

USA/2 All'appello manca ancora Apple, ma finora i bilanci trimestrali dei giganti tecnologici sono migliori di quelli di un anno fa. In borsa invece ci sono vincitori (Microsoft e Amazon) e vinti (Meta e Alphabet)

Tech non sempre big

di Luca Carrello

Vincitori e vinti. Il terzo trimestre dell'anno certifica il ritorno dei giganti americani della tecnologia dopo un 2022 complicato dal repentino aumento dei tassi d'interesse. Ma per alcune big tech è andata meglio che per altre, come certifica il verdetto di borsa nella seduta post trimestrali (Apple diffonderà i conti il 2 novembre), con Meta e Alphabet bocciate. In generale, tuttavia, il 2023 mostra un'inversione della rotta. La holding di Facebook ha più che raddoppiato l'utile netto (11,6 miliardi) e Amazon ha più che triplicato l'utile per azione (94 centesimi). Quello di Microsoft, invece, è salito a 2,99 dollari (+27%) mentre i profitti di Alphabet sono aumentati a 19,7 miliardi dai 13,9 miliardi del terzo trimestre dell'anno scorso. Anche i titoli hanno svolto dopo aver chiuso il 2022 con il segno meno davanti. E che meno, perché se Apple ha limitato i danni cedendo «solo» il 27% in 12 mesi, Meta ha perso il 64%. Il risultato si è ribaltato nei primi dieci mesi del 2023, conclusi dalla holding di Facebook con un +147%. Cupertino si è limitato a recuperare le perdite (+29%), ma a giugno ha sfondato i 3 mila miliardi di capitalizzazione, primo nella storia. Ma allora cosa è successo nel 2022? «Una normalizzazione a una baby bolla tecnologica creatasi dopo il Covid e anche la politica monetaria ha

remato contro», spiega Carlo De Luca, head of asset management di Gamma Capital Markets. «I manager si aspettavano anche un 2023 complicato e hanno abbassato le previsioni sperando di sorprendere al rialzo. Così è stato, e ora i tassi non possono che scendere». Certo, anche le big tech ci hanno rimesso. Come dimenticare la sfilza di licenziamenti iniziata nel 2022. Ma dietro il risveglio dei giganti Usa c'è dell'altro.

La carica dell'e-commerce. Le famiglie americane sono tornate a spendere, così il fatturato del core business di Amazon è aumentato del 7%. Qualche aiutino c'è stato, come le promozioni del Prime Day, il migliore di sempre. Amazon, però, non è solo e-commerce: c'è anche la pubblicità, dove i ricavi sono cresciuti a un ritmo maggiore di Google (+9%) e di Meta (+23%). Nel cloud, invece, qualcosa sembra essersi inceppato. Il fatturato di Amazon Web Services è aumentato solo del 12%, mentre quello di Azure (Microsoft) è salito del 29% e quello di Google Cloud del 22%. Ma Amazon è già corsa ai ripari e investirà fino a 4 miliardi nell'AI di Anthropic per potenziare Aws.

Pubblicità a due facce. Mark Zuckerberg aveva definito il 2023 l'anno dell'efficienza. Detto fatto, come conferma il +23% dei ricavi del terzo trimestre (34,15 miliardi). La holding di Facebook ha sfruttato la spinta della pubblicità, responsabile del 98,5% del fat-

turato dei tre mesi. Gli inserzionisti hanno apprezzato i miglioramenti della capacità di targeting introdotti dall'AI, area in cui Meta concentrerà gli investimenti. In realtà, il -4% con cui Wall Street ha accolto i conti rivela come esistano nubi all'orizzonte anche nella pubblicità. Meta la vede in calo per colpa della guerra in Israele e ha abbassato la guidance sul fatturato del quarto trimestre.

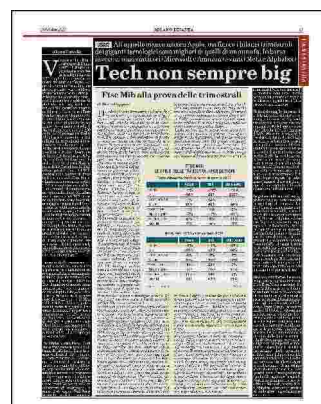
Il cloud dà e toglie. Lo scettro di re delle inserzioni digitali resta comunque in mano ad Alphabet, che continua a guidare con una quota del 28,4% del mercato mondiale (Meta ha il 28,1% e Amazon il 7,5%). Ma come la holding di Facebook, anche quella di Google ha sofferto in borsa dopo i conti. La colpa è del business del cloud che ha mancato le stime, ma di soli 20 milioni: tanto è bastato per perdere il 10%. La nuvola, invece, ha sorriso a Microsoft, che ha iniziato a monetizzare gli investimenti nell'AI. In questi mesi i software di OpenAI sono stati integrati nel cloud accrescendone, e di molto, le performance. Lo confermano i numeri: il servizio Azure OpenAI ha raggiunto i 18 mila clienti dagli 11 mila di luglio.

La gallina dalle uova d'oro. Apple rimane il più grande nome della tecnologia di consumo. Dal 2018 il suo fatturato annuo è aumentato di circa il 52%, mentre il valore delle sue azioni è cresciuto

più di Microsoft, Alphabet e Amazon. Cupertino, però, resta troppo esposta alla Cina e non è detto che l'iPhone 15 si riveli un successo. Così Apple ha iniziato a diversificare. La nuova frontiera sono i servizi digitali, che contengono Apple TV+ e Apple Pay, diventati l'attività più redditizia. La big tech, poi, lavora sotto traccia sull'AI e investirà circa un miliardo l'anno sulla nuova tecnologia. Nel 2024, inoltre, debutterà il visore per la realtà virtuale: dopo l'iPhone, sarà la nuova gallina dalle uova d'oro?

Una non vale l'altra. Insomma, le big tech sono più in forma del 2022. E ora? Cosa le aspetta? «La crescita delle mega cap tech è stata trainata dalla forte domanda dei consumatori e dalla robusta spesa per il cloud delle aziende, dovuta agli investimenti nell'AI», spiega Tejas Dessai, technology analyst di Global X. «Questi numeri mettono in dubbio una debolezza economica nel breve termine e dovrebbero aiutare le mega cap tech a riprendere il rally, anche se le prospettive rimangono incerte». I rischi non mancano e arrivano dalle banche centrali. «Una Fed con un approccio sui tassi higher for longer potrebbe impedire ai colossi tech di sfruttare l'entusiasmo degli investitori sull'AI», rivela Filippo Diodovich, senior market strategist di IG Italia. Per gli analisti, allora, il segreto è selezionare. «Ci aspettiamo molte ombre e qualche luce dalle big tech che più hanno puntato su cloud e AI», aggiunge Diodovich. «Quindi manteniamo una view positiva su Microsoft, mentre Meta e Alphabet potrebbero risentire più delle altre». (riproduzione riservata)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



139308