

CONSULENTIA 2022

IL RISPARMIO GESTITO TRA GUERRA E PANDEMIA

Sono i due fattori di rischio che, insieme ai problemi dell'inflazione e della difficoltà negli approvvigionamenti, rappresentano le maggiori sfide per il prossimo futuro.

Disclaimer

MediaCognition è una società di ricerca nell'ambito della comunicazione e del marketing economico-finanziario. Formata da un team multidisciplinare, fonda la sua proposizione di valore sulla coniugazione tra tecnologia ed expertise di dominio.

Questa ricerca è una libera iniziativa non commerciale del team di MediaCognition e non è da considerarsi un'offerta, sollecitazione ad offrire, una raccomandazione o un consiglio a concludere alcuna transazione o qualsivoglia forma di appello al pubblico risparmio.

TUTTI I DIRITTI RISERVATI

Indice



1. Introduzione alla Ricerca

La ricerca ha preso in esame 186 interventi di consulenti finanziari, banker e manager di SGR e reti di collocamento, intervenuti all'evento Consulentia 2022, organizzato da ANASF. Tra i 186 interventi analizzati, 141 articoli e 45 video interviste.

186

Interventi analizzati

141

Articoli

45

Video interviste

All'interno della ricerca sono presenti visualizzazioni basate su metriche proprietarie afferenti al dominio del Natural Language Processing e dell'Advanced Machine Learning. Tutte le metriche sono supervisionate da esperti di dominio in fase di formalizzazione e in fase di visualizzazione.



Natural
Language
Processing



Advanced
Machine
Learning

2. Fattori di rischio

La seguente visualizzazione rappresenta la percentuale di apparizione dei principali fattori di rischio emersi durante Consulentia 2022 all'interno degli interventi analizzati. La percentuale delle occorrenze è stata individuata grazie a metriche di natura statistica.

