

Media Commerce



Media Locali



# **Dmail Group** s.p.a.

***Star Conference - 5 Marzo 2008***

- ***Dmail Group Spa***
- ***Risultati al 31 Dicembre 2007***
- ***Modelli di Business e Piani di Sviluppo***
- ***Opzioni Strategiche***



## **Dmail Group S.p.A.**

- **Holding quotata di partecipazioni**

- *Finanza e Controllo*
- *Investor Relations*
- *Strategia e Business Development*

- **Settori di attività:**

- *Media Commerce*

Attiva nelle vendite dirette e a distanza, multiprodotto e multicanale, di "idee utili ed introvabili", elettronica di largo consumo, piccoli elettrodomestici e digital entertainment. DMail Group è presente nel mercato nazionale ed internazionale presidiando i canali B2C e B2B.

- *Media Locali*

Le attività editoriali sono gestite attraverso Dmedia Group che controlla Netweek, il primo circuito di media locali del nord Italia. Costituito da 29 edizioni locali e dal primo settimanale regionale per diffusione, "Milano Metropoli - Lombardia in Europa", Netweek conta una tiratura di 312 mila copie e 2 milioni di lettori settimanali.



## **Dmail Group: Management**



Presidente e AD

A.M. de Carolis

AD

G. Vigano'


CFO

M. Albani

### **Media Commerce**

-  DMail Italia ed Estero AD *C. Biasoni*
-  CAT Import Export S.p.A. AD *C. Biasoni*
-  Bow.it S.r.l. AD *G. Brojanigo - P. Chiaramida*
-  GDD Manufacturing S.r.l. AD *A. Azais*
-  DMail Store BV AD *G. Vincenzo*

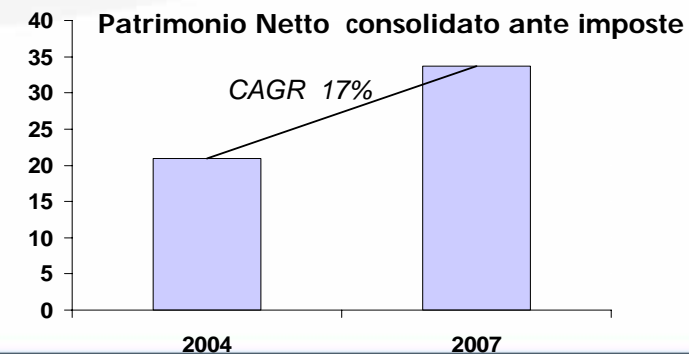
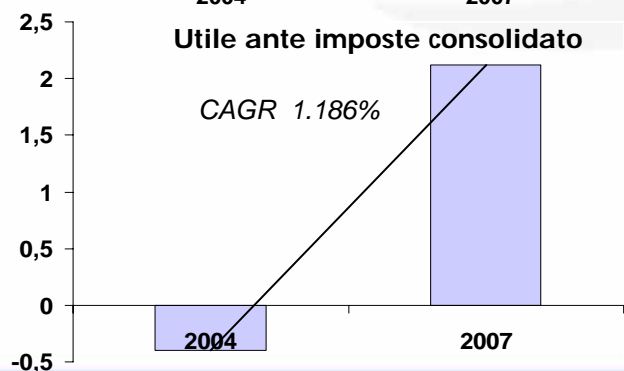
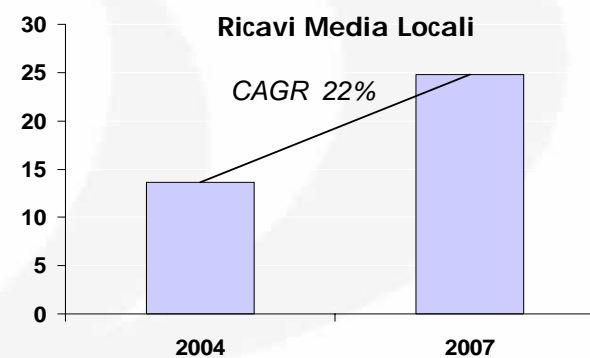
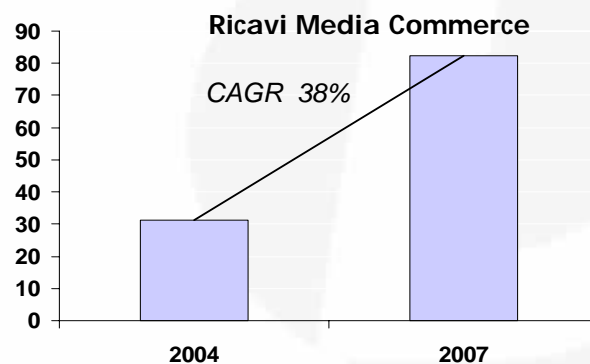
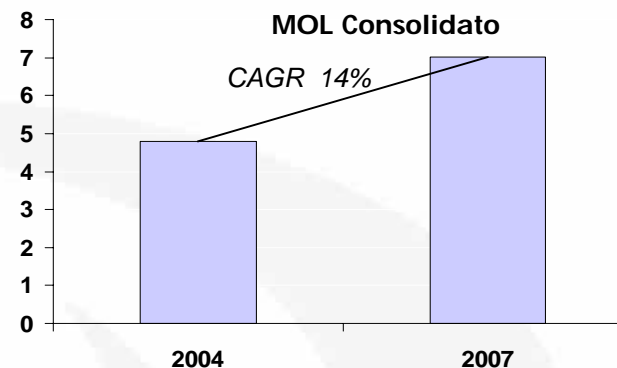
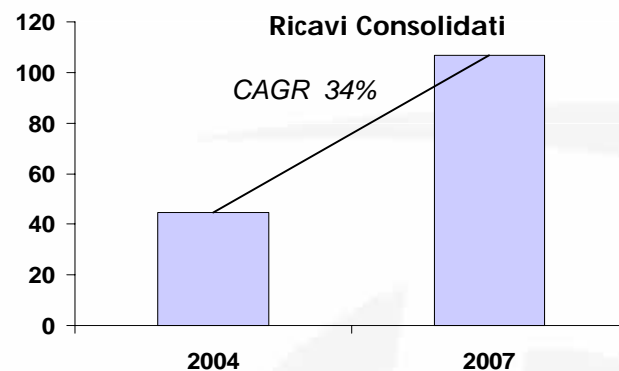
### **Media Locali**

