



MAILUP S.P.A.  
Sede in VIA POLA 9  
20124 MILANO (MI)  
Capitale sociale Euro  
374.276,15 i.v.  
Reg. Imp. 01279550196  
Rea 1743733  
Ticker: MAIL.MI

## RELAZIONE SEMESTRALE CONSOLIDATA MAILUP AL 30/06/2020

Bilancio redatto secondo i Principi Contabili IAS/IFRS  
-Valori in Euro -



## Indice

Organi sociali .....	3
MailUp Group leader nelle Cloud Marketing Technologies .....	4
Dati di sintesi .....	6
Report di sintesi.....	8
Relazione sulla gestione semestrale consolidata al 30/06/2020 .....	10
Stato patrimoniale consolidato MailUp spa al 30/06/2020 .....	39
Conto economico consolidato MailUp spa al 30/06/2020 .....	40
Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato al 30/06/2020 .....	41
Rendiconto finanziario consolidato al 30/06/2020 .....	42
Note esplicative al Bilancio consolidato al 30/06/2020 .....	43
Relazione della società di revisione sul Bilancio Consolidato al 30/06/2020.....	62



## Organi Sociali

### Consiglio di Amministrazione

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

Cognome e Nome

Monfredini Matteo

Gorni Nazzeno

Capelli Micaela Cristina

Biondi Armando

Castiglioni Ignazio

Carica

Presidente del C.d.A. con deleghe

Vice Presidente del C.d.A. con deleghe

Consigliere con deleghe

Consigliere senza deleghe

Consigliere indipendente senza deleghe

### Collegio Sindacale

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

Cognome e Nome

Manfredini Michele

Ferrari Fabrizio

Rosaschino Giovanni

Carica

Presidente del Collegio Sindacale

Sindaco Effettivo

Sindaco Effettivo

Ruggeri Piergiorgio

Tirindelli Andrea

Sindaco Supplente

Sindaco Supplente

### Società di revisione

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

BDO Italia S.p.A.

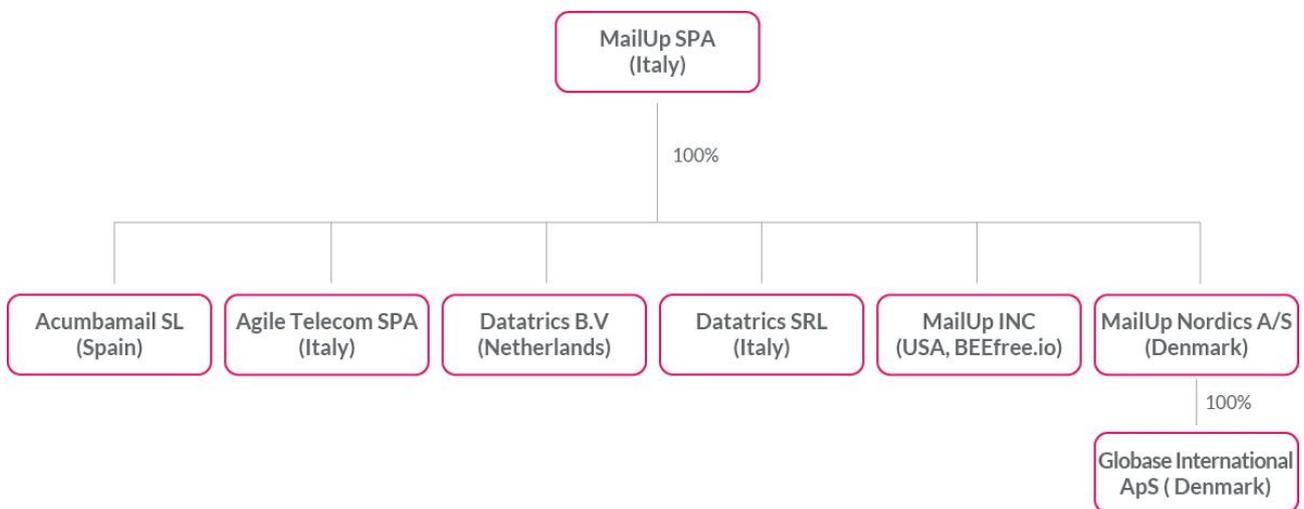


## MailUp Group leader europeo nelle Cloud Marketing Technologies

Il Gruppo MailUp (di seguito anche “MailUp Group” e “Gruppo”) è un operatore verticalmente integrato attivo nelle Cloud Marketing Technologies (MarTech), settore in forte espansione ed evoluzione, e offre una vasta gamma di soluzioni ai propri clienti, con particolare focalizzazione sul messaging e sulla data-driven e multi-channel marketing automation. Il core business del Gruppo è rappresentato da sviluppo e vendita di (i) tecnologie finalizzate all’invio massivo di email e mobile messaging, in particolare tramite il canale SMS, per finalità di marketing e transazionali, (ii) sofisticati strumenti di editing di email e landing page, (iii) innovative soluzioni basate su intelligenza artificiale nel campo delle marketing technologies (Predictive Marketing), oltre a (iv) servizi professionali di consulenza in questi ambiti. La capogruppo MailUp S.p.A. (di seguito “MailUp”) ha sviluppato una piattaforma Software-as-a-Service (“SaaS”) multicanale (email, newsletter, SMS e messaging apps) di cloud computing per la gestione professionale di campagne marketing digitali, utilizzata da circa 10.000 clienti diretti a cui si aggiungono circa 13.000 clienti delle altre 4 business unit e oltre 280.000 clienti delle edizioni gratuite di vari servizi, in particolare offerti da BEEfree.io. A livello consolidato il Gruppo opera quindi con oltre 23.000 clienti distribuiti in circa 130 Paesi ed è presente con le proprie sedi in tre continenti con un organico di oltre 250 collaboratori. Dopo l’ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul mercato AIM Italia gestito da Borsa Italiana nel 2014, MailUp Group ha affiancato alla crescita organica un percorso di sviluppo per linee esterne, acquisendo realtà affermate ed emergenti, appartenenti allo stesso segmento di mercato o a business complementari: Acumbamail (mercato spagnolo e LatAm), Globase (mercato Nordics), Agile Telecom (mercato SMS wholesale), Datatrics (intelligenza artificiale).

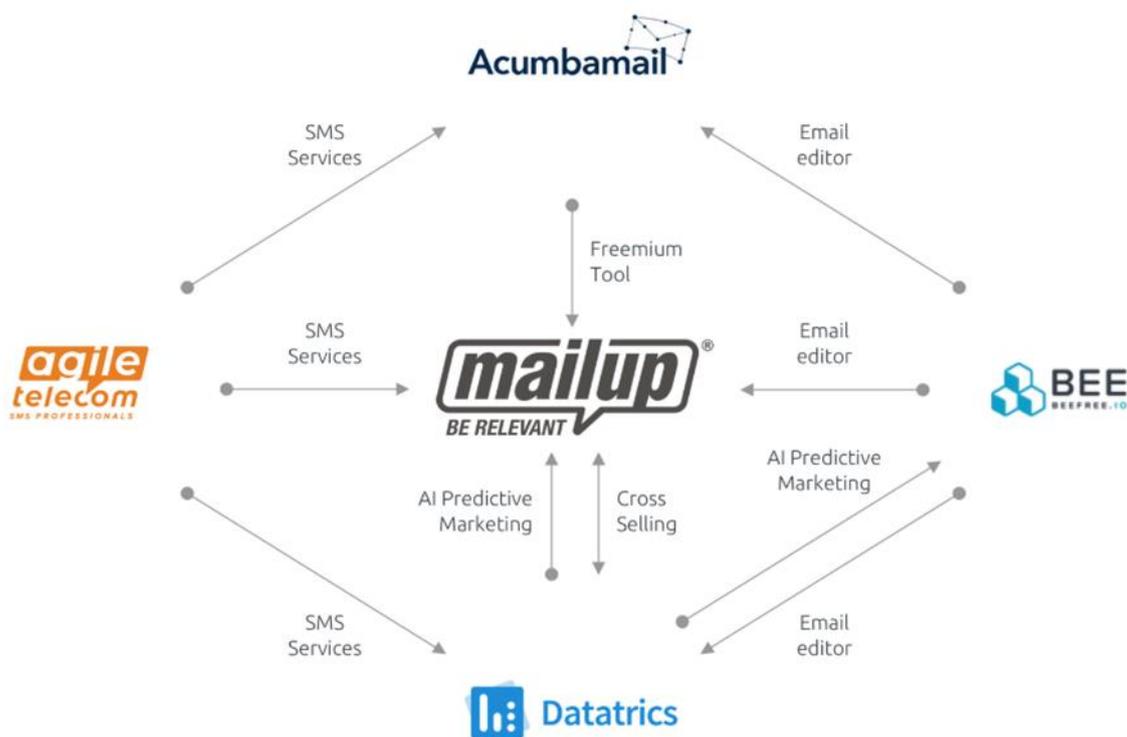
### Struttura del Gruppo Mailup

Si riporta qui di seguito l’organigramma al 30/06/2020:



Tutte le entità rappresentate nel partecipogramma risultano controllate al 100% da MailUp. Il percorso di crescita per linee esterne tramite acquisizioni intrapreso dal Gruppo MailUp ha permesso, e permetterà sempre di più in futuro, di sviluppare significative strategie di prodotto in ambito tecnologico e di crescita commerciale, sintetizzate nella rappresentazione grafica che segue:





**Acumbamail S.L.** è un provider spagnolo di email marketing che fornisce anche pacchetti SMS e servizi transazionali con un modello di business freemium, particolarmente attrattivo per piccole e microaziende. La piattaforma Acumbamail permette la creazione, l'invio e la gestione di campagne marketing anche multicanale, consentendo di tracciare le relative performance in tempo reale. Più di 3.100 clienti paganti si avvalgono dei servizi della controllata iberica. Comprendendo anche i piani gratuiti, gli utenti si attestano intorno agli 80.000.

**Agile Telecom S.p.A.** con sede a Carpi (MO), è un operatore autorizzato dal Ministero dello Sviluppo Economico e delle Comunicazioni per l'offerta al pubblico di servizi di comunicazione (OLO - Other Licensed Operator) ed è inoltre iscritto al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) dell'Autorità per le Garanzie nelle Telecomunicazioni (AGCOM). Agile Telecom è leader nel mercato italiano degli SMS wholesale con oltre 1,8 miliardi di messaggi spediti all'anno e gestisce l'invio di messaggi A2P di tipo promozionale e transazionale (One-Time Password, notifiche e alert) per conto di circa 3.000 clienti. È inoltre il fornitore pressoché esclusivo della capogruppo per i servizi di invio SMS erogati dalle piattaforme MailUp e Acumbamail, consentendo così di sfruttare le sinergie economiche e tecnologiche sopra evidenziate.

**Datatrics B.V.** ultima acquisizione in termini temporali, la società olandese, fondata nel 2012, è titolare di una piattaforma proprietaria di marketing predittivo all'avanguardia utilizzata da circa 300 clienti, che permette di costruire esperienze basate su dati gestiti tramite intelligenza artificiale, con il risultato di una migliore customer experience ed un conseguente aumento della conversione e fedeltà dei clienti, attraverso una piattaforma di data management sviluppata con un algoritmo di autoapprendimento. L'uso dell'intelligenza artificiale consente la combinazione di dati da molteplici fonti, sia interne del cliente (CRM, email, social network, e-commerce, web analytics e altre) sia esterne (dati demografici, meteo, traffico e altre) utilizzando un approccio di c.d. "actionable customer data platform" aperta.

**Datatrics S.r.l.** è stata costituita dalla capogruppo il 18/12/2018 per promuovere lo sviluppo commerciale della piattaforma Datatrics in Italia, e la sua operatività è iniziata a gennaio 2019. Il team è ora costituito da 8 dipendenti e ha attivato oltre 70 clienti, tra cui Brosway, Iperbimbo, Calcioshop, Trendevice, Desivero, Propac e Comunelloshop. L'attività commerciale si svolge sia con cross-selling sulla base clienti MailUp, sia attraverso la realizzazione di una rete di partner, sia tramite vendita diretta.

**MailUp Inc. (BEEfree.io)**, organizzata secondo il modello della dual company, con team di business localizzato negli Stati Uniti e con headquarter a San Francisco, nel cuore della Silicon Valley, e team tecnologico in Italia, è focalizzata sullo sviluppo e commercializzazione dell'innovativo editor per messaggi email BEE (Best Email Editor). Grazie alla rapida crescita ed al favore incontrato presso gli operatori professionali del digital marketing sin dal lancio, BEE si sta affermando come soluzione leader con oltre 7.000 clienti, sia nella versione *Plugin*, adottata da oltre 600 applicazioni SaaS, da startup ad aziende da miliardi di dollari di fatturato, moltissime delle quali nella Silicon Valley, sia nella versione *Pro*, apprezzata da email designer, grandi aziende (come Netflix) e agenzie di digital marketing in più di 115 paesi. La business unit sta investendo sia in miglioramenti incrementali degli attuali servizi, sia nello sviluppo di servizi nuovi che andranno ad affiancare ed integrare gli esistenti, innalzando così il ricavo medio per cliente.



**MailUp Nordics A/S** è la sub-holding che controlla il 100% di **Globase International A.p.S.**, società danese specializzata in servizi avanzati di digital marketing automation per clienti collocati nel mercato dei Nordics. A partire dal 2019, Globase non viene più rappresentata separatamente come una business unit, in quanto svolge unicamente attività di filiale commerciale per la rivendita della piattaforma MailUp. Da Marzo 2020, inoltre, parte del team di Globase collabora con l'americana BEEfree.io nelle attività di accounting sui clienti BEEPro di fascia alta sull'area europea.

## Dati di sintesi

### Principali eventi avvenuti nel primo semestre 2020

Nel corso del primo semestre 2020 l'attività del Gruppo MailUp è stata caratterizzata dagli eventi di seguito indicati:

#### *Informativa speciale riguardante l'emergenza Covid-19*

Nel mese di marzo 2020, due importanti fenomeni sistemici hanno colpito le società e le economie a livello mondiale: l'emergenza sanitaria legata alla diffusione del virus Covid-19 ed il correlato crollo ed aumento della volatilità dei mercati finanziari. Gli amministratori e il top management di MailUp Group sono costantemente al lavoro per garantire una pronta risposta allo scenario in costante mutamento, avendo come priorità assoluta la salute e sicurezza dei collaboratori, delle loro famiglie e dell'intera comunità.

A partire dal 23/02/2020 tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo lavorano da remoto. Le procedure in vigore e le infrastrutture in uso nel Gruppo, nonché la natura del business, sono pienamente predisposte al lavoro agile ed alla collaborazione in remoto. Attualmente non si evidenzia alcun impatto sostanziale sull'operatività, sulla produttività o sulla disponibilità del personale. Ai sensi della normativa emanata dal Governo italiano durante il periodo di lockdown, che prevedeva la chiusura di tutte le attività economiche "non essenziali" ai fini del contenimento del contagio, il Gruppo MailUp è risultato incluso nella lista di società cui è stato permesso essere pienamente operative. Al momento non si prevedono impatti sul livello di occupazione.

