

Digital Magics

AIM Italia

Rating: Buy
Target Price: €7,46

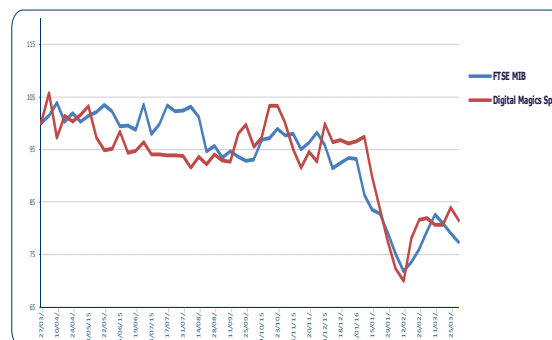
Data	Sales	Ebitda	Ebit	Net Profit	EV/Ebitda	Ev/Ebit	P/E
2015	2.573	190	(231)	(1.229)	n.m.	n.m.	n.m.
2016F	3.200	570	145	(25)	41,1	n.m.	n.m.
2017F	4.200	935	480	305	25,1	48,8	73,4
2018F	5.200	1.230	675	495	19,0	34,7	45,2

	Old	New
Risk Rating	Medium	Medium
Target (€)	7,29	7,46

Market Data (€)

Close Price (€)	4,78
Share Outstanding (m)	4,68
Market Cap. (€/m)	22,4
Market Float (%)	30,3
Avg daily Vol. (000s)	6,25
Past 12 Months	Max 6,57 Min 4,09

Performance	3 M	12 M
Absolute	-15,6	-21,5
Relative	1,4	0,1


**DIGITAL
MAGICS**

Risultati FY15 sostanzialmente in linea con le nostre stime. Precisiamo che in un venture incubator, quale Digital Magics, i risultati economici sono scarsamente significativi, mentre assumono significato gli investimenti. I ricavi da servizi di incubazione sono pari a €2,46 mln, in linea con il 2014 (€2,45 mln). L'Ebitda è cresciuto del 49% YoY raggiungendo €0,19 mln (da €0,127 mln del 2014), mentre l'Ebit è risultato negativo per €0,231 mila (negativo per €0,220 mln nel 2014). La perdita netta, pari a €1,2 mln (€0,92 mln nel 2014) risulta influenzata da svalutazioni delle attività finanziarie per 0,96 mln. Al 31 dicembre 2015, le società partecipate direttamente o indirettamente sono cresciute di 11 nuove start up rispetto al 2014. Considerando due cessioni a prezzo simbolico e una cessazione, a fine anno le società partecipate da Digital Magics risultavano essere 49, di cui 28 sono Startup Innovative. Il fatturato aggregato del nuovo perimetro di partecipazioni è cresciuto dell'80% YoY raggiungendo €32,5 mln (anche nel 2014 era cresciuto dell'80% rispetto al 2013).

Il mercato di riferimento: Il mercato italiano dei capitali d'investimento rivolto alle startup è decisamente poco sviluppato. L'offerta complessiva di capitale di rischio sul mercato italiano copre meno del 15-20% delle startup che nascono ogni anno. Pur se il settore digitale, perlopiù legato ad internet, negli ultimi anni ha conosciuto una crescita senza precedenti, in Italia e all'Estero, secondo uno studio di Boston Consulting Group il valore del PIL digitale in Italia nel 2010 ha raggiunto una quota diretta pari al 2% del PIL. Questi dati restano molto inferiori rispetto agli altri paesi Europei e mondiali: il 2% di contribuzione del digitale al PIL italiano si confronta con quote di oltre tre volte negli paesi Europei e contribuisce per quasi il 50% alla crescita dei rispettivi PIL. Se da una parte questo rappresenta un evidente svantaggio competitivo per le nostre imprese manifatturiere e non, dall'altro rappresenta una forte opportunità di business per le imprese che, come Digital Magics, sono in grado di poter far crescere l'economia digitale nel nostro paese.

Fine tuning delle stime 2016-18F. Abbiamo effettuato un fine tuning delle stime 2016-18F: l'Ebitda margin dovrebbe raggiungere il 23,7% nel 2018 (7,4% nel 2015), l'Ebit margin il 13% (negativo nel FY15), mentre l'utile netto dovrebbe essere pari a €0,5 mln (perdita di €1,2 mln nel FY15).

La valutazione: TP €7,46 (da €7,29 rettificato), buy rating e risk medium invariati. L'equity value di Digital Magics risulta pari €7,46 per azione. Abbiamo condotto la valutazione del range di valori di Digital Magics sulla base di due metodologie: Residual Income Method – RIM e sum-of-the-parts. Riteniamo che un corretto mix tra le diverse valutazioni, sia in grado di meglio cogliere il "corretto fair value" di una società come Digital Magics caratterizzata da alcune particolarità definibili intangibles (management quality, track record, azionisti manager, sviluppo potenziale elevato etc.).

Antonio Tognoli
+39 02 7862 5303
antonio.tognoli@integraesim.it

I risultati del 2015

Nel 2015 Digital Magics ha continuato a sviluppare l'attività di fornitura dei servizi di incubazione, accelerazione e sviluppo di startup e scaleup digitali.

I ricavi da servizi di incubazione nel 2015 sono pari a €2,46 mln, in linea con il 2014 (€2,45 mln). L'Ebitda è cresciuto del 49% YoY raggiungendo €0,19 mln (da €0,127 mln del 2014), mentre l'Ebit è risultato negativo per €0,231 mila (negativo per €0,220 mln nel 2014). La perdita netta, pari a €1,2 mln (€0,92 mln nel 2014) risulta influenzata da svalutazioni delle attività finanziarie per 0,96 mln.

Al 31 dicembre 2015, le società partecipate direttamente o indirettamente sono cresciute di 11 nuove start up rispetto al 2014. Considerando due cessioni a prezzo simbolico e una cessazione, a fine anno le società partecipate da Digital Magics risultavano essere 49, di cui 28 sono Startup Innovative.

Il fatturato aggregato del nuovo perimetro di partecipazioni è cresciuto dell'80% YoY raggiungendo €32,5 mln (anche nel 2014 era cresciuto dell'80% rispetto al 2013).

Gli investimenti nelle partecipate sono stati circa €2,6 mln (€3,2 mln nel 2014), a cui si aggiungono €7,2 mln investiti nelle partecipate da soggetti terzi appartenenti al Digital Magics Angel Network.

Il capitale investito netto ammontava a €17,7 mln (€14,9 mln nel 2014). La variazione è essenzialmente dovuta all'incremento del valore delle immobilizzazioni finanziarie per gli investimenti. Il patrimonio netto era pari a €16,6 mln (€12,9 mln nel 2014).

L'indebitamento finanziario netto ammontava a €1 mln, in flessione rispetto ai €2 mln di fine 2014: il debito a medio-lungo termine era di €2,2 mln (€3,36 mln nel 2014), mentre l'indebitamento finanziario a breve termine era di €1,4 mln ed include €0,313 mln relativi alla quota sottoscritta e versata di prestiti obbligazionari convertibili in scadenza il 31 dicembre 2015, che sono stati integralmente rimborsati a gennaio 2016 in quanto il fattore di conversione non è risultato conveniente per gli obbligazionisti. Le disponibilità liquide ammontavano €2,6 mln.

I principali eventi del 2015

Nel marzo 2015 Digital Magics ha annunciato l'avvio della più grande piattaforma per il "Digital Made In Italy", grazie alla partnership con Talent Garden e Tamburi Investment Partners. In Talent Garden, il digital co-working network leader di mercato in Italia e in Europa, Digital Magics ha incrementato nel giugno 2015 la propria partecipazione dal 10% al 28%, con un ulteriore investimento di €0,585 mln per supportarne lo sviluppo, puntando all'apertura di 50 nuovi campus in Italia e in Europa entro il 2018.

Tamburi Investment Partners ha incrementato significativamente la propria partecipazione in Digital Magics al 18,08% (febbraio 2016).

L'alleanza consente a Digital Magics, da un lato, di offrire i propri servizi di incubazione e accelerazione alle startup ospitate nei campus di TAG, ampliando il proprio orizzonte geografico su tutto il territorio nazionale e con accesso a interessanti realtà europee. Dall'altro lato, la partnership con Tamburi Investment Partners prevede il supporto al network di Digital Magics e Talent Garden, favorendo ulteriori investimenti nelle startup e scaleup digitali e lo sviluppo dei programmi di Open Innovation e di digitalizzazione delle imprese eccellenti del Paese.

Nel giugno 2015 Digital Magics ha aumentato il capitale sociale tramite l'emissione di 1.008.183, che hanno consentito l'incasso di nuove risorse per un controvalore di €4.99 mln.

A settembre 2015, Digital Magics approva il piano dei nuovi servizi alle imprese, che potenzia la piattaforma "Digital Made In Italy". In particolare, i programmi di Open Innovation di Digital Magics per le aziende prevedono:

- servizi di informazione, consulenza strategica e formazione per il top management aziendale, finalizzati all'innovazione digitale e alla collaborazione con l'ecosistema degli innovatori;
- servizi di supporto agli investimenti delle imprese nel digitale, come analisi di scenario, scouting di talenti e tecnologie, supporto a programmi di corporate venture capital e di accelerazione di spinoff;
- servizi di indirizzo per la realizzazione di applicazioni tecnologiche innovative realizzate dalle startup.

I servizi dell'incubatore sono integrati da quelli offerti da Talent Garden.

Ad ottobre 2015, Digital Magics presenta il White Paper per le Startup: una proposta in otto punti al Governo Italiano per dare nuovo vigore al sistema dell'innovazione in Italia e per promuovere un'azione politica mirata a favore delle startup digitali e delle loro potenzialità. Il White Paper di Digital Magics intende segnare il punto di partenza per una riflessione più ampia, che coinvolga tutti i protagonisti della filiera digitale italiana, lasciando spazio a nuovi spunti, idee, osservazioni di tutti gli operatori che vogliano condividere la stessa visione e la stessa ambizione. A conferma del valore di questo contributo, il 17 dicembre 2015, nell'ambito della seconda Relazione Annuale del Ministero dello Sviluppo Economico al Parlamento sullo stato di attuazione e dell'impatto della normativa a sostegno delle startup e delle PMI innovative, si tiene una tavola rotonda incentrata sui contenuti del White Paper di Digital Magics.

Enrico Gasperini ha ideato (e a lui è dedicato) il GIOIN (Gasperini Italian Open Innovation Network), il primo network esclusivo – riservato agli imprenditori, al management delle aziende italiane, e ai professionisti – che nasce per aggregare intorno al nuovo paradigma dell'Open Innovation le aziende italiane e le startup, con l'obiettivo di offrire concrete opportunità di crescita in termini di business e di sviluppo delle competenze tecnologiche. Il GIOIN è stato lanciato a dicembre 2015 e si sviluppa a partire dal 2016 attraverso 6 eventi annuali tematici dedicati ad approfondire le opportunità offerte dal paradigma dell'Open Innovation. Grazie al contributo di studi e ricerche, ma soprattutto con la condivisione di esperienze concrete e di "case history" industriali e manifatturiere, il coinvolgimento di imprenditori e startupper di fama nazionale e internazionale che, seguendo questo modello, hanno fatto innovazione nei loro settori, con la creazione di progetti "disruptive".

Il 30 novembre 2015, è stato sottoscritto un accordo strategico per l'ingresso in Digital Magics di Marco Gay (tramite la società controllata WebWorking S.r.l.) in qualità di socio e con un importante coinvolgimento operativo. L'accordo prevede un aumento di capitale, con esclusione del diritto di opzione, per un controvalore massimo di €1.45 mln, da sottoscrivere in parte cash (€0,5 mln) e in parte con conferimento. L'assemblea straordinaria si è tenuta il 28 gennaio 2016 e ha approvato l'operazione, a seguito della quale Marco Gay detiene ad oggi il 5% del capitale di Digital Magics. Marco Gay vanta oltre 15 anni di esperienza imprenditoriale nel settore digitale e dell'innovazione: ha creato e sviluppato nuove aziende, spaziando sulle frontiere dell'innovazione nella comunicazione e nel multimedia, nella pubblicità e nei progetti digitali: dal 2014 è anche Presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria e Vice Presidente di Confindustria, e dal 30 novembre è Vicepresidente di Digital Magics.

A dicembre 2015, Poste Italiane stringe con Digital Magics un accordo di Open Innovation che costituisce un nuovo tassello del programma di trasformazione aziendale per collocare il cliente al centro delle strategie di sviluppo. Il progetto fornirà a Poste Italiane l'opportunità di dare supporto all'imprenditorialità digitale del Paese, stimolando la nascita di nuove aziende e la creazione di posti di lavoro, facendo di Poste Italiane un catalizzatore dell'innovazione digitale. La strategia di Poste Italiane intende infatti dare stimolo alla nascita di nuove idee, alla scoperta di talenti e all'incremento di competitività.

Il piano industriale pluriennale 2014-18

Il piano industriale 2014-18F rimane tutt'ora valido. Il piano prevede di rafforzare il posizionamento di Digital Magics come incubatore di startup a vocazione nazionale, attraverso una presenza incrementale distribuita su tutto il territorio, per cogliere le opportunità di investimento e intercettare gli interessi finanziari e industriali di natura locale.

Il Piano Industriale Pluriennale prevedeva investimenti di circa €4 mln all'anno in un centinaio di nuove iniziative digitali in 5 anni. Il programma è finanziato dai risultati della gestione caratteristica e dalle risorse rivenienti dalle cessioni delle partecipazioni (exit) che sono stimate per un ammontare complessivo, nel periodo, di oltre €20 mln di Euro. Circa un terzo di tali risorse (la metà delle plusvalenze nette stimate) saranno destinate alla distribuzione di dividendi.

Sempre nel Piano Industriale Pluriennale è previsto lo sviluppo del programma di Open Innovation, che si rivolge alle imprese italiane con l'obiettivo di supportarle nel loro processo di innovazione digitale. In breve, Digital Magics e il partner industriale creano un programma comune che mira, all'interno del settore industriale di riferimento, a: investire in startup innovative, acquisire nuovi asset o creare spin-off a partire da asset presenti in azienda, sviluppare attività di M&A. Il programma unisce l'esperienza industriale del partner con la competenza dell'incubatore in campo digitale.

Al fine di consentire alle startup in portafoglio lo sviluppo prospettato dal piano di investimenti, e soprattutto per sviluppare un programma espansivo Come dicevamo, il modello di business a regime prevede:

- l'avvio ogni anno di circa 10-15 nuove startup;
- il finanziamento (seed) medio di Digital Magics di ciascuna di queste per circa €0,3 mln;
- la realizzazione, ogni anno, di 8-10 round di ulteriore finanziamento sulle startup in portafoglio: co-seed del valore unitario di €0,5-0,7 mln (destinato ad operatori early-stage, come i Business Angels) e round A del valore unitario di €1,5-2 mln destinato tipicamente ai Venture Capital;
- la realizzazione, ogni anno, di 3-4 exit dalle partecipazioni in portafoglio, tra cui:
 - o operazioni di dimensioni piccole: valore equity circa €2 mln finanziate solo con seed capital, entro il terzo/quarto anno di attività;
 - o operazioni medie: valore equity circa €5 mln, finanziate con seed e co-seed capital, entro il quinto/sesto anno di attività;
 - o operazioni più importanti: valore equity €15-20 mln, finanziate con seed e co-seed capital e successivamente con un round A da parte di Venture Capitalist, entro il sesto/settimo anno di attività.
- un tasso di "mortalità" delle startup intorno al 50%, molto concentrato sui primi 24-36 mesi di avvio delle iniziative; in particolare, non è prevedibile una mortalità rilevante per quelle

startup su cui sono stati effettuati tre round di finanziamento – seed, co-seed e round A – perché si presuppone che abbiano raggiunto un adeguato grado di maturità.

