


Mifid II e ricerca finanziaria: le aspettative degli operatori

 [focusrisparmio.com/news/mifid-ii-e-ricerca-finanziaria-le-aspettative-degli-operatori](https://www.focusrisparmio.com/news/mifid-ii-e-ricerca-finanziaria-le-aspettative-degli-operatori)



 1 min

Aipb e Assosim hanno condotto un sondaggio presso i rispettivi associati per esplorare le possibili ricadute della nuova normativa sulle società che producono ricerca sulle emittenti italiane e sugli operatori del private banking

Le novità Mifid II in tema di fornitura di ricerca finanziaria offrono l'occasione per una riflessione più ampia sull'evoluzione del mercato dei capitali italiano e su quella dei servizi di gestione e consulenza finanziaria evoluta. Ne sono convinte l'Associazione italiana di private banking e l'Associazione degli intermediari dei mercati finanziari, che hanno condotto una survey presso i rispettivi associati.

L'impatto da valutare riguarda l'obbligo introdotto da Mifid 2 di rendere trasparente al risparmiatore i costi applicati a fronte della ricerca utilizzata per le scelte di investimento e giustificarne l'utilità e il valore apportato.

Le risposte dei produttori di ricerca evidenziano, per i primi sei mesi del 2018, un rafforzamento della copertura della ricerca prodotta in Italia e dall'estero sui titoli quotati sui mercati equity di Borsa, soprattutto per quanto riguarda gli emittenti di dimensioni minori. Al di là di eventuali effetti legati all'andamento stagionale della produzione, per tale classe di emittenti è notevolmente cresciuta, grazie soprattutto all'apporto dei produttori esteri, il numero complessivo di società coperte da ricerca e il numero di ricerche prodotte. Risulta tuttavia evidente la necessità di incentivare tale trend.

Le opinioni degli operatori 'Private', sembrano indicare una traiettoria un po' più accidentata, la maggiore visibilità dell'utilizzo di ricerca nei servizi di investimento, portata dalla trasparenza, pare avere come conseguenza una diminuzione della ricerca sui mercati

meno liquidi, una riduzione dei provider utilizzati e un aumento dei costi da sostenere per l'acquisto (+25%). Bassa appare la propensione a trasferire i costi della ricerca sulla clientela (20% del campione), rinunciando però all'opportunità di utilizzare la maggiore trasparenza sull'utilizzo della ricerca a dimostrazione della solidità delle proposte di investimento e di una parte significativa del valore aggiunto dei servizi di gestione e consulenza.