-  Dmedia Group S.p.A. AD *G. Vigano'*

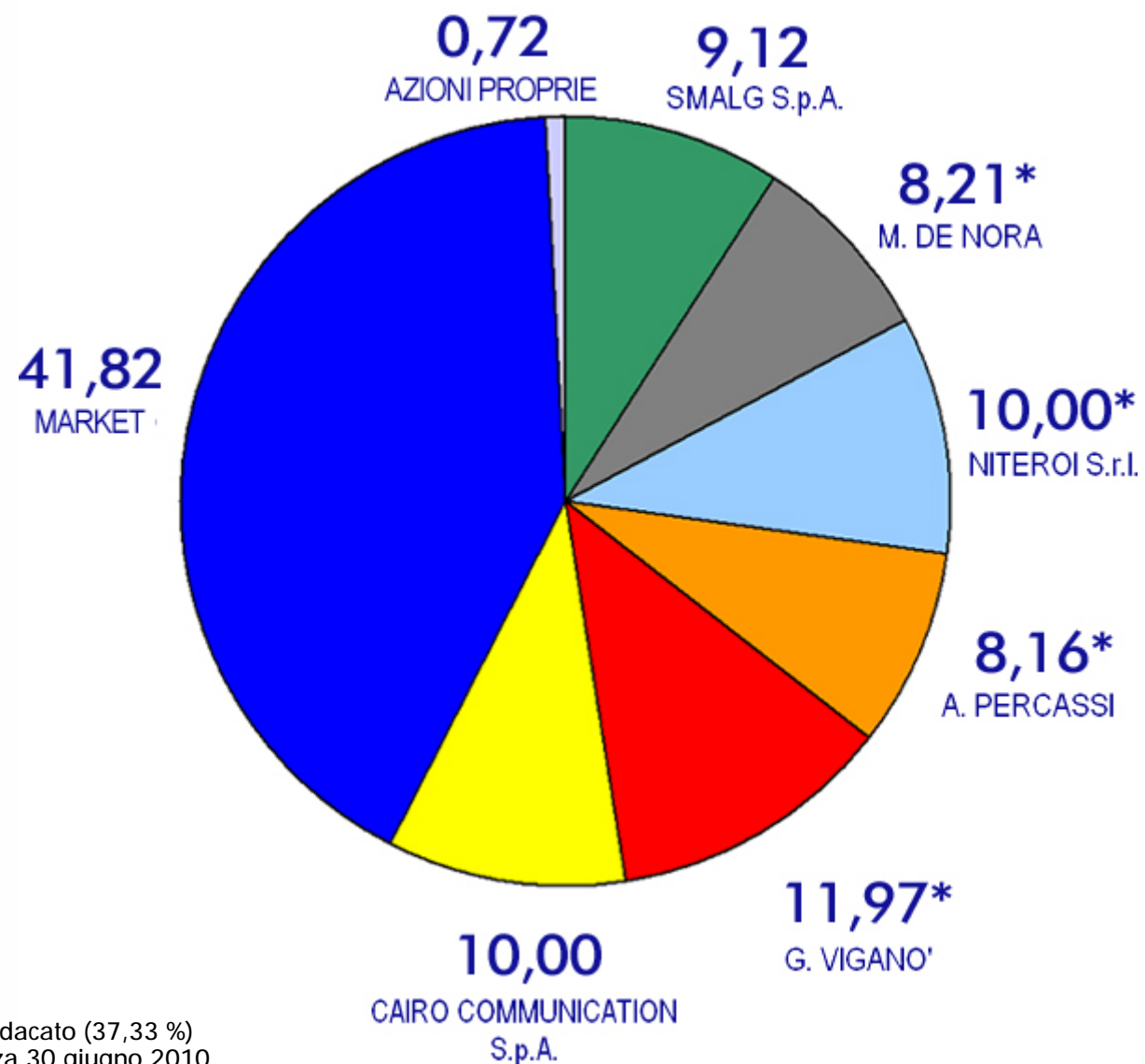




## Track records 2004 - 2007



 **Dmail Group: Azionariato**



\* Patto di Sindacato (37,33 %)  
con scadenza 30 giugno 2010

## *Dmail Group: il Titolo in Borsa*



	30/06/2004	27/02/2008	Variazione
Prezzo	2,90	10,282	254,5%
Volumi medi	28.336	57.915	104,4%
N. azioni	6.450.000	7.650.000	
Capitalizzazione	18,7 ml	78,7 ml	320,9%

Dividendi Pagati Cumulati	€2,3 ml
---------------------------	---------

Rispetto requisiti Star	Adeguamento governo societario	Implementazione procedure
-------------------------	--------------------------------	---------------------------



**Dmail Group**  
s.p.a.



**Dmail Group**  
s.p.a.

*Risultati al*  
*31 Dicembre 2007*

 **Dati di Sintesi IV Trimestre**

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var. %
Ricavi Media Commerce	24.999	21.573	16%
Ricavi Media Locali	7.884	5.867	34%
Ricavi Consolidato	32.802	27.324	20%
Margine operativo lordo Media Commerce	2.535	1.676	51%
Margine operativo lordo Media Locali	943	776	21%
Margine operativo lordo Consolidato	2.922	1.764	66%
Risultato operativo netto Consolidato	1.757	711	147%
Utile ante imposte Consolidato	1.297	189	588%



 **Dati di Sintesi 2007**

	2007	2006	Var. %
Ricavi Media Commerce	82.198	55.881	47%
Ricavi Media Locali	24.864	20.160	23%
Ricavi Consolidato	106.849	75.818	41%
Margine operativo lordo Media Commerce	6.105	5.344	14%
Margine operativo lordo Media Locali	2.399	2.213	8%
Margine operativo lordo Consolidato	7.026	5.598	26%
Risultato operativo netto Consolidato	3.215	2.524	27%
