



---

## **MANUALE SULLA TRASPARENZA**

---

## *Matrice delle revisioni*

Edizione	Data	Revisione	Data	Motivo revisione	Emesso da	Approvato da
01	11.12.2009	00	11.12.2009	Prima emissione	Ufficio Affari Generali	Cda
01	11.12.2009	01	04.07.2012	Aggiornamento a seguito di ingresso in nuovi mercati	Ufficio Affari Generali	Cda
01	11.12.2009	02	20.11.2015	Aggiornamento a seguito di modifiche normative	Ufficio Affari Generali	Cda
01	11.12.2009	03	27.11.2019	Aggiornamento a seguito di modifiche normative	Ufficio Affari Generali	Cda

## Indice

---

1. PREMESSA.....	4
2. PUBBLICITA' E INFORMAZIONE PRECONTRATTUALE.....	6
2.1 Fogli informativi .....	6
2.2 Guide pratiche .....	9
2.3 Annunci pubblicitari .....	10
2.4 Consegna di copia del contratto .....	11
2.5 Documento di sintesi.....	12
2.6 Indicatore sintetico di costo.....	13
3. CONTRATTI.....	14
3.1 Forma e contenuto dei contratti.....	14
3.2 Contenuto dei contratti.....	15
4. COMUNICAZIONI ALLA CLIENTELA.....	16
4.1 Variazioni contrattuali.....	16
4.2 Comunicazioni periodiche alla clientela .....	17
4.3 Richiesta di documentazione su singole operazioni.....	18
5. CONTROLLI .....	19
6. REQUISITI ORGANIZZATIVI .....	20

## **1. PREMESSA**

Con il Provvedimento del 19 marzo 2019 la Banca d'Italia ha apportato modifiche al precedente Provvedimento “Disposizioni in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari - correttezza delle relazioni tra Intermediari e Clienti” e successive modifiche.

Il citato provvedimento modifica alcuni profili contenuti nell'analoga precedente disciplina, adottata il 29 luglio 2009, al fine di adeguare la disciplina nazionale ad alcune Direttive e a degli Orientamenti delle Autorità Europee, nonché a seguito dell'esperienza maturata dalla Banca D'Italia nell'esercizio dei controlli sul rispetto della normativa in materia.

Lo scopo è sempre quello, da parte degli Intermediari, di porre 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, in modo da assicurare ai Clienti un'informazione chiara e accessibile, che garantisca l'esatta percezione di tutti i costi connessi ai servizi offerti, il loro facile confronto con offerte provenienti da altri intermediari, la comprensione dei loro diritti e i modi con cui questi possono essere attivati e applicati in concreto.

Gli Intermediari adottano procedure interne volte ad assicurare:

- la valutazione della struttura dei prodotti e della loro conformità alla legge, con riferimento alla comprensibilità da parte della Clientela della loro struttura, delle loro caratteristiche e dei rischi tipicamente connessi ai medesimi;
- la trasparenza e la correttezza nella commercializzazione dei prodotti, con accorgimenti atti a far sì che la documentazione informativa sia completa, chiara e accessibile da parte della Clientela, la quale non deve essere indirizzata verso prodotti evidentemente inadatti rispetto alle proprie esigenze finanziarie, da parte di addetti alla rete vendita che devono avere un'adeguata e aggiornata conoscenza dei prodotti e delle regole sulla trasparenza;
- forme di remunerazione e valutazione degli addetti alla propria rete di vendita che non costituiscano un incentivo a commercializzare prodotti non adeguati rispetto alle esigenze finanziarie dei clienti.

Le procedure interne sono informate a principi di proporzionalità, adeguatamente formalizzate e periodicamente valutate, per verificare l'adeguatezza e l'efficacia e per rimediare alle carenze eventualmente riscontrate, tenendo anche conto dei reclami pervenuti.

Le funzioni di controllo considerano il rispetto delle procedure nell'ambito delle valutazioni sul presidio dei rischi operativi e reputazionali, svolgendo opportuni accertamenti e riferendo agli organi aziendali con periodicità almeno annuale e, comunque, ogni qualvolta siano state accertate gravi carenze.

## **2. PUBBLICITA' E INFORMAZIONE PRECONTRATTUALE**

### ***2.1 Fogli informativi***

#### **La disciplina in generale**

L'Intermediario deve predisporre tanti Fogli Informativi quanti sono i prodotti offerti.

