



Amazon, il cloud frena L'intelligenza artificiale è la scommessa globale

Focus. Nell'ultimo trimestre conti oltre le stime di consensus. Il gruppo però deve trovare il giusto equilibrio tra investimenti e contenimento dei costi

di **Vittorio Carlini**

Amazon fa rima con commercio elettronico. L'affermazione, però, è corretta solo parzialmente. Il business della società fondata nel 1994 da Jeff Bezos è articolato. Riguardo allo stesso e-commerce, e alle attività ad esso connesse, i ricavi vengono generati in molteplici modi: dalla vendita di prodotti propri ai servizi per la cessione di *products* di terzi (può pensarsi agli introiti di logistica) fino agli abbonamenti con Amazon Prime e alla pubblicità. Si tratta, insomma, di una diversificazione delle entrate le cui singole voci assumono un'importanza anche rilevante. Ad esempio, a fine 2022, i "Third-party seller services" hanno generato un fatturato di 117,7 miliardi di dollari. Vale a dire: circa il 23% del fatturato consolidato.

Il mondo del cloud

Ciò detto, però, non è solamente l'articolazione all'interno dell'e-commerce. Analizzando la ripartizione dei ricavi del gruppo, salta all'occhio un altro aspetto. Quello che riguarda i cosiddetti Amazon web services (Aws). Vale a dire: di fatto il business del cloud computing. Qui, va detto, la società offre una divisione dell'attività attraverso altre metriche. Cioè: confronta il giro d'affari, e la redditività operativa, tra Nord America, International e - per l'appunto - Aws. Ebbene: sempre al 31/12/2022 il cloud ha raggiunto il fatturato di 80,1 miliardi di dollari (16% del totale). Un anno prima la "nuvola informatica" si era fermata a 62,2 miliardi (13%) mentre nel 2020 valeva 45,37 miliardi (12% del giro d'affari complessivo).

Al di là dell'andamento dei numeri di top line, ciò che tuttavia è rilevante - rispetto all'attività in oggetto - è la redditività operativa. L'operating income di Aws, lo scorso esercizio, è stato di 22,8 miliardi a fronte delle perdite di 2,85 miliardi del Nord America e del rosso di 7,74 miliardi del business internazionale. Si tratta di un trend il quale è replicato negli esercizi precedenti. Così, nel 2021, il profitto operativo della nuvola informatica è di 18,5 miliardi a fronte dei 7,3 miliardi nell'America del Nord e della perdita (0,9 miliardi) dell'International. Per il 2020, invece, il Nord America ha postato una redditività operativa di 8,65 miliardi di dollari, quella dell'attività internazionale è stata di 0,7 miliardi mentre Aws ha generato un profitto operativo di 13,53 miliardi. Insomma, i numeri parlano chiaro: la fabbrica della redditività del colosso a stelle e strisce è (finora) rappresentata dal cloud computing.

Ultimo quarter

In un simile contesto è ovvio che gli esperti monitorino con molta attenzione ogni minimo cambiamento nella nuvola di Amazon. Così è stato anche rispetto al primo *quarter* del 2023. Qui l'azienda, reduce come un po' tutte le big tech da un 2022 contrastato, ha registrato ricavi e redditività in rialzo. Il giro d'affari reported è stato di 127,4 miliardi (+9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) mentre l'utile netto è salito a 3,17 miliardi. Il mercato, pubblicati i numeri oltre le stime di consensus, ha reagito positivamente. Poi l'entusiasmo è scemato. Perché? Tra le altre cose ha pesato il fatto che «la velocità di espansione della divisione cloud del gruppo - sottolinea Giacomo Calif, country manager di NS Partners

- è calata al 16%». Un andamento che «potrebbe arrivare a meno del 10%» dopo l'incremento «del 40% nel 2022». «Si tratta - fa eco Carlo De Luca, capo dell'Asset management di Gamma Capital Markets - di una frenata dovuta ad una minore spesa delle aziende/clienti» in un contesto di «rallentamento economico e possibile recessione». «Nel caso la decelerazione non fosse temporanea - aggiunge Raphael Pitoun, portfolio manager di Trium Capital - potrebbe essere un problema per Amazon» visto che, per l'appunto, «Aws il maggiore motore della società». Non solo. «È vero che tutto il settore della "nuvola" - riprende Calif - batte in testa». E, tuttavia, «l'andamento della divisione in oggetto è più debole di quella di altri competitor. Il che non è un bel segnale». Ciò considerato, Amazon resta leader del settore. Secondo Statista, la sua quota di mercato, alla fine del primo trimestre del 2023, è intorno al 32%. Microsoft è seconda con la market share del 23%. Terza si trova, poi, Alphabet (10%). I numeri, evidentemente, segnalano un certo vantaggio nel settore. Il tempo dirà se questo andrà scemando oppure crescerà.

