

## **CONSELHO DE REGULAÇÃO E MELHORES PRÁTICAS**

### **DELIBERAÇÃO Nº 04**

O Conselho de Regulação e Melhores Práticas, no exercício das atribuições a ele conferidas pelo Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para a Atividade de Private Banking (“Código”):

#### **Delibera que:**

Em razão da necessidade de se estabelecer regras para divulgação de publicidade, material publicitário, material técnico ou propaganda institucional elaborado pelas Instituições Participantes, O Conselho de Regulação e Melhores Práticas aprovou, nos termos do Capítulo VII do Código, as Diretrizes para Publicidade e divulgação de Material Técnico para Atividade e Produtos de Investimento do Private Banking, conforme Anexo I deste documento.

Esta Deliberação entra em vigor em 1º de abril de 2015.

São Paulo, 26 de março de 2015.

Flávio Augusto Aguiar de Souza

**Presidente do Conselho de Regulação e Melhores Práticas de Private**

#### **Rio de Janeiro**

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)

#### **São Paulo**

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

## Anexo I

### CONSELHO DE REGULAÇÃO E MELHORES PRÁTICAS

#### DIRETRIZES PARA PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO DE MATERIAL TÉCNICO PARA ATIVIDADE E PRODUTOS DE INVESTIMENTO DO PRIVATE BANKING

##### CAPÍTULO I – OBJETO

**Art. 1º** - A presente diretriz tem por objetivo disciplinar a Publicidade e Divulgação de Material Técnico para a Atividade e Produtos de Investimento do Private Banking e complementa o Capítulo VI do Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para a Atividade de Private Banking (“Código”).

**Parágrafo único** – Os conceitos estabelecidos nesta diretriz se destinam, exclusivamente, às relações entre as Instituições Participantes e cliente ou potenciais clientes do Private Banking, não sendo aplicável nas relações restritas entre as Instituições Participantes e seus funcionários, ou entre as próprias Instituições Participantes.

**Art. 2º** - Para os fins desta diretriz:

I – “Publicidade”: significa toda comunicação que tenha por objeto propaganda institucional e estratégia mercadológica da atividade e de produtos de investimento do Private Banking, entre Instituições Participantes e clientes ou potenciais clientes, por meio de mídia pública, disponibilizado em agências, locais públicos, mala direta, e-mail marketing, eventos específicos de Private Banking, terminais de autoatendimento ou quaisquer outros veículos e sítios públicos (televisivo, impresso, radiofônico, digital, audiovisual e tecnologias que possam surgir), de acordo com os conceitos abaixo:

(a) “Material Publicitário”: significa o material utilizado com objetivo comercial e fruto de estratégia mercadológica, visando a comercialização de atividades e produtos de investimento do Private Banking; e

(b) “Propaganda Institucional”: significa o material utilizado com objetivo de estratégia de comunicação por empresas do mesmo conglomerado ou grupo financeiro das Instituições

Rio de Janeiro

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)

São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

Participantes quando relativas às atividades e/ou aos produtos de investimento do segmento de Private Banking.

II - “Material Técnico”: significa o material solicitado à Instituição Participante pelo investidor ou potencial investidor, sendo estes destinatários específicos, com objetivo de dar suporte a uma decisão de investimento.

## CAPÍTULO II – MELHORES PRÁTICAS

**Art. 3º** - As Instituições Participantes devem observar os princípios que regem as melhores práticas de mercado no tocante à Publicidade e divulgação de Material Técnico, não se limitando a estas diretrizes. São considerados como princípios de melhores práticas:

I – Objetividade e relevância: As informações disponibilizadas devem ser objetivas, pertinentes ao processo de decisão, sendo tratados de forma técnica assuntos relativos à performance passada e privilegiando as informações de longo prazo em vez daquelas de curto prazo;

II – Consistência, atualidade e regularidade: As informações apresentadas de forma constante e regular devem manter a mesma linha de conteúdo e forma e, na medida do possível, incluir a informação mais recente disponível, de tal maneira que não sejam alterados os períodos de análise buscando ressaltar períodos de boa rentabilidade, descartando períodos desfavoráveis, ou interrompendo sua recorrência e periodicidade especialmente em razão da performance;

