

**BRIEFING NOTE:
IMPATTO COVID-19
SUI PRIMI NOVE MESI 2020
(MNEs MONDIALI E FTSE MIB)**

Area Studi Mediobanca

Milano, 19 novembre 2020



AREA STUDI
MEDIOBANCA

FARO ASM SULL'IMPATTO DELLA PANDEMIA 9M 2020

L'indagine analizza i risultati dei primi nove mesi 2020 delle:

1) multinazionali industriali mondiali che hanno rilasciato i risultati del periodo gennaio–settembre entro il 16 novembre 2020, suddivise per settore di appartenenza

2) 26 società industriali e di servizi dell'indice FTSE MIB*:

A2A, Amplifon, Atlantia, Buzzi Unicem, CNH Industrial, Davide Campari-Milano, DiaSorin, ENEL, ENI, FCA, Ferrari, Hera, Interpump Group, Inwit, Italgas, Leonardo, Moncler, Pirelli & C., Prysmian, Recordati, Saipem, Snam, STM, Telecom Italia, Tenaris, Terna

Si tratta di 15 società a controllo privato e 11 società a controllo pubblico, 16 manifatturiere, 6 energetiche/utilities, 3 di servizi e 1 petrolifera

A fine settembre 2020 le società del FTSE MIB analizzate valgono in Borsa 318 miliardi e **rappresentano il 76% della capitalizzazione complessiva** (excl finanza e assicurazioni)

HIGHLIGHTS: MULTINAZIONALI INDUSTRIALI MONDIALI

Fatturato

- ◆ **Settori up** per variazione fatturato 9M 2020/2019: WebSoft (+18,4%), GDO (+8,8%) ed elettronico (+5,7%)
- ◆ **Settori down** per variazione fatturato 9M 2020/2019: petrolifero (-32,3%), aeronautico (-30,6%), moda (-21,3%) e automotive (-17,4%)
- ◆ **Unici settori con incremento del fatturato in tutti e tre trimestri del 2020:** WebSoft, GDO, elettronico e alimentare
- ◆ **Media** della variazione del fatturato delle MNEs mondiali: -4,3%

MON

- ◆ Unici settori con MON 9M 2020/2019 in aumento: GDO (+25,7%), WebSoft (+14,2%), elettronico (+14,1%) e alimentare (+6,0%)
- ◆ MON da positivo a negativo nei 9M 2020 per aeronautico, segue la moda (-98,8%)
- ◆ **Media** della variazione del MON delle MNEs mondiali: -22,8%

Ebit margin

- ◆ **Settori Top** per ebit margin 9M 2020: PayTech (27,4%), farmaceutico (22,9%) ed elettronico (19,7%)
- ◆ **Settori Bottom** per ebit margin 9M 2020: aeronautico (-6,4%), moda (0,1%) e automotive (2,3%)
- ◆ Aumento dell'ebit margin 9M 2020/2019 (in p.p.) solo per: elettronico, GDO e alimentare
- ◆ Crollo a doppia cifra dell'ebit margin (in p.p.): moda e costruttori di aeromobili
- ◆ L'**ebit margin medio** nei 9M 2020 delle MNEs mondiali è pari al 13,2% (-3,0 p.p.)

Risultato netto

- ◆ Unici settori con risultato netto 9M 2020/2019 in aumento: WebSoft (+21,8%), GDO (+19,2%) ed elettronico (+11,6%)
- ◆ Risultato netto da positivo a negativo nei 9M 2020 per costruttori di aeromobili, moda e petrolifero

Scenario di sintesi

- ◆ **Best in class:** high tech (elettronico e Websoft) e vendita di beni di prima necessità (GDO)
- ◆ **Worst in class:** petrolifero, moda e mezzi di trasporto, con contrazioni a doppia cifra del fatturato, dei margini industriali e del risultato netto; i costruttori di aeromobili sono in territorio negativo già a livello di MON

HIGHLIGHTS: FTSE MIB (INDUSTRIA E SERVIZI)

Valore di Borsa dei titoli del FTSE MIB

- ◆ **A fine settembre 2020 valgono 318 mld** e rappresentano il **76% della capitalizzazione totale** (excl finanza e assicurazioni)
- ◆ **Nei 9M 2020 sono stati bruciati in Borsa 46 mld (-12,6%)**: dopo il crollo nel 1Q (-22,8%) e la ripresa nel 2Q (+13,7%), il 3Q ha visto un leggero calo (-0,4%). Da fine settembre al 16 novembre: +35 mld (+11,0%)
- ◆ Nei 9M 2020, a livello settoriale, contrazione maggiore per il petrolifero (-51,8%), davanti a servizi (-19,8%) e manifattura (-8,0%)
- ◆ Miglioramenti della performance in Borsa a doppia cifra nei 9M 2020 per: **DiaSorin (+48,4%)**, **Amplifon (+19,7%)**, **Recordati (+16,5%)**, **Prysmian (+15,0%)**, **Davide Campari-Milano (+13,8%)** e **Interpump Group (+12,3%)**

Fatturato

- ◆ Nei 9M 2020 le società del FTSE MIB hanno **perso 64 mld di ricavi** (-21,6%, di cui -14,0% nel 1Q, -37,4% nel 2Q e -13,6% nel 3Q). I servizi hanno registrato il calo minore (-14,0%), davanti al comparto energia/utilities (-16,4%) e alla manifattura (-18,7%). Decremento peggiore per l'Eni (-39,7%)
- ◆ **Incremento dei ricavi nei 9M 2020 solo per cinque società del FTSE MIB**: DiaSorin (+16,2%), unica double-digit growth, Inwit (+6,4%), Snam (+3,9%), STM (+2,9%) e Terna (+1,7%)
- ◆ **Nel 3Q la manifattura si è dimostrata più reattiva**, evidenziando il maggior rimbalzo del fatturato: +56,1% sul 2Q rispetto al +39,1% del FTSE MIB totale

Margini industriali

- ◆ Nei 9M 2020 le società del FTSE MIB hanno **perso quasi 18 mld a livello di MON** (-53,3%)
- ◆ **La manifattura con un buon 3Q è riuscita a riportare in positivo i propri margini industriali**, pur se ancora in contrazione rispetto ai primi 9 mesi 2019 (-65,6%). Il comparto energia/utilities ha registrato il calo minore (-2,2%), l'Eni è restata in terreno negativo
- ◆ **Ebit margin** pari al 6,8% nei 9M 2020, -4,5 p.p. sul 2019. Solo le energetiche/utilities hanno registrato un incremento dell'ebit margin (+2,4 p.p.) che si attesta al 17,7% nei 9M 2020; crollo a doppia cifra per l'Eni (-14,9 p.p. con ebit margin al -1,3% nei 9M 2020) e per i servizi (-14,5 p.p., 9,2%); **calo più contenuto per la manifattura (-3,8 p.p.) il cui ebit margin torna positivo, al 2,8%**

Risultato netto

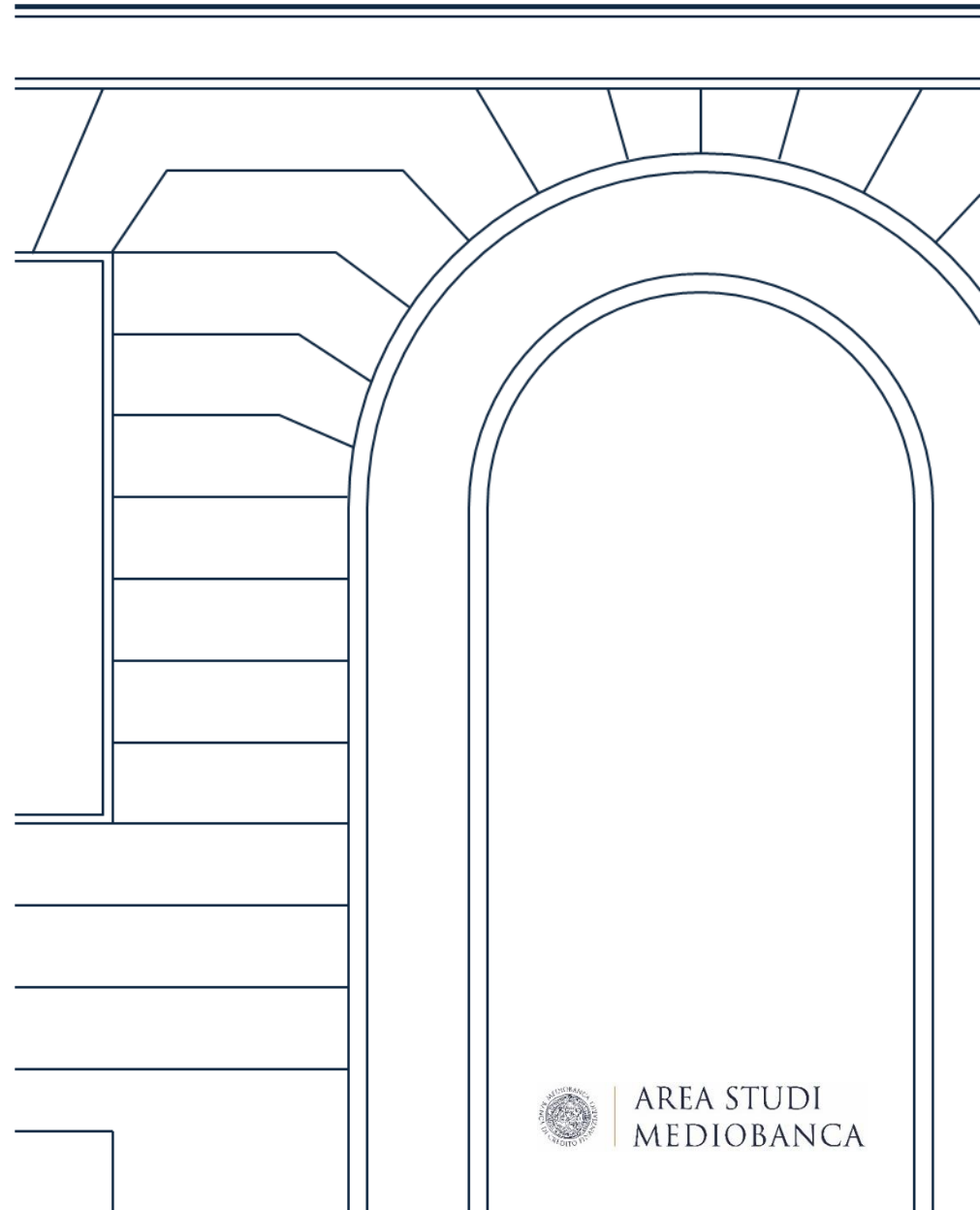
- ◆ Nei 9M 2020 le società del FTSE MIB hanno **perso oltre 20 mld di profitti e chiuso i 9 mesi in rosso** (net profit margin: -7,6 p.p.)
- ◆ Solo il comparto energia/utilities e quello dei servizi hanno chiuso in utile, mentre tutti gli altri settori hanno chiuso in perdita. Calo del net profit margin di -28,0 p.p. per l'Eni, di -8,6 p.p. per la manifattura e di -5,8 p.p. per i servizi, in aumento quello del comparto energia/utilities (+4,1 p.p.)

Struttura finanziaria

- ◆ Nei 9M 2020 la struttura finanziaria delle società del FTSE MIB si è ulteriormente deteriorata: il rapporto debiti finanziari/capitale netto è aumentato al 146,5% (dal 118,7% di fine dicembre 2019, pari a un +27,8 p.p. in nove mesi), quale risultato dell'incremento dell'indebitamento (+12,1%) e della contrazione dei mezzi propri (-9,1%)
- ◆ I settori con maggior ricorso alla leva finanziaria sono i servizi (231,7% il rapporto debiti finanziari/capitale netto) e le energetiche/utilities (163,7%); seguono la manifattura (112,4%) e l'Eni (89,5%)

SOMMARIO

1. **Impatto sui risultati dei primi nove 2020:
multinazionali industriali mondiali**
2. **Impatto sui risultati dei primi nove mesi 2020:
FTSE MIB (industria e servizi)**
3. **Sguardo d'insieme**



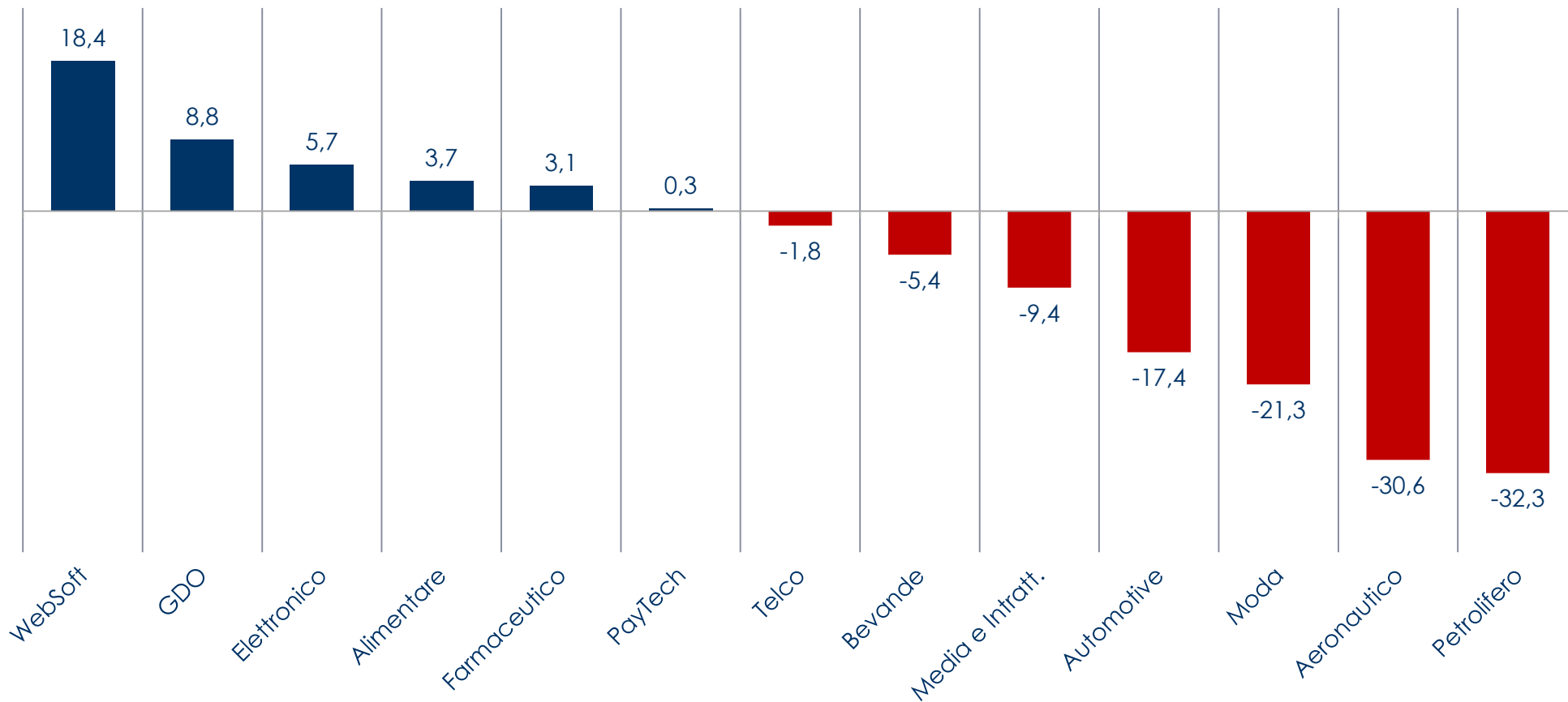
IMPATTO SUI RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI 2020: MULTINAZIONALI INDUSTRIALI MONDIALI

Sezione 1



FATTURATO 9M 2020/2019

Variazione % del fatturato 9M 2020/2019 - Panel di multinazionali industriali mondiali

