

COMUNICATO STAMPA

***Il cliente in primo piano: questo l'obiettivo prioritario
dei produttori e dei distributori di strumenti finanziari
Nel suo ultimo Quaderno la Consob ribadisce i capisaldi
della disciplina europea a tutela dei risparmiatori***

Il cliente come obiettivo prioritario dei produttori e dei distributori di strumenti finanziari. Chi progetta e chi offre al pubblico dei risparmiatori prodotti d'investimento deve sempre avere come stella polare di riferimento l'esigenza di definire l'identikit della clientela quanto, per esempio, a profilo di rischio, orizzonte temporale, disponibilità patrimoniali, per far sì che dalla prima fase della ideazione e fino al collocamento l'offerta corrisponda effettivamente alla domanda.

È questo uno dei capisaldi della disciplina europea in materia di servizi d'investimento (Mifid 2), che viene riaffermato con forza dalla Consob nel suo ultimo [Quaderno](#) dal titolo "Il *target market* nella disciplina della *product governance* quale presidio di tutela dell'investitore *retail*", da oggi sul sito dell'Istituto.

Gli autori, Michele Siri (Università di Genova), Fiamma Cambiano e Dario Colonnello (Consob), analizzano il ruolo dei produttori e dei distributori nel governo dei prodotti (*product governance*) che costituisce un aspetto chiave per la protezione dell'investitore, specie *retail*.

I produttori, nel progettare i vari strumenti da portare sul mercato finanziario, devono individuare i clienti "teorici o potenziali" a cui destinarli sulla base di caratteristiche come le competenze finanziarie, il livello patrimoniale e la propensione al rischio. Analogamente devono identificare i clienti per i quali determinati prodotti risultino non idonei. Lo stesso vale anche per gli intermediari che hanno il rapporto diretto con gli investitori nella fase di distribuzione dei prodotti a clienti "reali o effettivi".

Il [Quaderno](#) ricostruisce, inoltre, le attività svolte dall'Esma (*European Securities and Markets Authority*) e l'esperienza applicativa di alcuni Stati membri (Germania, Francia e Olanda). Dall'esame emerge che sussistono ancora differenze tra i diversi Paesi europei, un elevato tasso di formalismo in alcuni processi nonché difficoltà nell'individuare prodotti che offrano un reale valore aggiunto agli investitori.

Recenti iniziative europee come la Ris (*Retail Investment Strategy*) e la Siu (*Savings and Investments Union*) sono volte a rimuovere questi ostacoli. Nel Quaderno si chiarisce inoltre che le nuove tecnologie possono contribuire ad una maggiore semplificazione ed efficienza dei processi.

La protezione degli investitori è e resta il requisito necessario per accrescere la loro partecipazione al mercato finanziario europeo. Ciò è particolarmente vero nella fase di turbolenza che caratterizza l'attuale contesto geopolitico.

Roma, 2 luglio 2025