

Risultati preconsuntivi 2019  
Piano 2020 – 2022



**TINEXTA**

Presentazione  
13 Febbraio 2020

# Agenda

1

**Introduzione**

2

2019

3

Le Business Units

4

Piano 2020-2022

5

Conclusioni

## Il Gruppo



***Risultati preconsuntivi 2019  
Piano 2020 – 2022***

*CEO Tinexta*

## Le Business Units



***Sviluppi in ogni BU, le iniziative  
in corso e l'evoluzione  
prevedibile***

*Capi azienda*

## Piano 2020-2022 Conclusioni



***Il Piano a perimetro costante e  
tenuto conto dell'impatto M&A***

*CEO Tinexta*

## Disclaimer

Questa presentazione include:

- dati preliminari soggetti a modifiche anche sostanziali durante la preparazione del Bilancio 2019 e a seguito della sua revisione da parte del Collegio Sindacale e gli auditor esterni;
- dati "*forward-looking*" basati su assunzioni interne di management che sono soggetti a modifiche sostanziali, anche dovute a fattori esterni che non sono sotto il controllo del Gruppo;
- dati di management. Quando presentati sono evidenziati come tali.

Si precisa che i dati relativi alle Business Unit sono settoriali e non comprendono l'eliminazione delle poste infra-settoriali, che vengono invece elise a livello di Gruppo.

Per informazioni complete su Tinexta S.p.A. è consigliabile fare riferimento alla documentazione aziendale, inclusi gli ultimi rapporti intermedi e il Bilancio della Società.



TINEXTA



PIER ANDREA  
CHEVALLARD

CEO  
TINEXTA



DANILO  
CATTANEO

CEO  
InfoCert



VALERIO  
ZAPPALÀ

GM  
Innolva



FIORENZO  
BELLELLI

CEO  
Warrant HUB



MARCO  
SANFILIPPO

CEO  
Co.Mark



Pier Andrea Chevallard  
CEO Tinexta

# Agenda

1

Introduzione

2

**2019**

- **Risultati preconsuntivi 2019**
- Lo stato dell'arte

3

Le Business Units

4

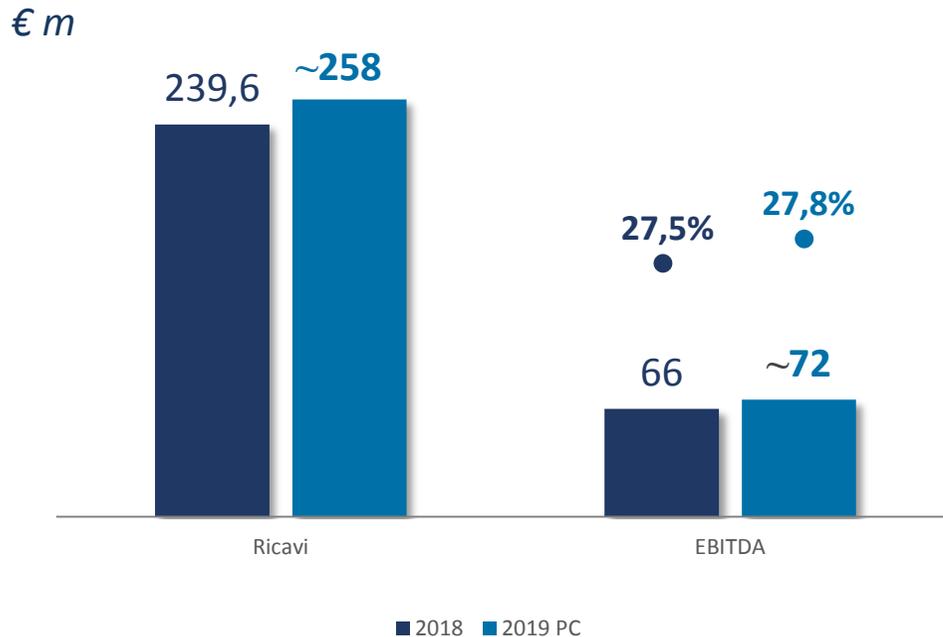
Piano 2020-2022

5

Conclusioni

## Il Gruppo: Risultati preconsuntivi 2019 (1/5)

I Risultati preconsuntivi 2019, escludendo gli impatti dell'IFRS 16 e delle Virtual Stock Options, hanno superato le previsioni per l'anno



*I Ricavi sono cresciuti del 7,7%  
L'EBITDA è cresciuto +8,8%*

### Impatti inclusi:

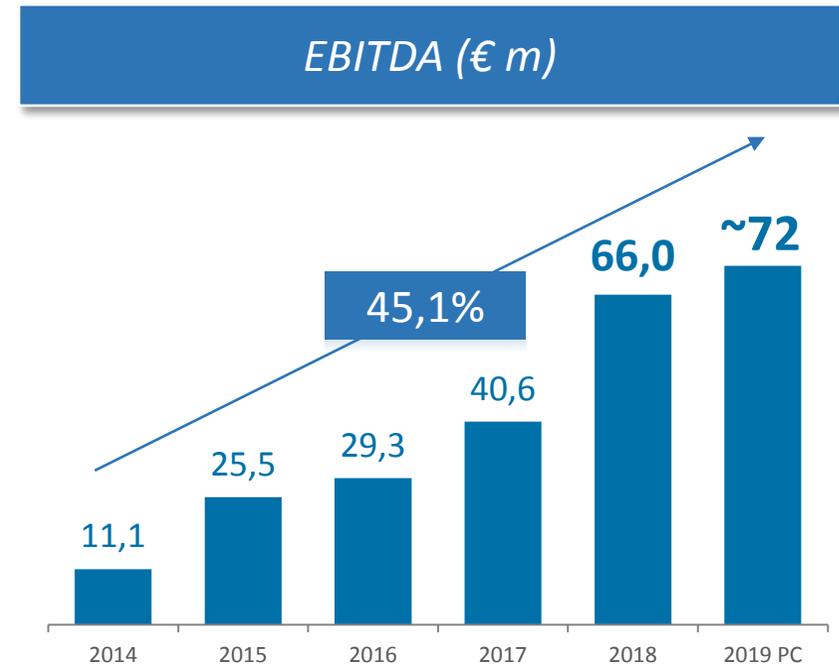
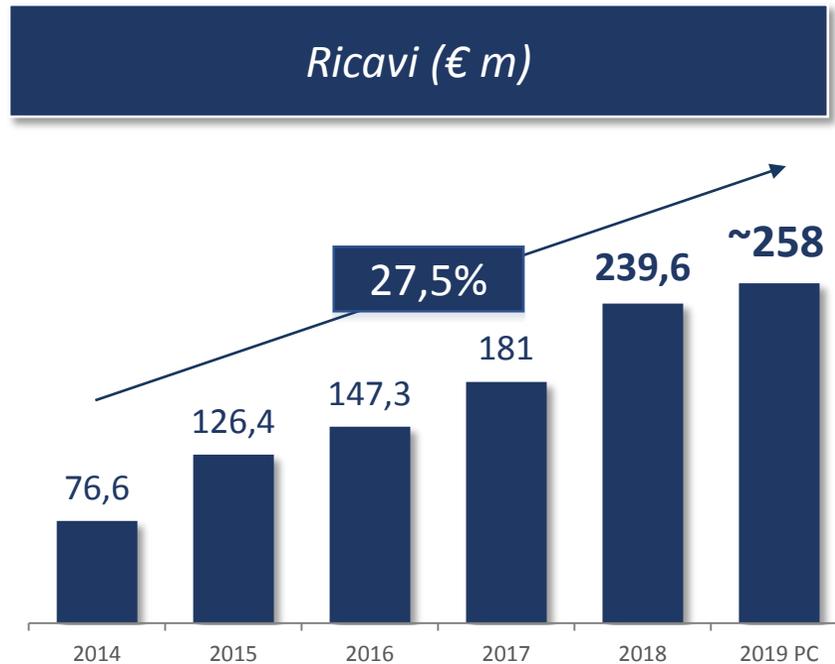
- IFRS 16 (la modifica del trattamento dei lease come indebitamento) pari a € 3,6 m
- Le Phantom stock options esercitate nell'anno: €3,6m (piano terminato)

### Acquisizioni 2019:

- Privacy Lab: accordo di acquisizione firmato a Dicembre 2019; perfezionata nel 2020

## Il Gruppo: Risultati preconsuntivi 2019 (2/5)

I Ricavi del Gruppo Tinexta sono cresciuti con un CAGR del 27,5% dal 2014 al 2019. L'EBITDA è cresciuto con un CAGR pari al 45,1% nello stesso periodo.



PC = Preconsuntivo

*Indebitamento finanziario netto/EBITDA = inferiore a 2 volte al 31/12/2019*

## 2 Gli impatti delle VSO e IFRS 16 (3/5)

L'EBITDA di circa 72 milioni di euro include l'impatto:

- dell'ultima tranche di VSO ("Virtual Stock Options") pari a 3,6 milioni di euro. Tale piano è terminato;
- Della "FTA" (First Time Adoption) dell'IFRS 16 che ha avuto un impatto di circa 3,6 milioni di euro.

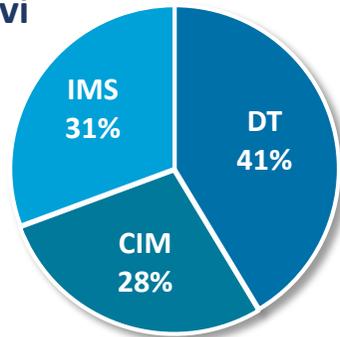
L'impatto delle VSO ha aumentato i costi della holding Tinexta S.p.A. i quali risentono inoltre dei costi sostenuti per il progetto Integra pari a circa 1,5 milioni di Euro.

