

Più auto e sanità nei portafogli dei trader italiani

di Marco Capponi

Nei portafogli dei trader italiani è tornata di moda la old economy. Titoli per giocare in difesa, in un contesto di mercato caratterizzato da correzioni generalizzate per tutti i listini, con due dei principali indici americani, S&P 500 e Nasdaq, che hanno concluso la scorsa settimana il terzo trimestre consecutivo in flessione: non accadeva dalla grande crisi del 2009. Ebbene, secondo quanto rilevato da eToro confrontando l'ultimo giorno di trading di settembre con l'ultimo di giugno si è vista un'impennata di popolarità per titoli di settore tradizionali: le auto della cinese XPeng (+26%) e delle più note tedesche Bmw (+14%) e Mercedes (+10%), colossi farmaceutici del calibro di Bayer (+23%) e Johnson & Johnson (+12%), titoli energetico-petrolieri come Occidental Petroleum (+19%) e Chevron (+15%).

Un'altra tendenza osservata dagli analisti della piattaforma di trading riguarda gli acquisti in correzione: FedEx, ad esempio, nel corso del terzo trimestre ha perso oltre un terzo del suo valore di borsa, ma il suo appeal presso i trader italiani è aumentato in modo speculare: +35% di detentori rispetto al trimestre precedente. Un caso a parte

lo meritano poi le meme stock: il titolo che in estate ha fatto più parlare di sé su Reddit è la catena americana di articoli per la casa Bed Bath & Beyond, che non a caso ha visto i suoi possessori italiani aumentare di due volte e mezzo (+145%, comunque meno del +182% globale). Sconfitto illustre è stato invece Twitter, che dopo il fallimento dell'opa lanciata di Elon Musk

I TRADER TORNANO ALLA OLD ECONOMY

Rank	Titoli con maggiore aumento di popolarità tra gli investitori di eToro in Italia (terzo trim.)	
	Società	Aumento % trimestrale
1	Bed Bath & Beyond	145%
2	FedEx	35%
3	Cineworld Group	33%
4	XPeng ADR	26%
5	Bayer	23%
6	Alphabet Class A	20%
7	Toughbuilt Industries	20%
8	Exela Technologies	20%
9	Occidental Petroleum	19%
10	Co-Diagnostics	19%

Fonte: eToro

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

ha perso gran parte del suo fascino. A fine settembre i possessori del social network su eToro sono scesi del 15%, ancora più di quelli che hanno abbandonato il titolo per eccellenza della stay-at-home economy imposta dal Covid-19, Netflix (-14%). (riproduzione riservata)

