

## Conferenza telefonica sugli utili del secondo trimestre dell'anno fiscale 2024 di Microsoft

Brett Iversen, Satya Nadella, Amy Hood

Martedì, 30 gennaio 2024

### **BRETT IVERSEN:**

Buon pomeriggio e grazie per la vostra partecipazione di oggi. Alla chiamata hanno partecipato anche Satya Nadella, presidente e CEO, Amy Hood, CFO, Alice Jolla, CAO e Keith Dolliver, segretario aziendale e vice consigliere generale.

Sul sito Web Microsoft dei rapporti con gli investitori, è disponibile comunicato stampa degli utili e la raccolta di diapositive del riepilogo finanziario, che è destinato a integrare le osservazioni preparate durante la chiamata di oggi e fornisce la riconciliazione delle differenze tra le misure finanziarie GAAP e non GAAP. Le diapositive di outlook più dettagliate saranno disponibili sul sito Web delle Relazioni con gli investitori di Microsoft quando forniamo commenti di outlook sulla chiamata odierna.

Microsoft ha completato l'acquisizione di Activision Blizzard in questo trimestre e stiamo riferendo i suoi risultati nel nostro segmento More Personal Computing, a partire dal 13 ottobre 2023. Di conseguenza, la

metrica per investitori relativa alla crescita dei ricavi dei contenuti e dei servizi Xbox include l'impatto netto di Activision. Inoltre, il nostro comunicato stampa e la presentazione contengono informazioni supplementari relative all'impatto netto dell'acquisizione di Activision sui nostri risultati finanziari.

In questa conferenza telefonica verranno illustrati alcuni elementi non GAAP. Le misure finanziarie non GAAP fornite non devono essere considerate come un sostituto o superiori alle misure di prestazioni finanziarie preparate in conformità a GAAP. Sono incluse come elementi di chiarimento aggiuntivi per aiutare gli investitori a comprendere ulteriormente le prestazioni del secondo trimestre dell'azienda oltre all'impatto di questi elementi ed eventi sui risultati finanziari.

Tutti i confronti di crescita che facciamo oggi riguardano il periodo corrispondente dell'anno scorso, se non diversamente specificato. Forniremo inoltre tassi di crescita in valuta costante, se disponibili, come quadro per valutare le prestazioni delle nostre imprese del settore, escludendo l'effetto delle fluttuazioni del tasso di valuta estera. Se i tassi di crescita sono gli stessi in valuta costante, faremo riferimento solo al tasso di crescita.

Pubblicheremo le osservazioni preparate sul nostro sito immediatamente dopo la chiamata fino a quando non sarà disponibile la trascrizione

completa. La chiamata di oggi è in diretta e registrata sul webcast. Se si pone una domanda, sarà inclusa nella nostra trasmissione live, nella trascrizione, e in qualsiasi futuro uso della registrazione. È possibile riprodurre la chiamata e visualizzare la trascrizione sul sito Web dei Rapporti con gli investitori di Microsoft.

Durante questa chiamata faremo dichiarazioni previsionali che sono stime, proiezioni o altre affermazioni su eventi futuri. Queste dichiarazioni si basano sulle aspettative e sulle ipotesi attuali soggette a rischi e incertezze. I risultati effettivi potrebbero discostarsi in modo sostanziale a causa di fattori discussi nel comunicato stampa odierno sugli utili, nei commenti fatti durante questa conferenza telefonica, e nella sezione fattori di rischio del modulo 10-K, moduli 10-Q e altri rapporti e documenti presentati alla Securities and Exchange Commission. Microsoft non si impegna ad aggiornare alcuna dichiarazione previsionale.

E con questo, passo la parola a Satya.

**SATYA NADELLA:** Grazie, Brett.

È stato un trimestre record, guidato dalla continua forza di Microsoft Cloud, che ha superato 33 miliardi di dollari di ricavi, fino al 24%.

Si è passati dal parlare dell'intelligenza artificiale all'applicazione dell'intelligenza artificiale su larga scala.

Grazie all'intelligenza artificiale in ogni livello del nostro stack tecnologico, stiamo conquistando nuovi clienti e promuovendo nuovi vantaggi e incrementi di produttività.

Ora, evidenzierò degli esempi della nostra spinta innovativa e del nostro progresso, partendo da Azure.

Azure si è nuovamente reso protagonista in questo trimestre, avvalendosi della nostra IA.

Azure offre le migliori prestazioni per la formazione e l'inferenza dell'intelligenza artificiale e la selezione più diversificata di acceleratori IA, tra cui la versione più recente di AMD e NVIDIA, nonché il nostro processore di prima parte, Azure Maia.

Con Azure per l'intelligenza artificiale, inoltre, forniamo accesso alla migliore selezione di modelli di base e open source, tra cui LLM e SLM, tutti perfettamente integrati con l'infrastruttura, i dati e gli strumenti in Azure.

Abbiamo ora 53.000 clienti di Azure per l'intelligenza artificiale. Negli ultimi 12 mesi, oltre un terzo sono nuovi in Azure.

La nostra nuova offerta "modelli come servizio" consente agli sviluppatori di usare con facilità i moduli LLM dei partner come Cohere, Meta e Mistral in Azure senza dover gestire l'infrastruttura sottostante.

Abbiamo anche creato gli SLM più diffusi al mondo, che offrono prestazioni paragonabili ai modelli più grandi, ma sono abbastanza piccoli da essere eseguiti su un portatile o un dispositivo mobile. Anker, Ashley, AT&T, EY e Thomson Reuters, ad esempio, stanno già esplorando come usare il nostro SLM Phi per le loro applicazioni.

E abbiamo un grande slancio con il nostro servizio OpenAI di Azure. In questo trimestre è stato aggiunto il supporto per i modelli più recenti di OpenAI, tra cui GPT-4 Turbo, GPT-4 con Vision, Dall-E 3, oltre all'ottimizzazione.

Stiamo assistendo a un aumento dell'utilizzo da startup ai-first come Moveworks, Perplexity, SymphonyAI e alcune delle più grandi aziende del mondo. Oltre la metà di Fortune 500 usa oggi Azure OpenAI, tra cui Ally Financial, Coca-Cola e Rockwell Automation.

Ad esempio, al CES questo mese Walmart ha condiviso come usa il servizio OpenAI di Azure, insieme ai dati e modelli proprietari, per semplificare il funzionamento di più di 50.000 associate e trasformare il modo in cui milioni di clienti fanno acquisti.

In generale, i clienti continuano a scegliere Azure per semplificare e accelerare le migrazioni cloud.

Nel complesso, stiamo assistendo a contratti Azure di dimensioni maggiori e più strategici, con un aumento del numero di contratti da miliardi di dollari di Azure.

Vodafone, ad esempio, investirà 1,5 miliardi di dollari nei servizi cloud e di IA nei prossimi 10 anni mentre lavora per trasformare l'esperienza digitale di oltre 300 milioni di clienti in tutto il mondo.

Ora passiamo ai dati.

Stiamo integrando la potenza dell'intelligenza artificiale nell'intero stack di dati.

La nostra Piattaforma dati intelligente Microsoft riunisce database operativi, analisi, governance e intelligenza artificiale per aiutare le organizzazioni a semplificare e consolidare i propri patrimoni di dati.

Cosmos DB è il database scelto per creare app basate su intelligenza artificiale di qualsiasi dimensione, alimentando i carichi di lavoro per le aziende in ogni settore, da AXA e Coles, a Mitsubishi e TomTom.

KPMG, ad esempio, ha usato Cosmos DB, incluse le sue funzionalità di ricerca vettoriale nativa predefinite, insieme al servizio OpenAI di Azure, per

dar vita a un assistente di intelligenza artificiale, che sostiene abbia promosso un aumento fino al 50% della produttività per i consulenti.

Nel complesso, le transazioni di dati di Cosmos DB sono aumentate del 42% rispetto all'anno precedente.

Inoltre, per le organizzazioni che vogliono andare oltre la ricerca vettoriale nel database, Azure AI Search offre la migliore soluzione di ricerca ibrida. OpenAI lo usa per la generazione aumentata di recupero come parte di ChatGPT.

In questo trimestre Microsoft Fabric è stato reso disponibile a livello generale, aiutando clienti come Milliman e PwC a passare dai dati, alle informazioni dettagliate, all'azione, all'interno della stessa soluzione SaaS unificata.

