MILANO FINANZA

PAESE :Italia
PAGINE :21
SUPERFICIE :71 %
PERIODICITÀ :Settimanale

DIFFUSIONE :(72028)
AUTORE :Roberta Castellarin

► 1 dicembre 2018

WALL STREET Tra Black Friday e Natale le società retail macinano fino al 40% del fatturato. Ora il boom dello shopping arriva dopo due mesi neri in borsa. Da PayPal a Tiffany, come approfittarne

Qui i saldi vanno avanti

di **Roberta Castellarin**

Quest'anno il tradizionale mese dello shopping natalizio che si inaugura con il Black Friday e si conclude con le spese per i festeggiamenti di fine anno cade in un momento molto particolare. Da una parte l'economia Usa sta vivendo un periodo florido, con bassa disoccupazione, salari in aumento e l'effetto del taglio alle tasse delle imprese che si fa ancora sentire. Tutti elementi che fanno presagire un nuovo record di acquisti. Dall'altro, però, dopo dieci anni di rally incontrastato, Wall Street nel 2018 ha visto risalire volatilità e dispersione dei rendimenti. Alle spalle ottobre e novembre, che sono stati mesi difficili per gli investitori. Grazie alla correzione vista nell'ultimo periodo, però, chi acquista oggi può contare su prezzi più contenuti anche in borsa. Come investire tenendo in conto questi due fattori? Uno studio intitolato «Lo shopping sui mercati dal Black Friday a Natale» realizzato da Carlo Montedoro, investment manager di Valeur Asset Management, cerca proprio di rispondere a questa domanda. Ecco cosa emerge.

Fatturati in crescita. «Come ogni anno il Black Friday ha dato il via alla stagione più profittevole per le società direttamente esposte allo shopping natalizio. Prendiamo come riferimento per il periodo festivo il mercato americano che è un termine di paragone credibile anche per le altre economie avanzate, Europa in primis», dice Montedoro, ricordando che il Black Friday rappresenta solo l'inizio degli acquisti natalizi. «In media le società retail incassano il 20-40% del fatturato annuale nel periodo che va dal Black Friday alla vigilia di Natale. Anche le società e-commerce si giocano una buona parte delle vendite annuali e tutte stanno già facendosi la guerra con sconti e offerte che aumentano all'avvicinarsi delle feste», aggiunge l'esperto di Valeur am.

Montedoro ricorda che dal 2009 la crescita delle vendite nel periodo delle festività anno su anno è stata in media del 4% e il 2017 ha battuto le aspettative e ha segnato il record di crescita su base annua (+5,2% rispetto al 2016) dal 2006. Secondo la National Retail Federation (Nrf) quest'anno le stime vedono un aumento comunque sopra la media, ma più contenuto rispetto allo scorso anno, ossia +4,8% rispetto al 2017.

Fare i conti con le attese. La ricerca dell'esperto di Valeur am sottolinea che ci si aspetta una stagione di shopping pre-festivo positiva e i settori e sotto-settori maggiormente sensibili all'andamento delle vendite nel periodo delle festività sono il settore dei giochi (negozi di giocattoli e game stores ricavano circa il 30% del fatturato annuale dai mesi di novembre e dicembre), il settore della gioielleria (28% circa del fatturato) e i grandi magazzini (27% circa del fatturato). I mercati però scontano già le attese su questo genere di effetti stagionali e quindi a meno di risultati eccezionali, non è detto che le società maggiormente sotto i riflettori sovraperformino. «Ad esempio l'11 novembre durante il Singles Day, Alibaba ha fatturato 31 miliardi di dollari in 24 ore, battendo ogni record di vendite in una sola giornata di shopping online. Questo però non ha inciso sull'andamento del prezzo dell'azione, che nelle due sedute successive ha guadagnato solo l'1,4%, un bottino piuttosto esiguo se si pensa alle vendite registrate in una sola giornata», dice Montedoro.