Il Foglio Informativo costituisce lo strumento principale per far conoscere alla Clientela informazioni sull'Intermediario, sulle condizioni contrattuali e sulle principali caratteristiche dell'operazione o del servizio offerto.

Il Foglio Informativo contiene almeno:

- i. informazioni sull'Intermediario (denominazione; iscrizione in albi e/o registri; indirizzo della sede legale; numero di telefono, di fax; sito internet e indirizzo di posta elettronica);
- ii. le caratteristiche e i rischi tipici dell'operazione o del servizio;
- iii. un elenco completo delle condizioni economiche offerte (ogni onere economico, comunque denominato, a carico del cliente, incluse le spese per le comunicazioni periodiche, di scritturazione contabile, di istruttoria, le penali, l'indicatore sintetico di costo se richiesto, ecc.);
- iv. le clausole contrattuali che riguardano:
  - a. il diritto di recesso spettante al Cliente e all'Intermediario;
  - b. i tempi massimi per la chiusura del rapporto;
  - c. i mezzi di tutela stragiudiziale di cui la Clientela può avvalersi.

I Fogli Informativi sono datati e tempestivamente aggiornati. Copia dei Fogli Informativi è conservata dall'Intermediario per 5 anni.

I Fogli informativi devono essere messi a disposizione dei Clienti nei locali aperti al pubblico e sul sito internet qualora l'Intermediario se ne avvalga per rendere note le caratteristiche dei propri prodotti.

Nel caso di offerta fuori sede, i Fogli Informativi riportano, oltre alle informazioni sull'Intermediario, i dati e la qualifica (per i soggetti iscritti in albi o elenchi, sono riportati gli estremi dell'iscrizione) del soggetto che entra in rapporto con il Cliente (ad es. dipendente, agente in attività finanziaria, mediatore creditizio, ecc.) ed eventuali costi ed oneri aggiuntivi derivanti da tali modalità di offerta.

Il soggetto che procede all'offerta deve consegnare al Cliente, in tempo utile prima che il contratto sia concluso o che il Cliente sia vincolato da un'offerta, il Foglio Informativo del prodotto prescelto, acquisendo l'attestazione di avvenuta consegna che verrà conservata agli atti.

Per le operazioni di finanziamento comunque denominate, i Fogli Informativi riportano l'indicazione che il cliente potrà consultare lo specifico Tasso Effettivo Globale Medio (TEGM), previsto dalla c.d. legge antiusura n. 108/1996 articolo 2, sul cartello affisso ai sensi del comma 3 del medesimo articolo, nonché sul sito internet qualora l'Intermediario se ne avvalga.

Nel caso di offerta fuori sede, il documento contenente i Tassi Effettivi Globali Medi (TEGM) previsti dalla legge 108/1996 (c.d. legge antiusura) deve essere consegnato al Cliente acquisendo l'attestazione di avvenuta consegna che verrà conservata agli atti.

Il Foglio Informativo include anche le informazioni sui servizi accessori se essi sono disciplinati dal provvedimento Bankitalia sulla trasparenza.

Nel caso di commercializzazione, accanto ad un contratto di finanziamento, di servizi accessori (servizi offerti, anche gratuitamente, insieme ad un servizio principale, su base obbligatoria o facoltativa, anche se non strettamente connessi ad esso, come ad es. i contratti di assicurazione), tale scelta deve essere da una serie di cautele particolari.

A tal fine, l'Intermediario deve adottare procedure organizzative e di controllo interno che assicurino:

- una valutazione dei rischi (anche legali e reputazionali) connessi con l'offerta contestuale di più contratti;
- la comprensibilità per i clienti della struttura, delle caratteristiche e dei rischi tipicamente connessi con la combinazione dei prodotti offerti contestualmente, per cui le procedure di commercializzazione devono essere improntate a canoni di trasparenza e correttezza, in modo che il Cliente sia avvertito in modo chiaro dell'esistenza di contratti offerti in via obbligatoria contestualmente al finanziamento;
- la corretta inclusione nel TAEG dei costi dei servizi accessori connessi con il contratto di finanziamento;
- che per ciascuno dei contratti offerti contestualmente sia fornita la specifica documentazione precontrattuale eventualmente prevista e le sottoscrizioni del Cliente siano acquisite su documenti distinti;

- il rispetto della disciplina di settore in cui il servizio accessorio eventualmente ricade.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi predispone tanti Fogli Informativi quanti sono i prodotti e servizi offerti anche non di rischio.