I dati archiviati nel data lake multi-cloud di Fabric, OneLake, sono aumentati del 46% su base trimestrale.

Ora passiamo agli sviluppatori.

Da GitHub a Visual Studio disponiamo degli strumenti di sviluppo più completi e apprezzati per l'era dell'intelligenza artificiale.

I ricavi di GitHub sono stati accelerati di oltre il 40% rispetto all'anno precedente, promossi dalla crescita della piattaforma e dall'adozione di GitHub Copilot, lo strumento di sviluppo di intelligenza artificiale più distribuito al mondo.

Abbiamo ora oltre 1,3 milioni di sottoscrittori di GitHub Copilot a pagamento, con un fatturato del 30% su base trimestrale.

Oltre 50.000 organizzazioni usano GitHub Copilot Business per aumentare la produttività dei propri sviluppatori, dai nativi digitali come Etsy e HelloFresh, ad aziende leader come Autodesk, Dell Technologies e Goldman Sachs. Accenture da sola implementerà GitHub Copilot a 50.000 dei suoi sviluppatori quest'anno.

E, stiamo andando oltre, rendendo Copilot onnipresente nell'intera piattaforma GitHub e nuove funzionalità di sicurezza basate sull'intelligenza artificiale, nonché Copilot Enterprise, che adatta Copilot alla codebase di un'organizzazione e consente agli sviluppatori di conversare con questo con un linguaggio naturale.

Siamo anche leader nello sviluppo con poco codice o senza codice, aiutando tutti a creare app, automatizzare i flussi di lavoro, analizzare i dati e ora creare copiloti personalizzati.



Più di 230.000 organizzazioni hanno già usato le funzionalità di intelligenza artificiale di Power Platform, fino all'80% su base trimestrale.

Con Copilot Studio, inoltre, le organizzazioni possono personalizzare Copilot per Microsoft 365 o creare copiloti personalizzati. È già stato utilizzato da oltre 10.000 organizzazioni, tra cui An Post, Holland America, PG&E.

In poche settimane, ad esempio, sia PayPal sia Tata Digital hanno creato copiloti per rispondere alle query comuni dei dipendenti, aumentando la produttività e riducendo i costi di assistenza.

Stiamo anche usando questo momento di intelligenza artificiale per ridefinire il nostro ruolo nelle applicazioni aziendali.

Dynamics 365 è stato ancora una volta coinvolto, in quanto le organizzazioni usano le app basate sull'intelligenza artificiale per trasformare le funzioni marketing, vendite, servizi, finanza e catena di approvvigionamento.

E stiamo espandendo il nostro TAM integrando Copilot anche nei sistemi di terze parti.

Nelle Vendite, il nostro Copilot ha aiutato i venditori di più di 30.000 organizzazioni, tra cui Lumen Technologies e Schneider Electric, ad

arricchire le interazioni con i clienti usando i dati di Dynamics 365 o Salesforce.

Con il nuovo Copilot per l'assistenza, inoltre, i dipendenti di aziende come Northern Trust possono risolvere le query client più velocemente. Include integrazioni predefinite per app come Salesforce, ServiceNow e Zendesk.

Con i nostri cloud di settore e intersettoriali, stiamo personalizzando le nostre soluzioni per soddisfare le esigenze di ambiti specifici.

Nel settore sanitario, DAX di Copilot viene usato da più di 100 sistemi sanitari, tra cui Lifespan, UNC Health e UPMC, per aumentare la produttività del medico e ridurre il burnout.

E il nostro Cloud for Retail è stato sotto i riflettori presso la National Retail Federation (NRF), con rivenditori, come Canadian Tire Corporation, Leatherman e Ralph Lauren, che hanno illustrato come useranno le nostre soluzioni nel percorso di acquisto per accelerare il time-to-value.

Passiamo ora al futuro del lavoro.

Ci sono sempre più evidenze che rendono chiaro il ruolo dell'IA nel trasformare il lavoro.

La nostra ricerca, così come gli studi esterni, mostrano un miglioramento del 70% della produttività usando l'IA generativa per attività lavorative specifiche. In generale, i primi utenti di Copilot per Microsoft 365 erano più veloci del 29% in una serie di attività come la ricerca, la scrittura e il riepilogo.

Due mesi dopo, abbiamo assistito a un'adozione più rapida delle nostre suite E3 o E5 perché aziende come Dentsu, Honda, Pfizer distribuiscono tutte Copilot ai loro dipendenti.

E stiamo espandendo la disponibilità per le organizzazioni di qualsiasi dimensione.

Stiamo anche vedendo che inizia a emergere un ecosistema Copilot. Gli ISV come Atlassian, Mural e Trello, al pari di clienti come Air India, Bayer e Siemens, hanno creato tutti plug-in per linee di business specifiche che estendono le funzionalità di Copilot.

Per quanto riguarda Teams, abbiamo assistito di nuovo a un uso record perché le organizzazioni hanno riunito collaborazione, chat, riunioni e chiamate su una sola piattaforma.

Teams è anche diventato un nuovo punto di ingresso per noi. Più di due terzi dei clienti aziendali di Teams acquistano Phone, Rooms o Premium.

Tutta questa innovazione sta promuovendo la crescita in Microsoft 365.

Ora abbiamo più di 400 milioni di utenze a pagamento di Office 365.

E organizzazioni come BP, Elanco, ING Bank, Mediaset, WTW hanno scelto tutte E5 in questo trimestre per offrire ai propri dipendenti le nostre migliori app per la produttività, insieme a sicurezza avanzata, conformità, voce e analisi.

Ora passiamo a Windows.

Nel 2024, l'IA diventerà una componente di prima classe di ogni PC.

I PC Windows con unità di elaborazione neurale predefinite sono stati al centro dell'attenzione al CES, sbloccando nuove esperienze di intelligenza artificiale per semplificare e velocizzare le operazioni eseguite sul PC, dalla ricerca di risposte e riepilogo dei messaggi di posta elettronica, all'ottimizzazione delle prestazioni e dell'efficienza della batteria.

Copilot in Windows è già disponibile su più di 75 milioni di PC Windows 10 e Windows 11. E con il nostro nuovo tasto Copilot, il primo cambiamento significativo alla tastiera di Windows in 30 anni, diamo accesso con un solo clic.

Continuiamo anche a trasformare il modo in cui Windows è utilizzato e gestito con Desktop virtuale Azure e Windows 365, introducendo nuove funzioni che rendono più semplice per i dipendenti accedere ai team IT e proteggere i PC cloud.

L'utilizzo di Windows fornito dal cloud è aumentato di oltre il 50% rispetto all'anno precedente.

Inoltre, nel complesso, le distribuzioni commerciali di Windows 11 sono aumentate di 2 volte rispetto all'anno precedente man mano che aziende come HPE e Petrobas hanno implementato il sistema operativo ai dipendenti.

Ora passiamo alla Sicurezza.

Recenti attacchi alla sicurezza, tra cui l'attacco di stato nazionale sui nostri sistemi aziendali segnalato una settimana e mezzo fa, hanno evidenziato la necessità urgente per le organizzazioni di muoversi ancora più velocemente per proteggersi dalle minacce informatiche.

È per questo che lo scorso autunno abbiamo annunciato una serie di priorità di progettazione nell'ambito della Secure Future Initiative, riunendo ogni parte dell'azienda per far progredire la protezione della cybersecurity sia nei nuovi prodotti che nelle infrastrutture legacy.

Ed è per questo che continuiamo a innovare il nostro portfolio di sicurezza, nonché la nostra postura di sicurezza operativa, per aiutare i clienti ad adottare un'architettura di sicurezza Zero Trust.

La nostra piattaforma operativa di sicurezza unificata riunisce SIEM Microsoft Sentinel, XDR Microsoft Defender e Copilot per la sicurezza per aiutare i team a gestire un panorama di sicurezza sempre più complesso.

E con Copilot per la sicurezza, stiamo aiutando centinaia di clienti con accesso prioritario, tra cui Cemex, Dow, LTIMindtree, McAfee e Nucor Steel, ad aumentare significativamente la produttività dei loro team SecOps. Questo trimestre abbiamo esteso Copilot a Entra, Intune e Purview.

Complessivamente, abbiamo più di un milione di clienti, tra cui oltre 700.000 che usano quattro o più dei nostri prodotti di sicurezza, come Arrow Electronics, DXC Technology, Freeport-McMoRan, Insight Enterprises, JB Hunt e The Mosaic Company.

