

«Il nuovo Gruppo PRISMI e il piano industriale 2018-2020»

Milano, 7 marzo 2018





Il nuovo Gruppo PRISMI

Alessandro Firpo – *Sviluppo strategico*



Gruppo PRISMI “at a glance”

- ❑ **20 anni di esperienza** nel settore del web marketing
- ❑ **Leader** in Italia nel posizionamento sui motori di ricerca (**SEO**)
- ❑ Tra i **primi 3** operatori in Italia per le **PMI** e tra i **primi 10** nei servizi digitali
- ❑ **Rete di vendita capillare** su tutto il territorio nazionale (oltre 150 agenti)
- ❑ **Oltre 3.000 aziende clienti** in tutta Italia e in tutti i settori merceologici
- ❑ **CreareValore** è dedicata ai Clienti più sensibili alla *digital transformation*
- ❑ **Wellnet** ha come target le grandi aziende e le PA: digital transformation – web marketing – offline e technology
- ❑ Sia Creare Valore che Wellnet hanno degli **account dedicati**
- ❑ **InGrandiMenti** è certificata LinkedIn su corsi Sales Navigator
- ❑ **PRISMI CH** vuole penetrare il mercato svizzero, partendo dal Canton Ticino, tramite la collaborazione con MediaTI Marketing

PRISMI: milestones

1998

- Alessandro Reggiani fonda a Modena Syner.it Informatica S.r.l., azienda orientata sulla clientela PMI che offre corsi di informatica, servizi di networking, soluzioni gestionali e realizzazione di siti internet

2007

- Nasce Primi sui Motori S.p.A. tramite lo spin-off da Syner.it Informatica del ramo “internet e posizionamento” e l’offerta dei servizi SEO diventa il core business

2012

- Quotazione sul mercato AIM- Italia



2013

- Primi sui Motori finalizza l’acquisizione della partecipazione di maggioranza in 3 Società (3ding Consulting S.r.l., 2 ThePoint PSM S.r.l. e Crearevalore S.p.A.): nasce il Gruppo Primi sui Motori



2015

- Si dà il via ad un piano di ristrutturazione che vede l’ingresso di un nuovo pool di investitori

2016

- Inizio del turnaround

2017

Riorganizzazione del Gruppo

- Maggio: apertura di PRISMI CH
- Settembre: acquisto di InGrandiMenti
- Ottobre 2017: rebranding e Primi sui Motori diventa PRISMI
- Ottobre: acquisto di Wellnet



2018

- Conclusione del turnaround

«Change PRISMI»

MANAGEMENT

Coinvolgimento di figure chiave dell'azionariato con esperienze di management per gestirne il change e definire le strategie. Processo ongoing.

RIORGANIZZAZIONE SOCIETARIA

Razionalizzazione (fusioni) e integrazioni delle società acquisite.

RISULTATI

Significativo trend di crescita dei ricavi e di miglioramento della marginalità nel 2015-2017.

PROGETTO STRATEGICO

Presidio del territorio e accompagnamento delle PMI nella loro trasformazione digitale. In continuità operativa con nuovi target di clientela seguiti da CV e Wellnet (Corporate e PPAA).
Innovazione di prodotto.
Focus sulla qualità della delivery.