Utile ante imposte Consolidato	2.128	1.352	57%



## Conto economico consolidato Gruppo DMail

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
<b>Ricavi</b>	<b>31.501</b>	<b>26.406</b>	<b>5.095</b>	<b>19%</b>	<b>102.610</b>	<b>71.805</b>	<b>30.805</b>	<b>43%</b>
Altri ricavi	1.301	918	383	42%	4.239	4.013	226	6%
<b>Totale ricavi e altri proventi operativi</b>	<b>32.802</b>	<b>27.324</b>	<b>5.478</b>	<b>20%</b>	<b>106.849</b>	<b>75.818</b>	<b>31.031</b>	<b>41%</b>
Costi per acquisti	(14.126)	(12.715)	(1.411)	11%	(48.115)	(29.652)	(18.463)	62%
<b>Margine lordo di contribuzione</b>	<b>18.676</b>	<b>14.609</b>	<b>4.067</b>	<b>28%</b>	<b>58.734</b>	<b>46.166</b>	<b>12.567</b>	<b>27%</b>
Costi per servizi	(12.132)	(9.813)	(2.319)	24%	(38.663)	(29.928)	(8.735)	29%
Costi per il personale	(2.896)	(2.406)	(490)	20%	(10.553)	(8.382)	(2.171)	26%
Altri costi operativi	(726)	(626)	(101)	16%	(2.491)	(2.258)	(233)	10%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>2.922</b>	<b>1.764</b>	<b>1.158</b>	<b>66%</b>	<b>7.026</b>	<b>5.598</b>	<b>1.428</b>	<b>26%</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(1.165)	(1.053)	(112)	11%	(3.810)	(3.074)	(736)	24%
<b>Risultato operativo netto</b>	<b>1.757</b>	<b>711</b>	<b>1.046</b>	<b>147%</b>	<b>3.215</b>	<b>2.524</b>	<b>692</b>	<b>27%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(460)	(523)	62	-12%	(1.087)	(1.171)	84	-7%
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>1.297</b>	<b>189</b>	<b>1.108</b>	<b>588%</b>	<b>2.128</b>	<b>1.352</b>	<b>776</b>	<b>57%</b>