Ora passiamo a LinkedIn.

LinkedIn sta aiutando oltre un miliardo di membri a imparare, vendere e farsi assumere.

Continuiamo a vedere una forte crescita dei membri a livello globale, guidata dalle iscrizioni in mercati chiave come Germania e India.

In un mercato del lavoro in continua evoluzione, i membri rimangono competitivi attraverso la creazione di competenze e la condivisione delle conoscenze. Negli ultimi dodici mesi, i membri hanno aggiunto 680 milioni di competenze ai propri profili, con un aumento dell'80% rispetto all'anno precedente.

Le nuove funzionalità basate sull'intelligenza artificiale stanno completamente trasformando l'esperienza dei membri di LinkedIn, dal modo in cui le persone apprendono nuove competenze a quello in cui cercano lavoro e interagiscono con i post.

Le nuove funzionalità di intelligenza artificiale, tra cui InMail più personalizzate, continuano ad aumentare il ROI aziendale sulla piattaforma, e la nostra attività di assunzione è stata coinvolta per il sesto trimestre consecutivo.

E, più in generale, l'intelligenza artificiale sta trasformando l'esperienza di ricerca e di navigazione.

Siamo incoraggiati da questo slancio. All'inizio di questo mese, abbiamo raggiunto un nuovo traguardo: 5 miliardi di immagini create e 5 miliardi di conversazioni effettuate finora, entrambi raddoppiati rispetto al trimestre precedente. In questo trimestre, sia Bing sia Edge hanno guadagnato quote di mercato.

Abbiamo inoltre introdotto Copilot come destinazione autonoma, accessibile da tutti i browser e dispositivi, oltre a un'app Copilot per iOS e Android.

E, appena due settimane fa, abbiamo presentato Copilot Pro, che offre accesso ai modelli più recenti per risposte più rapide e una creazione di immagini di qualità superiore, oltre all'accesso a Copilot per gli abbonati a Microsoft 365 Personal e Family.

Ora, passiamo al gaming.

In questo trimestre abbiamo stabilito record assoluti di utenti attivi mensili su Xbox, PC e dispositivi mobili, dove ora contiamo oltre 200 milioni di utenti attivi mensili, includendo anche gli utenti di Activision Blizzard King.

Grazie all'acquisizione, abbiamo aggiunto centinaia di milioni di giocatori al nostro ecosistema, avanzando nella nostra ambizione di raggiungere più gamer su più piattaforme.

Con il cloud gaming, continuiamo a innovare, offrendo ai giocatori più modi per vivere i loro titoli preferiti, ovunque, in qualsiasi momento e come preferiscono. Le ore di streaming sono aumentate del 44% su base annua.

Contenuti di alta qualità sono fondamentali per la nostra crescita, e non sono mai stato così entusiasta della line-up dei giochi in arrivo.



All'inizio di questo mese, abbiamo condiviso nuovi ed entusiasmanti titoli first-party in uscita quest'anno su Xbox, PC e Game Pass, incluso Indiana Jones.

Abbiamo inoltre annunciato l'arrivo di aggiornamenti significativi, nel corso di quest'anno, per molte delle nostre serie più longeve, che attirano milioni di giocatori ogni mese, tra cui Call of Duty, Elder Scrolls Online e Starfield. In conclusione, non vediamo l'ora di scoprire come la trasformazione guidata dall'IA porterà benefici a persone e organizzazioni nel 2024. Detto questo, passo la parola ad Amy.

**AMY HOOD:**

Grazie, Satya, e buon pomeriggio a tutti.

In questo trimestre, i ricavi sono stati pari a 62miliardi di dollari, con un aumento del 18% e del 16% a valuta costante. Tenendo conto dell'adeguamento per l'onere del secondo trimestre dell'anno scorso, il reddito operativo è cresciuto del 25% (23% a valuta costante) e l'utile per azione, pari a 2,93 dollari, ha segnato un aumento del 26% (23% a valuta costante).

I risultati hanno superato le aspettative, offrendo un altro trimestre di crescita a doppia cifra sia a livello di fatturato che di utile. L'eccellente esecuzione da parte dei nostri team di vendita e dei partner ha nuovamente

guidato l'incremento delle quote di mercato in molte delle nostre aree di attività, come sottolineato da Satya.

Nel nostro business commerciale, la forte domanda delle soluzioni Microsoft Cloud, inclusi i servizi di AI, ha favorito una crescita superiore alle attese nei contratti Azure di grandi dimensioni e a lungo termine. La solidità della suite Microsoft 365 ha contribuito all'aumento dell'ARPU per la nostra divisione Office commerciale, mentre la crescita di nuovo business per i prodotti venduti singolarmente al di fuori della suite Microsoft 365 ha continuato a mantenersi moderata.

Le prenotazioni commerciali hanno superato le aspettative, registrando un aumento del 17% e del 9% a valuta costante su una base di scadenze ridotta. La solidità dei contratti Azure a lungo termine, di cui sopra, insieme all'eccellente esecuzione delle nostre strategie di vendita basate su canoni annui, inclusi i rinnovi positivi, ha sostenuto i nostri risultati.

La restante obbligazione di prestazione commerciale è aumentata del 17% e del 16% a valuta costante, raggiungendo i 222 miliardi di dollari. Circa il 45% di questo importo sarà registrato a ricavi nei prossimi 12 mesi, con una crescita del 15% rispetto all'anno precedente. La parte restante, riconosciuta oltre i 12 mesi, è aumentata del 19%. In questo trimestre, la nostra quota annua sulle vendite è stata del 96%.

Nel nostro business consumer, i mercati PC e pubblicitario si sono sostanzialmente allineati alle nostre aspettative. I volumi del mercato PC

hanno continuato a stabilizzarsi ai livelli pre-pandemia. Il mercato delle console da gioco è risultato leggermente più contenuto.

Ricordo che il mio commento sul Q2 include l'impatto netto di Activision a partire dalla data dell'acquisizione, compresi gli effetti contabili dell'acquisto, l'integrazione e i costi correlati alla transazione. L'impatto netto include l'adeguamento dovuto al passaggio dei contenuti Activision dalla nostra precedente relazione come partner terzo a una relazione first-party. A livello aziendale, Activision ha contribuito con circa 4 punti di crescita ai ricavi, ha pesato per 2 punti sulla crescita del reddito operativo rettificato e ha avuto un impatto negativo di 5 cent sugli utili per azione. Questo impatto include 1,1 miliardi di dollari per rettifiche contabili da acquisizione, integrazione e costi legati alla transazione, tra cui oneri per riduzioni del personale annunciati la scorsa settimana.

Fx era approssimativamente in linea con le nostre aspettative per ricavi totali della società, ricavi a livello di segmento, COGS e crescita delle spese operative.

I ricavi di Microsoft Cloud sono stati pari a 33,7miliardi di dollari, superiori alle attese e sono cresciuti del 24% e del 22% in valuta costante.

La percentuale del margine lordo di Microsoft Cloud è stata del 72%, relativamente invariata rispetto all'anno precedente. Escludendo l'impatto

della variazione nella stima contabile per vite utili, la percentuale del margine lordo è aumentata approssimativamente di 1 punto determinato dal miglioramento in Azure e Office 365, parzialmente compensato dall'impatto del ridimensionamento della nostra infrastruttura di intelligenza artificiale per soddisfare la crescente domanda.

Il margine lordo dell'azienda è aumentato del 20% e del 18% in valuta costante e la percentuale del margine lordo è aumentata fino al 68% rispetto all'anno precedente. Escludendo l'impatto della variazione nella stima contabile, la percentuale del margine lordo è aumentata approssimativamente di 2 punti anche con l'impatto di 581 milioni di dollari derivanti da rettifiche contabili di acquisto, integrazione e costi correlati alle transazioni dall'acquisizione di Activision. La crescita è stata determinata dal miglioramento dei dispositivi oltre che da quello appena menzionato in Azure e Office 365.

Le spese operative sono aumentate del 3% con 11 punti dall'acquisizione di Activision, parzialmente compensate da 7 punti di impatto favorevole derivante dall'addebito del secondo trimestre dell'anno precedente.

L'impatto di Activision include 550 milioni di dollari derivanti da rettifiche contabili di acquisto, integrazione e costi correlati alle transazioni. A livello di società nel suo complesso, l'organico alla fine di dicembre è stato il 2% inferiore rispetto a un anno fa.

