di riferimento; *iv*) le azioni correttive da adottare quando un prodotto si rivela non più adatto al mercato di riferimento;

- b) il sottoparagrafo 1-*bis*.2 ha a oggetto le procedure e le misure organizzative relative alla distribuzione dei prodotti bancari e finanziari. In particolare, ai produttori è richiesto di assicurare modalità di distribuzione adeguate agli specifici mercati di destinazione dei prodotti; i produttori, nonché gli intermediari che provvedono alla distribuzione dei prodotti per conto dei produttori (1), sono inoltre tenuti a dotarsi di procedure idonee ad assicurare, tra l’altro, che i canali distributivi prescelti (2): *i*) dispongano di conoscenze adeguate sui mercati di riferimento; *ii*) forniscano ai clienti tutte le informazioni rilevanti sui prodotti; *iii*) prestino costante collaborazione per garantire il rispetto di tutte le previsioni normative sulla *governance* e il controllo dei prodotti.

\* \* \*

Il paragrafo 1-*bis* della Sezione XI è presentato in carattere blu. Le modifiche ai paragrafi 1 e 2 della medesima Sezione sono presentate in modalità revisione.

---

(1) La disciplina contenuta nel sottoparagrafo 1-*bis*.2 si applica sia agli intermediari produttori che si occupano della distribuzione dei propri prodotti sia agli intermediari che curano la distribuzione dei prodotti per conto dei produttori. Gli intermediari assicurano il rispetto di tutti i requisiti previsti dalla disciplina anche quando la distribuzione dei prodotti avviene per il tramite di soggetti non vigilati dalla Banca d’Italia, come agenti in attività finanziaria e altri intermediari del credito di cui alla Sezione VII (cfr. Orientamenti dell’EBA, n. 14).

(2) I canali distributivi possono essere diretti (*i.e.*, le unità operative degli intermediari preposte all’offerta dei prodotti) e indiretti (*i.e.*, soggetti terzi di cui gli intermediari si avvalgono per l’offerta, quali agenti in attività finanziaria e altri intermediari del credito).

---

## SEZIONE XI

### REQUISITI ORGANIZZATIVI

#### 1. Premessa

Il puntuale rispetto della disciplina contenuta nel presente provvedimento, così come un efficace presidio dei rischi di natura legale e reputazionale connessi ai rapporti con la clientela, richiedono che gli intermediari pongano in essere accorgimenti di carattere organizzativo idonei ad assicurare che in ogni fase dell'attività di intermediazione sia prestata costante e specifica attenzione alla trasparenza delle condizioni contrattuali e alla correttezza dei comportamenti.

La presente sezione disciplina le procedure e le iniziative organizzative che gli intermediari debbono porre in essere in relazione all'attività avente a oggetto le operazioni e i servizi disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U.; i paragrafi 1-bis, 2 e 2-bis si applicano solo quando tale attività è svolta nei confronti della clientela al dettaglio; il paragrafo 2-ter si applica solo quando tale attività è svolta nei confronti di consumatori. Le disposizioni sono complementari alle discipline concernenti la funzione di conformità nonché l'organizzazione e i controlli interni.

Le disposizioni della presente sezione riguardano le operazioni e i servizi che ricadono nell'ambito di applicazione del titolo VI del T.U.

I paragrafi 1-bis, 2, 2-bis e 3 della presente sezione si applicano alle banche autorizzate in Italia, alle succursali italiane di banche comunitarie, agli intermediari finanziari iscritti nell'albo previsto dall'articolo 106 del T.U. (ivi inclusi i confidi iscritti in tale elenco) (1), a Poste Italiane S.p.A. per le attività di bancoposta, agli istituti di moneta elettronica italiani, agli istituti di pagamento autorizzati in Italia, alle succursali italiane di istituti di pagamento e di istituti di moneta elettronica comunitari; il paragrafo 3 si applica – oltre che a tali soggetti – anche ai confidi di cui all'articolo 112, comma 1, T.U.

Le funzioni di controllo interno dei gruppi bancari italiani, delle banche autorizzate in Italia, degli intermediari iscritti nell'albo dell'articolo 106 del T.U., degli istituti di moneta elettronica e degli istituti di pagamento autorizzati in Italia considerano il rispetto delle procedure previste dalla presente sezione nell'ambito delle valutazioni sul presidio dei rischi operativi e reputazionali richieste dalla disciplina prudenziale di vigilanza.