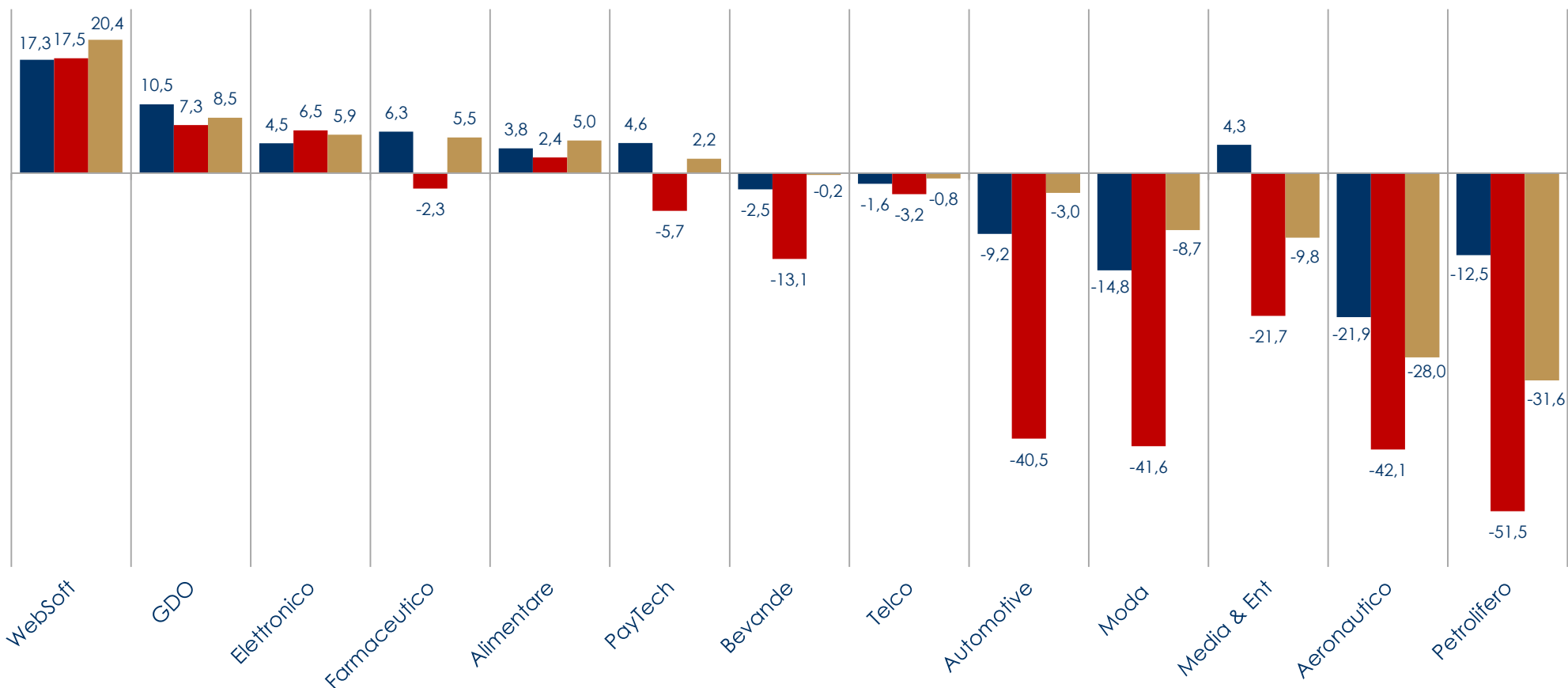


Media della variazione del fatturato delle MNEs mondiali: -4,3%

FATTURATO: DIFFERENZE FRA I TRE TRIMESTRI 2020

Variazione % del fatturato 2020/2019 - Panel di multinazionali industriali mondiali

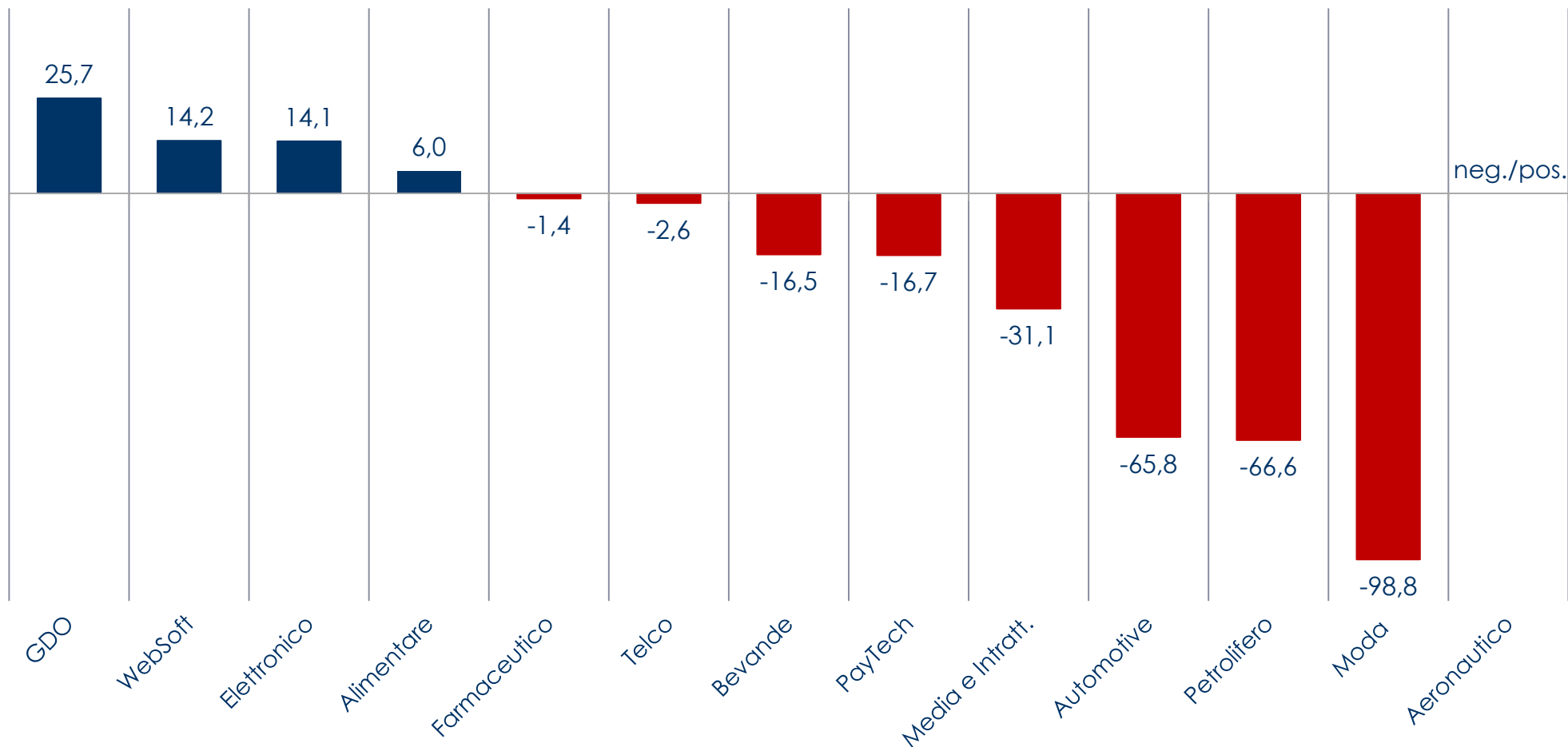
■ 1Q 2020/2019 ■ 2Q 2020/2019 ■ 3Q 2020/2019



WebSoft, GDO, elettronico e alimentare sono gli unici ad aver incrementato il fatturato in tutti e tre trimestri del 2020. Trimestri sempre negativi per petrolifero, mezzi di trasporto, moda, telco e bevande

MARGINI INDUSTRIALI 9M 2020/2019

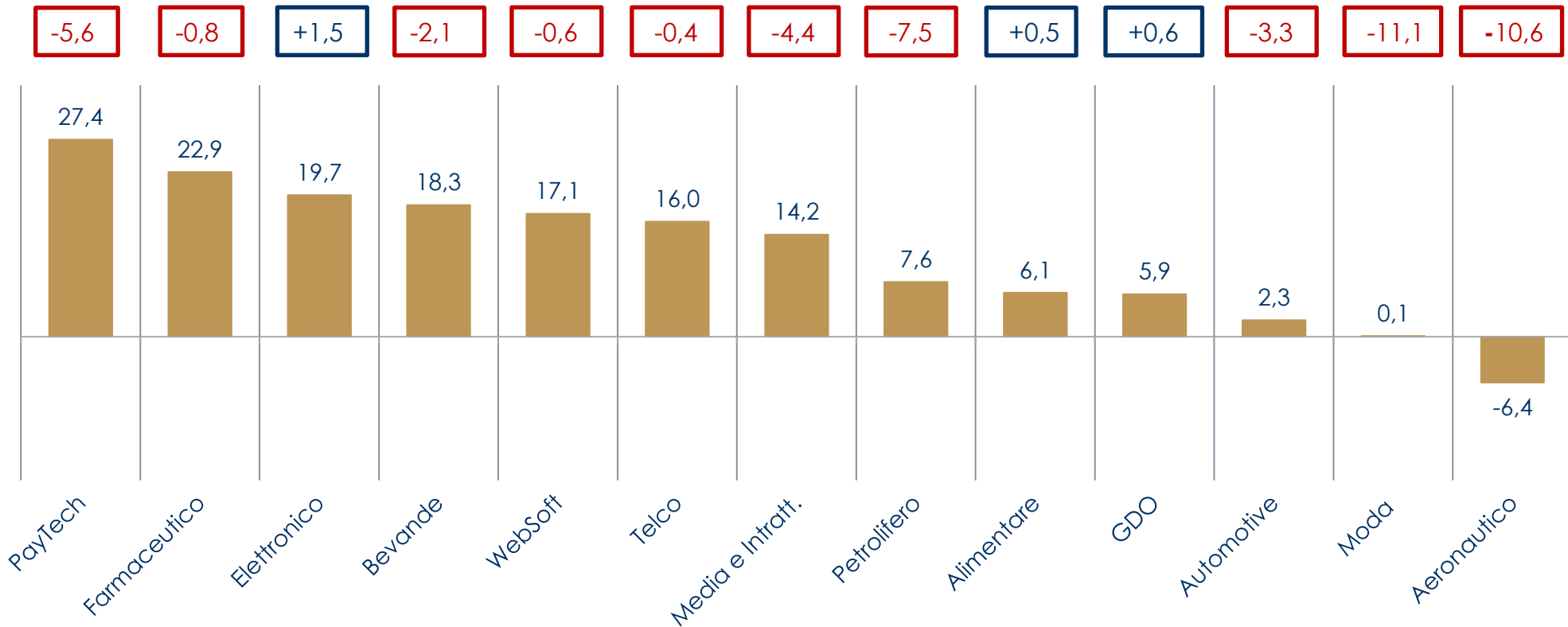
Variazione % del MON 9M 2020/2019 - Panel di multinazionali industriali mondiali



Media della variazione del MON delle MNEs mondiali: -22,8%

EBIT MARGIN 9M 2020

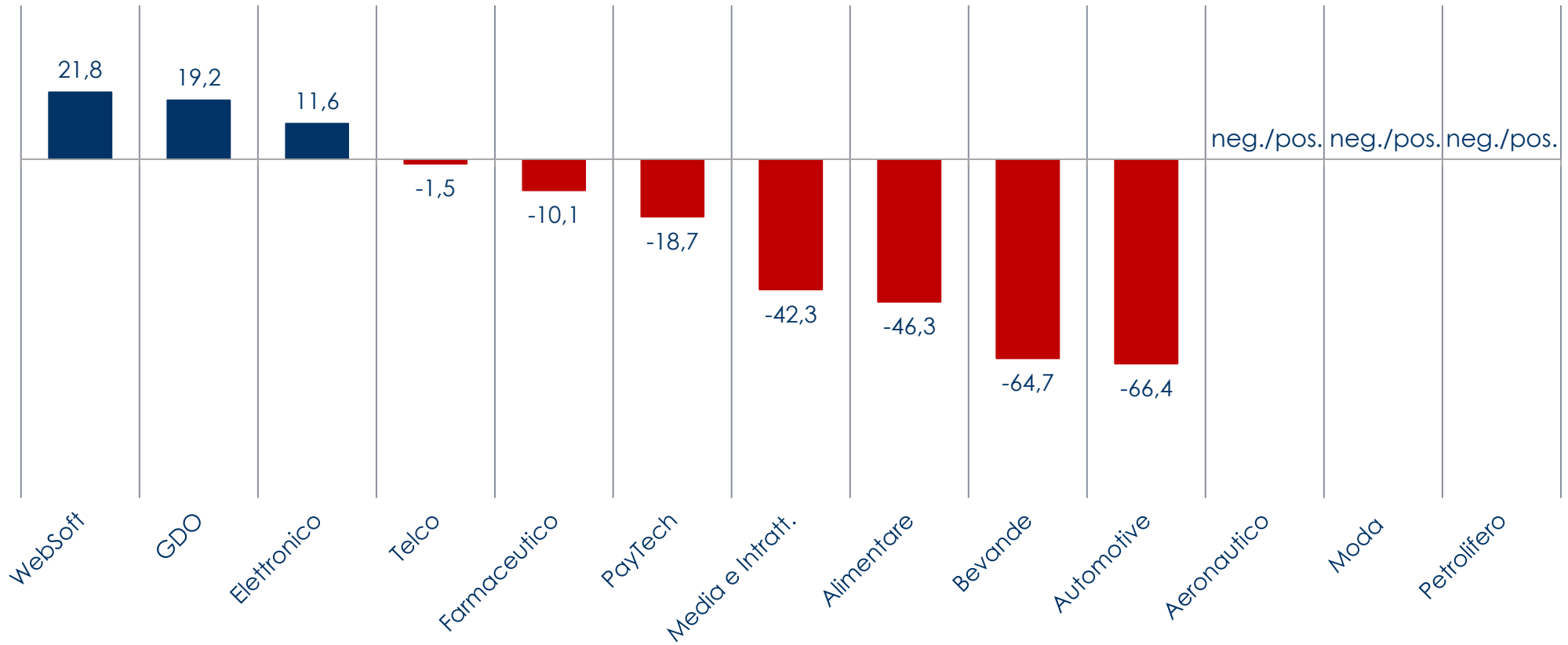
Ebit margin 9M 2020 (colonne) e variazione in p.p. 9M 2020/2019 - Panel di multinazionali industriali mondiali



- ◆ Aumento dell'ebit margin nei 9M 2020/2019 (in p.p.): elettronico, alimentare e GDO
- ◆ Crollo a doppia cifra dell'ebit margin (in p.p.): moda e costruttori di aeromobili
- ◆ L'ebit margin medio nei 9M 2020 delle MNEs mondiali è pari al 13,2% (-3,0 p.p.)

RISULTATO NETTO 9M 2020/2019

Variazione % del risultato netto 9M 2020/2019 - Panel di multinazionali industriali mondiali



WEBSOFT: SEMPRE PIÙ IMPORTANTI E SEMPRE PIÙ GLOBALI

- ◆ **Trend.** I Giganti del Web hanno confermato la loro capacità di adattamento e flessibilità anche durante questa crisi, sfruttando pienamente le proprie digital skills e le potenzialità dei big data. È possibile individuare trend eterogenei tra i diversi comparti: decisa crescita del food delivery, seguito dai videogames e dall'e-commerce, mentre viaggi e servizi di trasporto online hanno subito un brusco arresto. Con l'allentamento delle misure di distanziamento sociale avviato a cavallo tra il 1H e il 3Q 2020 si è osservata una netta ripresa dei ricavi pubblicitari.
- ◆ **Fatturato:** +18,4% nei 9M 2020/2019, di cui +17,3% nel 1Q, +17,5% nel 2Q e +20,4% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato un incremento dell'5,9% rispetto al 2Q 2020. L'e-commerce, che rappresenta oltre il 30% del giro d'affari complessivo, ha proseguito la sua inarrestabile crescita (+33% nei 9M 2020, di cui +41% nel 2Q quando erano in vigore le più stringenti misure di distanziamento sociale), ma sul podio della crescita si collocano nelle prime posizioni il food delivery (+47% nei 9M 2020), seguito dai videogiochi (+40%, di cui +57% nel 2Q 2020) che però sviluppano solo il 5% del giro d'affari totale. Gli introiti pubblicitari, pari al 21% del fatturato complessivo, sono cresciuti del 9% nei 9M 2020 (nonostante la contrazione dell'1% nel 2Q 2020). In controtendenza il comparto dei viaggi e offerta di trasporti online i cui ricavi si sono ridotti del 52% nei 9M 2020/2019 (di cui -17% nel 1Q, -83% nel 2Q e -49% nel 3Q 2020).
- ◆ **Margini e profitti:** Le WebSoft companies sembrano aver superato le ripercussioni negative della pandemia che aveva causato una seppur lieve erosione dei margini reddituali nel 1Q e nel 2Q. Nei 9M 2020/2019 il MON e il risultato netto sono infatti cresciuti, rispettivamente, del 14,2% e del 21,8%, con l'ebit margin calato di soli 0,6 p.p. e il net operating margin aumentato di 0,4 p.p. Il miglioramento dei margini è dipeso sia dalla crescita del turnover sia dall'efficientamento dei costi di struttura, nonostante la contabilizzazione, soprattutto nel 1H, di oneri aggiuntivi derivanti dall'emergenza sanitaria. Nel comparto delle vendite online nei 9M 2020 si continua invece a registrare un incremento dei costi di logistica e spedizione (+35%); i soli oneri di spedizione hanno raggiunto oltre il 15% del fatturato nei 9M 2020 (dal 13% nei 9M 2019).
- ◆ **Outlook.** Le misure di distanziamento sociale e il conseguente cambiamento di molte abitudini dei consumatori si sono rivelati dei potenti boost per alcuni dei settori di attività dei giganti del web. Per le società attive nel comparto dei viaggi e trasporti online, duramente colpite dalle nuove misure di contenimento, si preannuncia invece un 2020 negativo. Le multinazionali WebSoft vantano una buona liquidità e solidità finanziaria che permette loro di investire costantemente in ricerca hi-tech nei comparti più profittevoli, quali il cloud computing e l'intelligenza artificiale, fungendo da volano per una continua crescita dimensionale.

