

**COMMISSIONE DI VIGILANZA  
SUI FONDI PENSIONE**

**DELIBERAZIONE 21 marzo 2007 (integrata con le modifiche recate con Deliberazione del 22 febbraio 2017<sup>1</sup>).**

*Istruzioni sugli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari*

LA COMMISSIONE

Visto l'art. 19, comma 2, del decreto 5 dicembre 2005 n. 252 (di seguito: decreto n. 252/2005) che attribuisce alla COVIP il potere di esercitare, anche mediante l'emanazione di istruzioni di carattere generale, la vigilanza sulle forme pensionistiche complementari;

Visto l'art. 19, comma 2, lett. g) del decreto n. 252/2005 che attribuisce alla COVIP il compito di vigilare sulle modalità di pubblicità, con facoltà di sospendere o vietare la raccolta delle adesioni in caso di violazione delle disposizioni stesse;

Visti gli articoli 18 e seguenti del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (di seguito: decreto n. 206/2005) recanti disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;

Visto l'articolo 23 della legge 28 dicembre 2005 n. 262 (di seguito: decreto n. 262/2005), recante disposizioni sui procedimenti per l'adozione di atti regolamentari e generali di competenza di talune Autorità, tra cui anche la COVIP;

Ritenuto opportuno dettare ulteriori Istruzioni, rispetto a quanto previsto nel sopra citato decreto n. 206/2005, sugli annunci pubblicitari inerenti le forme pensionistiche complementari vigilate dalla COVIP, al fine di garantire il rispetto da parte delle forme medesime dei principi di trasparenza e correttezza e tutelare l'adesione consapevole dei soggetti destinatari;

Tenuto conto delle indicazioni scaturite ad esito della procedura di consultazione degli organismi rappresentativi dei soggetti vigilati, dei prestatori dei servizi finanziari e dei consumatori, posta in essere dalla COVIP a

partire dall'8 febbraio 2007 ai sensi del sopra citato articolo 23 del decreto n. 262/2005;

ADOTTA:  
le seguenti istruzioni

***Istruzioni sugli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari***

**Art. 1**

*Ambito di applicazione*

1. Le seguenti Istruzioni riguardano gli annunci pubblicitari relativi a forme pensionistiche complementari diffusi attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione, anche per via telematica.
2. E' "annuncio pubblicitario", agli effetti delle presenti Istruzioni, ogni messaggio contenente informazioni relative a forme pensionistiche complementari, al fine di promuoverne le adesioni.

**Art. 2**

*Criteri generali per la predisposizione di annunci pubblicitari*

1. Gli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari devono essere facilmente individuabili come tali. Le informazioni contenute negli annunci devono essere espresse in modo chiaro e corretto, non equivoco e coerente con quelle riportate nelle note informative, negli statuti e regolamenti e, per i PIP, anche nelle condizioni generali di contratto.
2. Il messaggio pubblicitario trasmesso con l'annuncio non deve essere tale da indurre in errore circa le caratteristiche, la natura e i rischi delle forme pensionistiche complementari.
3. Nell'annuncio occorre specificare che il messaggio riguarda una o più forme pensionistiche complementari e va richiamata la necessità di leggere ~~la nota informativa, lo statuto/regolamento e, per i PIP, anche le~~

---

<sup>1</sup> Nel testo sono evidenziate le modifiche ed integrazioni introdotte con la Deliberazione

COVIP del 22 febbraio 2017, che entrano in vigore il 1° giugno 2017.

~~condizioni generali di contratto prima dell'adesione~~ **prima dell'adesione, la Sezione I della Nota informativa 'Informazioni chiave per l'aderente', e di precisare che maggiori informazioni sulla forma pensionistica sono rinvenibili nella Nota informativa completa, nello statuto /regolamento e, per i PIP, anche nelle condizioni generali di contratto, disponibili sul sito web del fondo.** Ogni annuncio deve recare, in modo leggibile, la seguente avvertenza "Messaggio promozionale riguardante forme pensionistiche complementari – prima dell'adesione leggere le ~~note informative e gli statuti/regolamenti~~" (e, per i PIP, anche le ~~condizioni generali di contratto~~) **la Sezione I della Nota informativa 'Informazioni chiave per l'aderente'.**

4. L'avvertenza di cui al comma precedente deve essere realizzata con caratteri di stampa tali da consentirne la facile lettura e, nel caso di utilizzazione di strumenti audiovisivi, deve essere riprodotta in audio e risultare di agevole ascolto.

