

List.

Fatto. Analisi. Impatto. Agenda



Zuckerberg ha visto il suo primo cigno nero

Facebook brucia 120 miliardi a Wall Street. Le nuove regole sulla privacy hanno cominciato a imbrigliare l'algoritmo e il suo business. Amazon continua a battere tutti i suoi record. L'oligopolio globale della Silicon Valley, l'espansione di un capitalismo-velociraptor che divora tutto quello che incontra.

Facebook ieri a Wall Street ha bruciato 120 miliardi di dollari di capitalizzazione. È il più grande crollo di sempre per un singolo titolo del mercato azionario americano.

Amazon ha annunciato ieri un secondo trimestre da record: ricavi per 52.9 miliardi di dollari, + 39 per cento anno su anno.

Mark Zuckerberg e Jeff Bezos sono lo stesso volto della Silicon Valley. Macinano fatturati e utili, finché non arriva il Cigno Nero. Zuckerberg ieri l'ha visto per la prima volta. Per Bezos c'è solo da attendere. Nessuno è perfetto e il capitalismo della Silicon è pieno di distopie. Non bastano i soldi, servono leadership, reputazione, fortuna, auto-controllo e capacità di non farsi prendere da quella che gli antichi greci chiamavano *hybris*. Leggere la poetica di Aristotele aiuta a non cadere nella superbia, nella

tracotanza, nell'eccesso. Zuckerberg ha fatto splash, Bezos è l'uomo più ricco del mondo, ma è immerso nell'hybris come nessuno, la sua Amazon è un problema di gigantismo, monopolio e distruzione della concorrenza.

Leadership e reputazione

Leadership e reputazione. Sono qualità umane che vengono prima del capitale, dell'organizzazione del lavoro. Senza i primi due ingredienti, non si fa il cocktail dell'impresa. Facebook è arrivata al punto in cui leadership e reputazione sono in discussione. Quando rallenta la corsa dell'espansione, quando il mercato si fa "maturo", entrano in gioco reputazione e leadership. Lo abbiamo visto con la scomparsa di Marchionne e il file instabile aperto alla guida di Fca. Marchionne era un leader con una reputazione al titanio quella che a Detroit lo ha fatto diventare "il manager del secolo" nel giudizio del direttore di Automotive News e ha fatto dire al Presidente degli Stati Uniti Donald Trump - ricordiamolo, un uomo di business - che Marchionne è stato "importante come Ford". Chi conosce la complessità e le sfide del mercato dell'automobile, sa che stiamo parlando di un mondo affollato di squali e piranha dove dell'avversario non resta neanche una lisca, un mondo dove la competizione è enorme. Ieri Fca ha presentato i conti del secondo trimestre: non sono buoni, ci sono segnali negativi sul fronte dell'utile netto, gli obiettivi del 2018 sono stati in parte rivisti, la reputazione di Mike Manley è ottima ma la sua leadership è tutta da scoprire. L'azienda con la scomparsa di Marchionne si trova di fronte a un passaggio delicato con una serie di complicazioni, come abbiamo visto, imprevedute. L'imprevisto è arrivato anche in casa di Mark Zuckerberg. Toh, è arrivato il Cigno Nero.

Apple e il caso di Steve Jobs



Leadership e reputazione sono importanti anche nella Silicon Valley. Nel caso dei titani di Internet parliamo di un oligopolio di pochi marchi, con un mercato ancora in ascesa ma sulla via della maturazione e con un alto rischio di obsolescenza di prodotto. L'esempio più grande di leader carismatico di quel mondo è stato Steve Jobs, un manager diventato quasi *un culto* perché aveva abilmente trasformato in icona il suo stile e il marchio di Apple, il suo è stato il primo messianismo hi-tech della contemporaneità. Risolve tutto Apple. In realtà non ha risolto nulla e ha incassato tanto fino al punto da avere una titanica cassa all'estero e una rappresentazione faraonica dell'azienda: cubi di vetro e acciaio nelle metropoli, come piramidi, un nuovo quartier generale che è un anello-astronave che sembra atterrato cinque minuti fa sul suolo della California. Morto Jobs, è arrivato un travet del capitalismo, Tim Cook, niente di paragonabile e la società ha continuato a incassare ma nello stesso tempo a sfornare qualche numero in rosso. Anche in questo caso siamo di fronte a un leader carismatico con la reputazione di un visionario. Non Cook, Jobs. E Zuckerberg?