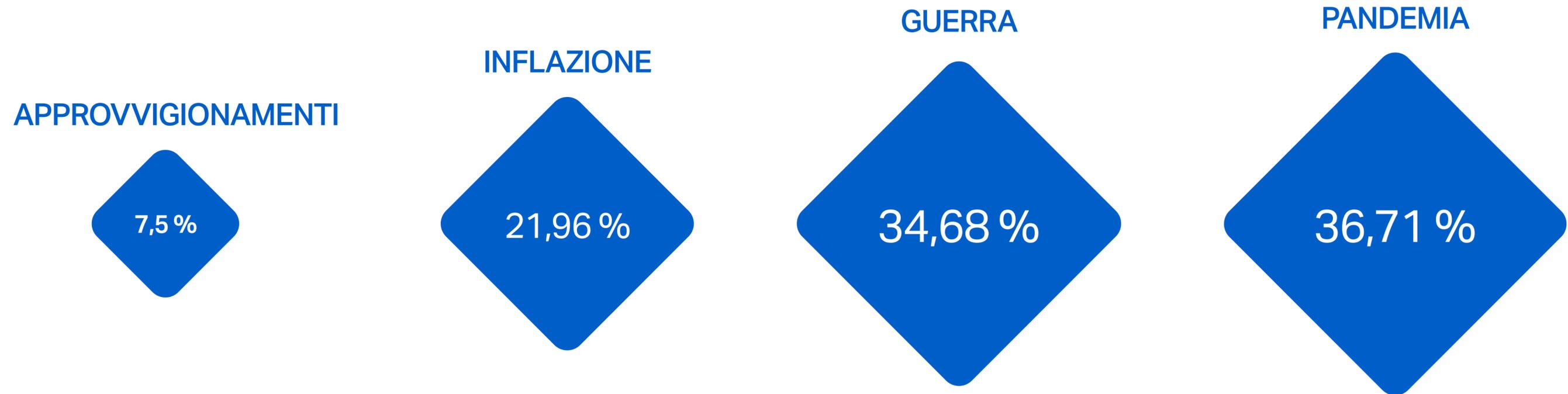
Approvvigionamenti

Inflazione

Guerra

Pandemia

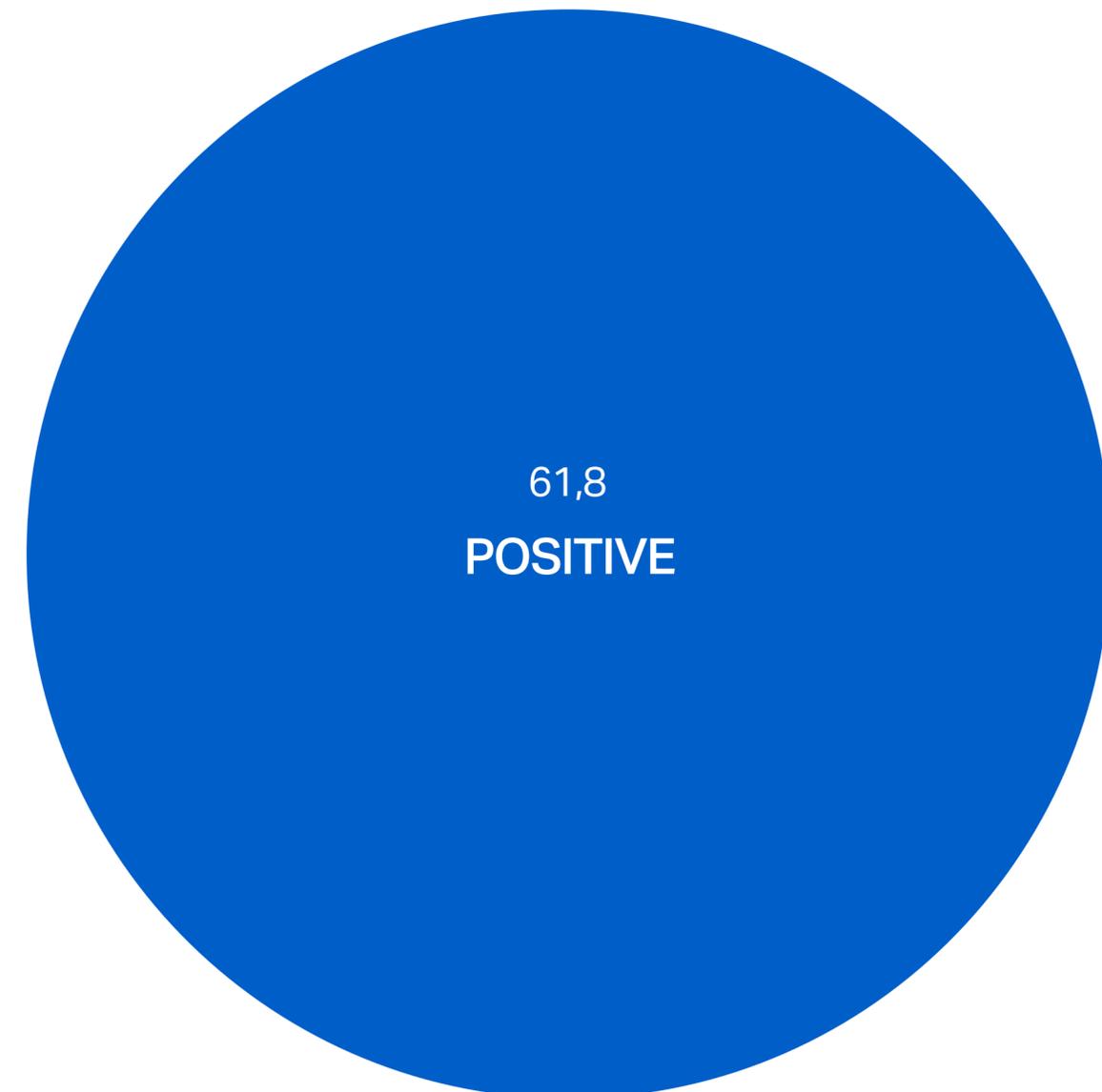
