

COMUNICATO STAMPA

**MEGLIOQUESTO: CRESCITA *DOUBLE DIGIT* DI RICAVI ED EBITDA NEL 2022; APPROVATO IL PIANO STRATEGICO “TOGETHER 2023-2025”, ULTERIORE INCREMENTO DI RICAVI ED EBITDA E SIGNIFICATIVO MIGLIORAMENTO DELLA PFN NEL PROSSIMO TRIENNIO****TARGET 2023**

Valore della Produzione: 100-105 milioni di euro  
EBITDA adjusted<sup>1</sup>: 18-20 milioni di euro  
EBITDA adjusted margin<sup>1</sup>: 18%-19%  
PFN: 24-26 milioni di euro

**TARGET 2025**

Valore della Produzione: circa 140 milioni di euro  
EBITDA adjusted<sup>1</sup>: circa 32 milioni di euro  
EBITDA adjusted margin<sup>1</sup>: circa 23%  
PFN: circa 14 milioni di euro

**Principali risultati consolidati al 31 dicembre 2022**

- Valore della Produzione: 79,3 mln euro, +27% (2021: 62,5 mln euro)
- EBITDA: 11,8 mln euro, +12% (2021: 10,6 mln euro)
- EBITDA *Adjusted*: 13,1 mln euro, +15% (2021: 11,4 mln euro)
- Utile di Esercizio: 2,1 mln euro (2021: 3,9 mln euro)
- Posizione Finanziaria Netta: 30,3 mln euro (9M 2021: 22,6 mln euro; 2021: 6,1 mln euro)

**Principali risultati consolidati *pro-forma* al 31 dicembre 2022**

- Valore della Produzione *pro-forma*: 86,3 mln euro, +20% (2021: 71,7 mln euro)
- EBITDA *pro-forma*: 13,8 mln euro, +27% (2021: 10,9 mln euro)
- EBITDA *Adjusted pro-forma*: 15,1 mln euro, +18% (2021: 12,8 mln euro)
- Utile Netto di Esercizio *pro-forma*: 2,4 mln euro (2021: 4,1 mln euro)

Milano, 28 marzo 2023

Il Consiglio di Amministrazione di **MeglioQuesto** (MQSPA:IM), *Phygital Analytic Company* operante nel settore della *Customer Experience*, ha approvato in data odierna il progetto di bilancio di esercizio al 31 dicembre 2022, il bilancio consolidato al 31 dicembre 2022 e il Piano Strategico “Together 2023-2025”.

**Felice Saladini**, Amministratore Delegato di MeglioQuesto dichiara: *“Il 2022 si è chiuso con una crescita sostenuta del valore della produzione e della redditività. Gli investimenti nel digitale e negli M&A hanno guidato l’evoluzione e lo sviluppo del nostro business. Abbiamo registrato una crescita double digit in tutte le industry presidiate affermandoci anche nei mercati che avevamo programmato in fase di IPO.”*

E commentando il Piano Industriale: *“La nostra vision a 3 anni è affermarci come Phygital Marketplace e diventare leader della Phygital Audience. Le prospettive per il triennio 23-25 confermano il tasso di crescita double-digit dei ricavi e dell’EBITDA, con un netto miglioramento della posizione finanziaria. La crescita è*

<sup>1</sup> include componenti straordinarie / non ricorrenti e l’IVA indetraibile

assicurata da fondamentali solidi, un Piano Strategico concreto, capace di unire la nostra competenza con una visione del futuro imminente, articolata e accurata. Il volano della nostra crescita sono le competenze ed esperienze in ambito Customer Acquisition e Customer Management, unite all'ampio patrimonio di dati commerciali che ci permettono di creare una moltiplicazione funzionale delle offerte e beneficio dei clienti. Inoltre, la cultura ESG sempre più integrata nella strategia complessiva del Gruppo ci consentirà di generare valore sostenibile a beneficio di tutti gli stakeholder.”

## **RISULTATI CONSOLIDATI AL 31 DICEMBRE 2022**

I **Ricavi** sono pari a 77,8 milioni di euro, in crescita del 27% rispetto a 61,4 milioni di euro nel 2021. Con riferimento alla composizione dei Ricavi, si evidenzia un contributo positivo di entrambe le linee di *business*: (i) *Customer Acquisition* registra ricavi per 69,7 milioni di euro (+27% rispetto a 54,9 milioni di euro nel 2021); (ii) *Customer Management* registra ricavi per 8,1 milioni di euro (+25% rispetto a 6,5 milioni di euro nel 2021). Dal punto di vista settoriale, telco e utilities si confermano le *industry* principali (rispettivamente il 37% e il 33%), seguite da *finance* (18%) e *insurance* (5%).

Il **Valore della Produzione** si attesta a 79,3 milioni di euro, in crescita del 27% rispetto a 62,5 milioni di euro nel 2021.

L'**EBITDA** si attesta a 11,8 milioni di euro, +12% rispetto a 10,6 milioni di euro nel 2021; l'*EBITDA margin* si attesta al 14,9%, in diminuzione rispetto al 16,9% del 2021 per effetto dell'incremento del peso percentuale del costo del personale e degli altri costi di gestione, parzialmente compensato dal minor peso dei costi per servizi e per materie prime.

