

BIG TECH L'arrivo di Vision Pro non ha scaldato il titolo a Wall Street, ma i precedenti raccontano che i prodotti della Mela hanno bisogno di tempo per fare effetto in borsa. Secondo gli analisti, le prospettive del nuovo device (e del gruppo) rimangono positive

Apple, altri utili nel Visore

di Alberto Mapelli

Entusiasmo per il potenziale tecnico e rivoluzionario del nuovo prodotto, raffreddato dal consueto disappunto per il prezzo elevato. Impatto limitato, nullo o addirittura negativo nel breve termine sul titolo, in attesa di capire se si rivelerà l'ennesimo prodotto di successo per i conti di Apple. Ma tant'è: ogni grande novità lanciata dal colosso di Cupertino segue per lo più lo stesso canovaccio, sia a livello mediatico sia a Wall Street.

Il lancio di Vision Pro non ha fatto eccezione in questi primi giorni dopo il tanto atteso annuncio dello sbarco della Mela nel mercato della realtà aumentata. Un prodotto considerato rivoluzionario sia dal punto di vista tecnologico rispetto a quanto uscito finora, sia da quello dell'impatto sui sensi dell'utilizzatore visto che, rispetto alla concorrenza, consentirebbe di non perdere la percezione su quanto accade nel mondo reale. Il titolo, che aveva toccato il record storico di 184 dollari pochi minuti prima dell'annuncio del visore sulla scia dell'entusiasmo, è poi tornato a oscillare tra 178 e 180 dollari. A fare alzare il sopracciglio sono state due caratteristiche: il prezzo di 3.499 dollari, sopra le previsioni (3 mila dollari), considerato troppo elevato per sfondare nel grande pubblico; e la data di uscita, visto che inizio 2024 significa non cogliere il periodo natalizio per dare un primo slancio alle vendite.

I precedenti. I dubbi sui listini si erano già visti in passato. Gabriel Debach, italian mar-

ket analyst di eToro, ha analizzato per *MF-Milano Finanza* l'andamento di Apple al Nasdaq nel mese successivo al Worldwide Developers Conference dal 2005 a oggi. «In media l'andamento in borsa ha registrato una crescita di circa l'1,49% negli anni, con una mediana intorno allo +0,86%. Solo otto anni hanno chiuso con un aumento, mentre dieci anni hanno riportato una performance negativa», spiega Debach. Anche con l'annuncio dei nuovi prodotti non è andata diversamente. L'iPhone, che oggi rappresenta circa il 54% del fatturato di Apple, ha avuto grande successo dall'annuncio fino al lancio. «Durante questo periodo, il valore delle azioni è aumentato di circa il 42%. Tuttavia, per quasi un mese il valore delle azioni è rimasto stabile prima di mostrare un aumento significativo», sottolinea l'analista. Il lancio dell'iPod ha invece prodotto una reazione modesta dei mercati (-3% nei poco meno di 20 giorni passati dall'annuncio al lancio), «salvo registrare, nelle 22 sedute successive, un aumento del 18%». Dall'annuncio alla commercializzazione dell'iPad (27 gennaio-3 aprile 2010) il titolo di Apple è salito del 14%, ma per trenta giorni non è stato influenzato. Situazione simile per l'Apple Watch: +32% tra settembre 2014 e aprile 2015, ma con oltre un mese di immobilismo. Più modesto invece l'entusiasmo per gli AirPods, con un titolo cresciuto del 7% nei tre mesi trascorsi tra settembre e dicembre 2016, ma con un ulteriore incremento del 5% nel mese successivo. «Non è insolito che i nuovi prodotti di Apple suscitino incertezze a causa del loro design unico o del prezzo elevato», riassume Debach.

«È ragionevole supporre che con Apple non stia cercando di conquistare il mercato di massa con questa prima versione del visore. È importante ricordare che l'hardware è solo la punta dell'iceberg, poiché l'ecosistema dei servizi (che genera maggiori profitti per l'azienda) può crescere ulteriormente grazie a tali innovazioni».

Come puntare sul titolo.

