

STRUMENTI PER INVESTIRE

AZIONI A CONFRONTO

La dieta fa bene ai giganti del fast food

I margini sono in forte crescita per Burger King, mentre risultano stabili per McDonald's

A cura di **Analisi Mercati Finanziari**

■ Più sani i clienti, più ricchi i fast food. Queste le conclusioni a cui è giunto uno studio dello Hudson Institute che ha verificato che, tra il 2006 e il 2011, le catene di fast food che hanno servito menù e bevande a basso tasso calorico (non oltre le 500 calorie per singolo panino o pietanza e non più di 50 calorie a bevanda) hanno conseguito un incremento dei ricavi del 5,5% e del 10,9% per quanto riguarda il numero dei clienti. Fra le catene di fast food più note al mondo vi sono il colosso **McDonald's** (leader a livello globale con oltre 34mila punti vendita in 119 Paesi) e **Burger King**, seconda catena mondiale con più di 12.900 punti vendita in 86 Paesi. Nel 2012, su basi "reported" il giro d'affari di Burger King è sceso del 15,8% a 1.966,3 milioni di \$. A parità però di punti vendita (il gruppo sta intraprendendo una politica di "refranchising" che ha portato a dismettere i punti vendita di proprietà) i ricavi sono rimasti stabili. Grazie però a un consistente taglio dei costi operativi (-21,5% a 1.548,6 milioni) l'ebit è salito del 15,2% a 417,7 milioni e l'utile netto del 33,6% a 117,7 milioni. La società è tornata alla quotazione al Nyse lo scorso 20 giugno dopo essere stata acquisita, a fine 2010, dal fon-

do di private equity brasiliano 3G Capital. Per McDonald's, il 2012 è stato un anno di stabilità nei ricavi (+2% a 27.507 milioni di \$, ma +3,1% a parità di punti vendita), e altrettanto è accaduto per i margini con l'ebit salito dello 0,9% a 8.604,6 milioni e l'utile netto in calo dello 0,7% a 5.464,8 milioni. Per il 2013, le stime della società di ricerca AlixPartners sul settore dei ristoranti negli Usa indicano una crescita del 3% nel numero dei clienti, ma la spesa media per pasto si dovrebbe ridurre del 4,7% a 12,85 \$. Ottime prospettive per i fast food quindi? Non del tutto, visto che secondo gli esperti i clienti privilegeranno catene che offrono cibo a basso prezzo ma con elevato contenuto qualitativo (cibi bio, a km. zero, ecc.). Burger King non ha fornito alcuna *guidance* per il 2013, ma intende proseguire nella strategia di "refranchising" (oggi già il 97% dei punti vendita è in franchising) e puntare di più sulle promozioni, mantenendo però in assortimento anche cibi "premium" e più salutari come frutta e insalate. Più dettagliate le indicazioni di McDonald's, che ritiene che le nuove aperture (da 1.200 a 1.300) incrementeranno le vendite del 2,5%, mentre i costi delle materie prime saliranno dell'1,5%-2,5% negli Usa e del 3%-4% in Europa, le spese generali del 2%-3% e gli oneri finanziari del 4%-6%. Il capex atteso è di 3,2 miliardi. La strategia sarà incentrata sull'ampliamento dell'offerta di prodotti e menù, su aggressive promozioni per periodi limitati e sull'ammodernamento dei locali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BURGER KING WORLDWIDE

www.bk.com



Ceo
BERNARDO HEES

DATI DI MERCATO

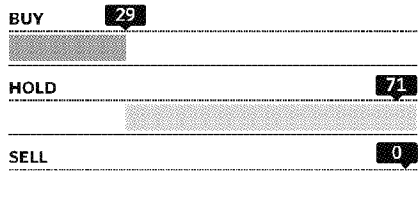
In milioni di dollari
FONTE: elaborazione Amf su dati società

Fatturato (31/12/2012)	1.996,3
Ebit	417,7
Utile netto	117,7
Net Debt/Equity (n. volte)	2,13
Prezzo al 26/02/2013 (in \$)	18,1
Target price (in \$)	19,0
Consensus di mercato	Overweight
Flottante	29,32%
Azionista principale: 3 G Special Situations Fund II L.P. (70,68%)	

Nell'esercizio 2012 il gruppo ha evidenziato ricavi in contrazione (ma cresciuti su basi comparabili) e margini in aumento. Indebitamento piuttosto elevato.