L'**EBITDA adjusted** è pari a 13,1 milioni di euro, +15% rispetto a 11,4 milioni di euro nel 2021; l'*EBITDA adjusted* differisce dall'*EBITDA reported* per componenti straordinarie positive e negative di natura non ricorrente (sopravvenienze contabili relative ad accantonamenti di anni precedenti) e per l'IVA indetraibile.

L'**EBIT** è pari a 6,6 milioni di euro, rispetto a 8,0 milioni di euro nel 2021, dopo ammortamenti e accantonamenti per 5,3 milioni di euro (2,5 milioni di euro nel 2021).

Il **Risultato ante Imposte** è pari a 4,2 milioni di euro, rispetto a 6,3 milioni di euro nel 2021, dopo oneri finanziari per 2,4 milioni di euro, in incremento rispetto a 1,7 milioni di euro nel 2021.

L'**Utile Netto** si attesta a 2,0 milioni di euro, rispetto a 3,9 milioni di euro nel 2021, dopo imposte per 2,2 milioni di euro (2,4 milioni di euro nel 2021).

Il **Patrimonio Netto** è pari a 32,8 milioni di euro, in aumento rispetto a 25,8 milioni di euro al 31 dicembre 2021.

La **Posizione Finanziaria Netta** è pari a 30,3 milioni di euro, riflettendo l'accelerazione del programma di acquisizioni e investimenti annunciato in sedi di IPO; in particolare, la variazione rispetto al 30 settembre 2022 (22,6 milioni di euro) è principalmente attribuibile all'esborso relativo all'acquisizione di Eureweb per circa 3,3 milioni di euro, a investimenti digitali per *Lead Generation* pari a circa 3 milioni di euro, alla diminuzione dei crediti tributari netti per 2,0 milioni di euro, nonché a 0,6 milioni di euro di decremento delle azioni proprie utilizzate a servizio delle acquisizioni. La Posizione Finanziaria Netta al 31 dicembre 2021 era pari a 6,1 milioni di euro; sulla variazione hanno inciso principalmente investimenti per acquisizioni pari a 22,8 milioni di euro e digitali per 8,5 milioni di euro, compensati dall'aumento di capitale per 7,9 milioni di euro legato all'esercizio dei warrant e dalla generazione di cassa.

## **RISULTATI CONSOLIDATI PRO-FORMA AL 31 DICEMBRE 2022**

I risultati *pro-forma* esprimono le performance del Gruppo MeglioQuesto alla luce delle acquisizioni realizzate nel corso del primo semestre 2022; il perimetro di consolidamento include integralmente Eureweb S.r.l., la cui acquisizione si è perfezionata in data 14 giugno 2022 e Smart Contact S.r.l., la cui acquisizione si è perfezionata in data 30 giugno 2022.

I **Ricavi** pro-forma sono pari a 84,8 milioni di euro, in crescita del 22% rispetto a 69,4 milioni di euro nel 2021.

Nel perimetro **like-for-like** (escludendo i ricavi delle società acquisite nell'anno di acquisizione) si rileva una crescita organica dei Ricavi del 15 % nel corso dell'esercizio 2022 rispetto al 2021.

Il **Valore della Produzione** pro-forma si attesta a 86,3 milioni di euro, in crescita del 20% rispetto a 71,7 milioni di euro nel 2021.

L'**EBITDA** pro-forma si attesta a 13,8 milioni di euro, +27% rispetto a 10,9 milioni di euro nel 2021; l'**EBITDA margin** pro-forma si attesta al 16,0%, rispetto al 15,2% del 2021. L'**EBITDA adjusted** pro-forma è pari a 15,1 milioni di euro, +18% rispetto a 12,8 milioni di euro nel 2021.

L'**EBIT** pro-forma è pari a 7,4 milioni di euro, rispetto a 8,3 milioni di euro nel 2021, dopo ammortamenti e accantonamenti per 6,4 milioni di euro (2,6 milioni di euro nel 2021).

Il **Risultato ante Imposte** pro-forma è pari a 5,0 milioni di euro, rispetto a 6,6 milioni di euro nel 2021, dopo oneri finanziari per 2,4 milioni di euro, in incremento rispetto a 1,7 milioni di euro nel 2021.

L'**Utile Netto** pro-forma si attesta a 2,4 milioni di euro, rispetto a 4,1 milioni di euro nel 2021, dopo imposte per 2,6 milioni di euro (2,5 milioni di euro nel 2021).

## **RISULTATI MEGLIOQUESTO S.P.A. AL 31 DICEMBRE 2022 E PROPOSTA DI DESTINAZIONE DELL'UTILE D'ESERCIZIO**

Il **Valore della Produzione** si assesta a 9,9 milioni di euro, rispetto a 8,4 milioni di euro nel 2021.

L'**EBITDA** raggiunge i 2,4 milioni di euro (2,0 milioni di euro nel 2021). L'**EBIT** è pari a 2,0 milioni di euro (1,8 milioni di euro nel 2021), dopo ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni per 393 migliaia di euro (187 migliaia di euro nel 2021).

