

Zuckerberg, la crisi è d'identità: il Metaverso finora non convince

I dubbi del mercato

Le stime sul futuro incidono, ma per gli esperti rileva la stessa strategia di fondo

Vittorio Carlini

«Il "game changer" sul metaverso, proposto dall'azienda, evidentemente ancora non convince» dice Giacomo Calif, country manager di Ns Partners. «Gli investitori, ad oggi, non hanno la sufficiente visibilità - fa da eco Carlo De Luca, capo gestioni di Gamma capital markets - sui flussi di cassa prospettici legati al nuovo progetto». In particolare se si considera che, «quando si entra in nuovi territori tecnologici, il primo a muoversi, da una parte, può conquistare importanti vantaggi competitivi; ma dall'altro, giocoforza, si assume molti più rischi».

Sono questi i temi che, rispetto ad una visione del business più strategica e meno contingente, circolavano ieri tra gli esperti rispetto al crollo in Borsa di Meta (ex Facebook) in scia alla pubblicazione dei dati sull'ultima trimestrale dello scorso anno (in serata il titolo, a Wall Street, perdeva intorno al 25%).

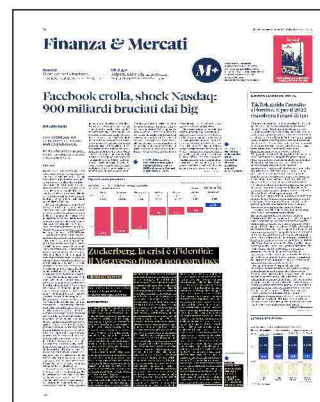
Sia ben chiaro: altre variabili giocano un ruolo rilevante. In primis i numeri di conto economico. Il gruppo fondato da Mark Zuckerberg, rispetto

all'ultimo quarter del 2021, è andato oltre le stime sui ricavi. Il fatturato si è assestato a 33,67 miliardi di dollari, in aumento del 20% rispetto allo stesso periodo del 2020 (28,072 miliardi). Il consensus di mercato, calcolato da Refinitiv, indicava un giro d'affari di 33,4 miliardi di dollari. La redditività, però, ha frenato. L'utile operativo si è assestato a 12,585 miliardi di dollari a fronte dei 12,775 miliardi di un anno prima. Il profitto netto, da parte sua, ha raggiunto quota 10,285 miliardi (erano stati 11,219 nel quarto trimestre del 2020). Si dirà: di fronte al calo della marginalità è normale che gli investitori storcano il naso. Vero! E, tuttavia, appare perlomeno strano che il mercato, consapevole dei maggiori investimenti legati (tra le altre cose) al metaverso, abbia condannato con così grande forza la dinamica della redditività. Anche perché, rimanendo al livello di consuntivo, sull'intero 2021 Meta si porta a casa ricavi per 117,929 miliardi di dollari (+37% sull'esercizio precedente) e un utile netto di 39,370 (+35%). Appare, invece, maggiormente plausibile, soprattutto nel breve periodo, che abbia giocato un ruolo negativo la previsione sul trimestre in corso. Qui il gruppo, che controlla i social network Facebook ed Instagram, stima un fatturato compreso nella forchetta tra 27 e 29 miliardi di dollari. Gli analisti, al contrario, avevano previsto un giro d'affari intorno ai 30,15 miliardi di dollari. È chiaro che, per un titolo hi tech, una prospettiva simile ha inciso negativamente. Anche perché, du-

rante la conference call con gli analisti, il gruppo ha rimarcato i problemi legati alla strategia di Apple. Come è noto il gruppo della "mela morsicata", nell'ottica di tutela della privacy, consente a chi utilizza il suo sistema operativo iOS di impedire alle app di essere tracciato su Internet. Si tratta di un meccanismo che, ovviamente, crea problemi ad applicazioni come Facebook e Snap, le quali si basano su quel tipo di dati per vendere annunci agli inserzionisti. Ebbene: Meta ha detto che una simile strategia tecnologica dovrebbe costargli più di 10 miliardi di ricavi in meno sull'intero 2022. Ovviamente un'affermazione simile, unitamente alle prospettive di un calo dei budget degli inserzionisti a causa dell'inflazione e alla frenata sugli utenti, ha causato pessimismo tra gli operatori. «E tuttavia, anche in questo caso - riprende Calif-, a ben guardare non si tratta di un argomento nuovo. È dalla primavera dello scorso anno che nei report si parla e si fanno calcoli riguardo all'impatto» dell'App Tracking Transparency di Apple. Evidentemente il mercato, almeno nella giornata di ieri, ha fatto anche dei ragionamenti più di lungo periodo. Si è domandato, non scordandosi peraltro dei problemi legati allo scandalo dei Facebook files, se la nuova frontiera del metaverso sia non solo vicina ma anche in qualche modo economicamente decifrabile. «La risposta che sembra essersi dato - conclude Calif - è che, finora, l'orizzonte rimane troppo imprecisato».

I CONTI
A Meta non sono bastati ricavi per 117,929 miliardi \$ (+37%) e un utile netto di 39,37 (+35%)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

1139308