## Conto economico / Area Media Commerce

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
<b>Ricavi</b>	<b>23.970</b>	<b>20.992</b>	<b>2.978</b>	<b>14%</b>	<b>78.908</b>	<b>52.833</b>	<b>26.075</b>	<b>49%</b>
Altri ricavi	1.029	581	448	77%	3.291	3.048	243	8%
<b>Totale ricavi e altri proventi operativi</b>	<b>24.999</b>	<b>21.573</b>	<b>3.426</b>	<b>16%</b>	<b>82.198</b>	<b>55.881</b>	<b>26.317</b>	<b>47%</b>
Costi per acquisti	(13.347)	(12.108)	(1.239)	10%	(45.556)	(27.603)	(17.952)	65%
<b>Margine lordo di contribuzione</b>	<b>11.652</b>	<b>9.465</b>	<b>2.187</b>	<b>23%</b>	<b>36.643</b>	<b>28.278</b>	<b>8.365</b>	<b>30%</b>
Costi per servizi	(6.775)	(5.795)	(981)	17%	(22.015)	(16.179)	(5.836)	36%
Costi per il personale	(1.873)	(1.550)	(323)	21%	(6.793)	(5.184)	(1.609)	31%
Altri costi operativi	(469)	(443)	(25)	6%	(1.729)	(1.572)	(158)	10%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>2.535</b>	<b>1.676</b>	<b>858</b>	<b>51%</b>	<b>6.105</b>	<b>5.344</b>	<b>762</b>	<b>14%</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(807)	(712)	(95)	13%	(2.657)	(2.012)	(645)	32%
<b>Risultato operativo netto</b>	<b>1.728</b>	<b>964</b>	<b>764</b>	<b>79%</b>	<b>3.448</b>	<b>3.332</b>	<b>116</b>	<b>3%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(119)	(182)	63	-34%	(283)	(486)	204	-42%
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>1.609</b>	<b>782</b>	<b>826</b>	<b>106%</b>	<b>3.165</b>	<b>2.845</b>	<b>320</b>	<b>11%</b>



## Conto economico / Area Media Locali

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
<b>Ricavi</b>	<b>7.647</b>	<b>5.516</b>	<b>2.130</b>	<b>39%</b>	<b>23.964</b>	<b>19.197</b>	<b>4.768</b>	<b>25%</b>
Altri ricavi	237	351	(114)	-32%	900	964	(63)	-7%
<b>Totale ricavi e altri proventi operativi</b>	<b>7.884</b>	<b>5.867</b>	<b>2.017</b>	<b>34%</b>	<b>24.864</b>	<b>20.160</b>	<b>4.704</b>	<b>23%</b>
Costi per acquisti	(781)	(631)	(151)	24%	(2.571)	(2.063)	(508)	25%
Costi per servizi	(5.099)	(3.557)	(1.543)	43%	(15.953)	(12.396)	(3.557)	29%
Costi per il personale	(865)	(748)	(117)	16%	(3.288)	(2.911)	(377)	13%
Altri costi operativi	(195)	(155)	(40)	26%	(653)	(577)	(76)	13%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>943</b>	<b>776</b>	<b>167</b>	<b>21%</b>	<b>2.399</b>	<b>2.213</b>	<b>187</b>	<b>8%</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(357)	(325)	(32)	10%	(1.083)	(972)	(112)	11%
<b>Risultato operativo netto</b>	<b>586</b>	<b>451</b>	<b>135</b>	<b>30%</b>	<b>1.316</b>	<b>1.241</b>	<b>75</b>	<b>6%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(92)	(153)	60	-39%	(266)	(436)	170	-39%
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>494</b>	<b>299</b>	<b>195</b>	<b>65%</b>	<b>1.050</b>	<b>805</b>	<b>245</b>	<b>30%</b>