CONSENSUS ANALISTI

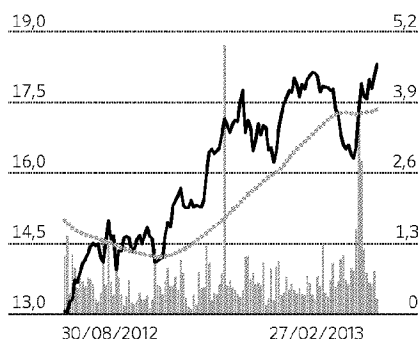
Dati in %



Il giudizio è overweight e da parte degli analisti vi sono 2 indicazioni positive, 5 neutrali e nessuna negativa. Il potenziale di rivalutazione è del 5%.

ANALISI TECNICA

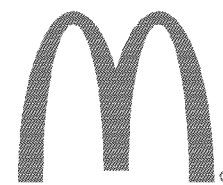
— PREZZO (sx)
..... MM (sx)
50 GG
■ VOLUMI (dx)
In milioni



Burger King dovrà lasciarsi alle spalle area 18 per dare continuità al rialzo sviluppato dai minimi di settembre. Oltre tale livello via libera verso il target a 20 e poi a 22 \$. Negative invece discese sotto 16 preludio a un nuovo test in area 14. (FTA Online)

MCDONALD'S

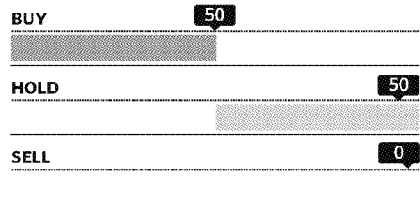
www.aboutmcdonalds.com



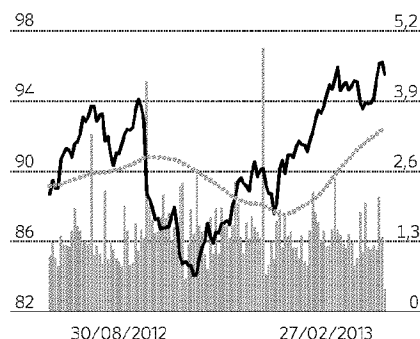
Presidente e ceo
DONALD THOMPSON

Fatturato (31/12/2012)	27.567,0
Ebit	8.604,6
Utile netto	5.503,1
Net Debt/Equity (n. volte)	0,96
Prezzo al 26/02/2013 (in \$)	96,2
Target price (in \$)	100,0
Consensus di mercato	Overweight
Flottante	100,0%
Azionista principale: Public Company. Il maggiore azionista detiene il 5,08% del capitale sociale	

Modesta crescita dei ricavi e dei margini (in lieve ridimensionamento l'utile netto) nel corso dell'esercizio 2012. Il livello di patrimonializzazione risulta essere equilibrato.



Il giudizio è overweight, con indicazioni positive e neutrali in egual misura (16) e nessuna negativa. Potenziale di rivalutazione del 4%.