I margini operativi sono aumentati approssimativamente di 5 punti, fino al 44%, rispetto all'anno precedente. Escludendo l'impatto della variazione nella stima contabile, i margini operativi sono aumentati approssimativamente di 6 punti trainati dal margine lordo più alto osservato in precedenza, dall'impatto favorevole dell'addebito del secondo trimestre dell'anno precedente e da un migliore sfruttamento operativo tramite il controllo dei costi disciplinato.

Ora passiamo ai risultati del nostro segmento.

I ricavi dai processi di produttività e lavoro sono stati pari a 19,2miliardi di dollari e sono cresciuti del 13% e del 12% in valuta costante, superiori alle attese, principalmente determinati da risultati migliori del previsto in LinkedIn.

I ricavi commerciali di Office sono cresciuti del 15% e del 13% in valuta costante. I ricavi commerciali di Office 365 sono cresciuti del 17% e del 16% in valuta costante, in linea con le aspettative, trainati da una buona esecuzione dei rinnovi e dalla crescita dell'ARPU derivante dal proseguimento dello slancio di E5. Le utenze commerciali di Office 365 a pagamento sono aumentate del 9% rispetto all'anno precedente fino a oltre 400 milioni con un'espansione della base installata in tutti i segmenti della clientela. La crescita delle utenze è stata nuovamente guidata dalle nostre offerte per piccole e medie imprese e agli operatori in prima linea,

compensata dalle continue tendenze di crescita nel nuovo ramo autonomo osservato in precedenza.

Le licenze commerciali di Office sono diminuite del 17% e del 18% in valuta costante, con un passaggio continuo della clientela alle offerte cloud.

I ricavi degli utenti di Office sono aumentati del 5% e del 4% in valuta costante con un continuo slancio di sottoscrizioni di Microsoft 365, che sono aumentate del 16% per arrivare a 78,4 milioni.

I ricavi di LinkedIn sono aumentati del 9% e dell'8% in valuta costante, al di sopra delle attese, trainati da prestazioni leggermente migliori rispetto alle aspettative in tutte le aziende. Nella nostra unità Talent Solutions, la crescita delle prenotazioni è stata nuovamente influenzata da un minor numero di assunzioni nelle aree verticali strategiche.

I ricavi di Dynamics sono cresciuti del 21% e del 19% in valuta costante trainati da Dynamics 365, che è cresciuto del 27% e del 24% in valuta costante con una continua crescita in tutti i carichi di lavoro. La crescita delle prenotazioni è stata influenzata da nuove attività più deboli, principalmente nei carichi di lavoro ERP e CRM di Dynamics 365.

Il margine lordo del segmento è aumentato del 14% e del 12% in valuta costante e la percentuale del margine lordo è aumentata leggermente rispetto all'anno precedente. Escludendo l'impatto della variazione nella stima contabile, la percentuale del margine lordo è aumentata

approssimativamente di 1 punto principalmente determinato dal miglioramento in Office 365.

Le spese operative sono diminuite del 5% e del 6% in valuta costante, con 5 punti di impatto favorevole rispetto all'addebito del secondo trimestre dell'anno precedente. Il ricavo operativo è aumentato del 26% e del 24% in valuta costante.

Poi, il segmento Intelligent Cloud. I ricavi sono stati di 25,9 miliardi di dollari, aumentando del 20% e 19% in valuta costante, al di sopra delle attese, con risultati migliori del previsto in tutte le aziende.

Complessivamente, i prodotti server e i ricavi dei servizi cloud sono cresciuti del 22% e del 20% in valuta costante. I ricavi di Azure e di altri servizi cloud sono cresciuti del 30% e del 28% in valuta costante, inclusi 6 punti di crescita dei servizi di intelligenza artificiale. Sia l'intelligenza artificiale sia i servizi di Azure non IA hanno trainato prestazioni superiori.

Nel nostro settore per singolo utente, la base installata di mobilità aziendale e sicurezza è cresciuta dell'11% sino a oltre 268 milioni di utenze con un impatto continuo dovuto alle tendenze di crescita nelle nuove attività stand-alone osservate in precedenza.

Nel nostro settore di server locale, i ricavi sono aumentati del 3% e del 2% in valuta costante, al di sopra delle attese, trainati principalmente dalla

domanda che si è rivelata migliore del previsto relativa alla fine del supporto di Windows Server 2012.

I ricavi dei servizi aziendali e partner sono aumentati dell'1% e sono rimasti relativamente invariati in valuta costante, con prestazioni migliori rispetto alle attese nei Servizi di supporto aziendali e nelle soluzioni di settore.

Il margine lordo del segmento è aumentato del 20% e del 18% in valuta costante e la percentuale del margine lordo è rimasta relativamente invariata. Escludendo l'impatto della variazione nella stima contabile, la percentuale del margine lordo è aumentata approssimativamente di 1 punto trainata dal miglioramento di Azure osservato in precedenza, parzialmente compensato dall'impatto del ridimensionamento dell'infrastruttura di intelligenza artificiale per soddisfare la crescente domanda. Le spese operative sono diminuite dell'8% e del 9% in valuta costante, con 9 punti di impatto favorevole rispetto all'addebito del secondo trimestre dell'anno precedente. Il ricavo operativo è cresciuto del 40% e del 37% in valuta costante.

Ora passiamo a More Personal Computing. I ricavi sono stati di 16,9 miliardi di dollari, aumentando del 19% e del 18% in valuta costante, in linea con le aspettative complessive. La crescita includeva 15 punti di impatto netto dall'acquisizione di Activision.



I ricavi OEM di Windows sono aumentati dell'11% rispetto all'anno precedente, al di sopra delle attese, trainati da prestazioni leggermente migliori nei mercati consumer a maggiore monetizzazione.

I prodotti commerciali Windows e i ricavi dei servizi cloud sono aumentati del 9% e del 7% in valuta costante, al di sotto delle aspettative principalmente a causa di un riconoscimento ricavi inferiore nel periodo derivante dalla combinazione di contratti. La crescita delle fatturazioni delle annualità rimane integra.

I ricavi dei dispositivi sono diminuiti del 9% e del 10% in valuta costante, al di sopra delle attese, a causa di un'esecuzione più forte nel segmento commerciale.

Gli introiti pubblicitari di ricerca e notizie ex-TAC sono cresciuti dell'8% e del 7% in valuta costante, relativamente in linea con le aspettative, trainati da un maggiore volume di ricerca compensato dall'impatto negativo di una partnership di terze parti.

E nei Giochi, i ricavi sono aumentati del 49% e del 48% in valuta costante, con 44 punti di impatto netto dall'acquisizione di Activision. Il fatturato totale dei giochi era in linea con le aspettative, in quanto le prestazioni di Activision più forti del previsto sono state compensate dal mercato delle console più debole del previsto osservato in precedenza. I ricavi da contenuti e servizi Xbox sono aumentati del 61% e del 60% in valuta

costante, determinati da 55 punti di impatto netto dall'acquisizione di Activision. I ricavi hardware di Xbox sono cresciuti del 3% e dell'1% in valuta costante.

Il margine lordo del settore in dollari è aumentato del 34% e del 32% in valuta costante, con 17 punti di impatto netto dall'acquisizione di Activision. La percentuale del margine lordo è aumentata approssimativamente di 6 punti rispetto all'anno in base al margine lordo dei dispositivi e alla combinazione di vendite più elevata per le aziende con margini più elevati. Le spese operative sono aumentate del 38%, con 48 punti dall'acquisizione di Activision, parzialmente compensate da 6 punti di impatto favorevole rispetto all'addebito del secondo trimestre dell'anno precedente. Il reddito operativo è aumentato del 29% e del 26% in valuta costante.

Tornare ora ai risultati totali dell'azienda.

Le spese in conto capitale, incluse le locazioni finanziarie, sono state pari a 11,5 miliardi di dollari, inferiori a quanto previsto a causa del recapito di un contratto di capacità di terze parti che è passato dal T2 al T3. I contanti pagati per P, P ed E sono stati pari a 9,7 miliardi di dollari. Questi investimenti nel data center supportano la domanda del cloud, comprese le esigenze per ridimensionare l'infrastruttura di intelligenza artificiale.

Il flusso di cassa delle operazioni è stato di 18,9 miliardi di dollari, con un aumento del 69% determinato da solide fatture e incassi del settore cloud rispetto a un anno precedente comparabile che aveva risentito di un minore reddito operativo. Il flusso di cassa libero è stato di 9,1 miliardi di dollari, con un aumento dell'86% rispetto all'anno precedente, che riflette la tempistica dei pagamenti in contanti per proprietà e attrezzature.