Facebook crolla a Wall Street

Leadership e reputazione sono il problema di Facebook, il soggetto più interessante da guardare in questo momento a Wall Street, il social dei social, quello che macina miliardi di utili di pubblicità e "possiede" le vite di 1.47 miliardi di utenti attivi. Ieri ha presentato i numeri trimestrali, dunque prima i numeri. Vediamo gli utenti attivi giornalieri:

Daily Active Users (DAUs)

In Millions



DAUs / MAUs

Quarter	Q2'16	Q3'16	Q4'16	Q1'17	Q2'17	Q3'17	Q4'17	Q1'18	Q2'18
DAUs / MAUs	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%	66%

Please see Facebook's most recent quarterly or annual report filed with the SEC for definitions of user activity used to determine the number of our DAUs and MAUs. The numbers for DAUs and MAUs do not include Instagram, WhatsApp, or Oculus users unless they would otherwise qualify as such users, respectively, based on their other activities on Facebook.

facebook

Oh oh, molto interessante: gli utenti giornalieri attivi in Europa sono diminuiti (è la prima volta) e quelli in America sono fermi. Crescono in Asia e nel resto del mondo. Che cosa è questo? Houston, abbiamo un problema. Di reputazione. E di leadership. I "buchi" nella politica sulla privacy che emergono periodicamente stanno rovinando la reputazione di Facebook che fino a qualche tempo fa poteva godere del disinteresse generale sul tema. Oggi no. La leadership di Mark Zuckerberg ne esce male perché il leader dell'azienda si era profuso in scuse e faremo e cambieremo e la filosofia e la protezione dei dati. Fuffa facebucchista, la bacheca è fatta per essere "guardata", i dati personali dell'utente sono raccolti per farne un bersaglio pubblicitario, Facebook non è un circo gratis, il pasto siamo noi e il suo fondatore sa benissimo che la natura del suo business è il voyeurismo. Non a caso ha lanciato di un sito di appuntamenti per calorosi scambi di opinioni sulle collezioni di francobolli e farfalle. Facebook non è la privacy, Facebook è la porta spalancata dell'intimo. In tutti i sensi. Fino a ieri questo passava come un gioco innocente, poi qualcosa è cambiato: una parte degli utenti ha cominciato a guardare alla bacheca come a un omino che spia nella tua anima.

Zucky ha un problema: le nuove regole sulla privacy

Zucky è un venditore nato, nella conference call di ieri ha usato il solito eloquio dei Ceo della Silicon Valley. Tutto "meraviglioso", tutto "stupefacente", tutto bello e benvenuti a Portobello. Stessa solfa dalla

signora Sheryl Sandberg, come riporta con sulfurea ironia il Wall Street Journal. Poi... din don! la sorpresa, Dave Wehner, quello che tiene i conti della cassa, comincia a snocciolare una serie di dati che non si erano mai sentiti prima tra le mura della casa di Menlo Park: le nuove regole sulla privacy in Europa hanno determinato un calo della pubblicità (notare bene, le regole entrate in vigore solo in maggio); i ricavi caleranno anche nei trimestri successivi; Instagram Stories non va bene (dalle parti di Zucky vuol dire che non incassa abbastanza pubblicità); il margine operativo passerà nei prossimi mesi dal 44 per cento al 30 per cento. Dettaglio delle parole esatte di Wehner:

Il nostro tasso di crescita dei ricavi totali è rallentato di circa 7 punti percentuali nel secondo trimestre rispetto al primo. I nostri tassi di crescita del fatturato totale continueranno a rallentare nella seconda metà del 2018, e prevediamo che i tassi di crescita delle entrate dovrebbero diminuire di un'elevata percentuale a una cifra rispetto ai trimestri precedenti in modo sequenziale nel terzo e quarto trimestre.