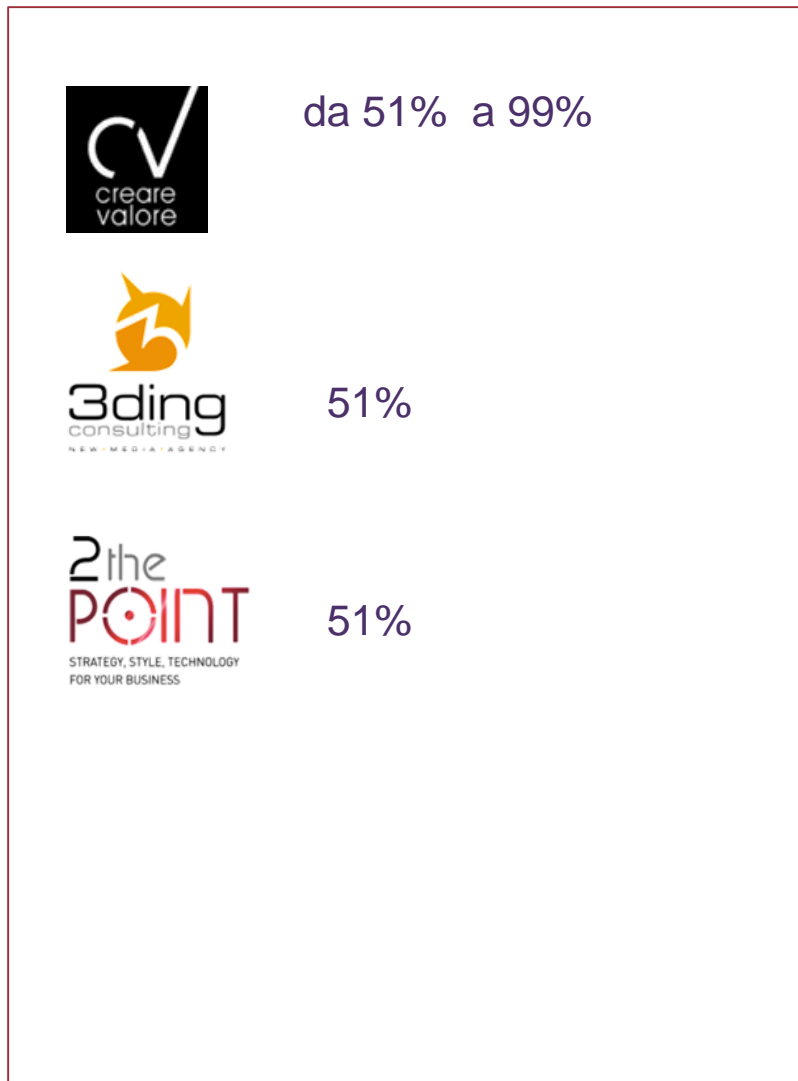
PROSPETTIVE

Ulteriore accelerazione nel 2018 in termini di crescita dei ricavi e della marginalità confermata da un forte extra budget già nei primi 2 mesi

