

INTERNET DÀ I TITOLI

Il social network «costretto» a sbarcare in Borsa. Persi i vantaggi della privacy, prova a sfruttare quelli della quotazione. Le ultime stime valutano la società fra i 75 e i 100 miliardi. Ma i «pericoli» del mercato e la disaffezione della community sono in agguato

DA MILANO CLAUDIA LA VIA

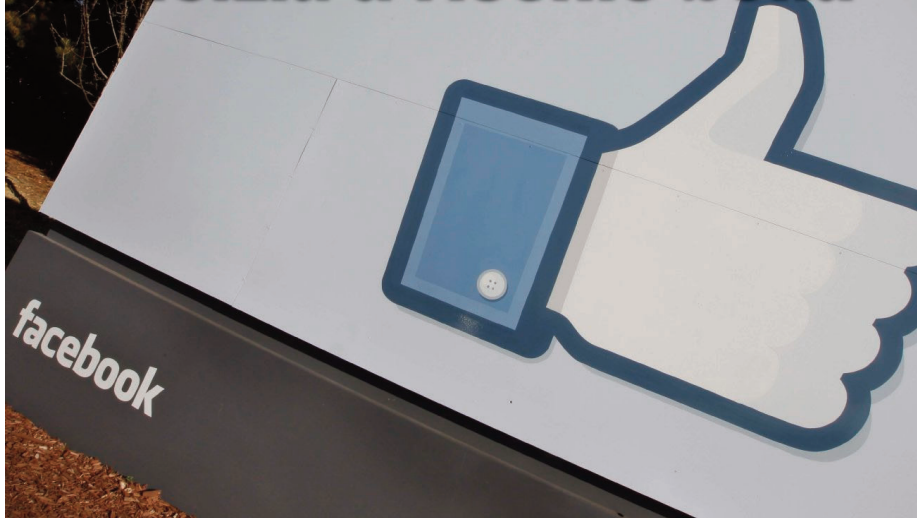
Forse Mark Zuckerberg avrebbe preferito aspettare ancora un po'. Sono state le regole della Sec (la Consob americana) a convincere il fondatore di Facebook che era arrivato il momento di portare la sua creatura a Wall Street. Le leggi americane stabiliscono infatti che, una volta superati i 500 soci, una società abbia poco più di un anno per rendere pubblici i propri conti. Facebook quella soglia l'aveva superata nel gennaio 2011 e quindi doveva comunque «condividere» i suoi numeri entro marzo. Persi i vantaggi della privacy, i manager del social network hanno pensato di sfruttare almeno quelli della quotazione. È quindi un po' forzato il debutto più atteso del 2012 a Wall Street. Il social network si presenta ai mercati con numeri promettenti: dal 2009 al 2011 le entrate sono cresciute da 777 milioni a 3,7 miliardi di dollari e gli utili, nello stesso periodo, sono schizzati da 122 a 668 milioni. Chi ha investito in Facebook negli ultimi anni si aspetta che questa crescita portentosa continui. Quando, un anno fa, investì 1,5 miliardi nella società di Zuckerberg, Goldman Sachs ritenne che Facebook valesse 50 miliardi. Le ultime stime la valutano invece tra i 75 e i 100 miliardi. Con l'offerta pubblica di acquisto, che dovrebbe partire a maggio, Facebook conta di collocare una quota minoritaria (attorno al 5%) per raccogliere 5 miliardi. È un obiettivo ambizioso, se si considera che per il suo debutto al Nasdaq, nel 2004, Google piazzò l'8% per nemmeno 2 miliardi. Se i numeri fossero confermati, potrebbe essere la maggiore Ipo di sempre per una società web. Per questo analisti e investitori la guardano con attenzione e cautela. La stessa Facebook ha ammesso che la crescita della sua attività rischia di frenare perché le insidie non mancano. Uno dei più grandi timori dell'azienda è il rapporto di dipendenza con Zynga, l'azienda creatrice di giochi di successo come Farmville: che è la maggiore fonte di entrate: arrivano da Zynga il 12%

dei ricavi del sito di Zuckerberg. Nel documento presentato alla Sec, Facebook ha ammesso: «Se l'utilizzo dei loro giochi sulla nostra piattaforma dovesse ridursi o se Zynga decidesse di migrare altrove i nostri conti sarebbero seriamente compromessi». Un'altra minaccia arriva dallo sviluppo dei cellulari, perché al momento chi li usa per collegarsi non vede la pubblicità, che oggi rappresenta l'85% delle entrate del social network. Tra le insidie ci sono anche le potenzialità di sviluppo: dal 2004 Facebook è cresciuto in modo esponenziale arrivando a raggiungere un bacino di iscritti unico al mondo - 845 milioni di utenti - ma che ha ormai un ritmo di crescita limitato.