L'investment manager di Valeur am ricorda che l'attenzione dei mercati, quindi, si rivolge non solo alle società retail ed e-commerce (Walmart, Amazon, Alibaba, Zalando, Home Depot), ma anche a società appartenenti a settori correlati con le spese natalizie quali ad esempio il settore delle spedizioni (Fedex, US postal services), il settore dei pagamenti (Visa, PayPal, Mastercard), il settore dei trasporti (compagnie aeree come American Airlines, easyJet, Delta Airlines) insieme al settore della gioielleria e lusso in generale (Kering, Tiffany, Lvmh). I mercati generalmente si posizionano nel periodo autunnale (ottobre e novembre) influenzando il prezzo dell'azione in anticipo rispetto alle festività di dicembre, per poi prendere profitto, e quindi vendere, a dicembre e gennaio. Tuttavia quest'anno potrebbe andare diversamente. «Il contesto macroeconomico del mercato americano è quest'anno molto delicato. Infatti gli indici statunitensi vengono da un periodo di sofferenza (ad esempio S&P500 -7,7% dal 1° settembre 2018 al 26 novembre) dovuta principalmente all'incertezza in questa fase del ciclo economico», dice Montedoro, che spiega come i dati macroeconomici sembrano sostenere la domanda, la disoccupazione ha raggiunto il livello di 3,7% (minimo dal 1969), il consumer sentiment index calcolato dalla Università del Michigan è ai massimi dal 2001. «Il composite index of leading indicators, composto da 10 indicatori, è ai massimi dal 2010. La crescita stimata a inizio anno ha dato, però, segni di rallentamento e la fase di rialzo che ha caratterizzato i mercati nel periodo fine 2017-inizio 2018 sembra aver esaurito definitivamente la forza», continua Montedoro.

Come si presenta Wall Street. Al netto quindi dell'incremento atteso (ed effettivo, stando ai primissimi dati sul Black Friday) delle vendite nel periodo festivo, i mercati sembrano essere già saturi, e quindi un eventuale rally

Tutti i diritti riservati

MILANO FINANZA

PAESE : Italia
PAGINE :21
SUPERFICIE :71 %
PERIODICITÀ : Settimanale

DIFFUSIONE :(72028)
AUTORE : Roberta Castellarin

► **1 dicembre 2018**

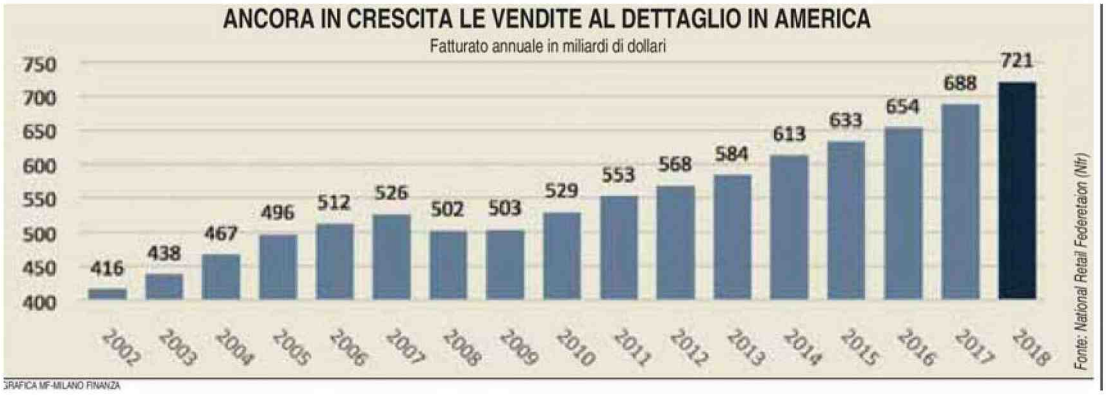
di fine anno potrebbe non essere molto significativo in termini di performance. «Il 2018 è stato un anno particolare con picchi di volatilità a febbraio e ottobre/novembre e con vendite che hanno colpito il mercato in generale. La correzione è riconducibile a un generale nervosismo degli investitori il cui consensus sembra essere unanime sul fatto che siamo alla fine del ciclo positivo post 2008 e che un periodo di recessione e/o correzione prolungata dei mercati sia plausibile, e quasi necessario», dice Montedoro. Tuttavia «nonostante il clima negativo, e anche grazie al contesto di domanda favorevole a dicembre, ci si potrebbe aspettare un rimbalzo di breve in alcuni settori, ed di alcune azioni, da sfruttare in ottica di trading di breve/brevissimo termine», dice l'investment manager che individua cinque titoli di Wall Street: Fedex, American Airlines, PayPal, Dollar General e Tiffany.

