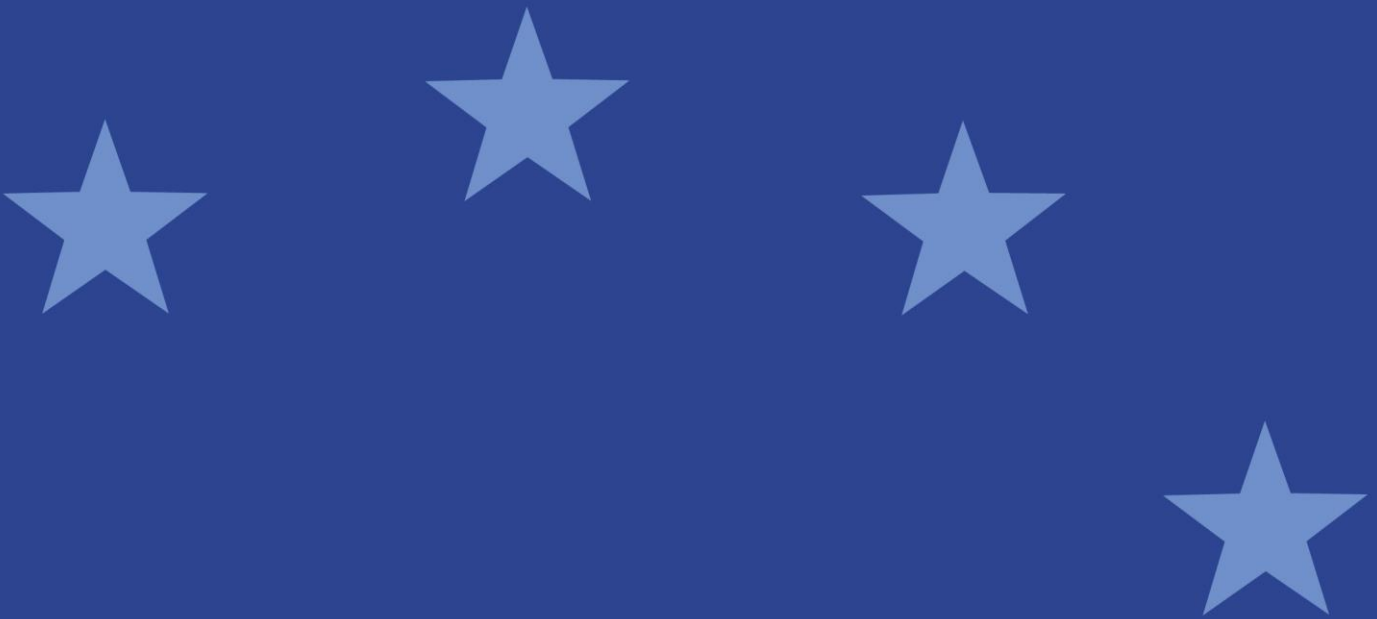




European Securities and
Markets Authority

Orientamenti relativi al regolamento sugli abusi di mercato (MAR)

Persone che ricevono i sondaggi di mercato



Indice

1	Ambito di applicazione.....	3
2	Riferimenti, abbreviazioni e definizioni.....	3
3	Scopo.....	4
4	Obblighi di conformità e di comunicazione.....	4
4.1	Status degli orientamenti.....	4
4.2	Obblighi di comunicazione.....	4
5	Orientamenti per le persone che ricevono sondaggi di mercato	5

1 Ambito di applicazione

Chi?

1. I presenti orientamenti si applicano alle autorità competenti e alle persone che ricevono i sondaggi di mercato.

Cosa?

2. I presenti orientamenti si applicano in relazione ai fattori, alle misure e alle registrazioni che le persone che ricevono i sondaggi di mercato dovranno prendere in considerazione e adottare in conformità con l'articolo 11, paragrafo 11 del regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio.

Quando?

