

IN 365 GIORNI MUSK HA STRAVOLTO IL SOCIAL CAUSANDO LA FUGA DI INSERZIONISTI E UTENTI

L'ex Twitter inguaia le banche

Un anno fa l'acquisto della piattaforma per 44 miliardi
Ora i debiti dell'eccentrico miliardario pesano
sui bilanci degli istituti, che non possono liberarsene

DI SARA BICHICCHI

Esattamente un anno fa Elon Musk comprava Twitter (ora X) per la cifra monstre di 44 miliardi di dollari. Una montagna di soldi che il vulcanico imprenditore ha chiesto, almeno in parte, a sette delle principali banche d'affari, a partire da Morgan Stanley, BofA e Barclays. A 365 giorni di distanza, quei prestiti sono ancora sul groppone degli istituti. Secondo quanto rivela la *Wall Street Journal*, le banche non sarebbero riuscite a disfarsi dei debiti di Elon Musk, cedendoli a qualche società di investimento specializzata, come avrebbero fatto in circostanze normali, perché mancherebbero i compratori. X non è attrattiva e gli investitori stanno alla larga. Di conseguenza, il pool di banche creditrici teme di doversi accollare una perdita di circa due miliardi di dollari (più o meno il 15% dei 13 miliardi prestati a Musk) al momento di cedere i crediti vanta-

ti. Questi ultimi sarebbero più attrattivi se X ricevesse un buon rating dalle agenzie. Ma è difficile che questo accada visto che già la vecchia Twitter, con

Elon Musk
X

meno debiti, aveva un rating molto basso. La nuova X, non essendo più quotata, non è tenuta a comunicare i suoi risultati - il che rende difficile valutarne le reali condizioni finanziarie - ma il momento non sembra dei migliori. In estate lo stesso Musk ha ammesso che la piattafor-

ma ha visto flettere di circa il 50% le entrate pubblicitarie dall'ottobre scorso e che l'azienda continua a bruciare cassa.

Nei piani del miliardario, i ricavi venuti meno sarebbero dovuti arrivare dagli abbonamenti, ma un'analisi citata da *Bloomberg* stima che il servizio premium da 8 dollari al mese sia utilizzato da un numero di utenti compreso tra 950.000 e 1,2 milioni. Nelle casse di X, ciò si tradurrebbe in meno di 120 milioni di dollari al mese. Anche gli utenti non paganti sembrano in fuga: un'indagine di *App-topia*, piattaforma specializzata nell'analisi dei dati, calcola che il social abbia perso il 13% degli user attivi dall'arrivo di Musk, con un'accelerazione dopo il rebranding che in agosto ha trasformato Twitter in X.

Il passaggio al nuovo nome e al nuovo logo, con una X al posto dell'iconico uccellino blu, l'introduzione degli abbonamenti e l'approccio meno restrittivo alla moderazione dei contenuti

Mattel salvata da Barbie. Hasbro in rosso

di Matteo Bandini

Dai risultati pubblicati ieri da Mattel e Hasbro si evince che nemmeno il settore dei giocattoli è immune da un rallentamento delle vendite, con una differenza. Mentre per Hasbro la situazione è pesante e il bilancio finale è una perdita netta, Mattel è riuscita a risollevarsi grazie alla fortunata uscita del film *Barbie*, che ha registrato oltre 1,4 miliardi di dollari di incassi al botteghino in tutto il mondo. Questo non è bastato a sostenere il titolo, che dopo i conti è scivolato dell'8% in apertura a Wall Street. Sorte analoga per Hasbro, il cui titolo è caduto del 10%. Mattel ha registrato un fatturato di 1,91 miliardi di dollari nel terzo trimestre, in aumento del 9%, con un utile operativo salito a 474 milioni di dollari dagli 82 contabilizzati nello stesso periodo del 2022. L'ultima riga del conto economico segna invece un utile netto di 212 milioni, in calo rispetto ai 290 milioni registrati un anno prima a seguito di un onere fiscale pari a 212 milioni. Per Hasbro invece il trimestre si è chiuso in perdita, con un calo del fatturato legato all'andamento negativo del segmento dei prodotti di consumo, che ha visto calare le entrate del 18%, e del segmento dedicato all'intrattenimento, con un tonfo del 42%. L'ultima riga di bilancio segna un rosso di 171,1 milioni di dollari nel trimestre, rispetto all'utile di 129,1 milioni di dollari contabilizzato nello stesso periodo del 2022. (riproduzione riservata)

e alle fake news sono stati i cambiamenti più macroscopici di questo primo anno dell'era Musk. Ma non gli unici né gli ultimi. Ieri il patron di X ha infatti annunciato che la piattaforma introdurrà le chiamate audio e video sulla falsariga di

WhatsApp, l'app di messaggistica di proprietà del rivale Mark Zuckerberg. La rivoluzione promessa solo 12 mesi fa assomiglia sempre più a un autentico stravolgimento che non piace ai suoi fruitori. (riproduzione riservata)





FASHION, ITALIANS DO IT BETTER

Un numero da collezione per raccontare i veri protagonisti del Made in Italy. Le immagini che illustrano i lavori dietro le quinte e la maestria di artigiani e atelier. In più, la prima classifica di MF Fashion con le top 10 aziende in termini di fatturato, market cap e crescita sull'anno

In edicola con 

ACQUISTA QUI LA TUA COPIA DIGITALE