Il Gruppo : la riorganizzazione del 2017

Nel 2016
















Nel 2017



4 aziende con un focus preciso

Fino al 2017

OGGI

	PMI	MEDIE	GRANDI		PMI	MEDIE	GRANDI
				 Creare Valore			
							
							
				 MERCATO SVIZZERO			

Portafoglio Clienti



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



L'ORÉAL



REGIONE AUTONOMA
DELLA SARDEGNA

LAVAZZA

COTY

CERETTO

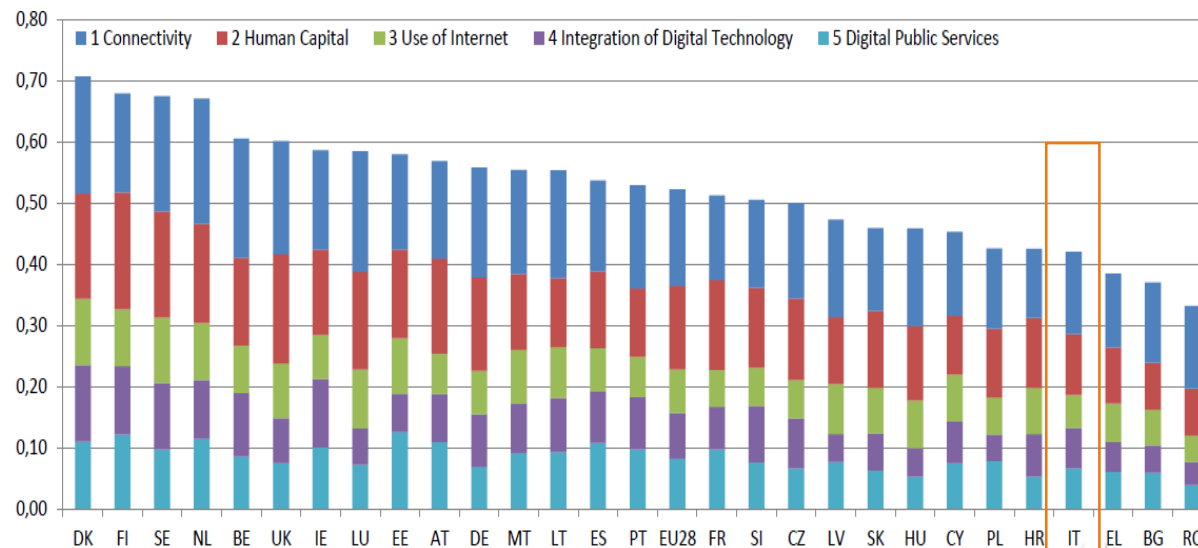
... e altre 3.000 PMI italiane

Trend della Digital Transformation in Europa

❑ **L'Italia non può essere ancora considerato un Paese Digitale:** secondo il "Digital Economy and Society Index (DESI)", elaborato dall'Unione Europea: l'Italia è **al 25esimo posto prima di Grecia, Bulgaria e Romania.**

- ❑ L'indice analizza 5 elementi:
- **Connectivity** (fixed Broadband, Mobile Broadband, Broadband speed and Affordability)
 - **Human Capital** (Basic skills and usage, advanced skills and development)
 - **Use of internet** (content, communication and transaction online)
 - **Integration of Digital technology** (Business digitization and eCommerce)
 - **Digital Public Services** (eGovernment)

❑ Le grandi aziende sono favorite nel processo di trasformazione digitale, ma le PMI stanno colmando il divario con le grandi aziende grazie a un'elevata presenza sui social media e l'utilizzo di dispositivi mobili Internet



Source: European Commission, Europe's Digital Progress Report 2017

2






















Potenzialità del mercato italiano	
PMI	3.733.146
Corporate	3.086
Totale	3.736.232

Servizi digitali: contesto competitivo in Italia

Il mercato italiano dei servizi digitali è molto frammentato e dominato da pochi grandi attori

Segue un n. limitato di agenzie web con un fatturato compreso tra 2 e 8 milioni di euro, poche centinaia di aziende con un fatturato di circa 1 milione di euro e migliaia di aziende che hanno un giro d'affari di poche centinaia di migliaia di euro.

Società	Ricavi 2016 (milioni di euro)	SEO	ADW	Web Marketing	Technology & Digital Transformation	Clienti Target
Prismi	13		NO			PMI – Grandi Aziende - PA
Alkemy	35	NO	NO			Grandi Aziende
axèlero	46	NO			NO	PMI
Digital360	13	NO	NO	NO		Grandi Aziende – PA
Digitouch	27				NO	Grandi Aziende
FullSix	28					Grandi Aziende
ItaliaOnLine*	224	NO				PMI – Grandi Aziende – PA
PagineSi**	22	NO	NO		NO	PMI

*1/6 carta stampata
**1/2 carta stampata



La digital transformation

Alessandro Reggiani – *CEO*



Le eccellenze e le potenzialità

PRISMI è oggi l'unico Gruppo Digitale italiano

che copre l'intero territorio nazionale, tutti i target di clienti (PMI, medie, grandi e PA)

e tutti i settori di attività:

- Web Marketing (SEO, AdWords, Social Network, Content Marketing, ecc.)
- Tecnologia (Siti, Piattaforme ed E-commerce)
- Creatività
- Formazione