L'implementazione e lo sviluppo del modello di business richiede:

- le risorse finanziarie per il seed delle nuove startup, realizzato interamente da Digital Magics;
- il dialogo continuo e la capacità di coinvolgere i potenziali co-investitori, avendo la disponibilità delle risorse finanziarie per eventualmente intervenire direttamente (parzialmente o integralmente) nella fase di co-seed ove i tempi e i modi previsti dai co-investitori non risultassero adeguati;
- il dialogo continuo e la capacità di coinvolgere i Venture Capitalist per finanziare (round A) lo sviluppo delle iniziative con potenziale di crescita del valore in un periodo più lungo;
- il dialogo continuo e la capacità di coinvolgere gli operatori finanziari e industriali del settore per realizzare le exit programmate.

Date le premesse di cui sopra, di seguito indichiamo le nostre stime:

Fig. 1 – Il Conto Economico

Conto Economico (dati in € 000)	2014A	2015A	2016E	2017E	2018E
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.444,7	2.458,0	3.000,0	4.000,0	5.000,0
Altri ricavi	207,9	115,1	200,0	200,0	200,0
TOTALE RICAVI	2.652,5	2.573,2	3.200,0	4.200,0	5.200,0
Costo materie prime, suss e di consumo	-229,0	-25,4	-180,0	-300,0	-420,0
Costo dei servizi esterni	-2.006,2	-2.105,6	-2.200,0	-2.700,0	-3.250,0
Costo del lavoro	-289,9	-252,5	-250,0	-265,0	-300,0
TOTALE COSTI	-2.525,1	-2.383,5	-2.630,0	-3.265,0	-3.970,0
EBITDA	127,4	189,6	570,0	935,0	1.230,0
<i>Ebitda margin</i>	<i>4,8%</i>	<i>7,4%</i>	<i>17,8%</i>	<i>22,3%</i>	<i>23,7%</i>
Ammortamenti	-339,7	-421,1	-420,0	-450,0	-550,0
Svalutazione crediti	-8,7	0,0	-5,0	-5,0	-5,0
EBIT	-221,0	-231,4	145,0	480,0	675,0
<i>Ebit margin</i>	<i>-8,3%</i>	<i>-9,0%</i>	<i>4,5%</i>	<i>11,4%</i>	<i>13,0%</i>
Oneri finanziari netti	-75,4	-106,0	-70,0	-50,0	-40,0
Rettifiche di valore su attività finanziarie	-613,3	-965,1	-50,0	-50,0	-50,0
Oneri straordinari	0,0	77,0	0,0	0,0	0,0
UTILE ANTE IMPOSTE	-909,7	-1225,6	25,0	380,0	585,0
Imposte	-12,1	-3,8	-50,0	-75,0	-90,0
UTILE NETTO	-921,9	-1229,4	-25,0	305,0	495,0

Fonte: Digital Magics e stime Integrae SIM

Fig. 2 - Lo Stato Patrimoniale

Stato Patrimoniale (dati in € 000)	2014A	2015A	2016E	2017E	2018E
Immobilizzazioni	13.488	15.955	16.500	17.500	19.000
Capitale circolante netto	1.474	1.626	2.691	1.951	1.392
TFR e fondi	(41)	(41)	(42)	(42)	(43)
Ratei e Risconti	(30)	141	(35)	(35)	(35)
CAPITALE INVESTITO NETTO	14.891	17.681	19.114	19.374	20.314
Patrimonio Netto	12.878	16.639	16.614	17.374	18.814
Posizione finanziaria netta	(2.014)	(1.043)	(2.500)	(2.000)	(1.500)
FONTI FINANZIARIE	14.891	17.681	19.114	19.374	20.314

Fonte: Digital Magics e stime Integrae SIM

Fig. 3 – Il cash flow

Cash Flow (dati in € 000)	2014A	2015A	2016E	2017E	2018E
A. Flussi finanziari derivanti dalla gestione reddituale					
Utile (Perdita) dell'esercizio	-922	-1229	-25	305	495
Imposte sul reddito	-12	-4	-50	-75	-90
Interessi passivi (interessi attivi)	75	106	70	50	40
Minusvalenze (plusvalenze) da alienazione immobilizzazioni finanziarie	-	12	0	0	0
Imposte esercizi precedenti	-	-102	0	0	0
1. Utile (Perdita) dell'esercizio prima delle imposte sul reddito, dividendi e plus-minusvalenze da cessione	-832	-1213	-5	280	445
Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel CCN					
Accantonamento fondi rischi e oneri	9	0			
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	324	397	395	422	520
Ammortamento immobilizzazioni materiali	16	24	25	28	30
Svalutazioni per perdite durevoli di valore	602	965	50	50	50
Accantonamento T.f.r.	17	15	16	16	17
Accantonamento imposte differite (anticipate)	-2	4	2	2	2
Svalutazione immobilizzazioni immateriali	0	0	0	0	0
Svalutazione crediti commerciali	0	0	0	0	0
2. Flusso finanziario prima delle variazioni del CCN	133	192	483	798	1064
Variazioni del capitale circolante netto					
Decremento (aumento) rimanenze	-195	-59	-65	-85	-100
Decremento (aumento) crediti verso clienti	123	-111	-110	-125	-145
Decremento (aumento) crediti verso controllate	18	465	450	525	600
Decremento (aumento) crediti verso collegate	-578	-99	-100	-125	-155
Decremento (aumento) crediti tributari	23	15	18	22	25
Decremento (aumento) altre attività, nette	-62	-212	-200	-210	-235
Decremento (aumento) ratei e risconti attivi	88	-111	-85	-90	-100
Aumento (decremento) debiti verso fornitori	-251	318	200	150	125
Aumento (decremento) debiti verso controllate	92	5	0	0	0
Aumento (decremento) debiti verso collegate	-493	-34	-25	-30	-39
Aumento (decremento) debiti tributari	-105	54	35	38	42
Aumento (decremento) altre passività, nette	692	-712	-250	-320	-300
Aumento (diminuzione) ratei e risconti passivi	60	-60	0	0	0
3. Flusso finanziario dopo le variazioni del CCN	-454	-348	351	548	782
Altre rettifiche					
Interessi incassati (pagati)	-75	-106	-70	-50	-40
T.f.r. pagato	-46	-15	-10	-5	-5
(Imposte sul reddito pagate)	0	0	0	0	0
Dividendi incassati	0	0	0	0	0
Utilizzo dei fondi	-51	-36	-35	-45	-52
4. Flusso finanziario dopo le altre rettifiche	-627	-505	236	448	685
Flusso finanziario della gestione reddituale (A)	-627	-505	236	448	685
B. Flussi finanziari derivanti dall'attività di investimento					
Immobilizzazioni materiali					
(Investimenti)	-17	-38	-45	-60	-68
Prezzo di realizzo disinvestimenti	0	0	0	0	0
Immobilizzazioni immateriali	0	0	0	0	0
(Investimenti)	-243	-402	-350	-420	-500
Prezzo di realizzo disinvestimenti	195	0	0	0	0
Immobilizzazioni finanziarie	0	0	0	0	0
(Investimenti)	-3928	-3128	-3000	-3000	-3000
Prezzo di realizzo disinvestimenti	0	0	0	0	0
Attività finanziarie non immobilizzate	0	0	0	0	0
(Investimenti)	-29	0	0	0	0
(Investimenti) disinvestimenti netti in partecipazioni	0	0	0	0	0
Flussi finanziari dall'attività d'investimento (B)	-4022	-3568	-3395	-3480	-3568
C. Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento					
Mezzi di terzi					
Aumento (decremento) debiti bancari a breve termine	240	508	350	430	480
Aumento (decremento) debiti bancari a medio termine	2412	-854	500	800	1200
Prestito obbligazionario					
Mezzi propri					
Aumento di capitale a pagamento	0	4991	0	0	0
Flusso finanziario dall'attività di finanziamento (C)	2651	4644	850	1230	1680
Incremento(decremento) delle disponibilità liquide (A+B+C)	-1997	570	-2309	-1802	-1203
Disponibilità liquide al 1 gennaio	4001	2004	2574	265	-1537
Disponibilità liquide al 31 dicembre	2004	2574	265	-1537	-2740

Fonte: Digital Magics e stime Integrae SIM

Le principali startup del portafoglio



Business

4w MarketPlace è una piattaforma multidevice (PC e mobile), multiformato e basato su tecnologia proprietaria che offre agli investitori pubblicitari un accesso privilegiato ad audience altamente qualificate e agli editori la massimizzazione dei ricavi dai propri siti internet: Fluido Dynamic Optimization Engine, Mobile Post Click Solution, Socio Demo Real Time Forecasting, 4w Tracking.

Fig. 4 – I business di 4W Market Place



Fonte: Digital Magics

4w Net è il primo Advertising Network Italiano interamente composto da editori Premium (19 gruppi editoriali e 80 testate online tra i più prestigiosi in Italia). Permette agli inserzionisti di raggiungere ogni mese oltre 16 milioni di utenti unici (con un reach del 60% dell'intero online market italiano) attraverso ad-placement esclusivi sulle principali testate editoriali premium italiane con un erogato di oltre 4 miliardi in impression/mese.

4w Trade si pone come obiettivo quello di Comprendere, Semplificare e quindi Gestire le esigenze dei propri clienti che intendono avvalersi dei più moderni modelli di advertising basati sul Real Time Bidding e sull'Audience Targeting con obiettivi sia di brand (reach & frequency) che di customer acquisition

Dal 2011 4w MarketPlace è il primo e unico network italiano ad aver ricevuto da Facebook la certificazione come advertising provider. Questo importante riconoscimento internazionale abilita la startup alla gestione della vendita di pubblicità all'interno delle applicazioni del social network.

AdRaptors

Business

AdRaptors nasce a inizio 2012, quando LiveXtension – agenzia di marketing e comunicazione del gruppo Digital Magics - trasferisce in una nuova società il ramo d'azienda delle attività di media planning direct response, con particolare focus sulla pianificazione, gestione e ottimizzazione di Facebook Advertising.

AdRaptors è stato sviluppato come risorsa per il new media marketing e le agenzie di pubblicità per assistere nella gestione di campagne di advertising, grandi e complesse, su Facebook. L'obiettivo principale del tool è di ridurre sia il tempo che il costo in risorse e di migliorare la performance delle campagne, creando e rendendo gestibili con semplicità migliaia di campagne in maniera semi-automatica. L'ottimizzazione consente di selezionare SOLO le campagne più efficaci, con un costo (CPM, CPC, CPA) decisamente minore.

Il team di AdRaptors è composto da professionisti con oltre 10 anni di esperienza nella comunicazione digitale.

Il mercato dell'advertising Italiano su Facebook (€55 mln secondo dati recenti) sarà caratterizzato da una forte crescita nei prossimi 3 anni sulla scia dell'espansione del mercato statunitense, con tassi di crescita previsti intorno al 20-30% per il 2016 e 2017.

Ad oggi sono presenti a livello mondiale all'incirca 25 aziende abilitate da Facebook a fornire servizi di intermediazione di advertising. AdRaptors è attualmente in fase di certificazione come Facebook Preferred Marketing Developer.

Tra i clienti di AdRaptors si possono annoverare nomi quali: Intesa Sanpaolo, Seven, Sorgenia, Azimut, La Repubblica, L'Espresso, Disney Channel, FIAT, Disaronno.



Business

Digital Bees è la company specializzata nella distribuzione autorizzata di contenuti video digitali. Digital Bees nasce nel 2004 come video agency specializzata nella ideazione e realizzazione di contenuti digitali e di nuovi canali per il mondo della musica e dell'intrattenimento, occupandosi di produzione e intermediazione di contenuti digitali su piattaforma web, mobile e digital tv. Digital Bees opera per le principali community italiane di video-musica e concerti sui new media con partner come Alice, Virgilio, H3G, Tiscali, Musicbox.

Nel 2010 fonda SingRing, una piattaforma di contenuti musicali radicalmente innovativa che ottiene per la prima volta in Italia le licenze di distribuzione di tutti i diritti su testi e karaoke (sincronizzazioni) creando un database di oltre 1M elementi, che vengono distribuiti legalmente a svariati editori su Web e Mobile.

Sul progetto vengono investiti circa €1,5 mln nel biennio 2009-2010.

Digital Bees ha firmato accordi con i più importanti publisher web nazionali (Gruppo Editoriale L'Espresso, DeeJay, Radio Capital, Repubblica, Radio Italia, Finelco, Radio 105, Virgin, RMC, Virgilio, Leonardo, Airdave, Trilud, Nano Press, Tutto Gratis, Mondadori, R101, Fastweb), tutte le etichette indipendenti e le 4 major musicali (Universal Music, Warner, EMI, Sony Music) e i più importanti editori musicali (Warner Chappell Music Italiana, SM Publishing, Universal Music Publishing Ricordi, Universal Music Italia, EMI Music Publishing Italia, Peermusic, Heinz Music, SugarMusic, Curci, Edizioni Musicali DIPIU', Ala Bianca Group, Edizioni Musicali Pielles, EMPI, Made in Italy).

Digital Bees è riuscita ad avere un archivio di testi e video musicali tra i più estesi al mondo, superando anche Vevo. Ad oggi l'unica soluzione concorrente è MuzuTv, che a differenza di SingRing impone la propria pubblicità. Soluzione che a breve termine sembra vincente ma da come si evince dalla facilità con cui SingRing ha esteso il Network, limitante nel lungo termine. MuzuTv infatti non premia la concessionaria creando un rapporto con l'editore e quindi funzionando solo per quelle realtà in cui editore web e concessionaria sono all'interno della stessa corporate. Digital Bees propone soluzioni per entrambi i casi. Vengono premiati i medio-piccoli editori web proponendo video e pubblicità, così come vengono offerte ai grandi portali inventory per le loro concessionarie.



Business

Sharide è una software house focalizzata sulla prestazione di servizi di programmazione, software design, system integration e development principalmente nei confronti delle società del portafoglio Digital Magics.

La Società ha lo scopo di razionalizzare le attività di gruppo e valorizzare parte delle abbondanti risorse tecniche altamente specializzate parte del patrimonio dell'incubator.

L'attività, quasi interamente captive sul portafoglio di società in capo a Digital Magics, assicura un margine scevro da rischi di contenzioso sul credito e regolato da prezzi di trasferimento interni fissati all'origine. A valle della sua quasi totale dipendenza dal business captive, il rischio del suo fatturato e della relativa redditività operativa è assimilabile a quello medio del portafoglio di imprese inserite nel perimetro dell'incubator. Lo sviluppo dell'azienda è parimenti dipendente da quello delle menzionate imprese (a meno di "escursioni" esterne su aziende terze al citato portafoglio).



Business

Easybaby è il canale televisivo e internet dedicato al mondo delle neo mamme; propone contenuti di infotainment che aiutano la giovane mamma a prepararsi ad affrontare i mesi più difficili e importanti della sua vita e di quella del bambino. Target: Genitore 25-44 anni, in particolare la mamma. Target secondario: bambini fino ai 10 anni, nonne, nonni, zii, babysitter, giovani donne, addetti ai lavori (medici, insegnanti, puericultrici, educatrici). Con 2,3 milioni di spettatori unici/mese (Auditel) Easybaby ha ottenuto da SKY l'esclusiva su questo tipo di contenuto. Easybaby è infatti disponibile nell'offerta SKY di base dal 2010 e ha superato 1,2 milioni di vendite ADV (2011) con oltre 150 clienti e una redditività a regime (EBIT Margin) del 40%.

Le aziende del settore dell'infanzia o correlate investono annualmente oltre € 500 milioni in pubblicità. Easybaby si posiziona come l'unica offerta televisiva focalizzata su questo mercato.

Il mercato di riferimento è costituito dal circa 13-14 milioni di genitori che sostengono una spesa media di € 5000 - 10.000 all'anno per bimbo.



