

PROFESSIONISTI DEL RISPARMIO

IN EUROPA SFIDA DI E-COMMERCE, CLOUD COMPUTING E BIG DATA

Alla ricerca delle piccole «Amazon»

È fondamentale individuare settori destinati a lunga vita e aziende che hanno modelli dominanti

Lucilla Incorvati

In Borsa tra le società più promettenti dell'anno ci sono molte *internet company*. Il settore è più in salute di altri (Msci World Internet nel 2012 ha sovraperformato l'Msci World), ma l'universo è immenso e alcuni segmenti (*mobile internet, cloud computing, big data, virtualization, social data, e-commerce*) sembrano meglio posizionati. Solo l'e-commerce, che ha già stravolto dovunque il retail tradizionale, intensificherà la sua rivoluzione copernicana, unita all'onda d'urto del mobile. Per Morgan Stanley nel 2016 le vendite online supereranno il trilione di dollari e la penetrazione passerà in media dal 4 al 9,3%. Insomma, prospettive di crescita enormi.

«Basti guardare all'Italia dove l'e-commerce è un mercato ancora piccolo rispetto ad altri paesi europei - racconta Enzo Losito, consulente Gea -. Nel nostro Paese solo l'1,5% del totale mercato retail è online, contro il 6% di Germania e Francia, il 9% di Uk e il 10% degli Usa. La recente crisi ha colpito duramente anche l'online. Nel 2013 mi aspetto un'accelerazione delle operazioni di M&A perché molti operatori stanno in piedi solo con massa critica maggiore rispetto all'attuale. Bisognerà aggregare volumi per poter combattere una sempre più sanguinosa battaglia di prezzi. Molti player che prima erano solo competitor, oggi verificano le condizioni per mettere in sicurezza i loro conti e provare a guardare al futuro con più ottimismo».

Di sfida e opportunità in Europa per l'IT parla anche Bolko Hohaus, gestore di Lombard Odier IM: «Da una parte abbiamo l'intensificazione nella creazione di valore, in prospettiva di una ripresa dell'economia nelle aree chiave del mondo, valutazioni interessanti e bilanci pieni di liquidità; dall'altra ci sono molti

operatori i cui modelli di business sono minacciati».

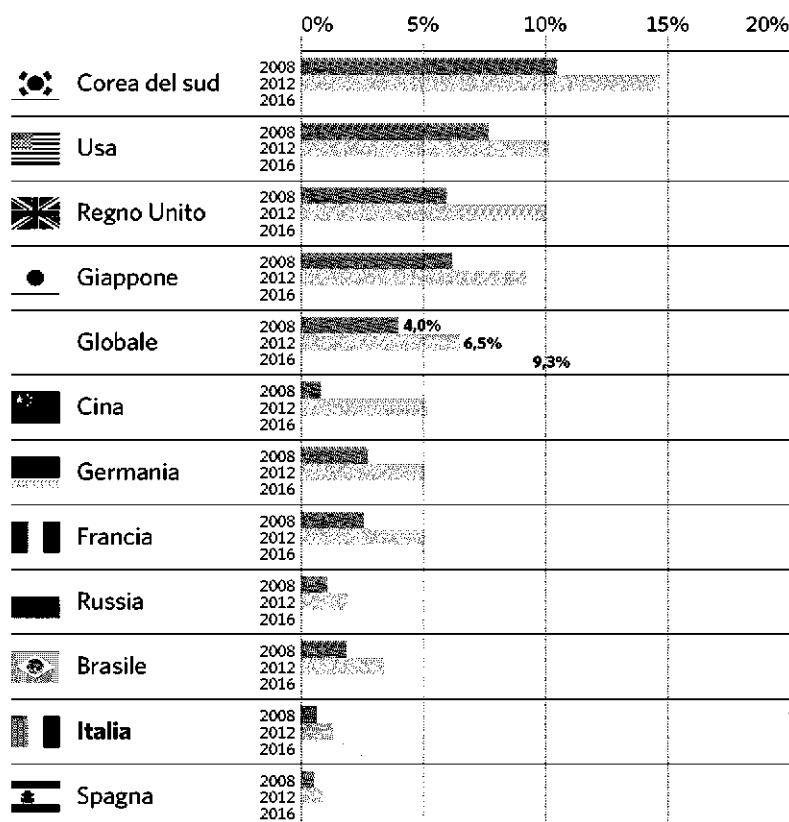
Per Credit Suisse (è buy su Google, Facebook, eBay, Amazon, Priceline.com) le aziende che operano in posizioni dominanti nell'online advertising, retail, travel presentano robusti tassi di crescita, solidi fondamentali e valutazioni interessanti perché: «sottraggono quote di mercato in ambienti dove non c'è più crescita e dove acquisiscono un vantaggio strutturale».