Il **Risultato ante Imposte** è pari a 0,5 milioni di euro (0,8 milioni di euro nel 2021), dopo oneri finanziari per 1,6 milioni di euro (1,0 milioni di euro nel 2021). L'**Utile Netto** si attesta a 29 migliaia di euro, rispetto a 369 migliaia di euro nel 2021.

Il Consiglio ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti la seguente **destinazione dell'utile d'esercizio**, pari a Euro 28.540:

- Euro 1.427 a riserva legale;
- Euro 27.113 a riserva straordinaria.

## **PIANO STRATEGICO "TOGETHER 2023-2025"**

La vision a tre anni del Gruppo MeglioQuesto è diventare leader indiscusso della **Phygital Audience**, sviluppando la capacità di raggiungere il massimo numero di persone e offrire servizi e prodotti attraverso tutti i canali.

MeglioQuesto si sta affermando come unico **Phygital Marketplace** in grado di offrire consulenza e servizi per vendere e acquistare integrando perfettamente canali fisici e digitali e ponendosi come piattaforma innovativa in grado di soddisfare e misurare i comportamenti dei consumatori nonché di soddisfarne i bisogni.

La nostra strategia prevede il rinnovamento dell'offerta B2B e l'espansione nel B2C: ogni nostro **touchpoint** diventa motore di **lead generation** e dunque fonte di business sia B2B che B2C.

In questo modo è possibile estrapolare appieno il valore delle sinergie commerciali e operative di Gruppo attraverso l'adozione di:

- una strategia commerciale differenziata a seconda dei diversi profili di clientela, segmentati per dimensione del fatturato e incidenza sui ricavi complessivi;
- un approccio commerciale integrato che combina specializzazione di servizio con competenze verticali di settore così da favorire opportunità di cross e up-selling;
- un disciplinato governo della spesa attraverso l'accentramento di tutti i processi e le responsabilità di spesa e l'implementazione di un nuovo strumento di cost management.

**Il Gruppo ampliarà il proprio raggio d'azione** sui bisogni dei Clienti, sia a monte che a valle:

- nell'ambito della **generazione dei bisogni**, la strategia prevede l'acquisizione e la gestione dei **budget media** dei **Partner corporate**, attraverso il lancio di nuovi servizi, a supporto di tutta la catena del valore della gestione degli investimenti pubblicitari, dalla definizione dei canali alla pianificazione degli investimenti e all'acquisto degli spazi;
- nell'ambito della **delivery** la strategia prevede: l'introduzione di **servizi di installazione**, sostituzione e manutenzione di prodotti (e.g. impianti fotovoltaici, HVAC) tramite reti di installatori partner presenti sul territorio nazionale; il lancio di una **piattaforma di e-commerce** accessibile da tutti i touchpoint per l'acquisto di prodotti accessori al core business (telefoni ricondizionati, smart-home appliances, elettrodomestici, ...).

Parallelamente **rafforzerà la presenza** nell'ambito dei bisogni attualmente coperti:

- nella **generazione e conversione di lead**, attraverso l'utilizzo di punti di accesso phygital (totem e tablets) installati presso negozi propri o di partner commerciali e in dotazione a reti terze di installatori;
- nell'**assistenza post-vendita**, prevediamo il progressivo *shift* della gestione di richieste standard verso soluzioni di Artificial Intelligence altamente efficienti.

Il progetto strategico fa leva su **due essenziali fattori abilitanti: le Persone e la Tecnologia** quali motori per la crescita e la trasformazione di MeglioQuesto.

Le principali iniziative:

- in aggiunta all'aumento della capacità produttiva coerentemente con l'aumento del volume di business svilupperemo le competenze necessarie favorendo la condivisione e la collaborazione;
- implementeremo un unico sistema di CRM, integrato a livello di business unit e canali, con migrazione dell'infrastruttura in cloud al fine di cogliere tutto il potenziale di un approccio omni-canale.

Il Piano Strategico "Together 2023-2025" è costruito a parità di perimetro di consolidamento, non prevede pertanto nuove acquisizioni e si fonda su uno sviluppo organico che massimizza altresì le sinergie derivanti dalle recenti operazioni. Le assunzioni di piano prevedono l'esercizio parziale delle opzioni call verso le minoranze attraverso aumenti di capitale a titolo gratuito, mentre non sono previsti esercizio di warrant, apertura di nuove linee di debito a medio - lungo termine, aumenti di capitale onerosi, piani di buyback e distribuzione di dividendi.

Le prospettive per il triennio confermano un tasso di crescita dei ricavi sostenuto, una solida redditività e un netto miglioramento della posizione finanziaria netta.

### Target 2023

In particolare, il piano prevede il raggiungimento dei seguenti target per l'esercizio 2023:

- Valore della Produzione: 100-105 milioni di euro
- EBITDA adjusted<sup>2</sup>: 18-20 milioni di euro
- EBITDA adjusted margin<sup>3</sup>: 18%-19%
- PFN: 24-26 milioni di euro

---

<sup>2</sup> include componenti straordinarie / non ricorrenti e l'IVA indetraibile