Wow, ora immaginate le facce degli analisti abituati a comunicazioni fanstastilinarie con Zucky con i canini che sudano dollari. Mentre la conference call andava avanti, il Wall Street Journal racconta cosa succedeva in sala trading: ondata di vendite, il titolo cola a picco del 16 per cento in pochi minuti, poi -24 per cento e poi un recupero. Ecco il quadro finanziario generale:

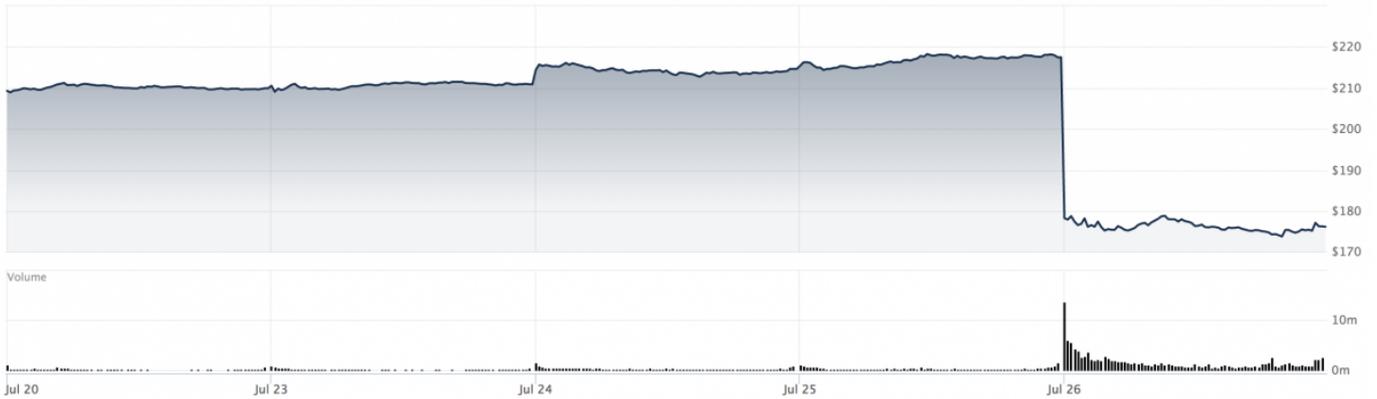
Second Quarter 2018 Financial Highlights

<i>In millions, except percentages and per share amounts</i>	Three Months Ended June 30,		Year-over-Year % Change
	2018	2017	
Revenue:			
Advertising	\$ 13,038	\$ 9,164	42%
Payments and other fees	193	157	23%
Total revenue	13,231	9,321	42%
Total costs and expenses	7,368	4,920	50%
Income from operations	\$ 5,863	\$ 4,401	33%
<i>Operating margin</i>	44%	47%	
Provision for income taxes	\$ 762		
<i>Effective tax rate</i>	13%		
Net income	\$ 5,106	\$ 3,894	31%
Diluted Earnings per Share (EPS)	\$ 1.74	\$ 1.32	32%

È un titano che comincia a mostrare segni di indebolimento. Ha un'ascesa dei ricavi anno su anno mostruosa (+42 per cento), ma se andate a vedere alla voce costi si vedono i primi effetti dell'implementazione delle misure di sicurezza e privacy (+50 per cento), il profitto lordo da operazioni è a +33 per cento e quello netto è pari a 5.1 miliardi di dollari. Hanno accumulato una straordinaria ricchezza, forse in futuro non sarà così, ma hanno la leva finanziaria per fare qualsiasi cosa e agiscono in regime di oligopolio. Abbattere un simile spara tutto non è semplice.

Profondo rosso

La chiusura di ieri a Wall Street è con la colonna sonora di Profondo Rosso, Goblin: - 18.96 per cento, 120 miliardi di dollari di capitalizzazione bruciati. Osservate lo strapiombo:



