



Steidlmayer J.P. Hawkins S.B. Steidlmayer on Markets

L'idea di John Schultz del *minimum trend*, la più piccola unità significativa dell'attività di mercato, consente l'analisi statistica espressa tipicamente nella forma di curva normale. Ogni volta che il mercato si muove al di fuori della curva si dovrebbe prendere posizione dall'altra parte del mercato. Due sono le configurazioni fondamentali di mercato: *iniziative*, quando questo sale per l'attività dei compratori e scende per quella dei venditori, e *responsive* quando, al contrario, i venditori e i compratori entrano sul mercato perché credono che il *trend* non possa continuare. Tutti i mercati presentano schemi andamentali simili a prescindere da cosa si contratta. La combinazione dell'attività a breve e di quella a lungo termine crea opportunità di affari da chi riesce a discernerele.

Il prodotto "*Market Profile*" di Steidlmayer è una forma di analisi tecnica basata sull'esperienza che cerca di identificare le condizioni sottostanti dei movimenti del mercato e individuare la probabilità che l'attività del mercato continui o cambi. L'interazione tre operatori a breve termine (*trader*) e partecipanti a più lungo termine, che solitamente entrano nel mercato dopo la prima ora, determinano la formazione di cinque strutture tipiche giornaliere del mercato:

- 1) *nontrend day*, nel quale gli operatori a lungo termine non esercitano rilevante influenza;
- 2) *normal day*, nel quale tali operatori determinano un contenuto spostamento (circa 50%) dell'ampiezza delle quotazioni del mercato;
- 3) *normal variation day*, nel quale l'influenza del lungo termine raddoppia l'estensione del mercato;
- 4) *trend day*, nel quale ci sono cambiamenti ampi rispetto all'apertura che prospettano un *trend* che guiderà anche i periodi successivi;
- 5) i *neutral day* sono connotati da incertezza in quanto l'operatività a più lungo termine esercita opposte tendenze, ma a volte una delle due prevale e determina il *trend* futuro.

Il mercato presenta delle regolarità che si possono manifestare in ampiezze temporali diverse. Normalmente le fasi del mercato sono quattro: direzione dei prezzi, fase di *stop* del *trend*, accettazione di un nuovo livello dei prezzi, ritracciamento del nuovo *trend*. Un importante elemento del mercato è l'ampiezza che si manifesta a partire dalla prima ora e che rappresenta il supporto o la resistenza del prezzo. Controllando l'ampiezza, gli estremi e il numero di prezzi che il mercato esprime, si può individuare una tendenza *initiating* (nella seconda o terza deviazione *standard*) o *responsive* (nella prima) degli operatori di più lungo termine.

Il mercato (insieme di regole per procurare liquidità) è un *medium* organizzato (sistema di asta) che esprime i diversi comportamenti umani in diverse distribuzioni di prezzo in un dato momento, che presenta sempre un'opportunità per qualcuno (in relazione agli obiettivi dei partecipanti).

Fondamentale, oltre alla comprensione del mercato, è farsene un'opinione obiettiva non emotiva, riconoscendo i propri limiti e i propri errori senza lamentarsi degli altri e respingere le proprie responsabilità. Agire in maniera organizzata attraverso una precisa strategia per realizzare le proprie idee leggendo il mercato e non reagendo a esso, aiuta a evitare errori comportamentali e a essere pronti a riconoscere quando le cose non vanno come previsto.