## ***2.2 Guide pratiche***

### **La disciplina in generale**

Gli Intermediari mettono a disposizione della Clientela la Guida pratica sull'Arbitro Bancario Finanziario, redatta in conformità del modello pubblicato sul sito [www.arbitrobancariofinanziario.it](http://www.arbitrobancariofinanziario.it).

Gli Intermediari pubblicano sul proprio sito internet gli ulteriori documenti divulgativi ("Guide") conformi ai modelli pubblicati sul sito [www.bancaditalia.it](http://www.bancaditalia.it) e fanno rinvio alle Guide nei fogli informativi, ove previste per il prodotto cui il foglio informativo si riferisce.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi, non erogando al momento prodotti tra quelli a cui le Guide si riferiscono, mette a disposizione per la clientela la sola Guida pratica sull'Arbitro Bancario Finanziario, nei locali aperti al pubblico e sul proprio sito internet ([www.confeserfidi.it](http://www.confeserfidi.it)).

In caso di offerta fuori sede, la Guida deve essere consegnata al cliente e l'intermediario acquisisce un'attestazione del cliente circa l'avvenuta consegna e la conserva agli atti.

### ***2.3 Annunci pubblicitari***

#### **La disciplina in generale**

Gli annunci pubblicitari devono essere chiaramente riconoscibili come tali.

In particolare, essi specificano:

- i) la propria natura di messaggio pubblicitario con finalità promozionale;
- ii) la necessità di fare riferimento, per le condizioni contrattuali, ai Fogli Informativi, indicando le modalità con cui questi ultimi sono messi a disposizione dei Clienti.

Gli annunci pubblicitari relativi a operazioni di finanziamento, nei quali l'Intermediario dichiara il tasso di interesse o altre cifre concernenti il costo del credito, indicano – ove previsto – il TAEG, specificandone il periodo minimo di validità, ossia il periodo nel quale l'Intermediario pratica le condizioni pubblicizzate.

#### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi osserva nei suoi annunci pubblicitari le prescrizioni di cui sopra.

## ***2.4 Consegna di copia del contratto***

### **La disciplina in generale**

Prima della conclusione del contratto, l'Intermediario consegna al Cliente, su sua richiesta, una copia del testo contrattuale idoneo per la stipula; a scelta del Cliente può essere consegnato il solo documento di sintesi. La consegna avviene entro tempi congrui rispetto alla richiesta.

Nei contratti di finanziamento, considerato che la determinazione delle condizioni economiche è preceduta da una istruttoria, il Cliente può scegliere tra:

- i. la consegna di copia del contratto idonea per la stipula, che può essere subordinata al pagamento di una somma non eccedente le spese di istruttoria (il cui ammontare massimo è pubblicizzato nel foglio informativo);
- ii. la consegna gratuita dello schema di contratto, privo delle condizioni economiche, e di un preventivo contenente le condizioni economiche basate sulle informazioni fornite dal Cliente.

Negli altri casi la consegna è sempre gratuita.

La consegna non impegna le parti alla conclusione del contratto.

In caso di modifica delle condizioni contrattuali indicate nella copia consegnata al Cliente, l'Intermediario, prima della conclusione del contratto, ne informa il Cliente stesso e, su richiesta di quest'ultimo, gli consegna una copia completa del nuovo testo contrattuale idonea per la stipula ovvero una nuova copia del documento di sintesi.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi adempie agli obblighi di cui sopra su richiesta del Cliente.

## ***2.5 Documento di sintesi***

### **La disciplina in generale**

Ai contratti è unito un Documento di Sintesi, che riporta in maniera personalizzata le condizioni economiche pubblicizzate nel foglio informativo relativo allo specifico tipo di operazione o servizio.

Il documento di Sintesi costituisce il frontespizio del contratto; ne è parte integrante in presenza di un accordo delle parti in tal senso.

Per i contratti di mutuo che sono o potrebbero rimanere a tasso fisso per tutta la durata del contratto, il Documento di Sintesi riporta in calce il piano di ammortamento.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi ha previsto per i suoi prodotti di rischio che il Documento di Sintesi costituisca il frontespizio del contratto e ne sia parte integrante.