Business

Eclettica nasce con l'obiettivo di imporsi in breve tempo sul mercato, sui temi dello sviluppo di soluzioni software personalizzate e sul tema della System Integration. Eclettica in accordo con il suo piano industriale di imporsi in tempi rapidi sui temi dell'IT Italiano ha acquisito il lab Software ed il Centro Servizi della Nexsoft s.p.a., ereditandone pertanto competenze, soluzioni e contratti. Ereditando la storia della Nexsoft S.p.A., Eclettica ha avuto modo di poter entrare prepotentemente nel mercato delle big company Italiane quale Fastweb, Telecom Italia, Selex-SI (Finmeccanica), Consorzio Bancomat, Eustema, Ericsson Telecomunicazioni, Allianz/RAS ed altre.

L'obiettivo di Eclettica è di perseguire una logica mirata ad alcuni settori di mercato finalizzata alla capitalizzazione delle attività svolte. L'elevato know-how acquisito in tale settore dai key people di Eclettica, nel campo dell'outsourcing, del "solution management", della fornitura di applicazioni, di infrastrutture e di servizi, permetterà ad Eclettica di presentarsi sul mercato con soluzioni più innovative, rispondendo puntualmente alle esigenze dei propri clienti, sia nel settore pubblico che in quello privato.

Il mercato di riferimento si inquadra inizialmente in ambito nazionale e prevalentemente nel settore privato, ma non si esclude la possibilità di valicare i confini nazionali. Negli ultimi anni, il perdurare della crisi mondiale, ha costretto molte aziende a trasformare il loro assetto ed a ridurre i costi fissi non direttamente connessi al loro core business, consentendo pertanto alle aziende IT di espandere le attività in servizi di outsourcing volti a gestire ed ottimizzare i sistemi informativi e le reti aziendali, fino ad arrivare allo sviluppo di progetti di sviluppo precompetitivo. Le aziende del privato restano quindi il principale target di riferimento della Eclettica, in particolare quello delle grandi imprese. Eclettica intende concentrare i propri sforzi sull'integrazione dei sistemi (System integration) ovvero sulla realizzazione di sistemi e/o servizi che comprendono sia la progettazione e la realizzazione di applicazioni Internet complesse, sia la loro integrazione all'interno dell'infrastruttura dei sistemi informativi esistenti, supportando in tal modo la trasformazione e l'adeguamento dei processi aziendali all'e-Business.



Business

Emotional Target ha iniziato dal 2010 a realizzare un prodotto specializzato sul formato video che si affiancasse a una campagna televisiva e che al tempo stesso riuscisse a concentrarsi solo sul target socio-demografico di campagna desiderato. Per fare ciò ha sviluppato in particolare algoritmi e modelli proprietari di profilazione socio-demografica in grado quindi di ridurre di molto la dispersione di un annuncio su target non voluti.

Alcune delle campagne gestite fanno riferimento a marchi importanti come: Hyundai, Yamaha, Paco Rabanne, Che Banca.

- **TECHNOLOGY**

Gestione campagne in Real Time Bidding con ottimizzazione del buying rispetto a KPIs Reach & Frequency e/o audience based

- **DATA**

Audience Targeting (First Party data or external data provider), Retargeting per segmento e CRM Retargeting

- **OPEN MARKET & PRIVATE NETWORK**

Accesso ad una Inventory illimitata (sia long-tail che Short/Premium) a costi dinamici ed efficienti

- **EXPERTISE**

Gestione Campagna & Strumenti di Ottimizzazione (target Reach & Frequency, CPC, CPA, etc.)



Business

Growish è una “wishlist” universale con acquisto di gruppo, Growish consente di segnalare e condividere i propri desideri trasformandoli poi in regali di gruppo con il GiftPooling.

Accordi già in essere con centinaia di partner per migliaia di shop che utilizzeranno il bottone “Lo voglio!”: TradeDoubler, Zanox, Buyutique, Blomming, Fashionis, ecc...

Growish è l'innovativa social gifting community dove puoi condividere i tuoi desideri attraverso una “lista dei desideri” universale ed invitare i tuoi amici e i tuoi cari a realizzarli, scegliendo il regalo giusto per qualsiasi occasione (compleanno, matrimonio, laurea, nascita, Natale, ecc).

Quante volte riceviamo un regalo inutile mentre quelli più desiderati mancano sempre?

Il mercato target di Growish è quello dei merchant ad alto valore aggiunto, settore fashion (brands), consumer goods, viaggi, arredamento & design, liste nozze, regalistica ed oggettistica.

Ogni anno vengono spesi oltre € 5 miliardi in regali a Natale solo in Italia. Il 44% degli oggetti ricevuti (circa 794 milioni di euro) sono indesiderati o doppi e rimangono inutilizzati e relegati negli armadi o nelle cantine. “I suggerimenti dei regali desiderati dagli utenti dei social media generano acquisti doppi rispetto a quelli che derivano dal mondo non-social.” Dai recenti sondaggi emerge che 1 utente su 5 acquista un prodotto che aveva precedentemente pinnato, mentre circa 12 milioni di italiani si fidano dei social network nei processi di acquisto e 6 milioni scoprono nuovi prodotti tramite i social network.



Business

Jumpin nasce come iniziativa dedicata al Social Buying e più precisamente ai “daily deals”. Jumpin ha saputo creare una piattaforma originale con funzionalità uniche che la contraddistinguono dalle innumerevoli piattaforme cloni: partecipazione e social sharing (gamification), modelli di deal (a scalare), tipologia di offerta (B2B, whitelabel, aggregatore). La formula è la medesima dei competitor: aiutare i partner a promuovere le proprie attività commerciali attraverso le offerte che vengono presentate sulla vetrina Jumpin, vendendo quindi online, in modo facile e sicuro, coupon che permettono agli utenti di fruire di prodotti o servizi a prezzi molto vantaggiosi.

Jumpin – grazie alla pressione pubblicitaria su Virgilio e all'efficacia della rete “iopubblicità” – ha creato un database di oltre 500.000 utenti iscritti e quasi 20.000 offerte.

A seguito dell'uscita di Matrix S.p.A. dal Gruppo Telecom Italia, Jumpin ha perso un partner importante per lo sviluppo di questo business. Le prospettive della società sono fondate su un brand tra i più noti del settore, un database utenti importante e una piattaforma tecnologica molto performante.



Business

LiveXtension è una agenzia di marketing communication in grado di ideare, progettare, gestire iniziative di comunicazione su più media. LX ha un forte focus sui media digitali e sociali, ma anche sull'innovazione applicata a mezzi e tecniche più classiche. Garantisce ai propri clienti il migliore controllo dell'efficacia della comunicazione e del raggiungimento degli obiettivi, grazie alla conoscenza di diversi strumenti di reporting e all'utilizzo di tecniche analitiche sviluppate in proprio. L'agenzia ha studiato e progettato una propria piattaforma di gestione e ottimizzazione delle tecniche di SEO, SEM e Social Media Marketing. LX ha creato e gestito campagne di successo per Fiat, Intesa Sanpaolo, Ilva Saronno, Sorgenia, Disney Television, Jumpin, Azimut Holding, Seven, Telecom Italia.

L'e-commerce nel 2015 ha registrato nel mondo una crescita importante (+20,9%), raggiungendo circa \$1.600 mld di fatturato. In questo contesto si inserisce Facebook, che con oltre 25 milioni di utenti registrati in Italia e 12 milioni di utenti attivi nel giorno medio sta scalando posizioni nel mercato dell'advertising online mondiale.

Il mercato dell'advertising Italiano su Facebook sarà caratterizzato da una forte crescita nei prossimi 3 anni sulla scia dell'espansione del mercato statunitense e si prevedono tassi di crescita superiori al 25-30% per il 2016 e di poco inferiori per il 2017 e 2018.



Business

Smappo è una piattaforma di event management per privati, aziende, enti e associazioni. Grazie alla modalità selfservice, ogni utente può creare e condividere un evento all'interno del proprio network, gestire tutte le fasi di pre-evento, dall'invio degli inviti alle conferme di partecipazione tramite form facilmente personalizzabili online, fino alla gestione della vendita del proprio ticket di ingresso e all'automatismo del pagamento e dell'incasso. Grazie alle caratteristiche di geolocalizzazione di tutta la piattaforma, Smappo offre geostatistiche sull'andamento delle registrazioni e vendita di ticket del proprio evento. Recentemente aggiornata, la piattaforma permette anche la creazione di community verticali per la creazione di social calendar, creando così una piattaforma tecnologia all'avanguardia per il self provisioning nel mercato degli eventi.

Plannify è il motore di ricerca di eventi, manifestazioni e spettacoli con funzionalità social: sarà possibile trovare ogni iniziativa sul territorio, organizzare la propria agenda, condividere le proprie scelte e invitare gli amici. Plannify si rivolge a tutti coloro che vogliono cercare e partecipare a ogni tipologia di evento, ma è anche una piattaforma business, per chi li organizza, che dà la possibilità di promuovere la propria iniziativa e di rivolgersi direttamente al pubblico interessato. Grazie alla sua piattaforma tecnologica, Plannify ad oggi propone oltre 300.000 attività al mese, ed è in grado di suggerire giorno per giorno gli eventi più vicini agli utenti, a seconda del luogo in cui si trovano e dei loro gusti, hobby e passioni. Plannify permette di acquistare direttamente i biglietti online di concerti, mostre, spettacoli, tramite partnership esclusive con società di biglietteria e intrattenimento live, locali pubblici e agenzie di promozione.

Insieme danno vita al **principale event network italiano**: l'integrazione tecnologica consente di creare un'unica piattaforma **per organizzare e gestire** un evento in modalità self service con l'emissione di biglietti, verifica degli accessi, profilazione dei partecipanti e per **promuovere gli eventi**, grazie a un network che raggiunge **15 milioni di impression al mese**.

**PREMIUM
STORE**

Business

PremiumStore è l'edicola online dell'editoria premium italiana, dove l'utente può cercare, scegliere, consultare e acquistare giornali, magazine, video, da qualunque device in formato HTML5, quindi liberamente fruibile fuori dagli store come iTunes, Android, ecc...

La piattaforma integra un completo sistema di pagamento e la possibilità di collegarsi alle APP pre-esistenti.

Due sono le caratteristiche principali di Premium Store:

- La possibilità di ricercare sui contenuti delle testate degli editori aderenti (come in uno strumento di rassegna stampa) e la possibilità acquistare e sfogliare la pagina dal browser con l'articolo desiderato senza preventivo scaricamento di App ed il successivo download del numero della testata.
- La creazione di un portafoglio di pagamento su cui veicolare i pagamenti da parte degli utenti finali tramite carta di credito o analoghi strumenti elettronici di pagamento e mediante server sicuro.

Quello delle edizioni digitali è uno dei mercati che più di altri ha beneficiato della diffusione di dispositivi portatili quali smartphones di ultima generazione e tablets tanto in voga negli ultimi anni.

Dopo aver vissuto per anni in stato embrionale, ha intrapreso infatti un percorso di crescita estremamente interessante, attirando l'attenzione in primis degli editori (che vedono in tale strumento un doppio vantaggio legato alla diffusione dei propri brands e ad un sistema di più economica distribuzione dei costi fissi) e quindi degli altri operatori interessati a proporre sistemi di interfacciamento tra editore e consumatore.

Business

ProFeeling è una piattaforma per la pianificazione della pubblicità sui social network (Facebook) e sulle property collegate ai profili sociali. Si posiziona nei social media come la tecnologia semantica e relazionale in grado di: estrarre le informazioni relative a profilo, bisogni e consumi degli utenti e di abbinare un opportuno formato pubblicitario rispetto agli obiettivi di chi investe in comunicazione. Con ProFeeling è possibile pianificare advertising (principalmente video) su un determinato target (per caratteristiche sociodemografiche, per interessi, ecc...) all'interno delle Facebook Apps e nei siti connessi tramite FB Connect.

I bacini di audience costruiti da ProFeeling sono di alta qualità: vengono profilati per caratteristiche sociodemografiche, interessi e stili di vita, e forniscono dati essenziali come: sesso, età, area geografica, livello di istruzione, professione, interessi (determinati dai likes, commenti e condivisioni su Facebook).

ProFeeling offre ai publisher la massimizzazione dei rendimenti dai loro siti e dalle loro applicazioni, monetizzando bacini inutilizzati o incrementando le proprie revenue da advertising.

Business

Sinapsi è un system integrator specializzato nell'erogazione di servizi professionali e nello sviluppo di soluzioni basate su piattaforma J2EE e tecnologie FOSS (Free and Open Source Software). Nata nel 1996 è fra le società pioniere di Internet in Italia. Sinapsi ha due sedi operative: a Milano e Zagabria (Croazia). Nel corso della sua storia Sinapsi si è specializzata nel trovare il mix

ideale di integrazione tra software proprietari e pacchetti FOSS, con l'obiettivo di fornire le migliori competenze nella scelta e nello sviluppo di soluzioni custom.

I servizi offerti da Sinapsi includono:

- formazione specialistica sulle tecnologie e metodologie di sviluppo in ambiente J2EE
- selezione dei migliori mix di pacchetti software proprietari e FOSS in termini di rapporto qualità/prezzo e di licenze OSI
- analisi, progettazione, sviluppo e manutenzione correttiva/incrementale di soluzioni custom chiavi in mano e a consumo
- soluzioni di streaming audio/video basate su tecnologie aperte e proprietarie
- soluzioni aperte di gestione della proprietà intellettuale (DRM – Digital Rights Management).

Business

Ulaola è un marketplace lanciato nel 2012, nata per promuovere all'estero prodotti dallo stile italiano attraverso una community che raccoglie amanti di design, arte, moda e vintage di alto profilo.

Ulaola si rivolge ai giovani creativi, agli artigiani e alle piccole realtà produttive e ha l'obiettivo di portare le eccellenze del Made in Italy in tutto il mondo, dando spazio allo spirito creativo che caratterizza gli italiani.

I prodotti commercializzati da Ulaola sono ad alto contenuto artigianale e sono, per loro stessa natura, "unbranded": questo ne permette la vendita ad un competitivo rapporto qualità/prezzo. La strategia commerciale di internazionalizzazione vede come primi paesi Germania e paesi UE ed in seguito punta ad aggredire in seguito altri mercati esterni all'Unione Europea ritenuti penetrabili dalla Società.

La società ha inoltre concluso un importante accordo con Confartigianato per diventare la piattaforma e-commerce di riferimento dei makers italiani per lo sviluppo internazionale del Made in Italy.

Business

Wazzap, vuole essere il telecomando del web, la guida sociale di riferimento ai contenuti video online di qualità, premium in modalità streaming e on demand. Ad oggi Wazzap raccoglie e organizza l'offerta video di centinaia di canali streaming e televisivi e oltre 20.000 video on demand disponibili su web, dando la possibilità di accedervi con semplicità. Genera inoltre la guida TV (adottata da Kataweb/TvZap anche mobile) con uno spider che indicizza i palinsesti dei broadcaster.

La missione di Wazzap è l'acquisizione di posizione dominante nel mercato italiano dei servizi OTT dedicati al video premium online e all'interazione a fruizione congiunta tv/connected-tv/smartphone/tablets o social tv ecosystem; intercettando la domanda di fruitori di video, orfani del mercato pirata e di Blockbuster, ed esposti alla complessità della frammentazione dell'offerta.





Business

YOUNG è un progetto di editoria online indipendente con differenziazione dei contenuti e dei prodotti d'informazione e di intrattenimento. Propone approfondimento giornalistico di qualità: interviste, inchieste, produzioni e reportage on demand, e-learning, ma anche format video. I contenuti di YOUNG potranno essere finanziati direttamente dagli utenti (crowdfunding) per sostenere e premiare il lavoro dei giornalisti, blogger, videomaker e collaboratori più bravi e preferiti dal pubblico web.



Business

Prestiamoci è un marchio di proprietà di Agata SpA, società iscritta all'albo degli intermediari finanziari. Prestiamoci è una comunità online che mette in contatto richiedenti meritevoli di credito e risparmiatori interessati a un modo remunerativo e innovativo per investire tale per cui entrambi ne abbiano un beneficio finanziario. Tutto avviene online. Il modello di credito tipico di una banca, con le sue complessità e costi, viene sostituito con uno più veloce, efficiente e incredibilmente trasparente.