Per quanto riguarda la base clienti del Gruppo, determinati settori quali viaggi, ospitalità e retail sono stati colpiti negativamente con diversa intensità dalla situazione di emergenza, laddove aziende con canali e-commerce o che non siano state direttamente colpite dalla chiusura delle attività, come online entertainment, gaming o servizi online si sono mostrate più resilienti. Questi clienti, unitamente alle istituzioni pubbliche, potrebbero aumentare la propria domanda di invio massivo di email, mentre l'incremento delle attività e transazioni svolte online potrebbe potenziare la domanda di sms transazionali. Si ritiene che il settore digitale possa giocare un ruolo significativo sia nella crisi sia nella ripartenza alla fine dell'emergenza. Sebbene il processo di vendita del Gruppo sia completamente digitale, si sono verificate riduzioni negli investimenti dei clienti e un rallentamento del ciclo di vendita in particolare sui progetti di dimensione più importanti. Le strutture commerciali del Gruppo mantengono un costante contatto con i nostri clienti e stiamo lavorando ad una serie di misure per fornire loro un adeguato supporto, in termini di risorse, tool gratuiti, dilazioni dei termini di pagamento, sconti e templates per il marketing via email.

Per quanto riguarda i dati e le prospettive del Gruppo MailUp, è attualmente difficoltoso quantificare il potenziale impatto di questa crisi, nonché della volatilità e dell'incertezza che ne sono conseguite a livello macroeconomico. Al momento non si prevedono cambiamenti significativi nei piani, ed il Gruppo risulta preparato a gestire il potenziale impatto di trend economici negativi derivanti dalla situazione attuale. Il Consiglio di Amministrazione lavora costantemente con i Director delle business unit e con il top management per evidenziare la migliore stima quantitativa dell'effetto di un rallentamento dell'economia e per individuare tutte le opportune misure, risparmi di costi, aiuti e programmi governativi e sovranazionali, che possano rafforzare il profilo patrimoniale e finanziario del Gruppo, e di conseguenza la sua capacità di reagire tempestivamente e adeguatamente ai cambiamenti esogeni e di uscire parimenti solidi dalla crisi.

Il 20/02/2020 MailUp ha annunciato che, in seguito alla notifica di alcune vendite effettuate sul mercato da alcuni dei propri azionisti rilevanti per complessivi 120.000 titoli, volte a favorire un incremento del flottante e di conseguenza maggiori opportunità di scambio del titolo, il flottante stimato ha superato il 36%.

Il 23/02/2020 MailUp ha annunciato, a causa degli sviluppi relativi alla diffusione dei contagi da Covid-19 in Lombardia ed in ottemperanza alle indicazioni di Governo e Regione, pur non avendo ad oggi riscontri in merito a casi tra i propri dipendenti e collaboratori, l'adozione dell'obbligo di remote working ed il divieto di trasferte che comportino l'uso di mezzi di trasporto collettivo, per il personale delle sedi di Milano e Cremona; tali provvedimenti sono stati successivamente estesi anche alla sede di Carpi ed alle sedi estere del Gruppo e sono tuttora in corso.

Il 27/03/2020 la controllata BEE ha lanciato Page Builder, un nuovo prodotto della famiglia BEEPlugin per la creazione di pagine web con cui le applicazioni SaaS possono offrire ai propri clienti uno strumento semplice per creare landing page graficamente d'impatto



e mobile responsive. Page Builder sfrutta le medesime funzionalità già a disposizione per la creazione di email, arricchendole di potenzialità aggiuntive come l'inserimento di form, video e script, ad esempio per l'inclusione in pagina di survey create con Survey Monkey o Typeform. La combinazione di Email Builder e Page Builder consente alle applicazioni SaaS di garantire un'esperienza utente unica e uniforme nella creazione di email e pagine web. Per ogni nuova attivazione del Page Builder prima del 30/04/2020, BEE ha offerto tre mesi di utilizzo gratuito, come contributo nell'affrontare l'emergenza Covid-19. Successivamente, è disponibile un pricing agevolato per l'attivazione in bundle di Email Builder e Page Builder.

Il 21/05/2020 MailUp ha comunicato il primo Bilancio di Sostenibilità, documento realizzato su base volontaria dalla capogruppo per comunicare in maniera trasparente e coerente a tutti gli Stakeholder i valori, le strategie e le performance direttamente collegate ai relativi impatti economici, sociali e ambientali, riassunti nell'acronimo ESG (environmental, social and governance). Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta il primo, importante step verso una crescente trasparenza e un allineamento sempre maggiore degli interessi tra i vari Stakeholder, che risultano driver per una crescita di valore sostenibile nel lungo periodo. La rendicontazione, preceduta dalla cosiddetta "Analisi di materialità", che ha coinvolto direttamente i referenti delle principali funzioni aziendali, ha riguardato il periodo 01/01/2019 – 31/12/2019 ed è stata realizzata in conformità alle Linee Guida del GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards).

Nella seduta di contrattazione del 18/06/2020, il prezzo del titolo MailUp (MAIL) ha raggiunto il massimo del periodo ed il massimo storico a tale data, con chiusura a Euro 5,50 per azione. A tale valore, la capitalizzazione della società corrisponde a circa Euro 82,3 mln.

Successivamente alla chiusura del semestre, il titolo MailUp (MAIL) ha registrato nuovamente il massimo storico per azione di Euro 5,68 segnato in chiusura delle sedute del 07/09/2020 e 08/09/2020. A tale valore, la capitalizzazione della società corrisponde a circa Euro 85 mln.

A fronte degli ambiziosi obiettivi di crescita delineati, la Business Unit (BU) MailUp, responsabile dello sviluppo e commercializzazione della piattaforma MailUp, dovrà necessariamente focalizzarsi su:

- aumento del valore della Customer Base: impostare un nuovo approccio di vendita, sviluppare una strategia customer centrica, lavorare alla riduzione del Churn;
- internazionalizzazione: continuare in maniera programmata l'espansione nel mercato latino-americano;
- integrazione e sinergia: ampliare proposta e perimetro commerciale attraverso un progetto di integrazione tra MailUp & Datatrics (MailUp+CDP);
- evoluzione Tecnologica: migrare l'infrastruttura di MailUp su servizi Cloud.

In questo contesto persone, ruoli e competenze, rappresentano gli asset imprescindibili per il raggiungimento degli obiettivi 2020 e su questi si è focalizzato il progetto **MailUp Evolution**.

Il nuovo assetto organizzativo si pone i seguenti obiettivi:

- implementare nuove strutture strategiche e nuovi ruoli (Sales Director, Customer Value Manager, Head of Product & Technology);
- efficientare tutte le aree relative al ciclo di vita del cliente, unificando CRM, Customer Support e Customer Care in un'unica struttura di Customer Value Management (CVM);
- definire nuovi processi e responsabilità allineati ai nuovi obiettivi (economici e di mercato);
- analizzare e aggiornare le competenze necessarie per implementare la nuova strategia;
- introdurre nuove metodologie e competenze dal mercato esterno, che consentano a tutti una nuova opportunità di sviluppo e crescita.

A completamento dell'inserimento dei nuovi Key Roles sopra menzionati, a partire da maggio 2020, la BU MailUp ha avviato il percorso di deployment della nuova struttura organizzativa, che dovrebbe essere pienamente adottata a partire dall'inizio del prossimo anno.

In questo contesto la funzione HR di Gruppo è stata chiamata ad indirizzare e sostenere questo percorso di adozione. Per facilitare la transizione alla nuova Struttura si rendono necessarie alcune attività finalizzate a:

- declinare le scelte di macrostruttura in un vero e proprio «modello di funzionamento»;
- massimizzare la chiarezza organizzativa, identificando i confini organizzativi tra le diverse unità delle BU e le modalità di interfaccia tra di esse e verso le strutture di Gruppo;
- dare la maggior «concretezza» possibile al disegno organizzativo, collegando le responsabilità ai processi operativi.



## Report di sintesi

### Conto Economico consolidato al 30/06/2020 – Importi in unità di euro

	30/06/2020	%	30/06/2019	%	Variazione	Var. %
Ricavi Email	7.669.505	24,2 %	6.335.383	21,6 %	1.334.122	21,1 %
Ricavi SMS	21.466.413	67,7 %	20.837.289	71,1 %	629.124	3,0 %
Ricavi Predictive Marketing	1.425.722	4,5 %	853.004	2,9 %	572.718	67,1 %
Ricavi Servizi Professionali	342.565	1,1 %	354.462	1,2 %	(11.897)	(3,4 %)
Altri ricavi	786.266	2,5 %	930.311	3,2 %	(144.046)	(15,5 %)
<b>Totale Ricavi</b>	<b>31.690.470</b>	<b>100,0 %</b>	<b>29.310.449</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2.380.021</b>	<b>8,1 %</b>
Costi COGS	21.913.438	69,1 %	20.768.146	70,9 %	1.145.292	5,5 %
<b>Gross Profit</b>	<b>9.777.032</b>	<b>30,9 %</b>	<b>8.542.304</b>	<b>29,1 %</b>	<b>1.234.729</b>	<b>14,5 %</b>
Costi S&M	3.006.142	9,5 %	2.131.175	7,3 %	874.967	41,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	<b>1.215.385</b>	<b>3,8 %</b>	<b>813.005</b>	<b>2,8 %</b>	<b>402.380</b>	<b>49,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>	<i>(948.398)</i>	<i>(3,0 %)</i>	<i>(742.526)</i>	<i>(2,5 %)</i>	<i>(205.872)</i>	<i>27,7 %</i>
<i>Costo R&amp;D</i>	<i>2.163.783</i>	<i>6,8 %</i>	<i>1.555.531</i>	<i>5,3 %</i>	<i>608.252</i>	<i>39,1 %</i>
Costi Generali	3.378.094	10,7 %	3.454.403	11,8 %	(76.308)	(2,2 %)
<b>Totale costi</b>	<b>7.599.621</b>	<b>24,0 %</b>	<b>6.398.582</b>	<b>21,8 %</b>	<b>1.201.039</b>	<b>18,8 %</b>
<b>Ebitda</b>	<b>2.177.411</b>	<b>6,9 %</b>	<b>2.143.722</b>	<b>7,3 %</b>	<b>33.690</b>	<b>1,6 %</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	175.660	0,6 %	93.035	0,3 %	82.625	88,8 %
Ammortamenti diritto d'uso	541.835	1,7 %	324.738	1,1 %	217.097	66,9 %
Ammortamenti R&D	931.489	2,9 %	916.224	3,1 %	15.265	1,7 %
Ammortamenti e accantonamenti	1.648.984	5,2 %	1.333.997	4,6 %	314.987	23,6 %
<b>Ebit</b>	<b>528.428</b>	<b>1,7 %</b>	<b>809.725</b>	<b>2,8 %</b>	<b>(281.297)</b>	<b>(34,7 %)</b>
Gestione finanziaria	(39.906)	(0,1 %)	(23.568)	(0,1 %)	(16.338)	69,3 %
<b>Ebt</b>	<b>488.521</b>	<b>1,5 %</b>	<b>786.157</b>	<b>2,7 %</b>	<b>(297.635)</b>	<b>(37,9 %)</b>
Imposte sul reddito	(264.621)	(0,8 %)	(360.760)	(1,2 %)	96.140	(26,6 %)
Imposte anticipate (differite)	181.088	0,6 %	(14.475)	0,0 %	195.563	(1.351,1 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>	<b>404.989</b>	<b>1,3 %</b>	<b>410.922</b>	<b>1,4 %</b>	<b>(5.933)</b>	<b>(1,4 %)</b>



**Stato patrimoniale consolidato al 30/06/2020 – Importi in unità di euro**

	30/06/2020	31/12/2019	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni immateriali	4.840.389	4.392.560	447.829	10,2 %
Differenza Da Consolidamento	16.631.533	16.631.533	0	0,0 %
Immobilizzazioni materiali	1.872.294	1.773.924	98.370	5,5 %
Diritto d'uso (IFRS16)	4.225.882	4.629.957	(404.075)	(8,7 %)
Immobilizzazioni finanziarie	220.339	220.304	35	0,0 %
<b>Immobilizzazioni</b>	<b>27.790.437</b>	<b>27.648.278</b>	<b>142.159</b>	<b>0,5 %</b>
Crediti verso clienti	8.926.201	11.291.536	(2.365.335)	(20,9 %)
Debiti verso fornitori	(11.222.853)	(12.942.856)	1.720.003	(13,3 %)
Debiti verso collegate	(20.749)	(20.749)	0	0,0 %
<b>Capitale Circolante Commerciale</b>	<b>(2.317.400)</b>	<b>(1.672.069)</b>	<b>(645.332)</b>	<b>38,6 %</b>
Crediti e Debiti Tributari	2.356.937	1.834.077	522.860	28,5 %
Ratei e risconti Attivi/passivi	(8.298.715)	(7.206.115)	(1.092.601)	15,2 %
Altri crediti e debiti	(3.583.311)	(3.647.203)	63.892	(1,8 %)
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(11.842.489)</b>	<b>(10.691.309)</b>	<b>(1.151.181)</b>	<b>10,8 %</b>
Fondi rischi e oneri	(443.952)	(619.480)	175.528	(28,3 %)
Fondo TFR	(1.853.640)	(1.718.547)	(135.093)	7,9 %
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>13.650.356</b>	<b>14.618.943</b>	<b>(968.587)</b>	<b>(6,6 %)</b>
Capitale sociale	374.276	374.276	0	0,0 %
Riserve	16.548.021	15.448.802	1.099.219	7,1 %
Utile (Perdita) d'esercizio	404.989	1.150.036	(745.047)	(64,8 %)
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>17.327.286</b>	<b>16.973.114</b>	<b>354.173</b>	<b>2,1 %</b>
Cassa	(9.911.569)	(8.946.689)	(964.881)	10,8 %
Debiti a breve	1.025.130	992.262	32.867	3,3 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a BT	1.070.912	1.017.635	53.277	5,2 %
Attività Finanziarie Che Non Costituiscono Immobilizzazioni	(490.195)	(490.998)	803	(0,2 %)
Debiti a MLT	1.453.788	1.445.112	8.676	0,6 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a MLT	3.175.005	3.628.507	(453.502)	(12,5 %)
<b>Posizione Finanziaria Netta</b>	<b>(3.676.930)</b>	<b>(2.354.170)</b>	<b>(1.322.760)</b>	<b>56,2 %</b>
<b>Totale Fonti</b>	<b>13.650.356</b>	<b>14.618.943</b>	<b>(968.587)</b>	<b>(6,6 %)</b>



# RELAZIONE SULLA GESTIONE SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30/06/2020

Signori Azionisti,

il semestre chiuso al 30/06/2020 riporta un risultato positivo consolidato pari ad Euro 404.989, dopo aver effettuato ammortamenti e svalutazioni per complessivi Euro 1.648.984 ed accantonamenti per imposte correnti e differite pari a Euro 83.533. L'EBITDA di Gruppo dell'esercizio è risultato pari a Euro 2.177.411.

Di seguito viene riportata l'analisi della situazione e dell'andamento della gestione relativamente all'esercizio appena trascorso del Gruppo e della società.

## Premessa

La presente relazione sulla gestione è presentata ai fini della relazione semestrale consolidata del Gruppo MailUp redatta secondo i Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS).

Nel presente documento, Vi forniamo le notizie attinenti alla situazione consolidata del Gruppo. La presente relazione, redatta in valori espressi in unità di Euro, viene presentata a corredo della relazione semestrale consolidata di Gruppo al fine di fornire informazioni reddituali, patrimoniali, finanziarie e gestionali del Gruppo, corredate, ove possibile, da elementi storici e valutazioni prospettiche.