Quadro grafico migliore per Mc Donald's. I prezzi sono tornati a salire il consolidamento della prima metà di febbraio e puntano ai massimi assoluti in area 102. La permanenza sopra 93 garantirà continuità al rialzo. Sotto tale livello target a 90. (FTA Online)

BURGER KING WORLDWIDE

www.bk.com

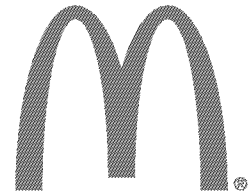
Ceo
BERNARDO HEES



MCDONALD'S

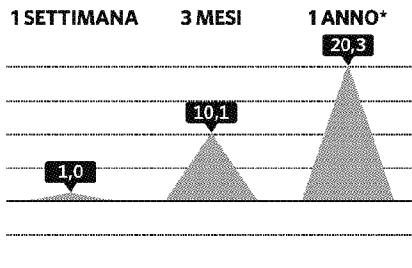
www.aboutmcdonalds.com

Presidente e ceo
DONALD THOMPSON

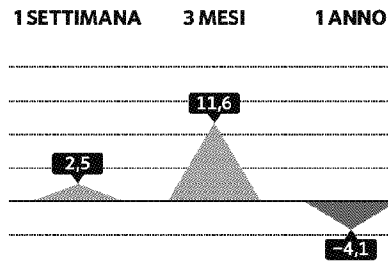


ANDAMENTO PERIODICO

Dati in percentuale
*dal a data iniziale di quotazione 20/6/12
FONTE: elaborazione Amf su dati società



Performance relativamente modesta a partire dall'ultimo trimestre, comunque dall'avvio delle quotazioni (giugno 2012) l'andamento è nettamente positivo.



Molto simile a quello di Burger King l'andamento di borsa di McDonald's, con una performance delle quotazioni però leggermente migliore negli ultimi tre mesi.

PUNTI DI FORZA

- 1 Importante partnership con Autogrill (che gestisce già 140 ristoranti a marchio Burger King), recentemente estesa a Francia, Svizzera e Polonia in location aeroportuali ed aree di servizio.
- 2 Avvio del servizio di consegna a domicilio dei menù, per ora testato con successo in alcune delle principali città degli Stati Uniti (Miami, Houston e New York).
- 3 Offerta particolarmente curata di caffè grazie alla partnership con Seattle's Best Coffee (marchio Starbucks), che ha consentito di introdurre nel menù 10 nuove bevande calde e fredde.

- 1 Nel primo trimestre 2013 il gruppo beneficerà di 50 milioni di \$ di risparmi fiscali determinati dall'applicazione dell'American Taxpayer Relief Act del 2012.
- 2 Nuovo packaging (lanciato dapprima negli Usa ed entro il 2013 nel resto del mondo) contenente codici QR che forniscono agli utenti informazioni nutrizionali.
- 3 Punta su menù più salutari e a basso impatto ambientale ed ha ottenuto la certificazione di pesca sostenibile per i prodotti Filet-O-Fish e Fish McBites commercializzati negli Usa.

PUNTI DI DEBOLEZZA

- 1 Nonostante le scarse ripercussioni sulle vendite, Burger King in Uk è stata lambita dallo scandalo su contaminazioni di carne di cavallo trovate presso il fornitore Silvercrest Foods.
- 2 Il gruppo, caratterizzato da un livello medio di prezzo più alto rispetto ai peers, risente dell'aumentata propensione dei consumatori verso menù più economici.
- 3 Indebitamento finanziario netto elevato, derivante dalla crisi del 2007 - 2010 e dai leveraged buy-out che si sono susseguiti a partire dal 2000.

- 1 Vendite in discesa nel mese di gennaio 2013 (-1,9%), con un trend molto negativo nell'area Asia/Pacifico, Medio Oriente e Africa (-9,5%), e in particolare in Cina e Giappone.
- 2 Nel quarto trimestre 2012 i margini del gruppo sono risultati in generale discesa a causa di forti pressioni sui costi del lavoro e delle materie prime.
- 3 Il gruppo ha dovuto interrompere il contratto con il fornitore cinese di pollame Liuhe Group, presso il quale sono stati trovati residui di antibiotici superiori alle prescrizioni di legge.