

Triboo approva il Piano Industriale 2020-2022

- Ricavi in crescita da Euro 76 milioni del 2019 (dato preconsuntivo) ad Euro 122 milioni del 2022 (CAGR +17%)
- Ebitda adjusted in crescita da Euro 8,7 milioni del 2019 (dato preconsuntivo) ad Euro 18 milioni del 2022 (CAGR +28%)
- Posizione finanziaria netta in miglioramento da Euro 9,6 milioni negativa al 31 dicembre 2019 (dato preconsuntivo) ad Euro 0,1 milioni positiva a fine 2022
- La strategia del nuovo Piano si basa su quattro principali direttrici: ampliamento dei servizi offerti, innovazione tecnologica, evoluzione del modello organizzativo più efficiente e funzionale al business ed ottimizzazione dei costi

Milano, 22 gennaio 2020

Il Consiglio di Amministrazione di Triboo S.p.A (di seguito "Triboo"), Gruppo attivo nel settore dell'e-Commerce e dell'Advertising digitale, quotato sul mercato MTA, sotto la guida dell'Amministratore Delegato, Riccardo Maria Monti, ha esaminato ed approvato il Piano Industriale per il periodo 2020-2022 (di seguito "Piano").

"Siamo soddisfatti dei risultati conseguiti nel 2019 e l'esercizio 2020 è iniziato in forte accelerazione, potendo contare su un Team manageriale rafforzato e una nuova organizzazione interna, basata su una strategica ridefinizione delle aree di business. Il nuovo Piano prevede una crescita sostenuta e un incremento della marginalità, facendo leva sull'ampliamento dell'offerta di servizi unitamente all'innovazione tecnologica che da sempre caratterizza Triboo" dichiara **Riccardo Maria Monti, Amministratore Delegato** del Gruppo.

Highlights del Piano Industriale 2020-2022

La strategia del nuovo Piano si basa su quattro principali direttrici:

- sviluppo dell'e-Commerce, grazie alla crescita organica del portafoglio di store online gestiti e ai nuovi brand partner, maggior impatto del B2B tramite accordi con i principali marketplace in tutto il mondo;
- piena integrazione delle recenti acquisizioni che contribuiranno alla crescita dei prossimi anni;
- incremento dei servizi di agenzia sui mercati internazionali, confermando il trend positivo e l'ampliamento dell'offerta sul mercato russo e su quelli asiatici;
- revisione della strategia in ambito media attraverso un modello organizzativo con una chiara visione industriale ed un'ottimizzazione dei processi e dei costi.

Il Piano riflette una strategica ridefinizione delle aree di business ("Area strategica di affari" o "ASA") così suddivise: T-Commerce, T-Agency, T-Mediahouse e T-Lab.

- **T-Commerce:** ASA focalizzata su nuove partnership ed investimenti per ampliare l'offerta di soluzioni tecnologiche. Saranno perseguite una razionalizzazione degli store online gestiti, una crescita organica dei volumi del portafoglio clienti trainati anche dai megatrend di mercato, oltre ad accordi con i principali marketplace e all'applicazione di tecnologie basate sulla blockchain.

- **T-Agency:** area di business dedicata ai servizi di agenzia digitale e performance marketing, sempre più al centro delle strategie delle aziende e delle scelte di investimento nelle politiche di omnicanalità. La crescita sarà legata anche ai Paesi asiatici ed alla Russia, sulla base dei risultati raggiunti nell'ultimo anno.
- **T-Mediahouse:** l'ASA punta su una nuova strategia basata sulla qualità dei contenuti editoriali verticali, tramite l'evoluzione della proposizione commerciale e del modello di business, con un focus evolutivo basato sulle esigenze del mercato, all'interno di cinque aree tematiche: green, finance, automotive, food, woman; potendo contare complessivamente su oltre 17 milioni di utenti unici mensili.
- **T-Lab:** area dove confluiranno progetti speciali e nuove iniziative del Gruppo.

Scenario di mercato

Lo scenario di mercato a livello mondiale mostra un tasso di crescita medio dell'e-Commerce nel triennio 2020-2022 pari al +17% con un peso del fatturato generato dall'online rispetto al retail che passa dal 16,1% al 20%¹.

I principali Paesi in termini di crescita di fatturato sono rappresentati da: Cina, US, UK, Giappone e Corea del Sud. Anche in Italia la crescita dell'e-Commerce, nel periodo 2020-2023, è prevista a doppia cifra con i seguenti settori trainanti: arredamento, fashion e "food & personal care"².