E quei 100 miliardi sono un campanello di allarme per molti analisti, che temono una nuova bolla di titoli tecnologici. Cento miliardi di dollari equivalgono infatti a 150 volte gli utili che oggi Facebook registra in un anno. Il rapporto medio tra capitalizzazione e utili dei gruppi della Silicon Valley quotati è di 27. Per arrivare a valere quanto è stata valutata oggi, Facebook dovrebbe riuscire a raddoppiare i suoi utili per i prossimi tre anni. Uno scenario possibile, ma non scontato. Non mancano però anche gli operatori di mercato che credono che Zuckerberg possa farcela. Si basano sul successo di altre storiche Ipo tecnologiche. Apple era entrata in Borsa nel 1980 con una valutazione di appena 1,9 miliardi di dollari, un valore equivalente a 25 volte i suoi ricavi e ben 102 volte i suoi utili. Oggi vale 430 miliardi. Google era stata valutata 23 miliardi di dollari, 218 volte i suoi guadagni, ma oggi vale 200 miliardi. Per capire se Facebook saprà replicare i successi di questi due giganti bisognerà attendere. Nella speranza che il troppo business e la crescente attenzione della società verso gli interessi degli inserzionisti e del mercato non abbia come controindicazione la disaffezione di milioni di utenti che ogni giorno frequentano l'universo sociale creato da Zuckerberg. E che si aspettano di trovarci solo amici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Facebook e Wall Street amicizia a rischio bolla



LA SCHEDA

Vademecum per chi investe

Dai manager agli investitori sono in molti a guadagnare dall'Ipo di Facebook. Ma il titolo del social network potrebbe destare l'interesse anche di piccoli risparmiatori privati che, con la crisi, stanno cercando di far fruttare un po' i propri soldi. Chi volesse effettuare un investimento hi-tech può affidarsi a un broker professionista con regolare licenza per il commercio di azioni sulle Borse estere. Un'altra strada per poter acquistare azioni Facebook è usufruire della propria posizione depositaria italiana, comprando i titoli esteri mediante la banca. Ma in attesa che le azioni vengano scambiate a New York a partire da maggio, la piattaforma di trading online Ig Markets ha creato uno strumento derivato che permette di giocare sulla capitalizzazione di Facebook: in pratica una quotazione che scommette sul valore in Borsa del titolo del social network alla chiusura del primo giorno di contrattazione a Wall Street.

(C.L.V.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI SFIDANTI



Adesso la sfida è sulla pubblicità

DA MILANO

«Facebook è nata con una missione sociale: rendere il mondo più aperto e connesso». Così Mark Zuckerberg ha aperto la lettera che accompagna i documenti inviati alla Sec in vista della quotazione. Parole che sottolineano la natura intangibile dell'attività di questo nuovo gigante di Internet. Google è un motore di ricerca che permette di trovare informazioni sul web. Groupon vende offerte scontate, cene e vacanze e

Zynga crea giochi online. Facebook, invece, non fa nulla di tutto questo. Non vende beni o servizi: il suo obiettivo è connettere fra loro le persone, e la sua ricchezza sono proprio i loro dati personali. Ma quanto vale un'amicizia? Forse abbastanza, almeno a giudicare dagli appetiti degli investitori e dal debutto miliardario che a maggio il social network farà a Wall Street. Con i suoi 845 milioni di utenti - e la speranza di arrivare a 1 miliardo entro l'estate - se fosse un Paese il social network nato 8 anni

fa in un dormitorio di Harvard sarebbe il più popoloso dopo Cina e India. Facebook conta anche 100 miliardi di connessioni, 250 milioni di foto e 2,7 miliardi di commenti quotidiani. Una marea di gusti, tendenze, abitudini che trasformano il social network in un veicolo pubblicitario prezioso. Una macchina che cattura e processa ogni clic e interazione: a Facebook i 483 milioni di utenti che si connettono ogni giorno rivelano non solo i propri nomi e dove sono nati ma anche chi sono i loro amici e membri della fami-

glia, e i loro gusti su tutto, dalla musica alla politica. Secondo alcuni analisti il sito creato da Mark Zuckerberg potrebbe ora intensificare gli sforzi per rendere più redditizi i suoi annunci pubblicitari, studiando nuovi sistemi e soluzioni per farli diventare ancora più «social», come fa già da tempo Google con le sue pubblicità sul motore di ricerca e all'interno di altri servizi come Gmail. E lavorare a una soluzione per rendere visibili gli annunci anche sui telefoni.

Claudia La Via

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Siamo nati per rendere il mondo più connesso». La missione social di Zuckerberg fa i conti con il peso degli spot. Il successo dell'Ipo passa da qui