Vengono esposti a fini comparativi lo stato patrimoniale consolidato al 31/12/2019 e il conto economico consolidato al 30/06/2019. Con riferimento al bilancio consolidato, improntato all'uniformità dei criteri di valutazione e al metodo di consolidamento integrale, si precisa il perimetro di consolidamento come da schema seguente (dati al 30/06/2020):

Denominazione	Sede	Capitale sociale al 30/06/2020	%
MAILUP S.p.A.	Milano	Euro 374.276,15	capogruppo
MAILUP INC.	Stati Uniti	Euro 41.183*	100%
MAILUP NORDICS A.S.	Danimarca	Euro 67.001*	100%
GLOBASE INTERNATIONAL A.P.S.	Danimarca	Euro 16.750*	100% controllata da MailUp Nordics
AGILE TELECOM S.P.A.	Carpi (MO)	Euro 500.000	100%
ACUMBAMAIL S.L.	Spagna	Euro 4.500	100%
DATATRICS B.V.	Olanda	Euro 999	100%
DATATRICS S.R.L.	Milano	Euro 10.000	100%

(\* applicato il cambio storico alla data di primo consolidamento)

## Quadro economico del primo semestre 2020

L'esercizio 2020 ha visto un inizio positivo grazie alla riduzione dei rischi e delle incertezze, in particolare, relative a (i) commercio internazionale, (ii) guerra commerciale USA/Cina e (iii) uscita della GB dall'UE (Brexit).

Tuttavia, nella seconda metà di gennaio è emerso un nuovo rischio per la crescita economica e le performance dei mercati: la diffusione di un nuovo virus (CoVid 2019) in Cina, che si è rapidamente trasformato in una pandemia, colpendo dapprima l'Italia del Nord, successivamente tutta Italia; al momento della redazione del presente documento è diffuso in tutto il mondo, con misure restrittive sulla circolazione delle persone e sullo svolgimento delle attività economiche di diversa gravità poste in essere dai diversi Governi per contenere le possibilità di contagio. Tale emergenza sanitaria, unitamente alla crisi dei mercati finanziari acuitasi a partire dalla seconda settimana del mese di marzo 2020, minaccia di avere ripercussioni di medio termine a livello globale non ancora pienamente apprezzabili: trasporti, servizi, consumi i settori più colpiti.

L'Istat ha rivisto al ribasso le stime sul PIL nel secondo trimestre del 2020, coincidente con il quasi totale arresto delle attività economiche a ragione del contenimento dell'emergenza sanitaria: il calo è stato del -12,8% rispetto al primo trimestre dell'anno e del -17,7% rispetto al 2019. Il dato è il peggiore dal 1995 e segna il quarto trimestre consecutivo di crescita nulla o negativa.

Il citato calo del PIL è legato in particolar modo alla caduta della domanda interna, in termini di consumi privati (famiglie e istituzioni sociali private), investimenti, spesa delle amministrazioni pubbliche e variazione delle scorte. Anche la domanda estera ha fornito un contributo negativo, legato ad una riduzione delle esportazioni maggiore rispetto alle importazioni.

Il valore aggiunto in tutti i principali comparti produttivi, agricoltura, industria e servizi, registra andamenti congiunturali negativi.



L'inflazione in agosto ha registrato un aumento dello 0,3% su base mensile e una diminuzione dello 0,5% su base annua, per un trend negativo per il quarto mese consecutivo.

Sotto il profilo internazionale, l'OCSE ha generalmente tagliato le stime di espansione generale per tutto il 2020, a causa in particolare dell'impatto negativo della crisi sanitaria su fiducia, mercati finanziari, turismo e supply chain globali.

L'area dei Paesi aderenti ha registrato il più grave calo del PIL dal 2009, pari al -9,8% nel secondo trimestre 2020, con l'economia del Regno Unito tra le più pesantemente impattate, seguita da Francia, Italia e Stati Uniti. La stima prospettica preliminare del tasso di disoccupazione nell'area OCSE per tutto il 2020 è pari al 9,4% medio, in crescita del 4% rispetto al 2019, con punte del 12,4% in Italia.

## Il Gruppo

Il Gruppo MailUp (di seguito anche "MailUp Group" e "Gruppo") è un operatore verticalmente integrato attivo nelle Cloud Marketing Technologies (MarTech), settore in forte espansione ed evoluzione, e offre una vasta gamma di soluzioni ai propri clienti, con particolare focalizzazione sul messaging e sulla data-driven e multi-channel marketing automation. Il core business del Gruppo è rappresentato da sviluppo e vendita di (i) tecnologie finalizzate all'invio massivo di email e mobile messaging, in particolare tramite il canale SMS, per finalità di marketing e transazionali, (ii) sofisticati strumenti di editing di email e landing page, (iii) innovative soluzioni basate su intelligenza artificiale nel campo delle marketing technologies (Predictive Marketing), oltre a (iv) servizi professionali di consulenza in questi ambiti. La capogruppo MailUp S.p.A. (di seguito "MailUp") ha sviluppato una piattaforma Software-as-a-Service ("SaaS") multicanale (email, newsletter, SMS e messaging apps) di cloud computing per la gestione professionale di campagne marketing digitali, utilizzata da circa 10.000 clienti diretti a cui si aggiungono circa 13.000 clienti delle altre 4 business unit e oltre 280.000 clienti delle edizioni gratuite di vari servizi, in particolare offerti da BEEfree.io. A livello consolidato il Gruppo opera quindi con oltre 23.000 clienti distribuiti in circa 130 Paesi ed è presente con le proprie sedi in tre continenti con un organico di oltre 250 collaboratori. Dopo l'ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul mercato AIM Italia gestito da Borsa Italiana nel 2014, MailUp Group ha affiancato alla crescita organica un percorso di sviluppo per linee esterne, acquisendo realtà affermate ed emergenti, appartenenti allo stesso segmento di mercato o a business complementari: Acumbamail (mercato spagnolo e LatAm), Globase (mercato Nordics), Agile Telecom (mercato SMS wholesale), Datatrics (intelligenza artificiale).

**Acumbamail S.L.** è un provider spagnolo di email marketing che fornisce anche pacchetti SMS e servizi transazionali con un modello di business freemium, particolarmente attrattivo per piccole e microaziende. La piattaforma Acumbamail permette la creazione, l'invio e la gestione di campagne marketing anche multicanale, consentendo di tracciare le relative performance in tempo reale. Più di 3.100 clienti paganti si avvalgono dei servizi della controllata iberica. Comprendendo anche i piani gratuiti, gli utenti si attestano intorno agli 80.000.

**Agile Telecom S.p.A.** con sede a Carpi (MO), è un operatore autorizzato dal Ministero dello Sviluppo Economico e delle Comunicazioni per l'offerta al pubblico di servizi di comunicazione (OLO - Other Licensed Operator) ed è inoltre iscritto al Registro degli Operatori di Comunicazione (ROC) dell'Autorità per le Garanzie nelle Telecomunicazioni (AGCOM). Agile Telecom è leader nel mercato italiano degli SMS wholesale con oltre 1,8 miliardi di messaggi spediti all'anno e gestisce l'invio di messaggi A2P di tipo promozionale e transazionale (One-Time Password, notifiche e alert) per conto di circa 3.000 clienti. È inoltre il fornitore pressoché esclusivo della capogruppo per i servizi di invio SMS erogati dalle piattaforme MailUp e Acumbamail, consentendo così di sfruttare le sinergie economiche e tecnologiche sopra evidenziate.

**Datatrics B.V.** ultima acquisizione in termini temporali, la società olandese, fondata nel 2012, è titolare di una piattaforma proprietaria di marketing predittivo all'avanguardia utilizzata da circa 300 clienti, che permette di costruire esperienze basate su dati gestiti tramite intelligenza artificiale, con il risultato di una migliore customer experience ed un conseguente aumento della conversione e fedeltà dei clienti, attraverso una piattaforma di data management sviluppata con un algoritmo di autoapprendimento. L'uso dell'intelligenza artificiale consente la combinazione di dati da molteplici fonti, sia interne del cliente (CRM, email, social network, e-commerce, web analytics e altre) sia esterne (dati demografici, meteo, traffico e altre) utilizzando un approccio di c.d. "actionable customer data platform" aperta.

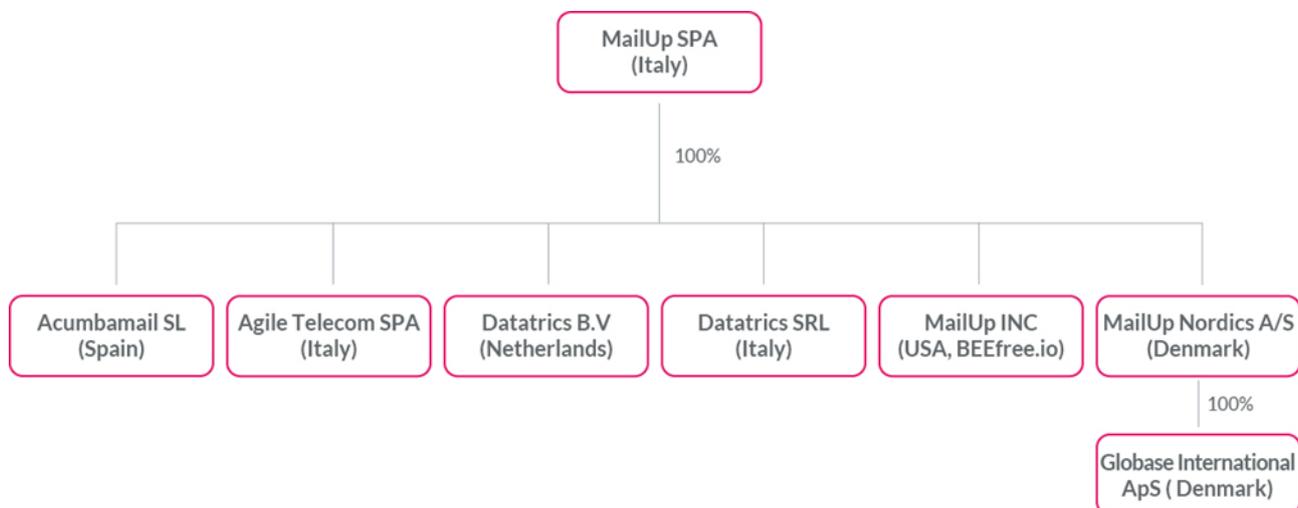
**Datatrics S.r.l.** è stata costituita dalla capogruppo il 18/12/2018 per promuovere lo sviluppo commerciale della piattaforma Datatrics in Italia, e la sua operatività è iniziata a gennaio 2019. Il team è ora costituito da 8 dipendenti e ha attivato oltre 70 clienti, tra cui Brosway, Iperbimbo, Calcioshop, Trendevice, Desivero, Propac e Comunelloshop. L'attività commerciale si svolge sia con cross-selling sulla base clienti MailUp, sia attraverso la realizzazione di una rete di partner, sia tramite vendita diretta.

**MailUp Inc. (BEEfree.io)**, organizzata secondo il modello della dual company, con team di business localizzato negli Stati Uniti e con headquarter a San Francisco, nel cuore della Silicon Valley, e team tecnologico in Italia, è focalizzata sullo sviluppo e commercializzazione dell'innovativo editor per messaggi email BEE (Best Email Editor). Grazie alla rapida crescita ed al favore incontrato presso gli operatori professionali del digital marketing sin dal lancio, BEE si sta affermando come soluzione leader con oltre 7.000 clienti, sia nella versione *Plugin*, adottata da oltre 600 applicazioni SaaS, da startup ad aziende da miliardi di dollari di fatturato, moltissime delle quali nella Silicon Valley, sia nella versione *Pro*, apprezzata da email designer, grandi aziende (come Netflix) e agenzie di digital marketing in più di 115 paesi. La business unit sta investendo sia in miglioramenti incrementali degli attuali servizi, sia nello sviluppo di servizi nuovi che andranno ad affiancare ed integrare gli esistenti, innalzando così il ricavo medio per cliente.



**MailUp Nordics A/S** è la sub-holding che controlla il 100% di **Globase International A.p.S.**, società danese specializzata in servizi avanzati di digital marketing automation per clienti collocati nel mercato dei Nordics. A partire dal 2019, Globase non viene più rappresentata separatamente come una business unit, in quanto svolge unicamente attività di filiale commerciale per la rivendita della piattaforma MailUp. Da Marzo 2020, inoltre, parte del team di Globase collabora con l'americana BEEfree.io nelle attività di accounting sui clienti BEEPro di fascia alta sull'area europea.

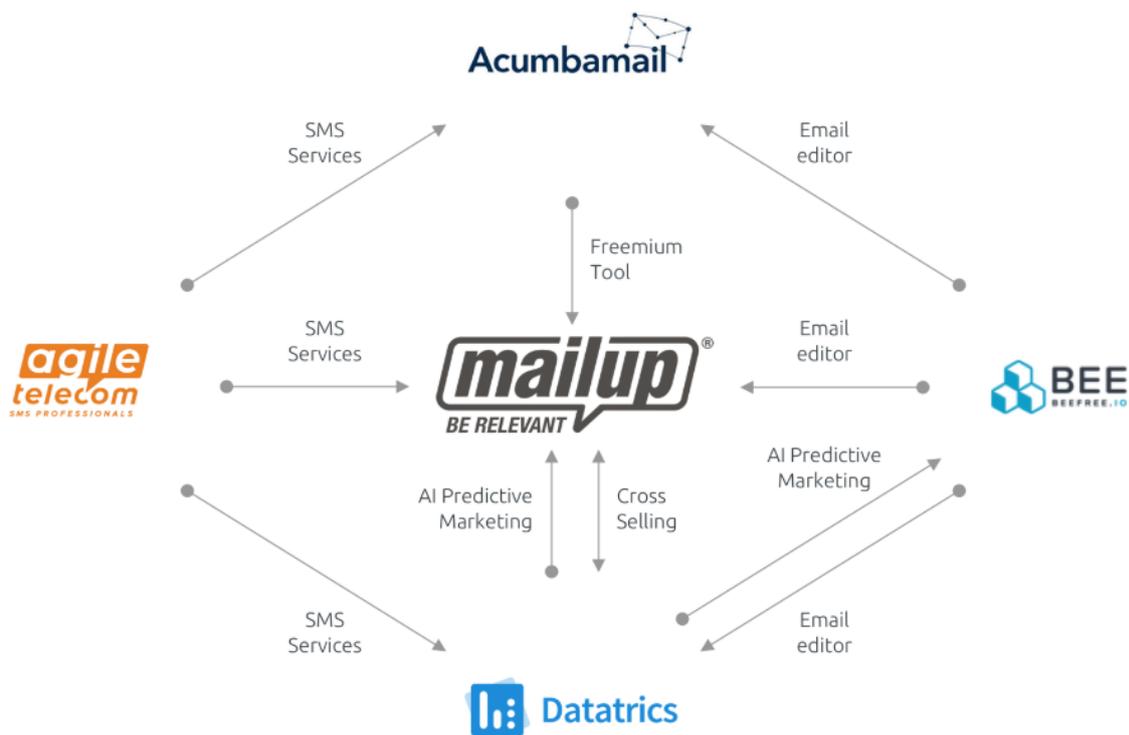
Di seguito presentiamo il partecipogramma di Gruppo aggiornato al 30/06/2020



Tutte le entità riportate nel partecipogramma risultano controllate al 100% da MailUp S.p.A.

Il percorso di crescita per linee esterne tramite acquisizioni intrapreso dal Gruppo MailUp ha permesso, e permetterà sempre di più in futuro, di sviluppare significative strategie di prodotto in ambito tecnologico e di crescita commerciale, sintetizzate nella rappresentazione grafica che segue:





### Principali eventi avvenuti nel primo semestre 2020

Nel corso del primo semestre 2020 l'attività del Gruppo MailUp è stata caratterizzata dagli eventi di seguito indicati:

#### Informativa speciale riguardante l'emergenza Covid-19

Nel mese di marzo 2020, due importanti fenomeni sistemici hanno colpito le società e le economie a livello mondiale: l'emergenza sanitaria legata alla diffusione del virus Covid-19 ed il correlato crollo ed aumento della volatilità dei mercati finanziari. Gli amministratori e il top management di MailUp Group sono costantemente al lavoro per garantire una pronta risposta allo scenario in costante mutamento, avendo come priorità assoluta la salute e sicurezza dei collaboratori, delle loro famiglie e dell'intera comunità.