Lo scenario di mercato a livello mondiale mostra un tasso di crescita medio del digital advertising pari al +13% ed in Italia del +9%³. Triboo è già presente in tali Paesi, pronta a cogliere le opportunità di crescita grazie ad investimenti mirati per la costituzione di filiali o operazioni di acquisizione realizzate negli anni precedenti.

Principali dati preconsuntivi 2019 e fatti di rilievo

I ricavi 2019 (dato preconsuntivo) sono pari a Euro 76 milioni in crescita rispetto a Euro 70 milioni registrati nel 2018, l'Ebitda adjusted (dato preconsuntivo) è pari a circa Euro 8,7 milioni rispetto a Euro 8,6 milioni nel 2018 e l'Indebitamento finanziario netto è pari a Euro 9,6 milioni al 31 dicembre 2019 (dato preconsuntivo) rispetto a 6,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2018.

Triboo nel 2019 ha continuato ad investire in operazioni di M&A ed a stabilire solide partnership. Qui di seguito i fatti di maggior rilievo dell'esercizio appena concluso:

- A marzo 2019 Triboo è diventata l'unica realtà italiana a detenere tutte le certificazioni per operare sulle tre principali piattaforme digitali cinesi: WeChat, Alibaba e Baidu.
- In data 9 aprile 2019 è stato acquisito il rimanente 32% di Triboo Direct e nel luglio 2019 il 100% di Koi Advertising operante in UK, Australia, India, Indonesia e Sudafrica con sede a Londra.
- Nel mese di aprile 2019 è stata siglata una JV in EAU con International Luxury Group (ILG), player globale nel licensing, progettazione, sviluppo, produzione e distribuzione di accessori moda di brand. Il ruolo di Triboo nella JV è quello di valorizzare tramite l'e-Commerce importanti brand del fashion, del retail e del lusso.
- Nel mese di dicembre 2019 Triboo ha acquistato una partecipazione pari all'8% del capitale di Bcame, ampliando la propria offerta di soluzioni tecnologiche avanzate.

In data 1° febbraio 2019, all'esito della pubblicazione della presentazione sui dati preconsuntivi 2018 e budget 2019, è stato pubblicato un comunicato stampa con indicazione delle informazioni relative agli obiettivi per l'esercizio 2019. *Si ricorda che per il 2019 il Gruppo prevedeva ricavi pari ad Euro 84,5 milioni ed Ebitda pari ad Euro 12,5 milioni.*

¹ <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>

² <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>

³ <https://www.statista.com/statistics/237974/online-advertising-spending-worldwide/>; <https://www.pwc.com/it/publications/emoi-2019-2023.html>

Obiettivi del Piano Industriale 2020-2022

Il Piano approvato in data odierna ha come obiettivi ricavi in crescita da Euro 76 milioni del 2019 (dato preconsuntivo) ad Euro 122 milioni del 2022 (CAGR +17%), un Ebitda adjusted in crescita da Euro 8,7 milioni del 2019 (dato preconsuntivo) ad Euro 18 milioni del 2022 (CAGR +28%). L'Indebitamento finanziario netto migliora da Euro 9,6 milioni al 31 dicembre 2019 (dato preconsuntivo) raggiungendo, a fine 2022, una posizione finanziaria netta positiva per Euro 0,1 milioni, come effetto del flusso di cassa della gestione operativa e minor investimenti nel Piano.

L'obiettivo dei ricavi per l'esercizio 2022 è pari ad Euro 122 milioni con un incremento di Euro 46 milioni rispetto ai ricavi 2019 (dato preconsuntivo) suddivisi fra le diverse ASA come segue:

- Euro 23 milioni dall'ASA T-Commerce sia per crescita organica sia per il significativo contributo dei marketplace.
- Euro 17 milioni dall'ASA T-Agency, grazie al contributo delle attività di performance marketing in Spagna e UK dopo la piena integrazione delle acquisizioni effettuate, l'incremento dei servizi sui mercati asiatici ed in Russia e delle attività di agenzia legate ai clienti di T-commerce.
- Euro 3 milioni dall'ASA T-Mediahouse, grazie ad una nuova strategia commerciale e ad un nuovo modello di business.
- Euro 3 milioni dall'ASA T-Lab, grazie a nuove opportunità di business.

L'Ebitda adjusted dell'esercizio 2022 pari ad Euro 18 milioni aumenta di Euro 9,4 milioni rispetto all'Ebitda adjusted 2019 (dato preconsuntivo) suddiviso fra le diverse ASA come segue:

- Euro 3,7 milioni di T-Commerce come effetto volumi e marginalità in linea con i dati storici.
- Euro 3,3 milioni di T-Agency anche grazie al pieno contributo di attività acquisite a fine 2018 e 2019.
- Euro 1,7 milioni di T-Mediahouse conseguenza della nuova strategia e modello di proposizione commerciale.
- Euro 0,7 milioni di T-Lab.