## ***2.6 Indicatore sintetico di costo***

### **La disciplina in generale**

Il foglio informativo e il documento di sintesi riportano un Indicatore Sintetico di Costo denominato Tasso Annuo Effettivo Globale (TAEG) quando riguardano le seguenti categorie di operazioni indicate nell'Allegato alla delibera del CICR del 4 marzo 2003 (il novero delle operazioni e dei servizi soggetti all'obbligo di rendere noto il TAEG è suscettibile di variazione per tenere conto dell'evoluzione della prassi operativa):

- i) mutui;
- ii) anticipazioni bancarie;
- iii) altri finanziamenti (ad esempio i prestiti personali e i prestiti finalizzati);
- iv) aperture di credito in conto corrente offerte a clienti al dettaglio.

Il TAEG è calcolato secondo quanto previsto dalla disciplina in materia di credito per i consumatori.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi riporta l'indicazione del TAEG nelle operazioni di finanziamento diretto.

### **3. CONTRATTI**

#### ***3.1 Forma e contenuto dei contratti***

##### **La disciplina in generale**

I contratti sono redatti in forma scritta.

Il documento informatico soddisfa i requisiti della forma scritta nei casi previsti dalla legge (D. lgs. n. 82/2005 articoli 20 e 21).

Nel caso di inosservanza della forma prescritta il contratto è nullo; la nullità può essere fatta valere solo dal Cliente.

Un esemplare del contratto è consegnato al Cliente. La consegna è attestata tramite apposita sottoscrizione del Cliente, ulteriore rispetto alla firma del contratto, apposta sull'esemplare del contratto conservato dall'Intermediario.

Nella conclusione dei contratti mediante strumenti informatici o telematici, gli Intermediari osservano, oltre alla disciplina prevista dalle disposizioni sulla trasparenza, anche le norme legislative o regolamentari specificamente stabilite per l'utilizzo di tali tecniche. In questi casi, la consegna di copia del contratto può avvenire attraverso lo strumento informatico o telematico impiegato, purché su supporto durevole; ne viene acquisita l'attestazione esplicita del cliente, separatamente dalla sottoscrizione, anche in via informatica o telematica.

##### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi predispone i Contratti in forma scritta. Un esemplare del contratto è consegnato al Cliente. La consegna è attestata tramite apposita sottoscrizione del Cliente, ulteriore rispetto alla firma del contratto, apposta sull'esemplare del contratto conservato dal Confidi.

### ***3.2 Contenuto dei contratti***

#### **La disciplina in generale**

I contratti indicano il tasso di interesse e ogni altro prezzo e condizione praticati, inclusi, per i contratti di credito, gli eventuali oneri di mora. Sono indicate, oltre alle commissioni spettanti all'Intermediario, le voci di spesa a carico del Cliente, ivi comprese le voci relative alla comunicazione alla Clientela. Il contratto riporta tutte le condizioni applicate, incluse le condizioni generali di contratto.

Sono nulle e si considerano non apposte le clausole contrattuali di rinvio agli usi per la determinazione dei tassi di interesse e di ogni altro prezzo e condizione praticati, nonché quelle che prevedono tassi, prezzi e condizioni sfavorevoli per i Clienti rispetto a quelle pubblicizzate nei fogli informativi e nei documenti di sintesi. La nullità può essere fatta valere solo dal Cliente.

#### **Il modello Confeserfidi**

I Contratti riportano le condizioni economiche e contrattuali relative al prodotto o servizio offerto al Cliente.

## **4. COMUNICAZIONI ALLA CLIENTELA**

### ***4.1 Variazioni contrattuali***

#### **La disciplina in generale**

L'Intermediario può modificare unilateralmente le condizioni del contratto, qualora tale facoltà sia convenuta contrattualmente, con le condizioni e nei limiti di cui all'art. 118 del TUB.

Per cui, nei contratti di durata, la facoltà di modifica unilaterale da parte dell'Intermediario può essere convenuta esclusivamente per le clausole non aventi ad oggetto i tassi di interesse, sempre che sussista un giustificato motivo e sempre che la modifica riguardi soltanto fattispecie di variazione di clausole previste nel contratto e non comporti l'introduzione di nuove clausole.