3. I presenti orientamenti saranno applicabili a partire da 10/01/2017.

2 Riferimenti, abbreviazioni e definizioni

Regolamento ESMA	Regolamento (UE) n. 1095/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 novembre 2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati), modifica la decisione n. 716/2009/CE e abroga la decisione 2009/77/CE della Commissione
------------------	---

MSR (<i>person receiving the market sounding</i>)	Persona che riceve il sondaggio di mercato
---	--

DMP (<i>disclosing market participant</i>)	Partecipante al mercato che comunica le informazioni
--	--

Regolamento MAR	Regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 aprile 2014, relativo agli abusi di mercato (regolamento sugli abusi di mercato) e che abroga la direttiva 2003/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e le direttive 2003/124/CE, 2003/125/CE e 2004/72/CE della Commissione
-----------------	--

Norme tecniche di regolamentazione (<i>regulatory technical standards, RTS</i>) sui sondaggi di mercato	Regolamento delegato (UE) 2016/960 della Commissione, del 17 maggio 2016, che integra il regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sulle modalità, le procedure e i sistemi opportuni applicabili ai partecipanti al mercato che
---	--

comunicano le informazioni quando effettuano sondaggi di mercato

3 Scopo

4. L'articolo 11, paragrafo 11 del regolamento MAR dispone che l'ESMA è tenuta a pubblicare orientamenti diretti alle persone che ricevono i sondaggi di mercato (MSR), per quanto riguarda:
 - a) i **fattori** che tali persone devono prendere in considerazione quando le informazioni sono loro comunicate nell'ambito di un sondaggio di mercato al fine di poter valutare se le informazioni si configurano come informazioni privilegiate;
 - b) le **misure** che tali persone devono adottare se sono state loro comunicate informazioni privilegiate al fine di conformarsi agli articoli 8 e 10 del regolamento MAR; nonché
 - c) le **registrazioni** che tali persone devono custodire per dimostrare di essersi conformate agli articoli 8 e 10 del regolamento MAR.
5. Lo scopo dei presenti orientamenti consiste nel garantire un approccio comune, uniforme e coerente in relazione ai requisiti ai quali sono soggetti le persone che ricevono i sondaggi di mercato. I presenti orientamenti mirano a ridurre il rischio complessivo di divulgazione delle informazioni privilegiate comunicate nel quadro del sondaggio di mercato e a fornire alle autorità competenti gli strumenti adeguati per condurre indagini in modo efficace sui casi sospetti di abuso di mercato.

4 Obblighi di conformità e di comunicazione

4.1 Status degli orientamenti

6. Il presente documento contiene orientamenti emanati ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 11 del regolamento MAR. Le autorità competenti e i partecipanti ai mercati finanziari sono tenuti a compiere ogni sforzo per conformarsi agli orientamenti e alle raccomandazioni.

4.2 Obblighi di comunicazione

7. Le autorità competenti a cui si applicano i presenti orientamenti devono notificare all'ESMA se si sono conformate o intendono conformarsi agli orientamenti, indicando le motivazioni per la mancata conformità, entro due mesi dalla data di pubblicazione da parte dell'ESMA

all'indirizzo [MARguidelinesGL2@esma.europa.eu]. In caso di mancata risposta entro tale termine, le autorità competenti saranno ritenute non conformi. Sul sito web dell'ESMA è disponibile un modello per le notifiche.

8. Le persone che ricevono i sondaggi di mercato non sono tenute a comunicare la propria conformità ai presenti orientamenti.

5 Orientamenti per le persone che ricevono sondaggi di mercato

1. Procedure interne e formazione del personale

9. I MSR sono tenuti a stabilire, adottare e mantenere procedure interne appropriate e proporzionate alla portata, alla dimensione e alla natura della propria attività aziendale, al fine di:
 - a. garantire che, laddove il MSR designi una persona o un punto di contatto specifico affinché riceva i sondaggi di mercato, tale informazione sia resa disponibile al DMP;
 - b. garantire che le informazioni ricevute nel quadro del sondaggio di mercato siano comunicate in via privilegiata esclusivamente tramite canali di comunicazione predeterminati e su base strettamente confidenziale;
 - c. garantire che i singoli individui, ruoli od organi incaricati di valutare se il MSR sia in possesso di informazioni privilegiate come conseguenza del sondaggio di mercato siano chiaramente identificati e adeguatamente formati a tale scopo;
 - d. gestire e controllare il flusso delle informazioni privilegiate derivanti dal sondaggio di mercato tra il MSR e il personale a lui sottoposto, affinché il MSR e il personale a lui sottoposto ottemperino agli articoli 8 e 10 del regolamento MAR.
10. Il MSR è tenuto a garantire che il personale che riceve ed elabora le informazioni ottenute nel quadro del sondaggio di mercato sia adeguatamente formato in merito alle relative procedure interne e ai divieti, ai sensi degli articoli 8 e 10 del regolamento MAR, derivanti dal possesso di informazioni privilegiate. La formazione dovrà essere appropriata e proporzionata alla portata, alla dimensione e alla natura dell'attività aziendale del MSR.