A partire dal 23/02/2020 tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo lavorano da remoto. Le procedure in vigore e le infrastrutture in uso nel Gruppo, nonché la natura del business, sono pienamente predisposte al lavoro agile ed alla collaborazione in remoto. Attualmente non si evidenzia alcun impatto sostanziale sull'operatività, sulla produttività o sulla disponibilità del personale. Ai sensi della normativa emanata dal Governo italiano durante il periodo di lockdown, che prevedeva la chiusura di tutte le attività economiche "non essenziali" ai fini del contenimento del contagio, il Gruppo MailUp è risultato incluso nella lista di società cui è stato permesso essere pienamente operative. Al momento non si prevedono impatti sul livello di occupazione.

Per quanto riguarda la base clienti del Gruppo, determinati settori quali viaggi, ospitalità e retail sono stati colpiti negativamente con diversa intensità dalla situazione di emergenza, laddove aziende con canali e-commerce o che non siano state direttamente colpite dalla chiusura delle attività, come online entertainment, gaming o servizi online si sono mostrate più resilienti. Questi clienti, unitamente alle istituzioni pubbliche, potrebbero aumentare la propria domanda di invio massivo di email, mentre l'incremento delle attività e transazioni svolte online potrebbe potenziare la domanda di sms transazionali. Si ritiene che il settore digitale possa giocare un ruolo significativo sia nella crisi sia nella ripartenza alla fine dell'emergenza. Sebbene il processo di vendita del Gruppo sia completamente digitale, si sono verificate riduzioni negli investimenti dei clienti e un rallentamento del ciclo di vendita in particolare sui progetti di dimensione più importanti. Le strutture commerciali del Gruppo mantengono un costante contatto con i nostri clienti e stiamo lavorando ad una serie di misure per fornire loro un adeguato supporto, in termini di risorse, tool gratuiti, dilazioni dei termini di pagamento, sconti e templates per il marketing via email.

Per quanto riguarda i dati e le prospettive del Gruppo MailUp, è attualmente difficoltoso quantificare il potenziale impatto di questa crisi, nonché della volatilità e dell'incertezza che ne sono conseguite a livello macroeconomico. Al momento non si prevedono cambiamenti significativi nei piani, ed il Gruppo risulta preparato a gestire il potenziale impatto di trend economici negativi derivanti dalla situazione attuale. Il Consiglio di Amministrazione lavora costantemente con i Director delle business unit e con il top management per evidenziare la migliore stima quantitativa dell'effetto di un rallentamento dell'economia e per individuare tutte le



opportune misure, risparmi di costi, aiuti e programmi governativi e sovranazionali, che possano rafforzare il profilo patrimoniale e finanziario del Gruppo, e di conseguenza la sua capacità di reagire tempestivamente e adeguatamente ai cambiamenti esogeni e di uscire parimenti solidi dalla crisi.

Il 20/02/2020 MailUp ha annunciato che, in seguito alla notifica di alcune vendite effettuate sul mercato da alcuni dei propri azionisti rilevanti per complessivi 120.000 titoli, volte a favorire un incremento del flottante e di conseguenza maggiori opportunità di scambio del titolo, il flottante stimato ha superato il 36%.

Il 23/02/2020 MailUp ha annunciato, a causa degli sviluppi relativi alla diffusione dei contagi da Covid-19 in Lombardia ed in ottemperanza alle indicazioni di Governo e Regione, pur non avendo ad oggi riscontri in merito a casi tra i propri dipendenti e collaboratori, l'adozione dell'obbligo di remote working ed il divieto di trasferte che comportino l'uso di mezzi di trasporto collettivo, per il personale delle sedi di Milano e Cremona; tali provvedimenti sono stati successivamente estesi anche alla sede di Carpi ed alle sedi estere del Gruppo e sono tuttora in corso.

Il 27/03/2020 la controllata BEE ha lanciato Page Builder, un nuovo prodotto della famiglia BEEPlugin per la creazione di pagine web con cui le applicazioni SaaS possono offrire ai propri clienti uno strumento semplice per creare landing page graficamente d'impatto e mobile responsive. Page Builder sfrutta le medesime funzionalità già a disposizione per la creazione di email, arricchendole di potenzialità aggiuntive come l'inserimento di form, video e script, ad esempio per l'inclusione in pagina di survey create con Survey Monkey o Typeform. La combinazione di Email Builder e Page Builder consente alle applicazioni SaaS di garantire un'esperienza utente unica e uniforme nella creazione di email e pagine web. Per ogni nuova attivazione del Page Builder prima del 30/04/2020, BEE ha offerto tre mesi di utilizzo gratuito, come contributo nell'affrontare l'emergenza Covid-19. Successivamente, è disponibile un pricing agevolato per l'attivazione in bundle di Email Builder e Page Builder.

Il 21/05/2020 MailUp ha comunicato il primo Bilancio di Sostenibilità, documento realizzato su base volontaria dalla capogruppo per comunicare in maniera trasparente e coerente a tutti gli Stakeholder i valori, le strategie e le performance direttamente collegate ai relativi impatti economici, sociali e ambientali, riassunti nell'acronimo ESG (environmental, social and governance). Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta il primo, importante step verso una crescente trasparenza e un allineamento sempre maggiore degli interessi tra i vari Stakeholder, che risultano driver per una crescita di valore sostenibile nel lungo periodo. La rendicontazione, preceduta dalla cosiddetta "Analisi di materialità", che ha coinvolto direttamente i referenti delle principali funzioni aziendali, ha riguardato il periodo 01/01/2019 - 31/12/2019 ed è stata realizzata in conformità alle Linee Guida del GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards).

Nella seduta di contrattazione del 18/06/2020, il prezzo del titolo MailUp (MAIL) ha raggiunto il massimo del periodo ed il massimo storico a tale data, con chiusura a Euro 5,50 per azione. A tale valore, la capitalizzazione della società corrisponde a circa Euro 82,3 mln.

Successivamente alla chiusura del semestre, il titolo MailUp (MAIL) ha registrato nuovamente il massimo storico per azione di Euro 5,68 segnato in chiusura delle sedute del 07/09/2020 e 08/09/2020. A tale valore, la capitalizzazione della società corrisponde a circa Euro 85 mln.

A fronte degli ambiziosi obiettivi di crescita delineati, la Business Unit (BU) MailUp, responsabile dello sviluppo e commercializzazione della piattaforma MailUp, dovrà necessariamente focalizzarsi su:

- aumento del valore della Customer Base: impostare un nuovo approccio di vendita, sviluppare una strategia customer centrica, lavorare alla riduzione del Churn;
- internazionalizzazione: continuare in maniera programmata l'espansione nel mercato latino-americano;
- integrazione e sinergia: ampliare proposta e perimetro commerciale attraverso un progetto di integrazione tra MailUp & Datatrics (MailUp+CDP);
- evoluzione Tecnologica: migrare l'infrastruttura di MailUp su servizi Cloud.

In questo contesto persone, ruoli e competenze, rappresentano gli asset imprescindibili per il raggiungimento degli obiettivi 2020 e su questi si è focalizzato il progetto **MailUp Evolution**.

Il nuovo assetto organizzativo si pone i seguenti obiettivi:

- implementare nuove strutture strategiche e nuovi ruoli (Sales Director, Customer Value Manager, Head of Product & Technology);
- efficientare tutte le aree relative al ciclo di vita del cliente, unificando CRM, Customer Support e Customer Care in un'unica struttura di Customer Value Management (CVM);
- definire nuovi processi e responsabilità allineati ai nuovi obiettivi (economici e di mercato);
- analizzare e aggiornare le competenze necessarie per implementare la nuova strategia;



- introdurre nuove metodologie e competenze dal mercato esterno, che consentano a tutti una nuova opportunità di sviluppo e crescita.

A completamento dell'inserimento dei nuovi Key Roles sopra menzionati, a partire da maggio 2020, la BU MailUp ha avviato il percorso di deployment della nuova struttura organizzativa, che dovrebbe essere pienamente adottata a partire dall'inizio del prossimo anno.

In questo contesto la funzione HR di Gruppo è stata chiamata ad indirizzare e sostenere questo percorso di adozione. Per facilitare la transizione alla nuova Struttura si rendono necessarie alcune attività finalizzate a:

- declinare le scelte di macrostruttura in un vero e proprio «modello di funzionamento»;
- massimizzare la chiarezza organizzativa, identificando i confini organizzativi tra le diverse unità delle BU e le modalità di interfaccia tra di esse e verso le strutture di Gruppo;
- dare la maggior «concretezza» possibile al disegno organizzativo, collegando le responsabilità ai processi operativi.

### Andamento del titolo MAIL nel corso del primo semestre 2020 e attività di Investor Relations

Si riportano di seguito alcuni dati relativi ai prezzi e ai volumi del titolo MailUp (MAIL) nel corso del primo semestre 2020.

Prezzo di collocamento	Euro 1,92*	29/07/2014
Prezzo massimo primo semestre 2020	Euro 5,50	18/06/2020
Prezzo minimo primo semestre 2020	Euro 3,79	12/03/2020
Prezzo a fine periodo	Euro 5,24	30/06/2020

\* prezzo riparametrato a seguito dell'aumento di capitale gratuito del 11 aprile 2016.

Dopo un ottimo inizio del 2020, la quotazione del titolo MailUp ha registrato un calo sotto i 4 Euro durante il mese di marzo, a causa della crisi generalizzata dei mercati finanziari legata all'emergenza Covid-19. Dal mese di aprile si è verificata una graduale ma costante crescita. A partire dal 08/06/2020 il titolo quota stabilmente sopra Euro 5.

Di seguito si riporta l'evoluzione mensile dei prezzi medi ponderati e dei volumi medi giornalieri:

Mese	Prezzo medio ponderato €	Volume medio giornaliero #
Gennaio 2020	4,65	13.827,41
Febbraio 2020	4,67	28.217,50
Marzo 2020	4,10	19.057,23
Aprile 2020	4,36	4.611,55
Maggio 2020	4,58	6.765,71
Giugno 2020	5,21	25.910,18

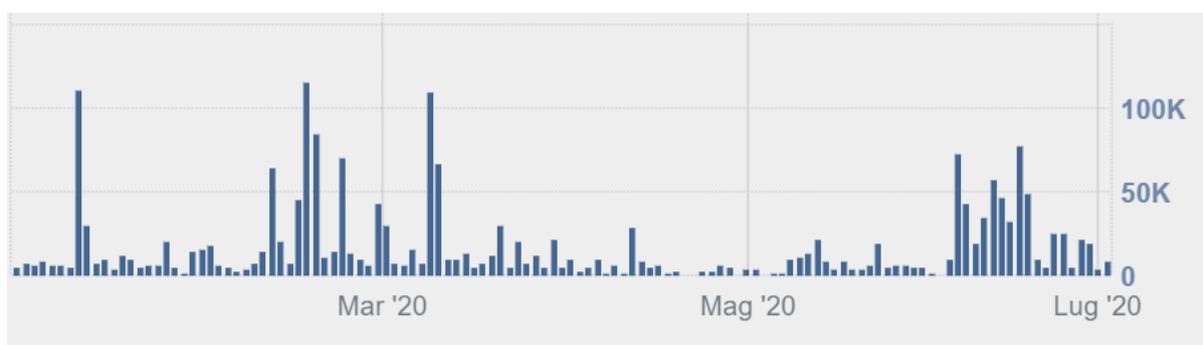
Nel corso del primo semestre 2020 MAIL ha messo a segno una serie di nuovi massimi dell'anno e storici, con un trend positivo proseguito successivamente alla chiusura del periodo. La costante crescita del prezzo ha subito una battuta di arresto in corrispondenza della crisi dei mercati globali seguita alla diffusione della pandemia da Covid-19 nella seconda metà di febbraio 2020.

Il prezzo massimo registrato il 18/06/2020 a Euro 5,50 per azione, pari al massimo dell'anno e al massimo storico a tale data, è superiore del 16% rispetto alla prima quotazione dell'anno (Euro 4,74 al 02/01/2020).





MAIL.MI - andamento del prezzo gennaio-giugno 2020 - Fonte [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)



MAIL.MI - andamento dei volumi gennaio-giugno 2020- Fonte [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)

Nel corso del semestre chiuso al 30/06/2020, in venti sedute di negoziazione i volumi trattati hanno superato i 50.000 pezzi, con un massimo registrato il 18/02/2020 (115.847 pezzi). In generale, i volumi giornalieri scambiati nel periodo sono stati in media superiori a 16 mila pezzi, inferiori ai circa 26 mila pezzi medi giornalieri scambiati nell'intero 2019, ma indicativi di un'alta fidelizzazione della base azionaria nei momenti di crisi e di conseguente panic selling che ha interessato i mercati finanziari globali.

Per quanto riguarda le attività di Investor Relations, ovvero quelle attività di comunicazione e informazione finanziaria tra l'azienda e gli investitori, MailUp vi ripone grande cura.

La figura dell'Investor Relator incaricata risponde quindi a un'esigenza di comunicazione della Società con l'esterno e, attraverso lo svolgimento delle sue attività, anche in coordinamento con altre funzioni aziendali e di gruppo, ha l'obiettivo di valorizzare la percezione da parte degli operatori finanziari, in particolare investitori professionali, istituzionali italiani ed esteri e qualificati, rispetto alle attività di business, alle strategie e alle prospettive future di MailUp e del Gruppo.

L'attività di Investor Relations poggia sull'ecosistema della reportistica di MailUp Group, che include diverse risorse e team di lavoro che collaborano a stretto contatto per garantire una informativa accurata e tempestiva. L'output di tale sistema sono il bilancio di esercizio annuale, individuale e consolidato, sottoposto a revisione contabile completa da parte della società di revisione indipendente; la relazione semestrale, individuale e consolidata, sottoposta a revisione contabile limitata da parte della società di revisione indipendente; la comunicazione dei dati di vendita trimestrali consolidati, non sottoposti a revisione contabile; le relazioni trimestrali, non sottoposte a revisione contabile; a partire da maggio 2020, il bilancio di sostenibilità.

Si segnalano inoltre le comunicazioni price sensitive, obbligatorie, nonché tutte le comunicazioni volte a fornire tempestivamente agli azionisti ed al mercato qualsiasi notizia rilevante riguardante il gruppo, diffuse mediante comunicati stampa.

Nel corso del primo semestre 2020 sono stati complessivamente diffusi 29 comunicati stampa di tipo finanziario.

Tutta la documentazione contabile, finanziaria ed i comunicati prodotti dal Gruppo sono redatti e pubblicati sia in italiano sia in inglese e resi disponibili sul sito internet [www.mailupgroup.com](http://www.mailupgroup.com), anch'esso totalmente disponibile in versione bilingue su base volontaria.

Periodicamente l'Amministratore Delegato e l'Investor Relator partecipano a presentazioni ed incontri sia individuali sia di gruppo con l'obiettivo di presentare il Gruppo e le relative performance. Le presentazioni aggiornate sono pubblicate sul sito. A titolo



esemplificativo, nel corso del 2020 il Gruppo ha partecipato a oltre 16 incontri plenari (conferenze) e individuali (investor day) svolti per lo più in modalità virtuale, incontrando 96 investitori attuali e potenziali.

Mensilmente gli investitori che lo richiedono ricevono una newsletter che raggruppa le principali notizie finanziarie.