GDO: LA PANDEMIA CONTINUA A RIEMPIRE IL CARRELLO

- ◆ **Trend.** La GDO alimentare, non interessata dal lockdown (salvo l'inibizione alla vendita di alcuni generi non food), ha tratto vantaggio competitivo dalle restrizioni imposte al canale Ho.Re.Ca.¹, dal ricorso allo smart working e dalla diffusione di atteggiamenti di accumulazione da parte dei consumatori, evidenti soprattutto nel 1Q e in possibile ripresa da inizio novembre 2020. L'evoluzione delle vendite è risultata globalmente asincrona per area geografica e per magnitudo delle restrizioni e ha messo sotto pressione, soprattutto nella fase più acuta dell'emergenza, la catena della logistica e dei trasporti. Drastico calo dei «cash&carry» per le restrizioni al canale out of home, crescita a doppia cifra dell'online. In aumento il private label, capace di rispondere all'esigenza di rilevanti contenuti dell'offerta e convenienza di prezzo. In continua evoluzione anche le abitudini di consumo: scontrino medio aumentato, frequenza della spesa ridotta, ricomposizione del paniere degli articoli acquistati², propensione per i piccoli punti vendita di prossimità, i discount e i supermercati rispetto a ipermercati. In aumento la digitalizzazione della customer experience con l'esplosione di piattaforme web per la spesa online (Click&Collect e home delivery) e l'accelerazione dello sviluppo di metodi innovativi di pagamento (tramite dispositivi mobili e casse automatiche).
- ◆ **Fatturato:** +8,8% nei 9M 2020/2019, di cui +10,5% nel 1Q, +7,3% nel 2Q e +8,5% nel 3Q. Continua l'accelerazione dell'e-commerce anche nel 3Q, con una crescita media di oltre l'80%.
- ◆ **Margini e profitti:** MON +25,7% e risultato netto +19,2% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è aumentata di 0,6 p.p., mentre il net profit margin di 0,2 p.p. Nonostante il permanere di una forte progressione delle vendite, il 3Q ha fatto registrare un rallentamento della crescita dell'ebit margin per la maggior incidenza dei costi legati all'emergenza sanitaria (protezione di dipendenti e clienti, incentivi al personale) e agli investimenti digitali in nuove modalità di approvvigionamento (logistica) e vendita (piattaforme on-line, home delivery).
- ◆ **Outlook.** Il riaccutizzarsi dell'emergenza sanitaria in Europa e il perdurare della criticità nelle Americhe delineano uno scenario in cui la GDO alimentare è destinata ancora ad assorbire parte della domanda altrimenti soddisfatta dal canale out of home. La ricaduta pandemica porterà presumibilmente alla radicalizzazione dei nuovi modelli di consumo emersi nella fase iniziale della pandemia e la diminuzione del potere di acquisto delle famiglie candiderebbe i format che fanno leva sull'economicità (discount) a guadagnare ulteriore terreno.

1. Hotellerie-Restaurant-Café

2. Spostamento della spesa verso prodotti confezionati e di lunga conservazione come garanzia di igiene e di disponibilità di scorte di prodotti non deperibili che rendono meno ricorrente la frequentazione dei negozi, aumento del ricorso a generi para-farmaceutici quali dispositivi di protezione individuale e prodotti igienizzanti, calo delle vendite dei generi non alimentari

ELETTRONICO: ICT «CORNERSTONE AND MAIN DRIVER OF MODERN SOCIETY»

- ◆ **Trend.** Il settore elettronico ha beneficiato dell'accelerazione digitale, su scala globale, in risposta alla pandemia. Le multinazionali dell'elettronica hanno messo al centro della rivoluzione digitale il progressivo sviluppo di tecnologie quali: cloud computing, AI-Artificial Intelligence e 5G. Il comparto è stato sostenuto in particolare dall'incremento della domanda di data center, elaborazione elettronica dei dati, reti di calcolo, progettazione e implementazione dei sistemi informativi. In continua crescita la richiesta di device elettronici nei segmenti "consumer and education", in contrazione quella di device per ufficio e di macchine fotografiche digitali. Stabile o in leggera diminuzione la domanda di smartphone.
- ◆ **Fatturato:** +5,7% nei 9M 2020/2019 di cui +4,5% nel 1Q, +6,5% nel 2Q e +5,9% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato un incremento del 18,3% rispetto al 2Q 2020.
- ◆ **Margini e profitti:** MON +14,1% e risultato netto +11,6% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è aumentato di +1,5 p.p., mentre il net profit margin di +0,9 p.p.
- ◆ **Outlook.** L'ICT-Information and communication technology si è ormai configurata come una pietra angolare della società contemporanea e il principale motore dello sviluppo sociale ed economico. Per l'intero anno 2020 le multinazionali dell'elettronica stimano un incremento medio del giro d'affari di circa il 4% e investimenti in linea con quelli dell'anno precedente. Si farà sempre più intensa la concorrenza fra produttori di smartphone con il progressivo lancio di nuovi modelli.

PHARMA: IN ATTESA DEL VACCINO

- ◆ **Trend.** Dopo la generalizzata crescita nel primo trimestre 2020 e il calo correlato alla pandemia nel secondo trimestre, le vendite del settore hanno ricominciato a correre nel terzo trimestre supportate anche dai farmaci e test anti-Covid. Nei mesi scorsi il Remdesivir è diventato il primo trattamento per il Covid-19 approvato negli Stati Uniti e nell'Unione Europea. L'impatto negativo sulla domanda di farmaci causato dal differimento delle attività diagnostiche e chirurgiche, continua tuttavia a pesare su molte aree terapeutiche, quali la dermatologia e l'oftalmologia oltre ad influenzare le vendite al dettaglio dei prodotti da banco (i cd OTC – over the counter). Numerose multinazionali del pharma stanno concentrando le proprie risorse nella ricerca e sperimentazione di vaccini e antivirali per il Covid-19, anche con il sostegno pubblico, sia economico che normativo, con la scelta delle autorità competenti di adottare procedure di emergenza nei test a campione. Nei report trimestrali tuttavia le società non forniscono il dettaglio degli investimenti specifici rivolti alla ricerca del vaccino anti Covid-19; le loro spese di r&d sono complessivamente aumentate del 2,9% nei 9M 2020/19, rappresentando il 16,1% dei ricavi complessivi del periodo.
- ◆ **Fatturato:** +3,1% nei 9M 2020/2019, di cui +6,3% nel 1Q, -2,3% nel 2Q e +5,5% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato inoltre un aumento del 9,5% rispetto al 2Q 2020.
- ◆ **Margini e profitti:** MON -1,4% e risultato netto -10,1% nei 9M 2020/2019. Sempre nei 9M 2020 l'ebit margin e il net profit margin sono calati, rispettivamente, di 0,8 e 2,4 p.p.
- ◆ **Outlook.** Le previsioni per il 2020 indicano un incremento medio delle vendite del settore di circa il 3%. L'eventuale e auspicata scoperta di vaccini e antivirali potrebbe portare a un miglioramento importante dei ricavi delle aziende farmaceutiche coinvolte.

PAYTECH: PROIETTATI VERSO UNA NUOVA ERA

- ◆ **Trend.** Le multinazionali dei pagamenti digitali sono state penalizzate dalla chiusura delle attività commerciali non ritenute essenziali e dal blocco o dall'imposizione di forti limitazioni della circolazione dei consumatori; tuttavia hanno registrato una forte crescita nella domanda di prodotti digitali e nei pagamenti legati alle vendite dell'e-commerce (soprattutto nel comparto dei prodotti di largo consumo e dei videogiochi) che ha attenuato il calo di fatturato. Il volume dei trasferimenti transfrontalieri ad alto valore aggiunto ha risentito pesantemente della forte riduzione del turismo internazionale che, a seguito delle nuove misure di contenimento messe in campo dai diversi stati, si prevede proseguirà almeno per tutto il 2020.
- ◆ **Fatturato:** +0,3% nei 9M 2020/2019, di cui +4,6% nel 1Q, -5,7% nel 2Q e +2,2% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato una ripresa del 12,7% rispetto al 2Q 2020. Il lieve incremento dei ricavi nei 9M 2020 è il risultato di opposte tendenze nei diversi comparti del settore: Transfer Money (-7,4%), transazioni ed elaborazioni di dati (-4%), servizi correlati (+6%) e divisione Bitcoin (+730,4%) che continua la sua accelerazione anche nel 3Q 2020, rappresentando tuttavia solo il 3% dei ricavi totali.
- ◆ **Margini e profitti:** MON -16,7% e risultato netto -18,7% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è diminuito di 5,6 p.p., mentre il net profit margin di 4,7 p.p. Il calo dei margini è attribuibile in gran parte all'impatto degli oneri legati alla pandemia e a quello dei costi di acquisizione e integrazione connessi alle recenti numerose operazioni di consolidamento del settore.
- ◆ **Outlook.** Con l'allentamento delle misure di distanziamento sociale avviato a cavallo tra la fine del 1H e il 3Q 2020 i volumi delle transazioni sono progressivamente aumentati a livello globale, ma il ritorno di politiche restrittive rischiano di produrre un nuovo rallentamento nel settore. Le multinazionali dei pagamenti digitali hanno complessivamente beneficiato della pandemia grazie all'accelerazione dello switch tra lo shopping fisico in negozio (dove prevalgono i metodi di pagamento tradizionali, quali contanti, carte di credito e carte di debito), e quello online nella sua più ampia accezione sfruttando i nuovi pagamenti digitali, con crescente attenzione al tema della sicurezza. Questa tendenza ha causato l'aumento della domanda da parte dei clienti di soluzioni di pagamento e di trasferimento di denaro più veloci, contactless e sicure, spingendo i maggiori player del settore a pianificare nuovi investimenti e innovazioni digitali. Il processo di consolidamento prosegue, come evidenziato dall'operazione Nexi-Sia-Nets.

ALIMENTARI E BEVANDE: IL COMPARTO SI DIGITALIZZA

- ◆ **Trend.** Continua ad ampliarsi, anche se con minor intensità nel 3Q, il divario tra l'industria alimentare e la ristorazione: le restrizioni determinate dalla crisi sanitaria hanno spinto le vendite della prima, alimentate da una forte accelerazione della domanda, e hanno impattato negativamente sulla seconda - la cui profonda contrazione è stata in parte mitigata dal forte impulso del food delivery. Le mutate abitudini e tempistiche di consumo¹, soprattutto nella prima fase della pandemia, hanno creato grossi contraccolpi alla logistica e hanno spinto il settore a rivedere il proprio modello di organizzazione; profondo ridimensionamento delle vendite nel canale "out of home", con forti ripercussioni sull'industria delle bevande. Forte espansione dell'e-commerce, sia in termini di vendite (+40-50%) che di investimenti.
- ◆ **Fatturato:** -0,5% nei 9M 2020/2019, di cui +1,0% nel 1Q, -4,8% nel 2Q e +2,5% nel 3Q, con il secondo trimestre penalizzato da una fase di destocking dei distributori. In forte ridimensionamento nel 3Q il trend negativo dell'industria delle bevande, maggiormente impattata dalla pandemia a seguito della forte esposizione al canale «on premise», profondamente colpito dalle misure restrittive per la chiusura di bar e ristoranti. Fatturato produttori di generi alimentari: +3,7% nei 9M, di cui +3,8% nel 1Q, +2,4% nel 2Q e +5,0 nel 3Q. Produttori di bevande: -5,4% nei 9M, di cui -2,5% nel 1Q, -13,1% nel 2Q e -0,2% nel 3Q.
- ◆ **Margini e profitti:** MON -11,1% e risultato netto -60,7% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è diminuito di -0,9 p.p., mentre il net profit margin di -5,3 p.p. Produttori di generi alimentari: MON in aumento del +6,0% e risultato netto in diminuzione del -46,3%; incremento dell'ebit margin (+0,5 p.p.) e decremento del net profit margin (-1,7 p.p.). Produttori di bevande: MON in calo del -16,5% e risultato netto del -64,7%; l'ebit margin è diminuito di -2,1 p.p. e il net profit margin di -9,4 p.p. Migliora il MON nel 3Q, meno gravato, rispetto al 2Q, da costi legati all'emergenza sanitaria (protezione di dipendenti e clienti, incentivi al personale, investimenti digitali in nuove modalità di logistica e vendite online). Il miglioramento ha interessato soprattutto il settore dei generi alimentari mentre quello delle bevande ha visto ridursi la tendenza negativa del secondo trimestre.
- ◆ **Outlook.** La vera difficoltà degli operatori del settore sarà quella di sapere soddisfare le nuove dinamiche competitive amplificate dall'attuale crisi sanitaria. Le sfide si giocheranno sul digitale, come nuova forma di interazione con il consumatore, sulla tracciabilità dell'intera filiera e sulla maggiore qualità dei prodotti, non solo dal punto di vista organolettico ma anche della loro sostenibilità, oltre alla capacità di adeguamento della logistica alle nuove esigenze (vicinanza alla catena di approvvigionamento e dinamicità della rete di fornitura).

TELCO: AL CENTRO DELL'AGENDA EUROPEA

- ◆ **Trend.** La pandemia ha proiettato il mondo in una nuova realtà nella quale ciascuno ha trasferito su internet una parte delle proprie attività quotidiane, enfatizzando in tal modo l'importanza del settore delle telecomunicazioni in un mondo sempre più interconnesso e accelerando la digitalizzazione delle nostre società.¹ I maggiori volumi giornalieri di traffico (dati e voce) registrati durante le misure di contenimento implementate nel 1H sono stati più ampi nei paesi con un preesistente ampio digital divide rispetto alle best practices mondiali: secondo l'Agcom il traffico dati in Italia è aumentato nei 9M 2020 del 44,4% su rete fissa e del 55,6% su rete mobile. Il maggior traffico ha però avuto un impatto limitato sul settore considerando l'ampia diffusione di offerte in bundle - anche ad accesso illimitato - ed è risultato più che compensato da diversi fattori quali il calo del roaming internazionale, le minori vendite di SIM prepagate a turisti e lavoratori stagionali stranieri e la contrazione delle vendite di dispositivi a seguito della minor affluenza nei negozi di telefonia durante il lockdown; ha inoltre inciso il calo dei ricavi pubblicitari delle divisioni entertainment e media dei colossi telefonici, soprattutto nei paesi anglosassoni dove la convergenza tra media e telco è più accentuata.
- ◆ **Fatturato:** -1,8% nei 9M 2020/2019, di cui -1,3% nel 1Q, -3,1% nel 2Q e -0,9% nel 3Q, confermando la resilienza del settore, sia dal punto di vista operativo che reddituale; sempre nei 9M, i ricavi da servizi sono diminuiti dell'1,8% e le vendite di dispositivi (che però rappresentano poco più del 10% del totale) sono scese dell'8,4%. Il 3Q 2020 ha segnato una lieve flessione rispetto al trimestre precedente (-0,4%).
- ◆ **Margini e profitti:** MON -2,6% e risultato netto -1,5% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è sceso al 16% (-0,4 p.p.), mentre il net profit margin all'8% (-0,1 p.p.). Gli investimenti realizzati nei primi nove mesi del 2020 si sono complessivamente contratti dell'8,7%.
- ◆ **Outlook:** in un contesto di lenta erosione dei ricavi nel mercato della telefonia (in Europa i ricavi da servizi sono scesi dell'11% tra il 2013 e il 2019), nell'immediato futuro è prevista un'inversione di tendenza grazie al maggior utilizzo di servizi innovativi (come il cloud computing, l'internet delle cose e la cybersicurezza), alla crescita della copertura e del tasso di penetrazione delle reti fisse di nuova generazione e alla prossima implementazione su scala commerciale del 5G.