Oltre che su Amazon è rialzista anche sull'e-commerce europeo Scott Meech di Union Bancaire Privée. «L'e-commerce è solo una piccola parte del totale delle vendite al dettaglio - ricorda - tutti i principali rivenditori hanno sviluppato piattaforme e-commerce la cui crescita è molto più sostenuta di quella tradizionale. In Europa occorrerà più tempo, ma è una tendenza in crescita». Tra i titoli preferiti ci sono Deutsche Post che dispone di un business chiamato MeinPaket in Germania, molto promettente come aggregatore di migliaia di piccoli rivenditori che desiderano essere online, e la francese Gemalto che si occupa di software per la sicurezza dei pagamenti digitali. Nell'e-commerce europeo la meglio posizionata per Morgan Stanley è l'inglese Asos, web retailer di moda, in parte competitor della nostra Yoox. Ma non c'è solo l'e-commerce. Per Jeroen Brand, gestore di Ing, nell'It è cruciale in ogni momento individuare i temi che avranno successo nel lungo periodo, e che rappresentano interessanti opportunità di investimento. A lui ora piace la solidità del cloud computing e del big data. «Il primo non si riferisce solo alla possibilità di archiviare dati e informazioni su server remoti e accedervi da qualsiasi terminale - spiega il money manager - ma anche alla fruizione di applicazioni attraverso la rete. La domanda di big data, grazie alla velocità dei processi e all'abbassamento dei costi per l'archiviazione, è enorme: chi riesce a profilare i propri utenti ha sicuri vantaggi competitivi. Infatti, sono strumenti sviluppati da giganti come Facebook o da Google per la gestione dell'incredibile mole di dati che transitano sui siti».

Infine, per Losito la prossima killer application vincente è il video. Nel 2012 è avvenuto il sorpasso: oltre la metà dei contenuti scaricati in rete nel mondo sono video, non più testo. «Ad esempio, il video-commerce ancora poco sfruttato (un esempio è su Woolrich.it) - conclude - aumenta del 64% la probabilità di acquisto online. Mi aspetto novità anche nelle video-email: moltissime le applicazioni possibili, anche nel mondo B2B: si pensi all'uso di video nel customer care di prodotti complessi come macchine per lavorazioni industriali e impianti».

La crescita attesa

La penetrazione dell'e-commerce sul totale delle vendite



NOTA: 2012 e 2016 stime

FONTE: Morgan Stanley

Il mercato premia Yoox (+63%) esempio unico nell'e-commerce

A PIAZZA AFFARI

Tra i titoli del comparto, originali i modelli di Mutui online e Primisuiomotori

«Oggi c'è fermento tra gli investitori - spiega Andrea Rangone, delegato a gestire il Polihub del Politecnico di Milano - tra i settori vincenti c'è tutto quanto riguarda la creazione di App, la pubblicità e il pagamento sul mobile che fanno riferimento al cloud computing, il settore più gettonato dai fondi». Ed è proprio nel cloud computing che vuole crescere Sesa, leader in Italia nella distribuzione di soluzioni IT e primo distributore italiano di IBM, Cisco, Oracle, Lenovo e Lexmark. L'azienda toscana (809 milioni di fatturato e un utile netto di 16,4 milioni) è di fatto la prima Ipo dell'anno, a seguito della recente fusione nella prima Spac di diritto italiano (Made in Italy 1), quotata sull'Aim di Borsa Italiana.

Ma il titolo di punta di Piazza Affari è certamente Yoox (63% da inizio anno; +226% dall'Ipo nel 2009), leader indiscusso nel luxury e-commerce con online store multi-brand e mono-brand e accordi stipulati con primarie case del-