Questo trimestre, gli altri proventi e oneri sono stati in linea con le aspettative, con un valore negativo di 506 milioni di dollari determinato dagli interessi passivi e dalle perdite nette sugli investimenti, parzialmente compensati dagli interessi attivi.

L'aliquota fiscale effettiva è stata di circa il 18%.

Infine, sono stati restituiti 8,4 miliardi di dollari agli azionisti attraverso dividendi e riacquisti di azioni.

Passiamo ora alle nostre prospettive per il terzo trimestre, che, se non diversamente specificato, sono in dollari US.

Prima, FX. Sulla base dei tassi attuali, si prevede che FX aumenti i ricavi totali e la crescita dei ricavi a livello di segmento inferiore a un punto, mentre non si prevede alcun impatto sulla crescita del COGS e delle spese operative.

Per quanto riguarda le prenotazioni commerciali, la solida esecuzione dei principali movimenti di vendita di rendite, compresi i buoni rinnovi, insieme agli impegni di Azure a lungo termine, dovrebbe favorire una crescita sana su una base di scadenze in crescita.

La percentuale di margine lordo di Microsoft Cloud dovrebbe diminuire approssimativamente di un punto nell'anno. Escludendo l'impatto della variazione della stima della contabilità, la percentuale del margine lordo del cloud nel terzo trimestre sarà relativamente piatta in quanto il miglioramento in Office 365 e Azure sarà compensato dal passaggio della combinazione di vendite ad Azure e dall'impatto della scalabilità della nostra infrastruttura di intelligenza artificiale per soddisfare la crescente domanda.

È previsto un aumento sostanziale delle spese in conto capitale su base sequenziale, dovuto agli investimenti nella nostra infrastruttura cloud e IA e allo slittamento di una data di consegna dal secondo al terzo trimestre da parte di un fornitore terzo, già segnalato in precedenza. Come promemoria, può verificarsi una normale variabilità di spesa trimestrale nella tempistica della compilazione dell'infrastruttura cloud.

Accanto alle linee guida per i segmenti.

Nei processi di produttività e business, sono previsti ricavi da 19,3 a 19,6 miliardi di dollari, ovvero una crescita compresa tra il 10% e il 12%.

Per quanto riguarda Office commerciale, la crescita dei ricavi sarà ancora una volta trainata da Office 365, con una crescita dei posti in tutti i segmenti di clientela e una crescita dell'ARPU fino all'E5. Si prevede che la crescita dei ricavi di Office 365 sia approssimativamente del 15% in valuta costante. Anche se sono i primi giorni per Microsoft 365 Copilot, siamo entusiasti dell'adozione che abbiamo osservato finora e continuiamo ad aspettarci che i ricavi aumentino nel tempo. Nell'azienda locale si prevede un calo dei ricavi a doppia cifra.

Per quanto riguarda Office per il mercato consumer, si prevede una crescita dei ricavi a due cifre, trainata dagli abbonamenti a Microsoft 365.

Per LinkedIn, ci si aspetta una crescita dei ricavi nella media e nell'alta cifra determinata dalla continua crescita in tutti i settori.

Per quanto riguarda Dynamics, si prevede una crescita del fatturato, trainata da Dynamics 365.

Per Intelligent Cloud ci aspettiamo ricavi da 26 a 26,3 miliardi di dollari o una crescita tra il 18% e il 19%.

I ricavi continueranno a essere guidati da Azure, che, ricordiamolo, possono avere variabilità trimestrale derivante principalmente dal nostro settore per utente e dal riconoscimento dei ricavi in un determinato periodo, a seconda della combinazione di contratti.

In Azure ci aspettiamo che la crescita dei ricavi in valuta costante del terzo trimestre rimanga stabile rispetto al risultato del secondo trimestre, che è stato migliore del previsto. La crescita sarà determinata dal nostro settore basato sul consumo di Azure con un forte contributo dell'IA. Il nostro settore per utente dovrebbe trarre vantaggio dall'impulso della suite Microsoft 365, anche se ci aspettiamo un contenimento continuo nei tassi di crescita degli abbonamenti, date le dimensioni della base installata.

Nel settore server locale si prevede una crescita dei ricavi di qualche decina di punti percentuali con una domanda ibrida continua, incluse le licenze in esecuzione in ambienti multi-cloud.

Nei servizi Enterprise e partner, i ricavi dovrebbero diminuire di circa il 10% rispetto all'elevate prestazioni dell'anno precedente analogo per i Servizi di supporto tecnico Enterprise.

In More Personal Computing, ci aspettiamo ricavi da 14,7 a 15,1 miliardi di dollari o una crescita tra l'11% e il 14%.

La crescita dei ricavi per Windows OEM dovrebbe risultare relativamente piatta perché i volumi delle unità di mercato dei PC continuano a livelli pre-pandemia.

Nei prodotti commerciali Windows e nei servizi cloud, la domanda dei clienti per Microsoft 365 e le nostre soluzioni di sicurezza avanzate dovrebbero favorire la crescita dei ricavi tra il 15 e il 19%. Da ricordare che la crescita dei ricavi trimestrale può avere variabilità principalmente dal riconoscimento dei ricavi in un determinato periodo, a seconda della combinazione di contratti.

Per quanto riguarda i Dispositivi, i ricavi dovrebbero diminuire nell'ordine del 10-30% continuando a porre maggiore attenzione sui nostri prodotti premium con margini più elevati.

La crescita dei ricavi ex-TAC di Search and news advertising dovrebbe posizionarsi tra cifre singole medie e alte, circa 8 punti superiori rispetto al fatturato complessivo degli introiti pubblicitari di Ricerca e notizie, determinata dagli elevati volumi costanti.

Nel settore gaming, prevediamo una crescita dei ricavi intorno al 40% inferiore, che include un impatto netto di circa 45 punti percentuali dovuto all'acquisizione di Activision. Prevediamo che i ricavi dei contenuti e servizi Xbox aumenteranno di circa il 50% o poco più, trainati da un impatto netto

di circa 50 punti legato all'acquisizione di Activision. I ricavi da hardware subiranno un calo rispetto all'anno precedente.

Passiamo alle previsioni a livello aziendale.

Prevediamo costi delle merci vendute (COGS) compresi tra 18,6 e 18,8 miliardi di dollari, inclusi circa 700 milioni di dollari di ammortamento di attività immateriali acquisite nell'ambito dell'operazione con Activision.

Ci aspettiamo spese operative da 15,8 a 15,9 miliardi di dollari, tra cui circa 300 milioni di dollari dai costi di contabilità di acquisto, integrazione e transazioni correlati all'acquisizione di Activision.

Altri ricavi e spese dovrebbero essere più o meno negativi di 600 milioni di dollari perché il ricavo degli interessi sarà più che compensato dalle spese di interesse e da altre perdite. Come promemoria, dobbiamo riconoscere guadagni o perdite sui nostri investimenti di capitale netto, che possono aumentare la volatilità trimestrale.

Ci aspettiamo che il tasso d'imposta effettivo del terzo trimestre sia in linea con il tasso dell'anno intero, che ora ci aspettiamo intorno al 18%.

Ora alcuni pensieri aggiuntivi sull'intero anno fiscale.

Prima, FX. Supponendo che i tassi correnti rimangano stabili, ora ci aspettiamo che FX aumenti il quarto trimestre e la crescita dei ricavi



dell'intero anno di meno di un punto. Continuiamo a aspettarci un impatto significativo sul COGS dell'intero anno o sulla crescita delle spese operative. Poi, Activision. Per l'intero anno FY24, ci aspettiamo che Activision avrà un esito accrescitivo per i ricavi operativi quando si escludono i costi relativi all'acquisto, all'integrazione e alle transazioni.

A livello complessivo di azienda, abbiamo prodotto risultati forti in H1 e la domanda per Microsoft Cloud continua a favorire la crescita delle prospettive per H2. Il nostro impegno a ridimensionare gli investimenti nel cloud e nell'intelligenza artificiale è guidato dalla domanda dei clienti e dalla sostanziale opportunità di mercato. Man mano che ridimensioniamo questi investimenti, restiamo concentrati sul promuovere l'efficienza a ogni livello del nostro stack tecnologico e sulla gestione dei costi disciplinata in ogni team.