MEDIA&ENTERTAINMENT: LA STREAMING TV FRENA LA CADUTA

- ◆ **Trend.** Il settore Media&Entertainment non ha mai sperimentato un incremento dell'audience (sia nei servizi televisivi che digitali) così intenso come quello registrato nei 9M 2020, ma è proseguito il calo dei ricavi pubblicitari. Il business è stato negativamente influenzato anche dalle cancellazioni o riprogrammazioni di gran parte delle nuove produzioni e degli eventi sportivi (in primis le olimpiadi e campionati di calcio professionistico, hockey, baseball e basket) e dalla chiusura dei grandi parchi a tema e cinema. Le multinazionali dell'intrattenimento, in gran parte statunitensi, hanno registrato un importante calo del fatturato concentrato nel 2Q 2020, mentre si è assistito a una leggera ripresa del comparto nel 3Q 2020 grazie all'allentamento delle misure di contenimento.
- ◆ **Fatturato:** -9,4% nei 9M 2020/2019, di cui 4,3% nel 1Q, -21,7% nel 2Q e -9,8% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato un +11,1% rispetto al 2Q 2020. I ricavi sono stati generati da: abbonamenti TV a pagamento e streaming (pari al 32% del totale), pubblicità (24%), produzione e distribuzione di nuovi contenuti (18%), parchi a tema, servizi digitali e altri ricavi (il restante 26%). La riduzione del fatturato nei 9M 2020/2019 è stata motivata in massima parte dalla chiusura dei parchi a tema e dal crollo dei ricavi pubblicitari. Crescono seppur di poco gli abbonamenti TV, ma con tendenze diametralmente opposte tra abbonamenti a servizi streaming TV, in crescita a doppia cifra, e abbonamenti a pay TV, in forte calo anche a fronte della cancellazione e riprogrammazione di eventi sportivi.
- ◆ **Margini e profitti:** MON -31,1% e utile netto -42,3% nei 9M 2020/2019. L'ebit margin è diminuita di 4,4 p.p. mentre il net profit margin di 4 p.p. Il calo di margini reddituali è in gran parte motivato dall'insorgere di oneri straordinari legati alla pandemia e dalla chiusura forzata di parchi a tema e cinema.
- ◆ **Outlook.** Il prossimo biennio si prospetta come un periodo sfidante per le aziende del Media&Entertainment che, oltre alla crisi legata alla pandemia, dovranno affrontare un contesto progressivamente più competitivo in cui i cambiamenti tecnologici e le abitudini dei consumatori intensificheranno sempre più la sfida, ridisegnando di continuo i modelli di business esistenti. I consumatori si rivolgeranno sempre più a servizi fruibili via streaming per la visualizzazione e l'acquisto di contenuti, e questo trend continuerà a ridurre la customer base della pay TV. Sarà sempre più probabile una diminuzione degli investimenti nella pubblicità televisiva a favore degli investimenti online e questo fenomeno ridurrà sempre più la dipendenza degli operatori del settore dai ricavi pubblicitari della TV tradizionale.

MEZZI DI TRASPORTO: NEL 3Q GLI INCENTIVI GUIDANO LA RIPRESA DELL'AUTO

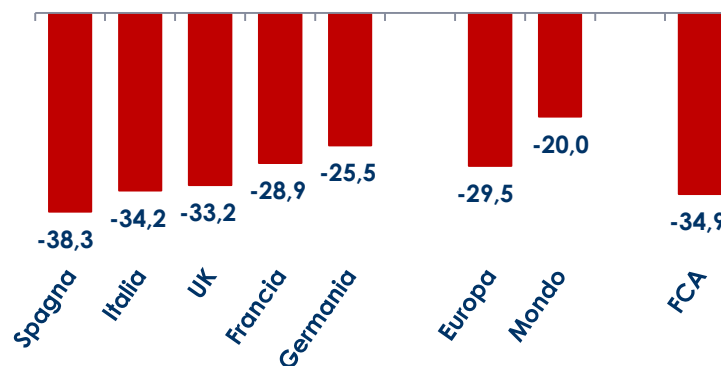
AERONAUTICO

- ◆ **Trend e outlook.** Il settore è stato fortemente impattato dal blocco dei flussi aerei. Secondo la IATA - International Air Transport Association, il traffico aereo è calato dell'80% nell'1H 2020/2019 e dopo il miglioramento di luglio e agosto, il traffico è nuovamente rallentato a settembre con le prenotazioni per il 4Q in calo dell'80% a/a.
- ◆ **Fatturato e margini.** Nei 9M 2020/2019 i produttori di aeromobili hanno perso quasi un terzo dei propri ricavi (-30,6% di cui -21,9% nel 1Q, -42,1% nel 2Q e -28,0% nel 3Q) per la forte contrazione della domanda di nuovi velivoli commerciali. Il 3Q 2020 è migliorato rispetto al 2Q sia a livello di fatturato (+26,6%) che di margini, mentre il risultato netto è rimasto in perdita anche per effetto degli oneri di ristrutturazione.

AUTOMOTIVE

- ◆ **Trend.** Dopo una lunga fase di crisi innescata dalla pandemia il 3Q 2020 mostra una ripresa del settore anche grazie agli incentivi statali, adottati in numerosi mercati, che hanno spinto soprattutto le vendite di vetture ibride ed elettriche. In Italia, nel settembre 2020, le immatricolazioni sono salite del 9,5% a/a (+0,3% in Europa), anche se il bilancio dall'inizio anno segna un -34,2%; in controtendenza il mercato italiano delle autovetture ibride ed elettriche (+72% da inizio 2020). In Europa, le vendite di auto nei primi 9 mesi del 2020 sfiorano un -30%; peggio della media europea hanno fatto, oltre all'Italia, la Spagna (-38,3%) e il Regno Unito (-33,2%). Relativamente alle maggiori case automobilistiche europee: -36,4% per PSA, -34,9% per FCA, -30,6% per Renault e -27,3% per Volkswagen.
- ◆ **Fatturato:** -17,4% nei 9M 2020/2019, di cui -9,2% nel 1Q, -40,5% nel 2Q e -3% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato un incremento del +76,6% rispetto al 2Q 2020
- ◆ **Margini e profitti:** MON e risultato netto in forte diminuzione nei 9M 2020 (-66% per ciascuno); l'ebit margin è così sceso dal 5,6% nei 9M 2019 al 2,3% nei 9M 2020 e il net profit margin dal 4,1% all' 1,7%.
- ◆ **Outlook.** Quarto trimestre ancora in rallentamento con un mercato globale, per l'intero 2020 in contrazione del 20%, quello europeo e americano del -25% e quello italiano del -27% rispetto al 2019.

Vendite di auto nei 9M 2020/2019*



MODA: LA RIPRESA SARÀ TRAINATA DA DIGITALIZZAZIONE E SOSTENIBILITÀ

- ◆ **Trend.** Le multinazionali della moda hanno affrontato nei primi nove mesi 2020 un andamento bifase: penalizzate dalla chiusura dei canali commerciali e produttivi e dal blocco dei flussi turistici nel 1H durante la fase acuta della pandemia, hanno chiuso il terzo trimestre con risultati ancora impattati dalla crisi, ma con effetti meno intensi almeno a livello di ricavi. Nel 3Q si sono evidenziati tassi in crescita e numeri in continuo miglioramento nel mercato cinese (oltre a Corea del Sud e Taiwan), con performance in progresso anche nel resto del mondo, seppure in molti casi ancora negative. L'e-commerce si è progressivamente sempre più delineato come il principale fattore di resilienza del settore soprattutto durante il lockdown; gran parte delle aziende ha, però, continuato a investire in nuovi punti vendita retail, segno che il canale fisico non viene percepito come alternativo, ma piuttosto complementare, al canale online, per l'esperienza emozionale ("touch&feel") che solo esso può offrire agli acquirenti dei beni di lusso.
- ◆ **Fatturato:** -21,3% nei 9M 2020/2019 di cui -14,8% nel 1Q, -41,6% 2Q e -8,7% nel 3Q; il 3Q 2020 ha segnato un'accelerazione del 69,1% sul 2Q 2020. La ripresa delle vendite in Cina non è bastata a compensare la contrazione in Europa e Nord America. Il canale online ha continuato a registrare una crescita a doppia cifra anche nel 3Q, ma non è stato sufficiente a contrastare l'andamento negativo delle vendite complessive.
- ◆ **Margini e profitti:** la crisi si è manifestata in modo molto più evidente sui margini e sui risultati netti. MON -98,8% nei 9M 2020/2019 e risultato netto passato in territorio negativo. L'ebit margin è calato di 11,1 p.p., il net profit margin di 10,6 p.p. Le motivazioni sono riconducibili principalmente all'aggravio dei costi (protezione di dipendenti e clienti, svalutazioni di magazzino, spese fisse dei negozi), parzialmente compensato dalla revisione dei canoni di affitto e dalla riduzione degli oneri variabili.
- ◆ **Outlook.** Dopo le difficoltà dei primi nove mesi, in ottobre si sono registrati segnali incoraggianti, ma le ultime settimane dell'anno si presentano altamente sfidanti e rese ancora più incerte dall'aggravarsi della situazione economico-sanitaria e dalle conseguenti misure restrittive. Il quarto trimestre resta trainante per il settore, beneficiando del Natale e del black friday che generano fino ai due terzi del giro d'affari annuale, ma il 2020 si prospetta come l'anno più difficile mai affrontato dall'industry del fashion. Il 2021 sarà presumibilmente un anno di crescita, anche se il ritorno ai livelli di fatturato pre-crisi per molte società non avverrà prima del 2022 e molto più lento sarà il recupero della redditività, anche perché la ripresa del traffico business e turistico sarà graduale. Le multinazionali della moda possono mediamente contare su buoni fondamentali e possono sperare in un recupero più veloce se riusciranno a sostenere l'integrità dei propri brand, riorganizzare strategicamente la rete di vendita¹, fare leva su digitalizzazione² e sostenibilità dei prodotti.³

1. Con particolare attenzione ai negozi in Cina per catturare il consumatore cinese in patria

2. Aumento del livello di digitalizzazione di tutti i processi aziendali, dalla progettazione, alle sfilate in streaming e alla vendita online

3. I nuovi paradigmi di consumo hanno accelerato il processo di cambiamento delle preferenze della domanda verso l'acquisto di prodotti sostenibili

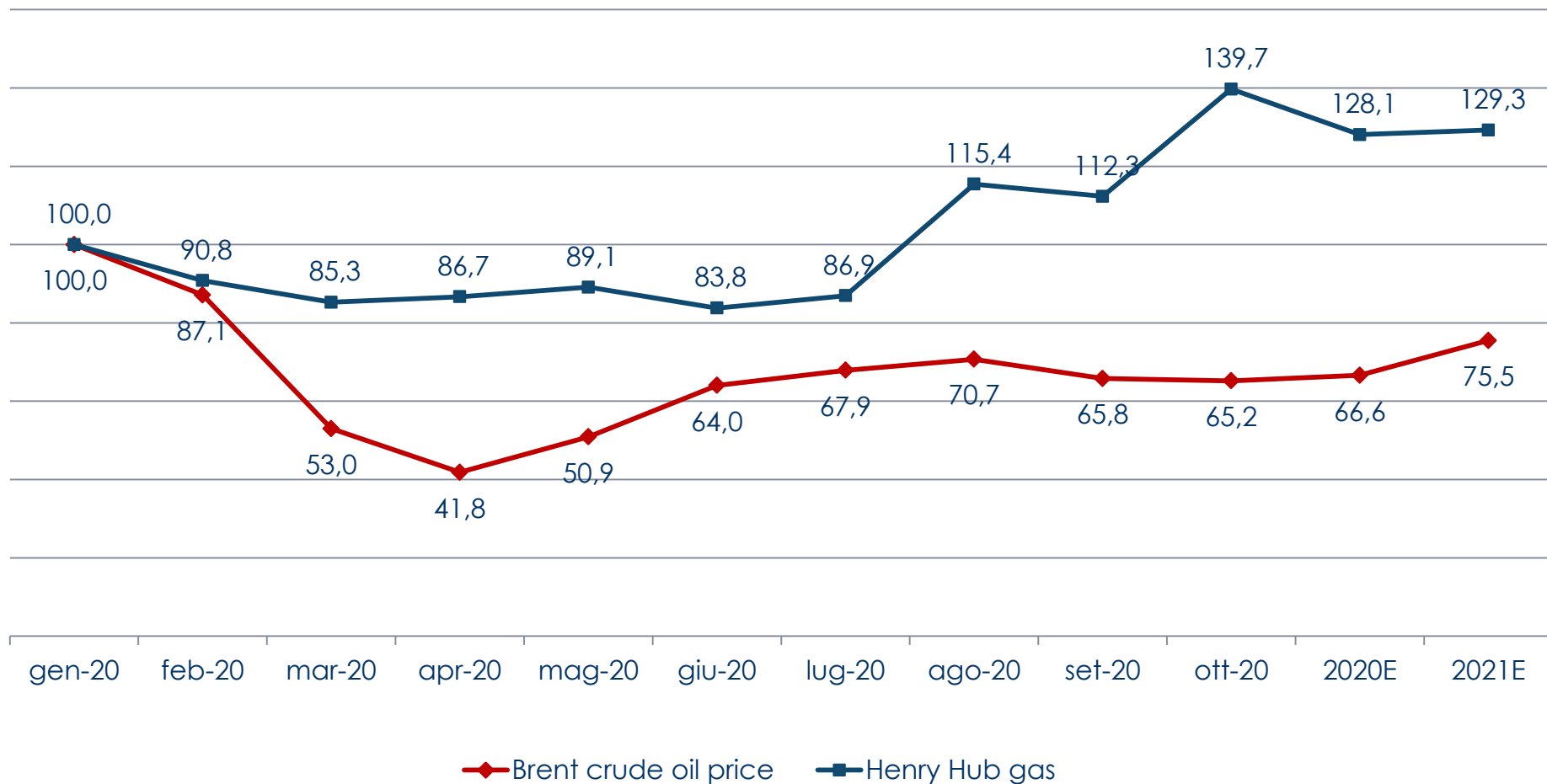


PETROLIFERO: LA QUIETE DOPO LA TEMPESTA, MA DURERÀ?

