



IRTOP AIM INVESTOR DAY

NEXT IS THE NEW NOW

E' la Vision di Websolute, «il nuovo presente» dell'era digitale è in divenire costante, solo implementando una evoluzione continua dei prodotti e dei servizi sarà possibile rispondere prontamente ai bisogni dei clienti e al cambiamento del mercato.



Company overview

Brand | Marketing | Commerce for what's next

Il Gruppo Websolute **supporta i propri clienti attivi sul mercato italiano e globale** rispondendo a 4 principali bisogni degli stessi:

Brand

come le aziende comunicano con il proprio brand attraverso il digitale

Marketing

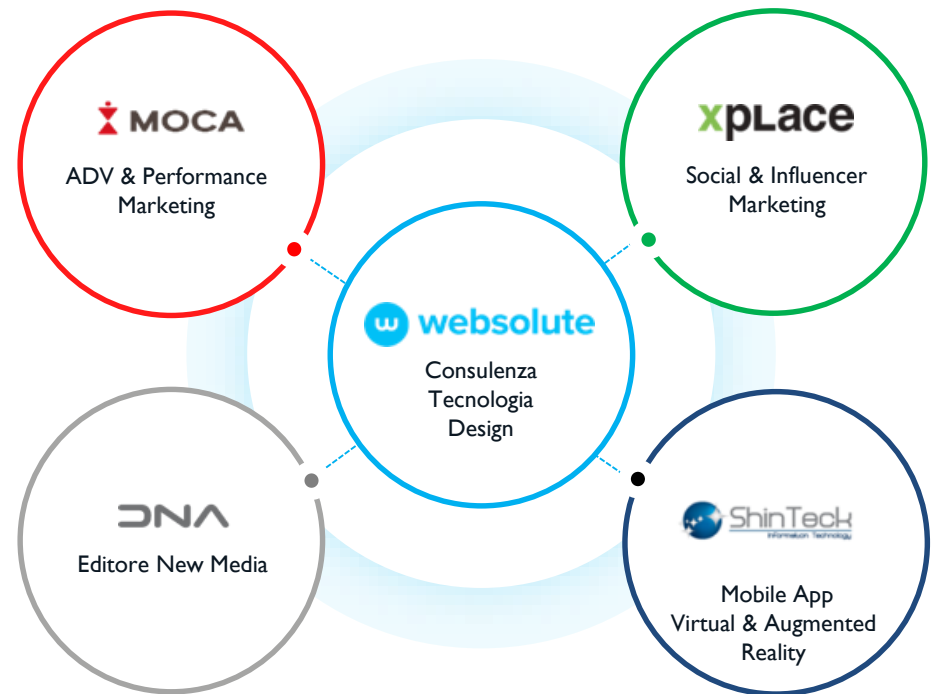
come le aziende cercano mercato e come i clienti cercano prodotti

Commerce

come le aziende vendono e come i clienti desiderano acquistare.

Tecnologia

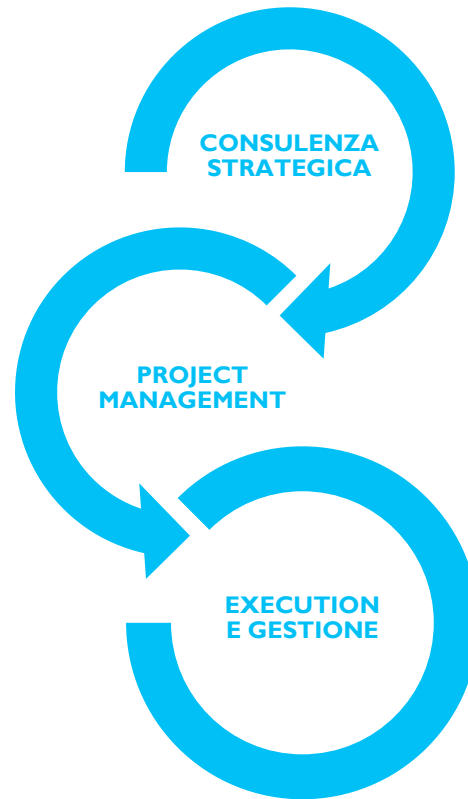
come fattore abilitante ai processi di cui sopra e mai con un fine a se stesso.



Posizionamento distintivo

websolute

- Analisi tecnica e organizzativa
- Pianificazione delle attività
- Creazione dei team di lavoro
- Supervisione costante ai processi esecutivi per rispetto budget e tempi



websolute

- cosa può fare il digitale per il tuo business ?
- come competere nell'era digitale ?
- come diventare brand, trovare clienti, generare business ?
- come impatta tutto questo con i processi interni ed esterni all'azienda ?