La Banca d'Italia prende in considerazione il rispetto delle procedure previste ai sensi della presente sezione anche ai fini dei controlli sull'adeguatezza patrimoniale a fronte dei rischi legali e di reputazione.

Le procedure previste dalla presente sezione sono:

---

(1) Nel periodo transitorio previsto dall'articolo 10 del decreto legislativo 13 agosto 2010, n. 141., la presente sezione si applica: i) integralmente, agli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107 del T.U. vigente alla data del 4 settembre 2010; ii) limitatamente ai paragrafi 2-bis e 3, agli intermediari iscritti nel solo elenco generale previsto dall'articolo 106 del T.U. vigente alla data del 4 settembre 2010 (ivi inclusi i confidi iscritti nell'apposita sezione di tale elenco).

- 
- informate a principi di proporzionalità, avendo riguardo alla natura, alla dimensione e alla complessità dell'operatività degli intermediari, alla complessità e alla rischiosità dei prodotti, alle tecniche di commercializzazione impiegate, alle diverse tipologie di clienti;
  - adeguatamente formalizzate. A tal fine gli intermediari conservano la documentazione relativa all'adozione e all'applicazione delle procedure;
  - periodicamente valutate per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia e per rimediare alle carenze eventualmente riscontrate, tenendo anche conto dei reclami pervenuti (1). A tal fine è previsto un coinvolgimento della funzione di conformità o, in sua assenza, dell'*internal audit*, che svolgono gli opportuni accertamenti e riferiscono agli organi aziendali con periodicità almeno annuale e, comunque, ogni qual volta siano state accertate gravi carenze (2).

### **1-bis Procedure di governo e controllo sui prodotti**

Il presente paragrafo disciplina le politiche e le procedure interne che gli intermediari adottano per elaborare, distribuire, monitorare e sottoporre a revisione le operazioni e i servizi che ricadono nell'ambito di applicazione del titolo VI del T.U. (di seguito "prodotti"). Esso dà anche attuazione agli Orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea sui dispositivi di *governance* e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio del 22 marzo 2016.

Le disposizioni del presente paragrafo disciplinano:

- al sottoparagrafo 1-bis.1, le procedure che gli intermediari adottano per elaborare (3), monitorare e sottoporre a revisione i prodotti (4);
- al sottoparagrafo 1-bis.2, le procedure e le misure organizzative che gli intermediari adottano per la distribuzione dei prodotti.

Le procedure previste dal presente paragrafo sono:

- a) coerenti con le politiche aziendali per l'approvazione di nuovi prodotti adottate in conformità della disciplina sui controlli interni (5);

---

(1) Si richiamano, inoltre, le previsioni che impongono una valutazione dei reclami pervenuti anche alla luce degli orientamenti dell'Arbitro Bancario Finanziario, contenute nelle disposizioni della Banca d'Italia del 18 giugno 2009, e successive modificazioni.

(2) Nelle succursali italiane di banche comunitarie, di istituti di pagamento comunitari e di istituti di moneta elettronica comunitari è individuato un soggetto responsabile che riferisce al legale rappresentante.

(3) L'attività di elaborazione include la creazione, lo sviluppo e la modifica sostanziale di un prodotto, nonché la combinazione di due o più prodotti in un prodotto composto. Per modifica sostanziale si intende la variazione significativa delle caratteristiche di un prodotto già offerto che consegue a una scelta imprenditoriale dell'intermediario.

(4) L'attività di revisione consiste nell'apportare variazioni a un prodotto già offerto quando, anche a seguito dell'attività di monitoraggio, risulta che esso non è più adatto al mercato di riferimento.

(5) Le politiche e le procedure adottate ai sensi del presente paragrafo costituiscono parte integrante del sistema dei controlli interni, la cui disciplina è contenuta: per le banche, nella Circolare della Banca d'Italia n. 285 del 17 dicembre 2013 (Parte I, Titolo IV, Capitolo 3); per gli intermediari finanziari iscritti nell'albo dell'articolo 106 del T.U., nella Circolare della Banca d'Italia n. 288 del 3 aprile 2015 (Titolo III, Capitolo 1); per gli istituti di

- 
- b) approvate e sottoposte a riesame periodico da parte dell'organo con funzione di supervisione strategica (1);
  - c) periodicamente valutate per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia, così da rendere possibile il riesame previsto dalla lettera b) e rimediare alle carenze riscontrate. La valutazione è effettuata, con il supporto delle funzioni di conformità e di gestione dei rischi (ove esistenti), da parte di strutture aziendali, dotate delle necessarie competenze, che riportano direttamente all'organo con funzione di gestione (2).