Il modello di business di Prestiamoci (P2P Lending o prestito fra persone) è già un successo in tutto il mondo. Il mercato Italiano è grosso abbastanza da poter immaginare lo sviluppo in una grande azienda. Prestiamoci è una 106 approvata e vigilata da Banca d'Italia. Al momento è l'unica finanziaria autorizzata a fare questa attività in Italia.



Business

DeRev è la principale piattaforma italiana di crowdfunding per finanziare progetti creativi e innovativi rivolti alla comunità. DeRev ha costruito un network di relazioni operative a livello nazionale e internazionale e dialoga quotidianamente con soggetti istituzionali, brand, partiti politici, associazioni di categoria, operatori culturali, università e incubatori di impresa per contribuire a diffondere la cultura e la pratica del crowdfunding e della social innovation con una particolare attenzione ai settori di arte e cultura, startup e tech, politica e democrazia partecipativa, attivismo e no-profit. La startup ha sede sia a Napoli che a Milano ed è composta da un team di giovani talenti impegnati quotidianamente a inventare strategie, prodotti e servizi innovativi. Oggi DeRev è un'azienda leader in Italia nel mercato del crowdfunding, della democrazia partecipativa e della comunicazione virale sui social media. Nel 2012 DeRev chiude una delle più rilevanti operazioni di early stage siglate in Italia, ricevendo un investimento di 1,25 milioni di euro da Vertis Venture e da Withfounders. La startup ha due sedi a Napoli e a Milano, e conta un team di 10 giovani talenti. Con oltre 5 milioni di utenti italiani iscritti alle proprie pagine sui social network, le campagne di crowdfunding su DeRev hanno raccolto più di 1.300.000 Euro e oltre 15.000 persone hanno usato la piattaforma per contribuire a progetti culturali, benefici, politici e imprenditoriali. DeRev ha costruito un network di relazioni a livello nazionale e internazionale con istituzioni, partiti politici, aziende italiane e multinazionali, operatori culturali, organizzazioni no profit, università e incubatori. A giugno 2013, il Parlamento Europeo e Microsoft hanno incluso DeRev tra i Digital Democracy Leaders. A marzo 2014 Digital Magics investe in DeRev, acquisendo circa il 17,5% delle

quote della startup e insieme al team lanciano un nuovo modello di business basato sul crowdfunding civico per gli enti pubblici e le opere di pubblico interesse.



Business

Buzzoole – startup digitale innovativa – è la prima piattaforma italiana di IEO (influence engine optimization) che ottimizza la presenza online degli utenti. Grazie all'algoritmo proprietario sviluppato, Buzzoole permette sia a grandi operatori industriali che a piccole e medie imprese, italiani e internazionali, di identificare qualitativamente gli influencer del proprio mercato e di generare passaparola su prodotti e servizi attraverso i trendsetter individuati, remunerandoli con offerte dedicate come sconti, test di prodotti, inviti esclusivi. Grazie alla tecnologia di Buzzoole, le aziende potranno pianificare in totale autonomia campagne di buzz marketing con budget liberi e flessibili.

Buzzoole è stata premiata da SAP and PoliHub come startup più innovativa in ambito Big Data, Real Time e Predictive Analysis.



Business

Intertwine è una piattaforma web che permette agli utenti la creazione e la pubblicazione di opere multimediali condivise. Il portale si basa su due figure:

- Plotter, colui che crea il plot, cioè l'intreccio dell'opera e lo mette a disposizione della community per continuare il progetto.
- Brickers, la community che crea e condivide Brick, cioè i mattoncini che servono per continuare a costruire l'opera ideata dal plotter.

I brick possono essere di tipo testuale, audio, video o immagini: in tal modo daremo la possibilità di creare un nuovo standard di intrattenimento, un ebook 2.0, che permetterà una maggiore immersività da parte del lettore. Una volta terminato il processo di creazione dei brick, il plotter sceglierà i più validi e creerà un intertbook, un'opera multimediale. Gli intertbook saranno distribuiti sui principali canali di digital delivering, generando guadagni per il plotter, per ogni bricker che ha partecipato al progetto e, naturalmente per la piattaforma. L'obiettivo del portale è quello di creare un nuovo formato d'intrattenimento che unisca i classici libri di testo con la moderna comunicazione multimediale.



Business

ilmangione.it è una piattaforma web e una comunità di appassionati di eno-gastronomia che frequentano regolarmente i ristoranti. All'interno de ilmangione i comuni avventori possono condividere le proprie esperienze per tutti coloro che stanno cercando il ristorante giusto per un evento di lavoro o una serata con amici. ilmangione è uno strumento unico nel suo genere – dotato di una piattaforma innovativa – che consente un'elevata dinamicità nella diffusione delle informazioni: una fonte in costante aggiornamento, alla portata di tutti, sul maggior numero possibile dei ristoranti italiani e non solo.

L'obiettivo de ilmangione è quello di offrire a tutti gli utenti e agli appassionati di eno-gastronomia un ambiente nel quale scambiarsi informazioni ed esperienze, mettendo a disposizione la propria capacità critica e di giudizio.



Business

Skillme è un network digitale di professionisti indipendenti e loro clienti che – attraverso tecnologie e software all'avanguardia – raccoglie, analizza, organizza e diffonde i dati (come competenze, referenze, disponibilità, costi, riferimenti di contatto e tanto altro) permettendo la creazione di rapporti di business online diretti ed efficaci tra domanda e offerta. Skillme è il marketplace che mette in contatto diretto chi cerca e chi offre opportunità di business, privo di moderazione, lasciando liberi gli iscritti di giudicare la controparte. La piattaforma tecnologica stila una vera e propria classifica – trasparente e intuitiva – che pone in evidenza il miglior lavoratore grazie all'assegnazione di un rating.



Business

Private Broker si occupa della consulenza finanziaria personalizzata attraverso una innovativa piattaforma digitale. Il progetto prevede lo sviluppo di un sofisticato algoritmo di calcolo, coadiuvato da selezionati professionisti in grado di generare in tempo reale e in modo semi-automatizzato la composizione ideale del portafoglio per i clienti della Società.

L'approccio ad elevata tecnologia e automazione è in grado a costi contenuti, nemmeno lontanamente paragonabili ai costi dei “wealth managers” tradizionali, una informazione approfondita e chiare indicazioni di investimento che possono essere attuate direttamente dall'utente sul proprio conto o attraverso la piattaforma della SIM. L'obiettivo strategico prevede nel medio lungo termine, facendo leva sulla progressiva disintermediazione dell'attività di asset management, lo sfruttamento di microtransazioni, microinvestimenti e la gestione passiva su un elevato portafoglio di utenti in una logica che combina piccoli costi di accesso ed elevato contenuto consulenziale.



Business

Beestay è attiva nell'ambito della creazione, gestione e manutenzione di una piattaforma di distribuzione (booking engine) con strumenti di alta efficienza per le travel companies, che possono avere completa libertà d'azione in tutti i canali di distribuzione esistenti in rete tanto b2b come b2c. L'efficienza operativa dei suoi sistemi consente di offrire soluzioni innovative che automatizzano il processo di consultazione e di gestione interna dei prodotti che si intendono offrire, riducendo i costi e utilizzando i canali più performanti. Attraverso lo “unified connectivity gateway” è possibile unire dati da più fornitori di prodotti di turismo, organizzare e distribuire contenuti di viaggio, applicare business rules sofisticate tanto in entrata (lato prodotto) quanto in uscita (lato distribuzione).



Business

Tasteet! è una società attiva nel settore digitalweb e crossmedialità. L'azienda ha realizzato una innovativa piattaforma social che consente ai ristoratori e ai proprietari di locali di creare una propria vetrina online, attraverso cui gestire e pubblicare una versione digitale del proprio menu. L'obiettivo dell'impresa è raccogliere tutta l'offerta enogastronomica italiana, organizzarla con dati strutturati quali foto, descrizioni, prezzi, ecc., renderla disponibile in cloud, ed attraverso la

piattaforma on-line consentire agli utenti di trovare il miglior ristorante che offre il piatto desiderato.



Business

Oggi lo smartphone è diventato un elemento insostituibile. La maggior parte dei servizi sono oggi principalmente acquistati e utilizzati da questi dispositivi. Ogni nuova tecnologia viene pensata e realizzata prima di tutto per “mobile”. In questo scenario le APP svolgono quindi un ruolo fondamentale: il loro corretto funzionamento, la sicurezza dei dati gestiti, come, quando e quanto vengono usate, sono informazioni importantissime per qualsiasi azienda al fine di correggere e/o migliorare i servizi accessibili via APP. Grazie ad AppMeter, l'innovativa piattaforma di AppMetrics tutto ciò è possibile.



Business

È un circuito di credito commerciale tra aziende, il cui carattere innovativo consiste nella multilateralità dello scambio di beni e servizi attraverso l'assunzione di crediti da parte di chi vende e di debiti da parte di chi acquista, nei confronti di imprese interne al circuito, crediti che sono utilizzabili per altre vendite e altri acquisti da effettuare in tempi successivi. Questo meccanismo consente la fluida circolazione degli scambi, garantita dalla scadenza di crediti e debiti all'interno del circuito. In 2 anni di attività la startup ha associato oltre 450 imprese in tutta Italia, permettendo lo scambio, attraverso moneta complementare, di merci e servizi dei più diversi settori dell'economia, dall'industria al commercio, dal terziario all'agricoltura, fino ai professionisti.



Business

Mimesi opera nel settore del media monitoring e delle rassegne stampa, utilizzando un processo produttivo innovativo. Il software proprietario è in grado di digitalizzare tutti gli articoli monitorati e la tecnologia semantica permette di massimizzare il valore dei contenuti, garantendo una rassegna di qualità con il miglior indice di pertinenza del mercato. Oggi Mimesi è il terzo player del mercato italiano (CAGR fatturato: +19% annuo negli ultimi 4 anni) con clienti di diverse tipologie, tra cui agenzie di comunicazione e digital PR, settore privato (trasversalmente a svariati ambiti economici), editori e PA.



Business

SOLO realizza un POS virtuale che consente a qualsiasi merchant (professionista o impresa) di accettare pagamenti con carte di credito e di debito senza dover strisciare la carta in un supporto fisico, con l'intento di abbattere le barriere per l'adozione dei POS da parte di esercenti e commercianti che vedono nella burocrazia e nella strumentazione degli ostacoli che limitano l'accettazione dei pagamenti con carta. Con SOLO il merchant condivide un link web al proprio profilo pubblico e verificato con i clienti, che possono pagare comodamente da qualsiasi dispositivo: uno smartphone, un tablet o un qualsiasi computer. Con SOLO non è necessario utilizzare alcun

device o dispositivo hardware, nessun costo fisso e nessun canone mensile per il merchant. Nessuna applicazione da scaricare e nessuna registrazione per il cliente.



Business

Trova La Zampa è il portale dedicato agli animali domestici e offre un servizio completo di informazioni, consigli e aiuti dedicati ai pet lover. Punto di forza del sito è la ZampaMap, una mappa in cui si possono geolocalizzare numerose informazioni e servizi legati al mondo degli animali. Il portale ospita anche numerose rubriche con lo scopo di rispondere ai dubbi più comuni in tema di salute, benessere, alimentazione, igiene, toelettatura, educazione, addestramento e molto altro ancora. Il sito ospita anche una sezione dedicata alle campagne di sensibilizzazione sociali su temi riguardanti gli animali domestici.



Business

Talent Garden (TAG) è una piattaforma fisica, un campus per i talenti dell'innovazione. TAG fornisce lo spazio, la community e i servizi di cui talenti, innovatori e startupper hanno bisogno per sviluppare il proprio business. È il luogo perfetto per sviluppare le proprie idee in un ambiente stimolante e creativo in cui si svolgono spesso workshop, seminari, masterclass, hackathon, campus, pensati per permettere alle persone di lavorare, collaborare, connettersi, imparare e festeggiare i successi insieme. Gli spazi includono posti per lavorare, rilassarsi, bere un caffè, pensare ed incontrare altri talenti e contaminare le proprie idee. Sono aperti 24/7 e offrono tutto ciò che serve per far crescere le proprie idee. TAG è oggi il principale network di co-working europeo, presente con 17 campus in Italia, Spagna, Albania, Lituania.



Business

Il progetto Tripitaly.it è il primo portale "open" per l'incoming del turismo in Italia, sviluppato in partnership con il Gruppo Uvet, polo distributivo leader nella fornitura di servizi e soluzioni per viaggi leisure, business travel, miche e pharma, e con il patrocinio di Confturismo, struttura di riferimento di Confcommercio-Imprese per l'Italia per il comparto del turismo. La piattaforma innovativa raggrupperà in un solo hub le informazioni, i servizi e le diverse offerte commerciali per fornire ai turisti, che arrivano dall'estero, un punto di riferimento unico che consenta in modo semplice e veloce di pianificare e acquistare il proprio pacchetto vacanza personalizzato e su misura. Al sito internet sarà affiancata un'applicazione mobile che accompagnerà i turisti stranieri durante il loro soggiorno in Italia.



Business

È il primo portale multilingue dedicato alla ricerca delle SPA (centri benessere) in ogni parte del mondo, con un motore di ricerca ricco di oltre 100 parametri che consentono di scegliere la SPA che meglio si accorda ai propri desideri, con la possibilità di recensirla anche in modalità certificata. Punto di riferimento, con YOUSPA Magazine, per informazioni e cultura del benessere.



Business

Startup innovativa che propone cofanetti regalo con una formula originale: oltre ai tradizionali cofanetti regalo selezionabili dal ricco catalogo, il cliente può confezionare il proprio cofanetto personalizzato, scegliendo tra migliaia di prodotti di centinaia di brand; in questo modo, il regalo sarà il più vicino possibile ai gusti e agli interessi del destinatario. L'azienda, partecipata dai fondatori e da numerosi finanziatori che contribuiscono allo sviluppo, ha tassi di crescita molto interessanti e sta sviluppando una strategia B2B e, grazie anche alla partnership con Digital Magics, una sofisticata value proposition digitale. Digital Magics sostiene l'iniziativa con i propri servizi di accelerazione per la crescita e lo sviluppo tecnologico e strategico della società.



Business

Startup innovativa nel settore dell'intermediazione immobiliare, intende incrementare il matching fra domanda e offerta tramite la piattaforma WIKIRE.it, il sistema "social" di multiple listing service (MLS) in cui gli agenti immobiliari possono scegliere con chi, fra colleghi, condividere i propri incarichi e portafoglio creando efficaci e proficue collaborazioni. Grazie all'adesione al progetto delle reti Gabetti, Professionecasa, Grimaldi e RE/MAX Italia, WIKIRE ad oggi ha superato le 2.000 agenzie. Inoltre, ha lanciato WIKICASA.it, il portale di annunci immobiliari con sole inserzioni garantite da professionisti abilitati, per offrire maggiore trasparenza e affidabilità agli utenti che ricercano un immobile online. Digital Magics sostiene l'iniziativa con i propri servizi di accelerazione per la crescita e lo sviluppo tecnologico e strategico della società.



Business

E' una piattaforma californiana di crowdsourcing, un innovativo strumento per la selezione, il finanziamento e la realizzazione di nuovi progetti: una community mondiale di decine di migliaia di aspiranti imprenditori propone sulla piattaforma la propria idea; una altrettanto corposa community di menti creative e imprenditoriali discute, elabora e raffina le idee migliori; sempre attraverso la piattaforma web, vengono raccolte adesioni per finanziare i progetti e per creare uno staff di professionisti distribuito a livello globale che realizzano il progetto ottenendo, il cambio del proprio contributo, stock-option dell'iniziativa. Ha già avviato con questo format diversi progetti, alcuni dei quali particolarmente ambiziosi come la realizzazione del treno iperveloce Hyperloop.