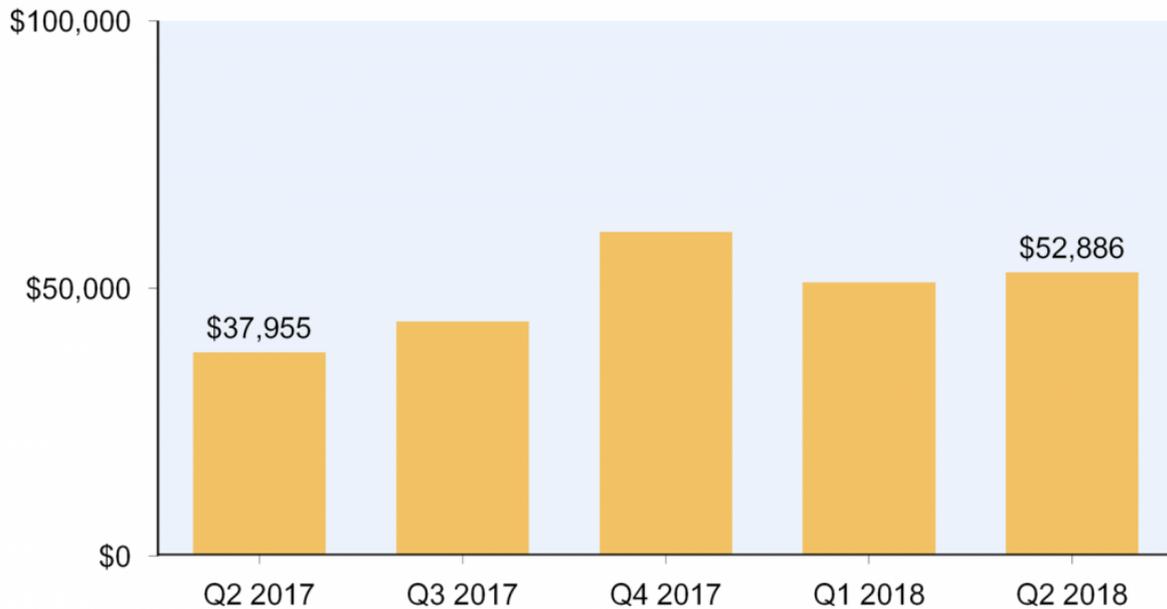
Le nuove regole sulla privacy sono un mondo diverso e in quel mondo non è detto che ci siano i tassi di crescita stellari che abbiamo visto fino a poco tempo fa. Non finisce un'epoca, sono cambiate le regole, cambieranno i prodotti. È finito il mito del tocco magico di Zuckerberg. È finita la sua credibilità. Speriamo sia finito anche il Far West dei social network.

Amazon è sempre più grande

Jeff Bezos potrà continuare a lungo a bruciare carburante per il lancio dei suoi razzetti. I risultati del secondo trimestre sono come la sua creatura, giganteschi: ricavi per 52.9 miliardi di dollari, + 39 per cento anno su anno.

Net Sales

MM



Up 39% Y/Y, Up 37% F/X Adjusted ⁽¹⁾

(1) Information regarding the effect of foreign exchange rates, versus the U.S. Dollar, on our net sales and operating income is provided to show reported period operating results had the foreign exchange rates remained the same as those in effect in the comparable prior year periods.

Amazon è colma di denaro fresco. Sintesi dal report: "Il flusso di cassa operativo è aumentato del 22 per cento attestandosi a 21,8 miliardi di dollari per i dodici mesi trascorsi, rispetto ai 17,8 miliardi di dollari per i dodici mesi chiusi al 30 giugno 2017. Il free cash flow è aumentato a 10,4 miliardi di dollari per il periodo di dodici mesi, rispetto ai 9,6 miliardi di dollari per il periodo di dodici mesi conclusosi il 30 giugno 2017". Con questa cassa, Bezos espande il suo business planetario nel settore immateriale (software, cloud, servizi) e materiale (acquisto di altre aziende, diversificazione del business, negozi fisici in vari settori). Un titano inarrestabile. La sua avanzata dovrebbe svegliare i regolatori, ma pare non si rendano conto di cosa sta accadendo.

L'Italia nel report al mercato è citata cinque volte, così come la Spagna. Amazon si sta espandendo nell'area mediterranea. Dove? Amazon Business (i servizi di e-commerce per le aziende), Prime Member, Prime Reading e Prime Music, nel mercato degli assistenti vocali entro la fine dell'anno con Echo e Alexa. L'elenco della attività è impressionante: una fusione di software e contenuti, servizi di logistica e sviluppo di centri d'acquisto fisici. Il quarto Prime Day dell'anno è stato il più grande di sempre con 100 milioni di prodotti acquistati e il numero uno è stato il Fire Tv Stick insieme al telecomando per Alexa e Echo.

Siamo di fronte a un velociraptor che cattura e divora tutto quello che incontra. Viviamo tempi giurassici. Forse troppo.