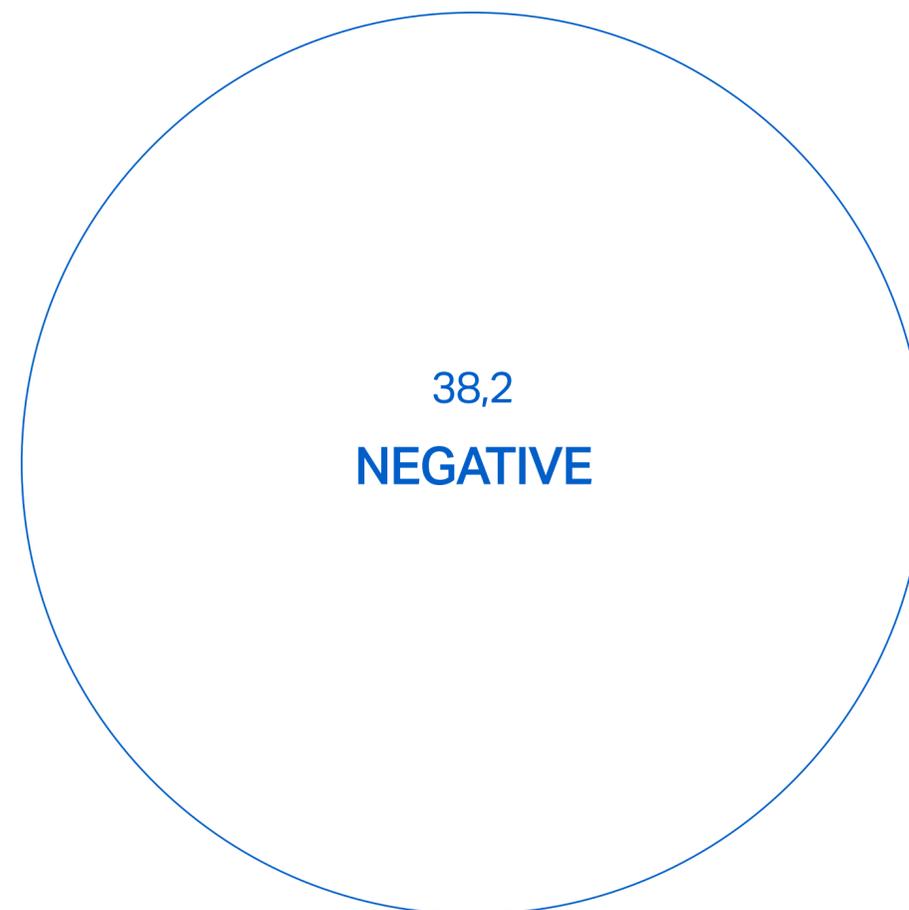
Seppur per poco, la pandemia rimane il principale rischio per gli operatori di settore.



