



Recentemente è stato pubblicato il “**Survey of Investment Community 2014**”, promosso da Brunswick Group, società di consulenza in comunicazione corporate.

L'indagine, condotta online attraverso la somministrazione di un questionario, è arrivata alla sua quarta edizione. Hanno risposto al questionario 472 persone tra analisti e investitori istituzionali (48% buy-side e 52% sell-side) che operano in America, Europa e Asia.

Tra i cosiddetti **buy-side**, il 21% è rappresentato da Fondi Comuni, l'11% da Hedge Fund, il 5% da Fondi Pensione, il 2% da società assicurative e il restante 11% da altri soggetti non specificati. Tra i sell-side troviamo principalmente analisti/ricercatori, il 48% del campione, mentre è poco rappresentata, solamente l'1%, la categoria dei consulenti di investimento/manager. Il restante 1%, residuale, è rappresentato da altri operatori sell-side.

L'indagine fornisce importanti spunti di riflessione su quali potrebbero essere, in futuro, i canali informativi nel mondo degli investimenti.

Vediamo i principali risultati:

Ad oggi la maggior influenza nelle scelte di investimento degli operatori finanziari continua ad arrivare dalle informazioni ricevute direttamente dalle società. Nello specifico, continuano a ricoprire un ruolo determinante le notizie che emergono a seguito di un rapporto diretto con il management.

Nonostante ciò, l'indagine rileva un aumento considerevole dell'influenza derivante da servizi di informazione real-time (quali Bloomberg), da ricerche degli analisti e dai media digitali.

Emerge invece un trend negativo per quanto riguarda l'influenza dei media tradizionali e le analisi dirette del mercato primario.

La ricerca mette in evidenza l'importanza dei blog:

il 58% degli intervistati ha dichiarato di aver approfondito un determinato argomento dopo aver consultato un blog e il 27% di aver effettuato un investimento dopo aver letto, sempre su un blog, una determinata notizia.

Per quanto riguarda le aspettative future, l'indagine evidenzia che il 70% degli investitori (64% Europa, 70% USA, 79% Asia) ritiene che i media avranno un ruolo sempre maggiore sulle scelte di investimento di tipo finanziario.

Non potevano mancare i social network: anche per loro il trend è positivo. Aumenta l'influenza di Twitter e, in generale, viene premiata la possibilità di interagire con altre piattaforme creando un flusso di informazioni continuo e costantemente aggiornato.

Il digitale sembra quindi essere in forte aumento. Del resto, nel mondo finanziario la tecnologia ha sempre avuto un ruolo determinante e gli operatori cercano sempre di sfruttare le importanti e continue innovazioni.

Le informazioni sono un bene prezioso e non sorprende quindi la crescita di tutti quegli strumenti che consentono di ottenere aggiornamenti in real-time, spesso a basso costo (anche se non dobbiamo dimenticare che alcune piattaforme sono molto onerose).

Avere accesso ad un numero elevato di informazioni può però nascondere dei rischi per i risparmiatori/investitori. Sul web è facile reperire informazioni finanziarie, report su singoli titoli, segnali operativi ecc... ma è opportuno che il risparmiatore/investitore non si sostituisca al professionista.

E' necessario saper valutare le informazioni, spesso molto complesse e di difficile interpretazione. E', quindi, consigliabile evitare il fai-da-te.

Ricordiamo, inoltre, che la stessa indagine oggetto di questo articolo riguarda professionisti del settore in grado di valutare le informazioni.

La ricerca non ci fornisce dati sui singoli Paesi e non siamo quindi in grado, sulla base dell'indagine condotta da Brunswick, di fare considerazioni precise sull'Italia. E', però, ormai noto il gap che separa l'Italia da altri paesi in tema di digitale. Possiamo augurarci che i dati emersi siano un ulteriore stimolo affinché, anche in Italia, si continui a lavorare e sviluppare tutto ciò che riguarda il digital e i social media.

*di Danilo Abis*