SEO

PRISMI è leader in Italia per numero di servizi realizzati

Ha oltre 3.000 clienti attivi

Si occupa di Seo dal 1998

DRUPAL

Wellnet è tra le principali realtà italiane nello sviluppo in Drupal

È uno dei tre organizzatori del Drupal-Day

Dal 2008 gestisce il sito corsidrupal.it

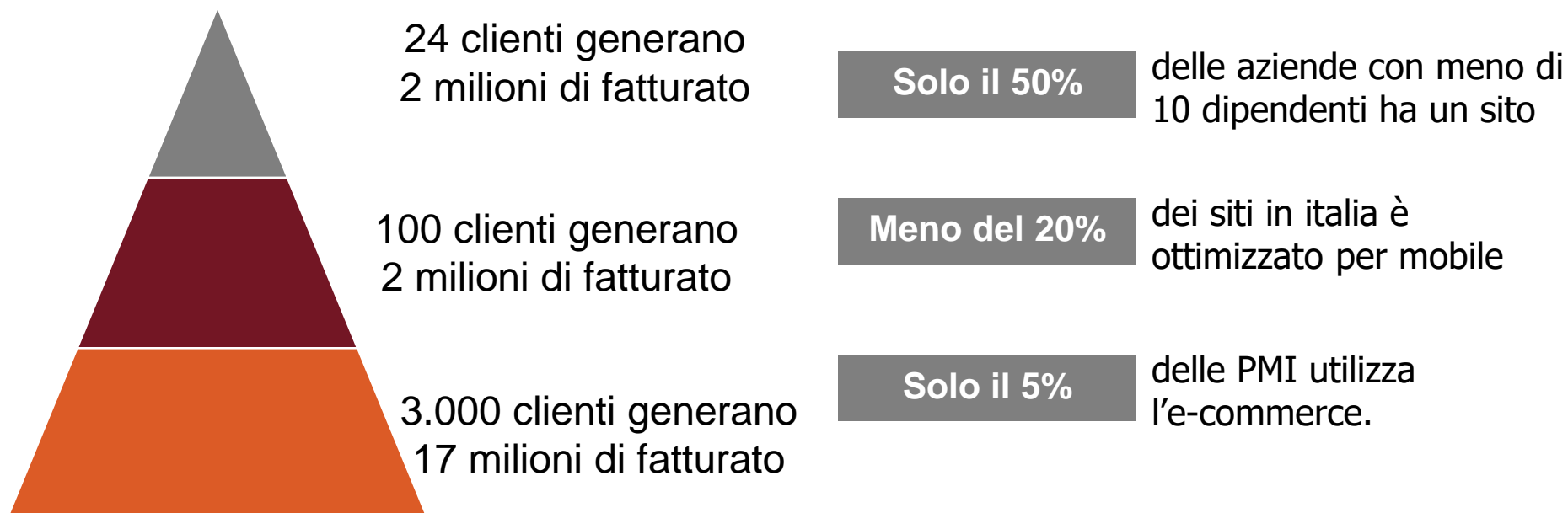
La domanda su Drupal è superiore all'offerta

LINKEDIN

InGrandiMenti ha tre docenti certificati sul Sales Navigator LinkedIn (sono 4 in Italia e 11 in Europa)

Analisi Clienti del Gruppo

Suddivisione dei Clienti per fatturato sviluppato



FOCUS ON: l'innovazione di prodotto

L'innovazione di prodotto del Gruppo PRISMI verterà su 3 direttrici:

Verticali: lo sviluppo di questa tipologia di vendita ha già dimostrato di semplificare il lavoro di lead generation e di agevolare l'attività in campo della rete. Diversi sono i segmenti in fase di analisi, sia in area privata che pubblica.

Intelligenza artificiale: grazie all'esperienza ventennale del SEO da parte di PRISMI e delle competenze tecnologiche di Wellnet il Gruppo sta progettando la prima piattaforma SEO italiana basata sull'intelligenza artificiale (AI)

Superior Tools: si tratta di prodotti su cui fin dal 2016 l'intero Gruppo ha investito molto. Questi prodotti sono da una parte «pronti all'uso» ma adattabili all'interno di una vasta pluralità di progetti custom. Rappresentano una forma di industrializzazione anche di questi progetti con evidenti benefici di concorrenzialità e/o marginalità

FOCUS ON: Miglioramento della qualità del credito

La Società ha costantemente lavorato sul miglioramento della qualità del credito tramite azioni di:

- prevenzione sulla rete vendita e sui clienti
- fidelizzazione dei clienti tramite una costante *customer care*
- procedure sempre più rapide ed esperte di recupero per i clienti «incagliati».

Ciò ha portato ad un miglioramento significativo degli incassi: **valore medio dei crediti incagliati 2017 pari al 13%** rispetto a un dato medio nel triennio 2014-2016 pari al 19%