5. In ogni annuncio pubblicitario deve essere sinteticamente indicato come è possibile ottenere ovvero consultare le note informative, gli statuti/regolamenti e, per i PIP, anche le condizioni generali di contratto, ovvero deve essere almeno riportato il sito *Internet* sul quale sono pubblicate le informazioni relative alle forme pensionistiche complementari indicate.

6. Espressioni quali "garanzia", "garantito" o termini analoghi che inducono a ritenere sussistente il diritto dell'iscritto ad una prestazione certa possono essere utilizzate solo se sussiste effettivamente un siffatto impegno giuridico.

7. Gli annunci pubblicitari devono essere presentati in modo da risultare chiaramente distinti rispetto ai messaggi pubblicitari o informativi relativi all'offerta di servizi o prodotti di altra natura.

### Art. 3

*Illustrazione dei rendimenti conseguiti e di altri dati*

1. L'annuncio pubblicitario che eventualmente riporti i rendimenti conseguiti dalla forma pensionistica complementare deve:

a) specificare l'arco temporale di riferimento per il calcolo del rendimento. L'arco temporale di riferimento, in coerenza con la natura di medio-lungo periodo dello strumento di previdenza complementare, deve essere pari a 5 anni solari e deve in ogni caso risultare prossimo alla data di diffusione dell'annuncio. ~~In sede di prima applicazione, il predetto arco temporale è individuato in 3 anni per gli annunci diffusi nell'anno 2007 e in 4 anni per quelli diffusi nell'anno 2008;~~

b) indicare la linea di investimento (comparto/fondo interno/gestione interna separata/OICR), o combinazione predefinita di linee, alla quale il rendimento si riferisce, specificando il relativo profilo di rischio;

c) in caso di rendimenti riferiti a specifiche classi di quote, indicare i relativi destinatari;

d) rappresentare i rendimenti della gestione al netto degli oneri gravanti indirettamente sull'aderente, ~~precisando, in ogni caso, se detta rappresentazione includa o meno gli oneri fiscali e degli oneri fiscali;~~

e) riportare con adeguata evidenza, tale da renderla facilmente leggibile, l'avvertenza "I rendimenti passati non sono necessariamente indicativi di quelli futuri". L'avvertenza deve essere riprodotta anche negli annunci pubblicitari diffusi attraverso strumenti audiovisivi ed essere di agevole lettura o ascolto da parte dei destinatari.

2. Il rendimento indicato deve essere quello medio annuo composto del periodo preso a riferimento. In alternativa, può essere indicato il rendimento riferito a ciascuno degli anni considerati senza annualizzare i rendimenti relativi ad eventuali frazioni di anno.

3. Gli annunci pubblicitari che riportino risultati di statistiche, studi o elaborazioni di dati, o comunque vi facciano riferimento, devono indicarne le fonti.

4. Eventuali rappresentazioni grafiche dei rendimenti devono essere effettuate in modo coerente con le modalità di rappresentazione utilizzate nelle note informative.

**Art. 4**

*Comparazione tra forme pensionistiche  
complementari*

1. L'eventuale comparazione di diverse forme pensionistiche complementari o linee di investimento deve contenere l'indicazione degli elementi di raffronto ed i dati riportati devono essere pubblicamente disponibili.
2. La comparazione inerente i rendimenti è consentita solo tra forme o linee caratterizzate da analoghi profili di rischio-rendimento.

**Art. 5**

*Entrata in vigore e norma transitoria*

1. Le presenti Istruzioni sono pubblicate sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana e nel Bollettino della COVIP.
2. Le presenti Istruzioni entrano in vigore il 10° giorno successivo alla loro pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.
3. Il materiale pubblicitario già prodotto e distribuito deve essere adeguato alle presenti Istruzioni entro 30 giorni dall'entrata in vigore delle stesse.

Il Presidente  
(Luigi Scimìa)