Pronti al rimbalzo. Per quanto riguarda **Fedex**, la società di trasporto leader americana, specializzata in spedizioni espresse con servizi overnight, in trasporti via terra e trasporti aerei Montedoro dice: «Dopo un anno particolarmente difficile (l'azione in dollari da inizio anno perde il 9,76%) la quotazione attuale risulta essere particolarmente scontata considerando la performance che ci si aspetta da questo settore nell'ultima parte dell'anno dovuta all'incremento delle spedizioni generato dall'invio di regali e di ordini online effettuati da chi non può raggiungere fisicamente la propria famiglia durante le festività». Mentre su **American Airlines,** la più grande compagnia aerea al mondo misurata per ricavi, numero di destinazioni servite e passeggeri trasportati, evidenzia che «La compagnia aerea statunitense ha una performance annuale particolarmente negativa (-26,03% in dollari da inizio anno al 26 novembre). Si tratta di una società con performance sui mercati particolarmente volatile e la quotazione attuale insieme al periodo dell'anno sembrerebbe suggerire una posizione long tattica di breve periodo dato il periodo attivo per questo settore che potrebbe battere le aspettative di ricavi». In tema di shopping natalizio Valeur am individua poi **PayPal**, multinazionale americana, colosso e leader nel settore dei pagamenti online insieme a Visa e Mastercard. «Viene da un anno difficile per i mercati ma comunque positivo (+9,45% in dollari da inizio anno al 26 novembre), si distingue dai due principali competitor grazie alla specializzazione nei pagamenti digitali e nel trasferimento di somme online. Negli ultimi cinque anni si è sempre distinta nel mese di ottobre, quest'anno invece ha perso il 4% circa e crediamo che sia una buona opportunità di breve termine dato il periodo di festività e il crescente utilizzo dei pagamenti online (primi dati del Black Friday)», aggiunge Montedoro. Che per quanto riguarda **Dollar General**, società di distribuzione retail specializzata nel retail a basso prezzo, e che ad oggi conta intorno ai 10 mila dipendenti in 40 stati negli Usa, dice: «particolarmente difensiva in quanto appartenente a un settore decorrelato dalle oscillazioni di mercato, quest'anno è in territorio positivo (15,5% in dollari da inizio anno al 26 novembre), e non ha risentito della correzione di ottobre (+1,9% a ottobre). Buona opportunità considerando il settore particolarmente esposto allo shopping natalizio, e la natura dei prodotti (scontati e a basso prezzo) che rendono la catena di negozi attraente in ogni situazione di mercato».

Non poteva mancare un nome della gioielleria ed è quello di **Tiffany**, azienda fondata a New York, uno dei brand più conosciuti globalmente nel settore della gioielleria. «Presente tramite migliaia di punti vendita in molti Paesi, nella giornata del 28 novembre Tiffany ha chiuso con un calo dell'11,8% poiché non ha raggiunto le aspettative sugli utili; ne ha risentito soprattutto il comparto legato al mercato cinese, che soffre la trade war fra Trump e la Cina. I numeri però rimangono positivi rispetto allo scorso anno: +13,2% l'aumento delle visite in store e +14,6% l'aumento delle visite online. Siamo quindi ulteriormente positivi sul fatto che Tiffany ora ha un prezzo competitivo», conclude Montedoro, «ma rimane sempre come idea di trading di breve/brevissimo termine». (riproduzione riservata)

Tutti i diritti riservati

PAESE :Italia
PAGINE :21
SUPERFICIE :71 %
PERIODICITÀ :Settimanale
DIFFUSIONE :(72028)
AUTORE :Roberta Castellarin
► 1 dicembre 2018



Tutti i diritti riservati