

# FONDI & SICAV

CONOSCERE PER INVESTIRE AL MEGLIO

anno 17 - numero 169 - novembre 2024



LA SORPRESA DELL'AZIONARIO EMERGENTE

SCELTE D'INVESTIMENTO SU MISURA

# SOMMARIO

Numero 169  
novembre 2024  
anno 17

editore  
Giuseppe Riccardi

direttore  
Giuseppina Parini

vice direttore  
Boris Secciani (ufficio studi)

progetto grafico e impaginazione  
Elisa Terenzio, Stefania Sala

collaboratori  
Stefania Basso,  
Paolo Bruno, Arianna Caviglioli,  
Paolo Andrea Gemelli,  
Rocki Gialanella, Mark William Lowe,  
Fabrizio Pirolli, Pier Tommaso Trastulli,  
Emanuela Zini

redazione e pubblicità  
Viale San Michele del Carso 1  
20144 Milano,  
T. 02 320625567

casa editrice  
**GMR**  
Viale San Michele del Carso 1  
20144 Milano,  
T. 02 320625567

direttore responsabile  
Alessandro Secciani

stampa  
**Tatak S.r.l.s.**  
www.tatak.it

Autorizzazione n.297  
dell'8 maggio  
2008  
del Tribunale di Milano

immagini usate su licenza di  
**Shutterstock.com**

3 **EDITORIALE**

6 **GEOPOLITICA**  
Tunisia, tante speranze deluse

8 **OSSERVATORIO ASIA**  
Tailandia, alla ricerca di un equilibrio

10 **FACCIA A FACCIA CON IL GESTORE**  
Donatella Principe, director market and distribution strategy, Fidelity International  
«Tanti segnali dai mercati»

Sebastiano Pirro, portfolio manager, Algebris Investments  
«Un buon valore nei titoli finanziari»

14 **LA SORPRESA DELL'AZIONARIO EMERGENTE**  
Una ripresa secolare

26 **OIL&GAS**  
Compromesso in vista tra green e petrolio

30 **FEDERATED HERMES**  
Tante small e mid cap Usa da comprare

32 **FLOSSBACH VON STORCH**  
«Chi ben acquista è alla metà del profitto»

34 **INVESCO RACCONTA**  
Il contropiede della Fed come Italia-Germania

36 **LOMBARD ODIER INVESTMENT MANAGERS**  
Più in forma, più felici, più produttivi con l'Ai?

39 **FOCUS ALLA RICERCA DEL RENDIMENTO**  
Opportunità nelle diverse asset class

46 **FUTURE**  
Un futuro conversazionale in azienda

48 **OSSERVATORIO BUSINESS INTELLIGENCE**  
La rapida crescita dell'auto elettrica

51 **OSSERVATORIO RISCHIO**  
«Ai, dobbiamo essere i piloti delle nostre menti»

54 **OSSERVATORIO EDUCAZIONE FINANZIARIA**  
Tradurre l'abbondanza in conoscenza»

56 **BANCA GENERALI**  
Gestioni patrimoniali su misura

57 **FAIROAKS**  
Parte il primo Etf attivo di Clo AAA

58 **LA FINANZA E LA LEGGE**  
Uniformata l'attività di concessione dei prestiti dei fia

61 **CONSULENTI&RETI**  
Nicola Ronchetti

67 **INCHIESTA**  
Non sempre i clienti ci stanno



# Tradurre l'abbondanza in conoscenza

di **Fabrizio Pirolli** \* e **Pier Tommaso Trastulli** \*\*

Leggenda vuole che l'inventore del gioco degli scacchi, Sissa Nassir, al principe che voleva ricompensarlo per averlo finalmente liberato dalla noia chiese un chicco di grano raddoppiato per ciascuna delle 64 caselle della scacchiera. Il potere della progressione geometrica impedì però al sovrano di adempiere al suo impegno: alla sessantaquattresima casella il totale arrivava alla impressionante cifra di 18.446.744.073.709.551.615 chicchi di grano, per la quale ci sarebbe voluto molto più di un raccolto. Nell'era digitale, se ogni chicco di grano rappresentasse un'unità di informazione digitale, l'intero raccolto equivarrebbe a 16 exabyte, ovvero 0,016 zettabyte. E dire che secondo il rapporto di ricerca Idc Global DataSphere solo nel 2020 sono stati creati o replicati circa 64,2 zettabyte di dati a livello mondiale, con un trend costantemente in crescita! Questa enorme quantità di dati rappresenta un'infinita "biblioteca digitale" che può democratizzare la conoscenza, rendendo l'informazione accessibile globalmente.