## Conto economico Dmail Group S.p.A.



	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
<b>Ricavi</b>	<b>246</b>	<b>7</b>	<b>238</b>		<b>729</b>	<b>22</b>	<b>707</b>	
<b>Altri ricavi</b>	<b>35</b>	<b>1</b>	<b>34</b>		<b>48</b>	<b>1</b>	<b>47</b>	
<b>Totale ricavi e altri proventi operativi</b>	<b>281</b>	<b>8</b>	<b>272</b>		<b>777</b>	<b>23</b>	<b>754</b>	
Costi per acquisti	(3)	(3)		12%	(14)	(14)		-2%
Costi per servizi	(615)	(558)	(58)	10%	(1.656)	(1.564)	(92)	6%
Costi per il personale	(158)	(108)	(50)	46%	(472)	(287)	(185)	65%
Altri costi operativi	(60)	(29)	(31)	106%	(114)	(116)	2	-2%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(555)</b>	<b>(689)</b>	<b>133</b>	<b>-19%</b>	<b>(1.479)</b>	<b>(1.958)</b>	<b>479</b>	<b>-24%</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(2)	(16)	14	-89%	(70)	(91)	21	-23%
<b>Risultato operativo netto</b>	<b>(557)</b>	<b>(704)</b>	<b>147</b>	<b>-21%</b>	<b>(1.549)</b>	<b>(2.049)</b>	<b>500</b>	<b>-24%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(249)	(188)	(60)	32%	482	(249)	731	-294%
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>(806)</b>	<b>(893)</b>	<b>87</b>	<b>-10%</b>	<b>(1.067)</b>	<b>(2.298)</b>	<b>1.231</b>	<b>-54%</b>

## Posizione Finanziaria Netta

	31/12/2007	30/09/2007	Diff.
Debito vs. banche a m/l termine	(10.826)	(9.770)	(1.056)
Debito vs. banche a breve termine	(12.674)	(15.869)	3.195
<b>Indebitamento</b>	<b>(23.500)</b>	<b>(25.639)</b>	<b>2.139</b>



- **Struttura del debito a medio e lungo termine**
- **Azioni proprie**
- **Patrimonio immobiliare netto**
- **Politica dividendi**
- **Capitale circolante netto**
- **Acquisizioni e sviluppo nuove iniziative**
- **Semplificazione struttura societaria e riduzione minoranze**



**Dmail Group**  
s.p.a.

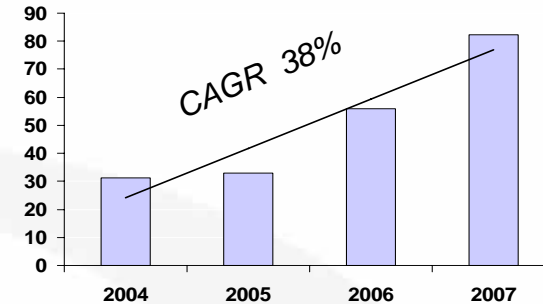


***Area Media Commerce  
Modello di Business  
Piani di Sviluppo***

## **Modello di Business: Trends di Mercato**

*La crescita 2004-2007 dell'area Media Commerce....*

*...è allineata e sostenibile alla luce dei trend di crescita del mercato "direct"*



- **Continua crescita del mercato "Direct" (a)**
  - Il 10% del totale mercato Retail è attualmente raggiunto tramite il canale Direct (e-commerce)
- **I vantaggi della company-size (a)**
  - Alto tasso di conversione al 3,2%
  - Alta percentuale di clienti continuativi (51%)
  - Economie di scala sui costi di marketing, fulfillment e CRM verso il numero di ordini
- **Penetrazione del Direct nel mercato retail delle categorie di prodotto (a)**
  - Computer hardware e software: 44% (2007E)
  - Elettronica di consumo: 16% (2007E)
  - Giochi e videogames: 19% (2007E)
  - Musica e video: 20% (2007E)
- **Profittabilità del mercato "Direct" (a)**
  - Margine operativo lordo assestato al 9% (anno 2006) (a)
  - Trend in crescita della profittabilità per aziende "Direct"
- **Case History US: "Cyber Monday" (b)**
  - Record vendite in una giornata: USD 700 milioni, 72 milioni di consumatori
  - Trend acquisti natalizi Direct 2007: USD 25 miliardi (+20% rispetto al 2006)
  - Trend acquisti natalizi nei centri commerciali flat (+4% rispetto al 2006)
- **Case History EU: "Primondo" (c)**
  - Combined entity, di nuova costituzione (1° Marzo 2007), leader nel mercato Direct Europeo: Universal Mail Order - Quelle, Speciality Mail Order - sviluppo/acquisizione nuove categorie, TeleShopping - HSE24
  - I Numerj: 23.000 dipendenti, €4,2 miliardi di fatturato, presenza in 23 Paesi, oltre 20 milioni di clienti, 800 milioni di cataloghi stampati, 14 call centers, 5 strutture logistiche