Business

La startup innovativa che ha sviluppato e lanciato, con il brand WeBeers, l'e-commerce per scoprire e ordinare le migliori birre artigianali italiane dei birrifici più esclusivi e prestigiosi presenti in tutte le regioni d'Italia. I due giovani fratelli e Fondatori, Alberto Maria Gizzi e Gimmarco Maria Gizzi, offrono a tutti gli appassionati della birra artigianale italiana non solo di acquistare le proprie birre preferite con sconti esclusivi e consegna in 48 ore (grazie all'utilizzo di un packaging ideato per garantire la massima sicurezza durante il trasporto), ma anche conoscere tante curiosità e consigli su come gustare le birre proposte all'interno del portale e sul mondo dei mastri birrai italiani: professionisti e personaggi capaci di riflettere nei loro prodotti gli aromi, i sapori e i profumi dei loro

territori. WeBeers offre anche pacchetti in abbonamento per ricevere periodicamente una selezione speciale di birre artigianali italiane a prezzi vantaggiosi e con spedizione gratuita.

VOLUMEET

Business

È una startup innovativa che gestisce un social network che permette ai fan di tenere traccia di tutti i contenuti social dei propri artisti preferiti, ricevendo notifiche in tempo reale ad ogni nuovo post. La piattaforma aggrega tutti i contenuti presenti sui canali ufficiali degli artisti facendoli confluire in un unico contenitore e mette in contatto i fan di uno stesso artista, funzionando così da vero e proprio social network musicale. Il fan non deve più seguire il proprio artista preferito sulle diverse piattaforme (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Tumblr, Last.fm, Wikipedia, Musicbrainz, Spotify, Deezer, etc.) ma riceve tutte le notizie attraverso l'utilizzo di Volumeet, i cui contenuti sono aggiornati in tempo reale.

È stata fondata a Napoli ed è controllata da Massimo Morgante, 37 anni, esperto del settore e con precedenti esperienze imprenditoriali di successo.



Business

Startup che ha sviluppato e lanciato, con il brand ProfumeriaWeb, l'e-commerce beauty ed è leader in Italia per la vendita online di profumi, cosmetici, prodotti per capelli, prodotti di bellezza e make-up, con sconti fino al 60%. Su www.profumeriaweb.com sono disponibili oltre 5.000 prodotti tra cui molti profumi introvabili nei negozi, a prezzi particolarmente vantaggiosi. ProfumeriaWeb registra più di 1 milione di pagine viste ogni mese e un'altissima soddisfazione da parte dei propri clienti: il 90% assegna al servizio una valutazione di 5 stelle. La startup ha così ottenuto il sigillo NetComm GOLD, riservato agli e-commerce più efficienti e attenti alla soddisfazione dei consumatori. Vincenzo Cioffi è il Fondatore e CEO di ProfumeriaWeb: da oltre 15 anni lavora nel settore del marketing e dell'advertising online in ambito e-commerce. Ha lavorato come Project Manager nella web agency Grey Interactive e successivamente come Sales Manager in TradeDoubler. È stato responsabile, nella divisione advertising di Microsoft, delle soluzioni di marketing performance-based e, in Amazon Italia, Head of Marketing.



Business

Nata nel 2013 dalla mente imprenditoriale di un gruppo di giovani tedeschi e olandesi con grande esperienza nell'e-commerce, offre un servizio "smart", intelligente, di acquisto di pneumatici online: rendere l'acquisto delle proprie gomme con un click un'esperienza semplice, intuitiva, veloce e conveniente.

Oggi PneuSmart è attiva in Olanda, Germania e Italia e presto sarà disponibile anche in altri mercati europei. L'offerta comprende pneumatici di tutte le migliori marche esistenti sul mercato europeo, in grado di soddisfare tutte le necessità: da quelle dei clienti più esigenti, che vogliono pneumatici ad altissime prestazioni e di marca primaria, a quelle dei clienti che utilizzano la vettura prevalentemente in città e che sono alla ricerca di un pneumatico che abbia un buon rapporto qualità prezzo. Grazie alle partnership con tutti i principali distributori di pneumatici europei,

Pneusmart riesce a consegnare qualsiasi pneumatico in sole 48 ore dalla conferma dell'ordine e la consegna è gratis a partire da due gomme. Pneusmart ha investito molto sul servizio clienti con l'obiettivo di riuscire ad offrire un'esperienza di acquisto serena e a superare le diffidenze di quei consumatori che si informano online, ma spesso esitano a concludere l'acquisto per la mancanza di un rapporto diretto con il "negoziante" nelle attività postvendita.



Business

Startup innovativa che ha progettato e brevettato un nuovo sistema di home automation che – inserendosi all'interno delle scatole elettriche e sostituendo gli interruttori di casa – controlla luci, termostati, prese, tapparelle, valvole e gli altri oggetti connessi a internet. Questa smart home company italiana offre un prodotto tecnologico aftermarket, facile da installare, all-in-one: un solo oggetto con molte funzioni, competitivo anche in termini di costi. L'interfaccia innovativa di Almadom.us è user friendly: via touchscreen, smartphone, Tablet, PC o anche tramite comandi vocali. Il suo microcomputer comanda elettrodomestici e dispositivi elettronici direttamente collegati tramite i cavi elettrici, comunica via wi-fi con altri Almadom.us e attraverso tecnologie domotiche con device IoT (Internet of Things) presenti in casa. Il software intelligente di Almadom.us impara dalle abitudini degli utenti, senza modificarle, e agisce in autonomia migliorando il comfort delle persone. La neo-impresa digitale è stata fondata da Marco Zanchi e Alessandro Benedetti, che ne detengono circa il 54%, e Mover Investimenti (4,7%) il cui CEO, Mario Molinari, co-fondatore di Sorgenia – vanta un'esperienza ventennale nel settore energia. L'iniziativa è già stata selezionata e ha ricevuto riconoscimenti da diversi programmi internazionali per lo sviluppo dell'innovazione tecnologica. Alla fine del 2015 ha completato un round di investimento da oltre 570 mila euro, che ha visto l'ingresso nella compagine sociale (oltre a diversi business angels) del Gruppo Innovatio, importante operatore nel settore dell'energia (circa 15% del capitale di Almadom.us).



Business

È la startup innovativa che ha sviluppato il servizio di food delivery in Italia con l'obiettivo di cambiare il modo in cui gli italiani cucinano e mangiano tra le mura domestiche. Nasce dall'idea di due ragazzi trentenni (Andrea Bruno e Daniele Bruttini) che si sono conosciuti lavorando per Zalando e che, quando vivevano a Berlino, avevano l'esigenza di farsi recapitare comodamente a casa cibo italiano di qualità.

Quomi consegna gratuitamente – a casa o in ufficio – ingredienti italiani di alta qualità, freschi e già dosati per iniziare subito a cucinare. Ogni settimana è online un menù con 9 ricette facili e gustose, selezionate da chef professionisti, tenendo conto della stagionalità dei prodotti e delle specialità regionali della cucina italiana. Una volta scelte le ricette preferite, Quomi farà la spesa per gli utenti e la settimana successiva recapiterà in comode scatole gli ingredienti già dosati e le istruzioni per cucinare. Quomi acquista i prodotti freschi direttamente dai produttori italiani, senza intermediari, nelle dosi giuste per le ricette ad un prezzo così sostenibile e spedisce in 24 ore il box con la spesa ordinata. La freschezza è garantita dal contenitore isotermico e dal gel refrigerante. Quomi è molto attenta al rispetto per l'ambiente: gli scarti e le eccedenze di cibo sono ridotti al minimo: la scatola si può riciclare nella carta, il polistirolo nella plastica e il gel refrigerante si può riutilizzare come ghiaccio o come borsa d'acqua calda, semplicemente scaldandolo in acqua bollente.

**Business**

La startup innovativa che ha sviluppato e lanciato, con il brand Foodscovary, la piattaforma web e mobile per conoscere e acquistare i prodotti icona della gastronomia italiana direttamente dai laboratori e produttori artigianali del territorio come panifici, pasticcerie, macellerie, caseifici. Il modello di business di Foodscovary si basa sull'innovazione a sostegno delle piccole economie locali, con la creazione e lo sviluppo di un sistema automatizzato di ritiro e consegna in 24/48 ore, che permette di ricevere e gustare oltre 1.500 prelibatezze presenti in catalogo. È stata fondata nel 2014 con un investimento di 500.000 euro da parte di F.I.R.A. – Finanziaria Regionale Abruzzese – che gestisce il Fondo Starthope, Fondo di seed capital destinato a investimenti in startup che abbiano sede in Abruzzo. Recentemente Foodquote ha completato un round di finanziamento che, oltre all'investimento da parte di Digital Magics e un ulteriore investimento da parte di F.I.R.A., ha visto l'ingresso nella compagine sociale di alcuni business angel e l'editore de Il Fatto Quotidiano, che ha l'obiettivo di diversificare e integrare il business tradizionale.

Fig. 5 – Le società partecipate

Società Controllate	Revenues	EBITDA	EBIT	Revenues	EBITDA	EBIT	Revenues	EBITDA	EBIT
Dati in (€ '000)	2016	2016		2017	2017		2018	2018	
4W Marketplace	10.180	807	191	12.453	807	191			
AdRaptors	1500	0		3000	548		2750	909	
Digital Bees + Singring	607	-131	N/A	1124	-10	N/A	1707	266	
Easybaby	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A		N/A	
Eclettica	757	128	93	909	209	173	1090	371	177
Emotional Target	515	49	49	768	97	70	821	135	204
Growish	269	-202		583	-13		1450	672	
Jumpin	486	-78	-111	5871	141	91	8058	412	337
LiveXtention	280	260		2400	350		2900	440	
Digital Events (Plannify)	314	41	-63	837	528	395			
PremiumStore	1593	-138	-383	2340	43	-222	3724	276	11
Profeeling	121	-19		615	512		1524	1392	
Sinapsi	1320	88		1400	110		1500	137	
Sharide	670	53		700	72		750	97	
Ulaola	49	-71	-141	49	-51	-121	724	224	154
Wazzap	755	165	N/A	834	339	N/A	1035	405	
YOU-ng	182	22	N/A	580	272		1424	1017	
Agata (Prestiamoci)	427	-577		1535	117		3155	1065	
Buzzoole	2514	119	1378	5191	1423	2881	9511	2925	3899
DeRev	270	34		280	36		300	42	
Il Mangione	39	8	N/A	63	23	N/A	94	45	
Intertwine	201	-240	-257	962	76	23	2239	992	917
Private Broker	219	-918	-937	1506	-785	-812	4926	376	349
BeeStay	467	33		1515	582		3457	1896	
Tasteet!	81	-99	-147	369	49	-7	877	326	258
AppMetrics	405	34		1584	672		3979	1899	
CambioMerci.com	379	-431	-444	1588	126	84	2919	878	807
Xoko	240	-133	-135	644	130	123	1317	593	585
Mimesi	3115	230		3200	260		3360	300	
Solo	4	-32		252	-442		1767	126	
Talent Garden	4322	-242	-242	9685	387	58	29817	4836	3489
Tripitaly	5500	-3600	-4700	24800	1800	-200	41300	8000	6400
Trova La Zampa	110	-3		226	39		451	133	
YOUSPA	2573	-364	-390	14625	1296	1245	39618	11316	11210
Wish List	2747	167	106	4458	632	581	7866	1607	1576
WikiRE	1387	114	-330	4467	1121	282	6862	1950	676
Hyperloop (Jumpstarter)	1000	-15869		2000	-19459		4000	-25188	
B2G WeBeers	556	-21		1584	221		3213	777	
Volumeet	106	-239	-240	928	3	2	2393	926	923
VIN.CI (Profumeriaweb)	6637	129	38	9369	417	191	14111	1652	1310
Pneusmart b.v.	5	-782	-840	11	-947	-1033	22	-11	118
Almadomus	886	-275	-334	5946	709	461	14217	1803	
Quomi	835	-404		4095	-515		10260	235	
FOODQUOTE	486	-193	13	1101	448	17	1858	1146	18
Totale	57.700	(21.408)	(6.650)	137.920	(7.454)	4.489	243.346	27.397	33.416

Fonte: Digital Magics

La valutazione

Abbiamo condotto la valutazione di Digital Magics sulla base di due metodologie: Residual Income Method – RIM e sum-of-the-parts.

Riteniamo che un corretto mix tra le diverse valutazioni, sia in grado di meglio cogliere il “corretto fair value” di una società come Digital Magics caratterizzata da alcuni particolari definibili intangibles (management quality, track record, azionisti manager, sviluppo potenziale elevato etc.).

Non abbiamo preso in considerazione le metodologie basate sui flussi di cassa che riteniamo non tengano conto del valore patrimoniale, ma soprattutto di mercato, dei beni che compongono l'attivo fisso. Ovvero dei beni che consentono l'espressione del valore degli intangibles che costituiscono - in tutte le imprese ma in particolare in un business incubator come Digital Magics - la vera barriera all'ingresso all'entrata con successo nel settore. Le fonti finanziarie sono infatti una condizione necessaria ma non sufficiente per lo sviluppo di un progetto vincente di investimento nella fase seed.

Il modello RIM

Il RIM, come noto, partendo dalla struttura tipica del “Dividend Discounting Model”, esprime il valore di una azione come la somma tra il book value corrente e il valore attuale degli abnormal earnings attesi, definiti come gli utili attesi al netto del capital charge (cioè, il book value atteso scontato ad un tasso - K_e - che esprime il costo del capitale proprio).

Il modello RIM permette quindi di stabilire una relazione tra il valore di mercato di un'azienda e le informazioni contabili. Il modello poggia su assunzioni di base molto restrittive.

1. La prima di queste, riguarda la relazione tra il prezzo di una azione e i dividendi attesi: in particolare il valore di mercato di una azienda è dato dal valore attuale dei dividendi attesi (Present Value of Expected Dividends, PVED), scontato ad un tasso che esprime il free-risk rate;
2. La seconda assunzione di base è nota come “clean surplus relation”, secondo la quale il book value dell'anno t è uguale al book value dell'anno precedente ($t-1$) più gli utili al netto dei dividendi e di eventuali aumenti di capitale. Quindi, se i dati contabili e i dividendi soddisfano tale relazione, significa che i dividendi riducono il book value, ma non influiscono sull'ammontare degli utili.
3. La terza assunzione, infine, prevede che il valore di un'azione sia influenzato dalla struttura della serie storica degli abnormal earnings attesi e che, più in particolare, vi sia una relazione lineare tra queste due grandezze.

Date queste assunzioni di base, il modello RIM stabilisce che, siccome il PVED e la “clean surplus relation” implicano che il valore di mercato di una azienda è uguale al book value più il valore attuale degli abnormal earnings attesi, la valutazione può allora focalizzarsi sulle previsioni degli utili futuri piuttosto che sulle previsioni dei dividendi.

Nel nostro caso abbiamo applicato, per il calcolo del costo del capitale proprio (K_e), il tasso dei BTP a 5 anni (pari al 2%). Nel calcolo del cost of equity – K_e , abbiamo considerato un beta pari a 0,8 (quale media della rischiosità dei diversi business), un premio per il rischio del 7,5% (fonte Prof. A. Damodaran) ed un alfa pari al 1%. Il K_e risulta così pari al 9,0%, che abbiamo usato per il calcolo dell'equity value con la metodologia RIM.

Particolare importanza assume, inoltre, il coefficiente Alfa (α). Tale coefficiente indica la tendenza di un titolo a produrre reddito in linea capitale, indipendentemente dall'andamento del mercato. E' un parametro utilizzato come indicatore del livello di rischio specifico di un titolo. Viene espresso come tasso percentuale annuo, semestrale, trimestrale o mensile ed indica la differenza tra il rendimento effettivamente registrato nell'intervallo di tempo esaminato ed il rendimento atteso che quel titolo avrebbe dovuto generare nel periodo considerato nel caso in cui la dinamica del prezzo fosse dipesa solo dal suo rischio di mercato, misurato con il coefficiente Beta. Alfa indica come il mercato percepisce l'andamento del rendimento di un titolo in relazione al rischio specifico che lo caratterizza, segno e grandezza di Alfa pongono in evidenza se il mercato stesso sconta sul titolo considerato particolari attese diverse dalla media. Il coefficiente alfa è desumibile dalle seguente formula:

$$\alpha = E/P - R_f$$

Dove:

E/P 2015 = Rendimento 2013 del singolo titolo

E = Utile per azione 2015 del titolo

P = Prezzo alla data di redazione della valutazione del titoli

R_f = Risk Free

Dove E/P 2015 rappresenta la media di tutti i titoli comparabili con i diversi business delle startup che compongono il portafoglio di Digital Magics

Inoltre, abbiamo supposto un tasso di crescita a medio termine dell'utile in linea al CAGR 2015-2019 dell'utile netto, pari al 50% e un payout ratio pari al 50% costante.