## 2 Tinexta Group: split per BU (4/5)

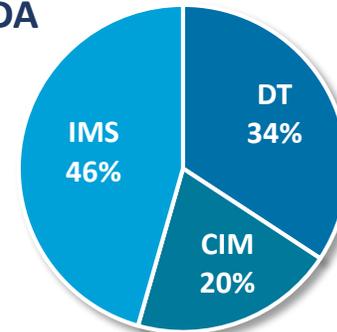


Ricavi (€ m) <sup>1</sup>	<b>107</b>	<b>72+</b>	<b>~80</b>
EBITDA (€ m) <sup>1</sup>	<b>29</b>	<b>17</b>	<b>38+</b>

Ricavi



EBITDA

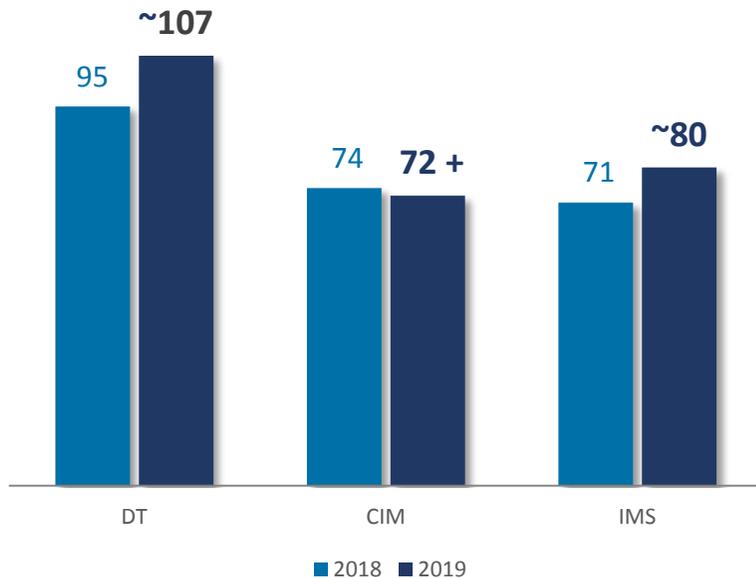


<sup>1</sup> Soggetto a rettifiche. I Ricavi non ricomprendano le intercompany infra-settoriali. Gli EBITDA indicati non includono l'impatto di Tinexta S.p.A., la capogruppo, che ammonta a circa -€13 milioni di Euro, ovvero il 15% della somma dell'EBITDA delle BU. Tale cifra include il costo delle Virtual Stock Options.

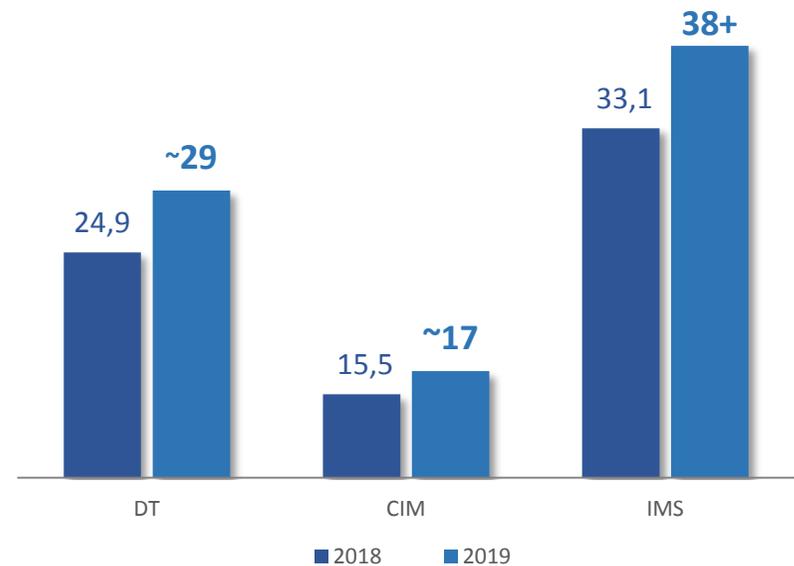
## 2 Risultati 2019 per Business Unit (5/5)

Tutte le Business Unit hanno contribuito alla crescita della redditività del Gruppo

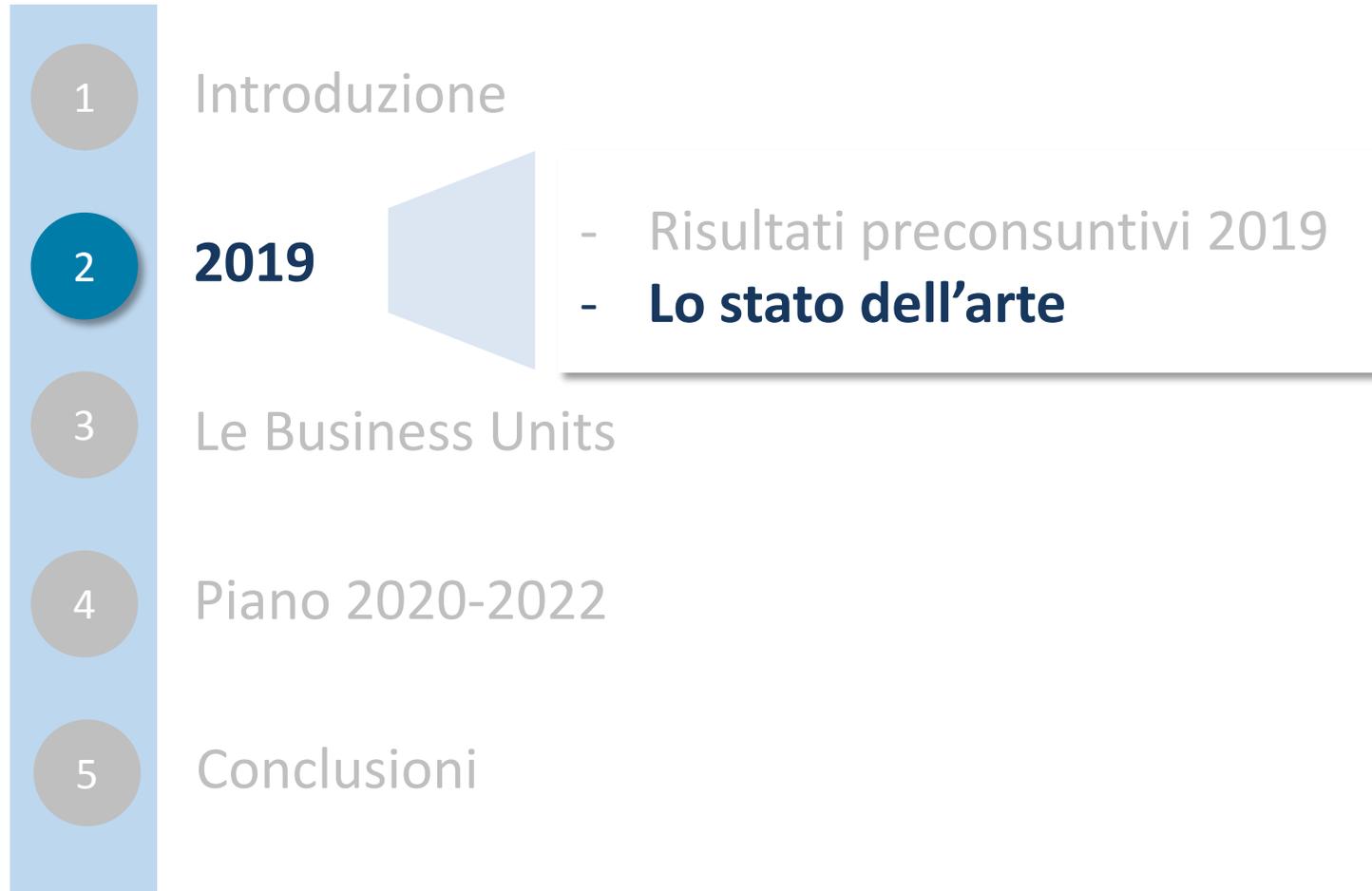
Ricavi (€ m)



EBITDA (€ m)

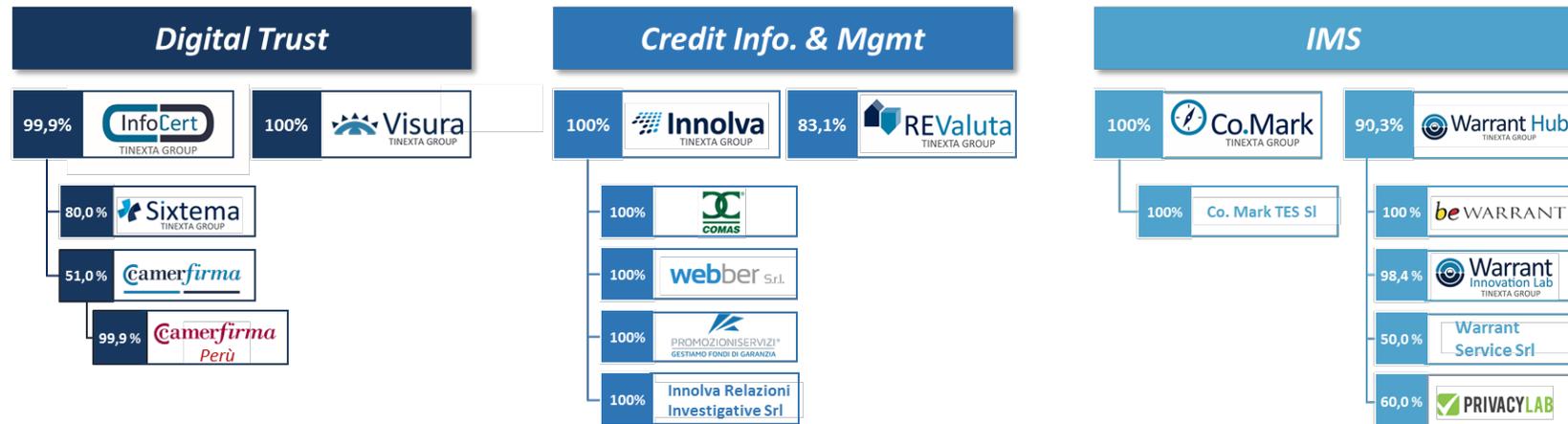


# Agenda



## 2 Lo Stato dell'Arte: Il Gruppo (1/3)

Nel 2019 Tinexta ha deciso di concentrarsi sulla riorganizzazione e sul rinforzo della struttura interna per gestire meglio il business, nonché porre le basi per una nuova fase di acquisizioni