3. Financial Sentiment Analysis

Questo grafico mostra il sentiment della comunicazione espresso globalmente dai 186 interventi analizzati. I risultati presentati nella prossima slide sono stati ottenuti mediante l'utilizzo di un modello di Deep Learning specificamente sviluppato per il dominio finanziario.

La percentuale di negatività - pari al 38,2% - risulta particolarmente elevata rispetto alla media registrata nella comunicazione degli operatori del risparmio gestito prima della guerra.

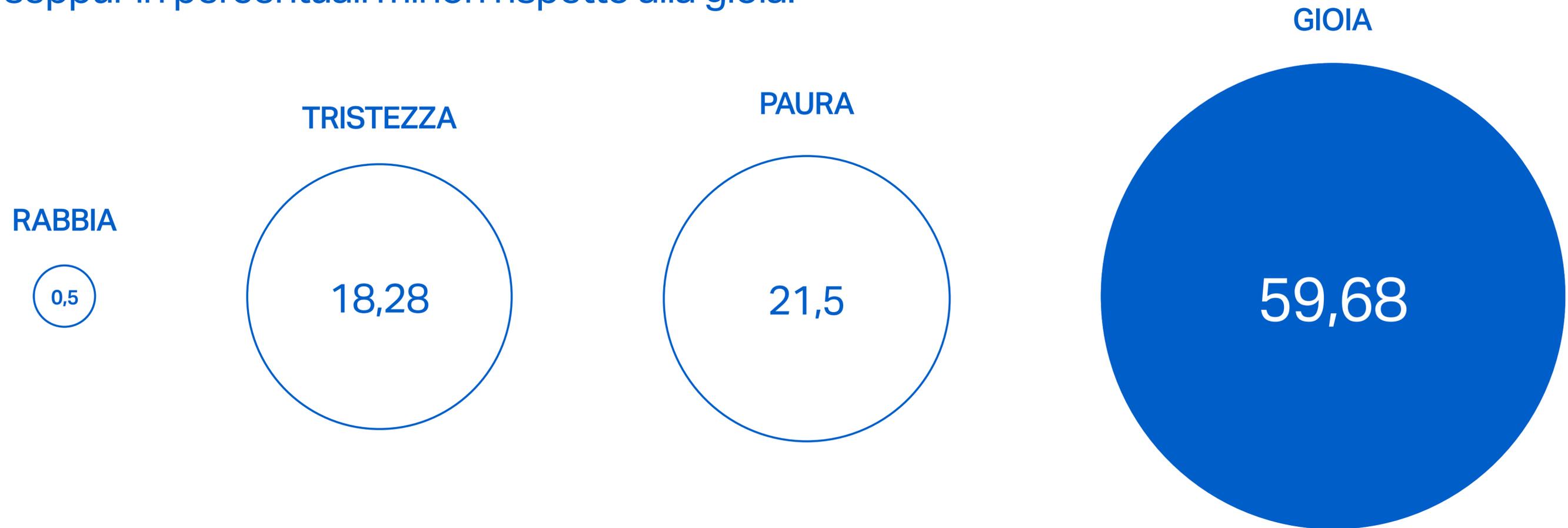


4. Financial Emotions Analysis

La seguente visualizzazione rappresenta il tono emotivo degli interventi analizzati. Mediante un'analisi semantica e tecniche di Deep Learning è possibile individuare l'atteggiamento e le sfumature emotive presenti nella comunicazione. Questo algoritmo, sempre sviluppato per il dominio economico-finanziario, classifica le emozioni nelle seguenti categorie:

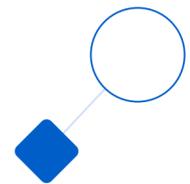


Anche nell'analisi emozionale ritroviamo il medesimo paradigma, con la paura al 21,5% e la tristezza al 18,28%, seppur in percentuali minori rispetto alla gioia.