2. Comunicazione della volontà di non ricevere sondaggi di mercato

11. Dopo essere stato contattato da un DMP, il MSR è tenuto a notificare se desidera non ricevere sondaggi di mercato futuri in relazione a tutte le potenziali operazioni o a tipi particolari di potenziali operazioni.

3. Valutazione del MSR in merito al possesso di informazioni privilegiate come conseguenza del sondaggio di mercato e al momento di cessazione del possesso delle informazioni privilegiate

12. I MSR sono tenuti a valutare in modo indipendente se sono in possesso di informazioni privilegiate come conseguenza del sondaggio di mercato, prendendo in considerazione come fattori rilevanti la valutazione del DMP e tutte le informazioni disponibili ai singoli individui, ruoli od organi incaricati presso il MSR di svolgere tale valutazione, ivi incluse le informazioni ottenute da fonti diverse dal DMP. In fase di svolgimento di tale valutazione, i singoli individui, ruoli od organi non dovranno essere tenuti ad accedere a informazioni al di là di eventuali barriere informative stabilite presso il MSR.

13. In seguito alla notifica da parte del DMP che le informazioni comunicate nel quadro del sondaggio di mercato hanno cessato di essere informazioni privilegiate, i MSR sono tenuti a valutare in modo indipendente se rimangono in possesso di informazioni privilegiate, prendendo in considerazione la valutazione del DMP e tutte le informazioni disponibili ai singoli individui, ruoli od organi incaricati presso il MSR di svolgere tale valutazione, ivi incluse le informazioni ottenute da fonti diverse dal DMP. In fase di svolgimento di tale valutazione, i singoli individui, ruoli od organi non dovranno essere tenuti ad accedere a informazioni al di là di eventuali barriere informative stabilite in seno al MSR.

4. Valutazione degli strumenti finanziari collegati

14. Laddove il MSR abbia valutato di essere in possesso di informazioni privilegiate come conseguenza del sondaggio di mercato, al fine di ottemperare all'articolo 8 del regolamento MAR, il MSR è tenuto a identificare tutti gli emittenti e gli strumenti finanziari ai quali ritengono siano collegate le suddette informazioni privilegiate.

5. Verbali o annotazioni scritte

15. Laddove, in conformità con l'articolo 6, paragrafo 2, lettera d), delle norme tecniche di regolamentazione (RTS) sui sondaggi di mercato, il DMP abbia redatto verbali o resoconti scritti delle riunioni o delle conversazioni telefoniche non registrate, i MSR sono tenuti, entro cinque giorni lavorativi dal loro ricevimento, a:

- a. firmare i suddetti verbali o resoconti, laddove accettino il loro contenuto; o
- b. fornire al DMP la propria versione dei suddetti verbali o resoconti debitamente firmata, laddove non accettino il loro contenuto.

6. Tenuta delle registrazioni

16. I MSR sono tenuti a conservare le registrazioni su un supporto durevole che garantisca l'accessibilità e la leggibilità per un periodo di conservazione pari almeno a cinque anni dei seguenti elementi:

- a. le procedure interne di cui al paragrafo 1;

- b. le notifiche di cui al paragrafo 2;
- c. le valutazioni di cui al paragrafo 3 e i motivi delle stesse;
- d. le valutazioni degli strumenti collegati di cui al paragrafo 4;
- e. le persone che lavorano alle loro dipendenze ai sensi di un contratto di impiego, oppure svolgono diversamente incarichi per mezzo dei quali hanno accesso alle informazioni comunicate nel quadro dei sondaggi di mercato, elencate in ordine cronologico per ciascun sondaggio di mercato.