- ◆ **Trend.** Anche se in parziale attenuamento nel 3Q, gli impatti della pandemia sul settore sono stati molto profondi. La riduzione della domanda mondiale di idrocarburi causata dal lockdown, il conseguente eccesso di offerta e l'accumulo di scorte hanno causato una pressione senza precedenti sui margini societari e sulle quotazioni di petrolio e gas, con i prezzi di quest'ultimo che hanno toccato i minimi storici nel 2Q 2020. L'IEA-International Energy Agency ha stimato per il 2020 la più ampia riduzione della storia per la domanda di petrolio (-8,4% pari a -8,4 mb/d) in parziale recupero nel 2021 (+5,5 mb/d) e, lato produzione, un taglio del 7% (pari a -7,2 mb/d) seguito da un modesto rialzo nel 2021. Il Brent è così sceso da un prezzo medio di 64,3 \$/b nel 2019 a 26,6 \$/b nell'aprile 2020. Grazie a un primo recupero della domanda, alla decisione dell'Opec+ di ridurre del 10% l'output mondiale con un taglio programmato di 9,7 mb/d (sceso in agosto a 7,7 mb/d) e alle concomitanti minori produzioni in altri paesi, le quotazioni hanno poi invertito la rotta, portandosi su un prezzo medio di 42,5 \$/b nei 9M, un livello ancora distante dai valori pre-crisi. Le tensioni nel downstream sono in parte sfumate tra luglio e settembre grazie all'incremento della domanda di carburante per i trasporti con l'allentamento delle misure anti-Covid e le vacanze estive nell'emisfero nord ma i margini di raffinazione si sono contratti contribuendo al peggioramento dei conti del comparto. Le maggiori compagnie petrolifere mondiali hanno implementato piani di ripresa che hanno previsto la chiusura temporanea di impianti, riduzioni della produzione (idrocarburi -1,7% nel 1H 2020 a/a e -2,4% nei 9M a/a ma -7,1% nel 3Q a/a) e il rinvio parziale degli investimenti (capex al -25% a/a).
- ◆ **Fatturato:** -32,3% nei 9M 2020/2019, di cui -12,5% nel 1Q, -51,5% nel 2Q e -31,6% nel 3Q. Nell'analisi trimestrale il turnover del 3Q è cresciuto del 45,2% rispetto al 2Q.
- ◆ **Profitti e margini:** l'ebit margin è sceso al 7,6% (-7,5 p.p.) mentre il net profit margin, pari al -4,1% nei 9M 2020, è peggiorato di 12 p.p. rispetto al 2019, appesantito da svalutazioni di asset e dal deprezzamento del valore delle scorte (correlato alle basse quotazioni delle materie prime) contabilizzate soprattutto nel 1H, solo in parte bilanciate dal contenimento delle spese operative attuato dalle principali major petrolifere. Nel 3Q il risultato netto è tornato positivo (net profit margin al 3,6%), non compensando però le perdite realizzate nei due trimestri precedenti.
- ◆ **Outlook.** È difficile prevedere fino a che punto e per quanto tempo la pandemia continuerà a incidere sul settore energetico. La riduzione della domanda globale di idrocarburi causata dal crollo dell'attività economica e dalle restrizioni alla mobilità adottate nel 1H, peraltro in corso di nuova adozione in diversi Paesi in contrasto alla 2° ondata, potrebbe ulteriormente deprimere i prezzi e i livelli produttivi. Inoltre possibili tensioni nelle condizioni finanziarie globali potrebbero influire sui costi di finanziamento, sulla liquidità disponibile e sulla solvibilità del mercato. L'intensità e la durata della crisi e la magnitudo del successivo recupero dipenderanno dall'andamento della pandemia, dalle misure di contenimento adottate dalle autorità sanitarie e dalle risposte istituzionali messe in atto per mitigare l'impatto sociale ed economico.

TREND PREZZI ENERGETICI

Prezzi energetici – Numero indice Gennaio 2020=100,0



IMPATTO SUI RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI 2020: FTSE MIB (INDUSTRIA E SERVIZI)

Sezione 2



VALORE DI BORSA AL 30-9-2020: DETTAGLIO FTSE MIB (INDUSTRIA E SERVIZI)

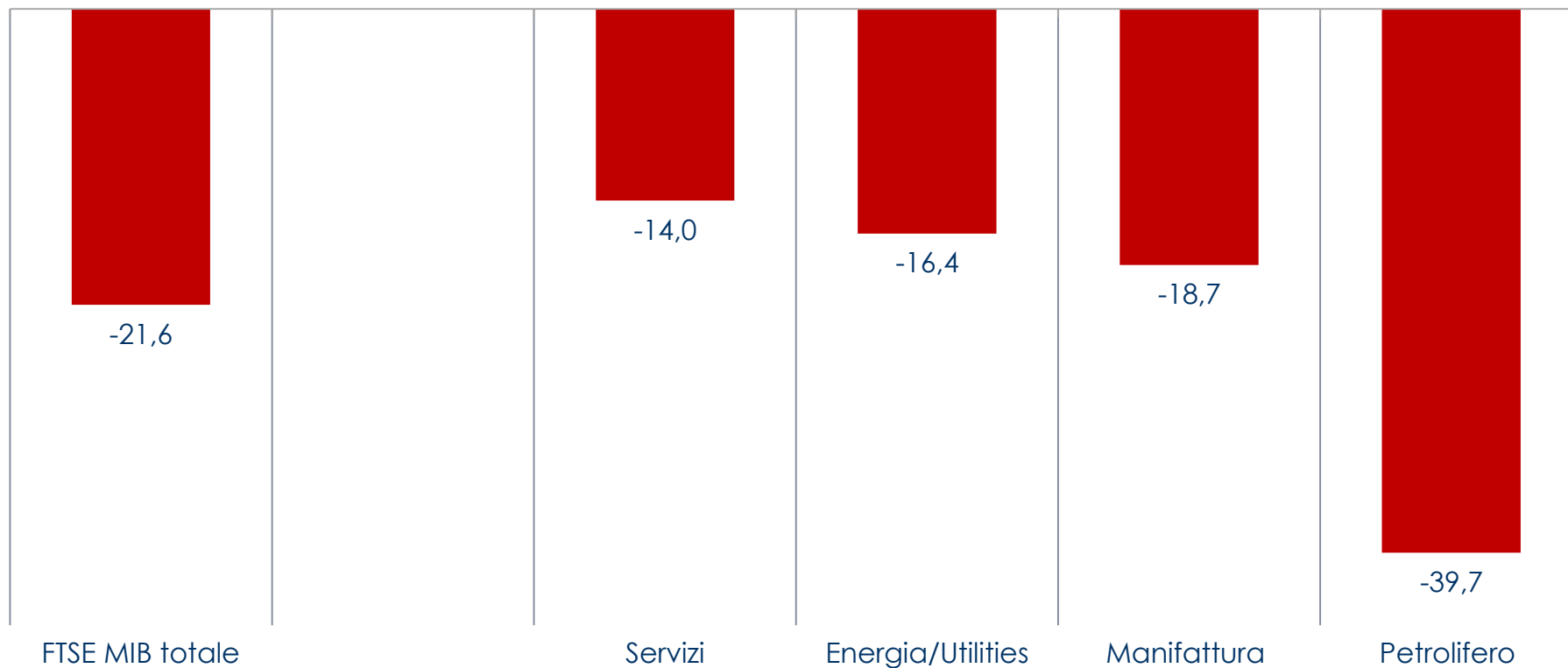
Società FTSE MIB	Capitalizzazione al 31-12-2019	Capitalizzazione al 31-3-2020	Capitalizzazione al 30-6-2020	Capitalizzazione al 30-9-2020	Var.capitalizzazione 30-9-20/31-12-19
	€ mil.	€ mil.	€ mil.	€ mil.	(%)
DiaSorin	6.484	6.608	9.458	9.625	48,4
Amplifon	5.814	4.272	5.344	6.957	19,7
Recordati	7.893	8.058	9.306	9.194	16,5
Prysmian	5.794	3.965	5.543	6.662	15,0
Davide Campari-Milano N.V.	9.510	7.640	8.726	10.825	13,8
Interpump Group	3.073	2.386	2.880	3.451	12,3
STMicroelectronics N.V.	21.826	18.097	22.036	23.911	9,6
Inwit*	5.254	6.016	8.563	9.065	8,1
Ferrari N.V.	27.440	26.227	28.054	28.941	5,5
Enel	72.174	65.115	78.237	75.721	4,9
Terna	11.993	11.607	12.321	12.044	0,4
Italgas	4.430	4.004	4.194	4.374	-1,2
Snam	15.901	14.204	14.737	14.836	-6,7
Buzzi Unicem	4.265	3.068	3.604	3.732	-12,5
Moncler	10.365	8.648	8.863	9.020	-13,0
Hera	5.823	4.884	5.016	4.715	-19,0
Fiat Chrysler Automobiles N.V.	20.682	10.306	14.026	16.416	-20,6
A2A	5.250	3.535	3.951	3.910	-25,5
Pirelli & C.	5.167	3.296	3.784	3.662	-29,1
CNH Industrial N.V.	13.382	6.976	8.533	9.186	-31,4
Atlantia	17.180	9.282	11.858	11.089	-35,5
Telecom Italia	11.785	7.787	7.458	7.280	-38,2
Eni	50.509	32.949	30.872	24.365	-51,8
Leonardo	6.075	3.490	3.413	2.888	-52,5
Tenaris S.A.	11.864	6.587	6.786	5.030	-57,6
Saipem	4.424	2.300	2.238	1.473	-66,7
Totale	364.358	281.306	319.799	318.373	-12,6

VALORE DI BORSA FTSE MIB: NEI PRIMI 9 MESI 2020 BRUCIATI 46 MILIARDI, MA RECUPERATI GIÀ 35 A METÀ NOVEMBRE 2020

Settori	Capitalizzazione al 31-12-2019	Capitalizzazione al 30-9-2020	Var.capitalizzazione 30-9-20/31-12-19	Capitalizzazione al 16-11-2020	Var.capitalizzazione 16-11-20/30-9-20
	€ mil.	€ mil.	(%)	€ mil.	(%)
Energia/Utilities	115.571	115.601	0	123.017	6,4
Manifattura	164.059	150.973	-8,0	172.496	14,3
Servizi	34.219	27.435	-19,8	29.145	6,2
Petrolifero (Eni)	50.509	24.365	-51,8	28.886	18,6
Totale	364.358	318.373	-12,6	353.544	11,0

PERSI 64 MILIARDI DI RICAVI IN 9 MESI, DI CUI OLTRE LA METÀ NEL 2Q

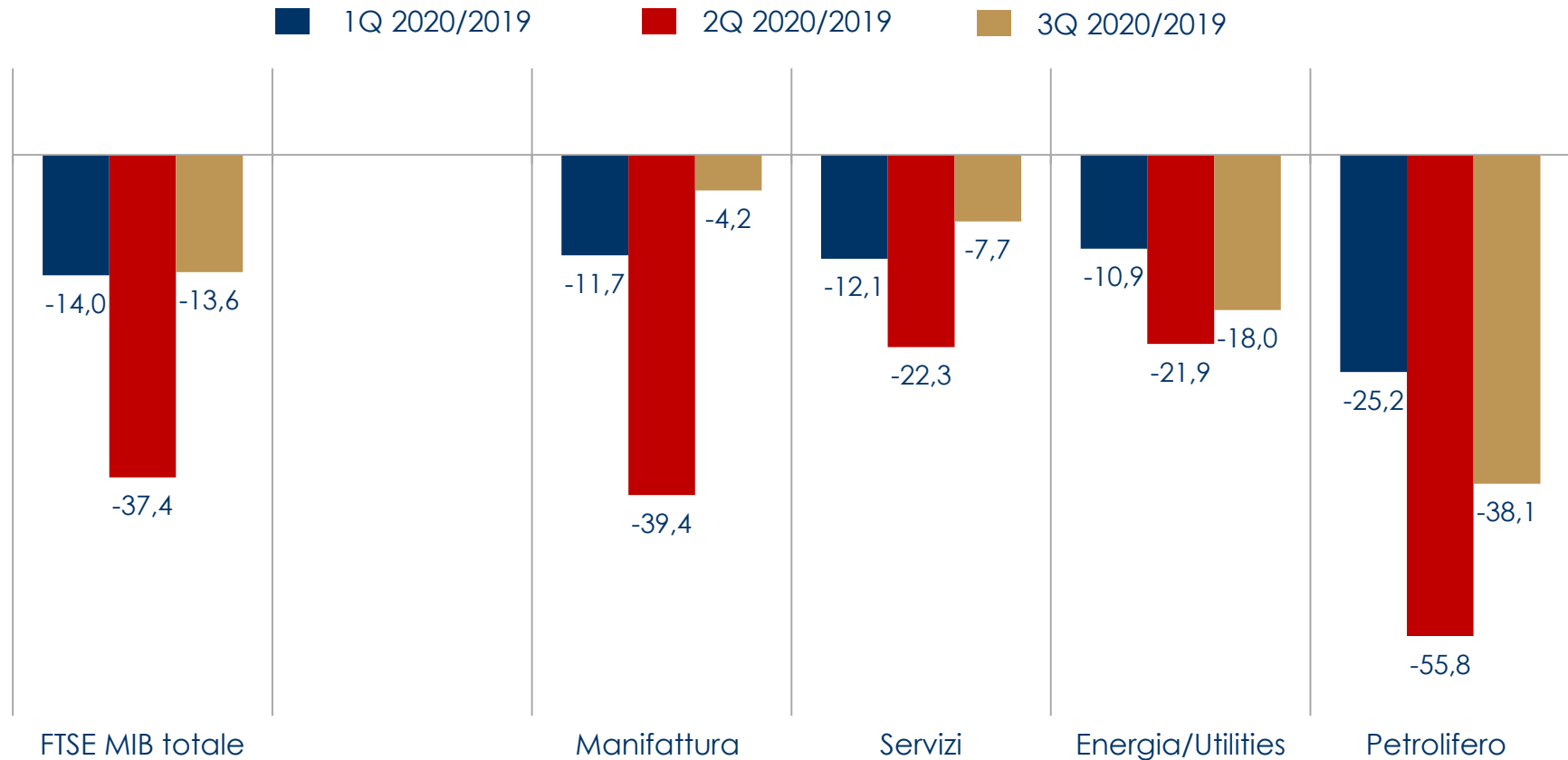
Variazione % del fatturato 9M 2020/2019 - Società del FTSE MIB



Nei primi 9 mesi 2020 persi 64 mld di ricavi rispetto al 2019 (di cui -14 mld nel 1Q, -37 mld nel 2Q e -13 nel 3Q)

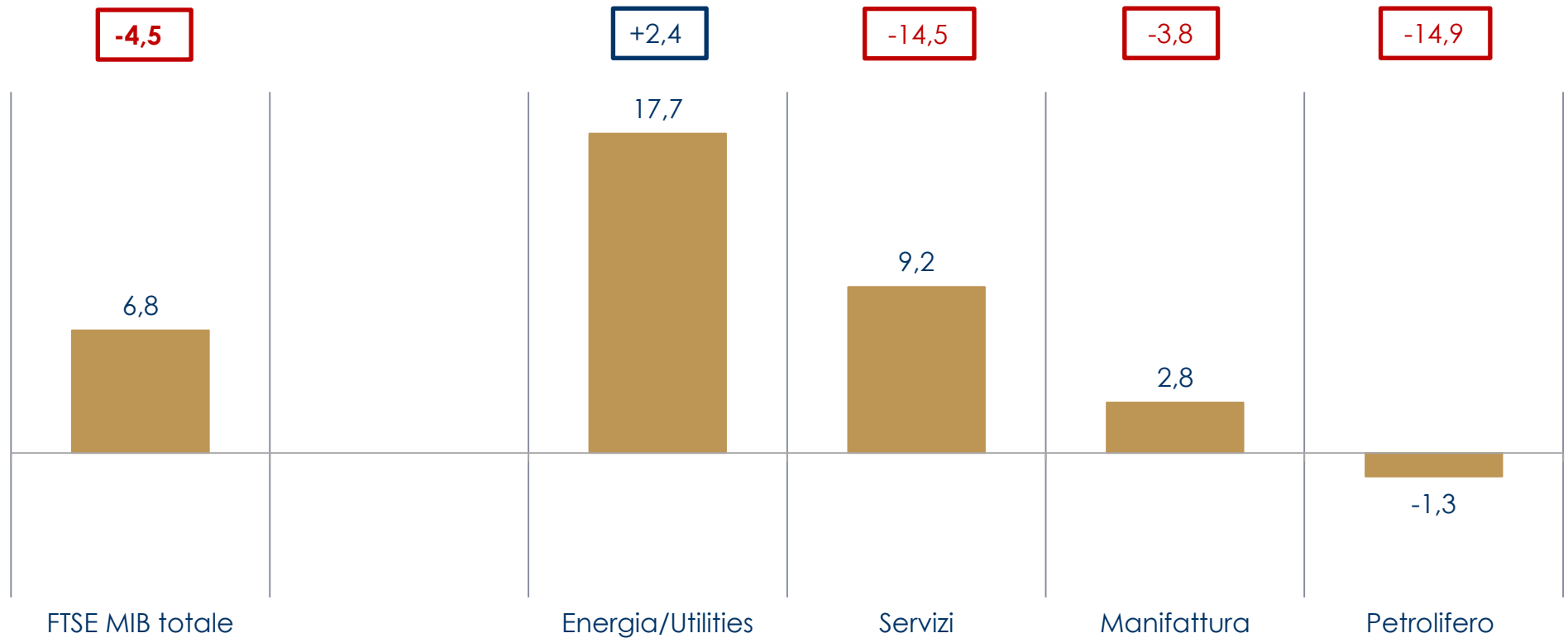
LA REAZIONE DELLA MANIFATTURA NEL TERZO TRIMESTRE...