Fonti: (a) *The state of retail online 2007 - The 10<sup>th</sup> annual Shop.Org study by Forrester Research*

(b) *Il sole 24 ore del 27 Novembre 2007 (Finanza e Mercati) e ricerca ComScore Networks sul mercato US* - (c) *Primondo.com*










## *Modello di Business – Mercati e Prodotti*

### • **MERCATI**

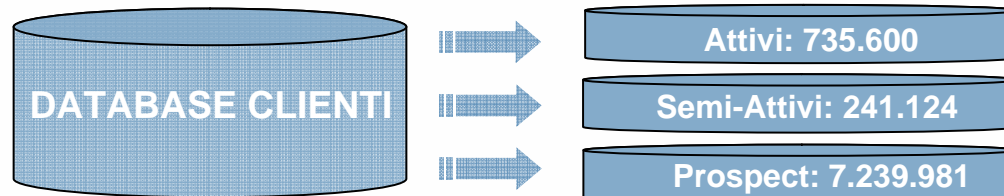
<b>Vendite</b>	<b>%</b>	<b>Nr. Clienti</b>
Italia	72,8%	587.300
Estero (€)	27,2%	148.300
<b>Acquisti</b>		<b>Nr. Fornitori</b>
€	70,0%	331
\$	30,0%	349

### • **MULTIPRODOTTO**

<i>Brand</i>	<i>Categorie Prodotti</i>	<i>% Fatturato</i>	<i>Assortimento</i>
	Idee Utili ed Introvabili	34,0%	1.954
	Giardinaggio	1,3%	350
 	Outsourcing per aziende "Made in Italy"	1,0%	13.711
	Piccoli Elettrodomestici	15,4%	650
	Elettronica e Tecnologia	28,3%	15.369
	Digital entertainment	20,0%	7.000
		<b>100,0%</b>	<b>39.034</b>

## **Modello di Business – Canali**

### • **MULTICANALITA'**



## **Modello di Business – Piattaforma Integrata**

### **FUNZIONI**

### **NUMERI**

Call Center – contatti

1.094.347

Cataloghi – distribuiti

22.500.000

Logistica – nr. ordini

896.698

Negozi

11

IT/Internet

– Pagine Visitate

134.821.898

– Accessi

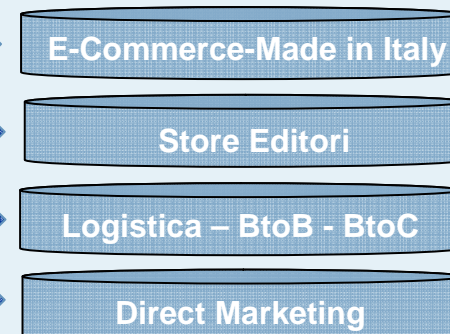
11.764.125

– DB Iscritti

860.000



**Piattaforma**



**Outsourcing**



## **Piani di Sviluppo**

### **1. STRUTTURA SOCIETARIA**

- *Integrazione e crescita organica*

### **2. PRODOTTI**

- *Ampliamento e rafforzamento concetto "Family Shop"*
  - *"DMail-Comfort"*
  - *"Club del Vino"*
  - *Sviluppo Outlet by "OVO.it"*
  - *Sviluppo Cosmesi - "Naturbella"*

### **3. CANALI**

- *Internet: acquisizione nuovi clienti, cross selling, database e repeat orders*
- *Negozi: nuove aperture Italia ed estero*
- *Esplorazione canale TV*

### **4. MERCATI**

- *Modello DMail Multicanale: Rep.Ceca, Moldova, Ucraina*
- *Solo Internet: dmail.eu, dmail.ru e ovo.it*
- *Outsourcing: Editori e Made in Italy*



## *Piani di Sviluppo*

### **5. PIATTAFORMA INTEGRATA**

- *Call Center : Sviluppo Offshore*
- *Catalogo: "Brand extension" e contenimento costi*
- *Logistica: Ampliamento e sviluppo estero*
- *Negozi: Integrazione nuove aperture e multibrand*
- *IT/Internet: Investimenti infrastrutturali, database management e CRM*