Nei contratti a tempo indeterminato (c.d. a revoca), può essere convenuta, con clausola approvata specificamente dal Cliente, la facoltà di modificare unilateralmente da parte dell'Intermediario i tassi, i prezzi e le altre condizioni di contratto sempre qualora sussista un giustificato motivo.

Le comunicazioni relative alle modifiche unilaterali sono sempre gratuite per il cliente.

Qualunque modifica unilaterale delle condizioni contrattuali deve essere comunicata espressamente al Cliente secondo modalità contenenti in modo evidenziato la formula: "Proposta di modifica unilaterale del contratto", con preavviso minimo di due mesi, in forma scritta o mediante altro supporto durevole preventivamente accettato dal Cliente.

La modifica si intende approvata ove il Cliente non receda, senza spese, dal contratto entro la data prevista per la sua applicazione. In tale caso, in sede di liquidazione del rapporto, il Cliente ha diritto all'applicazione delle condizioni precedentemente praticate.

Le variazioni contrattuali per le quali non siano state osservate le prescrizioni del presente articolo sono inefficaci, se sfavorevoli per il Cliente.

#### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi ha previsto nel Contratto di Garanzia collettiva fidi la facoltà di modificare unilateralmente le condizioni economiche contrattuali relativamente agli affidamenti a revoca, nel rispetto della normativa vigente.



## **4.2 Comunicazioni periodiche alla clientela**

### **La disciplina in generale**

Nei contratti di durata gli Intermediari forniscono ai Clienti, alla scadenza del contratto e, comunque, almeno una volta l'anno, una comunicazione analitica che dia una completa e chiara informazione sullo svolgimento del rapporto e un quadro aggiornato delle condizioni economiche applicate.

In relazione alle garanzie prestate e a quelle ricevute dall'Intermediario, le comunicazioni periodiche contengono le informazioni rilevanti per lo svolgimento del rapporto di garanzia (ad esempio, l'ammontare dell'esposizione del debitore principale).

In mancanza di opposizione da parte del Cliente, le comunicazioni si intendono approvate trascorsi sessanta giorni dal ricevimento.

La comunicazione periodica è effettuata mediante invio o consegna di un rendiconto e del documento di sintesi delle condizioni economiche.

Il rendiconto indica, anche mediante voci sintetiche di costo, tutte le movimentazioni, le somme a qualsiasi titolo addebitate o accreditate, il saldo debitore o creditore e ogni altra informazione per la comprensione dell'andamento del rapporto.

Il documento di sintesi, datato e progressivamente numerato, aggiorna quello unito al contratto e riporta le condizioni economiche in vigore. Le condizioni modificate rispetto la comunicazione precedente sono riportate con una specifica evidenza grafica (ad es. attraverso l'uso del grassetto).

L'invio o la consegna del documento di sintesi può essere omessa se le condizioni economiche in vigore non sono variate rispetto alla comunicazione precedente.

Il contratto stabilisce le modalità di invio delle comunicazioni periodiche alla clientela e indica i costi connessi alle diverse tecniche utilizzate. Le modalità a disposizione della Clientela includono sempre la forma cartacea e quella elettronica. In ogni momento del rapporto il Cliente ha diritto di cambiare la modalità di comunicazione utilizzata. L'offerta può prevedere la sola forma elettronica quando il contratto sia concluso con clienti obbligati per legge a dotarsi di un indirizzo di posta elettronica certificata.

### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi effettua le comunicazioni periodiche alla clientela secondo quanto stabilito nella presente sezione.

### ***4.3 Richiesta di documentazione su singole operazioni***

#### **La disciplina in generale**

Il Cliente, colui che gli succede a qualunque titolo e colui che subentra nell'amministrazione dei suoi beni hanno diritto di ottenere, a proprie spese, entro un congruo termine e comunque non oltre 90 giorni dalla richiesta, copia della documentazione inerente a singole operazioni poste in essere negli ultimi 10 anni.

Al Cliente possono essere addebitati solo i costi di produzione di tale documentazione.

Gli Intermediari indicano al Cliente, al momento della richiesta, il presumibile importo delle relative spese.

Resta fermo per il Cliente il diritto di accesso ai dati personali previsto dall'art. 7 del Codice sulla Privacy (D. lgs. 196/2003).

#### **Il modello Confeserfidi**

Confeserfidi applica le prescrizioni di cui alla presente sezione.