- Execution interna al gruppo Websolute
- Teams Tecnologici
- Teams Marketing
- Teams Brand
- Team e-commerce

«WEBSOLUTE»

*colma il gap tra la strategia digitale e l'execution
progettuale di tutti i touchpoints.*

Webbsolute: una storia di crescita, di successo anche per linee esterne

START

FASE 1: Crescita per linee interne

2001

Viene costituita a Pesaro Webbsolute da Lamberto Mattioli con attività prevalente: fornitura e commercializzazione di servizi di comunicazione a base informatica per la realizzazione e produzione di sistemi software di sicurezza. Nei primi anni di attività Webbsolute diventa il principale player nel proprio settore a livello regionale (Marche) ed inizia ad operare nel mercato del Nord Italia. Nei primi dieci anni di attività Webbsolute ha puntato allo sviluppo delle proprie capacità progettuali ed esecutive andando a creare un portafoglio clienti di primaria importanza nel contesto italiano.

2011

Progetto di fusione mediante incorporazione della società ACANTO MULTIMEDIA SNC, società pesarese attiva nel settore della comunicazione e del digital marketing.

2012

Webbsolute si trasferisce nella nuova sede sui colli pesaresi e crea un campus immerso nel verde e di grande attrazione per i nuovi talenti.

2013

La Società raggiunge quota Euro 4 mln di fatturato, impiegando più di 60 dipendenti espandendosi nel territorio italiano.

FASE 2: Crescita per linee esterne

2015

Cambia l'assetto societario di Webbsolute che si trasforma in Società per azioni con la partecipazione di 4 soci al 25%. Parallelamente viene costituita la Newco WS Techlab per potenziare le attività tecnologiche e di E-Commerce. Apertura della sede di Monza.

2016

Crescita per linee esterne attraverso le acquisizioni Moca Interactive (33,33%), Shinteck (50%), DNA Network (50%). Apertura delle sedi di Treviso e Roma.

2017

Perfezionamento dell'accordo preliminare per l'acquisto del 70% di Xplace.

2018

Nei primi mesi del 2018, Webbsolute incrementa la propria partecipazione in Moca Interactive Srl (80%), DNA Srl (70%), Shinteck Srl (50%) e Xplace Srl (70%). Marzo 2018 riconoscimento PMI Innovativa.

A maggio 2018 ingresso del socio Innovative RfK S.p.A. (Investment Company) al 20% mediante operazione di aumento di capitale sociale con sovrapprezzo.

FASE 3

2019
IPO

Webbsolute completa il processo di quotazione in Borsa per reperire risorse finanziarie finalizzate all'accelerazione del suo percorso di crescita

Prodotti e servizi offerti: Overview

PRODOTTI E SERVIZI

DESCRIZIONE

 websolute
  xPLACE
  MOCA
  DNA
  shinteck








Piattaforme Digitali	33,2%	Attività volte alla creazione di piattaforme di comunicazione e vendita nel mondo digitale. Siti e-commerce e non multi mercato, multi lingua, multi listino, integrati a ERP e CRM	✓				✓
Digital Marketing	20,2%	Attività finalizzate alla ricerca di pubblico target, SEO, SEM, PPC, ADV, Programmatic, Native ADV, Email Marketing, Marketing Automation, Rich Media, Youtube, Social ADV.	✓	✓	✓	✓	
Brand UX, UI, Customer Journey	14,5%	Attività volte a definire l'identità di una marca in relazione al mondo digitale (anche offline) Customer Journey Design, User Experience Design, User Interface Design.	✓				
Social & Influencer Marketing	12,1%	Attività legate alla presenza sui Social Media dei clienti per promuovere i propri prodotti e servizi, Engagement, Influencer Marketing, specializzazione su Worldwide & Cina	✓	✓		✓	
E-Commerce Strategy & Management	5,0%	Attività consulenziali e outsourcing necessarie alla attivazione di strategie di e-commerce. Definizione Scenario, Tax & Legal, Processi. Business Plan, Customer Care, management, pagamenti e incasso.	✓				
Cloud & System Integration	3,8%	Servizi tecnici ed informatici che permettono alle piattaforme di funzionare 24x7, in linea con la normativa GRPR, integrazione con Sistemi ERP, CRM, PIM, DAM, Configuratori.	✓				✓
Mobile Apps	2,8%	Sono i servizi legati alla realizzazione di app per i sistemi operativi Apple e Android. Comprendono App per la Realtà Virtuale e Aumentata. Oculus Rift & Quest					✓
Editoria New Media	2,7%	Attività di Creazione contenuti originali e gestione di canali new media, eventi, merchandising, produzione di web series e cartooning per youtube e TV				✓	
Altro	1,8%	Attività di formazione e licenze software.	✓				
Consulenza Digital Strategy	1,0%	Servizi di tipo consulenziale, volti a definire le attività necessarie per sfruttare le potenzialità del mondo digitale al servizio del business.	✓				
Totale ricavi da prodotti e servizi	97,1%						
Altri ricavi Non caratteristici	2,9%						