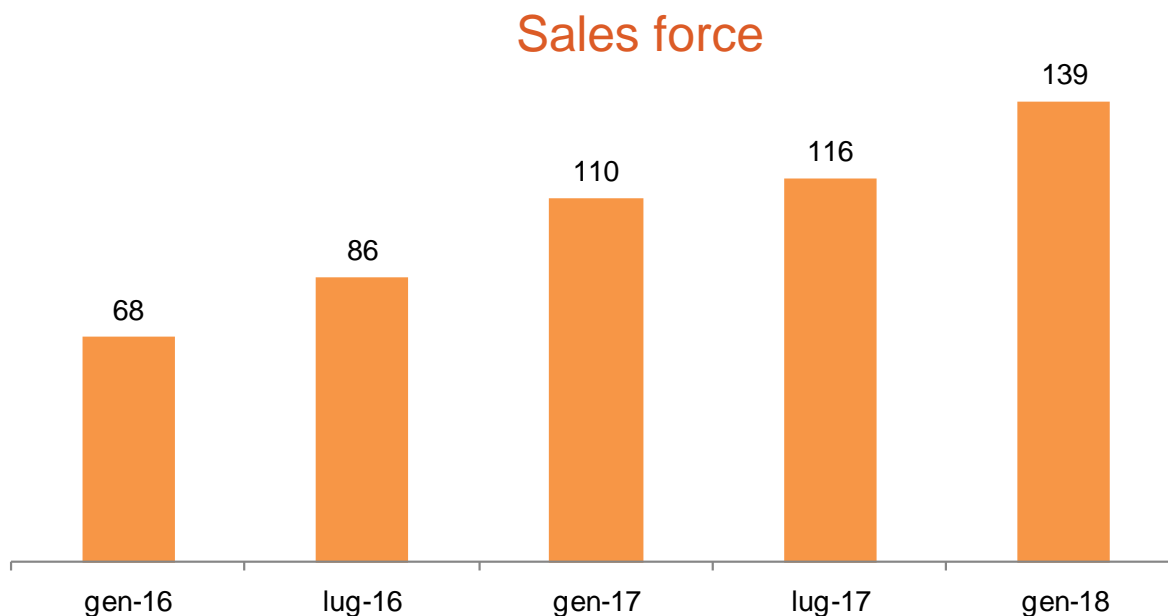
Il ricorso a società esterne/azioni giudiziarie ha abbassato sensibilmente tali valori (dal 16% al 4% per il 2014, dal 18% al 7% per il 2015).

Si stima per i prossimi anni un peso residuale dei crediti incagliati.

FOCUS ON: La rete di vendita

La rete vendita di PRISMI è:

- ❑ La più digitale d'Italia: vende digital dal 2008
- ❑ Dotata di 40 agenti Top che sono in azienda dal 2013 e che sono rimasti fedeli all'azienda anche prima e durante il turnaround nonostante l'aggressività della concorrenza
- ❑ In continua crescita: più che raddoppiata rispetto a gennaio 2016 e giunta a 150 unità
- ❑ Capace, per la sua stessa capillarità, di intercettare clientela raccordabile ai segmenti più alti del mercato e quindi di sicuro interesse per i diversi brand del Gruppo.



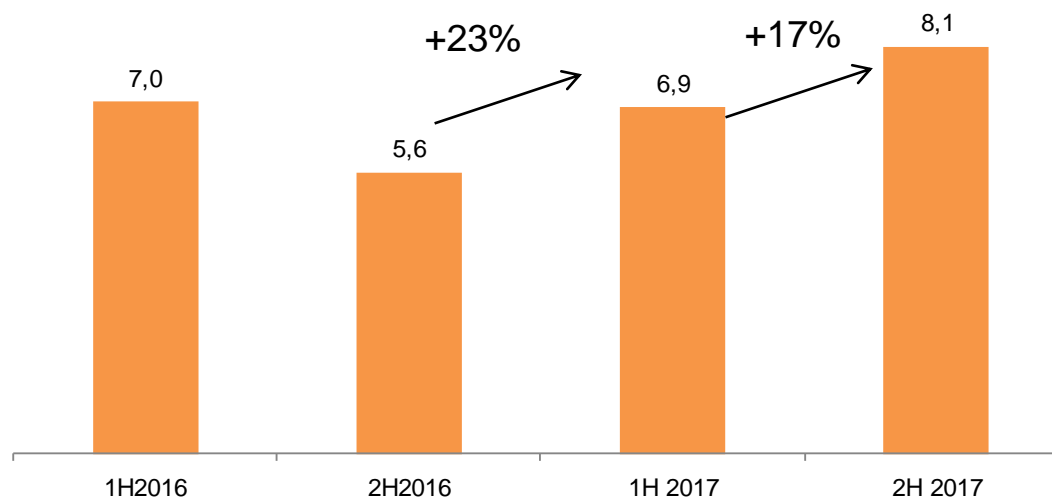
Preconsuntivo 2017

Dati consolidati (€m)	2015	2016	Outlook 2017*	Pre-consuntivo 2017**
FATTURATO	8,8	12,6	Tra 14 e 15 milioni	15,1
yoy		+44%		+20%
EBITDA	(1,62)	0,97	Tra il 6% ed il 9%	1,2
PFN (Cassa)	10,6	12,7		19,4

* Il perimetro di consolidamento non contempla le acquisizioni effettuate nel mese di ottobre e novembre di IGM e Wellnet.