Pertanto, ci aspettiamo che i margini operativi di tutto l'anno siano fino a 1-2 punti rispetto all'anno precedente, anche se gli investimenti in capitale di IA promuovono la crescita di COGS. L'espansione del margine operativo include l'impatto dell'acquisizione di Activision e del calo dovuto al cambio delle vite utili dell'anno scorso.

In chiusura, ci concentriamo sull'esecuzione, in modo che i nostri clienti possano realizzare i vantaggi dei vantaggi della produttività dell'IA mentre

investiamo per guidare questa ondata di piattaforme di intelligenza artificiale.

Con questo, passiamo alle domande e risposte, Brett.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Amy. Per rispetto verso gli altri partecipanti alla chiamata, chiediamo a ognuno di fare solo una domanda. Joe, puoi ripetere le istruzioni?

(Indicazione dell'operatore.)

**MARK MOERDLER, Bernstein Research:** grazie mille. Congratulazioni per il forte trimestre, e grazie per avermi lasciato fare la domanda.

Amy, hai detto che Azure è stabile e hai definito la crescita di Azure, stabilità. Tuttavia, se scaviamo un po', si nota che Azure per l'intelligenza artificiale continua a diventare una parte più ampia dei ricavi. Capisco che è difficile separare quelli che sono direttamente i ricavi dall'IA da quelli che sono gli altri ricavi PaaS IaaS, che sfruttano o dipendono dall'IA.

Puoi rispondere a due domande correlate? L'ottimizzazione si sta stabilizzando e a un certo punto dovrebbe far parte del flusso di ricavi. Come dovremmo pensare a ciò che accade in quel momento. Il consumo di

IA non diretta è in calo o si assiste a una ripresa con il proseguimento del passaggio al cloud e la crescita dell'esigenza di inferenza dei dati?

Seconda parte: Per quanto riguarda l'IA, a che punto siamo con il passaggio dalla formazione che guida la maggior parte dell'uso di Azure per l'intelligenza artificiale all'inferenza? Quando pensi che inizieremo a vedere la ripresa dell'inferenza non Microsoft? Quando pensi che potremmo raggiungere il punto in cui l'inferenza è la parte più importante del driver? Thank you.

**SATYA NADELLA:** Vuoi che inizi io?

**AMY HOOD:** Perché non inizi tu e poi io mi occupo della parte più tecnica?

**SATYA NADELLA:** Sì, proprio per quanto riguarda l'inferenza e la formazione, quello che si vede, per la maggior parte, è tutta inferenza. Nessuna delle attività di formazione dei modelli di grandi dimensioni è presente in nessuno dei nostri numeri. La formazione di piccoli batch di bot, quindi qualcuno che fa la messa a punto o altro, ci sarà, ma è una parte minore. La maggior parte di ciò che si vede nel numero di Azure è sostanzialmente inferenza.

E Mark, penso che possa essere utile pensare a quale sia il nuovo carico di lavoro nell'IA. Il nuovo carico di lavoro nell'IA, ovviamente nel nostro caso,

inizia con uno dei modelli di frontiera, Azure OpenAI. Ma non si tratta solo di un solo modello. Giusto?

Prima di tutto, si prende questo modello. Si fa RLHF. Si può fare un po' di ottimizzazione. Si fa del recupero, il che significa che si sta colpendo un contatore di memoria o dei contatori di calcolo. Inoltre, è possibile distillare un modello di grandi dimensioni in un modello di piccole dimensioni, e questa sarebbe una formazione, forse, ma si tratta di una formazione in piccoli batch che utilizza essenzialmente un'infrastruttura di inferenza. Penso che sia quello che sta succedendo.

Si potrebbe persino dire che questi carichi di lavoro di IA avranno un ciclo di vita, cioè verranno costruiti e saranno continuamente ottimizzati nel tempo. Questo è un aspetto, in un certo senso.

E, se ho capito bene la tua domanda, penso che quello che sta accadendo con l'ottimizzazione tradizionale, e credo che lo scorso trimestre abbiamo detto: "Continueremo ad avere questi cicli in cui le persone costruiranno nuovi carichi di lavoro, ottimizzeranno i carichi di lavoro e poi inizieranno nuovi carichi di lavoro". Penso che questo sia quello che continuiamo a vedere.

Ma quel periodo di massiccia, chiamiamola così, ottimizzazione e nessuno avvio di nuovi carichi di lavoro, credo che a questo punto sia terminato.

Quello che si sta vedendo è molto più di quei cicli continui da parte dei clienti, sia per quanto riguarda l'intelligenza artificiale sia per quanto riguarda i carichi di lavoro tradizionali.

**AMY HOOD:** E forse aggiungerò solo alcune cose. Credo che, sia che si utilizzi la parola "lappatura" di questi elementi di confronto di ottimizzazione, sia che si utilizzi la parola "alleggerimento degli elementi di confronto", sia la stessa cosa. Che stiamo arrivando a quel punto in H2, è assolutamente vero. Vorremmo parlare del contributo dell'IA, in particolare per le ragioni di cui ha parlato Satya.

Stiamo iniziando a vedere l'applicazione dell'IA su larga scala e vogliamo poter mostrare alle persone come sarà. Si tratta di carichi di lavoro di inferenza. Dove le persone si aspettano aumenti di produttività, altri benefici che fanno crescere il fatturato. Quindi, penso che siano entrambi collegati.

E alla fine, il TAM che cerchiamo di ottenere è meglio pensato per entrambi, sia per il carico di lavoro dell'IA che, credo, tra virgolette, per il carico di lavoro non IA, anche se, come ha detto Satya, è necessario tutto questo.

**MARK MOERDLER:** Perfetto. Grazie mille per la risposta dettagliata.

**BRETT IVERSEN:** Grazie, Mark. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**BRENT THILL, Jeffries:** Buon pomeriggio. Amy, il miglioramento dei margini è piuttosto scioccante per molti, considerando gli investimenti che tu e Satya state facendo nell'IA. Vorrei che mi spiegassi come è possibile, cosa stai vedendo finora e alcuni dei costi che stai cercando di gestire man mano che aumenti l'IA.

**AMY HOOD:** grazie, Brent. Prima di tutto, grazie per la domanda. I team hanno ovviamente lavorato sodo su questo argomento. Segnaliamo che nel Q2, a causa dell'impatto dell'addebito di un anno fa, si sta assistendo a un miglioramento dei margini maggiore di quello che direi essere una sorta di miglioramento dei margini di esercizio. Permettetemi di dire innanzitutto questo.

In secondo luogo, anche il miglioramento del margine assoluto è stato molto buono. E parla, credo, di una delle cose di cui ha parlato Satya e che io ho ribadito un po', cioè che vogliamo assicurarci, quando facciamo investimenti, che siano coerenti in tutto lo stack tecnologico.

Lo stack tecnologico che stiamo costruendo, indipendentemente dal team in cui si trova, comprende l'abilitazione dell'intelligenza artificiale. Quindi, consideralo una sorta di costruzione di quella coerenza senza dover

aggiungere molte risorse per farlo. È stata una vera e propria svolta per la nostra intera infrastruttura di investimento impegnarsi su questo lavoro. E credo che questo sia importante, perché significa che si sta passando a una posizione AI-first, non solo nel linguaggio che usiamo, ma anche in quello su cui le persone lavorano giorno per giorno. Ciò ovviamente crea un'opportunità di leva.

Inoltre, molti team hanno svolto un ottimo lavoro per migliorare il margine lordo dei prodotti. Ne abbiamo parlato con Office 365. Ne abbiamo parlato in Azure Core. Ne abbiamo parlato anche per il nostro portfolio di dispositivi, dove abbiamo registrato miglioramenti sostanziali nel corso dell'anno.

Quindi, se si considerano i miglioramenti a livello di margine lordo e la coerenza nel riorientare la forza lavoro verso le attività AI-first che stiamo svolgendo senza aggiungere un numero significativo di persone, si ottiene questo tipo di leva. E dobbiamo ancora investire. Quindi, la cosa importante è investire in ciò che darà forma al prossimo decennio e continuare a rimanere concentrati sulla capacità di mantenere gli impegni quotidiani.

E quindi, è un'ottima domanda, e speriamo che questo aiuti a mettere insieme alcuni dei componenti.

**BRENT THILL:** grazie, Amy.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Brent. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**KASH RANGAN, Goldman Sachs:** Salve, grazie mille. Trimestre superbo, ottimi miglioramenti. Solo una domanda per te, Satya.