Le politiche e procedure previste dal presente paragrafo si applicano ai soli prodotti elaborati (inclusi quelli sostanzialmente modificati) e offerti sul mercato a partire dal 1° gennaio 2019.

#### *1-bis.1 Procedure relative alla elaborazione, al monitoraggio e alla revisione dei prodotti*

Le procedure interne assicurano che, nelle fasi di elaborazione e offerta dei prodotti e per tutto il ciclo di vita dei prodotti stessi (3), gli intermediari tengano in considerazione: *i*) gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche dei clienti; *ii*) i rischi tipici dei prodotti che possono determinare pregiudizi per i clienti; *iii*) i possibili conflitti di interesse, al fine di favorirne il presidio e, ove possibile, il contenimento. A questo fine, le procedure includono strumenti, anche informatici, atti a:

- a) individuare e, se del caso, aggiornare:
  - i) le classi di clientela per le quali un dato prodotto è elaborato (c.d. mercato di riferimento o *target market*);
  - ii) le classi di clientela per le quali il prodotto non è considerato adatto;
- b) elaborare e offrire prodotti che, per caratteristiche, costi e rischi, siano adeguati, coerenti e utili rispetto agli interessi, agli obiettivi, alle caratteristiche e al grado di capacità e alfabetizzazione finanziarie propri del mercato di riferimento;
- c) assicurare che il personale addetto all'elaborazione dei prodotti abbia una conoscenza adeguata e aggiornata della normativa applicabile, delle procedure adottate in base alla presente sezione, delle caratteristiche e dei rischi dei prodotti bancari e finanziari.

Nello svolgimento delle attività previste dalle lettere a) e b), gli intermediari:

---

pagamento e gli istituti di moneta elettronica, nelle Disposizioni di vigilanza per gli istituti di pagamento e gli istituti di moneta elettronica del 17 maggio 2016 (Capitolo VI).

(1) Se la regolamentazione applicabile non prevede una distinzione tra la funzione di supervisione strategica e la funzione di gestione, si fa riferimento all'organo di amministrazione.

(2) Se la regolamentazione applicabile non prevede una distinzione tra la funzione di supervisione strategica e la funzione di gestione, si fa riferimento all'organo di amministrazione.

(3) Il ciclo di vita di un prodotto ha inizio con la sua elaborazione e ha termine al momento dell'estinzione di tutti i rapporti contrattuali relativi al prodotto instaurati con la clientela.



- 
- inquadrano il prodotto all'interno della gamma di prodotti del medesimo genere già offerti e tengono conto del fatto che un numero elevato di prodotti con caratteristiche simili potrebbe rendere più difficile per i clienti assumere decisioni informate e consapevoli;
  - assicurano che, durante tutto il ciclo di vita dei prodotti, gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche dei clienti siano costantemente tenuti in considerazione (monitoraggio). Quando risulta che un prodotto non è adeguato rispetto al *target market*, gli intermediari adottano misure correttive opportune ed efficaci, ivi inclusi la revisione del prodotto o il suo ritiro dal mercato.

Prima che un nuovo prodotto sia offerto o che un prodotto già esistente sia offerto in un nuovo mercato di riferimento o sia modificato in modo sostanziale, gli intermediari conducono specifici test che consentano di valutare gli impatti che l'offerta o la modifica del prodotto può avere sul *target market*; i test sono condotti avendo riguardo a un'ampia serie di scenari, che include ipotesi avverse per i clienti (c.d. *product testing*). Quando dai test condotti risulta che l'offerta o la modifica del prodotto non è adatta al mercato di riferimento, il prodotto è sottoposto a revisione; se la revisione non è effettuata, il prodotto non può essere offerto sul mercato.

#### *1-bis.2 Procedure relative alla distribuzione dei prodotti*

Il presente sottoparagrafo contiene le disposizioni che gli intermediari osservano per assicurare modalità di distribuzione adeguate rispetto alle caratteristiche del *target market* e dei prodotti e idonee a consentirne l'offerta corretta (1).

Le disposizioni del presente sottoparagrafo si applicano agli intermediari che elaborano i prodotti e ne curano la distribuzione nonché agli intermediari che provvedono alla distribuzione dei prodotti per conto di altri intermediari committenti.

Ai fini del presente sottoparagrafo si definiscono:

- “canali di distribuzione diretti”, le unità operative degli intermediari preposte all'offerta;
- “canali di distribuzione indiretti”, i soggetti terzi di cui gli intermediari si avvalgono per l'offerta dei prodotti (es., agenti in attività finanziaria e altri intermediari del credito come definiti nella sezione VII).