** Pre-chiusura gestionale.

Il cambiamento di management e del business model commerciale intervenuti a metà del 2016 hanno influito sul 2H 2016 e sui primi mesi del 2017.





La strategia di crescita e il Piano 2018-2020

Alessandro Reggiani - *CEO*



Linee Guida del Piano Industriale 2018-2020

Le linee guida del Piano Industriale 2018-2020 si fondano su diversi elementi:

- Take off di Wellnet
- Rafforzamento commerciale del brand CreareValore
- Sviluppo commerciale di supporto (lead generation) di InGrandiMenti
- Ingresso sul mercato svizzero
- Riorganizzazione e integrazione del comparto di Produzione
- Ulteriore rafforzamento qualitativo/quantitativo della rete di vendita

Eventuale crescita per linee esterne*

*Il Piano Industriale non prevede la crescita per linee esterne

Linee guida 2018-2020: take off della nuova Wellnet

Il take off della nuova Wellnet prevede:

- Integrazione delle persone, definizione delle procedure, degli organigramma e dei ruoli
- Creazione e rafforzamento dell'immagine coordinata (sito, brochure, ecc.)
- Trasferimento nel nuovo ufficio di 750 mq a Milano in zona Navigli

Wellnet nasce dalla fusione di 3 società con focus sullo stesso target di clienti e offerta complementare, pertanto la strategia commerciale è basata sull'integrazione e su azioni di upselling.

	Web Marketing	Creatività	Tecnologia
2 ThePoint PSM	Poco	SI	No
3Ding Consulting	SI	NO	SI
Wellnet	NO	NO	SI

La nascita della nuova realtà permette di:

- Focalizzare il management sullo sviluppo commerciale, delegando alla Capogruppo le attività di gestione dell'azienda
- Partire con un **obiettivo di fatturato aggregato 2018E di circa 4 mln€** raggiungendo fin dal primo anno una massa critica importante (si evidenzia che **oltre il 57% del fatturato** previsto a budget corrisponde a contratti/lavori già sottoscritti)

Linee guida 2018-2020: il ruolo del brand CreareValore

A luglio 2017 si è perfezionata la **fusione di CreareValore Srl in PRISMI SpA**, con l'obiettivo di:

- ridurre i costi gestionali
- arricchire la Capogruppo, anche sotto il profilo formativo, di risorse di eccellenza
- essere presente a fianco della rete di vendita (sia formazione che campo) per i progetti più complessi e gestire autonomamente clienti storici e top
- Intercettare clienti idonei all'offerta Wellnet.

L'obiettivo della creazione di una rete di vendita dedicata, costituita da **poche figure specializzate in grado di offrire servizi customizzati con importo medio di 10-15.000 €** è in fase di implementazione dall'inizio del 2018.

Linee guida 2018-2020: InGrandiMenti

InGrandiMenti offre risorse tecniche basate in Lombardia per adeguare la capacità produttiva del Gruppo con un fornitore esterno affidabile quantitativamente e qualitativamente.

La strategia più ambiziosa di InGrandiMenti è tuttavia basata sulla **specializzazione nell'erogazione di corsi e, in particolare, quelli di Sales Navigator di LinkedIn.**

L'organizzazione di corsi mensili dedicati ad aziende B2B si propone lo scopo di incontrare numerose PMI che, oltre ad essere fonte di ricavi per la partecipazione ai corsi, potranno offrire svariate possibilità di *lead generation* per tutte le reti commerciali del Gruppo.

Inoltre anche InGrandiMenti ha la reale possibilità di incontrare clienti posizionabili su Wellnet.