III – Transparência e clareza: As informações disponibilizadas devem buscar a transparência, clareza e precisão das informações, fazendo uso de linguagem adequada ao público alvo, não induzindo a erro ou decisões equivocadas de contratação de atividades ou de produtos de investimento específicos do Private Banking;

IV – Comparabilidade: As informações disponibilizadas devem privilegiar dados de fácil comparabilidade. Caso não sejam usados métodos de cálculo universais, deve ser indicado o local ou a forma pela qual o cliente do Private Banking pode obter informações sobre a metodologia utilizada;

V – Concorrência leal: As informações disponibilizadas ou omitidas não podem promover determinadas Instituições Participantes em detrimento dos seus concorrentes, sendo permitida a comparação entre Instituições Participantes, suas atividades e produtos de investimento específicos do Private Banking, desde que a comparação não contenha juízo de valor;

VI – Adequação: As Instituições participantes devem envidar seus melhores esforços no sentido de produzir Publicidade ou Material Técnico adequado ao seu público alvo, buscando minimizar incompreensões quanto ao seu conteúdo, e privilegiando informações necessárias para a tomada de decisão de clientes e potenciais clientes.

Rio de Janeiro

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

### CAPÍTULO III – REGRAS GERAIS

**Art. 4º** - A Publicidade e o Material Técnico das atividades e produtos de investimento específicos do Private Banking devem:

- I – Conter informações alinhadas com a documentação do produto, quando for o caso;
- II – Não assegurar, prometer ou sugerir a existência de garantia de resultados futuros ou isenção de risco para o investidor;
- III – Não estabelecer qualificações injustificadas, superlativos não comprovados, opiniões ou previsões para as quais não exista uma base técnica.

**Art. 5º** - Não são considerados como Publicidade ou Material Técnico para efeitos desta diretriz:

- I – Formulários cadastrais, questionários de perfil do investidor ou perfil de investimento, materiais destinados à comunicação de alterações de endereços, telefones, pessoal ou outras informações de simples referências para o cliente do Private Banking;
- II – Saldos, extratos e demais materiais destinados à simples apresentação de posição financeira, movimentação e rentabilidade, desde que restrito a estas informações ou assemelhadas;
- III – Propaganda das Instituições Participantes ou de empresas do mesmo conglomerado ou grupo financeiro da Instituição Participante, que apenas faça menção a Private Banking como atividade, ou do departamento e/ou empresa de administração, gestão ou distribuição de produtos de investimento do Private em conjunto com os outros departamentos ou empresa que desenvolvam outros negócios do conglomerado ou grupo financeiro;
- IV – Materiais de cunho estritamente jornalístico, inclusive entrevistas, divulgadas em quaisquer meios de comunicação;
- V – demais materiais, informações e relatórios solicitados pelo cliente do Private Banking.

**Art. 6º** - As Instituições Participantes deverão observar quando se tratar de Publicidade de Fundos de Investimento, além das disposições do Código e destas Diretrizes, o disposto no Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para Fundos de Investimento e as Diretrizes para Publicidade e Divulgação de Material Técnico de Fundos de Investimento.

**Parágrafo único** – O selo utilizado na Publicidade de Fundos de Investimento pela área de Private Banking será o do produto, nos termos do art. 17, parágrafo único, do Código.

Rio de Janeiro

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

## CAPÍTULO IV – DAS QUALIFICAÇÕES

**Art. 7º** - São consideradas qualificações (“Qualificações”) para efeitos desta diretriz, quaisquer premiações, *rankings*, títulos, análises, relatórios ou assemelhados, que qualifiquem a Instituição Participante na atividade de Private Banking.