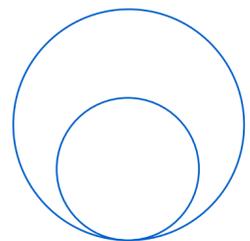


5. Relazioni semantiche di Media Cognition

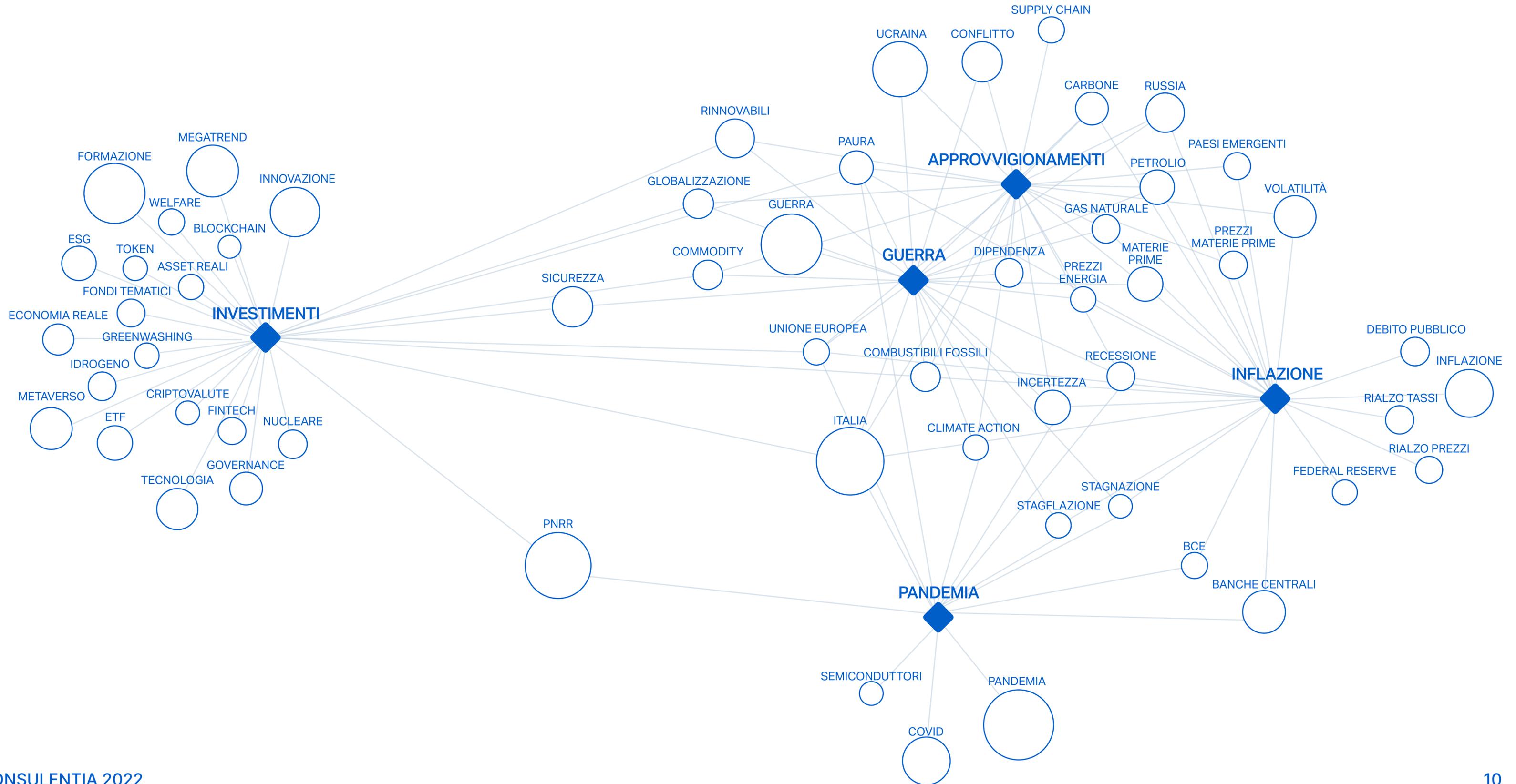
La seguente visualizzazione rappresenta i principali topic emersi durante *Consulentia 2022*, distribuiti in cinque aree principali di interesse: quattro relative ai fattori di rischio e una agli investimenti.