Già, la crescita. In generale la società nel corso degli anni ha progressivamente aumentato sia i ricavi che la redditività (ad eccezione dei profitti nel 2022). Secondo Bloomberg, nel 2010 il fatturato rettificato valeva 34,2 miliardi. Nel 2019 aveva raggiunto quota 280,5 miliardi per poi, in scia al boom del digitale dovuto ai lockdown, balzare a 469,8 miliardi due anni fa. Nel 2022, infine, il giro d'affari è stato di 513,9 miliardi. Andamento simile, con l'anomalia dello scorso esercizio, sul fronte dei profitti: l'utile netto rettificato, nel 2010, era di 1,15 miliardi; nel 2021 ha raggiunto



24 miliardi di dollari. Nel 2022 invece, in seguito soprattutto alla svalutazione della partecipazione in Rivian Automotive, il gruppo ha postato una perdita netta reported di 2,7 miliardi (il profitto rettificato è, a detta di Bloomberg, di 7,5 miliardi).

Al di là della frenata in oggetto, il gruppo ha comunque espanso il business. Una dinamica la quale - secondo diversi esperti - sfrutta, tra le altre cose, il cosiddetto effetto "marketplace". Cioè: fare incontrare venditori e compratori, su una piattaforma digitale efficiente in termini tecnologici e logistici, dove i prezzi dei prodotti sono inferiori alla media. Questa caratteristica attrae sempre più consumatori che, a loro volta, richiamano nuovi venditori. Ma il maggiore numero di venditori vuole dire una migliore selezione nei prodotti e nei prezzi. Il che, in un circolo virtuoso, attira nuovi consumatori e spinge il business. Un'attività che - va sottolineato - riguarda un'azienda non tanto (o non solo) hi tech, bensì anche e soprattutto techno-infrastrutturale.

Fin qui il cloud computing. Altro fronte importante però, anche al di là degli attuali eccessi di marketing, è l'Artificial Intelligence (Ai). Questa, a ben vedere, non è ancora ben chiaro come concretamente potrà agevolare, e spingere, i conti aziendali delle big tech, compresa Amazon. Ciononostante «il gruppo - dice Calef - ha un'esperienza ventennale nel machine learning». Il che, «unitamente ai larghi investimenti realizzati e al fatto di avere un'imponente mole di dati di proprietà, le dà un vantaggio competitivo chiave» sottolinea Pitoun. In particolare «Amazon - riprende De Luca - ha un approccio "volano" rispetto all'AI. Condivide risultati e informazioni tra le diverse business unit, generando un effetto moltiplicatore su crescita e sinergie».

Ciò considerato quali, allora, i settori dove l'Intelligenza artificiale sarà effettivamente utilizzata? «Verrà applicata trasversalmente» risponde Pitoun. «Ad esempio - aggiunge De Luca - permetterà di sviluppare e migliorare le raccomandazioni sui prodotti, in base al comportamento dell'utente e tramite le App di proprietà». Di più. «Sarà sfruttata - indica Calef - nell'ottimizzazione della "nuvola informatica", nell'advertising e nella logistica».

Tutto rose e fiori, quindi? La realtà è più complicata. Il risparmiatore ricorda come Amazon abbia, nell'ultimo periodo, ridotto la propria forza

lavoro. Una dinamica, comune a molte altre big tech, che induce preoccupazione. «In realtà - dice Pitoun - gran parte dei licenziamenti è dovuta agli ingenti investimenti nel segmento retail durante il Covid». Dopo che il comportamento dei consumatori «è tornato alla normalità, Amazon ha riaggiustato il costo del lavoro». È normale che, a fronte dell'economia in rallentamento, «il gruppo prosegue - aggiunge Calef - sull'efficientamento degli oneri in generale». Fondamentale però, «soprattutto per la crescita di lungo periodo, è trovare il giusto bilanciamento tra pressing sui costi ed investimenti» tiene a precisare Pitoun. Quest'ultimi, nella tecnologia ed intelligenza artificiale, sono «fondamentali per la futura espansione». A fronte di un simile contesto quali, allora, le dinamiche del titolo in Borsa? «Sul lungo periodo - spiega Silvio Bona, analista tecnico indipendente - Amazon, nonostante la discesa nel 2022, è ancora impostata al rialzo. Riguardo a questo timing, il supporto dinamico (livello dove la pressione rialzista è maggiore di quella al ribasso, ndr) è situato in area 75 dollari». Con riferimento, invece, al medio periodo «deve sottolinearsi che le azioni hanno, per l'appunto, realizzato una correzione, la quale si è arrestata intorno al livello degli 83 dollari». Rispetto, infine, al futuro più prossimo «il risparmiatore - conclude Bona - deve monitorare il supporto passante intorno a 100 dollari».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL DOSSIER

