

IL PRIMO SETTIMANALE
SUI SECURITISED DERIVATIVES

COVERED WARRANT

L'ASSOCIAZIONE ITALIANA CERTIFICATI E PRODOTTI DI INVESTIMENTO DETTA LE REGOLE PER IL FUTURO

Acepi, un decalogo per il mercato

Gli associati sono Abn Amro, Banca Imi, Deutsche bank, Sal. Oppenheim, Société générale e Unicredit, ma per il 2008 si attendono nuove adesioni

DI ALBERTO MICHELI

Più volte, proprio su queste colonne, si è messo in evidenza come uno dei principali problemi del mercato dei certificati sia rappresentato paradossalmente dalla grande ampiezza dell'offerta disponibile, cui si aggiunge purtroppo una «variopinta» denominazione dei prodotti quotati: alcuni operatori preferiscono «contrassegnare» i propri strumenti con una terminologia ad hoc, enfatizzandone il «marchio» anche in presenza di strutture simili o addirittura identiche a quelle già disponibili sul mercato. Un investitore si viene così a trovare di fronte a prodotti analoghi, caratterizzati però da nomi e codici differenti, con un chiaro difetto di trasparenza che rischia di creare ancor più confusione di quella che già nasce spontaneamente quando una nuova realtà prova ad affermarsi. Accanto all'innegabile capacità d'innovazione che il SeDeX mette sempre in campo, il mercato dei certificati necessita oggi di una maggiore omogeneità e standardizzazione dell'offerta, oltre che di una migliore capacità di comunicare i propri elementi di attrattiva presso i potenziali utenti finali.

Un primo passo in questa direzione è stato fatto di recente da alcuni dei principali emittenti attivi a piazza Affari: sull'esempio di altri paesi europei come Germania e Svizzera, Abn Amro, Deutsche bank, Sal. Oppenheim, Société générale e Unicredit, a cui si è poi aggiunta anche Banca Imi, hanno contribuito alla fondazione di Acepi (Associazione italiana certificati e prodotti di investimento), con lo scopo di promuovere i prodotti di investimento (tra i quali certificati, covered warrants e obbligazioni strutturate) e di contribuire alla conoscenza dei medesimi e allo sviluppo sostenibile del mercato. L'Associazione, in tale contesto, intende favorire la circolazione di informazioni relative ai prodotti finanziari strutturati, tanto fra gli associati quanto tra questi ultimi, gli intermediari finanziari e il pubblico degli investitori. Tra le prime iniziative si segnala la redazione di un Decalogo (in vigore dal 17 ottobre scorso), al quale hanno aderito tutti gli associati, che stabilisce una serie di regole e impegni legati alla strutturazione e all'emissione dei certificati, nonché ad aspetti relativi all'offerta di tali titoli: l'obiettivo è quello di fornire agli investitori e agli intermediari un maggior grado di trasparenza e d'informazione, anche al fine di favorire l'efficienza del mercato. Il Decalo-



go può essere consultato sul portale dell'associazione (www.acepi.it) e comprende i seguenti punti: 1) La documentazione che accompagna ogni emissione sarà trasparente, completa e chiara. 2) Le informazioni riguardanti gli Emittenti saranno diffuse tempestivamente. 3) Il funzionamento del prodotto sarà spiegato con chiarezza. 4) Le informazioni sul sottostante saranno liberamente disponibili e trasparenti. 5) Gli Emittenti forniranno informazioni sull'andamento del prodotto anche successivamente all'acquisto. 6) Gli Emittenti forniranno i dettagli relativi alle modalità di formazione del prezzo dopo l'emissione. 7) Le informazioni sui costi saranno facilmente reperibili. 8) Gli Emittenti assicurano l'esistenza di un mercato secondario. 9) Conflitti di interessi. 10) Ogni Associato Acepi si impegna al rispetto del Decalogo. Nel corso del convegno «Dinamiche e Potenzialità di sviluppo del Mercato dei Certificati in Italia», tenutosi lo scorso 8 novembre presso l'Università Bicconi di Milano, sono stati approfonditi alcuni punti critici legati alla trasparenza e alla limitata conoscenza di questi strumenti in Italia: in quell'occasione, Nicola Francia, rappresentante di Abn Amro nel consiglio di amministrazione di Acepi, ha messo in evidenza lo sforzo che gli emittenti aderenti all'Associazione stanno facendo anche in tema di «classificazione dei prodotti e omogeneizza-

zione dei nomi. In particolare, al fine di promuovere la conoscenza dei certificati e di rendere ancora più immediata la loro classificazione, Acepi ha realizzato una prima catalogazione dei certificati quotati sul mercato italiano, identificando quattro macrocategorie di riferimento: a) Prodotti a Leva; b) Prodotti a Capitale Protetto/Garantito; c) Prodotti a Capitale Condizionatamente Protetto/Garantito; d) Prodotti a Capitale Non Protetto/Non Garantito. All'interno di ogni categoria sono state poi accorpate le varie tipologie di certificati, sulla base delle caratteristiche tecniche di ogni singolo strumento. L'auspicio è che col tempo si riesca, almeno tra gli associati, a definire una terminologia standard sotto cui far convergere tutte le proposte omogenee tra loro. Attualmente fanno parte di Acepi 6 emittenti su 15 (Abn Amro, Banca Imi, Deutsche bank, Sal. Oppenheim, Société générale e Unicredit), che rappresentano però circa il 70% del mercato in termini contrattati scambiati. Nei prossimi mesi ci si può però attendere un'adesione più massiccia, dal momento che l'affermazione dei certificati come strumenti di massa rappresenta l'obiettivo primario di tutti gli operatori, prima ancora del successo personale. Prima di «spartirsi la torta» occorre infatti farla «lievitare», in modo da garantire ai clienti un servizio all'altezza. Il tutto sempre nel rispetto della capacità ricettiva del mercato, cioè senza rischiare di provocare un'indigestione. (riproduzione riservata)

TRA I PRIMI OBIETTIVI UN'OFFERTA STANDARD

Sul sito
www.milanofinanza.it/cw
(la registrazione è gratuita)

Le classifiche e le analisi operative di CW.
• i cw migliori
• i cw peggiori
• i cw più rischiosi
• i cw più speculativi
• i cw più scambiati
• i cw più attivi
• i cw più convenienti
In più ogni settimana le graduatorie divise in itm/atm/otm, e il listino completo scaricabile in Excel