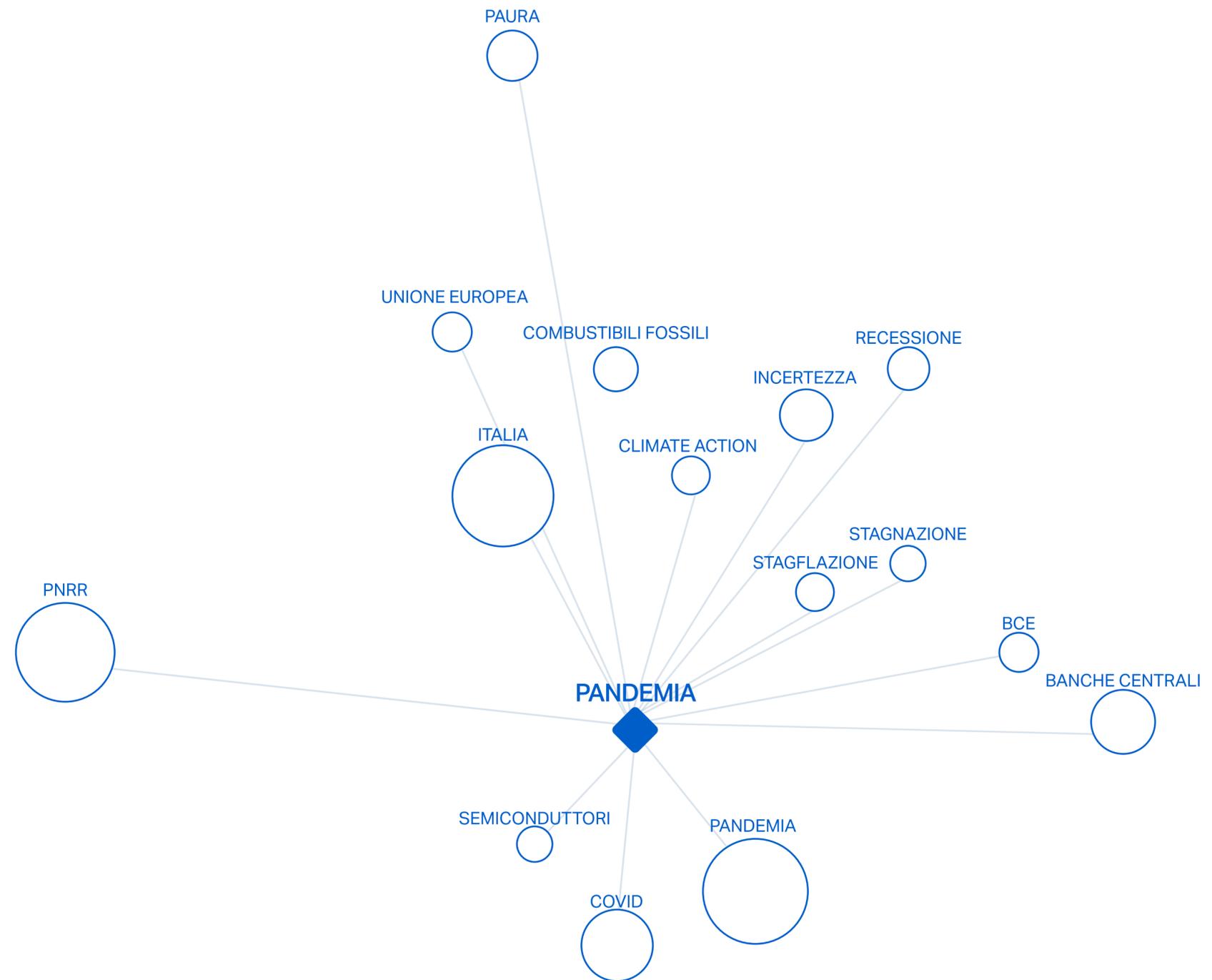


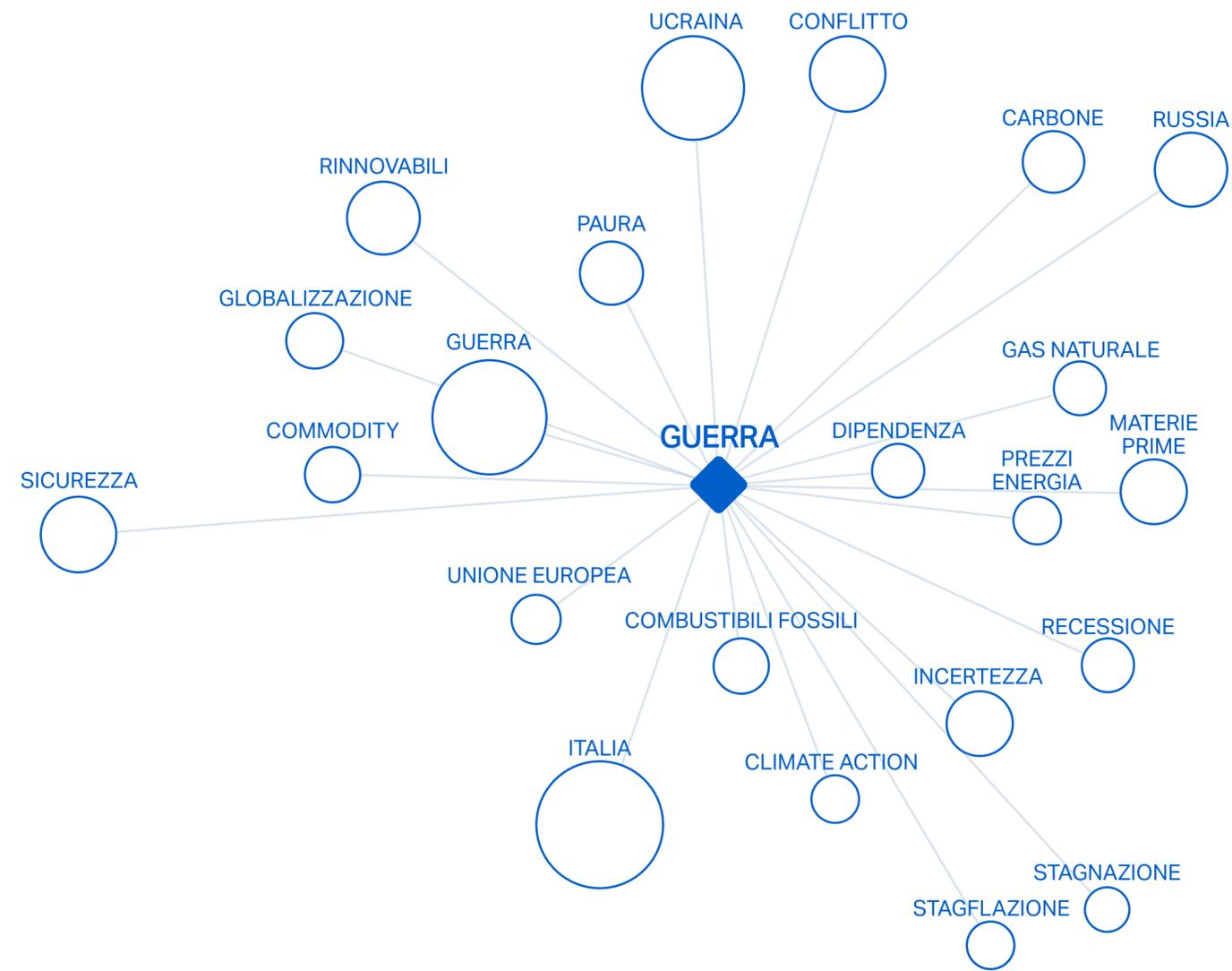
Le relazioni, visualizzate mediante vettori tra i termini e le aree di interesse, creano una rete semantica altamente significativa.