Il valore dell'equity di Digital Magics secondo la metodologia RIM al 2015 risulta pari a €37.3 mln.

Fig. 6 – Il Residual Income Method - RIM

Forecasted Earnings (E)	Year $t+1$	Year $t+2$
	760	1440
Implied Long term E Growth Rate	50%	
Dividend Payout Ratio	50%	
Beginning Book Value	16614	
Cost of equity capital	7,4%	

Residual Income Model

Year	2016	2017	2018	2019
Beginning Book Value / Share	16614	16994	17714	18794
Beginning BV + Forecasted E - Dividends = Ending BV/Share				
Long Term E growth				
Forecasted E	760	1440	2160	3240
Dividend payout ratio	0,50	0,50	0,50	0,50
Dividend / share (€)	380,00	720,00	1080,00	1620,00
Forecasted ROE = Forecasted E / Beginning BV				
Forecasted ROE	0,046	0,085	0,122	0,172
Required rate (r)	0,074	0,074	0,074	0,074
Forecasted Residual Income	-0,028	0,011	0,048	0,099
	$(1+r)^1$	$(1+r)^2$	$(1+r)^3$	$(1+r)^4$
Discount factor	1,074	1,153	1,238	1,329
Implied stock price	10312	18551	26401	37367

Fonte: elaborazione e stime Integrae SIM

Il modello sum-of-the-parts

Per quanto riguarda la seconda metodologia di calcolo, sum-of-the-parts, abbiamo calcolato il fair value delle partecipate, di volta in volta, tenendo conto della fase di vita di ciascuna delle stesse e/o del loro potenziale espresso dai multipli di mercato.

La valutazione delle partecipate più mature è stata espressa in considerazione dei multipli LTM a Gennaio 2016 di un panel di oltre 200 società comparabili nel mondo, selezionate sulla base di parametri del settore di attività e di affinità del business (Fonte dei comparables: Bloomberg e Petsy Prunier).

Nella valutazione sono stati usati sia il multiplo E/Ebitda (laddove significativo), sia quello EV/Sales (più usato sia per la valutazione di startup che per la valutazione di società che operano nei settori digitali).

Questa prassi si spiega per le seguenti ragioni:

- il multiplo EV/EBITDA non è applicabile a società che non generano risultati positivi o, comunque, non a regime. Motivo questo che induce ad utilizzare il multiplo EV/Sales, soprattutto nella valutazione di startup e di società in financial distress;
- i drivers fondamentali dei business digitali (es. traffico, numero di visitatori, basket medio, fees per licenze, etc.), influiscono direttamente sulla linea dei ricavi, mentre i costi non sono rappresentativi della dimensione del business e hanno inoltre natura non variabile (salvo poche eccezioni).

Il multiplo applicato è ottenuto attraverso due procedimenti.

- 1) Il primo, è il calcolo del multiplo medio, depurato degli outliers, su un peer group caratterizzato da elevati tassi di crescita (non inferiori al 15%) nel segmento settoriale di rispettiva competenza selezionato.
- 2) Il secondo, è l'applicazione del multiplo EV/Sales ottenuto attraverso una regressione lineare dei multipli EV/Sales sugli EBITDA Margin delle società nel segmento selezionato. La ratio di tale metodologia risiede nella convinzione economico - finanziaria che vi sia una relazione positiva fra prezzo, inteso come multiplo delle Sales, e marginalità, espressa dall'EBITDA Margin. E' infatti lecito aspettarsi che, a parità di tutte le altre condizioni, il mercato finanziario tenda ad apprezzare le società con un elevato ritorno reddituale lordo (l'EBITDA margin appunto) del capitale investito. Apprezzamento espresso attraverso una crescita del prezzo.

La regressione sul multiplo EV/Sales è coerente con la valutazione del multiplo EV/EBITDA, infatti:

$$\text{EV} = \text{multiplo} \times \text{EBITDA}$$

$$\text{EV/Sales} = \text{multiplo} \times \text{EBITDA/Sales}$$

$$\text{EV/Sales} = \text{multiplo} \times \text{EBITDA Margin}$$

Abbiamo applicato la regressione sul multiplo solamente quando il parametro R2 è superiore a 0,5x, che corrisponde ad una correlazione fra EV/Sales e EBITDA Margin del 71%.

Le partecipate in fase Co-seed, e quelle il cui sviluppo è caratterizzato da un elevato grado di incertezza, sono state valutate al costo della partecipazione.

Di seguito la valutazione di ciascuna delle società del portafoglio.

Fig. 7 – il calcolo del valore delle partecipate

Società Controllate	Data acq/	Quota %	Categoria	Segmento	Subsegmento/Altro segmento	VALUTAZIONE E (100%)	VALUTAZIONE (quota DM)	Metodo Valutativo
Dati in (€ '000)	costituz.	detenuta						
4W Marketplace	2007	32,15%	EXIT	Digital Advertising	Marketing Technologies	13758	4423	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta) e DCF
AdRaptors	2011	35,56%	ROUND A	Marketing Technologies	Digital Advertising	2860	1017	Media robusta EV/EBITDA prospettici 2016-2017 ponderati 75% MktE Tech 25% det adv
Digital Bees + Singring	2004	78,69%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Media Content	2097	1650	EV/SALES Digital Media media robusta 16-17-18 attualizzati all'IRR atteso
Easybaby	2006	24,95%	EXIT	Traditional Media	Specialty TV	1363	340	Regressione EV/Sales con EBITDA%
Eclettica	2012	20,00%	EXIT	System Integrator	Software	2553	511	Regressione EV/Sales con EBITDA%
Emotional Target	2011	100,00%	ROUND A	Digital Advertising	Marketing Technologies	1337	1337	Media robusta EV/EBITDA prospettici 2016-2018 ponderati 75% MktE Tech 25% det adv
Growish	2011	49,90%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Social Efitne	2637	1316	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Jumpin	2010	85,00%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Ecommerce	1379	1172	EV/SALES Digital Media robusta 16-17-18 attualizzati all'IRR atteso
LiveKtention	2007	70,00%	ROUND A	Digital Advertising	Digital Advertising/Agency	3514	2460	EV/Sales medio 16-17 Digital Advertising
Digital Events (Plannify)	2012	32,93%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Social planning	1918	631	EV/Sales 16-17-18 digital media attualizzati con media robusta
PremiumStore	2012	62,27%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Virtual newstand	3547	2209	EV/Sales medio 16-17 Digital Media (media robusta)
Profeeling	2012	85,00%	SEED	Marketing Technologies	Digital Advertising	1057	899	EV/Sales medio 16-17-18 70% Mktg Tech 30% dgt adv (media robusta)
Sinapsi	2012	27,00%	EXIT	IT	Software House	1680	454	Regressione EV/Sales con EBITDA%
Sharide	2007	72,42%	SEED	IT	Software House	881	638	Media tra EV/EBITDA 2016-2018 e EV/Sales 2016-2018 Digital Media
Ulaola	2012	24,81%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Marketplace	1472	365	Media tra EV/EBITDA 2016-2018 e EV/Sales 2016-2018 Digital Media
Wazzap	2010	92,50%	SEED	Digital Media/Commerce	Social TV	1158	1071	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
YOU-ng	2012	16,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Editoria Online	809	129	EV/Sales medio 16-17 Digital Media (media tronca)
Agata (Prestiamoci)	2013	17,20%	ROUND A	Financial Service	Social Lending	4228	727	EV/Sales medio 16-17-18 panel + asset gestiti per controllo
Buzzoole	2013	8,79%	ROUND A	Digital Advertising	Influence Engine Optimization	7706	677	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media tronca)
DeRev	2013	17,47%	SEED	Financial Service	Social Crowdfunding	2202	385	EV/Sales medio 16-17-18 e multiplo EV/Sales panel crowdfunding
Il Mangione	2013	33,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Piattaforma Enogastronomica	326	108	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media tronca)
Intertwine	2013	16,80%	SEED	Digital Media/Commerce	Social Writing	1335	224	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media tronca)
Private Broker	2013	20,00%	SEED	Financial Service	Investing Information	220	44	Costo
BeeStay	2013	24,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Social Shopping	3053	733	EV/Sales medio 16-17
Tasteet!	2013	40,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Piattaforma Enogastronomica	759	304	EV/Sales medio 16-17-18
AppMetrics	2015	40,00%	SEED	Marketing Technologies	Mobile Technology	1234	493	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Advertising (media robusta)
CambioMerci.com	2015	12,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Bartering	2153	258	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Advertising (media robusta)
Xoko	2015	16,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Piattaforma Turistica	682	109	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Advertising (media robusta)
Mimesi	2015	9,50%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Digital Information	5248	499	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Solo	2015	35,00%	SEED	Digital Media/Commerce	Digital Payment	899	315	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Talent Garden	2015	28,08%	ROUND A	Business Process Outsourcing	Talent Incubator	8481	2381	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Triptitaly	2015	50,00%	SEED	Turismo	Piattaforma Turistica	15417	7708	EV/Sales medio 16-17-18 Sales e EBITDA medio settore turismo 2017 (Infancia)
Trova La Zampa	2015	30,00%	SEED	Digital Advertising	Social / e-Commerce	350	105	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
YOUSPA	2015	15,00%	SEED	Digital Advertising	Social Rating	2550	382	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media
Wish List	2015	7,89%	ROUND A	Digital Media/Commerce	E-Commerce	6792	536	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
WikiRE	2015	5,00%	ROUND A	Digital Media/Commerce	Classified/Auction/P-to-P	3494	175	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Hyperloop (Jumpstarter)	2015	8,69%	ROUND A	Business Service	Business Process Platform	6895	599	EV/Sales medio 16-17-18 Structure Infrastructure
B2G WebBeers	2015	40,00%	SEED	Digital Media/Commerce	E-Commerce	1325	530	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Volumet	2015	3,75%	SEED	Digital Media/Commerce	E-Commerce	2545	95	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
VIN.CI (Profumeriaweb)	2015	5,00%	ROUND A	Digital Media/Commerce	E-Commerce	5789	289	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media
Pneusmart b.v.	2015	2,00%	ROUND A	Digital Media/Commerce	E-Commerce	8775	175	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Almadomus	2015	13,76%	SEED	Consumer Electronics	Smartphone	2698	371	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
Quomi	2015	13,36%	SEED	Digital Media/Commerce	E-Commerce	1605	214	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media (media robusta)
FOODQUOTE	2015	2,96%	ROUND A	Digital Media/Commerce	E-Commerce	3738	111	EV/Sales medio 16-17-18 Digital Media

Fonte: Elaborazione Integrare SIM su dati Digital Magics

Fig. 8 – I multipli delle vendite

SEGMENT NAME	MEAN	MEDIAN	ADJ. W. AVG.	ROBUST AVG.	HIGH GROWTH
Digital Media/Commerce	2,5X	1,5X	3,8X	2,1X	3,2X
Digital Advertising	2,3X	1,2X	3,3X	1,6X	4,9X
Marketing Technology	3,1X	3,1X	3,8X	3,0X	3,9X
Agency/Consulting	1,2X	1,1X	1,3X	1,2X	1,7X
Marketing Services	1,3X	1,0X	0,8X	1,3X	2,7X
TV Broadcasting	2,5X	2,5X	2,2X	2,5X	0,0X
Cable & Satellite	3,2X	2,7X	2,2X	3,2X	0,0X
OOH & Specialty Media	2,6X	2,4X	2,3X	2,6X	0,0X
IT Consulting/System Integrator	1,6X	1,6X	1,5X	1,6X	1,5X
Business Process Outsourcing	1,1X	0,9X	1,4X	1,1X	2,2X

Fonte: elaborazione Integrare SIM

Fig. 9 – La regressione sull'EV/SALES

SEGMENT NAME	REGRESSION ON EV/SALES		
	INTERCEPT	COEFFICIENT	R-SQUARED
Digital Media/Commerce	0,00	16,16	0,58
Digital Advertising	- 2,23	31,88	0,77
Marketing Technology	2,65	2,56	0,07
Agency/Consulting	0,21	9,34	0,23
Marketing Services	- 0,65	14,62	0,73
TV Broadcasting	0,65	6,35	0,43
Cable & Satellite	- 0,71	14,36	0,62
OOH & Specialty Media	0,74	7,65	0,39
IT Consulting/System Integrator	- 0,05	12,25	0,56
Business Process Outsourcing	0,06	0,05	0,68

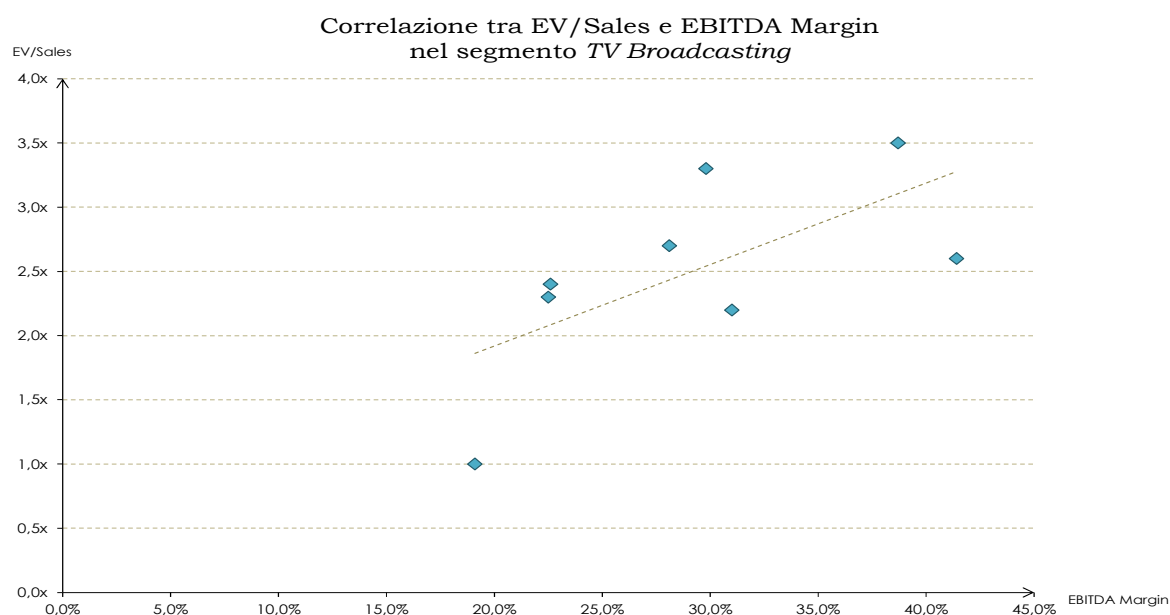
Fonte: elaborazione Integræ SIM

Fig. 10 – I multipli EV/EBITDA

SEGMENT NAME	EBITDA MULTIPLES			
	MEAN	MEDIAN	ROBUST AVG.	HIGH GROWTH
Digital Media/Commerce	18,9x	15,3x	16,7x	25,5x
Digital Advertising	15,2x	11,6x	15,2x	27,5x
Marketing Technology	19,1x	16,2x	19,1x	19,4x
Agency/Consulting	11,6x	10,2x	11,6x	
Marketing Services	8,8x	8,1x	8,8x	
TV Broadcasting	8,7x	9,4x	8,7x	
Cable & Satellite	11,5x	10,1x	11,5x	
OOH & Specialty Media	10,3x	9,9x	10,3x	
IT Consulting/System Integrator	11,3x	10,6x	11,3x	
Business Process Outsourcing	9,6x	8,5x	9,6x	