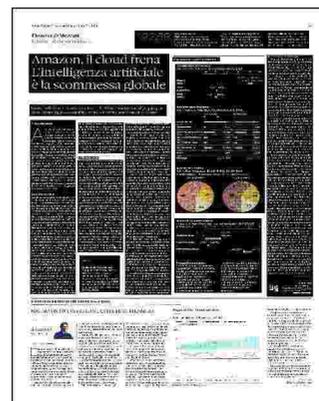
Tutte le "Lettere al Risparmiatore" sul sito del Sole nella sezione Finanza & Mercati
isole24ore.com



FOCUS

Taglio della forza lavoro

Il gruppo, anche a causa del difficile contesto macro economico, ha ridotto la propria forza lavoro (impiegati full e part time) da circa 1,608 milioni di unità a fine del 2021 al numero di 1,541 milioni del 31/12/2022



122,58

COSTI OPERATIVI

Alla fine dell'ultimo trimestre (31/3/2023) i Total operating expenses di Amazon si sono assestati a 112,584 miliardi (erano stati

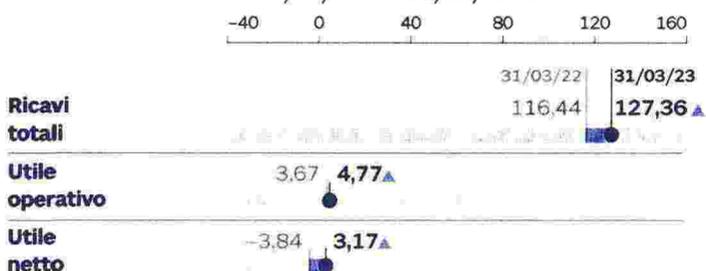
112,775 miliardi un anno prima). Tra le altre voci la società ha incrementato le spese in tecnologia e marketing. Al di là del fatto che, per gli esperti, è fondamentale trovare il

giusto equilibrio tra limitazione delle spese e crescita, gli analisti sottolineano come l'incremento degli oneri operativi abbia comunque frenato nell'ultimo quarter.

Il gruppo Amazon in numeri

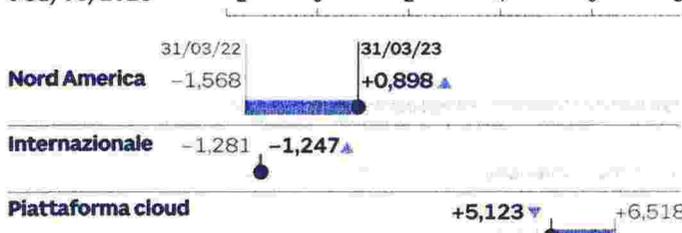
TRIMESTRI A CONFRONTO

Dati in miliardi di dollari al 31/03/2022 e 31/03/2023



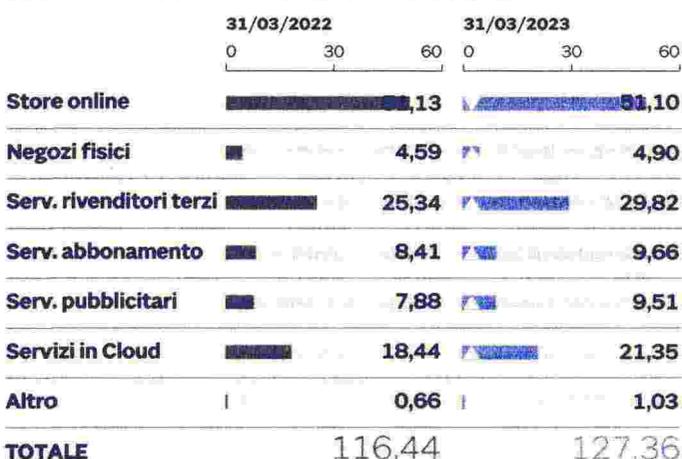
REDDITIVITÀ A CONFRONTO

In miliardi di dollari l'operating income trimestrale al 31/03/2022 e 31/03/2023



RIPARTIZIONE DEI RICAVI

Dati in miliardi di dollari al 31/03/2022 e 31/03/2023



Prospettive e valute.

Come di consueto Amazon ha indicato, contestualmente alla pubblicazione dei dati del primo trimestre, le guidance sul secondo quarter del 2023. I ricavi netti sono previsti tra 127 e 133 miliardi di dollari. Si tratta di una stima che prevede un impatto sfavore-

vole di circa 30 punti base dai cambi valutari. L'operating income è atteso tra 2 e 5,5 miliardi di dollari. Si tratta di una forchetta previsionale che si confronta con i 3,3 miliardi di dollari, in profitti operativi, realizzati nello stesso periodo dello scorso esercizio.

IL PESO DELLE AREE

Dati in % sul fatturato al 31/03/2022 e 31/03/2023

● NORD AMERICA ● INTERNAZIONALE ● PIATTAFORMA CLOUD

