

LA RETE IN TASCA#11

#11

Mr. Robot, I suppose

Ciascuno di noi è ben contento di avere accesso alla migliore informazione e al miglior servizio possibile col miglior rapporto qualità-prezzo. O sbaglio?

Siamo tutti felici dell'innovazione nei mercati in cui siamo clienti e gli esempi che possiamo fare riferendoci al nostro quotidiano sono migliaia: ci spostiamo seguendo le indicazioni del navigatore GPS, prenotiamo qualunque cosa dal telefonino, compriamo il biglietto aereo che su ogni tratta e in base alle nostre esigenze costa di meno e usiamo l'home banking evitando code allo sportello e lunghi moduli. Tutto molto bello, poi arriva il giorno in cui il progresso, così gradevole quando ci fa risparmiare tempo ed energie, arriva nella nostra orbita personale e impatta sulle nostre certezze professionali se non sul nostro tornaconto. E allora dobbiamo ricordare una regola base della scienza: quando accetti un paradigma devi accettarlo in toto, non puoi fare **stock picking**. Se siete dei fisici quantistici non potrete accettare l'entanglement delle particelle respingendo la teoria dei multimondi. Se invece siete gestori di fondi non potrete sfruttare i guadagni a latenza zero dall'High-Frequency Trading rifiutando l'arrivo dei fondi gestiti dall'intelligenza artificiale.



Immagine tratta dal film Ex Machina di Alex Garland –
Fonte: <https://wordsonfilmsdotcom.files.wordpress.com/2015/04/exmachina1.png>

È di qualche giorno fa la notizia che Blackrock ha deciso di avvicinare alcuni dei suoi gestori attivi con un software. Poteva andare peggio: le stime dello scorso anno prevedevano di **tagliare 400 posizioni**, alla fine le teste coinvolte (per quanto coronate) **sono solo 7**. **La notizia è stata abbondantemente ripresa dai media**, per cui non entriamo nel merito. Per quello ci sei tu: è il tuo lavoro.

Il motivo per cui riprendiamo la notizia in questa rubrica è un altro e ha piuttosto a che fare con tutto quello che ci siamo detti nelle puntate precedenti: qualunque sia il vostro ruolo e qualunque sia la catena in cui si inserisce il vostro lavoro, cercate di farvi trovare pronti quando saranno richieste competenze diverse.

Lo sai quali sono le venti abilità (skills, in inglese) richieste nel mondo del lavoro di qui al 2020? Sì? Beato te. **We Forum si limita a delle congetture**. Noterai che la creatività, il problem solving complesso e l'intelligenza emotiva giocano un ruolo non secondario. Il motivo è presto detto: sono qualità flessibili, in cui entra in gioco la tua personalità, il modo in cui la tua persona può fare la differenza per venire fuori da una situazione complessa, la cui soluzione non è data nell'esecuzione delle premesse.

Ti viene in mente niente?

Viviamo in un mondo altamente connesso. Ciò significa che un'informazione è alla portata di tutti e non è più possibile trarre vantaggio dall'omologazione a meno che il nostro contributo non contenga un tassello difficilmente replicabile da una macchina. Niente di nuovo sotto il sole: è la messa a sistema di una logica di arbitraggio in cui non si fanno prigionieri. Se un'informazione è lì ed è accessibile in modo prevedibile vince chi ha la latenza più bassa. Riconoscere il pattern di un andamento di prezzo su un dato mercato è evidentemente una cosa che un software debitamente programmato esegue meglio e prima di noi. Non dobbiamo farci ingannare dai luoghi comuni, soprattutto se forniscono alibi apparentemente comodi per resistere a cambiamento già in atto. È una delle tante ottime lezioni di Federico Caffè citate da Carlo Benetti **nell'Alpha e il Beta del 10 aprile**:

“[Quelle di Caffè] sono intuizioni mirabili. Quando scrive che “non è cosa semplice liberarsi dalla suggestione delle affermazioni che finiscono per essere accettate per il solo fatto di essere ripetute”.

Non accontentiamoci di pensare che i robot ci rubano il lavoro. Proviamo a capire come cavalcare un'innovazione che sarebbe molto complicato respingere al mittente.

In questo senso Blackrock ha effettuato una scelta coerente con la leadership che cerca di far percepire intorno al proprio brand: se un mercato non ha futuro,, considerarlo finito è una scelta da leader. Quasi una scelta razionale.

Lo aveva già capito il poeta argentino Jorge Luis Borges in una sua poesia molto famosa:

Prima di entrare nel deserto
i soldati bevvero a lungo l'acqua della cisterna.
lerocle gettò per terra

l'acqua della sua brocca e disse:

Se dobbiamo entrare nel deserto,

io sono già nel deserto.

Se la sete deve bruciarmi,

che già mi bruci.

Questa è una parabola.

Nessuno ha il coraggio di essere quest'uomo

Qualche volta, invece, questo tipo di coraggio evidentemente qualcuno ce l'ha.

Qual è il mercato in questione? Il mercato in cui fund manager umani effettuano scelte di gestione attiva processando in modo lineare una sequenza molto ampia di dati. La potenza di calcolo dei computer consente già di delegare a una macchina un'attività di questo tipo in modo più efficiente e meno costoso. Agire per primi con la possibilità d'investire grossi budget nella qualità del software assicura due generi di vantaggi: il secondo è che ci sono buone chance di riuscita, il primo è in termini di strategia e di comunicazione e ha a che fare con la notiziabilità della prima mossa.

Come scrive Paolo Legrenzi nella sua rubrica, "il futuro è fatto di meno commissioni, meno omissioni: (...) Se cioè non si ometteranno vaste zone del valore di una persona, del suo capitale umano, e il consulente si dedicherà non solo ai risparmi che il cliente gli porta ma a tutte le sue esigenze, a lui note ma soprattutto sconosciute. Questo vorrà dire "più gestioni", cioè un allargamento del perimetro di quello che è il territorio di cui si occupa il consulente". La cattiva notizia è che contrariamente alla visione di Legrenzi nella direzione indicata da Blackrock, ci saranno ahimè anche meno gestioni. A maggior ragione saremo sempre meno legati ai contenuti (che delegheremo all'intelligenza artificiale) e sempre di più al capitale sociale che sapremo attivare nella relazione col cliente. Siamo **l'elemento umano** della macchina e il nostro ruolo sarà sempre di più quello di minimizzare il numero di conflitti a cui vengono esposti. Il nostro consiglio è semplice. Prova ogni volta a essere il miglior consulente possibile per i tuoi clienti: usa il computer e la potenza di calcolo quando serve, ma non privarli della tua umanità ogni volta che hai diritto all'ultima parola.



Filippo Pretolani

Esperto di editoria e comunicazione transmediale, specializzato nella consulenza professionale a gruppi di medie e grandi dimensioni su "change management" e strategie di comunicazione digitale. Ha lavorato per Weber Shandwick, Mondadori Libri, Business Press, RCS, Provincia Autonoma di Trento e DentsuAegis

www.gam.com seguiteci anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.