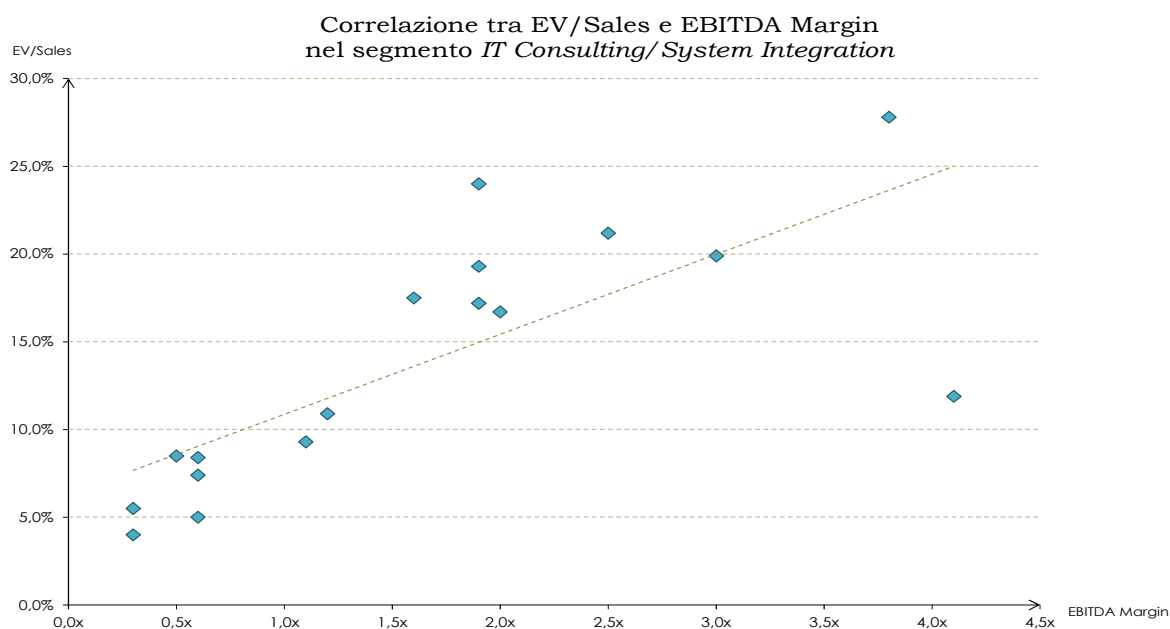
Fonte: elaborazione Integræ SIM

Fig. 11 - La correlazione tra EV/Sales e EBITDA margin nel segmento TV broadcasting



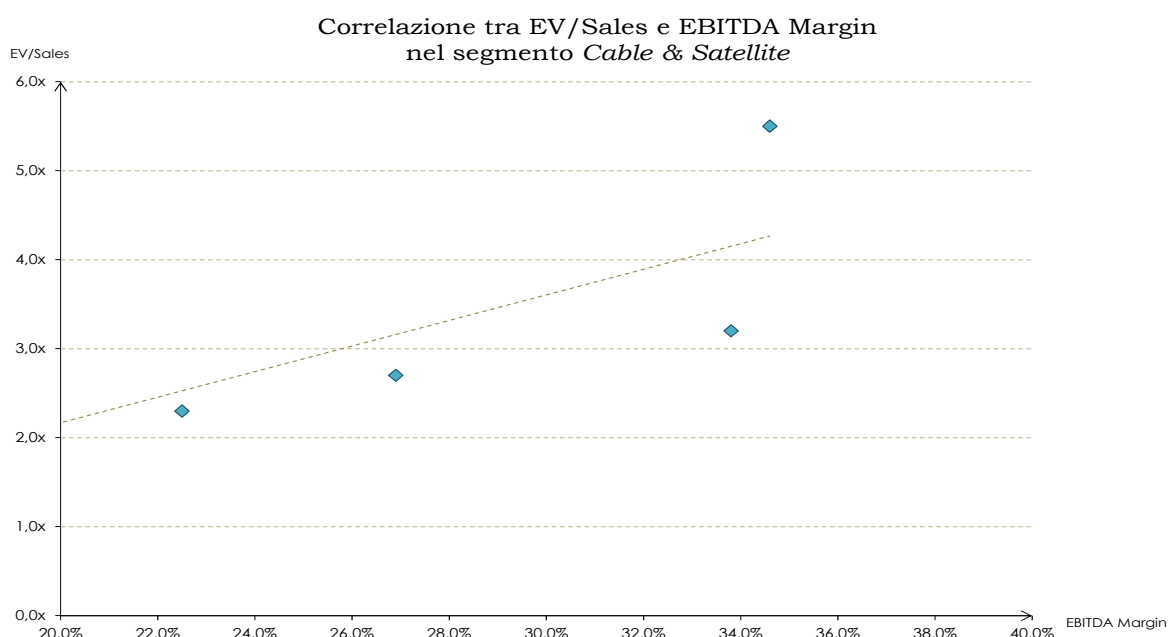
Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 12 - La correlazione tra EV/Sales e EBITDA margin nel segmento IT consulting / System Integration



Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 13 - La correlazione tra EV/Sales e EBITDA margin nel segmento Cable & Satellite



Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 14 - Comparables – settore Digital Advertising

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
Alliance Data Systems Corporation	28392,2	6.439,7	1.599,9	24,8%	21,4%	4,4x	17,7x
Alphabet Inc.	446218,7	71.763,0	23.304,0	32,5%	12,8%	6,2x	19,1x
Angie's List, Inc.	497,6	340,0	20,0	5,9%	12,7%	1,5x	24,9x
Autobytel Inc.	201,1	122,8	10,9	8,9%	21,7%	1,6x	18,5x
Bankrate, Inc.	1290,3	551,8	112,7	20,4%	4,1%	2,3x	11,4x
Blinkx plc	48,7	200,4	(8,5)	NM	- 17,1%	0,2x	NM
Blucora, Inc.	279,5	486,7	64,8	13,3%	- 23,9%	0,6x	4,3x
Care.com, Inc.	133	143,2	(19,7)	NM	35,5%	0,9x	NM
Constant Contact, Inc.	837,8	361,9	45,5	12,6%	13,6%	2,3x	18,4x
Demand Media, Inc.	62,5	134,5	(17,6)	NM	- 25,6%	0,5x	NM
DHI Group, Inc.	558	262,5	66,7	25,4%	3,6%	2,1x	8,4x
Digital Globe Services Inc.	22,7	40,3	2,0	5,0%	3,4%	0,6x	11,4x
Facebook, Inc.	301061,1	17.928,0	8.239,0	46,0%	43,8%	16,8x	36,5x
Groupon, Inc.	963,7	3.235,1	85,8	2,7%	10,5%	0,3x	11,2x
IAC/InterActiveCorp	4815,9	3.213,0	410,0	12,8%	7,0%	1,5x	11,7x
IDI, Inc.	19,7	4,2	(9,6)	NM	4,9%	4,7x	NM
MaxPoint Interactive, Inc.	19,7	137,7	(13,2)	NM	49,5%	0,1x	NM
Monster Worldwide, Inc.	612,6	727,5	95,4	13,1%	- 2,9%	0,8x	6,4x
QuinStreet, Inc.	125,9	285,3	(2,3)	NM	3,8%	0,4x	NM
Quotient Technology Inc.	353	227,9	(22,7)	NM	6,3%	1,5x	NM
ReachLocal, Inc.	57,2	402,6	(28,5)	NM	- 19,3%	0,1x	NM
Mean (excl. Large Caps)						2,3x	15,2x
Median (excl. Large Caps)						1,2x	11,6x
Adjusted Weighted Average						3,3x	14,5x
Robust Average (excl. Outliers)						1,6x	15,2x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 15 - Comparables – settore TV Broadcasting

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
CBS Corporation	31063,7	13.657,0	3.073,0	22,5%	- 0,3%	2,3x	10,1x
Discovery Communications, Inc.	22562,7	6.424,0	2.484,0	38,7%	4,9%	3,5x	9,1x
Time Warner Inc.	77497,4	28.564,0	8.020,0	28,1%	4,1%	2,7x	9,7x
Twenty-First Century Fox, Inc.	66308	27.177,0	6.131,0	22,6%	- 16,9%	2,4x	10,8x
Viacom, Inc.	29727,6	13.268,0	4.118,0	31,0%	- 3,7%	2,2x	7,2x
The Walt Disney Company	174498,6	52.465,0	15.643,0	29,8%	7,5%	3,3x	11,2x
Euromoney Institutional Investor PLC	1607,4	610,4	252,6	41,4%	- 0,8%	2,6x	6,4x
Global Sources Ltd.	174,9	181,1	34,6	19,1%	- 4,2%	1,0x	5,1x
Mean						2,5x	8,7x
Median						2,5x	9,4x
Adjusted Weighted Average						2,2x	7,0x
Robust Average (excl. Outliers)						2,5x	8,7x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 16 - Comparables – settore Marketing Technology

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
Adobe Systems Incorporated	42335,34	4.795,5	1.244,1	25,9%	15,6%	8,8x	34,0x
AppFolio, Inc.	409,4	67,8	(12,2)	NM	0,0%	6,0x	NM
Bazaarvoice, Inc.	238,6	196,7	(17,9)	NM	9,3%	1,2x	NM
Blackbaud Inc.	3058,9	614,9	97,6	15,9%	12,5%	5,0x	31,3x
Brightcove Inc.	158,8	131,0	(1,0)	NM	6,1%	1,2x	NM
ChannelAdvisor Corporation	250,7	95,0	(18,4)	NM	16,5%	2,6x	NM
Constant Contact, Inc.	837,8	361,9	45,5	12,6%	13,6%	2,3x	18,4x
Covisint Corporation	42	82,1	(21,2)	NM	- 10,6%	0,5x	NM
Cvent, Inc.	949,4	176,1	2,4	1,4%	31,8%	5,4x	NM
Demandware, Inc.	1416,2	214,2	(31,5)	NM	46,3%	6,6x	NM
eBay Inc.	28815,3	8.592,0	2.884,0	33,6%	- 52,0%	3,4x	10,0x
Endurance International Group	2327,8	720,2	186,0	25,8%	21,2%	3,2x	12,5x
Five9, Inc.	407,8	121,1	(22,0)	NM	23,0%	3,4x	NM
GoDaddy Inc.	2979,7	1.553,6	104,6	6,7%	17,6%	1,9x	28,5x
HubSpot, Inc.	1280,1	163,0	(54,1)	NM	56,6%	7,9x	NM
Interactive Intelligence Group Inc.	488,1	375,7	9,0	2,4%	10,7%	1,3x	54,5x
IBM Corporation	152917	81.741,0	19.589,0	24,0%	- 11,9%	1,9x	7,8x
Jive Software, Inc.	157,1	193,3	(22,8)	NM	13,5%	0,8x	NM
LivePerson Inc.	283,5	238,1	16,6	7,0%	19,9%	1,2x	17,1x
Marin Software Incorporated	95,5	106,5	(27,3)	NM	13,1%	0,9x	NM
Marketo, Inc.	717,2	193,9	(57,2)	NM	42,8%	3,7x	NM
MaxPoint Interactive, Inc.	19,5	137,7	(13,2)	NM	49,5%	0,1x	NM
MicroStrategy Inc.	1481,1	529,9	155,5	29,3%	- 8,6%	2,8x	9,5x
MINDBODY, Inc.	379,4	93,3	(25,6)	NM	0,0%	4,1x	NM
NetSuite Inc.	5427,4	741,1	(67,5)	NM	33,2%	7,3x	NM
Nuance Communications, Inc.	7065,4	1.931,1	246,4	12,8%	0,4%	3,7x	28,7x
Oracle Corporation	142559,3	37.473,0	15.214,0	40,6%	- 3,5%	3,8x	9,4x
PayPal Holdings, Inc.	40824,4	9.248,0	2.117,0	22,9%	15,2%	4,4x	19,3x
PROS Holdings, Inc.	322,1	180,1	(29,2)	NM	5,4%	1,8x	NM
PTC Inc.	3812,6	1.220,8	234,9	19,2%	- 10,1%	3,1x	16,2x
Qlik Technologies, Inc.	2007,82	590,1	2,7	0,5%	10,1%	3,4x	NM
Rightside Group, Ltd.	149,9	208,6	(3,3)	NM	12,4%	0,7x	NM
Rovi Corporation	2467,51	510,9	155,4	30,4%	- 8,8%	4,8x	15,9x
The Rubicon Project, Inc.	518,8	196,3	(7,0)	NM	75,9%	2,6x	NM
Mean (excl. Large Caps)						3,1x	19,1x
Median (excl. Large Caps)						3,1x	16,2x
Adjusted Weighted Average						3,8x	16,4x
Robust Average (excl. Outliers)						3,0x	19,1x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 17 - Comparables – segmento IT Consulting/System Integration

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
Accenture plc	63726,8	31.165,4	5.195,1	16,7%	2,0%	2,0x	12,3x
Amdocs Limited	7096,8	3.643,5	703,7	19,3%	2,2%	1,9x	10,1x
Bechtle AG	1783,2	3.087,4	155,5	5,0%	11,1%	0,6x	11,5x
Booz Allen Hamilton Holding Corporation	5636,1	5.324,4	494,7	9,3%	- 0,1%	1,1x	11,4x
Broadridge Financial Solutions, Inc.	6799,5	2.733,1	580,5	21,2%	6,4%	2,5x	11,7x
Business & Decision SA	85,6	245,8	13,4	5,5%	11,3%	0,3x	6,4x
Cap Gemini S.A.	14207,1	12.338,6	1.344,5	10,9%	9,0%	1,2x	10,6x
CGI Group Inc.	14292	7.516,9	1.292,0	17,2%	0,3%	1,9x	11,1x
Cognizant Technology Solutions Corpora	35396,1	11.925,7	2.372,8	19,9%	20,8%	3,0x	14,9x
Computer Sciences Corporation	5271,8	11.329,0	964,0	8,5%	- 12,0%	0,5x	5,5x
CSG Systems International Inc.	1227,5	748,9	131,2	17,5%	- 0,4%	1,6x	9,4x
Digi International Inc.	130,8	215,9	15,9	7,4%	11,2%	0,6x	8,2x
Globant S.A.	961,8	237,4	28,2	11,9%	24,4%	4,1x	34,1x
International Business Machines Corpora	152917	81.741,0	19.589,0	24,0%	- 11,9%	1,9x	7,8x
Infosys Limited	34824,3	9.214,0	2.558,0	27,8%	6,6%	3,8x	13,6x
ITS Group	60,1	210,9	8,5	4,0%	17,7%	0,3x	7,1x
NCL, Inc.	179,8	323,5	27,0	8,4%	0,3%	0,6x	6,7x
Mean						1,6x	11,3x
Median						1,6x	10,6x
Adjusted Weighted Average						1,5x	10,6x
Robust Average (excl. Outliers)						1,6x	11,3x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 18 - Comparables – segmento Digital Media/Commerce