Variazione % del fatturato 2020/2019 - Società del FTSE MIB



...NE RIPORTA IN POSITIVO L'EBIT MARGIN NEI PRIMI NOVE MESI 2020

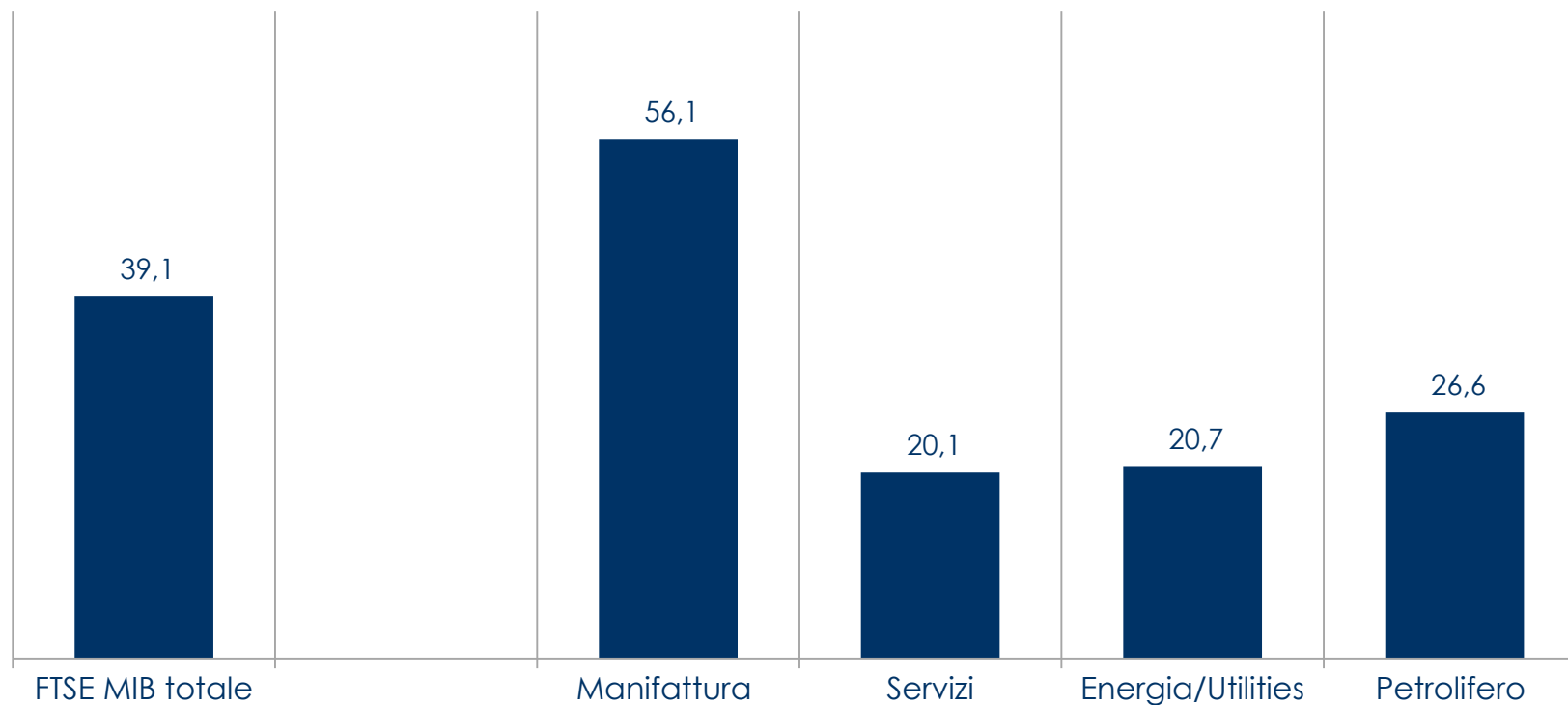
Ebit margin 9M 2020 (colonne) e variazione in p.p. 9M 2020/2019 - Società del FTSE MIB



Restano negativi solo i margini petroliferi

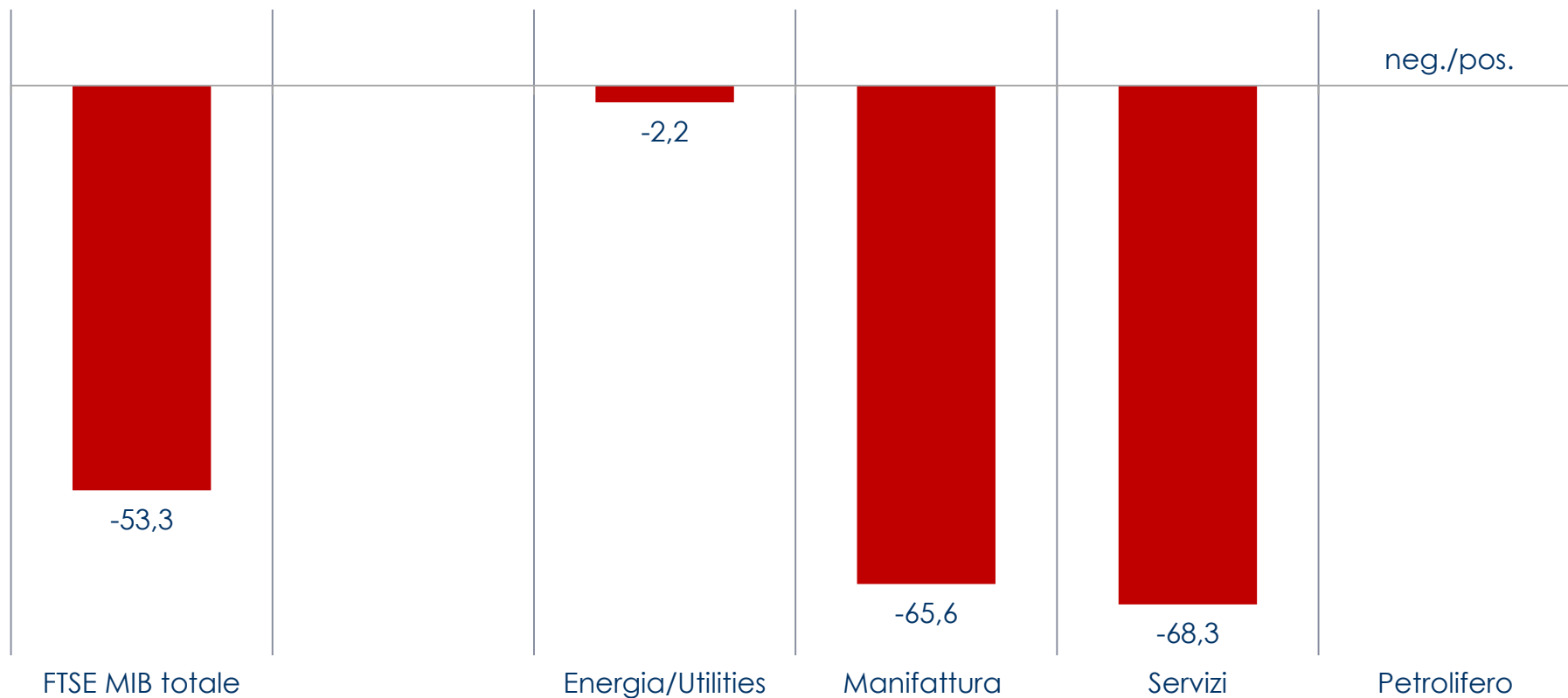
LA MANIFATTURA TRAINA IL RIMBALZO DEL 3Q SUL 2Q 2020

Variazione % del fatturato 3Q 2020/ 2Q 2020 - Società del FTSE MIB



MON 9M 2020/2019

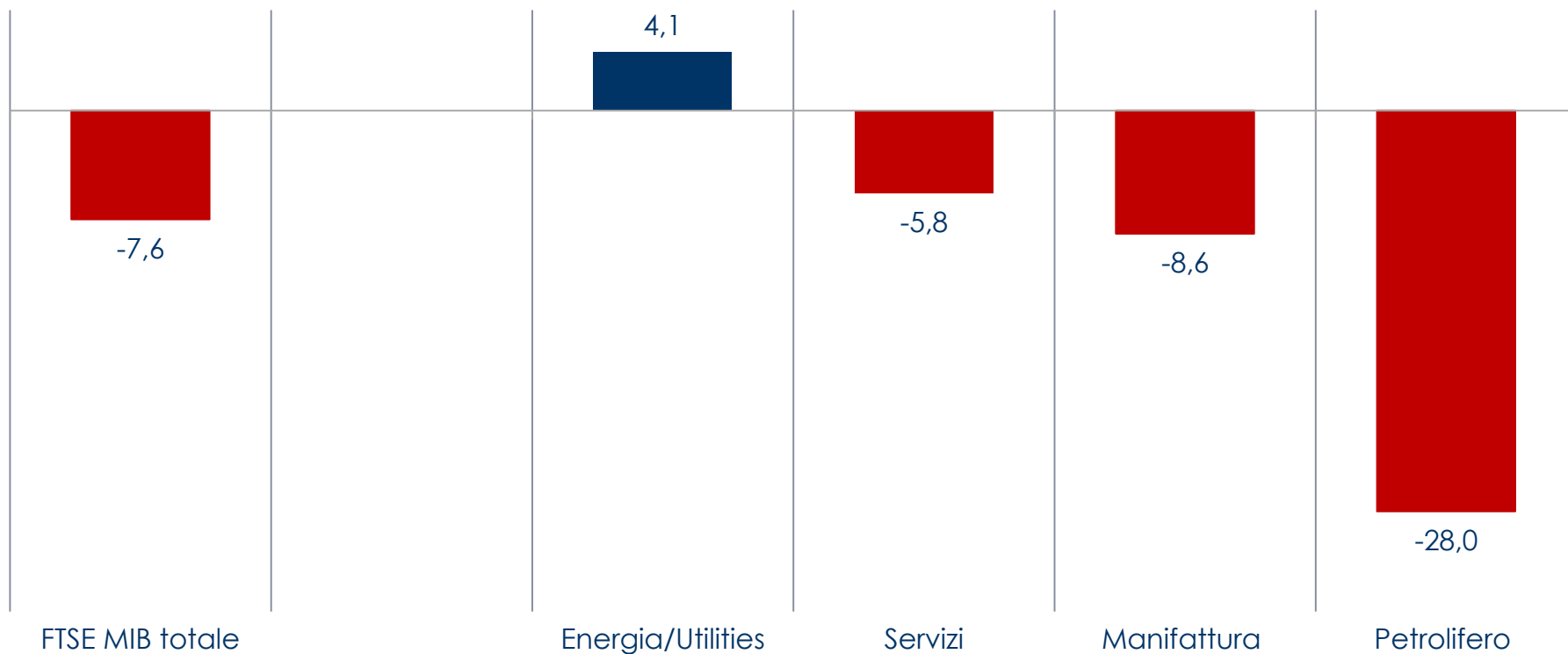
Variazione % del MON 9M 2020/2019 - Società del FTSE MIB



Nei primi 9 mesi 2020 persi quasi 18 mld di MON rispetto al 2019

NET PROFIT MARGIN 9M 2020/2019

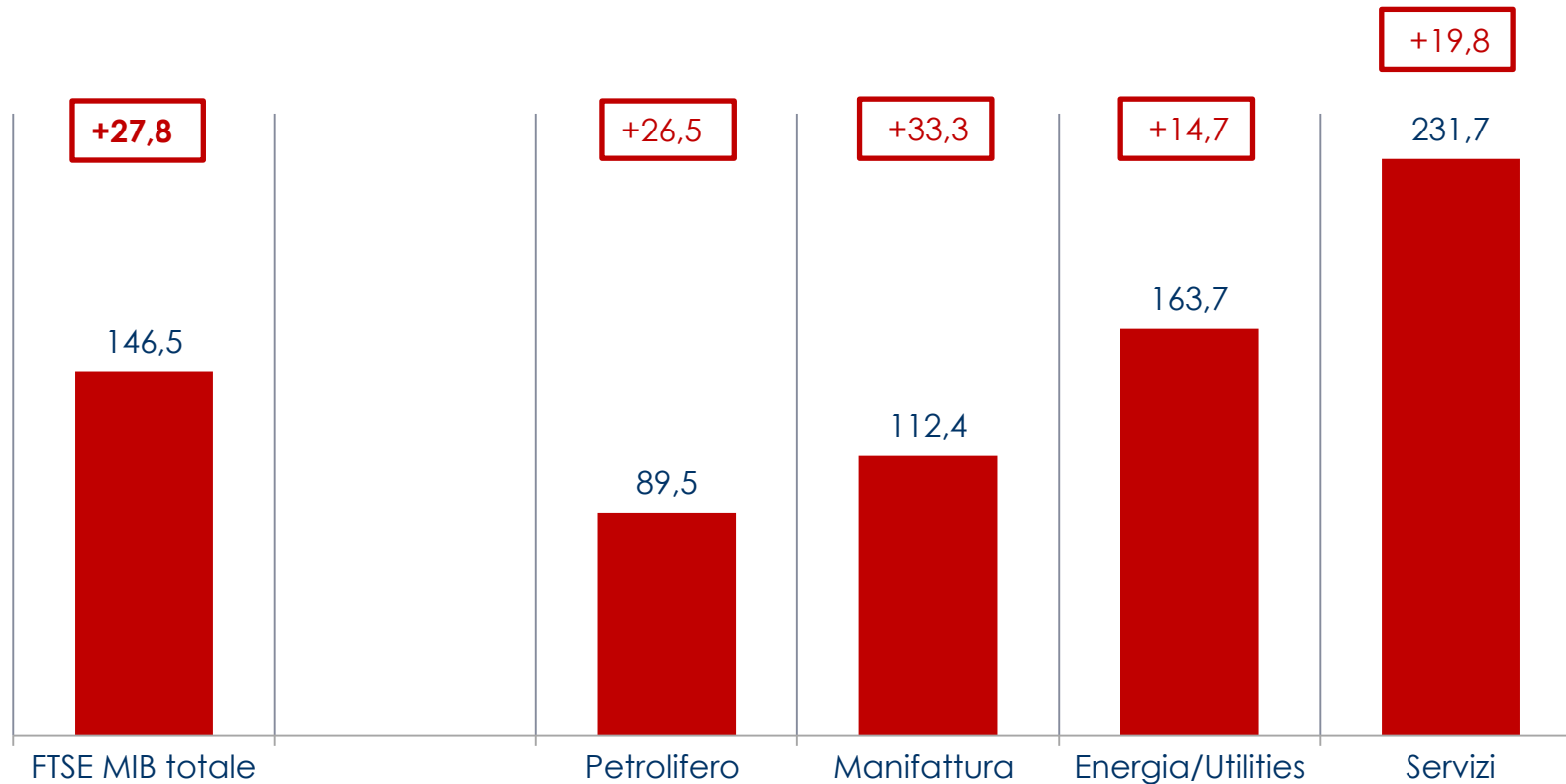
Variazione in p.p. del net profit margin 9M 2020/2019 - Società del FTSE MIB



I primi nove mesi 2020 chiudono in rosso: persi oltre 20 mld di profitti rispetto al 2019, pari al 9% dei ricavi del periodo.