**Dmail Group**  
s.p.a.



*Area Media Locali*  
*Modello di Business*  
*Piani di Sviluppo*



## Modello di Business

### *AREA MEDIA LOCALI*

- Le attività editoriali sono gestite attraverso *Dmedia Group* che controlla *Netweek*, il primo circuito di media locali del nord Italia.
- Il Circuito *Netweek* è costituito da 29 edizioni locali e dal primo settimanale regionale per diffusione, "Milano Metropoli – Lombardia in Europa".
- *Dmedia Group* è editore del sito *Netweek.it*, il portale di news locali.



## **Modello di Business**

### ***AREA MEDIA LOCALI***

100.000 → Accessi Internet quotidiani

29 → Edizioni settimanali

312.000 → Tiratura settimanale

281.500 → Diffusione settimanale

2.000.000 → Lettori settimanali

> 700 → Comuni seguiti redazionalmente

> 800 → Notizie prodotte/giorno

55.000 → Ricerche Internet/giorno

> 13.000 → Utenti pubblicitari annuali



Dati aggiornati a Dicembre 2007





## Modello di Business

### AREA MEDIA LOCALI - LE TESTATE

Lombardia	Diffusione	Tiratura
Lombardia in Europa**	135.000	160.000
<b>CIRCUITO LECCO</b> Giornale di Lecco, Giornale di Merate	25.000	30.000
<b>CIRCUITO MONZA</b> Giornale di Monza, Giornale di Vimercate, Giornale di Carate, Giornale di Seregno, Giornale di Desio	29.500	34.000
<b>CIRCUITO DI MILANO EST/SUD</b> Gazzetta della Martesana, Gazzetta dell'Adda, Il Sabato News del sud Milano	18.500	22.000
<b>MILANO OVEST</b> Settegiorni - Rho, Settegiorni - Magenta e Parabiago, Settegiorni - Bollate Paderno Dugnano	19.000	22.000
<b>COMO</b> Giornale di Como*, Giornale di Erba, Giornale di Cantù	29.000	31.000
<b>CIRCUITO DI BERGAMO</b> Bergamo Sette*, Giornale di Treviglio	29.000	31.000
<b>CIRCUITO VARESE</b> La settimana di Saronno e Tradate, Occhio Busto Arsizio*, Ticino News Gallarate *	36.000	38.000
<b>CIRCUITO SONDRIO</b> Centro Valle - Giornale di Sondrio	13.000	16.000
<b>Piemonte</b>		
<b>CIRCUITO NOVARA</b> Novara, oggi (con ediz. Arona); Occhio Novara*, Occhio Arona*, Ticino News Treviglio	48.000	50.000
<b>CIRCUITO TORINO</b> Il Canavese, La Nuova Periferia Chiavasso, La Nuova Periferia Settimo Torinese	34.500	38.000
<b>Totale Circuito Netweek</b>	<b>281.500</b>	<b>312.000</b>

\*Free Press - \*\*Allegato a tutte le testate a pagamento in Lombardia tranne free press