### Acquisizioni

- Warrant Hub: ha annunciato l'acquisizione di PrivacyLab a dicembre, chiusa il 27 gennaio 2020

### Acquisizione delle minoranze

- Nel 2020 si prevede l'acquisizione delle minoranze di Warrant Hub, REValuta e probabilmente Sixtema per raggiungere il controllo del 100% di queste società

## Lo Stato dell'Arte: Modello organizzativo (2/3)

Nel 2019, il Gruppo ha operato una profonda revisione del modello organizzativo, volta a consolidare i presidi di governo, ponendo le basi per una nuova fase di espansione dell'attività



## Attività svolte

- ✓ Istituzione Comitato Commerciale e Marketing di Gruppo e Segreteria Commerciale a supporto
- ✓ Definizione piano di incentivazione, procedure e regole operative per l'attività di segnalazione
- ✓ Implementazione CRM di Gruppo: Salesforce
- ✓ Effettuata fase di test su clienti PMI in Emilia-Romagna e Piemonte: estesa a livello nazionale
- ✓ Stipulati accordi di collaborazione cross-societari con primari Istituti Bancari nel territorio italiano
- ✓ Avviata attività operativa comune: eventi infragruppo; formazione su prodotti e servizi

## Risultati

### Storie di successo:

- ✓ ~200+ segnalazioni in lavorazione
- ✓ Sinergie infragruppo per la partecipazione a Bandi e Gare
- ✓ Sessioni di formazione della forza commerciale sul territorio nazionale
- ✓ Ottimizzazione infragruppo per lo sviluppo integrato delle reti commerciali

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

**Le Business Units**

4

Piano 2020-2022

5

Conclusioni

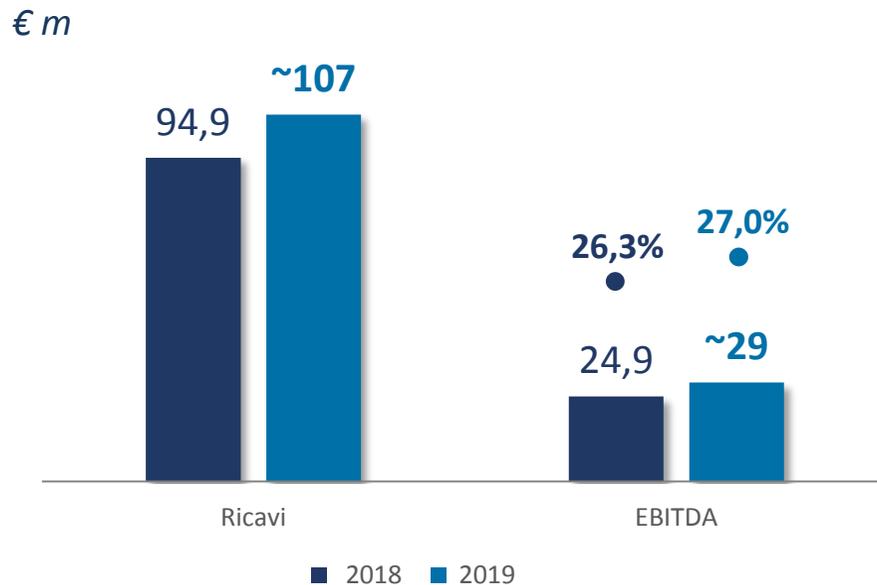
- **Digital Trust**
- Credit Information & Management
- Innovation & Marketing Services



Digital Trust  
Danilo Cattaneo  
CEO InfoCert

### 3 DT: Risultati preconsuntivi 2019

Nel 2019 i ricavi di Digital Trust crescono del 13% e l'EBITDA aumenta oltre il 15%. Di conseguenza l'EBITDA margin è migliorato rispetto al 26,3% registrato nel 2018.



*Ricavi: +~13%*  
*EBITDA: + ~16%*

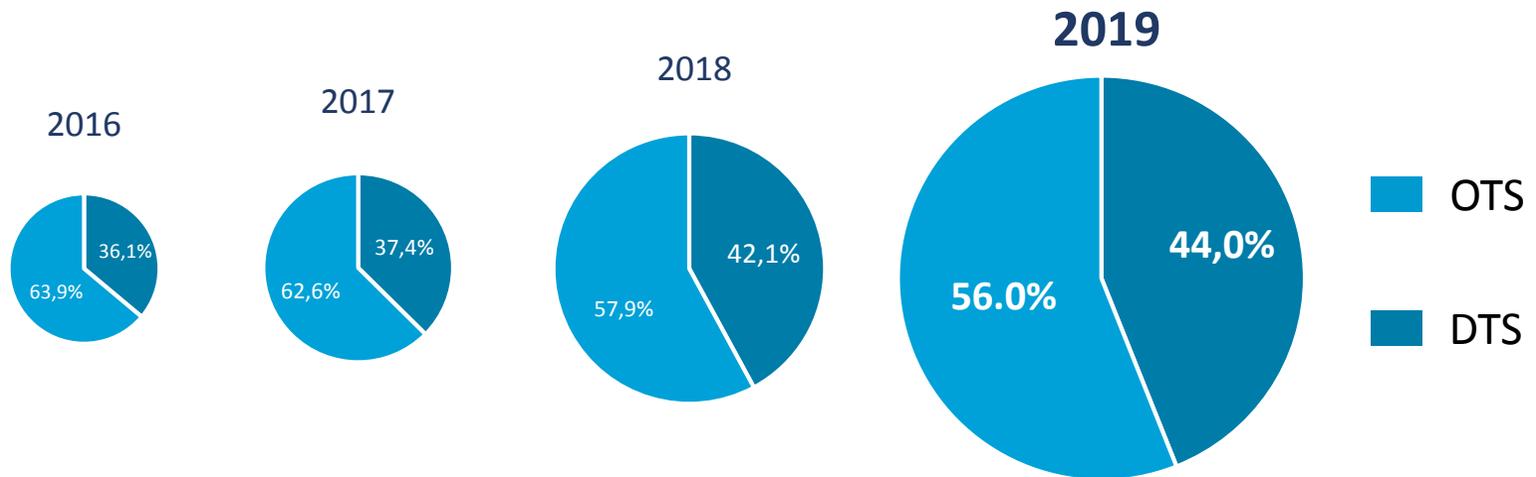
#### Impatti principali:

- Crescita organica Gruppo InfoCert, incluso Sixtema
  - Gruppo Camerfirma consolidato full-year
- Crescita LuxTrust (impatto prettamente finanziario)
- Crescita Visura con un contributo solido al margine EBITDA
- Effetto IRFS 16: €1,6m

### 3 DT: Evoluzione del business

*Business proposition:* Consentire alle aziende di **innovare le customer interaction** e i **processi** di business con le nostre soluzioni Trust. Il nostro valore aggiunto risiede nella capacità di:

- **Esternalizzare la responsabilità** legale di qualsiasi processo aziendale
- **Reinventare i flussi di lavoro** digitali per i nostri clienti, progettando, sviluppando e fornendo soluzioni end-to-end



Off-the Shelf (OTS): principalmente un business domestico

DTS (aka Enterprise Solutions): un mercato globale in rapida espansione

# DT: Il mercato delle Digital Transaction Solutions

## E-Signature

La firma digitale, utilizzando tecniche crittografiche, consente di associare in modo indissolubile un numero binario (la firma) a un documento informatico che rappresenta fatti, atti o dati giuridicamente rilevanti.

## Digital Transaction Management

Il Digital Transaction Management (DTM): la conversione da processi documentali cartacei a processi completamente digitali, consentendo l'esecuzione delle transazioni digitalmente.

## Segmenti, Dimensioni del mercato

Forrester Identifica i seguenti segmenti del mercato: e-Signature, Authentication, Biometrics, Trust Services Platform, Content Management, Process Management

Stima della dimensione del mercato globale nel 2018 = \$1,8 miliardi, di cui circa \$500 milioni solo in Europa.

MarketsandMarkets prevede:

- Crescita del mercato globale delle firme digitali da \$1,2 miliardi nel 2018 a \$5,5 miliardi entro il 2023

**Analisti<sup>1</sup> stimano che il mercato globale crescerà dal 2019 al 2023 tra il 25% e il 36% p.a.**

Il nostro mercato principale è associato alla regolamentazione introdotta dall'EIDAS.