CONTINUA A DETERIORARSI LA SOLIDITÀ PATRIMONIALE

Debiti finanziari/capitale netto (colonne) e variazione in p.p. 30-9-2020/31-12-2019 - Società del FTSE MIB



Nei primi nove mesi 2020 la struttura finanziaria del FTSE MIB si è progressivamente deteriorata (+27,8 p.p. nel rapporto fra debiti finanziari e capitale netto nei primi nove mesi del 2020), quale risultato dell'incremento dell'indebitamento (+12,1%) e della contrazione dei mezzi propri (-9,1%)

FTSE MIB COMPANIES VERSUS SETTORI INDUSTRIALI MNE

FTSE MIB società	Var. fatturato 9M 2020/2019	Var. MON 9M 2020/2019	Var. risultato netto 9M 2020/2019
	(%)	(%)	(%)
Davide Campari-Milano	-1,7	-13,7	...
<i>Alimentare e bevande/Bevande</i>	-5,4	-16,5	-64,7
DiaSorin	16,2	29,9	28,3
Recordati	-0,5	3,9	7,9
<i>Farmaceutico</i>	3,1	-1,4	-10,1
Eni	-39,7	neg./pos.	neg./pos.
<i>Petrolifero</i>	-32,3	-66,6	neg./pos.
CNH Industrial	-13,9	neg./pos.	neg./pos.
Fiat Chrysler Automobiles	-24,7	-90,8	neg./pos.
Ferrari	-15,8	-31,8	-34,5
<i>Mezzi di trasporto/Automotive</i>	-17,4	-65,8	-66,4
Moncler	-23,1
<i>Moda</i>	-21,3	-98,8	neg./pos.
STMicroelectronics	2,9	-9,0	-18,0
<i>Elettronico</i>	5,7	14,1	11,6
Telecom	-7,1	-31,6	38,3
<i>Telco</i>	-1,8	-2,6	-1,5

SGUARDO D'INSIEME

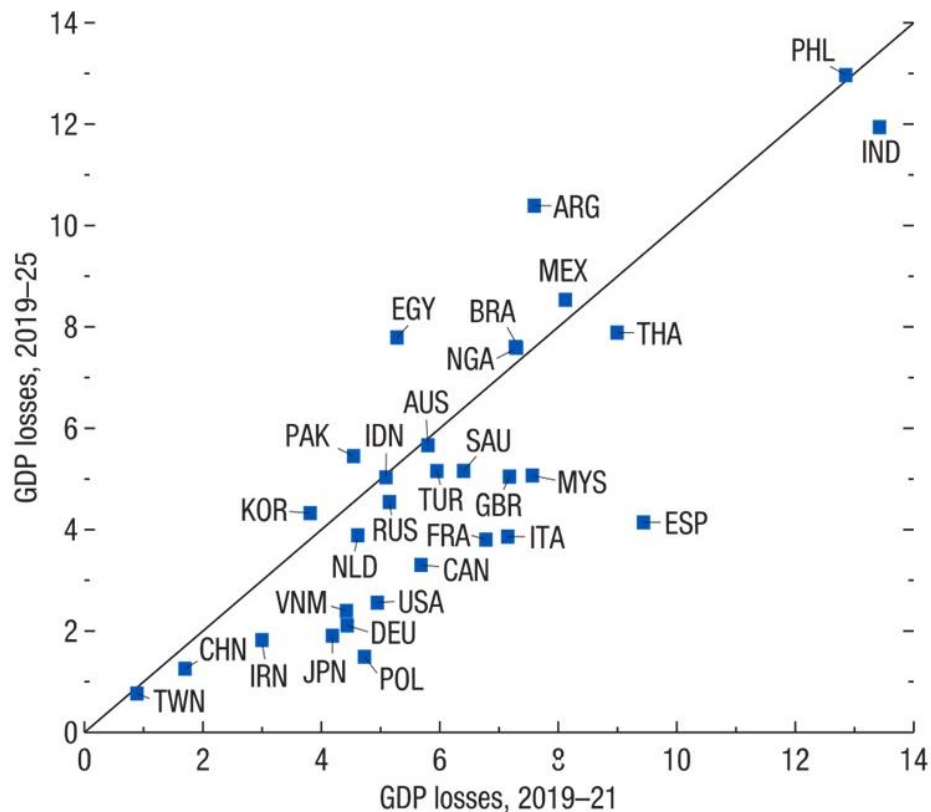
Sezione 3



IL MONDO POST COVID-19: UN LENTO RITORNO ALLA SITUAZIONE PRE-CRISI

Figure 1.12. GDP losses: 2019–21 versus 2019–25
(Percent difference between January 2020 WEO Update and October 2020 WEO projections)

Over the medium term, advanced and emerging market and developing economies will only modestly progress toward the 2020-25 path of economic activity projected before the Covid-19 pandemic.



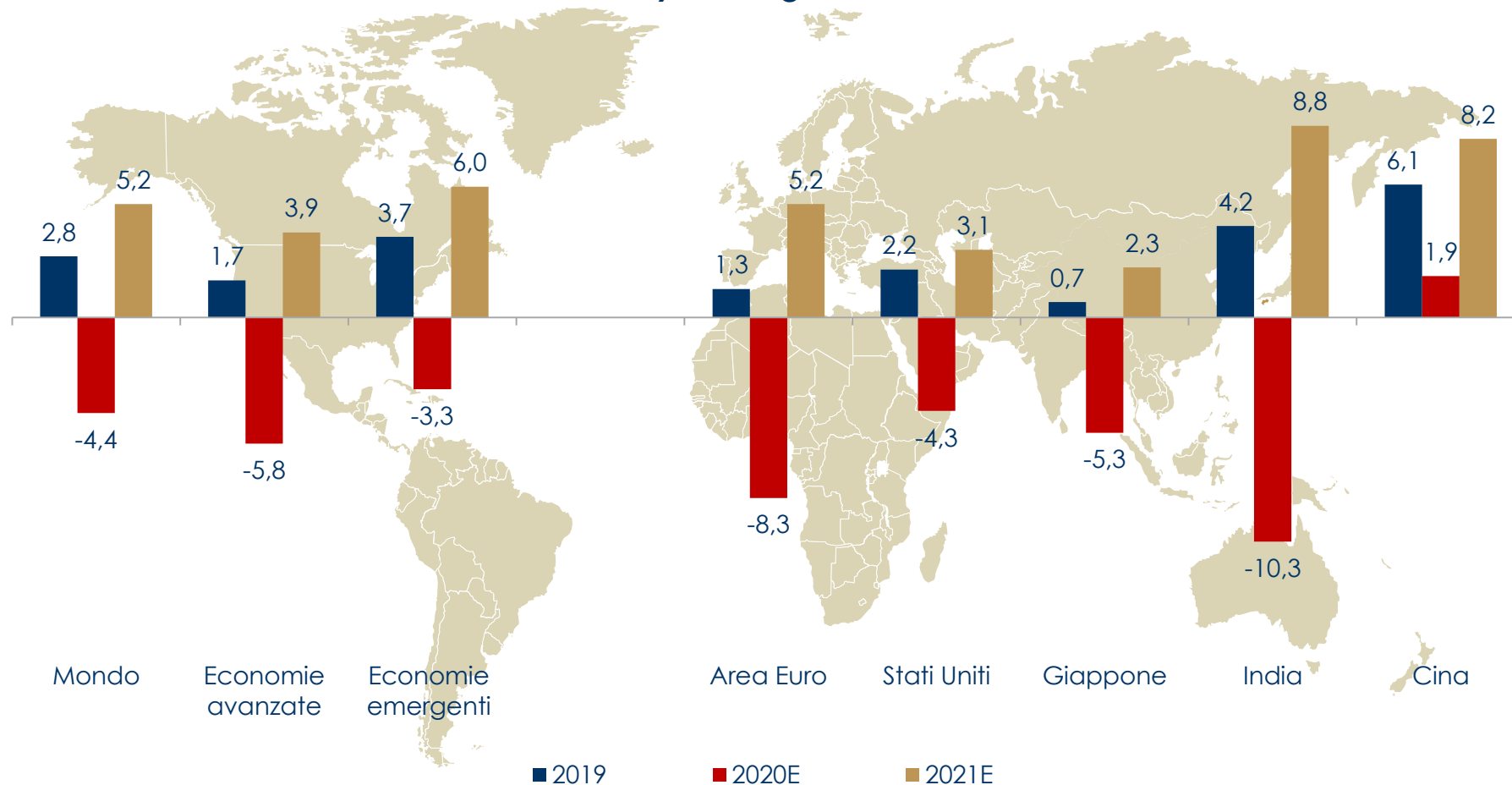
Covid-19: «La sfida più grande dai tempi della guerra»

(Rudolf Anschober) (1)

NEL 2020 AREA EURO E INDIA LE PIÙ COLPITE

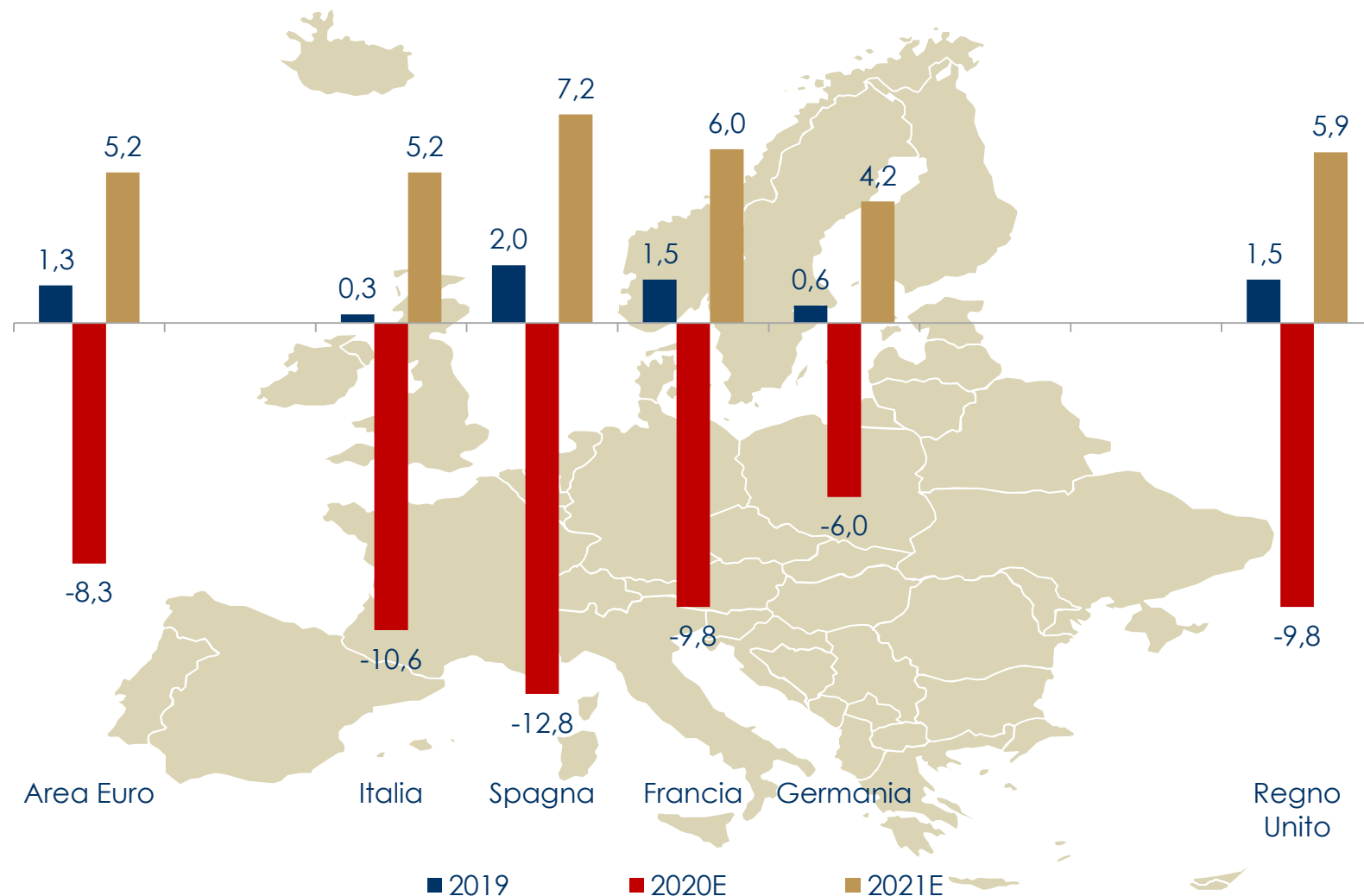
PIL, variazioni annuali in % (IMF, ottobre 2020)

**IMF: “A somewhat less severe though still deep recession in 2020”
“the ascent will likely be long, uneven, and uncertain”**



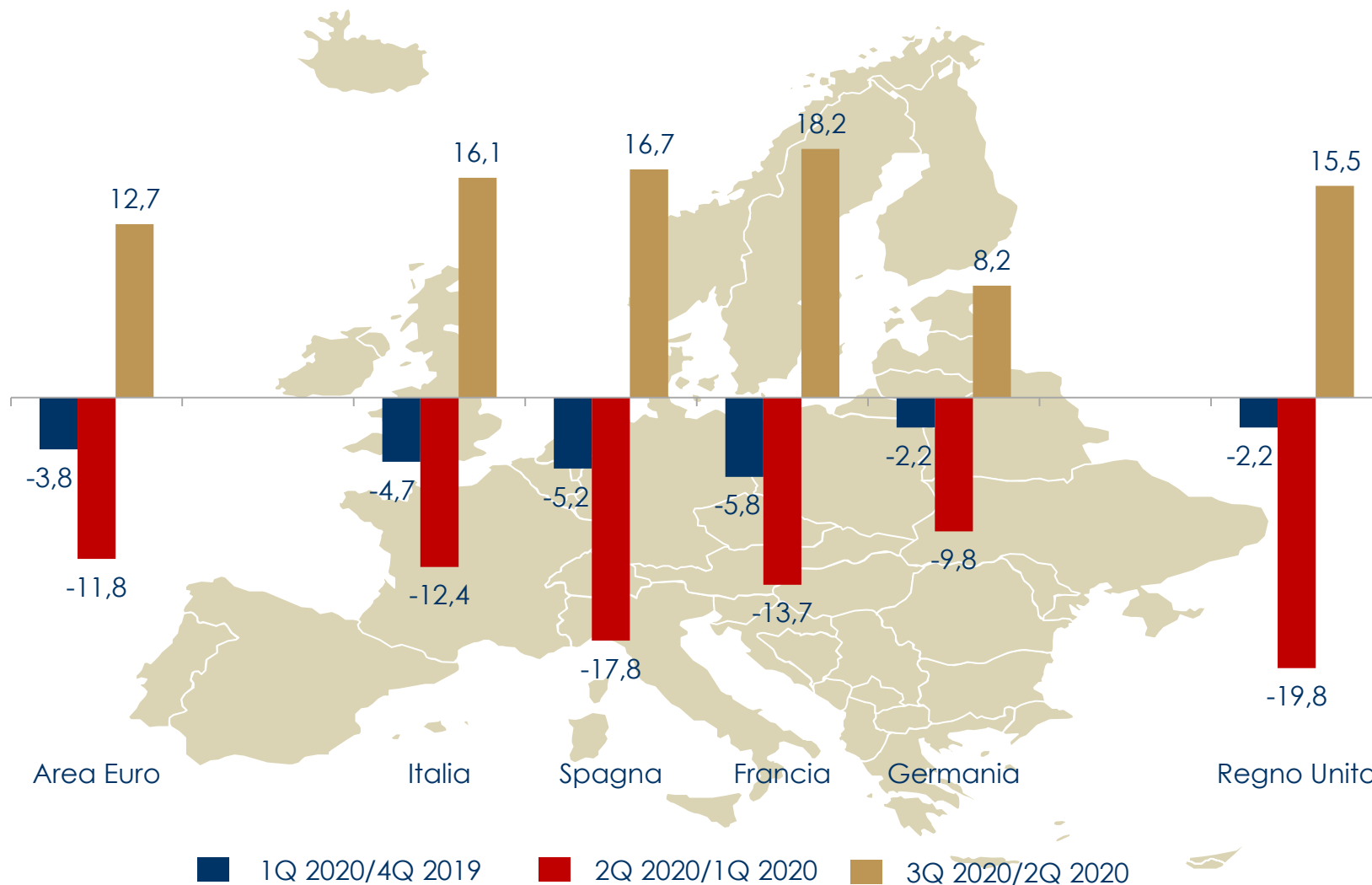
AREA EURO: SPAGNA E ITALIA LE PEGGIORI NEL 2020

PIL, variazioni annuali in % (principali paesi europei)