## 5. CONTROLLI

Ai sensi dell'art. 128 TUB, la banca d'Italia, al fine di verificare il rispetto delle disposizioni previste ai sensi del Titolo VI del TUB, può acquisire informazioni, atti e documenti ed eseguire ispezioni presso banche, Poste Italiane S.p.A. per l'attività di bancoposta, intermediari finanziari iscritti nell'albo previsto dall'art. 106, istituti di moneta elettronica e istituti di pagamento.

Ai sensi dell'art. 128 ter del TUB, qualora nell'esercizio dei controlli emergano irregolarità, la Banca d'Italia può:

- a) inibire la continuità dell'attività, anche di singole aree o sedi secondarie, e ordinare la restituzione delle somme indebitamente percepite e altri comportamenti conseguenti;
- b) inibire specifiche forme di offerta, promozione o conclusione di contratti disciplinati dal Titolo VI del TUB;
- c) disporre in via provvisoria la sospensione, per un periodo non superiore a 90 giorni, delle attività di cui alla lettere a) e b), laddove sussista particolare urgenza;
- d) pubblicare i provvedimenti di cui sopra nel sito web della Banca d'Italia e disporre altre forme di pubblicazione, eventualmente a cura e spese dell'intermediario, quando vi siano particolari esigenze conoscitive per il pubblico.

Ai sensi dell'art. 144 del TUB, la Banca d'Italia può irrogare altre sanzioni amministrative pecuniarie nel caso di mancato rispetto delle disposizioni previste dal Titolo VI del TUB.

Ai sensi dell'art. 128 *decies* comma 2, per gli agenti in attività finanziaria, i controlli della Banca d'Italia sono esercitati nei confronti dell'intermediario mandante, che è responsabile per il rispetto delle disposizioni previste ai sensi del Titolo VI del TUB da parte degli agenti di cui si avvale. A questi fini, la Banca d'Italia può altresì effettuare ispezioni presso l'agente in attività finanziaria, anche avvalendosi del Corpo della guardia di finanza.

## **6. REQUISITI ORGANIZZATIVI**

Il Confidi si è dotato di requisiti organizzativi al fine di presidiare i rischi di natura legale e reputazionale connessi ai rapporti con la clientela.

La Banca d'Italia prende in considerazione il rispetto delle disposizioni contenute nella 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:

- 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.

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 politiche e le procedure adottate costituiscono parte integrante del sistema dei controlli interni, la cui disciplina è contenuta per gli intermediari finanziari iscritti nell'albo dell'articolo 106 del TUB, nella circolare della Banca d'Italia n. 288 del 3 aprile 2015 (Titolo III capitolo 1).

Le procedure previste dal presente paragrafo sono:

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

- approvate e sottoposte a riesame periodico da parte dell'organo con funzione di supervisione strategica;
- periodicamente valutate per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia, così da rendere possibile il riesame e rimediare alle carenze riscontrate. La valutazione è effettuata con il coinvolgimento delle funzioni aziendali di controllo interno, che riportano direttamente all'organo con funzione di gestione.

Le politiche e le procedure previste dal presente paragrafo si applicano per il confidi ai soli prodotti elaborati (inclusi quelli sostanzialmente modificati) e offerti sul mercato a partire dal 1° gennaio 2020.

**Le Procedure relative alla elaborazione, al monitoraggio e alla revisione dei prodotti:**

- individuano le classi di clientela per le quali un dato prodotto è elaborato (c.d. mercato di riferimento o target market);
- elaborano 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.

Nello svolgimento delle attività di cui sopra, gli intermediari:

- 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 modificato in modo sostanziale o comunque offerto in un nuovo mercato di riferimento, 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.

Per i prodotti destinati unicamente a clienti al dettaglio diversi dai consumatori e che l'intermediario abbia individuato come caratterizzati da minore complessità e rischiosità 1, l'attività di product testing può essere omessa e il monitoraggio può essere svolto sulla base dei dati e delle informazioni di cui l'intermediario può disporre nell'ambito della propria operatività (es., esame dei reclami pervenuti, valutazione della frequenza degli inadempimenti degli obblighi contrattuali da parte della clientela, ecc.). Tra questi prodotti non possono in ogni caso rientrare i prodotti composti.