Gli intermediari che elaborano i prodotti e quelli che provvedono alla loro distribuzione per conto di altri intermediari committenti adottano e applicano procedure interne idonee ad assicurare nel continuo che:

- a) i canali distributivi selezionati offrano i prodotti solo a clienti appartenenti al mercato di riferimento ed eventuali eccezioni siano opportunamente motivate dal canale di distribuzione sulla base degli interessi, gli obiettivi

---

(1) Si richiama al riguardo quanto previsto dalla sezione II, paragrafo 4.

---

e le caratteristiche del cliente; se l'offerta è effettuata tramite canali distributivi indiretti, le motivazioni sono trasmesse agli intermediari (1). Gli intermediari valutano le modalità con cui i canali distributivi operano e giustificano le eccezioni (numerosità; qualità e robustezza delle motivazioni, etc.) sia ai fini di una eventuale modifica del *target market* inizialmente determinato sia, ove del caso, per l'assunzione delle iniziative necessarie a garantire il rispetto delle disposizioni del presente paragrafo (es., cessazione dell'utilizzo di uno specifico canale per la distribuzione di un determinato prodotto);

b) i canali di distribuzione, diretti e indiretti (2):

- i) abbiano livelli di conoscenza, competenza e capacità adeguati per stabilire se un cliente appartiene o meno a uno specifico mercato di riferimento e per offrire correttamente ciascun prodotto. A tal fine, gli intermediari che elaborano i prodotti e quelli che provvedono alla loro distribuzione per conto di altri intermediari committenti valutano se, in relazione alle caratteristiche particolari di un prodotto (es., complessità, rischiosità), il canale di distribuzione debba assicurare specifici servizi ai clienti (es., assistenza);
- ii) abbiano un'adeguata conoscenza del mercato di riferimento e, in particolare, assicurino che siano prese in considerazione tutte le informazioni fornite dal cliente necessarie per verificare se un cliente fa parte del *target market* e individuare specifiche classi di clientela, all'interno del *target market*, i cui obiettivi, interessi e caratteristiche potrebbero non essere soddisfatti da un dato prodotto;
- iii) favoriscano l'attività di monitoraggio prevista dal sottoparagrafo 1-bis.1, assicurando che:
  - siano raccolte e conservate per un tempo congruo e coerente con il periodo di commercializzazione del prodotto le informazioni individuate dagli intermediari e necessarie a valutare se il prodotto soddisfa nel continuo gli interessi, gli obiettivi e le caratteristiche del *target market*;
  - eventuali criticità riscontrate nella fase di commercializzazione con riguardo alle caratteristiche del prodotto, alle informazioni sullo stesso o al mercato di riferimento siano documentate e, in caso di ricorso a canali distributivi indiretti, prontamente rese note agli intermediari (3);
- iv) agiscano in conformità con gli obiettivi delle procedure previste dal presente paragrafo.

---

(1) Gli intermediari che distribuiscono prodotti per conto di altri intermediari committenti comunicano le motivazioni a questi ultimi.

(2) I requisiti di conoscenza, competenza e capacità di cui ai romanini i), ii) e iii) sono riferiti al personale e, nel caso di distribuzione indiretta, anche al soggetto terzo incaricato.

(3) Gli intermediari che distribuiscono prodotti per conto di altri intermediari committenti comunicano a questi ultimi le eventuali criticità riscontrate nella fase di commercializzazione.

---

Gli intermediari informano tempestivamente i canali di distribuzione, diretti e indiretti, delle modifiche apportate ai prodotti a seguito dell'attività di monitoraggio prevista dal sottoparagrafo 1-*bis*.1. Essi, inoltre, forniscono ai canali di distribuzione, diretti e indiretti, informazioni adeguate, chiare, precise e aggiornate sui prodotti, che includono almeno:

- c) una descrizione delle principali caratteristiche, dei rischi e di eventuali limitazioni alla commercializzazione;
- d) tutti i costi a carico del cliente di cui gli intermediari sono o possono ragionevolmente essere a conoscenza – ivi inclusi gli oneri, le spese e le commissioni – e, ove possibile, il costo complessivo;
- e) tutti gli elementi rilevanti per:
  - i) comprendere e collocare correttamente i prodotti sul mercato;
  - ii) verificare se un cliente fa parte del *target market* e individuare classi di clientela per le quali un dato prodotto non è considerato adatto.