“La crescita del Piano Industriale 2020-2022 è mirata a consolidare la nostra leadership soprattutto tramite investimenti previsti per circa 21 milioni di euro nell'arco dei prossimi tre anni, a supporto della tecnologia e dell'innovazione. Sono certo che Triboo diventerà sempre più, anche a livello internazionale, un punto di riferimento nel mondo digital.” - commenta **Marco Giapponese, Direttore Generale** del Gruppo.

* * * *

Il Piano Industriale 2020 - 2022 sarà illustrato in data 22 gennaio 2020, alle ore 11.00 (CET), nel corso di un incontro con analisti e investitori; la relativa presentazione sarà resa disponibile sul sito web della società, nella sezione Investor Relations, presso Borsa Italiana S.p.A. e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato E-Market Storage.

* * * *

Si precisa che i dati preconsuntivi relativi all'esercizio 2019 sono soggetti a variazione in sede di approvazione del progetto di bilancio di esercizio e del bilancio consolidato. Si ricorda che i dati annuali completi e definitivi relativi all'esercizio 2019 saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il prossimo 18 marzo 2020 e saranno assoggettati ad attività di verifica da parte della società di revisione.

* * * *

Ai sensi dell'art. 154-bis, comma 2 del Testo Unico della Finanza del 24 febbraio 1998, il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Triboo S.p.A., Giovanni Marino, dichiara che attesta la corrispondenza alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili delle informazioni contabili inserite in questo comunicato stampa.

* * * *

Si precisa che nel presente comunicato stampa viene utilizzato un indicatore alternativo di performance del quale si riporta di seguito la definizione: Ebitda adjusted: corrisponde alla voce di bilancio “Risultato Operativo” incrementato delle voci di bilancio “Ammortamenti” e “Svalutazioni e Accantonamenti” (non comprensivi di costi e ricavi non ricorrenti).

Disclaimer

Questo comunicato stampa contiene alcune dichiarazioni di natura previsionale, che riflettono l'attuale opinione del management della Società in relazione ad eventi futuri e risultati finanziari e operativi della Società e delle sue società controllate. Tali dichiarazioni previsionali si basano sulle attuali aspettative e valutazioni di Triboo S.p.A. rispetto ad eventi futuri. Considerando che tali dichiarazioni di natura previsionale sono soggette a rischi e incertezze, gli effettivi risultati futuri possono significativamente differire rispetto a quanto indicato nelle suddette dichiarazioni previsionali, potendo derivare tale difformità da molteplici fattori, molti dei quali esulano dalle capacità di Triboo S.p.A. di poterli verificare e stimare accuratamente, fra i quali, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, vi sono eventuali cambiamenti nel contesto normativo, futuri sviluppi del mercato, oscillazioni nei prezzi ed altri rischi. Pertanto, si invita a non fare pieno affidamento sui contenuti delle previsioni riportate, che sono inserite esclusivamente con riferimento fino alla data del suddetto comunicato stampa. Triboo S.p.A. non si assume alcun obbligo di comunicare pubblicamente aggiornamenti o modifiche delle previsioni inserite, relative a eventi o circostanze future avvenute in seguito alla data del suddetto comunicato stampa. Le informazioni contenute in questo comunicato stampa non vogliono fornire un'analisi esaustiva e non sono state indipendentemente verificate da alcun soggetto terzo.

Questo comunicato stampa non costituisce raccomandazione sugli strumenti finanziari della Società. Inoltre, questo comunicato stampa non costituisce un'offerta di vendita o un invito all'acquisto di strumenti finanziari emessi dalla Società o dalle sue controllate.

Triboo

Triboo S.p.A., società quotata sul mercato MTA, è una Digital Transformation Factory che affianca i propri clienti nella creazione e gestione delle loro attività digitali in tutto il mondo. Grazie ai suoi 500 professionisti, alla qualità dei servizi offerti e al suo network internazionale, Triboo è una "one stop solution" in grado di promuovere la trasformazione digitale delle aziende con un'offerta integrata di servizi di Digital Consulting, Digital Marketing, Digital Integration & Development, E-commerce Management, Content Development, Audience & Monetization e Formazione

Triboo S.p.A.
Investor Relations
Giovanni Marino
Investor.relator@triboo.it
Tel. +39 02 647 414 01

Triboo S.p.A.
Communication & External Relations
Aldo Silvestroni
aldo.silvestroni@triboo.it
Tel. +39 02 647 414 01