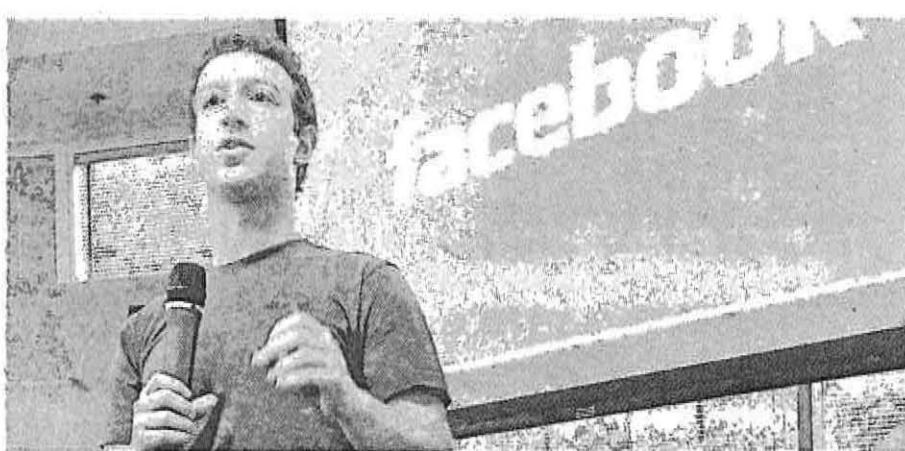


L'analisi. Nonostante i 30 milioni di utili al giorno, il titolo perde il 6 per cento. Zuckerberg ora scommette sui video

Facebook taglia gli spot e finisce ko in Borsa



FONDATORE
Mark Zuckerberg ha fondato Facebook nel 2004. L'esordio in Borsa è del 2012

cazioni di Menlo Park garantisce oggi 4,01 dollari. L'America (15,65 dollari) è l'angolo di mondo dove Facebook guadagna di più, seguita da Europa (4,56) e Asia (1,89). Spazio per crescere, insomma, ce n'è. E la Borsa Usa, spera Zuckerberg, avrà modo e tempo per rendersene conto.

ETTORE LIVINI

MILANO. L'incontentabile Wall Street colpisce ancora. E questa volta affonda il bersaglio grosso: Facebook. La società di Menlo Park ha alzato il velo sui conti, brillantissimi, del terzo trimestre del 2016. Quest'estate ha guadagnato 2,8 miliardi di dollari, qualcosa come 30 milioni al giorno, il 185% in più dell'anno precedente. Ogni 24 ore 1,17 miliardi di persone (un abitante su sette del pianeta, +18%) accedono alle piattaforme di Mark Zuckerberg e tutti gli indicatori hanno davanti un amplissimo segno più. Ma quattro paroline di troppo durante la conferenza stampa di presentazione dei risultati, hanno mandato in tilt la Borsa a stelle e strisce: il tasso di crescita del carico pubblicitario del servizio - vale a dire gli spot con cui vengono bombardati gli utenti - «scenderà in modo significativo» nei prossimi mesi, ha vaticinato il direttore finanziario Dave Wehner. E il titolo, drogato dalle aspettative troppo alte del mercato, è finito ko, lasciando sul terreno in serata il 6% a quota 120 dollari.

I capricci del listino non bastano però a nascondere la realtà: Facebook scoppia ancora di salute. E il futuro - dicono gli analisti - resta rosa, grazie alla scommessa sui video, alle potenzialità di Instagram e al business emergente della realtà virtuale su cui il gruppo ha dirottato 250 milioni di investimenti aggiuntivi. Le cifre, in questo caso, valgono più della miopia a breve termine di Wall Street: il fatturato del terzo trimestre è cresciuto del 56% a 7 miliardi, il quadruplo di tre anni fa. Il gruppo di Zuckerberg e Google hanno consolidato il loro duopolio nella pubblicità digitale, visto che nei primi sei mesi dell'anno hanno conquistato il 68% del mercato. E anche i soci, al netto della mezza delusione di ieri, non possono lamentarsi: l'azione è salita senza soluzione di continuità dai 46 dollari di novembre 2013 ai 121 di ieri, spingendo il valore in Borsa di Menlo Park a 345 miliardi di dollari, un gruzzoletto pari quasi al doppio del Pil della Grecia.

Il campanello d'allarme di Wall Street ha il valore di una sveglia. Nel mondo liquido dell'hi-tech nessuno, nemmeno i migliori, può dormire sugli allori. Nokia, Blackberry e Motorola sono lì a testimoniare che in questo mercato il passaggio da star del mercato a stella cadente è molto breve. Facebook però sembra avere nel serbatoio benzina più che sufficiente - con buona pace dei problemi di carico pubblicitario - per continuare la corsa.

Zuckerberg ha provato a spiegare ieri perché la cuccagna non è finita. La priorità oggi è cavalcare il boom dei video inseguendo la strada battuta da Snapchat. «Buona parte delle app usa messaggi di testo come standard dei propri servizi - ha detto l'ad del gruppo - Ma sono sicuro che presto divideremo la maggior parte dei nostri contenuti con una telecamera». E Menlo Park sta iniziando a sperimentare sulla sua applicazione una funzione che ne rende molto più immediato l'utilizzo.

Un'altra miniera per ora inesplorata - destinata in futuro a far lievitare i conti - è quella legata alle recenti acquisizioni. Whatsapp e Messenger - ha comunicato Facebook - hanno più di un miliardo di utenti.

Ma per ora garantiscono pochi ricavi. In cantiere ci sono sia iniziative ad hoc per far crescere il loro appeal pubblicitario che per utilizzare le due piattaforme come negozio virtuale per servizi come la prenotazione di alberghi e voli. Molte soddisfazioni, invece, inizia a dare Instagram. Zuckerberg non ha voluto dare numeri sul suo utilizzo, ma ha

confermato che la crescita delle entrate pubblicitarie della app stanno crescendo più rapidamente di quelle di Facebook.

Il nodo economico, quello che in fondo pretende Wall Street, è spremere più soldi possibile da ogni singolo utente, grazie alle entrate pubblicitarie che valgono il 97% del fatturato di gruppo. Ogni iscritto alle appli-



68%

DUOPOLIO PUBBLICITÀ
Google e Facebook controllano il 68% del mercato pubblicitario

2,8 mld

PROFITTI TRIMESTRALI
Il risultato della trimestrale: 2,8 miliardi di utili

Instagram

1 mld

E-COMMERCE PER IMMAGINI
Instagram, acquisita per un miliardo nel 2012, farà concorrenza ad Amazon

amazon

345 mld

DOPPIATA LA GRECIA
La capitalizzazione di Borsa è pari al doppio del Pil della Grecia