**Art. 8º** - Na divulgação de Qualificações em Publicidade ou Material Técnico de atividades ou de produtos de investimento específicos do Private Banking, devem ser atendidos cumulativamente os seguintes requisitos:

I – Informar a última Qualificação obtida, contendo a referência de data e a fonte pública responsável;

II – Somente divulgar Qualificações que sejam baseadas em metodologia pública, transparente, de fácil acesso e replicável ao menos no que faz referência aos critérios de seleção do universo comparável;

III – Considerar a similaridade entre os Produtos de Investimento do Private, tais como tamanho, liquidez, ou similaridade entre as Instituições Participantes, se a qualificação fizer referência a esta; e

IV – Somente divulgar Qualificações que considerem períodos mínimos de 12 (doze) meses.

**Art. 9º** - Na divulgação de Qualificação em Publicidade e Material Técnico é vedado:

I – Dar entendimento mais amplo do que o explicitamente declarado na Qualificação;

II – Adicionar qualquer material analítico (quantitativo ou qualitativo) que não faça parte do original da Qualificação;

III – Divulgar Qualificação que não esteja vinculada à Instituição Participante ou a atividade de Private Banking; e

IV – Divulgar Qualificação que faça uso de padrões não alinhados com este capítulo.

## CAPÍTULO VI – DOS AVISOS OBRIGATÓRIOS

**Art. 10** – As Instituições Participantes deverão observar, para toda e qualquer Publicidade ou Material Técnico das atividades e produtos de investimento específicos do Private Banking, as disposições desta diretriz e do Código.

Rio de Janeiro

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

**§1º** - A utilização do selo ANBIMA, conforme Anexo II destas Diretrizes, é obrigatória em toda e qualquer Publicidade ou Material Técnico, excetuadas as veiculações em áudio ou exclusivamente em texto, de natureza digital, que não permitem, por restrições técnicas, o uso ou a formatação de imagens.

**§2º** - As Instituições Participantes deverão, em suas Publicidades e Materiais Técnicos, adicionar aviso com o seguinte teor:

**ESTA PUBLICIDADE E/OU MATERIAL TÉCNICO SEGUE O CÓDIGO ANBIMA DE REGULAÇÃO E MELHORES PRÁTICAS PARA A ATIVIDADE DE PRIVATE BANKING. A VINCULAÇÃO DO SELO NÃO IMPLICA POR PARTE DA ANBIMA GARANTIA DE VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS.**

**Art. 11** – Em relação à inserção do aviso previsto no §2º do art. 10 destas Diretrizes:

- I. No uso de mídia impressa e por meios digitais escritos, a escolha do tamanho do texto e a localização do aviso devem ser feitas de forma a permitir sua clara leitura e compreensão;
- II. Caso se dê por meio de recurso apenas de áudio, o aviso deve ser objeto de locução pausada e em tempo adequado para a compreensão de seu conteúdo;
- III. No caso de mídia áudio visual, inclusive digital, o aviso deve ser objeto de:
  - a) Pausada leitura durante fração de tempo adequada para o claro entendimento de seus dizeres; ou
  - b) Exposição visual de cada do aviso aplicável, de maneira clara, com seu enunciado destacado, em formato, espaço e tamanho de fonte de fácil leitura, e durante fração de tempo suficiente que permita o claro entendimento de seus dizeres.

**Rio de Janeiro**

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

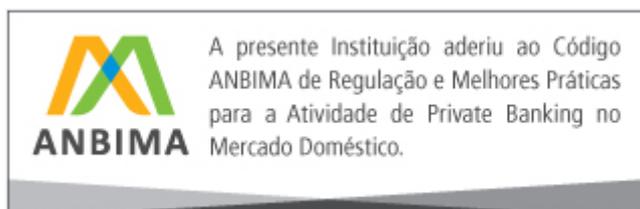
[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)

**São Paulo**

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230

## ANEXO II

As Instituições Participantes devem, nos termos do art. 10, §1º, considerar o selo ANBIMA descrito abaixo para Publicidade e Divulgação de Material Técnico.



### Rio de Janeiro

Avenida República do Chile, 230 13º andar  
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil  
+ 55 21 3814 3800 Fax 21 3814 3880/3960

[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)

### São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501 11º e 21º andares  
05425-070 São Paulo SP Brasil  
+ 55 11 3032 3838 | 3471 4200 Fax 11 3034 1903 | 3471 4230