ASCOFIND
Associazione per la Consulenza Finanziaria Indipendente

ESMA Call for evidence on the retail investor journey:

understanding retail participation in capital markets

SINTESI DELLE PROPOSTE

SEMPLIFICAZIONE

1. Semplificazione della regolamentazione che disciplina l'accesso ai servizi di investimento.
2. Un questionario di profilazione unico e semplificato per la valutazione dell'adeguatezza e dell'appropriatezza in particolare per le imprese che offrono investimenti in strumenti finanziari semplici, diversificati e a basso costo.
3. Attuazione di programmi di risparmio e di investimento, in particolare per i giovani investitori, facilmente accessibili attraverso strumenti digitali, con l'utilizzo di strumenti finanziari semplici, diversificati ed efficienti in termini di costi.

INFORMAZIONI AI CLIENTI

4. Semplificare e migliorare le informazioni obbligatorie da fornire agli investitori
5. Istituire un unico punto di accesso gratuito alle informazioni sui prodotti finanziari con strumenti per la selezione e il confronto dei prodotti e servizi finanziari.
6. I KIDS disponibili in formato adatto agli ambienti mobile-first.
7. La comunicazione al cliente del deprezzamento del 10% del valore del portafoglio non è necessaria e deve essere abolita.

IL KID DELLA CONSILENZA

8. Le imprese di investimento che offrono il servizio di consulenza dovrebbero essere tenute a mettere a disposizione dei clienti o potenziali clienti un KID che descriva in modo conciso (massimo 2 pagine) e in un linguaggio semplice, l'ambito di applicazione, i contenuti, le modalità di fornitura e i costi del servizio di consulenza in materia di investimenti.

TRASPARENZA COSTI E ONERI

9. Con riferimento ai contenuti del Rendiconto Costi e Oneri, modificare la notazione di "Pagamenti ricevuti da terzi". Questa descrizione fornisce informazioni fuorvianti agli investitori che potrebbero intendere che gli importi menzionati sono pagati da parti diverse dal cliente. Il valore degli incentivi ricevuti dagli intermediari e pagati dal cliente rappresenta una commissione per il servizio di consulenza fornito e dovrebbe essere rappresentato come tale.

QUESTIONARIO UNICO DI PROFILAZIONE

10. Le informazioni personali degli investitori (almeno una serie di informazioni riguardanti le conoscenze e l'esperienza finanziarie, la tolleranza al rischio, il periodo di detenzione, l'obiettivo di investimento e le preferenze in materia di sostenibilità) dovrebbero essere fornite in modo standardizzato e interoperabile, consentendo all'investitore di metterle a disposizione degli intermediari con cui opera.
11. L'aggiornamento delle informazioni, almeno su base annuale, dovrebbe essere garantito dall'investitore attraverso un processo di notifiche automatizzate.
12. Questionario unico per la profilazione dei clienti ai fini AML/CFT e MiFID. Alcune informazioni che gli intermediari raccolgono per l'adeguata verifica AML/CFT si sovrappongono a quelle raccolte nel questionario MiFID.

PREFERENZE DI SOSTENIBILITA'

13. Le linee guida sull'integrazione delle preferenze di sostenibilità nel questionario di profilazione della clientela sono troppo complesse. In molti casi, l'eccessiva complessità delle domande rivolte agli investitori li allontana dagli investimenti sostenibili piuttosto che avvicinarli. Sarebbe opportuno semplificare le domande da porre agli investitori in merito alle loro preferenze in materia di sostenibilità, limitandosi a richiedere il loro interesse per gli investimenti sostenibili, l'entità di tali investimenti in relazione al portafoglio totale e le specifiche aree di interesse (ambiente, sociale e governance).

ADEGUATEZZA E APPROPRIATEZZA

14. Il Rapporto di Adeguatezza è un adempimento formale. Le imprese di investimento di dovrebbero essere chiamate ad effettuare una valutazione periodica dell'adeguatezza con maggiore frequenza rispetto al termine regolamentare attualmente in vigore.
15. Semplificare e unificare i processi di valutazione dell'adeguatezza e dell'appropriatezza al fine di garantire una maggiore chiarezza nella responsabilità delle imprese di investimento e nei diritti degli investitori.

EDUCAZIONE FINANZIARIA

16. Utilizzo di strumenti educativi durante il processo di onboarding per i clienti al dettaglio. Il processo di onboarding è un'importante opportunità in cui possono essere fornite spiegazioni e informazioni utili all'investitore retail anche per aumentare la sua alfabetizzazione finanziaria.