Il cloud computing ha cambiato lo stack tecnologico in modi che non potevamo immaginare 10 anni fa, la natura del livello del database o del sistema operativo. Ogni livello è cambiato drasticamente. Come prevedi che l'IA generativa cambierà lo stack tecnologico così come lo conosciamo? Grazie mille.

**SATYA NADELLA:** sì, penso che avrà un impatto veramente molto fondamentale. In effetti, si potrebbe dire che è la stessa architettura di calcolo a cambiare. Tutto, dalla potenza, alla densità di potenza, al design del datacenter, a quello che una volta era l'acceleratore, ora è una sorta di CPU principale, per così dire, o l'unità di calcolo principale. E così, penso – e la rete, l'architettura della memoria, tutto questo. Quindi, l'architettura del computer di base cambia. Penso che ogni carico di lavoro cambi.

E quindi, sì, prendi il nostro livello di dati. La cosa più entusiasmante per me nell'ultimo anno è stata vedere come il nostro livello di dati si è evoluto per



essere costruito per l'IA, giusto? Se pensi a Fabric, uno dei suoi geni è quello di poter dire: separiamo l'archiviazione dal livello di calcolo. Nel calcolo, avremo il tradizionale SQL. Avremo Spark. Inoltre, è possibile avere un lavoro Azure per l'intelligenza artificiale in cima allo stesso data lake, per così dire, o al modello "lake house". E poi il modello di business, che può combinare tutti questi diversi calcoli.

Questo è il tipo di architettura di calcolo. Questo è solo un esempio. Gli strumenti stanno cambiando. Office, cioè se si pensa a cosa, se si prende in considerazione Copilot, all'estensibilità di Copilot con GPT, alle applicazioni Copilot attraverso lo stack Copilot, questa è un'altra parte di ciò che sta accadendo allo stack tecnologico.

Sì, insomma, si costruisce sicuramente. Credo che essere nel cloud sia stato molto utile per creare l'intelligenza artificiale, ma ora l'intelligenza artificiale sta ridefinendo il significato di cloud, sia a livello di infrastruttura sia di modello di app.

**KASH RANGAN:** fantastico. Grazie mille.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Kash. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**KARL KEIRSTEAD, UBS:** grazie. Volevo tornare all'IA. La crescita di sei punti dell'AI in Azure è semplicemente straordinaria. Ma volevo chiedere quali sono i progressi nell'allestimento dell'infrastruttura per soddisfare la domanda, se si ritiene che la GPU di Microsoft sia limitata, se il successo avuto nel superare alcuni degli ostacoli del ridimensionamento di cui hanno parlato un po' altri fornitori di infrastrutture cloud, forse sul fronte del ridimensionamento dell'infrastruttura, potrebbe essere interessante. Thank you.

**AMY HOOD:** grazie, Karl. Forse inizierò e Satya, sentiti libero di aggiungere.

Karl, penso che sia possibile basarci sulle conoscenze acquisite in termini di aggiunta di capacità. Si è visualizzata per la prima volta l'accelerazione delle spese in conto capitale a partire da quasi un anno fa, e si è visto ridimensionarle attraverso questo processo. Come abbiamo già detto, la spesa è destinata a server e anche a nuovi data center per soddisfare la domanda, che a nostro avviso è in continua evoluzione.

E così, mi sento come i team che hanno realizzato un ottimo lavoro. In primo luogo mi sembra che questo sia stato creato da noi, ovviamente, ma ci siamo anche avvalsi delle capacità di terze parti per assisterci, quando potevamo farlo, nel soddisfare la domanda dei clienti. E tendo a pensare, in prospettiva, che vedrete, e io lo avevo previsto, un'accelerazione delle spese

in conto capitale per continuare ad aggiungere capacità nei prossimi trimestri, dato ciò che vediamo in termini di pipeline.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Karl. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**BRAD ZELNICK, Deutsche Bank:** Ottimo. Grazie mille per aver risposto alla domanda. I primi commenti sul mercato che stiamo ascoltando su Microsoft 365 Copilot sono molto importanti. È possibile fornire maggiore granularità su ciò che si sta vedendo in termini di tendenze di adozione rispetto forse ad altre presentazioni di nuovi prodotti in passato? Che cosa, se presente, lo sta trattenendo, e quanto è prioritario farlo arrivare nelle mani dei clienti? A quali lunghezze potresti spingerti, per incentivarne l'uscita sul mercato? Thank you.

**SATYA NADELLA:** No, grazie per la domanda, Brad. E dunque, alcune cose.

Nei miei commenti, ho affermato, almeno in relazione alle nostre suite precedenti, come E3 o E5, o qualsiasi altra, dopo due mesi, è sicuramente molto più veloce. Quindi, da quel punto di vista, è emozionante vedere, direi, il segnale della domanda e di distribuzione. Stavo guardando anche l'utilizzo da parte del tenant, è più veloce di qualsiasi altra cosa, perché è più facile, d'accordo? Voglio dire, in un certo senso comparare nelle app, ci si

fa clic sopra come su qualsiasi altro elemento della barra multifunzione e diventa un'abitudine quotidiana.

In effetti, mi ricorda in parte i tempi in cui si adottava il PC, vero? Penso che all'inizio l'accesso sia limitato a poche persone. Diverse aziende stanno eseguendo rilasci standard, d'accordo? Proprio come i PC sono diventati un rilascio standard, a un certo punto dopo essere stati adottati dagli early adopter, credo che questo sia il ciclo che, almeno, ci aspettiamo.

Per quello a cui stiamo assistendo, è davvero interessante. Guardando ai dati che abbiamo, facciamo un riepilogo, vero? Questo è l'aspetto principale. Eseguo un riepilogo delle riunioni di Teams, all'interno di Teams, durante la riunione, dopo la riunione, lo eseguo sui documenti di Word. Ricevo un messaggio di posta elettronica, eseguo un riepilogo. Il riepilogo è diventato una cosa importante.

Bozze, crei bozze di posta elettronica, bozze di documenti. Ogni volta che si decide di iniziare qualcosa, l'idea della pagina bianca svanisce e si comincia con una richiesta iniziale e una bozza.

La chat, a mio avviso, la funzione più significativa è che ora il principale database dell'azienda, che rappresenta il centro dei documenti e delle comunicazioni, può essere sottoposto a query in modo avanzato usando il linguaggio naturale, giusto? Posso chiedere quali sono tutti gli aspetti che

Amy mi ha indicato di monitorare nel prossimo trimestre, ottenendo così un risultato estremamente dettagliato.

In questo modo, è possibile usare funzionalità come chat, riepilogo, bozza e, tra l'altro, anche azioni pratiche. Tra le più comuni troviamo: completare un documento Word, completare o persino creare una presentazione PowerPoint. Questi sono gli aspetti che stanno iniziando a emergere.

Ho la sensazione che tutto questo stia prendendo forma, ma fondamentalmente, se ci ricordiamo il ciclo di adozione del PC, quello che accade è che il lavoro, i prodotti del lavoro e i relativi flussi si trasformano, giusto? Potete immaginare com'era fare previsioni prima di Excel e dell'e-mail, e com'è stato dopo. Allo stesso modo, vedrete cambiare il lavoro e i processi quando le persone riusciranno a riassumere più rapidamente, a preparare più velocemente documenti normativi e a usare la chat per acquisire conoscenze dall'azienda.

Quindi, queste sono le tendenze generali che stiamo osservando.

**AMY HOOD:** e magari vorrei aggiungere due punti. Una delle cose entusiasmanti è che, come ha detto Satya, per alcune aziende sarà una dotazione standard, proprio come un PC. Per altre, potrebbe essere più strategico iniziare con un gruppo limitato, osservare i guadagni in termini di produttività e poi espandersi. Quindi, la possibilità di allentare alcuni dei

requisiti di licenza che avevamo introdotto a inizio mese permetterà davvero ai clienti di adottare anche questo approccio.

E un altro aspetto che vorrei sottolineare: nel software aziendale il processo tipico è questo: prima si vende il prodotto, poi si attende il momento della distribuzione. E solo dopo la distribuzione ci si concentra sull'effettivo utilizzo. In particolare, quello che abbiamo osservato con Copilot, e che era in qualche modo prevedibile, è che anche nelle fasi iniziali la distribuzione avviene molto rapidamente. Ma la vera novità è il crescente coinvolgimento. Riprendendo il punto di Satya, man mano che si imparano nuovi modi di lavorare e si modifica il proprio comportamento, il coinvolgimento aumenta nel tempo.