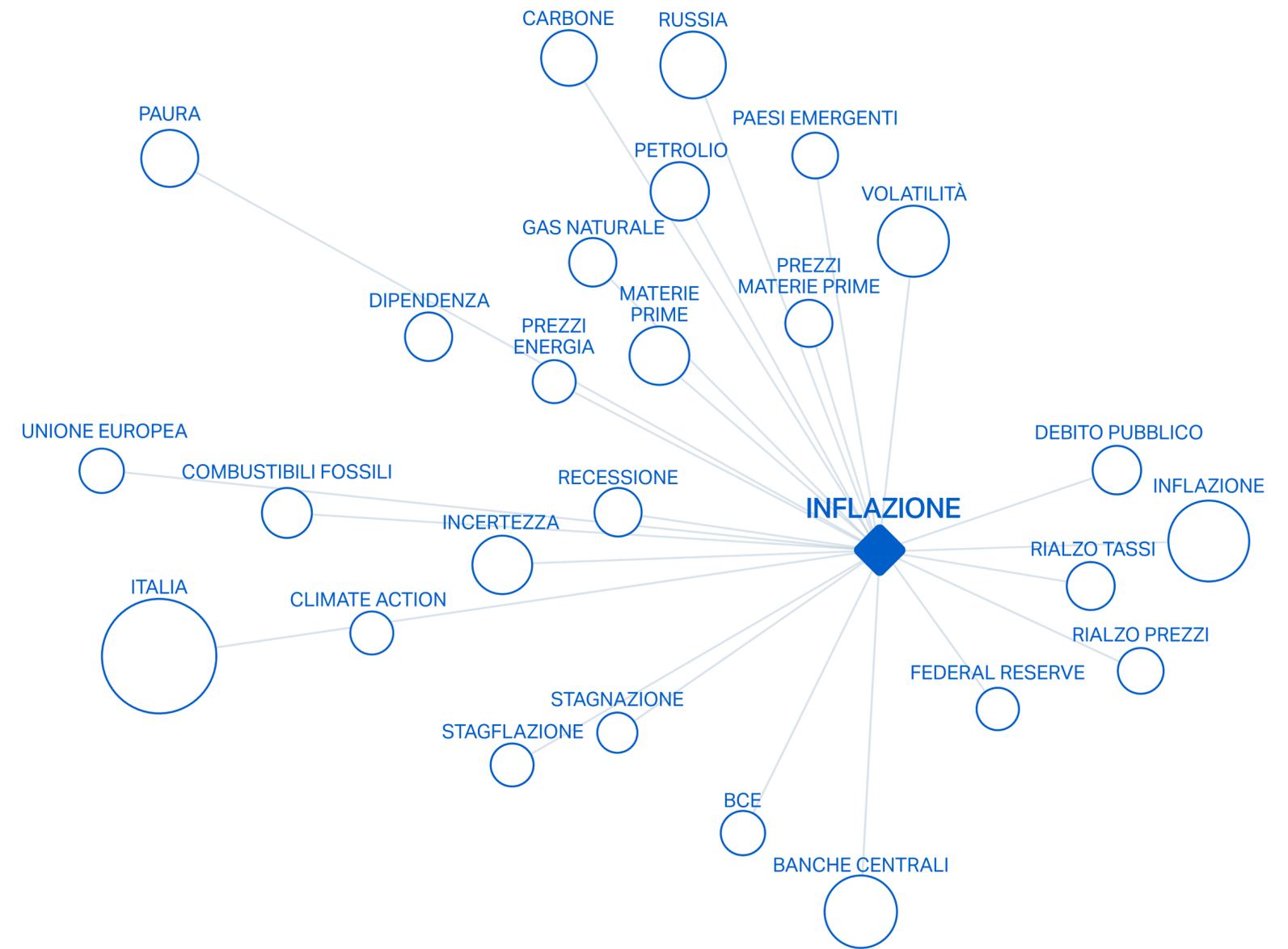


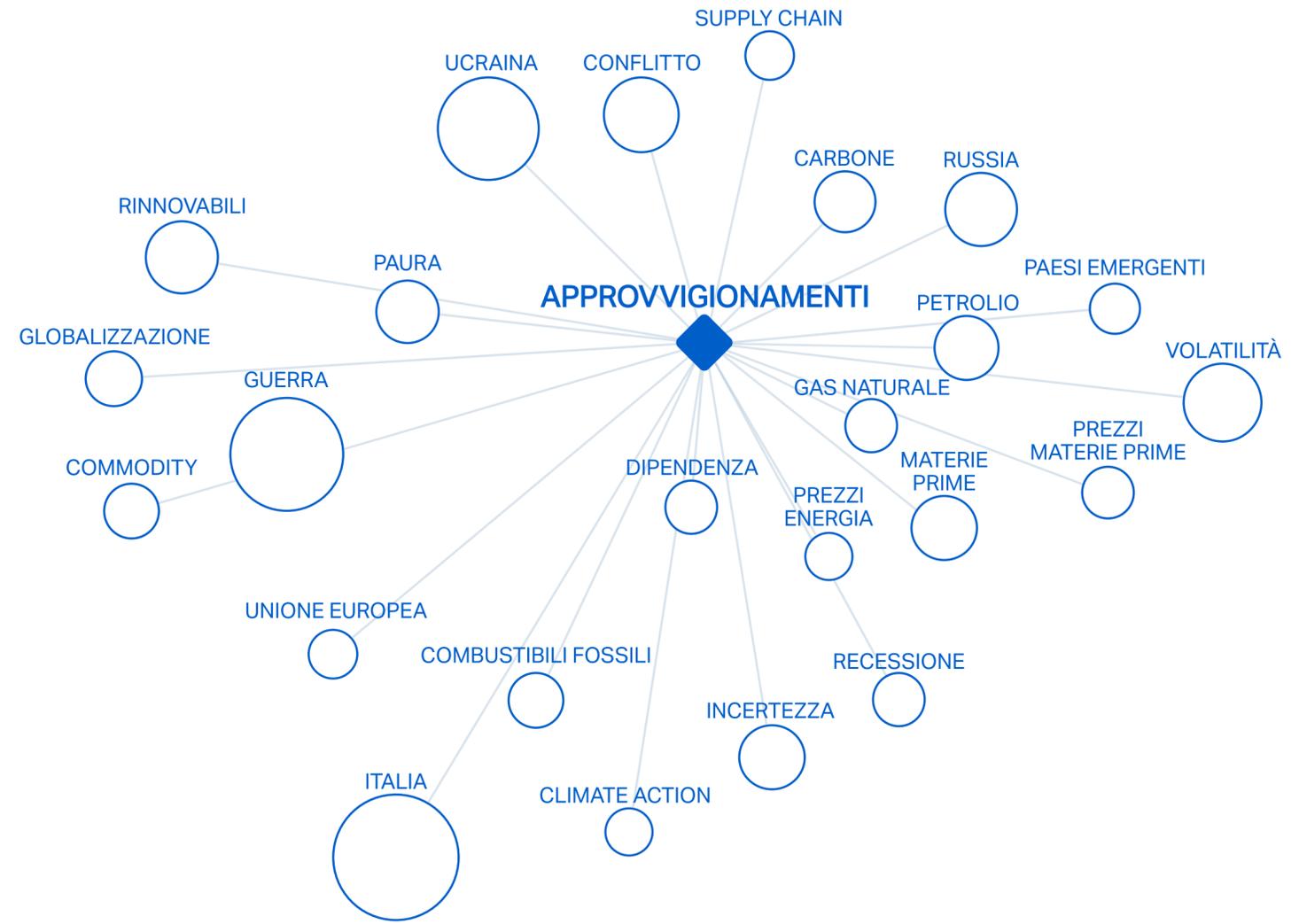
La dimensione dei nodi rappresenta la percentuale di occorrenza dei topic all'interno degli interventi analizzati.