\* Esperto di formazione bancaria ed assicurativa.

\*\* Consulente finanziario iscritto all'Albo.

Il presente scritto è frutto di letture, studi e confronti tra gli autori. Il risultato impegna esclusivamente i medesimi, senza coinvolgere né rappresentare le aziende per cui lavorano.



**FABRIZIO PIROLLI**  
esperto di formazione bancaria  
e assicurativa

I social media sono diventati uno dei principali canali attraverso cui riceviamo informazioni e dati, con gli utenti costretti a individuare le informazioni più corrette tra molteplici fonti. Queste piattaforme hanno rivoluzionato le modalità di comunicazione, apprendimento e condivisione delle informazioni, influenzando notevolmente anche l'educazione finanziaria. Tuttavia, quale effetto hanno realmente sulla nostra comprensione del mondo finanziario e quali implicazioni comportano per il futuro? Le ricerche recenti sull'interazione tra questi canali e l'educazione finanziaria rivelano un



**PIER TOMMASO TRASTULLI**  
consulente finanziario

ambiente complesso, caratterizzato da grandi opportunità, ma anche da significative sfide.

## VANTAGGI

Uno degli aspetti più promettenti dei social è la loro capacità di raggiungere un vasto pubblico: è innegabile che possano essere particolarmente efficaci nel diffondere conoscenze finanziarie tra coloro che usano i canali digitali. L'interattività costituisce un altro vantaggio significativo: le piattaforme social offrono varie forme di engagement permettendo agli utenti di interagire direttamente

con i contenuti e tra loro, dando e ricevendo feedback in tempo reale e creando un ambiente di apprendimento più dinamico e partecipativo con la possibilità di personalizzare la propria esperienza. Anche la varietà di formati disponibili sui social media rappresenta un punto di forza: video, infografiche, post brevi e dirette streaming possono adattarsi a diversi stili di apprendimento e preferenze degli utenti.

Studi recenti hanno dimostrato, per esempio, che brevi video educativi possono migliorare significativamente la comprensione e l'applicazione di concetti finanziari di base, suggerendo

che il formato visuale e conciso tipico di questi media potrebbe essere particolarmente efficace per l'educazione finanziaria. Infine, la tempestività dell'informazione sui social media offre agli investitori, ai risparmiatori e a chiunque sia interessato al mondo della finanza un vantaggio strategico: permette di reagire prontamente alle fluttuazioni dei mercati, di comprendere immediatamente l'impatto di nuove politiche economiche e di valutare in tempo reale le opportunità offerte da nuovi strumenti finanziari.

mento finanziario degli utenti portandoli a cercare e a credere a informazioni che confermano le proprie convinzioni preesistenti, creando le cosiddette "echo chambers", che limitano l'esposizione a diverse prospettive. In aggiunta, la superficialità dei contenuti è una preoccupazione rilevante: la natura di questi media, che favorisce la brevità e l'immediatezza, può portare a trattare in modo superficiale temi finanziari complessi.

Di fronte a queste sfide, la comunità scientifica continua a esplorare strategie per ottimizzare l'efficacia di questo tipo di educazione sui social media. Un contributo significativo in questo ambito è emerso già nel 2016, quando Ning Tang e Andrew Baker pubblicarono una ricerca in cui sottolinearono la necessità di integrare l'alfabetizzazione mediatica nell'educazione finanziaria, insegnando non solo concetti finanziari, ma anche come valutare criticamente le informazioni finanziarie raccolte online.

ma indipendente di verifica dei contenuti che dovrebbe garantire l'accuratezza delle informazioni diffuse e l'affidabilità dei divulgatori finanziari. Parallelamente, è importante che i promotori di iniziative educative si assumano piena responsabilità del processo formativo, il che implica la strutturazione di percorsi di apprendimento coerenti, continuativi e progressivi. L'obiettivo è consolidare e ampliare le conoscenze finanziarie nel tempo, assicurando che ogni fase sia supportata da una competenza adeguata e verificabile.