Per estensione siamo anche nel mercato dell'America Latina.



eIDAS ha stabilito che ci sono 3 tipi di firme:

- Semplice
- Avanzata
- Qualificata

<sup>1</sup> Forrester: The Global Digital Transaction Market. MarketsandMarkets stima un tasso di crescita annuo composto (CAGR) del 36,7% nel periodo di previsione. Per B Fortune il mercato DTM crescerà 29% dal 2019 al 2026, raggiungendo oltre 6 miliardi di dollari.

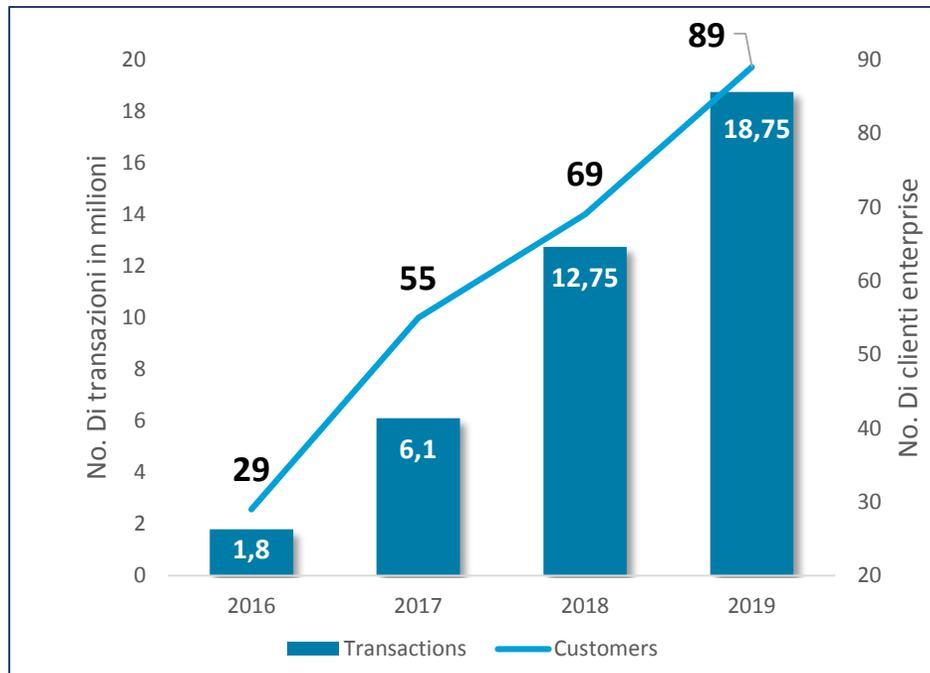
3

## DT: Iniziative cominciate/obiettivi raggiunti nel 2019

# TOP

Trusted Onboarding Platform (TOP)

Soluzione brevettata per l'identificazione dei clienti e la firma del contratto

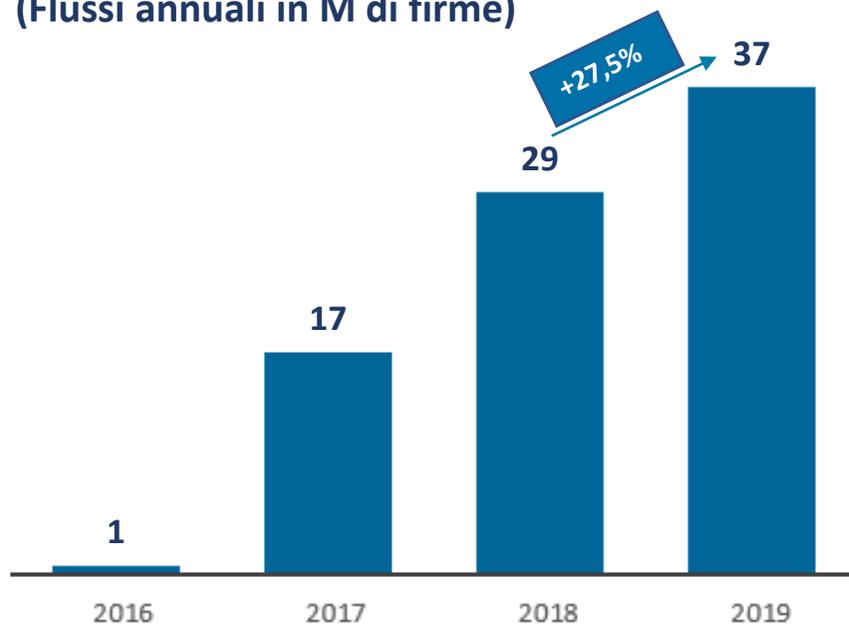


- 89 clienti, 12 fuori l'Italia
- Transazioni: +47%
- Nuovi clienti:
  - FCA Bank
  - Factorit
  - PWC
  - Manpower
  - Netlab
  - FINECO uk
  - Deutsche bank
  - ING Romania
  - Intesa Slovenia

# GoSign

La soluzione digitale per la firma qualificata

**Firme digitale**  
(Flussi annuali in M di firme)



- La digitalizzazione di procedure che necessitano una firma qualificata
- 66 Clienti (di cui 5 non-Italian)
- 6,700 utenti attivi
- La pipeline di GoSign è solida, aiutato dal prodotto GoSign Grapho
- New Customer:
  - Illimity Bank
  - Terna
  - ACI
  - HDI Insurance
  - Bosch Rexroth7

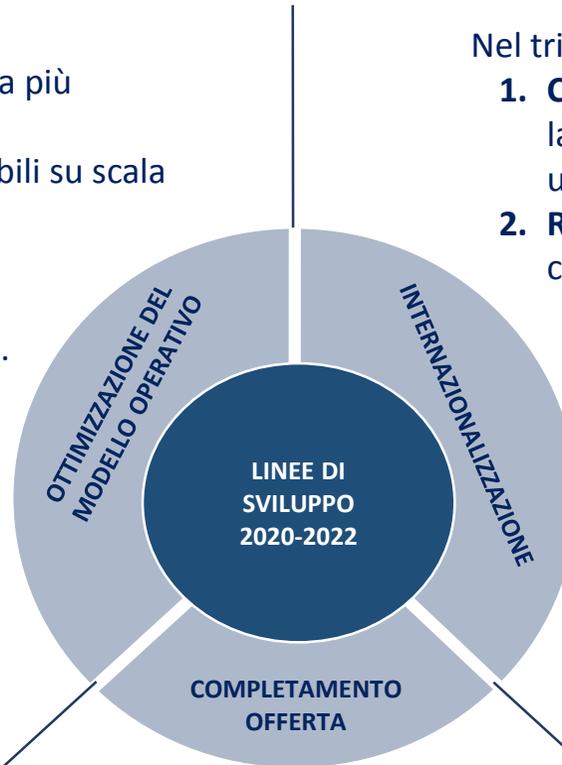
# DT: Business Plan Targets

## Revisione del modello operativo:

1. Rendere l'infrastruttura tecnologica più resistente/sicura;
2. Rendere i servizi scalabili e accessibili su scala globale;
3. Rivedere la strategia di sourcing e l'organizzazione interna per aumentare la capacità di consegna.

## Miglioramento dell'efficacia commerciale:

1. Prevedere l'introduzione di un'area di vendita interna;
2. piattaforma e-Commerce di cross-market condiviso.



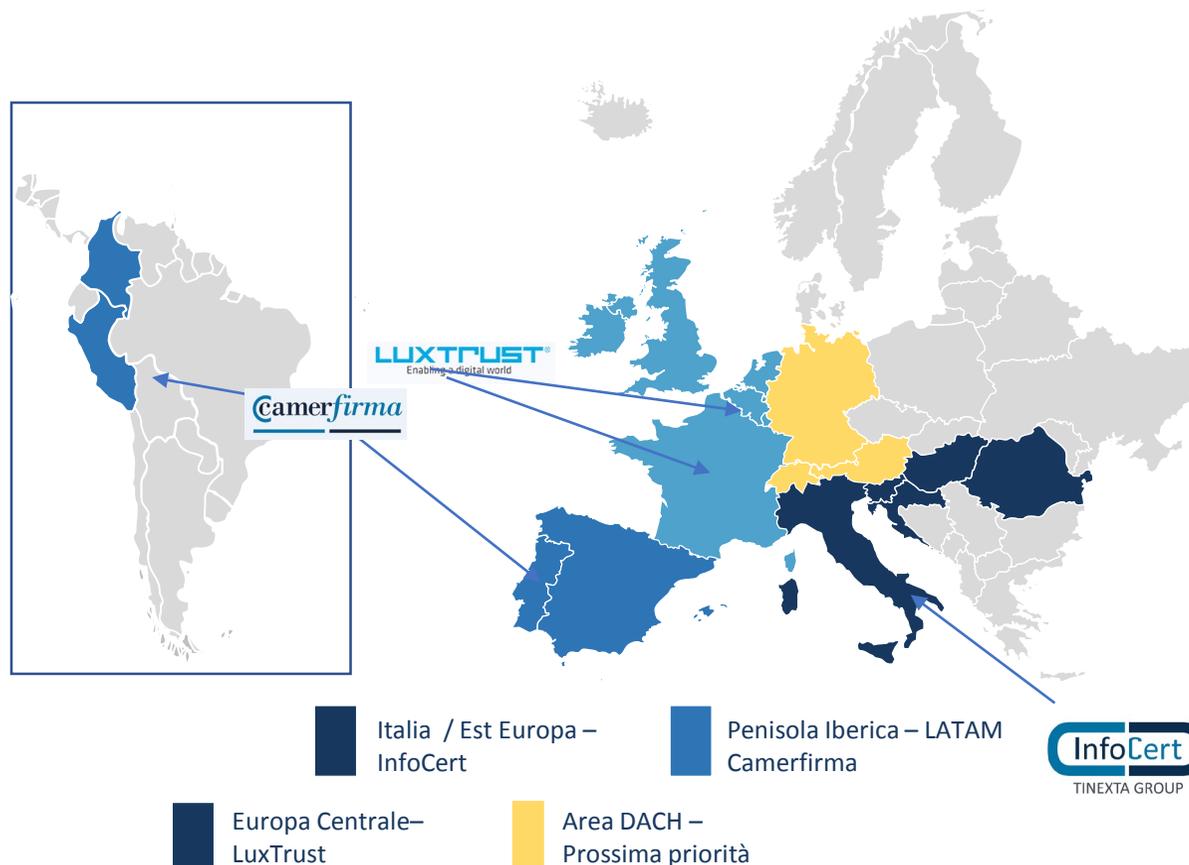
Nel triennio 2020-22 le priorità per InfoCert :

1. **Consolidare la crescita "organica"** attraverso la creazione di una forza vendita dedicata e di una rete di alleanze/partenariati;
2. **Rafforzare le sinergie** tra e con le società controllate;
3. Perseguire ulteriori opportunità di **crescita "inorganica"** attraverso M&A e JV mirate:
  - Completare la copertura dell'Europa;
  - Sfruttare le opportunità tattiche nei mercati extra-UE come il LATAM.