PRISMI: il progetto di riorganizzazione della produzione

È un progetto quasi concluso e già in via di implementazione che si propone una maggiore efficienza e, soprattutto, un netto, avvertibile miglioramento nella delivery.

Intende misurare, organizzare e adeguare le risorse di produzione in corrispondenza dei nuovi volumi di vendita e della nuova vision di continuità consentita dal rafforzamento del Gruppo.

Si propone di realizzare delle unità produttive dedicate alle diverse reti e alle diverse tipologie di clientela, da un lato specializzate ma comunque sotto un unico presidio e dunque fortemente integrate tra di loro.

Intende istituire il ruolo di Chief Innovation Officer per presidiare con continuità l'area di innovazione di prodotto

Vuole razionalizzare e ottimizzare il ricorso alle risorse esterne mantenendo esclusivamente all'interno di PRISMI il know how più delicato.

PRISMI: lo sviluppo per linee interne

La strategia di PRISMI prevede quindi **2 specifiche focalizzazioni da parte dei 2 poli di sviluppo - PRISMI e Wellnet -** che:

- sono attive su diversi segmenti di mercato
- operano con reti di vendita indipendenti
- utilizzano circuiti finanziari differenti (vendita rateale per PRISMI e vendita con pagamenti a breve per Wellnet)

In particolare:

- **Wellnet** dispone di un'offerta completa e di qualità su un mercato più maturo e consolidato.
- **PRISMI** ha la copertura integrale delle PMI con una rete di vendita dedicata.

Si riescono in tal modo a individuare, all'interno delle PMI, i clienti più maturi, che sempre di più saranno attenti alla qualità del servizio e alla innovazione di prodotto, offrendo volumi più alti, solidità dei crediti e continuità di rapporto nel tempo.

I due poli sono gestionalmente autonomi ma integrati funzionalmente per gestire al meglio tutte le opportunità che offre la segmentazione del mercato, accompagnare verso la Digital Transformation anche l'enorme bacino delle PMI, disporre di tutte le professionalità necessarie a 360° e, infine, affrontare da ottiche diverse il terreno dell'innovazione.

PRISMI: lo sviluppo per linee esterne

Prismi proseguirà le attività di *scouting* per valutare ulteriori acquisizioni.

Caratteristiche delle società target:

- 1) **Piccole web agency con target di clienti PMI** con l'obiettivo di acquisire nuove risorse commerciali presenti sul territorio e svilupparne i clienti fornendo loro l'intera gamma dell'offerta **Prismi**
- 2) **Web agency con target di clienti medio-grandi** con l'obiettivo di aggregarli in **Wellnet** implementando il cross selling e lavorando sulle sinergie commerciali, produttive, organizzative e societarie

Il Piano Industriale 2018-2020

	Pre-consuntivo 2017	Budget 2018	Target 2020*
Totale Ricavi	15,1	21,2	25,2
EBITDA	1,2	5,0	7,6

La crescita importante dell'EBITDA nel 2018 è legata all'effetto leva del maggior assorbimento dei costi fissi e del personale che complessivamente crescono del 17% (a seguito dell'ampliamento del perimetro di gruppo) a fronte di una crescita dei ricavi del 40%.

* Il Budget 2019 e 2020 è stato considerato con una crescita fissa del 10% di ricavi annui, inferiore alle crescite degli ultimi anni.

I dati dei primi due mesi (al 23 febbraio 2018) risultano molto incoraggianti con un **+73%** di incremento sul 2017 e un risultato del **17%** superiore al budget 2018

/000 €	Feb-16	Feb-17	Bdg-18	Cons-18	Diff. vs feb-17	Diff. vs bdg
Vendite	1.735	1.926	2.844	3.326	+73%	+17%