Il Gruppo è inoltre assistito da tre corporate broker, che producono ricerche indipendenti e che coadiuvano la società nell'attività di sales e marketing finanziario, contribuendo alla diffusione della equity story e alla generazione di contatti con investitori attuali e potenziali. Le equity research, tutte redatte in inglese, sono disponibili sul sito alla sezione [www.mailupgroup.com/en/analyst-coverage/](http://www.mailupgroup.com/en/analyst-coverage/).

Nel corso del primo semestre 2020 sono state pubblicate 11 equity research.

Il 30/06/2020, la Società ha annunciato il lancio della prima Investor Survey, nell'ambito del proprio programma di attività mirate a migliorare l'engagement e la relazione con i propri investitori. Il questionario, rivolto a tutti gli investitori e anonimo, ha l'obiettivo di rilevare la percezione degli investitori rispetto ad una serie di temi chiave, riguardanti tra l'altro le aree della comunicazione, del business e del mercato di quotazione. La survey si è chiusa il 05/09/2020.

## Sviluppo della domanda e andamento dei mercati in cui opera la società

### Il mercato delle Marketing Technology (MarTech)

Il MarTech è un ecosistema di soluzioni su cloud e di applicazioni tecnologiche che hanno l'obiettivo di supportare le aziende nello sviluppo delle proprie strategie di marketing digitale. Questo ecosistema, a cui è riconducibile l'attività di MailUp Group, sta crescendo molto rapidamente ed è popolato sia da player medio-piccoli, focalizzati su specifiche nicchie o segmenti, sia da grandi imprese che coprono un'ampia gamma di necessità della clientela.

### Panoramica sul MarTech: ampio, complesso, frammentato e segmentato

Nell'ultimo decennio, tecnologia e marketing tradizionale off-line hanno trovato un fertile terreno comune di sviluppo e contaminazione che ha portato alla proliferazione di strategie, soluzioni e strumenti su cloud che costituiscono l'ecosistema MarTech. Negli ultimi anni la crescita dell'ecosistema è stata esponenziale, ad un ritmo di circa 30x, passando da circa 150 soluzioni applicative del 2011 alle 8.000 del 2020 (fonte: chiefmartech.com). La spesa mondiale in marketing technology è stimata raggiungere i \$121,5 miliardi nel 2019, con una crescita del 22%. (Fonte: BDO, WARC e University of Bristol).

Nel contesto estremamente complesso e frammentato del mercato MarTech è possibile individuare 6 sub-segmenti principali:

- Advertising & Promotion (mobile marketing, social e video advertising, PR);
- Content & Experience (mobile apps, email e content marketing, personalization, SEO, marketing automation e lead management, CMS);
- Social & Relationship (events, meeting & webinar, social media marketing, influencer, CRM);
- Commerce & Sales (retail & proximity marketing, sales automation, ecommerce platforms and marketing);
- Data (data marketing, mobile & web analytics, Customer Data Platform, predictive analytics, business e customer intelligence);
- Management (talent management, product management, budgeting & finance, agile e lean management, vendor analysis);

Nell'ambito MarTech, email e sms rappresentano tuttora i tool più usati e a maggiore crescita tra le soluzioni disponibili, soprattutto per l'efficacia derivante dal loro impiego combinato nelle strategie di marketing.

La multicanalità sta diventando la regola per i professionisti del marketing digitale che sono sempre più alla ricerca di strategie in grado di combinare differenti canali di comunicazione, che permettano la massima personalizzazione dell'esperienza in base alle esigenze dell'utilizzatore.

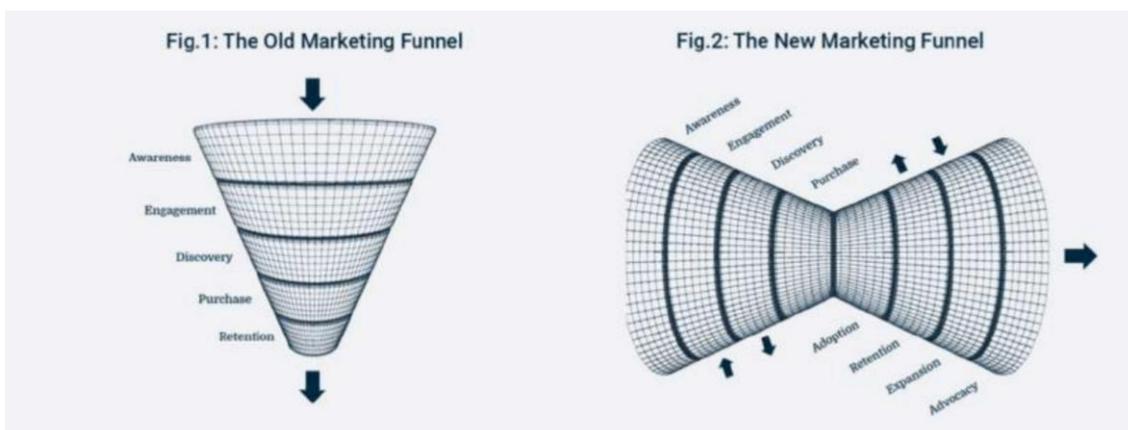
I principali trend tecnologici che stanno attualmente interessando il MarTech sono rivolti allo sfruttamento delle potenzialità derivanti dalla raccolta ed elaborazione dei Big Data attraverso l'Intelligenza Artificiale ("AI"), mentre, dal lato della struttura del mercato, sono attesi fenomeni di concentrazione su larga scala derivanti da un'intensa attività di Merger & Acquisition.

Nel corso delle loro esperienze di acquisto i clienti generano un ingente ammontare di dati ed informazioni che rappresentano un patrimonio di grande valore che, se opportunamente sfruttato, può portare a campagne molto più mirate ed efficaci, ed in ultima analisi ad un effetto incrementativo delle vendite. Per poter gestire quantità considerevoli di dati, è sempre più strategico affidarsi all'automazione dei flussi e, in prospettiva, a strumenti basati sull'AI. Il ricorso all'AI aumenterà sensibilmente l'efficacia del processo decisionale e dei processi di machine learning, permettendo di estrarre indicatori sempre più significativi, ottimizzando la personalizzazione delle campagne di marketing e fornendo soluzioni di personalizzazione scalabili.

Grazie alle crescenti possibilità di monitorare i modelli comportamentali dei clienti online, il focus non è più solo quello di convertire un cliente da potenziale ad effettivo, come nel marketing tradizionale; bensì quello di massimizzare il valore dei clienti oltre la fase di vendita e di customer retention. Tramite customer expansion e advocacy, l'obiettivo è di avvicinare sempre di più il cliente



all'azienda e grazie ad AI e machine learning fornire un'esperienza "one-to-one" al cliente, che riceve contenuti personalizzati anche nel timing di invio.



Fonte: Market Campaign, 2018 Email Marketing, Value Track Analysis

### Segmento di riferimento del Gruppo MailUp: Email Marketing, Mobile Marketing, Marketing Automation

I segmenti più appropriati in cui collocare il Gruppo MailUp all'interno dell'ecosistema MarTech sono i seguenti:

**1. Segmento Email Marketing:** le email rappresentano uno degli strumenti più diffusi per veicolare le campagne marketing digitali e per incrementare l'acquisizione di clienti. Nonostante la concorrenza proveniente da altri strumenti di comunicazione (piattaforme di instant messaging, chat, social network) si prevede il proseguimento della crescita nell'utilizzo e nel numero di utilizzatori della posta elettronica, così come del fatturato derivante direttamente dall'email marketing. Per sfruttare altre forme di comunicazione digitale è comunque sempre necessario disporre di un indirizzo mail, così come per qualsiasi transazione e-commerce e registrazione a portali e applicativi on-line. Secondo le previsioni di Radicati Group, un ente di ricerca americano specializzato nel settore, viene stimata una forte crescita a livello mondiale per il mercato email sia in termini di fatturato che di utilizzatori. In particolare, a fronte di 3,8 miliardi di utilizzatori a fine 2018 si prevede una crescita ad un CAGR del 3% nel periodo 2017 – 2022. Il fatturato dell'email marketing, pari a circa 23,8 miliardi di Dollari a fine 2017, dovrebbe raddoppiare nell'arco dei prossimi 5 anni. Il numero di email spedite e ricevute giornalmente è previsto in crescita del 4% annuo fino al 2022 rispetto agli attuali 281 miliardi. In termini di operatori presenti in questo segmento, sono disponibili circa 300 soluzioni differenti che spaziano dalle più standardizzate ed economiche agli strumenti fortemente personalizzati e dal costo di sottoscrizione elevato.

**2. Segmento Mobile Marketing / Messaging:** comprende le campagne SMS che, nonostante il proliferare quasi giornaliero di nuove tecnologie nel mondo degli smartphone, rimangono una delle modalità preferite nell'ambito delle attività di acquisizione ed engagement della clientela. Oltre alle attività di marketing in senso stretto, gli SMS sono diffusamente utilizzati nelle comunicazioni transazionali, determinando una fonte alternativa di fatturato per i provider di questo specifico servizio. Gli SMS transazionali sono quelli inviati, ad esempio, dopo il completamento di un acquisto on-line o per le autenticazioni a 2 fattori, il cui utilizzo è raccomandato ai sensi delle più recenti linee guida in tema di protezione dei dati personali. Il mercato degli SMS è tuttora il canale che sta registrando la crescita più rapida e intensa, con circa 4,9 miliardi di utilizzatori alla fine del 2017 (circa il 66% della popolazione mondiale e in crescita del 5% rispetto al 2016) e registra uno dei più alti tassi di risposta (l'8% degli utilizzatori mobile che hanno ricevuto un SMS si recano mediamente nel punto vendita per effettuare un acquisto) tra i destinatari delle campagne marketing. Questo segmento è altamente frammentato e tra i competitor possono essere annoverate anche le compagnie di telecomunicazioni. Attualmente sono disponibili nel mondo circa 500 soluzioni.

**3. Segmento Marketing Automation:** ci si riferisce ad esso nel caso di soluzioni software complesse che permettono il cosiddetto "workflow management" di sofisticate campagne marketing. Il workflow è definito da una sequenza di azioni che vengono attivate al verificarsi di un determinato evento. I workflow basilari includono, ad esempio, le mail di benvenuto che vengono inviate nel momento in cui un modulo di registrazione on-line viene compilato. In aggiunta, possono essere inviati SMS per raggiungere il device mobile del potenziale cliente.

Un beneficio immediato della Marketing Automation è dato dal risparmio di tempo per gli utilizzatori nella pianificazione delle strategie di acquisizione dei clienti, con il conseguente miglioramento nell'efficienza in termini economici. Il settore della Marketing Automation è uno dei più popolari con oltre 160 soluzioni attualmente proposte.

Secondo Grand View Research Inc, nei prossimi anni la domanda di software di Marketing Automation aumenterà in maniera consistente, passando da un volume d'affari di 3,35 miliardi di Dollari nel 2016, per raggiungere i 7,63 miliardi di Dollari entro il



2025. L'incremento coinvolgerà sia i grandi che i piccoli-medi players, con quest'ultimi protagonisti di un aumento vertiginoso nel corso dei prossimi otto anni.



Fonte: Grand View Research Inc, Global marketing automation software market, by enterprise size, 2014 – 2025 (USD Million)

## Comportamento della concorrenza

### Struttura competitiva del MarTech: nicchie tecnologiche vs. grandi attori integrati

In un mercato così ampio, complesso ed interconnesso le aziende devono necessariamente specializzarsi in una nicchia o aggregarsi / includere nella propria offerta il portafoglio più ampio e variegato possibile di soluzioni alternative. Per questa ragione nell'ecosistema MarTech convivono dalle start-up e micro / piccole aziende alle grandi multinazionali del software come Adobe, IBM, Oracle, Salesforce e SAP.

Le prime sono costruite e dimensionate dai loro fondatori per operare all'interno di una specifica nicchia di mercato, mentre i grandi player sono strutturati per gestire contemporaneamente segmenti multipli e diversificati. Ciò è possibile in quanto le marketing technologies sono basate fondamentalmente su applicazioni cloud, come la stessa MailUp, a cui si può accedere in modalità stand-alone o possono essere incorporate come componente di piattaforme più complesse.

Per favorire l'accesso a questo mercato, la maggior parte dei player ha infatti destinato risorse significative allo sviluppo di integrazioni della propria piattaforma tecnologica di marketing, mediante applicazioni plug-and-play, ad esempio con i principali sistemi CRM e le più diffuse piattaforme di marketing automation. Corrispondentemente sono cresciute in modo significativo anche le piattaforme iPaaS (integration-Platform-as-a-Service), determinando un incremento del livello complessivo di integrazione fra le differenti marketing technologies.

Questo processo si è trasformato in un vantaggio per i marketer che hanno così potuto scegliere il prodotto migliore disponibile senza necessariamente essere vincolati ad un singolo fornitore.

Di seguito sono rappresentati alcuni competitor suddivisi per le diverse business unit:

	MailUp / Acumbamail	Agile Telecom	Datatrix	BEE
Italy	contactlab, MagNews	kaleyra, sms it, Commify	ADABRA, Neosperience	BEE PRO (FOR EMAIL DESIGNERS) EDMdesigner, TAXI
Europe	dotdigital, sendinblue, mapp, Splio	link mobility, SAP, sinch, tynotec, Mit6, bics	raptor., blueconic, CLERK.io, selligent, optimove, agillic, mapp	FOLEON, StampReady, Stampila, stripo, stensul, @chamalleon
Other	Latin America: icommtk, emBlue Rest of the World: ActiveCampaign, SendGrid, mailchimp, KLAVIYO, Campaign Monitor	infobip, nexmo, Wavecell, Clickatell	Bluecore, Barilliance, DYNAMIC YIELD, evergage, SharpSpring, emarsys, mparticle, Adobe, TEALIUM	BEE PLUGIN (FOR DEVELOPERS) EDMdesigner, unlayer, stripo

Tabella a puri fini illustrativi, i loghi restano di proprietà dei rispettivi titolari.



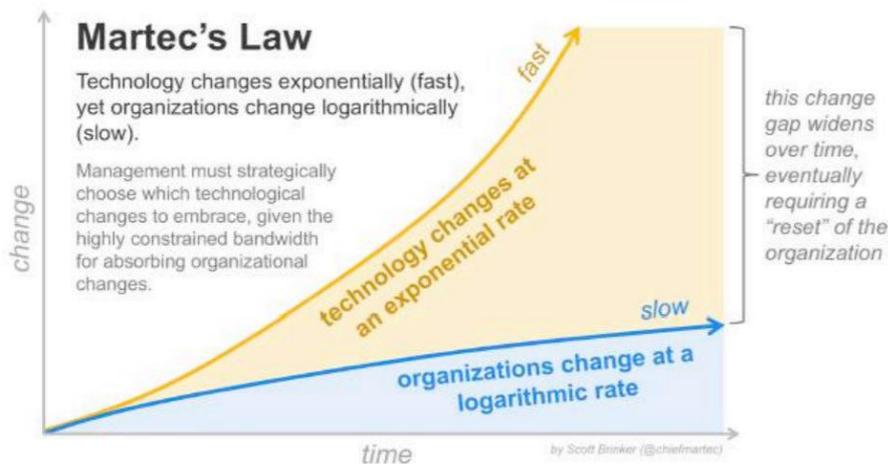
## Il consolidamento del mercato: lo scenario probabile nel futuro immediato

Essendo un mercato relativamente giovane, è naturale che il MarTech non abbia ancora raggiunto una struttura stabile e ciò è anche dimostrato dal numero molto elevato di operatori presenti. Attualmente la numerosità delle aziende entranti è ancora superiore rispetto a quelle in uscita e questo può significare crescita prospettica, ma anche sfide sempre più impegnative per gli attori già presenti.