L'offerta di InfoCert è unica e distintiva sul mercato ed è il risultato della capacità dell'azienda di riunire tre diverse aree all'interno del proprio portafoglio:

**TRUST, COMPLIANCE e SICUREZZA**

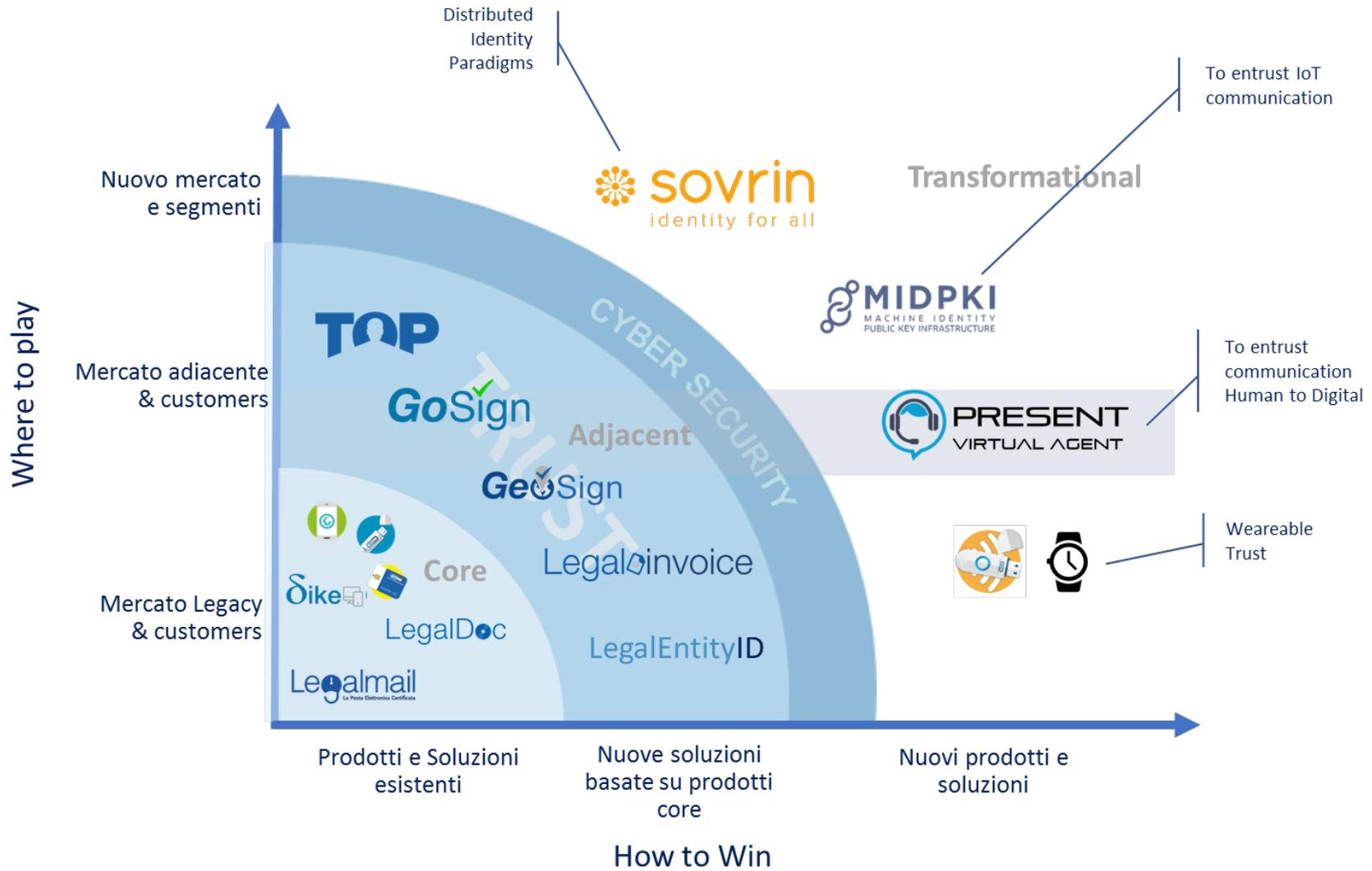
### 3 DT: La strategia in esecuzione



1. Nuova sede a **Parigi** e una prossima apertura a **Bruxelles** (Q1 2020)
2. Un **nuova risorsa commerciale** in **Romania** ed una in fase di assunzione in **Germania**
3. Primi **progetti** partiti in **Colombia**
4. **Team Sales** internazionale **triplicato**
5. Nuova struttura aziendale per il **Global Account Management**
6. Ricerca di nuove opportunità di **M&A** principalmente nelle aree di lingua tedesca e francese

# 3

## DT: Evoluzione del portfolio



## DT: Strategia di go to market di DIZME

### SOVRIN NETWORK

Sovrin è la fondazione *non profit* con sede negli USA nata per la diffusione della visione *self-sovereign*; il *Sovrin Network* è il nuovo standard per l'identità digitale finalizzato a garantire trust e controllo relativamente all'utilizzo delle ID digitali

### DIZME

**Dizme**, basato su *framework* Sovrin, è la piattaforma ideata da InfoCert che integra il mondo della **Self Sovereign Identity** con la compliance eIDAS garantendo la trasformazione di **credenziali blockchain** in certificati qualificati

### INFOCERT

**InfoCert**, mantenendo il proprio ruolo di **Governance Authority** di Dizme, ritiene importante garantire la terzietà ed autonomia del network affidando tale compito ad una apposita Fondazione

### USE CASES

- E' iniziata la fase di *dissemination* con l'ingresso dei primi partner nel network e conseguente lancio dei primi **use case**:
- Identificazione online di prospect per assolvere ai requisiti KYC
  - Certificazione di percorsi formativi Corporate

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

**Le Business Units**

4

Piano 2020-2022

5

Conclusioni

- Digital Trust
- **Credit Information & Management**
- Innovation & Marketing Services

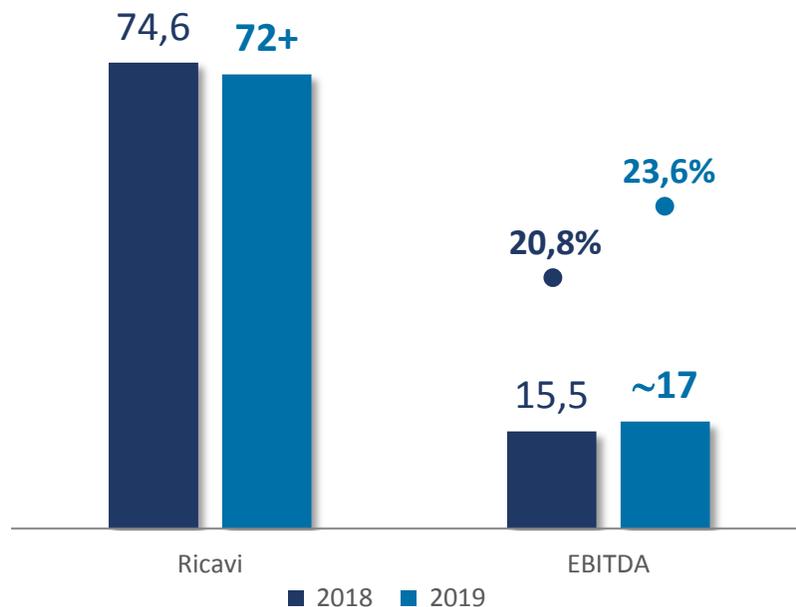


Credit Information &  
Management  
Valerio Zappalà  
GM Innolva

### 3 CIM: Risultati preconsuntivi 2019

I ricavi della BU CIM nel 2019 sono diminuiti di circa il 3%. L'EBITDA è cresciuto di circa il 10% rispetto a quanto conseguito nel 2018. Il margine EBITDA, pari al 23,6%, è in aumento rispetto al 20,8% del 2018.