la moda che la spingono sempre più all'internazionalizzazione. Di recente sulla società si sono espressi gli analisti di Bofa che hanno alzato il prezzo obiettivo a 15 euro, dal precedente 12,5 euro (il consensus S&P Capital Iq indica un target price a 13 euro). A fare da volano, tra le altre, per i conti 2013 la joint-venture siglata in estate con Ppr e le strategie di espansione in Cina. Al settore dei comparatori ma con un modello di business molto particolare appartiene Mutui online, quotata sul segmento Star dal 2004, l'unica società comparabile è la statunitense Ocwen Financial. E se nell'ultimo periodo la società ha risentito della crisi del mercato dei mutui (-4,8% nell'ultimo anno), sul titolo c'è un buy di Deutsche bank a 5 euro che vede prospettive positive anche alla luce dell'evoluzione del modello con la comparazione di altri prodotti finanziari (polizze, conti correnti, altro). Positive le prospettive anche per la piccola Primisuiomotori, fresca di quotazione (luglio 2012 +4,7%). Leader in Italia nel servizio di posizionamento sui motori di ricerca (Search Engine Optimization) ha appena avuto un buy da Intermonte a 31 euro (è stata quotata a 22 euro).

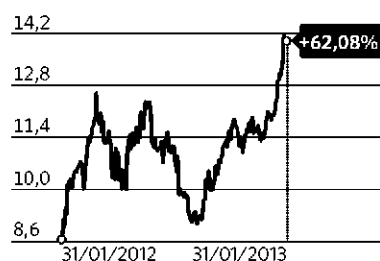
I.D.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A Piazza Affari

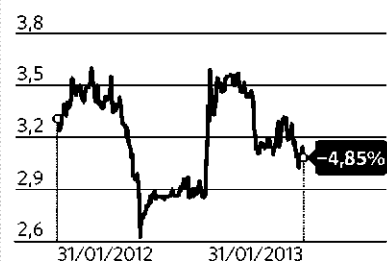
YOOX

Andamento del titolo a Milano



MUTUI ONLINE

Andamento del titolo a Milano



LA PAROLA CHIAVE

Cloud Computing

Gestire esternamente (online) le applicazioni e le attività informatiche invece che all'interno delle mura. Una sorta di esternalizzazione nell'IT. I servizi continuano su www.ilsole24ore.com/plus24

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BANCHE E BANCARI

Nicola Borzi

Intesa, orari lunghi per altri 240 sportelli

L'aveva annunciato a fine anno (si veda Plus24 di sabato 19 dicembre), era scattato dal 14 gennaio. Ora il piano di estensione di orario delle filiali-pilota di Intesa Sanpaolo passa alla fase due. Entro il 2 aprile altri 240 sportelli del primo gruppo nazionale apriranno con l'orario esteso alle 20 nei giorni feriali (le casse chiudono alle 19.45) e il sabato mattina per consulenza dalle 9 alle 13. Le 240 nuove filiali coinvolte sono distribuite per 134 al Nord, 43 al Centro e 63 al Sud e nelle Isole: 68 sportelli sono in Lombardia, di cui 56 a Milano e provincia, 40 in Piemonte, di cui 28 a Torino e provincia, e 20 nel Veneto (17 in CariVeneto, di cui 12 nel Padovano, e tre di CariVenezia). Altre tre filiali passeranno all'orario esteso in Liguria, due in Friuli e una ad Aosta. In Toscana gli sportelli coinvolti sono 14, di cui otto nel Fiorentino, 11 nel Lazio, tre in Umbria, sette di sportelli Carisbo, due nella Cassa di Forlì e Ravenna e sei nella Banca dell'Adriatico. Al Sud sono interessati 26 agenzie in Campania (di cui 15 a Napoli e provincia), nove in Puglia, sette in Calabria, una in Basilicata. In Sicilia sono coinvolte 11 filiali, nove alla Banca di Credito Sardo.

La notizia ha raccolto la "preoccupazione" di Unità Sindacale Falcri Silcea, l'unico sindacato che non ha firmato l'accordo sindacale sui nuovi orari. Secondo Mariangela Comotti, segretario di Unisin nel gruppo Intesa Sanpaolo e vicesegretario generale del sindacato autonomo, «le prime aperture prolungate di gennaio hanno purtroppo confermato i limiti del piano di riorganizzazione della rete avviato troppo frettolosamente, senza tener conto delle criticità da noi indicate sulle condizioni di lavoro nelle filiali coinvolte: alcune sono sotto organico e non possono coprire i turni, manca un piano per le sostituzioni delle assenze per malattia o ferie, non è considerata la sicurezza dei lavoratori, specie di sera e nelle aree più periferiche. Per Unisin il progetto resta un'operazione di pura facciata e dagli esiti incerti». Unisin invita quindi Intesa Sanpaolo a "riconsiderare i bisogni concreti di chi lavora nel gruppo".

nicola.borzi@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA