

ESMA SULLE RACCOMANDAZIONI D'INVESTIMENTO DEGLI INFLUENCER

L'autorità europea prende di mira i soggetti che via social danno suggerimenti finanziari. Con l'obiettivo di proteggere i risparmiatori dalle illusioni del mondo virtuale. E dai pump&dump

di Luca Zitiello - Contributor WE

Esma ha recente emanato uno statement sulle raccomandazioni di investimento focalizzandosi su quelle che vengono diffuse mediante l'impiego dei social media. Seppur non richiamato esplicitamente, l'esigenza di fornire precisazioni al pubblico degli investitori nasce dal caso GameStop sviluppatosi negli Stati Uniti e, peraltro, già analizzato dalla Consob Europea in passato in una prospettiva comunitaria.

L'Autorità è opportunamente intervenuta lo scorso 28 ottobre su un settore, quale quello delle raccomandazioni di investimento, che riveste una notevole importanza e delicatezza per via della sempre maggiore della capacità delle raccomandazioni stesse di influenzare gli investitori soprattutto attraverso la potenza dei social media che fungono da sistema organizzato di amplificazione del contenuto dei messaggi con la loro indubbia capacità di raggiungere il pubblico in modo sempre più capillare. Stiamo parlando di quelle raccomandazioni di investimento che non si concretizzano nella prestazione del servizio di consulenza finanziaria, in quanto manca l'elemento della personalizzazione, essendo non one to one, ma one to all. Si tratta quindi di un'attività non sottoposta a riserva ed autorizzazione, ma liberamente esercitabile da chiunque, seppur nel rispetto di regole ben precise. Il regolamento sul market abuse le definisce come quelle informazioni che raccomandano o suggeriscono, esplicitamente o implicitamente, una strategia di investimento su strumenti finanziari o emittenti ivi compresi pareri sul valore o sul loro prezzo presente o futuro rivolte al pubblico ed ai canali di distribuzioni, con ciò intendendosi report di analisi finanziaria, articoli, media tradizionali ed i social media. Seppur normalmente le raccomandazioni sono prodotte da banche, broker o da analisti finanziari, la normativa di riferimento considera anche la figura degli esperti, ossia di quei soggetti che propongono ripetutamente decisioni di investimento e che si presentano come dotati di competenza e di esperienza finanziaria e che propongono

la raccomandazione in modo tale da indurre gli altri a ritenere ragionevolmente di possedere tali qualità. Ecco il punto di contatto con i social media che sono il luogo ideale per sostenere o far credere di essere esperti di una determinata materia finendo per poter condizionare i comportamenti degli utenti. Per inquadrare il fenomeno basta pensare alla nascente figura degli influencer ed alla loro capacità di "influenzare" i comportamenti dei loro follower. Una capacità di condizionamento che, secondo il più

elementare principio dell'"effetto pecora", trova spesso maggior vigore più dal numero dei seguaci, che dal contenuto di professionalità intrinseca dei messaggi. Il problema su cui intende intervenire Esma è proprio il potenziale intrinseco di forte disorientamento che può ricadere sugli investitori. Di qui il richiamo al rispetto delle regole esistenti che prevedono che le raccomandazioni di investimento debbano essere chiare, trasparenti affinché un investitore prima di assumere ogni decisione possa giudicare la loro credibilità ed oggettività. Si devono indicare l'identità di tutte le persone che hanno concorso alla loro produzione, unitamente alla chiara esplicitazione della presenza di interessi

IN PILLOLE

Il problema è il potenziale disorientamento che può ricadere sugli investitori. Di qui, il richiamo al rispetto delle regole, che devono estendersi alla rete, dove serve chiarezza e trasparenza

e di conflitti di interessi da parte di chi la produce rispetto alla raccomandazione stessa. Troppo spesso si dimentica che le regole del mondo reale vigono, a maggior ragione, anche in quello virtuale. Troppo spesso le persone pensano che internet ed i social media rappresentino un "spazio libero" che consenta comportamenti chiaramente vietati nella vita normale. Ha fatto bene Esma ad intervenire pubblicamente ed a chiarire a tutti con un linguaggio semplice e basilare che il fenomeno esiste, che il problema è grave e che le norme ci sono e saranno applicate dalle Autorità di vigilanza dei singoli Stati membri.

LEGGI



Il caso Game-stop spiegato
In questo articolo viene citato un video di sei minuti in cui Martin Armstrong, gestore di hedge fund di lungo corso, racconta il fenomeno.