€ m



#### Sviluppi/impatti principali:

- Conferma dei trend positivi delle società acquisite nel 2018
- Riduzione dei volumi legati a fenomeni congiunturali sia nel mercato Finance sia Corporate
- Sinergie di costi per completamento progetto di fusione e utilizzo delle banche dati proprietarie
- Crescita del business valutazione immobiliare
- Effetto IRFS 16: circa € 0,8 m

## 3 CIM: Il mercato di riferimento

### Business Information

- Permangono importanti barriere all'ingresso nel mercato dei prodotti e servizi *standard*;
- Il segmento del mercato delle piccole aziende risulta particolarmente difficile da aggredire per via della presenza di player aggressivi lato pricing;
- La domanda si sta progressivamente orientando verso prodotti a supporto di processi *data driven*, con una forte spinta alla creazione di indicatori predittivi sfruttando modelli di *machine learning* basati sull'utilizzo di dati proprietari e dati cliente.

### Credit Management

- Il comparto Banking è fortemente impattato dalle nuove normative e dagli interventi dei "regolatori" (BCE, Bankit), che inducono a rivedere le regole di gestione dei crediti. L'offerta va pertanto differenziata sulla valutazione e gestione dei crediti nelle varie fasi di maturità;
- L'evoluzione delle piattaforme tecnologiche in una logica di "outsourcing selettivo" delle varie fasi di gestione degli stock di pratiche sta profondamente cambiando il mercato e il contesto competitivo, contribuendo all'efficientamento dei processi, al contenimento dei tempi di lavorazione ed alla riduzione dei costi di gestione.

### Immobiliare

- La domanda è sostanzialmente legata all'andamento del mercato bancario ed alla richiesta di nuovi mutui. Risente positivamente di discontinuità normative che determinano un sensibile incremento della domanda.

## 3 CIM: Iniziative avviate nel 2019

### Innolva

#### **Mercato corporate:**

- Sviluppata piattaforma integrabile e personalizzabile per la attività di recupero del credito sui clienti large corporate grazie a re-engineering dei processi e dei sistemi proprietari Innolva;
- Sviluppati modelli di rating “*tailor made*” per Large Corporate e PMI.

#### **Mercato banking:**

- Early Warning Indicators (EWIs), capaci di identificare segnali preliminari di default. Gli EWIs di Innolva integrano i modelli di valutazione e prevenzione del rischio delle banche e soddisfano le nuove esigenze sancite dal DL n. 14 del 12 gennaio 2019;
- Sviluppati prodotti a supporto dei processi di gestione dei portafogli UTP.

#### **Innolva RI:**

- Creata una nuova *legal entity* con competenze verticali ed alta specializzazione per la produzione di servizi investigativi finalizzati al recupero del credito ed alla gestione degli NPE.
- 

### ReValuta

- Avviata la linea di business advisory focalizzata inizialmente nei servizi di Due Diligence.

### 3 CIM: Strategia Innolva e REValuta

La **strategia di Innolva** è orientata a garantire:

- i) **innovazione di prodotto** per il mercato **Corporate** tramite sfruttamento delle banche dati e degli asset aziendali;
- ii) **innovazione di canale** con *proposition* di pacchetti tarati sulle esigenze di PMI e professionisti tramite *teleselling*;
- iii) **ampliamento** della **gamma servizi** offerti al mondo **banking** per garantire copertura delle esigenze in materia di risk management e compliance.

Early Warning Indicators

Rating custom

Sviluppo del canale direct marketing

Riforma legge falimentare

Sviluppo soluzioni anti - frode/antiriciclaggio

---

La **strategia di ReValuta** è incentrata sull'**ampliamento dell'offerta di Servizi immobiliari** in logica *full service provider* attraverso, sia accordi commerciali con altri operatori del settore, sia attraverso la costituzione di un team interno di "advisory", con l'obiettivo di proporre un'offerta integrata anche per diversificare la base clienti.

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

**Le Business Units**

4

Piano 2020-2022

5

Conclusioni

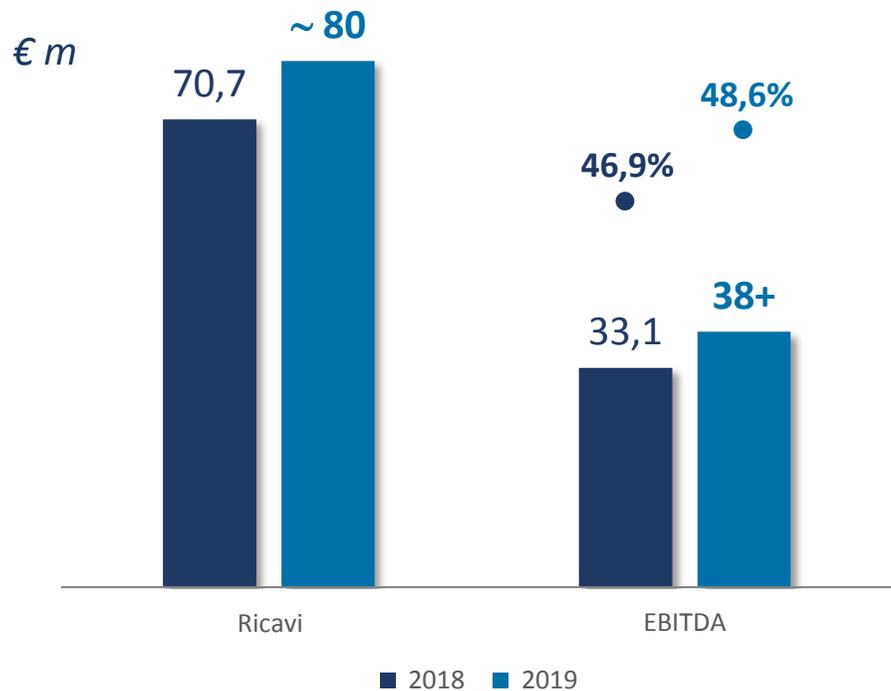
- Digital Trust
- Credit Information & Management
- **Innovation & Marketing Services**



Innovation & Marketing  
Services  
Fiorenzo Bellelli  
CEO Warrant Hub

### 3 IMS: Risultati preconsuntivi 2019

La BU IMS ha riportato circa € 80 milioni di Ricavi che rappresentano una crescita pari circa il 12% rispetto al 2018. L'EBITDA ammonta a oltre €38 milioni, ovvero circa il 16% in più rispetto all'anno precedente.



*Ricavi: + ~12%*  
*EBITDA: + ~16%*

#### Principali sviluppi:

- Crescita organica di Warrant Hub
- Lieve contrazione di Co.Mark Italia in linea con budget del nuovo management
- Buona progressione Co.Mark Spagna
- Effetto IFRS 16: €1,0 milioni

PrivacyLab sarà consolidata a partire dal 1° gennaio 2020.

## 3 IMS: Analisi della performance 2019

Warrant ha visto un andamento molto positivo nel 4° trimestre che ha più che compensato il rallentamento del 3° trimestre. I ricavi sono cresciuti più velocemente dei costi con una ricaduta positiva sull'EBITDA.

- Le attività della Finanza agevolata hanno avuto una crescita molto sostenuta. Il numero di contratti della Finanza agevolata è cresciuto da 6.297 a 7.182 (+14%);
- Crescono significativamente anche le area di Patent Box (+30%), Energia (+89%) e Finanza d'impresa (+5%);
- I costi della produzione sono cresciuti meno velocemente dei ricavi mentre i costi del lavoro e quelli commerciali e di marketing sono aumentati meno velocemente;
- Infatti, il costo del lavoro è cresciuto per l'inserimento di nuovo personale nella produzione e nel commerciale e per la conversione di alcuni collaboratori indipendenti effettuate fra il 2018 e il 2019;
- KPI a fine 2019:
  - consulenti (interni + esterni) dedicati al business: sono cresciuti del 10% (da 177 a 196)
  - Pratiche per consulente: 51
  - Dimensione media delle pratiche: 6.250 €
  - Copertura geografica: Nord 82%, 11%, Sud 7%

### 3 IMS: Piano 2020-2022 Warrant Hub

#### Contesto/dinamiche del mercato

##### Economico

Il contesto economico in cui si muove l'azienda deve fare fronte ad un rallentamento dell'economia ed all'entrata sul mercato di nuovi player, ma siamo fiduciosi di incrementare il nostro posizionamento grazie ad una offerta di servizi con maggiore valore aggiunto e consulenziale

##### Legislativo

La Legge di Bilancio 2020 ha modificato in modo sostanziale le normative in vigore per quanto riguarda il piano Industria 4.0, ma riteniamo che pur in questo quadro modificato possiamo incrementare le nostre quote di mercato sia nel 2020 che nel 2021

#### Crescita organica

##### Crescita Orizzontale

La crescita per vie interne per l'anno 2020 si concentra prevalentemente su linee di business quali la digital transformation, il Patent Box, Energia e finanza d'impresa, oltre che ad un incremento sulla finanza agevolata

##### Posizionamento

La società gode di un posizionamento di assoluta leadership per quanto attiene agli strumenti di finanza agevolata automatica e si posiziona su di un livello qualitativo mediamente più alto rispetto alla concorrenza

##### Cross-selling

Si è convenuto di dare impulso alla collaborazione con le altre società del gruppo ed in particolare con Co.Mark e con Innolva ed abbiamo ipotizzato di sviluppare più di € 500 K con Co.Mark e € 150 K con Innolva

# IMS: la strategia di Warrant per la crescita esterna

Warrant Hub: tre direttrici della crescita inorganica

## Digital transformation & Innovation

Operazioni di M&A o partnership industriali e commerciali in Italia e all'estero, in ambito servizi marketing e di consulenza per l'innovazione e di digitalizzazione dei processi

## Sviluppo canali indiretti

attraverso accordi di partnership con operatori finanziari ed istituzionali

## Internazionalizzazione

attraverso rafforzamento del mercato spagnolo e ingresso / aumento del presidio in altre geografie europee quali, per esempio, la Francia