Incidenza sui ricavi consolidati 2018 

TOTALE 100% - l'insieme della consulenza e dei servizi copre tutto l'arco dei servizi digital

At a glance

KEY FINANCIALS

	2017 WEBSOLUTE S.P.A.	2018 WEBSOLUTE S.P.A.	2018 CONSOLIDATO	IH 2019 CONSOLIDATO
 VdP	Euro 7,5 mln	Euro 8,1 mln	Euro 12,8 mln	Euro 6,8 mln
 EBITDA	Euro 0,6 mln	Euro 0,9 mln	Euro 1,7 mln	Euro 1,14 mln
 EBITDA Margin %	8,5%	11,2%	13,7%	16,8%
 EBIT	Euro 0,4 mln	Euro 0,5 mln	Euro 1,1 mln	Euro 0,8 mln
 EBIT Margin %	5,5%	6,4%	8,8%	11,7%
 UTILE	Euro 0,4 mln	Euro 0,5 mln	Euro 0,7 mln (*)	Euro 0,55 mln (**)
 PFN (Cash)	Euro 1,1 mln	Euro 2,9 mln	Euro 2,5 mln	Euro 2,44 mln
 PN	Euro 1,1 mln	Euro 0,9 mln	Euro 1,3 mln (**)	Euro 1,34 mln (**)

Note: (*) Pertinenza Gruppo 2018 Euro 0,5 mln Pertinenza Gruppo IH 2019 Euro 0,48 mln
 Pertinenza di terzi 2018 Euro 0,2 mln Pertinenza di terzi IH 2019 Euro 0,07 mln

Note: (**) Pertinenza gruppo 2018 Euro 1,1 mln Pertinenza Gruppo IH 2019 Euro 0,94 mln
 Pertinenza di terzi 2018 Euro 0,2 mln Pertinenza di terzi IH 2019 Euro 0,4 mln

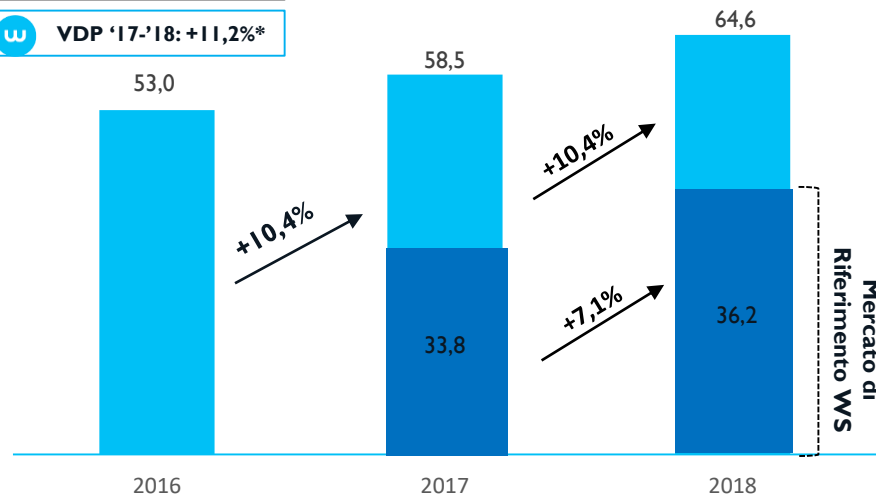
Mercato di riferimento : Mercato digitale in Italia

TREND DEL MERCATO DIGITALE 2016-2018

(Dati in Mld €)

 MKT '17-'18: +10,4%
(NET MKT** +7,1%)

 VDP '17-'18: +11,2%*



 Mercato digitale al netto di E-Commerce

ANDAMENTO CUMULATO DEL MERCATO DIGITALE



Fonte: IAB-EY «Le infinite possibilità del digitale in Italia»

*Confronto su dati aggregati

**Al netto di E-Commerce

Il mercato digitale in Italia ha mostrato un trend crescente tra il 2016 e il 2018. In particolare è passato da **€ 53,0 mld** del **2016**, a **€ 58,5 mld** nel **2017** (+10,4% y/y) e **€ 64,6 mld** nel **2018** (+10,4% y/y).