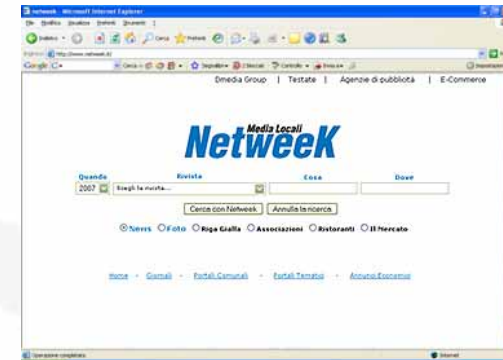
Dati aggiornati a Dicembre 2007



# **Modello di Business** **AREA MEDIA LOCALI**

*29 Edizioni Settimanali*

www.netweek.it



## *Gli Allegati Editoriali*



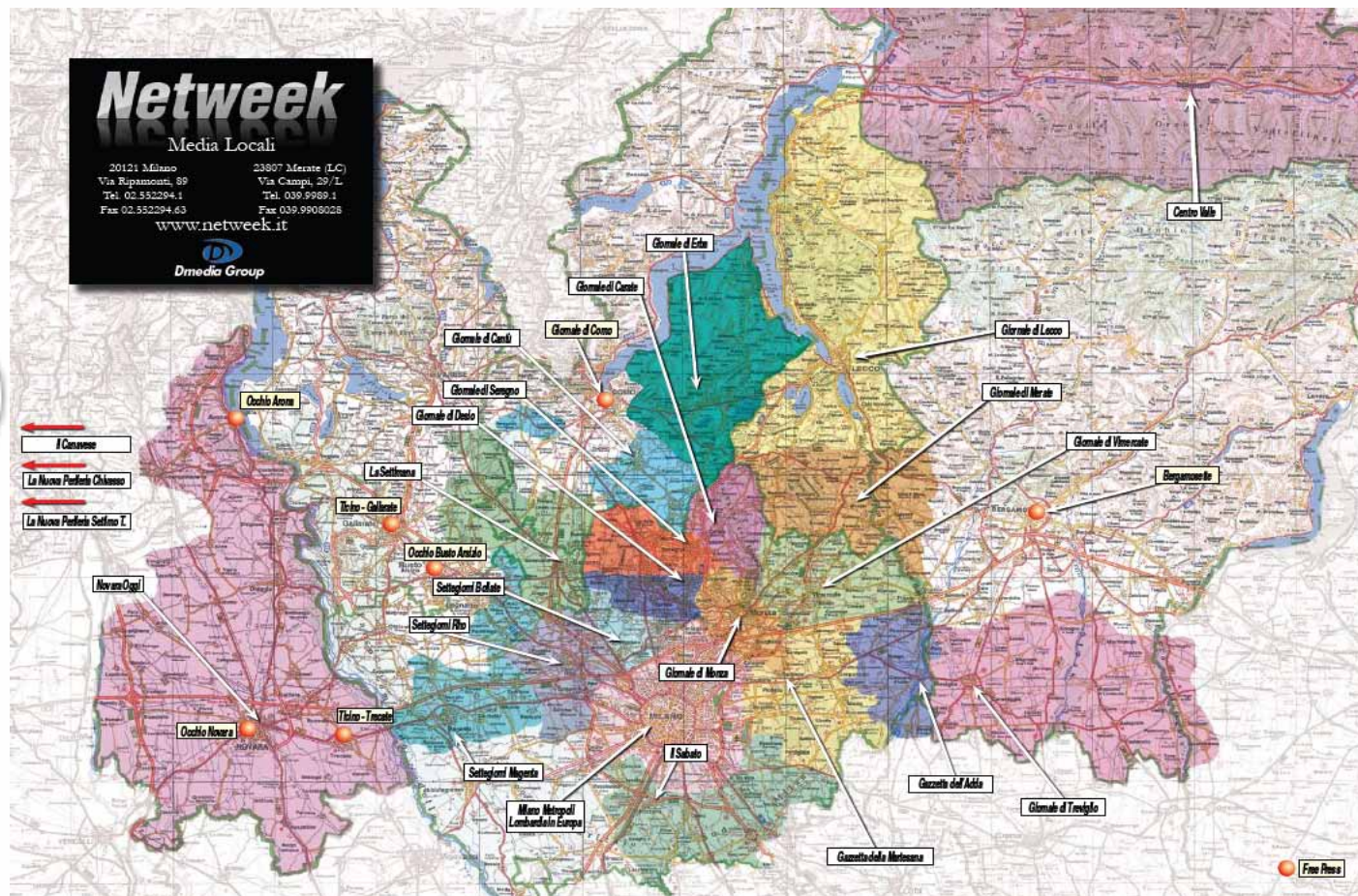
## *Settimanale Regionale*





# Modello di Business

## AREA MEDIA LOCALI - IL TERRITORIO







## Piani di Sviluppo

### *AREA MEDIA LOCALI*

- *Copertura territoriale*
- *Multimedialità*
- *Verticalizzazione dell'offerta*
- *Acquisizioni*
- *Affiliazioni*



**Dmail Group**  
S.p.A.



**Dmail Group**  
s.p.a.



**Dmail Group**  
s.p.a.

*Dmail Group S.p.A.*  
*Opzioni Strategiche*

## ***Sostenibilità dei tassi di crescita***

- *E-commerce vs tassi di crescita economia reale*
- *Editoria locale vs globalizzazione media*
- *Azionariato diffuso, forte e coeso*
- *Track records management*

## ***Opzioni straordinarie***

- *Focalizzazione*
- *Interesse gruppi media*



**Q. & A.**

**CONTATTI:**

**Adrio Maria de Carolis**

Presidente ed Investor Relator

02.5522941

[adrio.decarolis@dmailgroup.it](mailto:adrio.decarolis@dmailgroup.it)