Innovation & Marketing Services  
Marco Sanfilippo  
CEO Co.Mark

## 3 IMS: Piano 2020-2022 Co.Mark

### Contesto / dinamiche di mercato

- Incremento della concorrenza negli ultimi anni, alimentato dall'introduzione degli incentivi «Voucher MISE» nel 2015
- Frammentazione del mercato su player locali di piccole dimensioni
- Cessazione degli incentivi statali strutturali all'internazionalizzazione delle PMI
- Nascita di incentivi in favore della digitalizzazione delle imprese
- Progressiva evoluzione delle competenze sull'export nelle aziende prospect

### Evoluzione dell'offering

- Offerta di servizi complementari
- Approccio consulenziale esteso
- Evoluzione approccio commerciale, per intercettare l'esigenza del cliente con un proposta multiservizi

### 3 IMS: La Strategia di Co.Mark (1/2)

#### Sales: Miglioramento performance e controllo rete commerciale

- Ridisegno rete con presidi geografici e livelli gerarchici territoriali
- Assunzione di nuove risorse
- Revisione del modello di remunerazione
- Attivazione rete specialisti a supporto della vendita

#### Cross-selling

- Adozione di software CRM (Salesforce) nell'ambito del progetto di Gruppo e implementazione processi di marketing automation
- Avvio della collaborazione sales infragruppo su specifiche aree
- Collaborazione con Warrant Hub ed Innolva per un approccio coordinato sul mercato delle PMI, con scambio reciproco di segnalazioni a livello nazionale

#### Nuovi servizi

- Offerta di servizi complementari, fra cui:
- studio strategico di mercato per l'estero (EMP)
  - consulenza per attività fieristiche (Co.Mark Fair)
  - servizi di temporary marketing management (TMS)
  - formazione digitale per PMI

### 3 IMS: La Strategia di Co.Mark (2/2)

#### Miglioramento lead generation

- Incremento dell'efficienza dei diversi canali di lead generation inbound e outbound, con revisione delle attività del contact center interno, miglioramento del presidio dei canali web e social, revisione del sito web ed incremento dello spending online
- Introduzione di analisi mirate per definire un'efficiente allocazione dello spending sui diversi canali online ed offline

#### Collaborazione con istituti finanziari e partner istituzionali e privati

- Avvio di accordi di collaborazione con istituzioni finanziarie di primo e secondo livello per la segnalazione del servizio Co.Mark su territorio nazionale
- Attivazione di partnership con partner istituzionali e privati

#### M&A

Ricerca di target per externalizzare i servizi di marketing in ambito digitale

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

Le Business Units

4

**Piano 2020-2022**

- **Piano 2020-2022** (Perim. costante)
- Piano 2020-2022 con M&A

5

Conclusioni

## Il Gruppo: Linee Guida

Il Piano 2020-2022 prevede il consolidamento del nuovo modello organizzativo e il proseguimento della strategia di M&A lungo due direttrici di crescita:

### **Internazionalizzazione**

**Digital Trust:** Espansione nel mercato europeo tramite:

- operazioni di M&A con priorità Francia e DACH;
- crescita “organica” tramite una forza vendita dedicata e alleanze;
- rafforzamento delle sinergie tra le partecipate estere;
- adeguamento dei servizi/prodotti alle esigenze locali.

**Innovation & Marketing Services:** espansione tramite crescita esterna in Spagna e Francia

### **Nuovi servizi/ prodotti**

**Supporto in ambito Digital transformation - Industria 4.0**

**Supporto nel Digital marketing:** diversificare e ampliare l’offerta

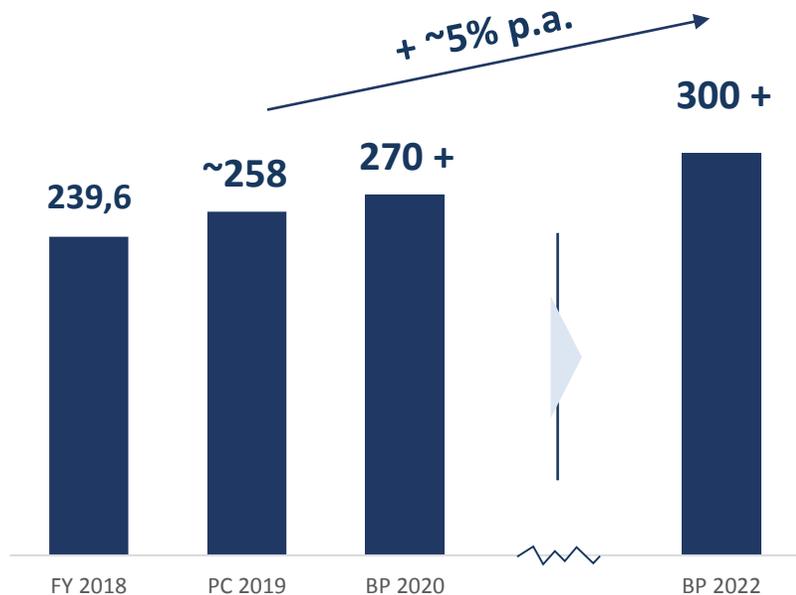
**Supporto in ambito Cyber security**

4

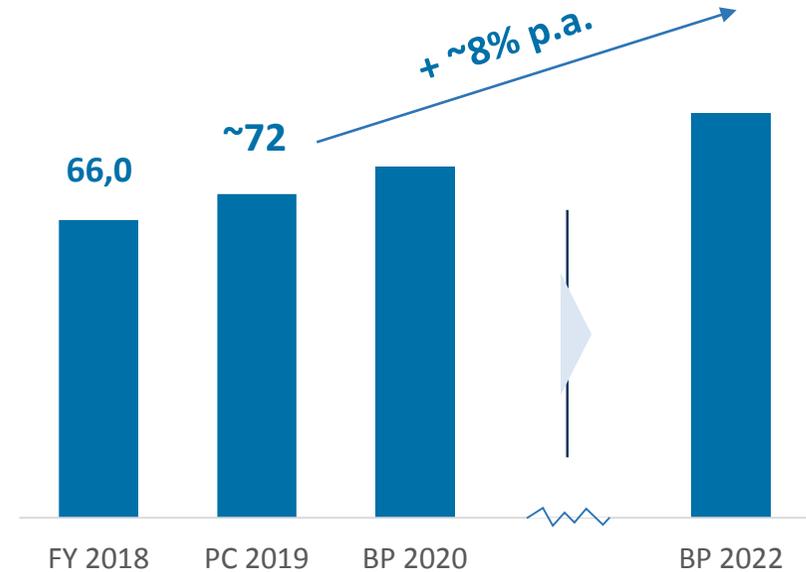
## Il Gruppo: Piano 2020-2022\* crescita organica

Il Piano Triennale, su base organica (i.e. perimetro costante), prevede una crescita dei ricavi pari al 5% p.a. con una crescita dell'EBITDA di circa 8% p.a.

Ricavi (€ m)



EBITDA (€ m)



\* Il Piano 2020-2022 è basato su diverse assunzioni, aspettative, proiezioni e dati previsionali del Management relativi ad eventi futuri e sono soggette a molteplici incertezze e ad altri fattori al di fuori del controllo di Tinexta Group. Esistono numerosi fattori che possono generare risultati ed andamenti notevolmente diversi rispetto ai contenuti, impliciti o espliciti, delle informazioni previsionali e pertanto tali informazioni non sono una garanzia attendibile circa la performance futura. Si prega di leggere attentamente la Disclaimer a pagina 53.

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

Le Business Units

4

**Piano 2020-2022**

- Piano 2020-2022 (Perim. costante)
- **Piano 2020-2022 con M&A**

5

Conclusioni

## 4 Il Gruppo: Linee guida M&A

Tinexta intende destinare una parte rilevante della cassa generata nell'arco di Piano per nuove acquisizioni, mantenendo una politica conservativa della leva finanziaria e sostenendo lo sviluppo di medio-lungo periodo

### Obiettivi primari:

- Crescita all'estero con l'obiettivo di raggiungere nel lungo termine circa il 25% dei ricavi internazionali
- Estensione gamma prodotti e servizi in ambiti altamente innovativi
- Consolidamento del mercato