Considerando il **mercato digitale nettato** del comparto **E-Commerce** (contiene una considerevole componente di vendita di prodotti da store), questo è pari a **36,2 mld €** nel 2018 (+7,1% y/y) e si configura come **mercato di riferimento** del Gruppo Websolute che ha sovra-performato nel 2018 (+11,2% y/y)*.

Analisi del contesto competitivo

Caratteristiche Principali

Livello di competenze e professionalità elevato
Elevata dimensione dei clienti
Diversificazione dell'offerta

Ottime competenze progettuali e realizzative
Presenza territoriale principalmente al nord e al nord est
Limitato numero di tecnologie.

Presenza locale e vicinanza territoriale al cliente
Competenze strategiche e progettuali carenti
Specializzazione su singolo servizio.

Grandi agenzie

Agenzie strutturate

Boutique Agency

Fatturato da € 0,5 a 2,0 mln
15-20 dipendenti

Fatturato tra € 2,0 mln e 10,0 mln
80-120 dipendenti

Fatturato oltre € 20 mln
oltre 150 dipendenti

Fatturato

Fonte: Elaborazioni della società

Fattori critici di successo ed elementi distintivi

1

DIVERSIFICAZIONE DI
PRODOTTI E SERVIZI
OFFERTI

2

RILEVANZA DEI
CANONI RICORRENTI

3

CONTINUO
ORIENTAMENTO
ALL'INNOVAZIONE
E ALLA R&S

4

FORTE CAPACITA' DI
INTEGRAZIONE DELLE
REALTA' ACQUISITE
(M&A)

5

SISTEMA DI PIANIFICAZIONE,
GESTIONE E CONTROLLO DELLE
ATTIVITÀ IMPOSTATO SULLA
REDDITIVITÀ

6

AMPIO PORTAFOGLIO
CLIENTI

7

RELAZIONI DI LUNGO TERMINE
CON I CLIENTI E CONTINUO
SCOUTING

Strategic guidelines e drivers di crescita - 1

STRATEGIC GUIDELINES

1

**AMPLIAMENTO DELLA
STRUTTURA
COMMERCIALE DIRETTA**

2

**CREAZIONE DI UNA RETE
COMMERCIALE
INDIRETTA**

DRIVERS DI CRESCITA

SEDI

- Presidiare il territorio attraverso l'apertura di ulteriori 2/3 sedi:
 - Gestite da un capo area con responsabilità commerciale.
 - Con autonomia Commerciale, strategica e progettuale.

RETE AGENTI

- Presidiare il territorio attraverso almeno due agenti per ogni sede ed un agente nelle principali regioni.

STRUTTURA PRE-SALE

- Ampliamento della struttura tecnico/commerciale a supporto del processo di vendita per i servizi di Digital Strategy, Social Media, Brand, Technology, User & Customer Experience, E-Commerce & Business.
- Inserimento di 1/2 Project Manager - Pre Sale Specialist per ogni sede ed almeno un Digital Strategist per ognuna delle tre aree geografiche.

SVILUPPO DI CORPORATE POINTS

- Ricerca di 2/3 agenzie di comunicazione e Web Agencies, di dimensioni medio piccole, capaci di offrire in autonomia i prodotti e servizi offerti dall'azienda, e in possesso di competenze tecnico commerciali.

INTEGRAZIONE COMPETENZE

- Inserimento e ricerca di personale con competenze tecniche e commerciali in grado di sviluppare la rete commerciale indiretta.
- Sia per la ricerca di agenzie che per l'integrazione di competenze, gli accordi saranno regolati da contratti che indicheranno budget da raggiungere, servizio standard, obblighi formativi e certificativi per essere parte della rete commerciale indiretta dell'azienda.

Strategic guidelines e drivers di crescita - 2

STRATEGIC GUIDELINES

3

M&A

4

INVESTIRE IN
STRUTTURA FORMATIVA
– WS ACADEMY

DRIVERS DI CRESCITA

ACQUISIZIONI DI ALTRE DIGITAL AGENCIES

- Target a copertura territorio (Piemonte, Sicilia, Campania) di 2/3 digital agencies di medie e piccole dimensioni con competenze simili all'azienda
- Target su servizi / prodotti non presidiati dall'azienda o presidiati solo in fase embrionale in cui vi è la possibilità di crescita e/o cross selling sul parco clienti, in particolare:
 - Marketing Automation
 - Social listening / brand reputarion
 - Tecnologie per l'ecommerce enterprise
 - Virtual Reality / Augmented Reality
- Target su servizi / prodotti già presidiati dall'azienda su cui si prevede forte sviluppo del mercato, in particolare:
 - Tecnologie per e-commerce
 - e-commerce management