A fronte delle numerose nuove soluzioni lanciate recentemente nell'ambito delle marketing technologies solo un numero molto ristretto di player SaaS innovativi è riuscito a sopravvivere e ci si aspetta che circa la metà di essi venga acquisito da operatori di grandi dimensioni sempre alla ricerca di opportunità di ampliamento della propria offerta tecnologica.

In virtù di questo trend, il numero delle operazioni di M&A che stanno interessando il mercato cresce in modo particolarmente sostenuto. Ci sono quindi forti aspettative che l'espansione nel numero dei partecipanti rallenti, prima o poi, a favore di uno scenario di concentrazione dei player derivante da una serie di acquisizioni e fusioni. Questo trend è già in atto ed osservabile se consideriamo il mercato del cloud nel suo complesso.

La tempistica e l'entità di questa concentrazione del mercato dipenderà dall'effetto combinato e dall'interazione di alcuni fattori contrapposti. La crescita del mercato, che dipende a sua volta da diversi sub-fattori finanziari, tecnici ed economici, e la sostenibilità del business, cioè l'elevata capacità di sopravvivenza degli operatori, legata ad esempio agli ingenti costi di passaggio ad un servizio sostitutivo percepiti dagli utenti, soprattutto in presenza di una consolidata esperienza di utilizzo, sono fattori fortemente attrattivi per i nuovi potenziali ingressi. I limiti alla crescita individuale, per i quali anche i giganti del software, per la presenza di nicchie in cui piccoli operatori possono specializzarsi, non riescono a dominare completamente l'ecosistema, e le spinte all'uscita, ad esempio i rischi connessi al clima fortemente competitivo o al manifestarsi impreveduto di nuove tecnologie in grado di rivoluzionare drasticamente l'ambiente tecnologico, rappresentano un deterrente all'ingresso o uno stimolo all'uscita per gli operatori in difficoltà. Bisogna considerare inoltre come l'impatto delle dinamiche organizzative rispetto alla velocità dell'innovazione tecnologica del mercato può condizionare le scelte strategiche dei player dell'ecosistema MarTech, come sintetizzato dal grafico che segue:



Fonte: Chiefmartec, Value Track Analysis

Il più recente sentiment di mercato fa presagire che, nei prossimi anni, il comparto MarTech sarà interessato dall'evoluzione più rapida di sempre sulla spinta della crescente richiesta di comunicazione in real-time da parte degli utilizzatori e del ricorso sempre più intensivo e capillare ai cosiddetti Big Data. A questo scopo continua la ricerca da parte dei marketer di nuovi strumenti ed applicazioni che, grazie all'intelligenza artificiale e ai processi di machine learning, siano in grado di garantire ai consumatori un'esperienza di comunicazione one-to-one, in grado di identificare quali contenuti indirizzare al singolo destinatario e quando. Il Gruppo MailUp dovrà dimostrarsi pronto a raccogliere questa sfida e a sfruttare le relative opportunità ed essere sempre reattivo ed innovativo come è stato nel recente passato.

MailUp, grazie alla propria piattaforma SaaS multicanale su cloud, è leader italiano in ambito email e SMS marketing automation e si colloca tra i primi dieci operatori del settore a livello Europeo, pur essendo arduo delineare in modo preciso, per la varietà e differente tipologia dei player coinvolti, la dimensione dei partecipanti. Nel 2019 la piattaforma MailUp ha inviato oltre 21 miliardi di email suddivise tra newsletter, DEM e messaggi transazionali. Agile Telecom ha inviato circa 1,8 miliardi di SMS.

Datatics opera invece nel mercato delle actionable Customer Data Platform, differenziandosi per la disponibilità di funzioni di marketing orchestration omnicanale e per l'utilizzo di algoritmi di machine learning (intelligenza artificiale) per semplificare e rendere più efficaci le attività di marketing automation che tradizionalmente richiedevano ai responsabili marketing la progettazione di campagne ad hoc per ogni segmento di clientela. In un mercato dai confini molto liquidi dove diverse soluzioni possono essere interconnesse tra loro, risulta difficile individuare competitor con precisione, in ogni caso la marketing automation tradizionale vede centinaia di operatori nel mondo, mentre i sistemi di customer data platform sono circa 100 al momento su scala globale. I sistemi di Personalization alcune decine, se si includono anche quelli che non utilizzano algoritmi di machine learning. Sistemi di CDP completi di orchestration omnichannel e marketing automation basati su tecnologie di intelligenza artificiale vedono poche decine di operatori nel mondo.

Il mercato di BEE (BEEfree.io) va distinto nei due prodotti ad oggi in portafoglio: BEEPro è destinato agli email designer, un settore dove sono alcune decine le alternative disponibili sul mercato, spesso piccole startup. BEEPlugin è invece leader di mercato, dove ci sono solo 3/4 alternative che però non possono garantire l'adozione e l'affidabilità che questo tipo di sistemi richiedono. BEEPlugin è infatti una tecnologia che viene incorporata all'interno di applicazioni software di terzi, arricchendone le funzionalità. Il tema quindi dell'affidabilità e sicurezza del sistema è chiave, e in questo BEEPlugin, a differenza di tutti i competitor, può contare su un numero di referenze significative sia in termini numerici (oltre 600 clienti che hanno già incorporato la soluzione all'interno dei propri software) sia in termini qualitativi, vantando clienti prestigiosi e prevalentemente situati in Silicon Valley, cioè nella patria del software su cloud.

Di seguito presentiamo una sintesi dei principali trend del settore, come individuati da Value Track con il relativo posizionamento dell'offerta del Gruppo:

#### MarTech: Main trends of 2019 and MailUp positioning

	Which are the main goals for marketers?	How can MarTech provider help marketers achieve their main goals?	MailUp Group offer
1	Increasing their return on marketing investments by improving conversion rates and reducing cost per contact	1) Offering solutions based on <b>advanced enabling technologies</b> (e.g. Editors, Customer Data Platforms – CDP, Demand Side Platforms – DSP, Advertising Retargeting Platforms) in order to deliver a <b>hyper-personalized experience</b> to customers	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓✓ CDP - Datatics</li> <li>✓✓ Email editor - BEE</li> <li>✗ DSP / AdTech – “Work in progress”</li> </ul>
		2) Integrating <b>more and more channels / media</b> i.e. email, SMS, Social Networks, Instant Messaging and developing <b>Marketing Automation features</b> in order to reach customers on every possible media used	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓✓ ESP – MailUp, Acumbamail</li> <li>✓✓ SMS - Agile Telecom</li> <li>✓✓ IM - MailUp (Instant Messaging Apps)</li> </ul>
2	Not getting crazy with all new solutions available on the market	Integrating their products / tools in a homogenous MarTech suite or <b>offering more and more professional services</b> to allow marketers build their own “stack” by cherry picking tools / solutions from different providers	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓✗ Professional consulting services – MailUp, Globase</li> </ul>
3	Being compliant with regulation	Offering solutions aimed at <b>moving from DMP</b> (Data Management Platforms) based only on 3 <sup>rd</sup> party data to <b>CDP</b> developed in line with GDPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓✓ Compliant with GDPR</li> </ul>
4	Granting to actual and prospect clients a <b>safe and secure digital experience</b>	Delivering <b>two-factor authentication (2FA) / One-time password (OTP)</b> via app, SMS or by a physical security key (token)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓✓ SMS – Agile Telecom</li> <li>✗ 3<sup>rd</sup> party apps</li> <li>✗ App - based push notification</li> </ul>

Source: Value Track Analysis

#### Clima sociale, politico e sindacale

Il clima sociale all'interno del Gruppo è positivo ed improntato alla piena collaborazione. Come già sottolineato in precedenza il Gruppo ha scelto di estendere, a partire da fine febbraio 2020, la modalità di lavoro agile, già operativa, per tutelare la salute e la sicurezza dei propri dipendenti e collaboratori. Questo provvedimento non ha causato problematiche dal punto di vista operativo e del clima sociale sopra ricordato.



## Andamento della gestione nei settori in cui opera il Gruppo

Nel primo semestre 2020 il Gruppo MailUp ha registrato risultati positivi. I ricavi complessivi consolidati sono passati da 29,3 milioni di Euro a oltre 31,7 milioni con un incremento di oltre 2,4 milioni di Euro, pari all'8,1% in termini percentuali. Passando alle principali linee di business, il comparto SMS, legato in particolare all'attività di Agile Telecom, ha fatto registrare il fatturato più alto in valore assoluto, pari a circa 21,5 milioni di Euro, sostanzialmente stabile rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, a causa del forte rallentamento del traffico legato ai clienti operanti nel retail nel secondo trimestre. Fatturato e margini di tale linea di servizi sono ripartiti, riallineandosi alle performance storiche, a partire dal mese di giugno. Il comparto email, per sua stessa natura il più stabile e consolidato all'interno del Gruppo, ha registrato un incremento superiore al 21%, attestandosi a quasi 7,7 milioni di Euro di ricavi, grazie agli ottimi contributi di (i) MailUp, che registra una eccellente tenuta di crescita (in particolare della componente ricorrente) e margini, (ii) BEE che è passato nel semestre da 1 milione a oltre 1,8 milioni di Euro di ricavi (+71,2%), nonostante il rallentamento dovuto alla penalizzazione delle vendite di maggiore dimensione conseguente alla crisi sanitaria e agli investimenti in struttura commerciale. Stabile anche se contenuto in valore assoluto il trend dei Professional Services, servizi consulenziali di customizzazione e formazione sulle piattaforme erogati su richiesta dei clienti. La linea di business dei ricavi Predictive Marketing, generati da Datatrics B.V., la controllata olandese acquisita a fine 2018, coadiuvata da Datatrics S.r.l. a livello nazionale, mostra una buona performance (+67,1% di ricavi a oltre 1,4 milioni di Euro); tuttavia gli effetti della crisi sanitaria e del conseguente lockdown in termini di contrazione degli investimenti dei clienti, nonché il peso sui margini degli investimenti in sales&marketing e delle commissioni ai partner per crescita del canale indiretto potrebbero comportare un rallentamento della crescita nei prossimi mesi. I ricavi esteri ammontano a circa € 17,7 mln, in crescita sul primo semestre del 2019 sia in valore assoluto (+32,2%) sia come incidenza complessiva (56% rispetto al precedente 46%).

L'EBITDA consolidato ha superato 2,18 milioni di Euro, in progresso del 1,6% rispetto all'EBITDA del primo semestre 2019 pari a 2,14 milioni di Euro. La variazione netta positiva, di Euro 33.690 risulta influenzata principalmente dagli investimenti in struttura commerciale, Sales e Customer Success, in particolare per le business unit BEE e Datatrics.

L'utile ante imposte è risultato di Euro 488 migliaia, in diminuzione rispetto al dato pari periodo 2019 di circa Euro 298 migliaia, con ammortamenti in crescita di oltre il 23% (+ Euro 315 migliaia). In questo caso l'applicazione dell'IFRS 16 ha determinato un effetto negativo di maggiori ammortamenti per Euro 217 migliaia e maggiori oneri finanziari per Euro 7.312.

L'utile netto del semestre chiuso al 30/06/2020, dopo la stima delle imposte correnti e differite di competenza, è pari a Euro 405 migliaia, sostanzialmente stabile rispetto al medesimo periodo dell'esercizio precedente.

La Posizione Finanziaria Netta consolidata al 30/06/2020 presenta un ammontare negativo (cassa) pari a 3,7 milioni di Euro, in aumento rispetto al saldo (sempre negativo) di 2,4 milioni di Euro al 31/12/2019; la variazione è influenzata dal flusso positivo della gestione operativa, che tuttavia viene più che compensato dalla posta di maggiore indebitamento pari a 4,2 milioni di Euro, derivante dall'adozione, a partire dal 01/01/2019, del nuovo principio contabile IFRS 16, relativo ai costi di affitto, leasing e noleggio. Al lordo dell'effetto IFRS16, la PFN consolidata è negativa (cassa) per Euro 7,9 milioni.

## Indicatori alternativi di performance

Nella presente relazione sono presentati e commentati alcuni indicatori economico-finanziari e alcuni prospetti riclassificati (relativi alla situazione economica, patrimoniale e finanziaria) non definiti dagli IFRS. Queste grandezze, di seguito definite, sono utilizzate per commentare l'andamento del business in ottemperanza a quanto previsto dalla Comunicazione Consob del 28 luglio 2006 (DEM 6064293) e successive modifiche e integrazioni (Comunicazione Consob n. 0092543 del 3 dicembre 2015 che recepisce gli orientamenti ESMA/2015/1415). Gli indicatori alternativi di performance elencati di seguito dovrebbero essere usati come un supplemento informativo rispetto a quanto previsto dagli IFRS per assistere gli utilizzatori della Relazione sulla gestione nella migliore comprensione dell'andamento economico, patrimoniale e finanziario del Gruppo. Si sottolinea che il metodo di calcolo di tali misure rettificative utilizzate è coerente negli anni. Si segnala inoltre che potrebbe differire dai metodi utilizzati da altre società.

### • Indicatori finanziari utilizzati per misurare la performance economica del Gruppo

**EBITDA:** è dato dal risultato operativo al lordo degli ammortamenti relativi a immobilizzazioni materiali e immateriali.

**ROE (return on equity):** è definito come il rapporto tra il risultato netto di periodo e il capitale netto.

**ROI (return on investment):** è definito come il rapporto tra il risultato operativo del periodo e l'attivo immobilizzato a fine periodo (si veda la definizione di attivo immobilizzato di seguito esposta).

**ROS (return on sales):** è definito come il rapporto tra il risultato operativo e le vendite nette del periodo.

### • Stato patrimoniale riclassificato

Le voci incluse nella situazione patrimoniale-finanziaria riclassificata sono di seguito definite come somma algebrica di specifiche voci contenute nei prospetti del bilancio consolidato:



**Attivo immobilizzato o Immobilizzazioni:** è dato dalla somma algebrica di:

- Immobilizzazioni materiali nette
- Avviamento e marchi
- Attività immateriali a vita definita
- Attività non correnti destinate alla vendita
- Partecipazioni in società collegate

**Capitale Circolante Commerciale:** è dato dalla somma algebrica di:

- Crediti commerciali
- Debiti commerciali

**Capitale Circolante Netto:** è dato dalla somma algebrica di:

- Capitale Circolante Commerciale
- Crediti per imposte anticipate e correnti
- Altri crediti correnti
- Debiti per imposte differite e correnti
- Altri debiti correnti
- Ratei e Risconti

**Capitale Investito Netto:** è dato dalla somma algebrica di:

- Capitale Circolante Netto
- Fondi rischi e oneri
- Fondi TFR e altri benefici a dipendenti
- Immobilizzazioni

**Posizione Finanziaria Netta (PFN):** è data dalla somma algebrica di:

- Disponibilità liquide e mezzi equivalenti
- Debiti verso banche correnti e non correnti
- Altri debiti finanziari

### Principali dati economici del Gruppo MailUp

Nella tabella che segue sono riepilogati i risultati consolidati del 30/06/2020 confrontati con il periodo precedente in termini di ricavi complessivi, margine operativo lordo (EBITDA) e di risultato prima delle imposte (EBT).

	30/06/2020	30/06/2019
Totale Ricavi	31.690.470	29.310.449
Margine operativo lordo (EBITDA)	2.177.411	2.143.722
Risultato prima delle imposte (EBT)	488.521	786.157

Come precedentemente evidenziato, nonostante l'impatto negativo del Covid 19, i ricavi del semestre sono risultati in crescita di oltre l'8% rispetto al pari periodo 2019, mentre l'EBITDA è comunque in linea con il dato di confronto 2019 (più Euro 34 migliaia). L'EBT è stato penalizzato da maggiori ammortamenti per Euro 315 migliaia a seguito degli investimenti a sostegno della crescita e del consolidamento dei prodotti del Gruppo.