**Le Procedure relative alla distribuzione dei prodotti assicurano che sia applicato il principio dell'offerta corretta.**

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.

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:

- i canali distributivi selezionati offrano i prodotti solo a clienti appartenenti al mercato di riferimento
- i canali di distribuzione 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.

Gli intermediari informano tempestivamente i canali di distribuzione delle modifiche apportate ai prodotti e forniscono ad essi informazioni adeguate, chiare, precise e aggiornate sui prodotti, che includono almeno una descrizione delle principali caratteristiche, dei rischi e di eventuali limitazioni alla commercializzazione, nonché tutti i costi a carico del cliente – ivi inclusi gli oneri, le spese e le commissioni

Nel caso di offerta attraverso canali di distribuzione indiretti, gli intermediari assicurano che i canali distributivi selezionati adottino, e sottopongono 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.

La scelta di porre in essere **politiche commerciali** che prevedano **l'offerta contestuale**, accanto a un contratto di finanziamento, di altri contratti, anche attraverso soggetti terzi, deve essere accompagnata da una serie di cautele particolari.

A questi fini, gli intermediari adottano e applicano procedure organizzative e di controllo interno che assicurano nel continuo che le procedure di commercializzazione siano improntate a canoni di trasparenza e correttezza e, in particolare, che:

- il cliente sia avvertito in modo chiaro ed evidenziato dell'esistenza di altri contratti offerti in via obbligatoria contestualmente al finanziamento, anche attraverso un'illustrazione della corrispondente voce della rilevante documentazione precontrattuale;
- sia illustrato chiaramente e correttamente al cliente se la validità dell'offerta è condizionata alla conclusione congiunta di altri contratti;
- al cliente siano illustrati gli effetti complessivi, in termini di obblighi e vantaggi, derivanti dalla combinazione dei contratti offerti;
- sia effettuata la corretta inclusione nel TAEG dei costi dei servizi accessori connessi con il contratto di credito
- che per ciascuno dei contratti offerti contestualmente sia fornita la specifica documentazione precontrattuale eventualmente prevista e le sottoscrizioni del cliente siano acquisite su documenti distinti.

Le **Politiche e prassi di remunerazione** che gli intermediari adottano per la remunerazione del personale e dei terzi addetti alla rete di vendita devono essere ispirate a criteri di trasparenza e correttezza nelle relazioni con la clientela, contenimento dei rischi legali e reputazionali, tutela e fidelizzazione della clientela.

Gli intermediari tenuti a predisporre una politica di remunerazione ai sensi di altre disposizioni di vigilanza (Circolare BKI n. 288 del 3 aprile 2015 Titolo III capitolo 1) possono redigere un unico documento per dare attuazione anche alla disciplina prevista dal presente paragrafo, a condizione che sia data evidenza alle parti che danno attuazione alla presente disciplina.

Gli intermediari adottano e applicano politiche e prassi di remunerazione dei soggetti rilevanti e degli intermediari del credito che tengono conto dei diritti e degli interessi dei clienti in relazione all'offerta dei prodotti. A questo fine, gli intermediari assicurano che la componente variabile della remunerazione (ove prevista): sia ancorata a criteri quantitativi e qualitativi;

non costituisca un incentivo a offrire uno specifico prodotto particolarmente vantaggioso per l'intermediario ovvero per i soggetti rilevanti o per gli intermediari del credito; sia adeguatamente bilanciata rispetto alla componente fissa della remunerazione; sia soggetta a meccanismi di correzione tali da consentirne la riduzione (anche significativa) o l'azzeramento.

Le politiche e le prassi di remunerazione sono adottate dall'organo con funzione di supervisione strategica che è anche responsabile della loro corretta attuazione e di eventuali modifiche alle stesse. Ai fini dell'adozione delle politiche di remunerazione, l'organo si avvale del contributo del comitato remunerazioni (ove istituito), della funzione risorse umane e delle funzioni aziendali di controllo.

Gli intermediari sottopongono le politiche e prassi di remunerazione dei soggetti rilevanti e degli intermediari del credito a riesame almeno annuale, anche allo scopo di assicurare una periodica valutazione dell'adeguatezza dei presidi adottati. Quando, all'esito del riesame, emergono lacune o profili di inadeguatezza nelle politiche e nelle prassi di remunerazione, queste sono prontamente modificate.