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
1-800-Flowers.com Inc.	477,1	1.165,0	83,2	7,1%	13,3%	0,4x	5,7x
Alphabet Inc.	454827,3	71.763,0	23.304,0	32,5%	12,8%	6,3x	19,5x
Amazon.com, Inc.	264811,3	107.006,0	8.514,0	8,0%	20,2%	2,5x	31,1x
Apple Inc.	564315,7	234.988,0	82.791,0	35,2%	17,6%	2,4x	6,8x
Blucora, Inc.	279,5	486,7	64,8	13,3%	- 23,9%	0,6x	4,3x
Blue Nile Inc.	368,1	487,5	16,9	3,5%	5,5%	0,8x	21,8x
CafePress Inc.	22,6	136,4	(1,8)	NM	39,1%	0,2x	NM
CDW Corporation	9995,2	12.620,4	952,1	7,5%	7,5%	0,8x	10,5x
Chegg, Inc.	408,6	317,6	20,5	6,5%	6,8%	1,3x	19,9x
Copart, Inc.	4161,2	1.144,5	390,3	34,1%	- 2,5%	3,6x	10,7x
eBay Inc.	28815,3	8.592,0	2.884,0	33,6%	- 52,0%	3,4x	10,0x
Etsy, Inc.	594,1	250,5	6,1	2,4%	45,4%	2,4x	97,3x
Expedia Inc.	16752,8	6.329,7	702,7	11,1%	13,9%	2,6x	23,8x
FTD Companies, Inc.	998	1.079,6	100,1	9,3%	69,4%	0,9x	10,0x
GrubHub Inc.	1305,7	335,2	86,8	25,9%	46,0%	3,9x	15,0x
HSN, Inc.	3107,2	3.710,3	329,0	8,9%	6,3%	0,8x	9,4x
IAC/InterActiveCorp	4815,9	3.213,0	410,0	12,8%	7,0%	1,5x	11,7x
Liberty Interactive Corporation	21107	9.871,0	1.744,0	17,7%	- 5,5%	2,1x	12,1x
Liberty Ventures	4851,4	1.147,0	(191,0)	NM	0,0%	4,2x	NM
Liquidity Services, Inc.	103,5	397,1	20,4	5,1%	- 19,9%	0,3x	5,1x
Match Group, Inc.	3339,8	991,9	260,5	26,3%	0,0%	3,4x	12,8x
Overstock.com Inc.	217,7	1.647,9	20,5	1,2%	15,7%	0,1x	10,6x
PetMed Express, Inc.	300,3	229,3	32,4	14,1%	0,5%	1,3x	9,3x
The Priceline Group Inc.	55408,9	9.064,1	3.437,7	37,9%	11,3%	6,1x	16,1x
Shutterstock, Inc.	1712,9	994,7	93,0	9,3%	17,2%	1,7x	18,4x
Shutterstock, Inc.	760,3	400,4	49,8	12,4%	31,4%	1,9x	15,3x
Spark Networks, Inc.	75,7	51,7	9,0	17,4%	- 20,0%	1,5x	8,4x
Stamps.com Inc.	1460,13	185,9	47,0	25,3%	34,9%	7,9x	31,0x
U.S. Auto Parts Network, Inc.	109,3	294,1	5,4	1,8%	7,8%	0,4x	20,4x
EVINE Live Inc.	125,9	683,0	6,9	1,0%	2,5%	0,2x	18,4x
Wayfair Inc.	3477,2	1.918,7	(116,0)	NM	59,1%	1,8x	NM
58.com Inc.	7731,2	539,8	(178,0)	NM	134,6%	14,3x	NM
Alibaba Group Holding Limited	163584,8	14.537,4	4.952,9	34,1%	33,3%	11,3x	33,0x
Cnova N.V.	1122,8	4.058,7	(3,8)	NM	10,6%	0,3x	NM
eCommerce China Dangdang Inc.	281,7	1.451,6	(5,7)	NM	21,4%	0,2x	NM
eLong Inc.	433,8	154,8	(155,9)	NM	- 10,6%	2,8x	NM
JD.com, Inc.	32764,3	25.390,1	(207,8)	NM	60,7%	1,3x	NM
Jiayuan.com International Ltd.	145,1	110,9	4,9	4,4%	22,7%	1,3x	29,5x
Jumei International Holding Limited	537,8	1.045,6	28,0	2,7%	78,2%	0,5x	19,2x
LightInTheBox Holding Co., Ltd.	75,4	348,4	(39,7)	NM	- 0,2%	0,2x	NM
Mercadolibre, Inc.	4294	632,4	188,5	29,8%	19,4%	6,8x	22,8x
PChome Online Inc.	763,2	673,6	34,3	5,1%	16,5%	1,1x	22,2x
Rakuten, Inc.	15471,3	5.754,9	1.288,2	22,4%	20,2%	2,7x	12,0x
Travelport Worldwide Limited	3737	2.182,0	377,0	17,3%	2,3%	1,7x	9,9x
Vipshop Holdings Limited	7145,3	5.596,4	354,2	6,3%	90,1%	1,3x	20,2x
Mean (excl. Large Caps)						2,5x	18,9x
Median (excl. Large Caps)						1,5x	15,3x
Adjusted Weighted Average						3,8x	13,6x
Robust Average (excl. Outliers)						2,1x	16,7x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 19 - Comparables – segmento Marketing Services

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
Axiom Corporation	1484,5	1.033,4	157,5	15,2%	11,3%	1,4x	9,4x
Aimia Inc.	1131,6	1.856,8	140,6	7,6%	3,8%	0,6x	8,1x
Alliance Data Systems Corporation	24094,8	6.439,7	1.599,9	24,8%	21,4%	3,7x	15,1x
CSG Systems International Inc.	1227,5	748,9	131,2	17,5%	- 0,4%	1,6x	9,4x
DST Systems Inc.	4103,2	2.825,1	430,6	15,2%	2,8%	1,5x	9,5x
Fair Isaac Corporation	3527,1	849,3	194,9	23,0%	6,9%	4,2x	18,1x
Harte-Hanks Inc.	260,6	512,0	46,1	9,0%	- 8,5%	0,5x	5,7x
High Co. SA	54,9	156,1	12,9	8,3%	5,0%	0,4x	4,3x
Insignia Systems Inc.	10,2	26,8	2,2	8,4%	- 1,4%	0,4x	4,5x
Interpace Diagnostics Group, Inc.	23	140,1	(14,9)	NM	13,7%	0,2x	NM
Multiplus S.A.	879,6	543,0	119,8	22,1%	23,1%	1,6x	7,3x
Pitney Bowes Inc.	6397	3.625,0	840,6	23,2%	- 5,8%	1,8x	7,6x
Points International Ltd.	81,6	280,9	10,6	3,8%	8,4%	0,3x	7,7x
Viad Corp	647,9	1.060,5	79,0	7,4%	1,6%	0,6x	8,2x
Mean						1,3x	8,8x
Median						1,0x	8,1x
Adjusted Weighted Average						0,8x	7,3x
Robust Average (excl. Outliers)						1,3x	8,8x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Fig. 20 - Comparables – segmento Agency Consulting

Nome	Ent. Value	Revenue	EBITDA	EBITDA %	Growth	EV/Sales	EV/EBITDA
Cello Group Plc	114,3	265,1	10,3	3,9%	1,3%	0,4x	11,1x
Creston plc	89,1	120,9	17,9	14,8%	4,5%	0,7x	5,0x
Dentsu Inc.	16080,6	(286,5)	1.371,7	- 478,8%	NM	NM	11,7x
Enero Group Limited	32,2	163,6	7,4	4,5%	- 0,2%	0,2x	4,4x
Globant S.A.	961,8	237,4	28,2	11,9%	24,4%	4,1x	34,1x
Havas	3472,2	2.263,4	366,5	16,2%	13,2%	1,5x	9,5x
Huntsworth plc	212,7	260,9	31,4	12,0%	- 0,4%	0,8x	6,8x
M&C Saatchi plc	313,7	274,1	25,5	9,3%	6,0%	1,1x	12,3x
MDC Holdings Inc.	1794,9	1.835,8	115,3	6,3%	10,5%	1,0x	15,6x
Next Fifteen Communications Group plc	244,2	180,3	21,6	12,0%	0,0%	1,4x	11,3x
Omnicom Group Inc.	21574,6	15.176,2	2.228,5	14,7%	0,0%	1,4x	9,7x
OPT Holding, Inc.	129,9	538,7	19,6	3,6%	- 0,7%	0,2x	6,6x
Porta Communications Plc	35,6	48,3	2,1	4,4%	186,2%	0,7x	16,8x
Publicis Groupe SA	15615,5	9.400,2	1.723,2	18,3%	21,3%	1,7x	9,1x
The Interpublic Group of Companies, Inc	10243,1	7.624,7	1.005,5	13,2%	2,3%	1,3x	10,2x
Mean						1,2x	11,6x
Median						1,1x	10,2x
Adjusted Weighted Average						1,3x	8,9x
Robust Average (excl. Outliers)						1,2x	11,6x

Fonte: elaborazione Integrae SIM

Il calcolo dell'equity value

Il fair value delle società così calcolato costituisce la base di partenza per il calcolo dell'equity value della Digital Magics. Valore di partenza che, nel caso della metodologia RIM risulta pari a €37,3 mln, mentre nella sum-of-the-parts, risulta di €39,2 mln. Alle stesse abbiamo quindi sommato algebricamente:

- l'avviamento, pari al 25%, costituito dagli intangibles, derivante dal management track record rappresentato dall'IRR medio degli ultimi 3 anni (pari al 25%) al netto del tasso dei BTP medio a 3 anni (1,0%);
- i futuri investimenti necessari per realizzare il piano, che abbiamo quantificato in €2 mln;
- la mortalità media delle società in fase seed (50%);
- la posizione finanziaria netta al 31 Dicembre 2015.

Fig. 21 – Il calcolo del fair value

Dati in € mln	RIM	SOP
Totale Fair Value	37367	39172
Avviamento	8893	9323
Fair Value rettificato	46261	48495
Futuri investimenti	-2000	-2000
Fair Value netto	44261	46495
Mortalità seed	-7558	-7558
EV Digital Magics	36702	38937
PFN Digital Magics	-1043	-1043
Equity Value DM	35660	37894
Numero azioni	4930	4930
Equity value per azione	7,233	7,687
Equity Value medio per azione	7,460	

Fonte: elaborazione Integrae SIM

L'equity value medio risulta pertanto uguale a €7,46 per azione (da €7,29 rettificato).

**Disclosure Pursuant to Article 69 ET SEQ. of Consob (Italian Securities % Exchange Commission)
Regulation No. 11971/1999**

Analyst/s certification

The analyst(s) which has/have produced the following analyses hereby certifies/certify that the opinions expressed herein reflect their own opinions, and that no direct and/or indirect remuneration has been, nor shall be received by the analyst(s) as a result of the above opinions or shall be correlated to the success of investment banking operations. INTEGRAE SPA is comprised of the following analysts who have gained significant experience working for INTEGRAE and other intermediaries: Antonio Tognoli. Neither the analysts nor any of their relatives hold administration, management or advising roles for the Issuer. Antonio Tognoli is current Vice President of Associazione Italiana Analisti Finanziari – AIAF, Vice President of Associazione Nazionale Private and Investment Banking – ANPIB, member of Organismo Italiano di Valutazione – OIV and Journalists guild member.

Disclaimer

This publication was produced by INTEGRAE SIM SpA. INTEGRAE SIM SpA is licensed to provide investment services pursuant to Italian Legislative Decree n. 58/1998, Resolution n. 17725 of March 29th 2011.

INTEGRAE SIM SpA will performs the role of Nominated Advisory (NOMAD) and specialist for the financial instruments issued by the company covered in this report.

Unless otherwise indicated, the prices of the financial instruments shown in this report are the prices referring to the day prior to publication of the report. INTEGRAE SIM SpA will continue to cover this share on a continuing basis, according to a schedule which depends on the circumstances considered important (corporate events, changes in recommendations, etc.), or useful to its role as specialist.

The table below, shows INTEGRAE SIM's recommendation, target price and risk issued during the last 12 months:

Date	Recommendation	Target Price	Risk	Comment
26/9/2015	Buy	6,76*	Medium	1H14 Results
14/11/2014	Buy	6,76*	Medium	Exit Prestiamoci
20/11/2014	Buy	6,76*	Medium	Partnership con Epic SIM
10/2/2015	Buy	6,76*	Medium	FY14 Preliminary Results
27/3/2015	Buy	6,76*	Medium	Talent Garden / TIP / DM
13/4/2015	Buy	7,29*	Medium	FY14 Results
8/7/2015	Buy	7,29*	Medium	Zanox Agreement

* Rettificato

The information and opinions contained herein are based on sources considered reliable. INTEGRAE SIM SpA also declares that it takes all reasonable steps to ensure the correctness of the sources considered reliable; however, INTEGRAE SIM SpA shall not be directly and/or indirectly held liable for the correctness or completeness of said sources. The most commonly used sources are the periodic publications of the company (financial statements and consolidated financial statements, interim and quarterly reports, press releases and periodic presentations). INTEGRAE SIM SpA also makes use of instruments provided by several service companies (Bloomberg, Reuters, JCF), daily newspapers and press in general, both national and international. INTEGRAE SIM SpA generally submits a draft of the analysis to the Investor Relator Department of the company being analyzed, exclusively for the purpose of verifying the correctness of the information contained therein, not the correctness of the assessment. INTEGRAE SIM SpA has adopted internal procedures able to assure the independence of its financial analysts and that establish appropriate rules of conduct for them. This document is provided for information purposes only. Therefore, it does not constitute a contractual proposal, offer and/or solicitation to purchase and/or sell financial instruments or, in general, solicitation of investment,

nor does it constitute advice regarding financial instruments. INTEGRAE SIM SpA does not provide any guarantee that any of the forecasts and/or estimates contained herein will be reached. The information and/or opinions contained herein may change without any consequent obligation of INTEGRAE SIM SpA to communicate such changes. Therefore, neither INTEGRA SIM SpA, nor its directors, employees or contractors, may be held liable (due to negligence or other causes) for damages deriving from the use of this document or the contents thereof.

Conflicts of interest, including potential conflicts and related organizational measures are set forth in this disclaimer section.

Valuation methodologies

The methods that INTEGRAE SIM SpA prefers to use for value the company under analysis are those which are generally used, such as the market multiples method which compares average multiples (P/E, EV/EBITDA, and other) of similar shares and/or sectors, and the traditional financial methods (RIM, DCF, DDM, EVA etc). For financial securities (banks and insurance companies) INTEGRAE SIM SpA tends to use methods based on comparison of the ROE and the cost of capital (embedded value for insurance companies).

This document is provided for information purposes only. Therefore, it does not constitute a contractual proposal, offer and/or solicitation to purchase and/or sell financial instruments or, in general, solicitation of investment, nor does it constitute advice regarding financial instruments. INTEGRAE SIM SpA does not provide any guarantee that any of the forecasts and/or estimates contained herein will be reached. The information and/or opinions contained herein may change without any consequent obligation of INTEGRAE SIM SpA to communicate such changes. Therefore, neither INTEGRA SIM SpA, nor its directors, employees or contractors, may be held liable (due to negligence or other causes) for damages deriving from the use of this document or the contents thereof.

Conflicts of interest, including potential conflicts and related organizational measures are set forth in this disclaimer section.

Rating system

The BUY, HOLD and SELL ratings are based on the expected total return (ETR – absolute performance in the 12 months following the publication of the analysis, including the ordinary dividend paid by the company), and the risk associated to the share analyzed. The degree of risk is based on the liquidity and volatility of the share, and on the rating provided by the analyst and contained in the report. Due to daily fluctuations in share prices, the expected total return may temporarily fall outside the proposed range.

Risk Total Return – ETR – for different risk and rating categories			
Rating	Low Risk	Medium Risk	High Risk
BUY	ETR >= 7.5%	ETR >= 10%	ETR >= 15%
HOLD	-5% < ETR < 7.5%	-5% < ETR < 10%	0% < ETR < 15%
SELL	ETR <= -5%	ETR <= -5%	ETR <= 0%
U.R.	Rating e/o target price Under Review		
N.R.	Stock Not Rated		

The estimates and opinions expressed in the publication may be subject to change without notice.

Any copying and/or redistribution, in full or in part, directly or indirectly, of this document are prohibited, unless expressly authorized.

Conflict of interest

In order to disclose its possible interest conflict Integrae SIM states that:

Integrae SIM S.p.A. operates or has operated in the past 12 months as the entity responsible for carrying out the activities Nominated

Adviser of the Digital Magics S.p.A. .;

Integrae SIM S.p.A. pays or has paid in the past 12 months inside of the assignment of specialist, research services in favor Digital Magics S.p.A. .;

Integrae SIM S.p.A. plays, or has played in the last 12 months, the role of specialist financial instruments issued by Digital Magics S.p.A. .;

Integrae SIM S.p.A. has worked in the last 12 months which entity in charge of placing shares of Digital Magics SpA resulting from a plan of capital increase approved by the shareholders.