Il conto economico consolidato confrontato con quello dell'esercizio precedente è il seguente (in unità di Euro)



	30/06/2020	%	30/06/2019	%	Variazione	Var. %
Ricavi Email	7.669.505	24,2 %	6.335.383	21,6 %	1.334.122	21,1 %
Ricavi SMS	21.466.413	67,7 %	20.837.289	71,1 %	629.124	3,0 %
Ricavi Predictive Marketing	1.425.722	4,5 %	853.004	2,9 %	572.718	67,1 %
Ricavi Servizi Professionali	342.565	1,1 %	354.462	1,2 %	(11.897)	(3,4 %)
Altri ricavi	786.266	2,5 %	930.311	3,2 %	(144.046)	(15,5 %)
<b>Totale Ricavi</b>	<b>31.690.470</b>	<b>100,0 %</b>	<b>29.310.449</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2.380.021</b>	<b>8,1 %</b>
Costi COGS	21.913.438	69,1 %	20.768.146	70,9 %	1.145.292	5,5 %
<b>Gross Profit</b>	<b>9.777.032</b>	<b>30,9 %</b>	<b>8.542.304</b>	<b>29,1 %</b>	<b>1.234.729</b>	<b>14,5 %</b>
Costi S&M	3.006.142	9,5 %	2.131.175	7,3 %	874.967	41,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	<b>1.215.385</b>	<b>3,8 %</b>	<b>813.005</b>	<b>2,8 %</b>	<b>402.380</b>	<b>49,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>	<i>(948.398)</i>	<i>(3,0 %)</i>	<i>(742.526)</i>	<i>(2,5 %)</i>	<i>(205.872)</i>	<i>27,7 %</i>
<i>Costo R&amp;D</i>	<i>2.163.783</i>	<i>6,8 %</i>	<i>1.555.531</i>	<i>5,3 %</i>	<i>608.252</i>	<i>39,1 %</i>
Costi Generali	3.378.094	10,7 %	3.454.403	11,8 %	(76.308)	(2,2 %)
Totale costi	7.599.621	24,0 %	6.398.582	21,8 %	1.201.039	18,8 %
<b>Ebitda</b>	<b>2.177.411</b>	<b>6,9 %</b>	<b>2.143.722</b>	<b>7,3 %</b>	<b>33.690</b>	<b>1,6 %</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	175.660	0,6 %	93.035	0,3 %	82.625	88,8 %
Ammortamenti diritto d'uso	541.835	1,7 %	324.738	1,1 %	217.097	66,9 %
Ammortamenti R&D	931.489	2,9 %	916.224	3,1 %	15.265	1,7 %
Ammortamenti e accantonamenti	1.648.984	5,2 %	1.333.997	4,6 %	314.987	23,6 %
<b>Ebit</b>	<b>528.428</b>	<b>1,7 %</b>	<b>809.725</b>	<b>2,8 %</b>	<b>(281.297)</b>	<b>(34,7 %)</b>
Gestione finanziaria	(39.906)	(0,1 %)	(23.568)	(0,1 %)	(16.338)	69,3 %
<b>Ebt</b>	<b>488.521</b>	<b>1,5 %</b>	<b>786.157</b>	<b>2,7 %</b>	<b>(297.635)</b>	<b>(37,9 %)</b>
Imposte sul reddito	(264.621)	(0,8 %)	(360.760)	(1,2 %)	96.140	(26,6 %)
Imposte anticipate (differite)	181.088	0,6 %	(14.475)	0,0 %	195.563	(1.351,1 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>	<b>404.989</b>	<b>1,3 %</b>	<b>410.922</b>	<b>1,4 %</b>	<b>(5.933)</b>	<b>(1,4 %)</b>

A migliore descrizione della situazione reddituale del Gruppo si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di redditività confrontati con gli stessi indici relativi al semestre precedente.

	30/06/2020	30/06/2019
ROE netto (Risultato netto/Capitale netto)	0,02	0,03
ROE lordo (EBT /Capitale netto)	0,03	0,05
ROI (Ebitda/Capitale investito)	0,04	0,04
ROS (Ebitda/Ricavi di vendita)	0,07	0,08

Gli indici reddituali consolidati sono sostanzialmente allineati rispetto alla scorsa rilevazione ed evidenziano, in qualche caso, una modesta flessione derivante dall'effetto della pandemia in corso che ha contenuto la crescita e influito negativamente sui risultati di alcune BU, in particolare Datatrics BV.

### Principali dati patrimoniali del Gruppo MailUp

Lo stato patrimoniale riclassificato del Gruppo confrontato con quello del precedente esercizio è il seguente (in unità di Euro)



	30/06/2020	31/12/2019	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni immateriali	4.840.389	4.392.560	447.829	10,2 %
Differenza Da Consolidamento	16.631.533	16.631.533	0	0,0 %
Immobilizzazioni materiali	1.872.294	1.773.924	98.370	5,5 %
Diritto d'uso (IFRS16)	4.225.882	4.629.957	(404.075)	(8,7 %)
Immobilizzazioni finanziarie	220.339	220.304	35	0,0 %
<b>Immobilizzazioni</b>	<b>27.790.437</b>	<b>27.648.278</b>	<b>142.159</b>	<b>0,5 %</b>
Crediti verso clienti	8.926.201	11.291.536	(2.365.335)	(20,9 %)
Debiti verso fornitori	(11.222.853)	(12.942.856)	1.720.003	(13,3 %)
Debiti verso collegate	(20.749)	(20.749)	0	0,0 %
<b>Capitale Circolante Commerciale</b>	<b>(2.317.400)</b>	<b>(1.672.069)</b>	<b>(645.332)</b>	<b>38,6 %</b>
Crediti e Debiti Tributari	2.356.937	1.834.077	522.860	28,5 %
Ratei e risconti Attivi/passivi	(8.298.715)	(7.206.115)	(1.092.601)	15,2 %
Altri crediti e debiti	(3.583.311)	(3.647.203)	63.892	(1,8 %)
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(11.842.489)</b>	<b>(10.691.309)</b>	<b>(1.151.181)</b>	<b>10,8 %</b>
Fondi rischi e oneri	(443.952)	(619.480)	175.528	(28,3 %)
Fondo TFR	(1.853.640)	(1.718.547)	(135.093)	7,9 %
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>13.650.356</b>	<b>14.618.943</b>	<b>(968.587)</b>	<b>(6,6 %)</b>
Capitale sociale	374.276	374.276	0	0,0 %
Riserve	16.548.021	15.448.802	1.099.219	7,1 %
Utile (Perdita) d'esercizio	404.989	1.150.036	(745.047)	(64,8 %)
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>17.327.286</b>	<b>16.973.114</b>	<b>354.173</b>	<b>2,1 %</b>
Cassa	(9.911.569)	(8.946.689)	(964.881)	10,8 %
Debiti a breve	1.025.130	992.262	32.867	3,3 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a BT	1.070.912	1.017.635	53.277	5,2 %
Attività Finanziarie Che Non Costituiscono Immobilizzazioni	(490.195)	(490.998)	803	(0,2 %)
Debiti a MLT	1.453.788	1.445.112	8.676	0,6 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a MLT	3.175.005	3.628.507	(453.502)	(12,5 %)
<b>Posizione Finanziaria Netta</b>	<b>(3.676.930)</b>	<b>(2.354.170)</b>	<b>(1.322.760)</b>	<b>56,2 %</b>
<b>Totale Fonti</b>	<b>13.650.356</b>	<b>14.618.943</b>	<b>(968.587)</b>	<b>(6,6 %)</b>

A migliore descrizione della solidità patrimoniale del Gruppo si riportano nella tabella sottostante alcuni indici patrimoniali attinenti sia alle modalità di finanziamento degli impieghi a medio/lungo termine che alla composizione delle fonti di finanziamento, confrontati con gli stessi indici relativi al bilancio dell'esercizio precedente.

	30/06/2020	31/12/2019
Margine primario di struttura (Mezzi propri – Attivo fisso)	(12.098.071)	(11.797.113)
Quoziente primario di struttura (Mezzi propri/Attivo fisso)	0,59	0,59
Margine secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) – Attivo fisso)	(1.848.943)	(1.385.467)
Quoziente secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) /Attivo fisso)	0,94	0,95

Gli indici primari sono in linea con l'esercizio precedente e vengono largamente bilanciati, come risulta dai ratio secondari, dalle fonti di finanziamento a medio lungo termine, rappresentando una situazione in sostanziale equilibrio. Da citare l'incremento dell'attivo fisso ascrivibile agli investimenti finalizzati allo sviluppo e miglioramento delle piattaforme e servizi del Gruppo.

### Principali dati finanziari del Gruppo MailUp

La posizione finanziaria netta consolidata al 30/06/2020 è la seguente (in Euro):



Posizione Finanziaria Netta Consolidata	30/06/2020	31/12/2019	Variazione	Var. %
A. Cassa	9.911.569	8.946.689	964.881	10,8 %
B. Altre disponibilità liquide				
C. Titoli detenuti per la negoziazione	490.195	490.998	(803)	(0,2 %)
<b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>	<b>10.401.764</b>	<b>9.437.687</b>	<b>964.077</b>	<b>10,2 %</b>
<b>E. Crediti finanziari correnti</b>				
F. Debiti bancari correnti	75.280	100.873	(25.593)	(25,4 %)
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	949.850	891.389	58.460	6,6 %
H. Altri debiti finanziari correnti	1.070.912	1.017.635	53.277	5,2 %
<b>I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)</b>	<b>2.096.042</b>	<b>2.009.897</b>	<b>86.144</b>	<b>4,3 %</b>
<b>J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) - (E) - (D)</b>	<b>(8.305.723)</b>	<b>(7.427.789)</b>	<b>(877.933)</b>	<b>11,8 %</b>
K. Debiti bancari non correnti	1.453.788	1.445.112	8.676	0,6 %
L. Obbligazioni emesse				
M. Altri debiti non correnti	3.175.005	3.628.507	(453.502)	(12,5 %)
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)</b>	<b>4.628.793</b>	<b>5.073.619</b>	<b>(444.827)</b>	<b>(8,8 %)</b>
<b>O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)</b>	<b>(3.676.930)</b>	<b>(2.354.170)</b>	<b>(1.322.760)</b>	<b>56,2 %</b>
di cui H. Altri debiti finanziari correnti Passività Right of Use IFRS 16	1.070.912	1.017.635	53.277	5,2 %
di cui M. Altri debiti non correnti Passività Right of Use IFRS 16	3.175.005	3.628.507	(453.502)	(12,5 %)
<b>O. Indebitamento finanziario netto depurato da effetto IF</b>	<b>(7.922.847)</b>	<b>(7.000.312)</b>	<b>(922.534)</b>	<b>13,2 %</b>

Raccomandazione CESR 54/B 2005

Comunicazione n. DEM/6064293 del 28/07/2006

La PFN è abbondantemente in crescita per effetto delle maggiori disponibilità liquide per oltre Euro 964 migliaia. In calce al prospetto si dà evidenza dell'effetto legato all'applicazione del Principio Contabile IFRS 16 sui dati a confronto e di come: senza di esso, la PFN sarebbe risultata decisamente migliorativa in virtù del positivo contributo finanziario della gestione caratteristica.

A migliore descrizione della situazione finanziaria consolidata si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di liquidità, confrontati con gli stessi indici relativi al bilancio dell'esercizio precedente.

	30/06/2020	31/12/2019
Liquidità primaria (Liq. immediate e differite / Pass. Correnti)	0,87	0,89
Liquidità secondaria (Attività correnti / Passività correnti)	0,93	0,95
Indebitamento (Indebitamento netto / Patrimonio netto)	(0,21)	(0,14)
Tasso di copertura degli immobilizzi ((Capitale proprio + Passività consolidate) / Attività fisse)	0,92	0,91

La PFN si mantiene abbondantemente positiva anche nel 2020 come emerge dal segno negativo dell'indice di indebitamento che segnala il prevalere della liquidità rispetto all'indebitamento finanziario. Lo stesso effetto si ravvisa nell'indice di indebitamento, anch'esso negativo e comunque in miglioramento rispetto al periodo precedente. Gli indici specifici relativi alla liquidità testimoniano una struttura equilibrata delle disponibilità liquide. Il Gruppo, come in passato, non fa ricorso all'indebitamento esterno per finanziare la gestione caratteristica, mentre la leva finanziaria è riservata in modo mirato al finanziamento delle attività straordinarie e di investimento strategico.

## Informazioni attinenti all'ambiente e al personale

Tenuto conto del ruolo sociale dell'impresa si ritiene opportuno fornire le seguenti informazioni attinenti all'ambiente e al personale.

### Personale

Nel corso del 2020 non si sono verificati infortuni sul lavoro e non si sono registrati addebiti in ordine a malattie professionali su dipendenti o ex dipendenti e cause di mobbing.

Al 30/06/2020 l'organico del Gruppo è composto da 250 dipendenti di cui 5 dirigenti, 18 quadri, 226 impiegati e 1 operaio part-time. Al 31/12/2019 l'organico del Gruppo era composto da 237 dipendenti di cui 4 dirigenti, 13 quadri, 217 impiegati e 1 operaio part-time.

Il Gruppo è da sempre impegnato a salvaguardare i rapporti con i dipendenti; attualmente non risultano in essere contenziosi di carattere giuslavoristico.

### Ambiente



Si segnala che la tipologia di attività svolta dalla Società non comporta rischi o il verificarsi di situazioni che possano comportare danni all'ambiente. Per un approfondimento delle tematiche relative alla sostenibilità ambientale poste in essere da MailUp si rimanda alle informazioni di dettaglio contenute nel Bilancio di Sostenibilità 2019 redatto dalla capogruppo e condiviso con il pubblico degli investitori e con il mercato in data 21/5/2020.

## Investimenti

Nel corso dell'anno oggetto della presente relazione a livello consolidato sono stati effettuati investimenti nelle seguenti aree:

Immobilizzazioni	Incrementi dell'esercizio
Costi di sviluppo piattaforme tecnologiche	1.155.828
Software di terzi e marchi	142.054
Infrastruttura IT, macchine ufficio elettroniche e impianti	227.228
Mobili, arredi d'ufficio e migliorie su beni di terzi	74.360
Right of Use uffici IFRS 16	32.973
Right of Use autovetture IFRS 16	108.018

Data la natura del business, gli investimenti consolidati sono storicamente concentrati sui cespiti immateriali ed in particolare sull'attività di sviluppo incrementale della piattaforma proprietaria MailUp di digital marketing e del software BEE, di proprietà e commercializzato da MailUp Inc. Per entrambi, relativamente al primo semestre 2020, si forniscono le specifiche dell'attività di ricerca e sviluppo nel paragrafo successivo. A questi si aggiungono gli investimenti di rafforzamento dell'infrastruttura tecnologica di invio degli SMS effettuati da Agile Telecom.

Gli investimenti materiali di Gruppo sono tipicamente rappresentati da attrezzature, server e macchine elettroniche, destinati a potenziare ed aggiornare l'infrastruttura tecnologica, strategica per il core business, oltre a mobili e arredi relativi agli uffici operativi in locazione. In questo ambito si segnalano gli investimenti sostenuti completati nel corrente esercizio per l'allestimento e personalizzazione dei nuovi uffici di Milano.

