

Francesco Micheli
(Presidente e.Biscom)

Globalizzare la comunicazione finanziaria. Solo così, fissando regole comuni per tutti, si può mettere ordine in un settore dove troppo spesso la confusione regna sovrana. E' vero che sono stati fatti passi da gigante, grazie allo sviluppo di giornali specializzati, ma c'è ancora molto da fare.

Un esempio su tutti riguarda i bilanci delle società quotate. Da noi vengono fornite meno informazioni rispetto alle aziende che si quotano sui mercati anglosassoni; questo perché esistono degli standard di riferimento diversi. Un tempo in Italia c'erano tre tipi di bilancio: nero, fiscale e pubblico. Nonostante gli sforzi di armonizzazione, lo standard italiano resta ancora inferiore a quello estero perché i nostri bilanci sono molto complessi e, qualche volta, anche difficilmente decifrabili.

Un aspetto molto grave riguarda il comportamento delle società quotate in Italia e rispetto a quello delle società straniere nei loro mercati: siamo in presenza di una forte discrasia. In Italia si comunica molto meno rispetto al mondo anglosassone e, malgrado gli sforzi - a volte eroici - della Consob, accade spesso che le informazioni più succose vengano diffuse dai giornali internazionali, che le recepiscono dalla autorità di vigilanza locali, e non dall'organo nazionale. Solo dopo vengono riprese dai quotidiani nazionali. In più, in Italia c'è la complicazione che la nostra stampa non ha caratteristiche di indipendenza dai gruppi a cui appartiene.

Infine, da noi succede che, quando una società pubblica approda a Piazza Affari, e quindi non è più pubblica, non muta le strategie di comunicazione che invece dovrebbero essere identiche a quelle delle imprese private.

Notevoli le differenze di comunicazione anche per quanto riguarda i report di banche e società di brokeraggio. Nei momenti dei boom, con la borsa che sale, quasi tutti vanno in una direzione e report e valutazioni sono redatti sull'onda della moda: la stessa cosa accade con il mercato al ribasso. In tal modo si accentuano le forzature e gli estremi.

In Italia ci sono maggiori tolleranze sulla presentazione delle aziende.

All'estero una delle regole generali è che la società non può quantificare gli utili che farà; si limita a dare elementi sui quali gli analisti possono esprimere delle valutazioni e comunicare al mercato delle previsioni. Da noi molte banche annunciano R.O.E., che è come dire un utile, e possono permettersi magari di non rispettarlo senza andare incontro a sanzioni.

Altro punto bizzarro riguarda il metodo in base al quale i gestori di patrimonio individuano aziende su cui investire; prima regola è la scelta del settore e quindi del prodotto tipico di una società. Nei mercati internazionali sarebbe inimmaginabile che un'azienda improvvisamente cambiasse tipo di prodotto, perché per l'investitore sarebbe come andare a fare la spesa pensando di acquistare della pasta e poi, quando apre il pacco a casa, trovare un detersivo. In America, se un'azienda intende cambiare prodotto, mette in atto un sistema di comunicazione estremamente raffinato, altrimenti il mercato la penalizza severamente. Insomma, la comunicazione finanziaria in Italia, nonostante sia di ottimo livello dal punto di vista tecnico, ha ancora strada da percorrere. Venendo a noi, a e.Biscom, ecco qualche elemento per chiarire come viene vista la comunicazione dalla nostra società.

e.Biscom è una start up di successo con un progetto estremamente innovativo e unico nel suo genere: realizzare una nuova generazione di reti di telecomunicazione in grado mettere tutti in contatto video interattivo con tutti. E' andata in Borsa in un momento di massima espansione e, da allora, ha compiuto uno sforzo notevole per raggiungere i più alti standard di qualità nella comunicazione finanziaria, ispirata ai criteri della massima trasparenza. La Società annuncia trimestralmente i suoi risultati contabili e gestionali, in genere con largo anticipo rispetto ai limiti temporali previsti per legge e più rapidamente della gran parte delle società quotate.

In tali occasioni e.Biscom rende pubblica anche una presentazione che commenta e approfondisce l'andamento del trimestre e l'evoluzione della gestione. Contestualmente, la direzione aziendale partecipa a una tele-conferenza internazionale con analisti e investitori istituzionali, offrendo il massimo grado di accesso e trasparenza.

Al momento e.Biscom è una delle poche Società in Italia che, quando diffonde le comunicazioni obbligatorie previste dalle normative Consob e di Borsa sui risultati economici del trimestre, fornisce anche ai media le tabelle riepilogative del conto economico, della situazione patrimoniale e del cash flow. Questo per mettere tutti in grado di esprimere una valutazione sullo stato di salute della Società disponendo degli elementi fattuali della relativa situazione economica. Inoltre e.Biscom comunica tempestivamente a Borsa e Consob, alla comunità finanziaria e ai media tutte le informazioni che possono essere anche solo marginalmente price sensitive e che quindi possono in qualche modo influenzare, sia in positivo che in negativo, l'andamento del titolo.

E' grazie a questo che, malgrado l'attuale situazione del mercato, la percezione che il mondo esterno ha di e.Biscom è di grande positività, come testimonia una recente ricerca di Burson Masteller che posiziona e.Biscom fra le prime cinque società che spiccano per la qualità della loro comunicazione al mercato.