Quindi, credo sia importante evidenziare questo aspetto perché rappresenta una dinamica essenziale quando pensiamo all'ottimismo che traspare dalle nostre parole.

**BRAD ZELNICK:** eccellente. Grazie mille.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Brad. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**MARK MURPHY, JP Morgan:** grazie mille. È possibile approfondire meglio il "vantaggio di sei punti" sui servizi di IA? Lo chiedo per comprendere quali

fattori hanno contribuito a quei tre punti incrementali. Ad esempio, è stato l'impiego dei modelli OpenAI, GitHub Copilot, altri Copilot, il servizio Azure OpenAI o i modelli LLM di terze parti su Azure? Mi chiedo semplicemente dove abbiate notato l'incremento più significativo in questa attività.

**AMY HOOD:** Mark, senza soffermarci su troppi dettagli, è più semplice considerarlo come l'adozione da parte delle persone per eseguire inferenze tramite API, in generale. Voglio dire, è il modo più semplice di pensarci. Abbiamo anche registrato una crescita in GitHub Copilot, di cui ha parlato Satya, e un numero sempre maggiore di terze parti che lo usano in modi più limitati per il training. Ma in questo momento si tratta principalmente di un carico di lavoro di inferenza, se pensiamo a cosa sta alimentando quei numeri e al modo più semplice per interpretarli.

**SATYA NADELLA:** Azure OpenAI e poi OpenAI, tramite API su Azure, sarebbero dunque i principali fattori trainanti. Ma esiste anche un notevole uso di formazione su piccola scala, che si tratti di RLHF o di ottimizzazione, e ci sono già molte persone che iniziano a usare i modelli come servizio, insieme a tutti gli altri nuovi modelli. Ma oggi è prevalentemente Azure OpenAI.

**MARK MURPHY:** Grazie.

**BRETT IVERSEN:** Grazie, Mark. Joe, prossima domanda per favore.

(Indicazione dell'operatore.)

**BRAD REBACK, Stifel:** Perfetto, grazie mille. Amy, per molti, moltissimi anni nel segmento commerciale di Office 365, l'aumento del numero di postazioni ha superato di gran lunga la crescita dell'RPU. Negli ultimi due trimestri, invece, stiamo notando un certo allineamento, ed è chiaro che ciò avviene ora che il numero di postazioni è davvero molto elevato. In prospettiva, pensi che rimarranno in equilibrio per un certo periodo, oppure dovremmo aspettarci che, a breve, l'RPU torni a superare l'aumento del numero di postazioni? Grazie.

**AMY HOOD:** Ottima domanda, Brad. Lasciatemi scomporre questi elementi, per poi tornare a valutare se dovrebbero riequilibrarsi oppure proseguire, per quanto sorprenda, su traiettorie in parte indipendenti. Ora vi spiego perché lo dico.

La crescita del numero di postazioni, attualmente, deriva principalmente dalle piccole e medie imprese, e soprattutto dagli scenari con lavoratori in prima linea. Come avete sottolineato, talvolta queste postazioni presentano un RPU (ricavo per utente) più basso, ma restano comunque nuovi utenti. Questo si riflette nel conteggio complessivo delle postazioni. Con il tempo, come abbiamo visto, questa crescita è leggermente diminuita di trimestre in trimestre, e abbiamo previsto che la stessa dinamica si ripeta nel prossimo trimestre.



Un aspetto del tutto diverso riguarda la capacità di aumentare l'RPU. Tradizionalmente, e anche in questo trimestre, l'incremento di RPU è arrivato prima da E3, poi da E5. Continuiamo a vedere un forte slancio dell'offerta suite e, come avete sentito, ottimi rinnovi. Tutto ciò, in un certo senso, è indipendente dalla crescita delle postazioni.

Un altro punto, di cui abbiamo parlato poco fa, forse nella domanda di Brad, è che le entrate di Copilot andranno a confluire in RPU, giusto? Non comporteranno un aumento del numero di postazioni. Le transizioni da E3 a E5 e l'adozione di Copilot si rifletteranno su RPU nel tempo.

Parallelamente, l'aumento delle postazioni continuerà a provenire soprattutto da piccole imprese, lavoratori in prima linea e forse nuovi settori industriali.

In genere, Brad, non considero questi fenomeni come linee correlate. Credeteci o no, li vedo come dinamiche uniche e indipendenti. C'è ancora spazio per aumentare il numero di postazioni e, con le leve di cui abbiamo parlato, c'è anche spazio per incrementare RPU.

**BRAD REBACK:** è fantastico. Grazie mille.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Brad. Joe, abbiamo tempo per un'ultima domanda.  
(Indicazione dell'operatore.)

**TYLER RADKE, Citi:** grazie per aver risposto alla domanda. Satya, il tuo entusiasmo per GitHub Copilot è stato evidente sia durante la conferenza, sia all'AI Summit di New York la settimana scorsa. Mi chiedo come stai pensando alla definizione dei prezzi. È chiaro che lo strumento stia offrendo risultati straordinari in termini di aumento della produttività per gli sviluppatori, ma come pensi di poter incrementare nel tempo l'RPV di GitHub Copilot? Potresti anche parlarci di come immagini la prossima fase delle nuove release?

**SATYA NADELLA:** sì. Io torno spesso alla mia convinzione che questa generazione di IA sarà diversa. È iniziato tutto con il passaggio da GPT-2.5 a GPT-3, ed è stato poi applicato allo scenario degli sviluppatori con GitHub Copilot. Quindi sì, credo che proprio in quest'ambito l'impatto economico e i benefici in termini di produttività siano più avanzati e tangibili.

Lo si vede chiaramente. Lo vediamo all'interno di Microsoft. E lo vediamo nei casi studio che pubblichiamo. Lo vedono tutti coloro con cui ho parlato. È l'unico ambito in cui sta diventando una "dotazione standard" per qualunque sviluppatore. È come togliere il correttore ortografico da Word: non potrei più lavorare senza. Allo stesso modo, penso che GitHub Copilot diventerà fondamentale per chiunque si occupi di sviluppo software.

La questione che sollevi è una sorta di estensione di ciò di cui parlava Amy, giusto? Inizierà a vedere le persone considerare questi strumenti come veri e propri amplificatori della produttività, giusto? Considerando i nostri RPU, sono stati buoni, ma comunque piuttosto bassi. In tutta onestà, anche se abbiamo ottenuto ottimi risultati, non siamo certo un'azienda nota per RPU elevati.

Credo che la novità sarà che, indipendentemente dal tipo di Copilot, Sales, Service, GitHub o Security, questi strumenti acquisiranno in modo significativo una parte del valore che generano in termini di produttività nell'area di OpEx, giusto? È come destinare 2 o 3 punti di leva su OpEx all'acquisto di software. È un'equazione di valore piuttosto chiara.

E questa è la prima volta che riusciamo a sostenere una tesi del genere. Prima non avevamo mai avuto la possibilità di farlo. Mentre ora sì.

Anche il Copilot orizzontale a livello di Office 365 o Microsoft 365, di cui parlava Amy, segue la stessa logica. Si può applicare lo stesso ragionamento. Qualunque RPU generiamo, sarà presente anche con E5. A questo punto, la domanda diventa: in termini incrementali, quale percentuale di OpEx sareste disposti a pagare per un Copilot che vi faccia risparmiare tempo, ad esempio?

Quindi sì, nel complesso lo vedo come un nuovo vettore per noi nella prossima fase del lavoro basato sulla conoscenza e del lavoro in prima linea, una fase che andrà a influenzare la produttività e il nostro modo di partecipare. Prendiamo GitHub Copilot: non avevo mai pensato che il business degli strumenti potesse incidere così direttamente sulle spese operative di un'azienda dedicate allo sviluppo. Ora, invece, stiamo assistendo a questa transizione. Non si tratta più solo di strumenti, ma di aumentare la produttività del team di sviluppo.

**BRETT IVERSEN:** grazie, Tyler. Con questo si conclude la parte di domande e risposte della telefonata odierna sugli utili. Grazie per essere stati con noi oggi; non vediamo l'ora di parlarvi nuovamente al più presto.

**AMY HOOD:** grazie.

**SATYA NADELLA:** grazie.

(Indicazione dell'operatore.)

END