Nel caso di offerta attraverso canali di distribuzione indiretti, gli intermediari assicurano che i canali distributivi selezionati adottino, e sottopongano a periodico riesame, procedure di governo e controllo sui prodotti efficaci e proporzionate alle loro dimensioni e al ruolo da essi svolto nel processo distributivo, idonee a garantire il rispetto delle disposizioni contenute nel presente paragrafo. A questo fine, gli intermediari verificano che i canali distributivi selezionati adottino procedure organizzative atte a far sì che:

- f) il rispetto delle previsioni di cui alla lettera b) del presente sottoparagrafo sia assicurato in relazione all'attività di offerta dei prodotti svolta dai propri dipendenti e collaboratori;
- g) le azioni intraprese in attuazione delle procedure previste dal presente sottoparagrafo siano adeguatamente formalizzate e la relativa documentazione sia verificabile da parte degli intermediari.

Quando i canali di distribuzione indiretti sono soggetti con forma societaria, gli intermediari verificano che le procedure adottate da tali soggetti sono parte integrante del loro sistema organizzativo generale e dei controlli e che l'istituzione e il riesame periodico delle stesse sono approvate dall'organo di amministrazione.

## **2. Procedure interne**

Fermo restando quanto previsto dal paragrafo 1-*bis*, Gli intermediari adottano e applicano procedure interne volte ad assicurare:

- una valutazione – anche con il coinvolgimento delle funzioni di controllo e, nelle realtà più complesse, la costituzione di comitati interfunzionali – della struttura dei prodotti offerti con riferimento a:

- i) la comprensibilità, da parte della clientela, della loro struttura, delle loro caratteristiche e dei rischi tipicamente connessi ai medesimi (1);
  - ii) la loro conformità a prescrizioni imperative di legge; in caso di prodotti composti, è individuata la normativa applicabile secondo quanto previsto dalla sezione I, paragrafo 1.1.
- la trasparenza e la correttezza nella commercializzazione dei prodotti. In tale ambito, le procedure includono almeno accorgimenti atti a far sì che:
- i) la documentazione informativa sia completa, chiara, accessibile da parte della clientela, coerente con il livello di alfabetizzazione finanziaria dei clienti appartenenti al mercato di riferimento, utilizzata attivamente da parte degli addetti alla rete di vendita e adeguatamente pubblicizzata sul sito internet;
  - ii) ~~il cliente non sia indirizzato verso prodotti evidentemente inadatti rispetto alle proprie esigenze finanziarie (2). Gli intermediari valutano l'introduzione di strumenti, anche informatici, che consentano di verificare la coerenza tra il profilo del cliente e i prodotti allo stesso offerti. Le procedure di commercializzazione adottate dagli intermediari che offrono tenuti a offrire il "conto di base" o un conto di pagamento avente le caratteristiche previste dalla sezione III, paragrafo 4, assicurano che~~ questo conto sia sempre prospettato, eventualmente assieme ad altri, ai clienti con esigenze di base che intendono aprire o cambiare un conto. In caso di commercializzazione di finanziamenti in valuta diversa dall'euro, le procedure assicurano che ai clienti vengano offerti finanziamenti in euro per le stesse finalità dei finanziamenti in valuta diversa dall'euro ovvero strumenti per la copertura del rischio di cambio;
  - iii) gli addetti alla rete di vendita: abbiano un'adeguata e aggiornata conoscenza ~~delle regole previste dal presente provvedimento della normativa applicabile~~ e delle procedure adottate in base alla presente sezione; ~~siano in grado di fornire chiarimenti sulle illustrino le~~ caratteristiche, i rischi e i costi dei prodotti servizi e forniscano chiarimenti sui diritti dei clienti, sulla base della documentazione informativa prevista ~~dalle presenti disposizioni~~

(1) — Con riferimento ai prodotti ai quali non si applicano le disposizioni del paragrafo 1-bis della presente sezione, le procedure assicurano in ogni caso che il cliente non sia indirizzato verso prodotti evidentemente inadatti rispetto alle proprie esigenze finanziarie; ciò non richiede agli intermediari di assicurare assistenza al cliente fino al punto di individuare, in ogni caso, l'offerta più adeguata, bensì di adottare procedure organizzative che evitino modalità di commercializzazione oggettivamente idonee a indurre il cliente a selezionare prodotti manifestamente non adatti. A questi fini, gli intermediari valutano l'introduzione di strumenti, anche informatici, che consentano di verificare la coerenza tra il profilo del cliente e i prodotti allo stesso offerti.