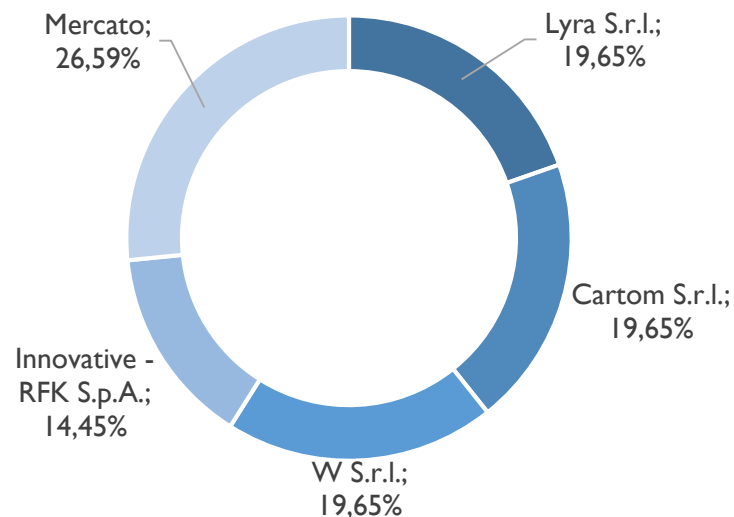
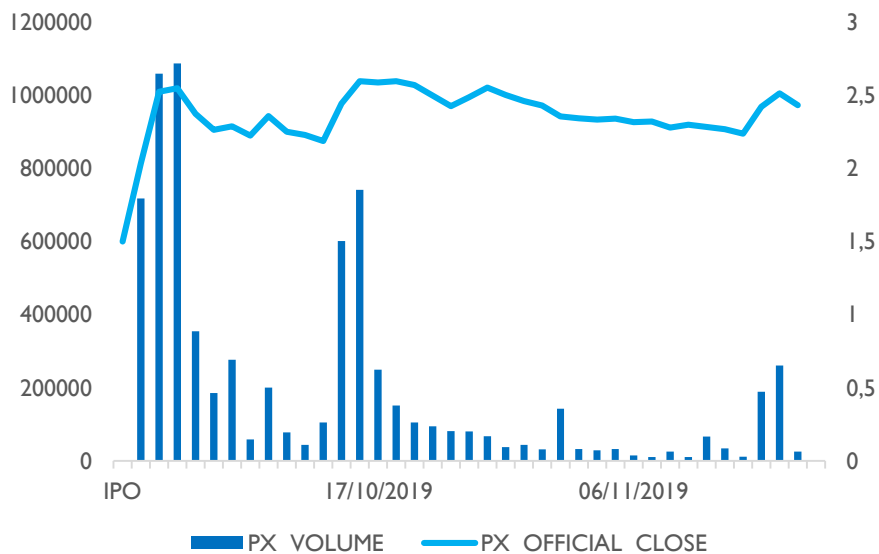
CORPORATE ACADEMY

- Struttura dedicata alla formazione sui temi digital (sempre più numerosi e complessi), del personale aziendale e delle strutture satelliti con sviluppo e miglioramento delle competenze commerciali, tecniche e consulenziali.
- Finalizzata a
 - Formazione interna (esigenze formative di una struttura diffusa sul territorio italiano ed internazionale)
 - Formazione esterna per propri clienti e non
 - Recruiting per il Gruppo e per i propri clienti
 - Strumento di mktg e brand awareness

Un IPO di successo

DATI IPO

Azioni in circolazione	8.648.950
Warrant	8.648.950
Flottante	26,59%
Data IPO	30.09.2019
Prezzo IPO	€ 1,50
Market CAP IPO	€ 12,9 mln



“La quotazione su AIM è un grande stimolo per sostenere la crescita e perseguire i nostri obiettivi, forti dell’impegno, la competenza e la passione di ogni persona del gruppo, vero patrimonio dell’azienda”

Contatti



Maurizio Lanciaprima
CFO & Investor Relator
investorelations@websolute.it
T 0721411112



IR Top Consulting
Investor & Media Relations
Maria Antonietta Pireddu
m.pireddu@irtop.com
Domenico Gentile, Antonio Buoizzi
Ufficiostampa@irtop.com
T 0245473884



Integrae SIM S.p.A.
Nominated Adviser
info@integraesim.it
T 02 87208720