### Leva finanziaria:

- Fra 2,0 e 2,5 volte l'EBITDA

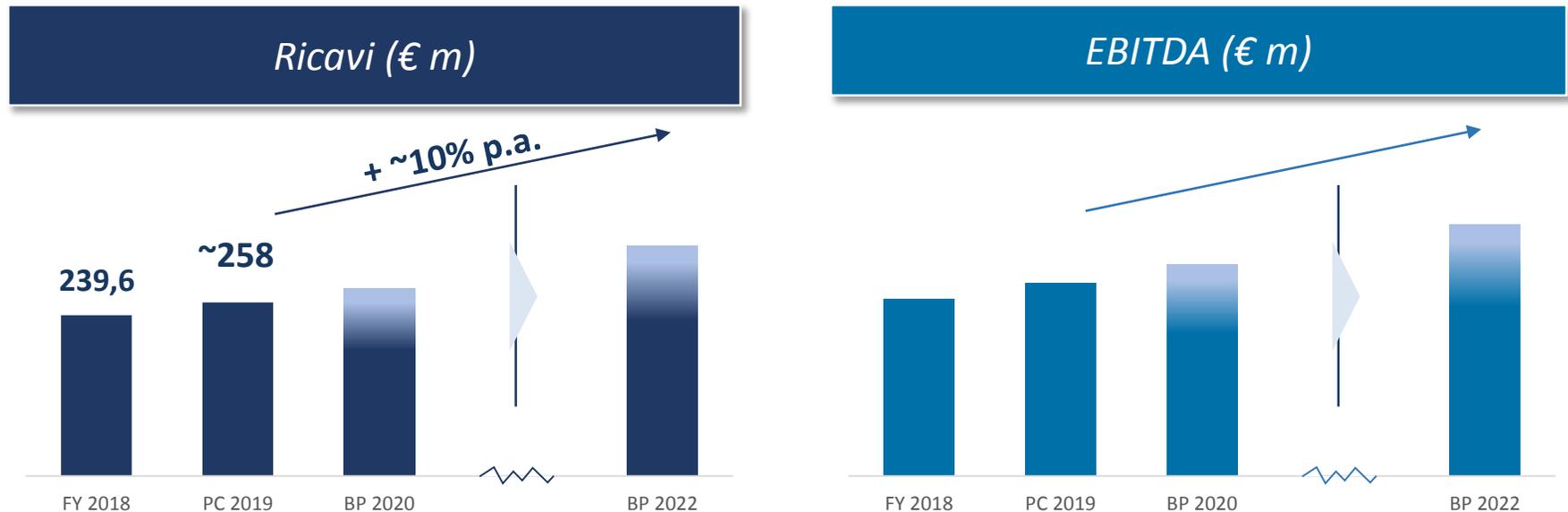
### Track record di successo:

Circa 20 operazioni di M&A dal 2013, con una spesa totale pari a circa € 300 m



# Il Gruppo: Piano 2020-2022\* con crescita esterna

Lo scenario con crescita esterna, inclusivo delle M&A già in valutazione e in fase avanzata di negoziazione, prevede un'accelerazione della crescita, soprattutto nel 2021 e in continuazione nel 2022



***I target sono tutti acquisizioni che:***

1. *Sono complementari al core-business del Gruppo di tipo "Bolt-on" ; o*
2. *Espandono le attività all'estero; o*
3. *Rappresentano un'espansione in attività contigue, cruciali per lo sviluppo futuro dei business*

\* Il Piano 2020-2022 è basato su diverse assunzioni, aspettative, proiezioni e dati previsionali del Management relativi ad eventi futuri e sono soggette a molteplici incertezze e ad altri fattori al di fuori del controllo di Tinexta Group. Esistono numerosi fattori che possono generare risultati ed andamenti notevolmente diversi rispetto ai contenuti, impliciti o espliciti, delle informazioni previsionali e pertanto tali informazioni non sono una garanzia attendibile circa la performance futura. Si prega di leggere attentamente la Disclaimer a pagina 53.

# Agenda

1

Introduzione

2

2019

3

Le Business Units

4

Piano 2020-2022

5

**Conclusioni**

## TINEXTA

**I.**

**ha raggiunto e superato i suoi obiettivi per il 2019**

**II.**

**durante l'anno ha posto le basi per la prossima fase di sviluppo per linee esterne**

**III.**

**vanta una struttura finanziaria solida e prudente**

**IV.**

**prefigge per il prossimo futuro un'espansione importante e sostenibile del business e della redditività**



# Disclaimer

- Questo documento è stato preparato da Tinexta Spa (la "Società") al solo fine di illustrare le prestazioni e le attività della Società e del Gruppo.
- Le informazioni qui contenute non contengono o costituiscono un'offerta di titoli in vendita, o la sollecitazione di un'offerta di acquisto di titoli, negli Stati Uniti, in Australia, in Canada o in Giappone o in qualsiasi altra giurisdizione in cui tale offerta o sollecitazione richiederebbe l'approvazione di autorità locali o altrimenti essere illegali (gli "Altri Paesi"). Né questo documento, né alcuna parte di esso, né il fatto della sua distribuzione possono costituire la base di, o essere invocato in relazione a, qualsiasi contratto o decisione di investimento in relazione a ciò.
- Le azioni di Tinexta Spa (le "azioni"), di cui al presente documento, non sono state registrate e non saranno registrate ai sensi del Securities Act statunitense del 1933, come modificato (il "Securities Act"), o ai sensi dei corrispondenti regolamenti in forza negli Altri Paesi, e non possono essere offerte o vendute negli Stati Uniti o alle persone statunitensi a meno che tali titoli non siano registrati ai sensi del Securities Act, o sia disponibile un'esenzione dai requisiti di Registrazione della Securities Act.
- Il contenuto di questo documento è di natura informativa e non deve essere interpretato come un consiglio di investimento. Questo documento non costituisce un prospetto, offering circolare o offering memorandum o un'offerta per l'acquisto di azioni e non deve essere considerato come una raccomandazione per sottoscrivere o acquistare le azioni di Tinexta. Né questa presentazione né alcuna altra documentazione o informazione (o parte di essa) consegnata sarà considerata come un'offerta o un invito da o per conto della Società.
- Le informazioni qui contenute non pretendono di essere onnicomprensive o di contenere tutte le informazioni che un investitore potenziale o esistente potrebbe desiderare. In tutti i casi, le parti interessate devono condurre le proprie indagini e analisi della Società che può includere un'analisi dei dati riportati in questo documento ma dovrà includere anche l'analisi di altri documenti incluso il bilancio d'esercizio.
- Le dichiarazioni qui contenute non sono state verificate da nessuna entità o revisore indipendente. Nessuna dichiarazione o garanzia, espressa o implicita, è fatta in merito a, e non si deve fare affidamento sull'accuratezza, completezza, correttezza o affidabilità delle informazioni contenute nel presente documento. Né la Società né alcuno dei suoi rappresentanti si assumono alcuna responsabilità (per negligenza o altro) che possa insorgere in qualsiasi modo in relazione a tali informazioni o in relazione a qualsiasi perdita derivante dal suo utilizzo o comunque derivante in connessione con questa presentazione.
- Le informazioni contenute in questo documento, se non diversamente specificato, sono aggiornate solo alla data di questo documento. Salvo diversa indicazione in questo documento, le informazioni contenute nel presente documento si basano su rapporti finanziari, informazioni sulla gestione e stime della Società. Si prega di fare riferimento al Bilancio di fine anno pubblicata dalla Società o alle relazioni semestrali / semestrali, che sono in italiano e ai fini della trasparenza tradotte in inglese. La versione italiana di tali materiali sarà considerata, secondo la legge italiana, la versione ufficiale e legale di tali rapporti.
- Le informazioni contenute in questa presentazione sono soggette a modifiche senza preavviso e le performance passate non sono indicative dei risultati futuri. La Società può modificare, modificare o in altro modo modificare in qualsiasi modo il contenuto di questo documento, senza obbligo di notificare a nessuno tali revisioni o modifiche. Questo documento non può essere copiato e diffuso in alcun modo.
- La distribuzione di questo documento e qualsiasi presentazione correlata in altre giurisdizioni rispetto all'Italia può essere limitata dalla legge e le persone in possesso di questo documento o di qualsiasi presentazione correlata devono informarsi e osservare qualsiasi restrizione. Qualsiasi inosservanza di queste restrizioni può costituire una violazione delle leggi di tali altre giurisdizioni.
- Accettando questa presentazione o altrimenti accedendo a questi materiali, il lettore accetta di essere vincolato dalle limitazioni precedenti.
- Questa presentazione include alcune dichiarazioni previsionali, proiezioni, obiettivi e stime che riflettono le opinioni correnti della direzione della Società in relazione agli sviluppi nei mercati in cui la Società opera e gli eventi futuri. Dichiarazioni previsionali, proiezioni, obiettivi, stime e previsioni sono generalmente identificabili mediante l'uso delle parole "può", "volontà", "dovrebbe", "pianificare", "aspettarsi", "anticipare", "stimare", "credere", "Intendi", "progetto", "obiettivo" o "obiettivo" o il negativo di queste parole o altre variazioni su queste parole o terminologia comparabile. Queste dichiarazioni includono, ma non sono limitate a, tutte le dichiarazioni diverse da dichiarazioni di fatti storici, inclusi, a titolo esemplificativo, quelli riguardanti i risultati delle operazioni, la posizione finanziaria, la strategia, i piani, gli obiettivi, gli obiettivi e gli obiettivi della Società e il futuro sviluppi nei mercati in cui la Società partecipa o sta cercando di partecipare.
- A causa di tali incertezze e rischi, i lettori sono invitati a non fare eccessivo affidamento su tali dichiarazioni come una previsione dei risultati effettivi. La capacità del Gruppo di conseguire i suoi obiettivi o risultati previsti dipende da molti fattori al di fuori del controllo del Management. I risultati effettivi possono differire materialmente da (ed essere più negativi di) quelli proiettati o impliciti nelle dichiarazioni qui contenute. Pertanto, qualsiasi informazione prospettica contenuta nel presente documento comporta rischi e incertezze che potrebbero influire in modo significativo sui risultati attesi e si basa su alcune ipotesi chiave. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente documento sono basate sulle informazioni disponibili per la Società alla data del presente documento. La Società non si assume alcun obbligo di aggiornamento pubblico o di revisione di qualsiasi affermazione, sia come risultato di nuove informazioni, eventi futuri o altro, ad eccezione di quanto richiesto dalla legge applicabile. Tutte le successive dichiarazioni verbali scritte e orali imputabili alla Società o alle persone che agiscono per suo conto sono espressamente qualificate nella loro intenzione da queste dichiarazioni cautelative.

Risultati preconsuntivi 2019  
Piano 2020 – 2022



**TINEXTA**

Investor relations:  
[investor@tinexta.com](mailto:investor@tinexta.com)