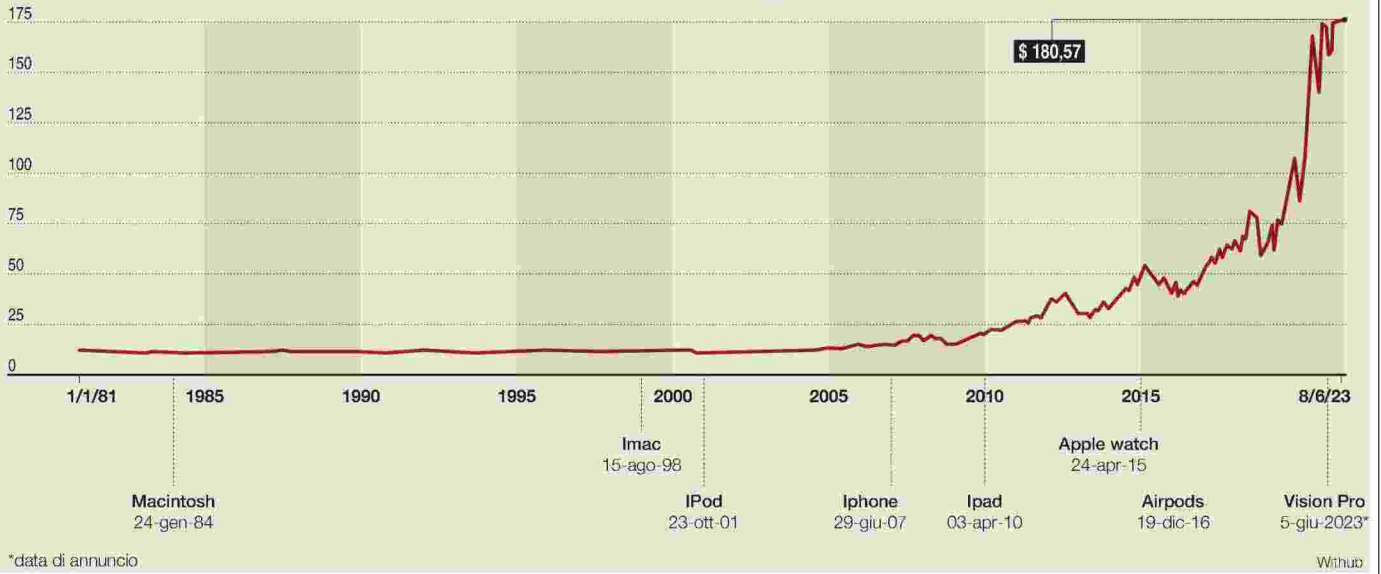
«Per il momento il mercato non ha avuto delle vere reazioni all'annuncio di Vision Pro», spiega Carlo De Luca, head of asset management di Gamma Capital Markets. «Questo perché non ci sono ancora dati per capire sia la portata dell'investimento sia quale sarà l'impatto sui listini». Ma per De Luca la necessità di temporeggiare per capire l'influenza che il visore avrà su Apple non esclude l'inserimento del titolo in portafoglio. «La tecnologia deve esserci quest'anno e Apple non fa eccezione. Certo, la velocità con la quale tutto il settore ha performato in questi mesi è stata significativa. Per questo è lecito attendersi che, avendo raggiunto resistenze tecniche importanti, ci possa essere un momento di respiro per rientrare dagli strappi recenti», continua. *Cnbc*, che raccoglie i giudizi di 41 analisti, riferisce che il target price medio non è distante dal prezzo attuale (186 dollari). Ma c'è anche chi fissa l'asticella anche molto più in alto a 220 dollari. «Superare i 200 dollari è possibile – conclude De Luca – ma realisticamente in un lasso di tempo di 12 mesi».

I numeri del visore. Detto della necessità di aspettare per vedere maturare l'impatto sul titolo Apple, come sarà accolto Vision Pro dai consumatori? Goldman Sachs pre-

vede che per la società «il contributo finanziario a breve termine sarà limitato» per il prezzo alto del prodotto e anche perché, visto il numero limitato di apparecchi che verranno venduti, anche i ricavi provenienti dai servizi aggiuntivi saranno contenuti. Per gli analisti della banca d'affari il contributo annuale di Vision Pro al fatturato di Apple salirà dai 13 miliardi di dollari dell'anno fiscale 2024 ai 25 miliardi dell'anno fiscale 2028. Goldman Sachs prevede una base di 5 milioni di visori venduti nel primo anno fiscale completo, a cui poi seguirà una crescita costante fino a 13 milioni di unità nell'anno fiscale 2028. Il business dei visori di realtà aumentata è complicato e in molti hanno fallito fino a ora. Ma, per gli analisti della banca d'affari, Apple potrebbe avere un asso della manica rispetto alla concorrenza: la possibilità di integrare da subito una serie di contenuti e servizi esclusivi e dedicati, oltre a un ecosistema di app tramite l'App store già in grado di produrre un fatturato annuale di 80-90 miliardi di dollari. Altri fattori influenzeranno il successo di Vision Pro per Goldman Sachs: dall'adozione della realtà aumentata da parte del gaming alla rete globale di Apple store che potrebbero generare interesse nel visore. Ma, in ogni caso, anche con numeri ridotti nei primi anni di vita del visore Apple servirà prudenza prima di definirlo un fallimento: «Apple Watch era partito con consegne inferiori ai 10 milioni l'anno venendo etichettato come flop, ma oggi vende tra le 40 e le 50 milioni di unità». (riproduzione riservata)

A pagina 87
in *MF Personal*
«My Tech-Banco di Prova»
dedicato al Vision Pro

L'ASCESA DI APPLE AL NASDAQ



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

139308