

Trento, 30 gennaio 2020

Comunicato stampa

Un concorso a premi per vendere fondi d'investimento che non garantiscono la restituzione del capitale investito
Il CRTCU chiede all'Antitrust e alla Consob di valutare l'opportunità di un tale comportamento commerciale

Campagna pubblicitaria massiva, dalle pagine de il Sole24Ore ai cartelloni a bordo strada per promuovere la vendita di prodotti d'investimento attraverso un concorso, su tutto il territorio nazionale: metti i tuoi soldi in un piano di accumulo NEF (Nord Est Fund, fondo comune di investimento di diritto lussemburghese) e partecipi al concorso!

Peccato che i committenti abbiano omesso di evidenziare in tutto il materiale pubblicitario che il fondo NEF in cui i consumatori dovrebbero mettere i loro soldi non dà garanzia di restituzione del capitale.

“Il CRTCU si è già battuto e continuerà a farlo per garantire ai consumatori la totalità delle informazioni essenziali ad una scelta consapevole dei prodotti fin dal “primo aggancio”, cioè la pubblicità” commenta il dott. Carlo Biasior, direttore del CRTCU, che già nel 2017 invitava i consumatori a segnalare le pubblicità dei prodotti PIR <https://www.centroconsumatori.tn.it/download/141dexthJJMTz.pdf> e continua “questa dovrebbe essere educazione finanziaria, prima ancora che pubblicità!”

La Cassa Rurale di Trento lo aveva già fatto, pubblicizzare i PIR (Piani Individuali di Risparmio) senza indicare ai consumatori che non avrebbero avuto alcuna garanzia di rivedere i loro denari investiti, e il CRTCU segnalò il comportamento alla Consob, la quale, nel riservarsi di valutare la meritorietà della segnalazione, ad oggi, nulla ha fatto. Sulla questione è comunque pendente un ricorso, promosso dal CRTCU, presso l'Arbitro per le controversie finanziarie e a breve sapremo se tale previsione informativa è obbligatoria o meno già nella pubblicità, con eventuali ricadute risarcitorie per i consumatori.

Il CRTCU ha provveduto nuovamente ad inviare una segnalazione all'Antitrust e alla Consob chiedendo di valutare l'opportunità di una tale strategia commerciale: la banca committente, infatti, si limita a comunicare nella pubblicità che *Trattasi di investimento in quote di fondi comuni d'investimento. Il valore della quota è variabile nel tempo ed è sempre consultabile sul sito www.nef.lu e su Il Sole 24 Ore. I rendimenti*

passati non sono indicativi di quelli futuri. Non vi è garanzia di ottenimento di uguali rendimenti per il futuro, senza aggiungere che non v'è garanzia di restituzione del capitale inizialmente investito, come invece fanno altre banche che evidentemente hanno fatto della trasparenza un loro punto di forza.

La nostra battaglia

Le regole che disciplinano la pubblicità e l'informazione ai consumatori sono contenute nel Codice del consumo, secondo l'interpretazione fattane dall'Antitrust fin dall'anno 1992, e in normative di settore, quale ad esempio le linee guida di Consob per il mercato dei prodotti finanziari.

Secondo l'Antitrust il principio cardine di una pubblicità corretta è fornire tutte le informazioni essenziali già dal "primo aggancio" con il consumatore: ciò significa che non è sufficiente indicare nei cartelloni pubblicitari che il consumatore deve leggere i fogli informativi prima di acquistare, come prescritto in maniera molto più lasca dalla linee guida di Consob.

Noi continueremo a pretendere che l'avvertimento dell'assenza di garanzia di rivedere interamente il capitale investito venga indicato già nella pubblicità dei prodotti e non nei soli fogli informativi.

Il CRUCU è a disposizione dei consumatori per problemi che riguardano i prodotti finanziari telefonando allo 0461984751.