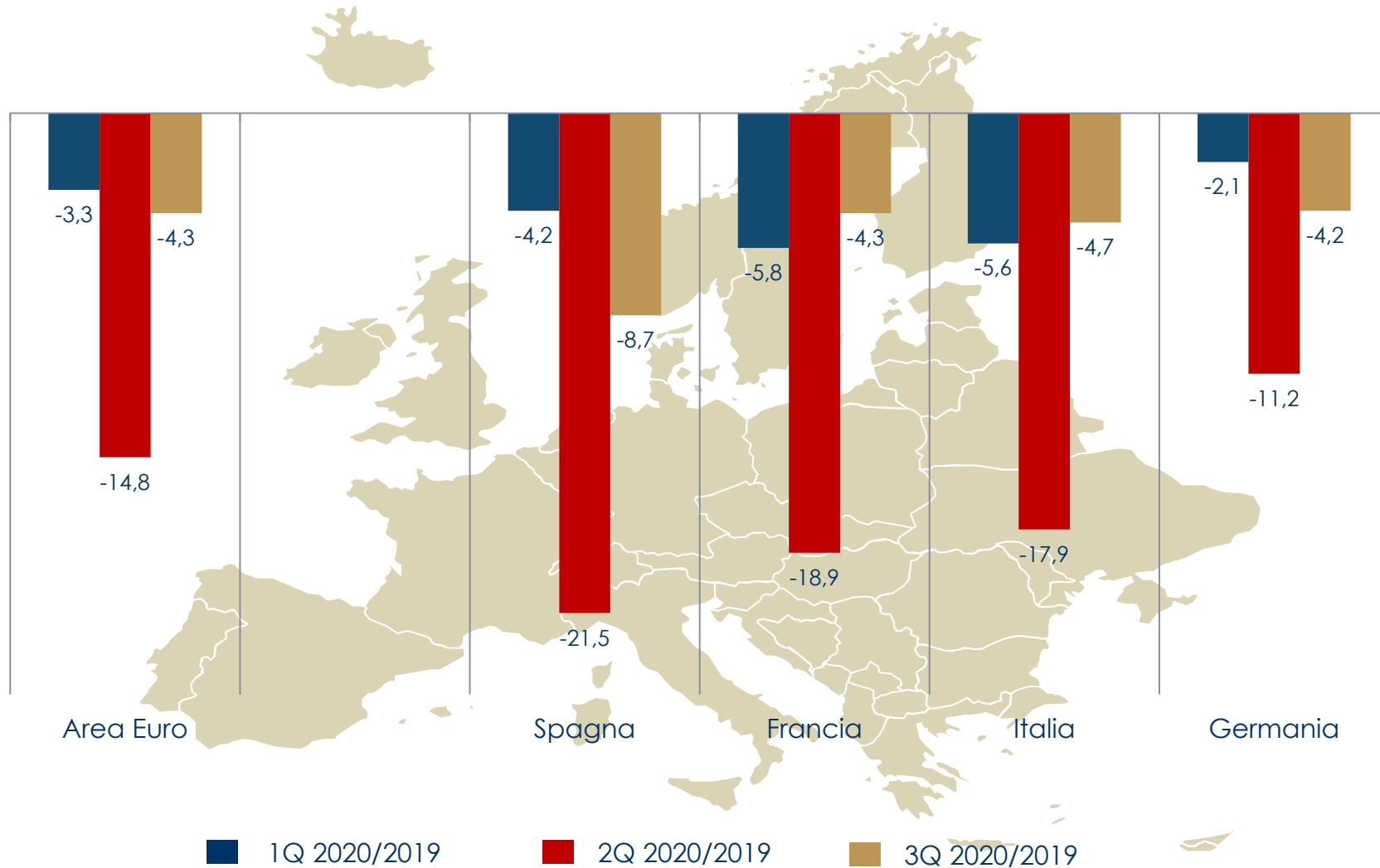
AREA EURO: GENERALIZZATA RIPRESA NEL 3Q 2020, MA...

PIL, variazioni congiunturali in % (principali paesi europei)



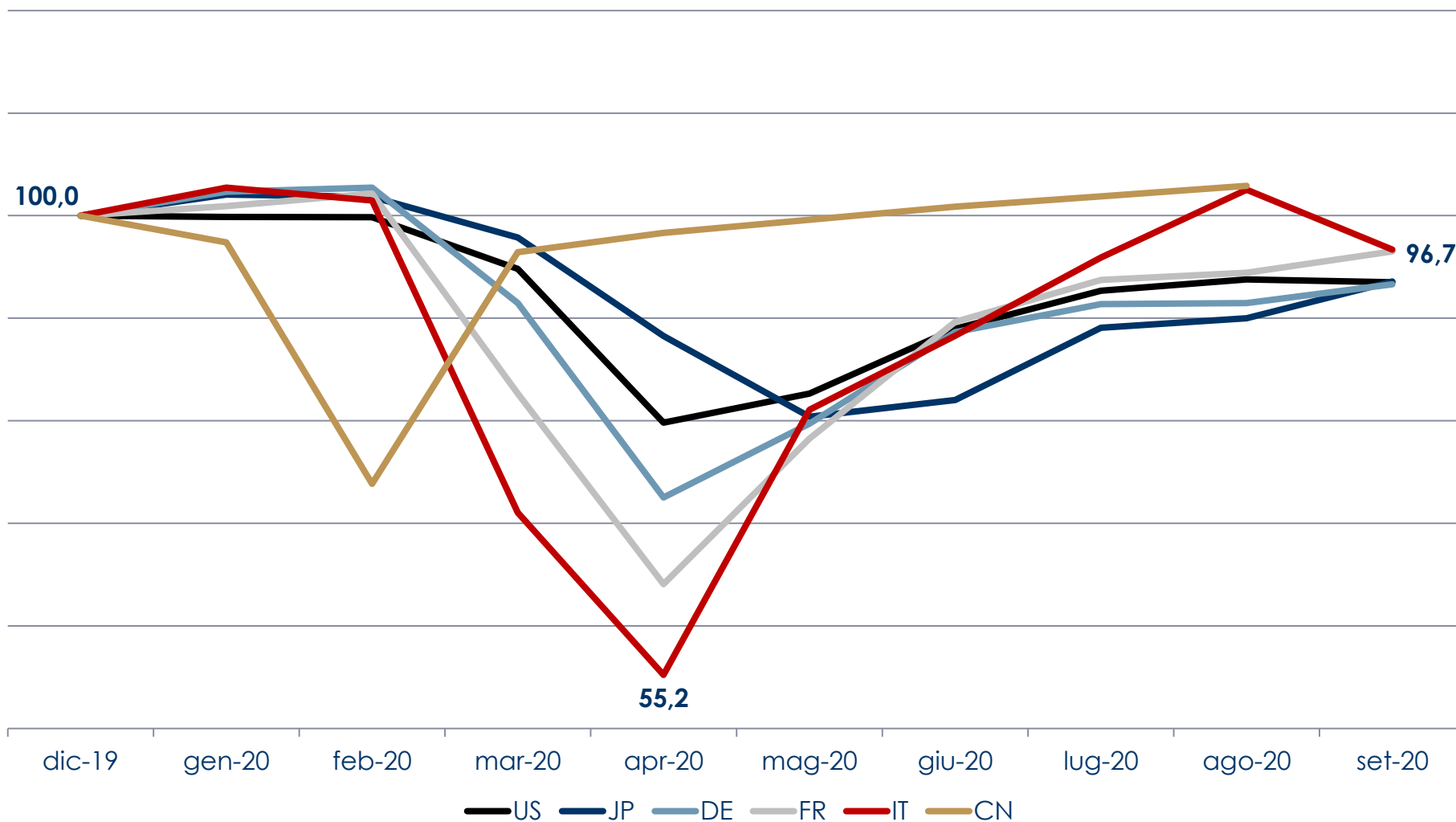
INSUFFICIENTE A COLMARE LO TSUNAMI ECONOMICO DEL 2Q

Variazioni del PIL 2020/2019 (in %)



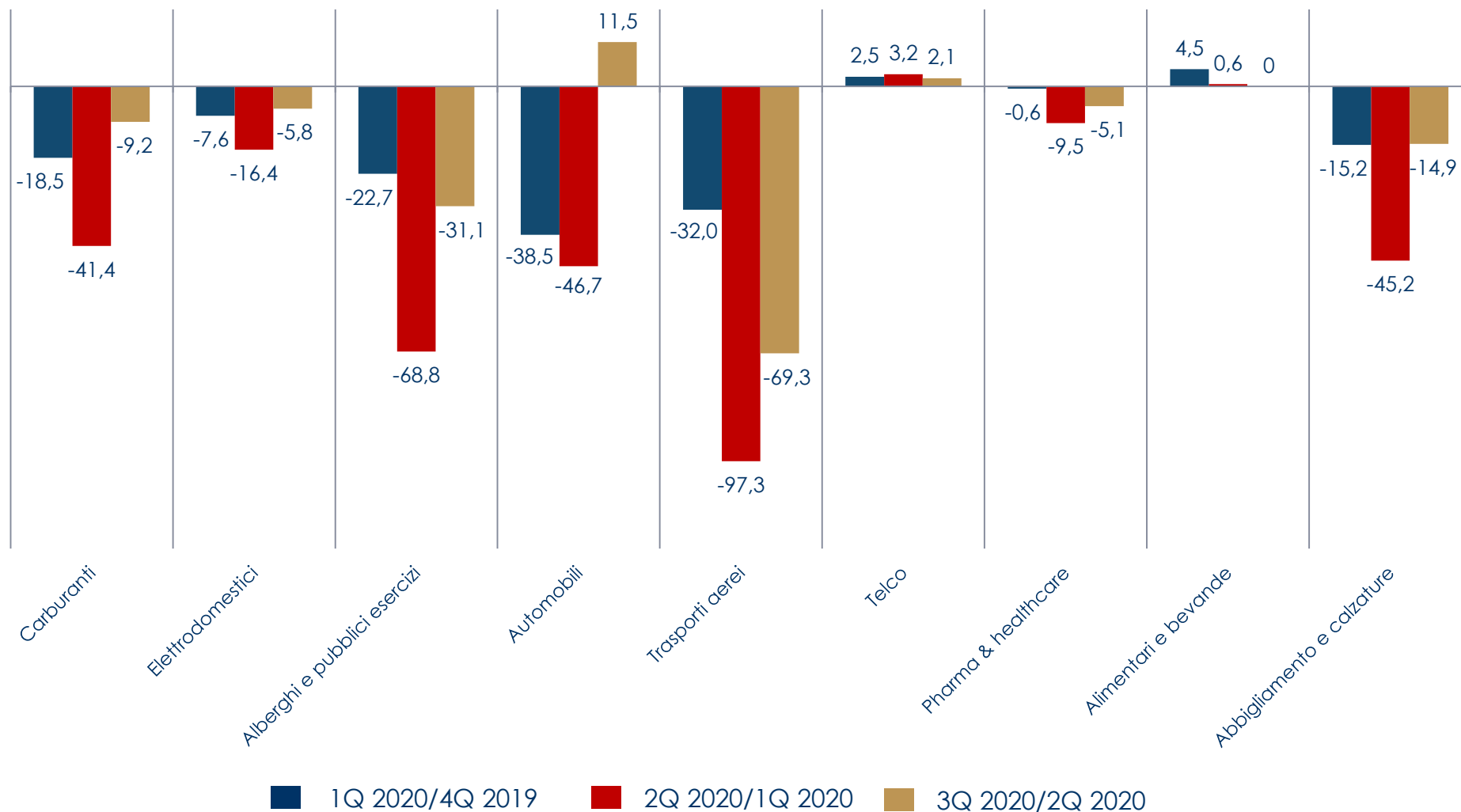
MANIFATTURA ITALIA: IN AGOSTO SUI LIVELLI DI FINE '19, MA A SETTEMBRE -5,7%

Produzione Industriale (Manifattura): Numero indice Dicembre 2019=100,0; destagionalizzato



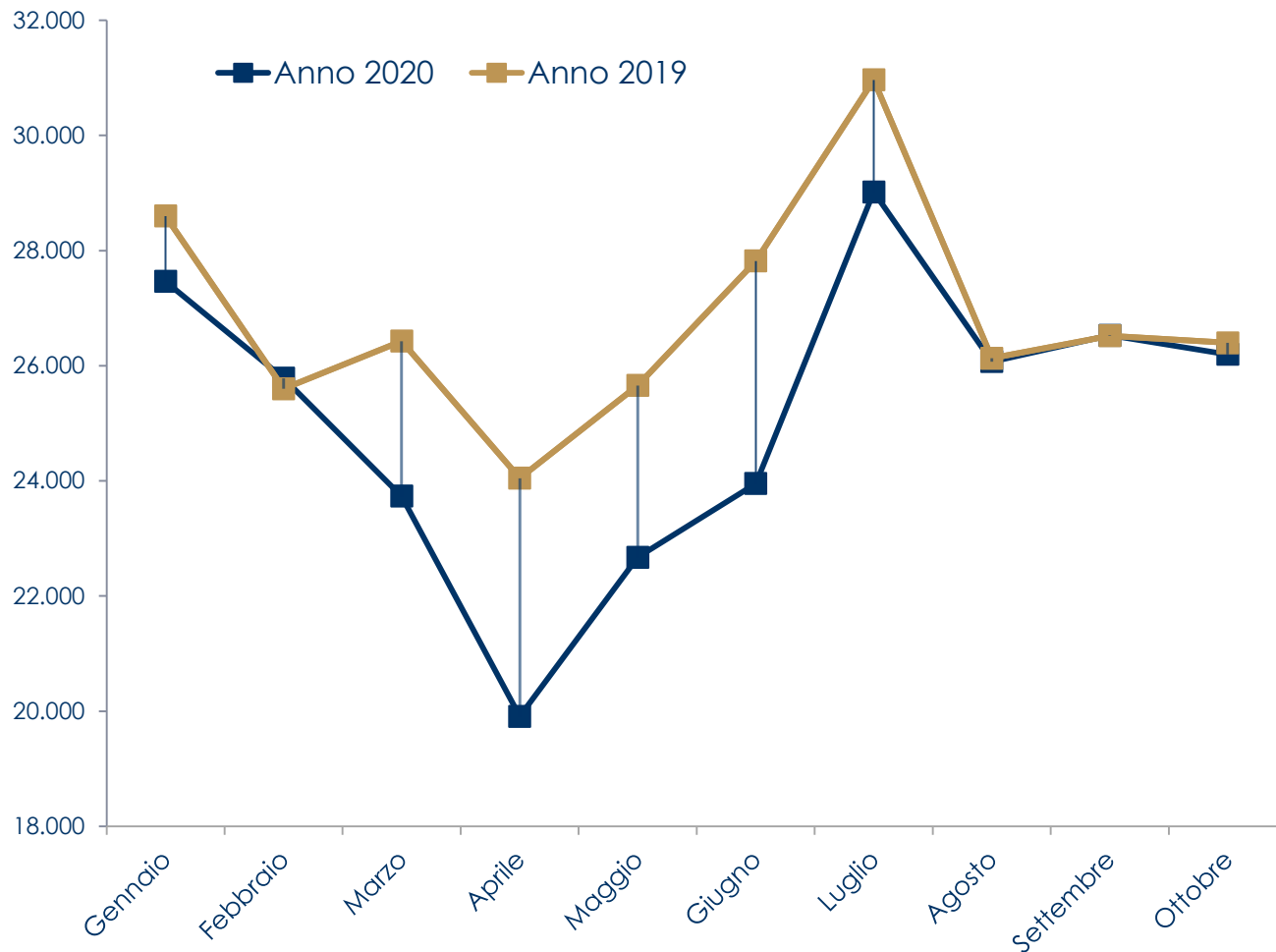
ITALIA: I CONSUMI CROLLANO NEI 9M 2020, SALVO POCHE ECCEZIONI

Var.% dei consumi nei singoli trimestri



STABILIZZAZIONE DEI CONSUMI ELETTRICI NEL 3Q 2020

Consumi elettrici in Italia (GWh)



◆ L'IEA-International Energy Agency ha stimato un calo della domanda globale di energia del 6% nel 2020, un impatto 7 volte superiore a quello del 2008. **Il declino equivale, in termini assoluti, alla domanda energetica combinata di Francia, Germania, Italia e UK nel 2019**

◆ Nel mondo le energie rinnovabili mantengono una quota maggiore nel mix elettrico rispetto al periodo pre Covid-19, in molte aree grazie anche a effetti stagionali

◆ **In Italia**, i consumi elettrici sono calati del 6,2% nei 9M 2020 rispetto ai 9M 2019 (-4,2% nel 1Q, -14,3% nel 2Q e -2,4% nel 3Q)

◆ In aprile la contrazione peggiore: -17,2%. Solo a partire da agosto la piena normalizzazione

Grazie per l'attenzione



AREA STUDI
MEDIOBANCA

Milano – Foro Buonaparte, 10
www.mbres.it