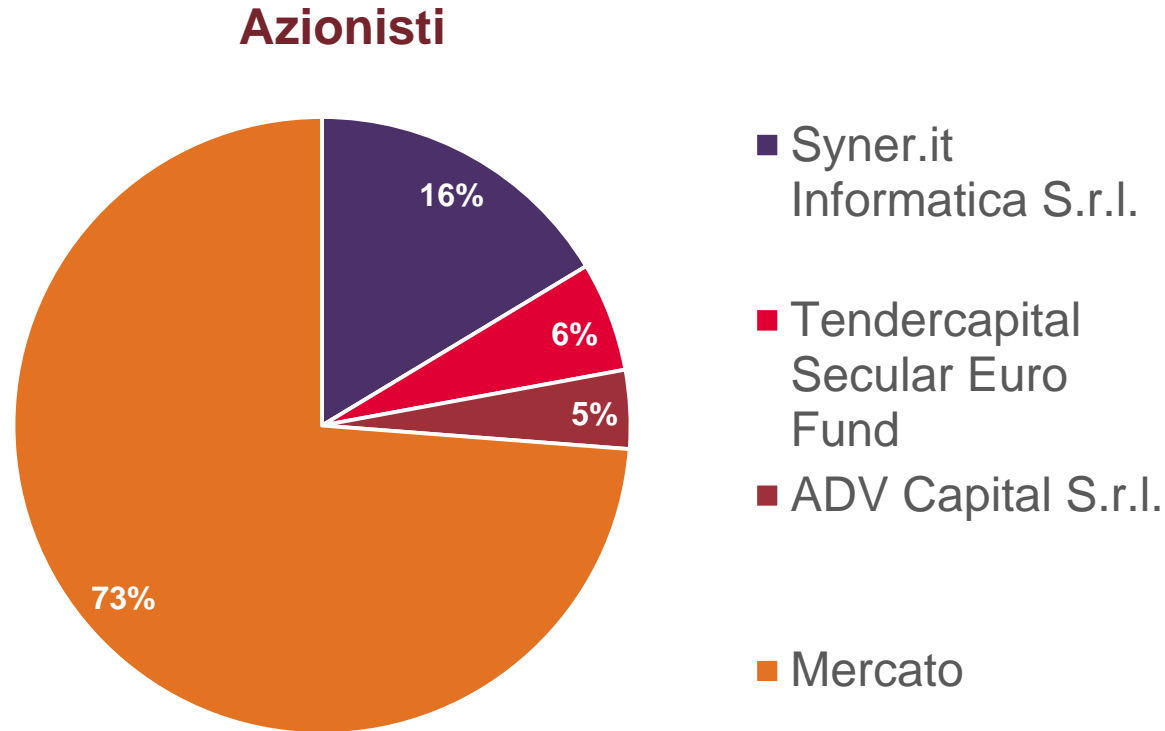
* Dati di vendite lorde gestionali alla data del 23 Febbraio 2018

L'AUMENTO DI CAPITALE

Operazione	Aumento di capitale con diritto di opzione
Importo complessivo	4,8 mln€
Prezzo di esercizio	1,24 €
Periodo	
• Negoziazione diritti	Dal 5 al 16 marzo 2018
• Sottoscrizione diritti	Dal 5 al 22 marzo 2018
Manifestazione interesse attuali investitori	2 mln€ per il sostegno alla crescita per linee interne
Warrant	Assegnazione gratuita di 1 warrant per ogni azione sottoscritta in aumento di capitale*

* In data 5 marzo sono inoltre stati assegnati 1 warrant per ogni azione posseduta e 400 warrant per ogni obbligazione «PSM 2015-2021 Obbligazioni Convertibili»

Gli Azionisti: una vera public company



dati riportati secondo le informazioni in possesso dell'Emittente



Investment Opportunity

Matteo Rocco – *Capital Manager*



Investment Opportunity

- ❑ Mercato in forte crescita, con elevate prospettive di sviluppo e in fase di consolidamento con Prismi tra i protagonisti
- ❑ Track record 2016/2017 positivo su tutti i principali indicatori
Prospettive di ulteriore accelerazione per il 2018
- ❑ Offerta a 360° di prodotti digitali con un processo industrializzato
- ❑ Offerta di prodotti customizzati e di alto segmento
- ❑ Unici in Italia ad avere una rete di vendita storica, dedicata principalmente alle PMI, totalmente digitale, in forte crescita ed estesa a tutto il territorio nazionale
- ❑ Presidio, con reti dedicate, dei segmenti più alti del mercato
- ❑ Competenze di *marketing* e di *lead generation*
- ❑ Crescita prevista a piano per sole linee interne ma con ulteriori potenzialità sul terreno delle acquisizioni e della loro integrazione
- ❑ Sostegno all'operazione dell'attuale compagine azionaria e del management

Grazie