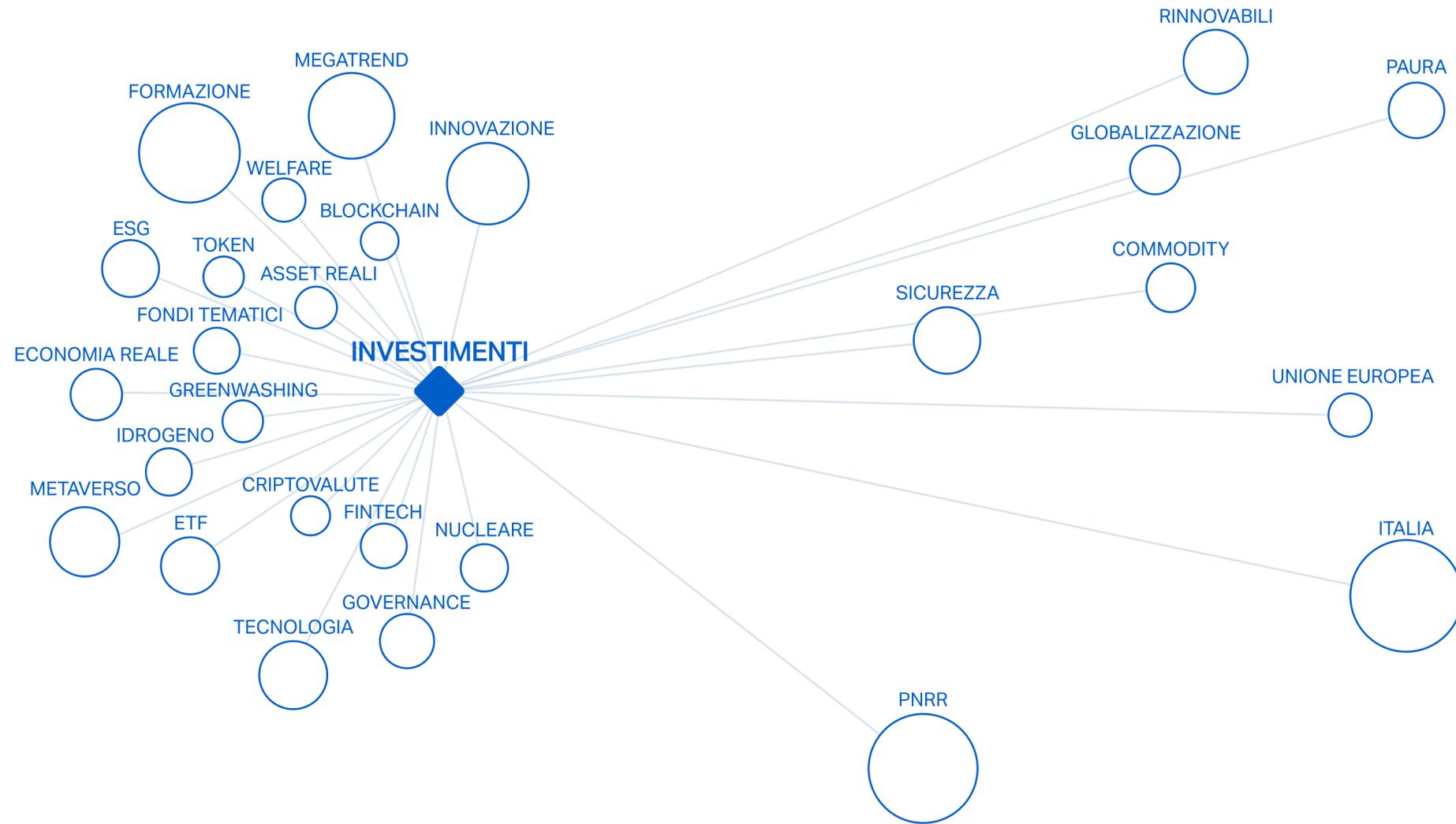












info@mediacognition.it