~~(2) — La previsione non richiede agli intermediari di assicurare assistenza al cliente fino al punto di individuare, in ogni caso, l'offerta più adeguata, bensì di adottare procedure organizzative che evitino modalità di commercializzazione oggettivamente idonee a indurre il cliente a selezionare prodotti manifestamente non adatti.~~

dalla normativa applicabile, delle informazioni fornite dagli intermediari e, se necessario, di ulteriori documenti; accertino assicurino che i clienti, prima di essere vincolati da un contratto o da una proposta, abbiano avuto modo di valutare adeguatamente la documentazione informativa messa a loro disposizione;

- che la quantificazione dei corrispettivi richiesti alla clientela ogni qualvolta la normativa vigente richieda che essi non possano superare o siano comunque adeguati e proporzionati rispetto alle spese sostenute sia attestata per iscritto e formalmente approvata (1);
- il rispetto puntuale delle iniziative di autoregolamentazione cui hanno aderito;
- la possibilità per il cliente di ottenere in qualsiasi momento e in tempi ragionevoli il testo aggiornato del contratto, a sua scelta in formato elettronico o cartaceo, qualora siano state apportate modifiche unilaterali;
- la tempestiva restituzione delle somme indebitamente addebitate al cliente;
- standard di trasparenza e correttezza adeguati anche quando, in una o più fasi della commercializzazione, intervengono soggetti terzi estranei alla loro organizzazione;
- che, in caso di cessione di rapporti giuridici cui si applica l'articolo 58 del T.U., i titolari dei conti correnti e dei conti di pagamento ceduti godano di un'adeguata assistenza per poter fruire senza soluzione di continuità dei servizi connessi al conto (es. servizi di pagamento) (2).

~~Le procedure previste dalla presente sezione sono:~~

- ~~— informate a principi di proporzionalità, avendo riguardo alla complessità dei prodotti, alle tecniche di commercializzazione impiegate, alle diverse tipologie di clienti;~~
- ~~— adeguatamente formalizzate. A tal fine gli intermediari conservano la documentazione relativa all'adozione e all'applicazione delle procedure;~~
- ~~— periodicamente valutate per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia e per rimediare alle carenze eventualmente riscontrate, tenendo anche conto dei reclami pervenuti (3). A tal fine è previsto un coinvolgimento della funzione di conformità o, in sua assenza, dell'*internal audit*, che~~

(1) In relazione ai contratti di finanziamento con cessione del quinto dello stipendio o della pensione e a fattispecie assimilate, le procedure quantificano altresì in maniera chiara, dettagliata e inequivoca gli oneri che maturano nel corso del rapporto e che, in caso di estinzione anticipata, sono restituiti per la parte non maturata, dal finanziatore o da terzi, al consumatore, se questi li ha corrisposti anticipatamente al finanziatore.

(2) In caso di operazioni che comportino la cessione di rapporti di conti di pagamento con consumatori, si applica quanto previsto dal paragrafo 2-ter.

~~(3) Si richiamano, inoltre, le previsioni che impongono una valutazione dei reclami pervenuti anche alla luce degli orientamenti dell'Arbitro Bancario Finanziario, contenute nelle disposizioni della Banca d'Italia del 18 giugno 2009, e successive modificazioni.~~

---

~~svolgono gli opportuni accertamenti e riferiscono agli organi aziendali con periodicità almeno annuale e, comunque, ogni qual volta siano state accertate gravi carenze (1).~~

Gli intermediari adottano e applicano politiche e prassi di remunerazione e incentivazione del personale e dei terzi addetti alla rete vendita: *i*) coerenti con gli obiettivi e i valori aziendali e le strategie di lungo periodo; *ii*) ispirati a criteri di correttezza nelle relazioni con la clientela, contenimento dei rischi legali e reputazionali, tutela e fidelizzazione della clientela, rispetto delle disposizioni di auto-disciplina eventualmente applicabili; *iii*) che non si basano esclusivamente su obiettivi commerciali e non costituiscono un incentivo a collocare prodotti non adeguati rispetto alle esigenze finanziarie dei clienti. Con riguardo al personale preposto alla valutazione del merito creditizio, le politiche e prassi di remunerazione e incentivazione assicurano la prudente gestione del rischio da parte dell'intermediario.

[*Omissis*]

---

~~(1) — Nelle succursali italiane di banche comunitarie è individuato un soggetto responsabile che riferisce al legale rappresentante.~~