## SCROLL TO THE END

I social media rappresentano una risorsa straordinaria per l'educazione finanziaria, ma la loro complessità richiede un approccio critico e mirato. Per sfruttarne appieno le potenzialità è essenziale integrarli in un quadro più ampio che includa educazione formale, consulenza professionale e politiche pubbliche specifiche. La sfida futura consiste nell'implementare metodologie solide per verificare e validare, sia i contenuti, sia le credenziali degli educatori finanziari sui social. È fondamentale sviluppare un sistema di controllo qualità che coinvolga gli amministratori delle piattaforme social, assicurando l'integrità e l'affidabilità delle informazioni finanziarie diffuse. Questo approccio mira a stabilire un ecosistema digitale trasparente e affidabile dedicato all'educazione finanziaria, valorizzando i vantaggi dei social e limitandone le debolezze. Lo sviluppo attraverso i social media è impegnativo, ma ricco di potenzialità: un principio fondamentale delle reti di comunicazione, noto come legge di Metcalfe, afferma che «l'utilità di una rete cresce proporzionalmente al quadrato del numero degli utenti connessi».

L'espansione delle connessioni digitali può dunque moltiplicare esponenzialmente il suo impatto su ogni individuo coinvolto e l'aggiunta di ogni nuovo nodo nella rete può aumentare notevolmente il valore e le opportunità per tutti i partecipanti, aprendo un potenziale vasto e inesplorato. Questi canali possono quindi essere non solo una fonte di informazioni finanziarie, ma un vero e proprio motore di alfabetizzazione finanziaria. La chiave risiede nello sviluppare gli strumenti critici essenziali per convertire l'abbondanza di dati in autentica conoscenza finanziaria. Tutto ciò perché, come recitava una celebre pubblicità di alcuni anni fa, «la potenza è nulla senza controllo»!

“ *I social media rappresentano una risorsa straordinaria per l'educazione finanziaria, ma la loro complessità richiede un approccio critico e mirato* ”

rendo che il formato visuale e conciso tipico di questi media potrebbe essere particolarmente efficace per l'educazione finanziaria. Infine, la tempestività dell'informazione sui social media offre agli investitori, ai risparmiatori e a chiunque sia interessato al mondo della finanza un vantaggio strategico: permette di reagire prontamente alle fluttuazioni dei mercati, di comprendere immediatamente l'impatto di nuove politiche economiche e di valutare in tempo reale le opportunità offerte da nuovi strumenti finanziari.

## LE SFIDE

Tuttavia, la ricerca ha evidenziato anche rischi di disinformazione: in un ambiente dove chiunque può presentarsi come esperto, è fondamentale sapere distinguere tra i consigli affidabili e quelli potenzialmente dannosi. Inoltre, il sovraccarico di informazioni rappresenta un ulteriore ostacolo: si è dimostrato che l'eccesso di informazioni può ostacolare l'assimilazione efficace delle conoscenze finanziarie, portando alla confusione e a una comprensione ridotta dei concetti finanziari. C'è infine il ruolo significativo dei bias nell'ambiente dei social media: numerosi studiosi hanno evidenziato che il bias di conferma e altri pregiudizi cognitivi possono influenzare il comporta-

## INFLUENCER E PIATTAFORME

Anche il fenomeno degli influencer finanziari, in particolare su piattaforme come Instagram e TikTok, richiede attenzione crescente e la necessità di regolamentare e aumentare la trasparenza per questi nuovi attori capaci di influenzare significativamente la divulgazione di conoscenze. Costoro, infatti, possono rafforzare l'interesse per i concetti finanziari, specialmente tra i giovani adulti, ma è essenziale garantire che le informazioni condivise siano qualificate e imparziali.

La crescente popolarità di TikTok, dove si è sviluppato il fenomeno "FinTok", mostra che anche contenuti brevi e visivamente accattivanti possono servire come punto di partenza per trattare argomenti basilari, quali il risparmio, l'inflazione e il rapporto con il denaro. Contenuti che stimolano l'interesse iniziale e possono indirizzare gli utenti verso risorse più approfondite per una comprensione più dettagliata, ma che spesso, pur animati da buone intenzioni, non offrono una visione analitica o completa. La rapida espansione dell'educazione finanziaria sui social media evidenzia l'urgente necessità di implementare un siste-