## Attività di ricerca e sviluppo

Ai sensi dell'articolo 2428 comma 2 numero 1 cod. civ. si precisa che, nel corso del primo semestre 2020, il Gruppo ha capitalizzato investimenti, interni ed esterni, relativi allo sviluppo software delle proprie piattaforme e dei servizi tecnologici per Euro 1.155.829. Gli stessi, al 30/06/2020 e al netto dei relativi ammortamenti cumulati, sono pari complessivamente ad Euro 4.314.835. Sono stati sostenuti ulteriori costi attinenti ai reparti dedicati alla ricerca e sviluppo per Euro 1.215.385 a livello consolidato. Altri reparti tecnici svolgono poi attività di supporto riconducibile alla ricerca e sviluppo. La capogruppo svolge prevalentemente attività incrementale di sviluppo in relazione alla piattaforma SaaS MailUp di digital marketing su cloud. Gli investimenti sostenuti per tale attività di sviluppo sono stati capitalizzati in virtù della futura utilità economica, attestata la recuperabilità economica e finanziaria dell'investimento. In forte crescita gli investimenti relativi allo sviluppo dell'editor BEE pari a Euro 610.822; originariamente sviluppato da MailUp, è stato conferito a fine 2016, nelle sue due principali versioni, BEE Plugin e BEE Pro, alla controllata statunitense MailUp Inc, che si occupa in esclusiva della sua commercializzazione. L'attività di sviluppo, appaltata dalla controllata alla capogruppo in virtù di specifici accordi contrattuali, è realizzata da un team italiano di sviluppatori in forza a MailUp coadiuvato da un collega americano ed è coordinata dal management della stessa MailUp Inc. Anche Agile Telecom ha svolto attività di sviluppo incrementale della propria infrastruttura tecnologica dedicata all'invio di messaggistica SMS sia mediante il ricorso a risorse interne, sia ricorrendo a consulenti esterni e alla strutture della capogruppo.

Riepiloghiamo le principali novità e miglioramenti apportati ai nostri servizi nel corso dell'esercizio 2020 a seguito dell'attività di ricerca e sviluppo.

## Piattaforma MailUp:

- Nel mese di febbraio è stata rilasciata la versione 9.5 della piattaforma MailUp, che introduce le statistiche per messaggio. Questa novità risulta molto utile perché estende a tutti i tipi di statistiche i benefici introdotti qualche mese prima con le statistiche per invio. Le statistiche per messaggio rappresentano un importante elemento di innovazione perché la presentazione del dato statistico è stata completamente rinnovata, al fine di migliorare la comprensibilità del dato fornito. In aggiunta, la versione 9.5 introduce i "filtri per engagement", che permettono di estrarre segmenti di destinatari in base al loro tasso di attività sulle email ricevute. Meno visibili ma altrettanto importanti, sono degne di nota le ottimizzazioni di performance, che si basano principalmente su un migliore uso delle risorse hardware e su un uso più massivo delle richieste asincrone.;
- Per minimizzare gli impatti sui clienti, le statistiche per messaggio sono state introdotte in aggiunta a quelle preesistenti, che rimangono disponibili in un menu attivabile a richiesta. Da marzo a giugno il team di sviluppo ha lavorato per rimuovere tutti i



possibili elementi di frizione che avrebbero potuto portare un cliente a preferire le statistiche precedenti e la release 9.5.1 di Giugno rende disponibili una serie di accorgimenti e miglioramenti tali da portare le “nuove” statistiche ad essere l’opzione usata da tutti i clienti. La dismissione delle statistiche nella versione precedente è oltretutto una condizione necessaria per poter eseguire una serie di ottimizzazioni hardware in Q3 2020, sia in termini di costi sia di performance;

- In parallelo ai lavori per MailUp 9.5.1 si sono avviate delle importanti attività di irrobustimento della piattaforma, sia in termini di sicurezza sia in termini di compliance. Con il supporto di consulenti esperti, sono stati eseguiti test di vulnerabilità e sono stati intrapresi diversi interventi per innalzare il livello di sicurezza rispetto a possibili attacchi esterni. Per aumentare il livello di compliance si è identificato un datacenter di Milano in grado di dare maggiori garanzie in termini di affidabilità e si è iniziato un percorso che porterà lo spostamento di un componente critico (il motore di invio email) su questo datacenter entro il 2020.

## Editor BEE:

BEE, l’editor drag-and-drop per email e landing page di proprietà della controllata MailUp Inc., continua a registrare una forte crescita sia come strumento gratuito fruibile online (BEE Free), sia come componente da integrare in altre applicazioni software (BEE Plugin), sia infine come suite completa per la creazione di email pensata per freelance designer, agenzie digitali, e team di marketing delle aziende (BEE Pro). Nel corso del primo semestre 2020 il Gruppo ha continuato l’investimento nello sviluppo del prodotto. In particolare si segnala:

- BEE Pro: e’ stata confermata ed ampliata la strategia di crescita basata sull’approccio “product-led”, dove il prodotto è al centro in tutte le fasi di acquisizione, conversione, e manutenzione del cliente. Nella fase di acquisizione, e’ stata introdotto un nuovo elemento della strategia: un team di designers esterni che collaborano in modo continuativo con la business unit, e che hanno permesso l’aggiunta di decine di nuovi modelli, ogni mese, permettendo al catalogo di modelli email di passare le 400 unità, con effetti molto positivi sul traffico al sito. L’approccio utilizzato genera un meccanismo di crescita auto-alimentante: più designers creano più modelli, che arricchiscono il catalogo attirando più visitatori, tra cui più designers, che iniziano a collaborare con noi, creando più modelli, che arricchiscono ulteriormente il catalogo attirando nuovi visitatori, e il ciclo continua. Il sito ha registrato conseguentemente una forte crescita delle visite, con un totale di circa 600.000 visitatori unici, in crescita di oltre il 50% rispetto al primo semestre 2019. L’ottimizzazione nel processo di conversione da visite ad account di prova ha permesso un aumento sostanziale degli stessi, per cui nel mese di giugno - per esempio - sono stati registrati oltre 7600 free trials, con una crescita di oltre il 115% sull’anno precedente. L’elevato numero di utenti ha fornito un’enorme quantità di feedback utile al team di prodotto, che lo ha sfruttato per rispondere al mercato sviluppando e rilasciando moltissime nuove funzionalità. Di seguito un elenco parziale: è stata introdotta la possibilità di usare GIF animate nei messaggi, sotto forma di un nuovo blocco di contenuto; è stata migliorata la pagina di dettaglio del messaggio con nuove funzionalità che permettono di arricchire il messaggio stesso con variabili per il tracciamento dei link e testo di anteprima (il cosiddetto “preheader”); è stata migliorata la gestione dei moduli salvati e riutilizzabili in altri messaggi; sono stati aggiunti connettori con numerose piattaforme di invio di email, tra cui Amazon SES (Simple Email Service). Il tutto ha portato non solo ad una forte crescita del fatturato generato dal prodotto, ma anche ad un alto tasso di soddisfazione del cliente. Quest’ultimo viene misurato tramite il noto Net Promoter Score (NPS), che ha registrato una media di 54 durante il primo semestre 2020, in aumento rispetto al valore di 52 registrato nel 2019: un NPS di 54 e’ un dato molto elevato ed un benchmark molto positivo nella misurazione della soddisfazione del cliente per le applicazioni SaaS nel settore business-to-business;
- BEE Plugin: durante il primo semestre 2020, non solo la versione “embeddabile” dell’editor BEE è stata arricchita di molte nuove funzioni, ma è stata lanciata una nuova edizione della stessa per la creazione di pagine Web, uno sviluppo fondamentale per la strategia di crescita del prodotto. BEE Plugin, infatti, non è piu’ soltanto un editor per la creazione delle email, ma ora anche uno strumento per la creazione di landing pages e altre pagine Web, cosa che risponde ad un bisogno chiaro dei clienti: quello di offrire ai loro utenti un’unica interfaccia per creare contenuto di vario tipo. Facendo leva su sviluppi effettuati nel corso del 2019, è stato lanciato il programma di “Partner AddOns”, che permette ad altre aziende di creare funzionalità integrate nell’editor BEE: Nifty Images, società Californiana specializzata nella creazione di contenuti dinamici per email e pagine Web (e.g. contatori, immagini dinamiche, etc.) ha lanciato il loro primo BEE AddOn, che puo’ essere testato all’indirizzo <https://bee.niftyimages.com/>. Altri partners stanno sviluppando ulteriori addons. Il lancio di questi addons e’ strategico sia dal punto di vista di prodotto (perché il prodotto acquisisce nuove funzionalità, diventando ancor più ricco), sia dal punto di vista commerciale, grazie ad accordi di revenue share. Dal punto di vista delle nuove funzioni lanciate nel corso del primo semestre 2020, come indicato nel lungo elenco di novità visualizzabile all’indirizzo <https://docs.beefree.io/updates/>, i miglioramenti sono stati numerosi e particolarmente concentrati su una maggiore flessibilità di personalizzazione dell’editor da parte delle aziende che lo adottano. Tra i più importanti, segnaliamo: due nuovi blocchi di contenuto: Menu - per la creazione di menu di navigazione, responsive su dispositivi mobili - e Icons - per la gestione di elenchi dove si abbinano piccole immagini (icone) a dei testi; la possibilità per gli utenti più sofisticati del prodotto di sviluppare blocchi di contenuto customizzati che rispondano a specifiche loro esigenze applicative; l’aggiunta di un sistema per gestire permessi particolari, come la creazione di un tipo di utente che può soltanto modificare i testi di un messaggio o di una pagina, senza poter toccare altri elementi di contenuto; la possibilità di predefinire stili per specifici blocchi di contenuto in modo che - per esempio - di default un bottone sia nero con testo bianco invece che bianco con testo blue; la traduzione dell’interfaccia utente in nuove lingue: l’editor BEE può ora essere visualizzato in oltre 20 lingue; l’aggiunta del supporto multiutente e dell’autenticazione a due fattori al BEE Plugin Developer Portal, l’area in cui i clienti creano, configurano e gestiscono le istanze dell’editor che embeddano nel loro software;



- Relazione sinergica tra le due versioni e le altre piattaforme del Gruppo: ricordiamo che, dal punto di vista tecnico, sia BEE Free che BEE Pro sono dei “clienti” di BEE Plugin. Sono infatti entrambe applicazioni software che incorporano al loro interno l’editor BEE, integrandolo tramite il servizio BEE Plugin. Acumbamail, Datatrics e MailUp, altre tre applicazioni SaaS all’interno del Gruppo, sono a loro volta “clienti” di BEE Plugin. Questo significa che i miglioramenti di cui è oggetto l’editor BEE impattano in modo positivo sulle altre applicazioni del gruppo, generando un circolo virtuoso che è estremamente importante e positivo in quanto contribuisce allo scambio costruttivo di informazioni e all’innovazione di prodotto a vantaggio di tutte le business unit del Gruppo.

Nell’esercizio 2018 si è conclusa positivamente la procedura di istruttoria presso il Ministero dello Sviluppo Economico per l’attribuzione di un finanziamento pari a Euro 5,1 milioni, inclusivi di un contributo a fondo perduto per Euro 1,3 milioni. Si tratta di un progetto di ricerca e sviluppo denominato **“NIMP – New Innovative Multilateral Platform”**, da realizzarsi nel triennio a partire dal 01/03/2018 con la partecipazione, tra gli altri, del Politecnico di Milano come partner scientifico e finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico e Cassa Depositi e Prestiti, oltre a Banca Popolare dell’Emilia-Romagna come partner bancario. Il progetto proposto rientra nell’intervento “Agenda Digitale” ed in particolare nell’ambito delle “Tecnologie per l’innovazione dell’industria creativa, dei contenuti e dei media sociali”. Il progetto permetterà di essere maggiormente competitivi sul mercato nell’area del marketing relazionale orientato alla multicanalità e alla collaborazione. Saranno realizzati nuovi servizi e funzionalità della nuova piattaforma MailUp, con l’obiettivo di rendere disponibili ai clienti quelle strategie pensate per promuovere la fedeltà ad un marchio (customer loyalty) attraverso l’engagement dei suoi utilizzatori. Lo scopo finale è quello di riuscire a creare con il proprio target una relazione duratura, un rapporto di fiducia e una customer experience unica e positiva.

Nel periodo fino al 30/06/2020 il progetto NIMP prevedeva il completamento di 3 fasi di progetto: l’Obiettivo di Realizzazione 1 (OR1), rientrante nella fase di ricerca industriale, denominato “Studio dell’infrastruttura e architettura su container”, a gennaio del 2020 l’OR2 “Sviluppo della nuova architettura software di erogazione” a febbraio l’OR3 “Test funzionali automatici e revisione” entrambi appartenenti alla fase di sviluppo sperimentale.

Sono attualmente in corso di sviluppo l’OR4 e l’OR5, rispettivamente “Realizzazione delle funzionalità multicanale della piattaforma” e “Testing e analisi dell’intera piattaforma”, sempre appartenenti alla fase di sviluppo sperimentale.

In particolare, nel periodo oggetto della presente relazione, sono proseguite le attività di ricerca e sviluppo del progetto relativamente agli aspetti innovativi e all’introduzione di alcune soluzioni tecnologiche di seguito specificate:

- Nutanix, soluzione di iperconvergenza: integra in un unico sistema hardware, software, storage, deduplica, compressione;
- Cisco Systems, next generation router: le suite hardware e software, semplici e flessibili, consentono di ottenere le ultime innovazioni WAN e garantiscono una gestione centralizzata in condizioni di massima sicurezza;
- Microservices & Containers: architetture estremamente flessibili (scalabilità, dimensionamento risorse, indipendenza dal linguaggio e OS);
- Amazon Web Services, cloud computing: riduce i costi di gestione e manutenzione dei data center e consente di rilasciare applicazioni in modalità multiregion;
- Metodologie di sviluppo Agile, Devops o XP: propone un approccio che riduce il livello di struttura, a favore di una valorizzazione delle capacità dell’individuo e del team di operare in modo responsabile, adattivo, pragmatico, creativo;
- Automation e big data per lo sviluppo dei modelli dei dati: si pongono le basi alle funzionalità di marketing automation, ovvero la gestione automatizzata e integrata di una serie nutrita di processi di marketing, come campagne di email marketing, attività di lead generation e di web analytics, fondamentali per il tracciamento dei visitatori e delle conversazioni registrate online, con l’obiettivo di identificare ogni singolo utente e trattarlo come tale e non come individuo all’interno di pochi grandi cluster

Forniamo di seguito una sintetica descrizione delle attività effettuate nell’ambito del progetto NIMP nel corso del primo semestre 2020:

- Analisi dei requisiti: fase preliminare allo sviluppo software del progetto NIMP, il cui scopo è stato quello di definire le funzionalità che il nuovo prodotto dovrà offrire, ovvero i requisiti che devono essere soddisfatti dalla nuova piattaforma;
- Definizione dei componenti hardware per la realizzazione dell’infrastruttura: individuazione dei componenti hardware, software e Cloud provider che pongono le basi alla nuova architettura della piattaforma. Si è scelto di affidarsi alla soluzione Nutanix e Cisco, rispettivamente leader nel campo dell’iperconvergenza e del networking;
- Identificazione degli aspetti architetturali su tecnologia container: è stato definito l’approccio a Microservices & Containers che impone di non avere una base di codice comune a tutti gli sviluppatori, ma di realizzare numerose basi di codice più piccole e gestite da team che implementano una logica di sviluppo e rilascio agile;



- Descrizione domini (campi di applicazione, zone di responsabilità, ...), attori (quali entità sono coinvolte nei processi), ruoli (chi fa cosa, quando), tipi e flussi di informazioni: disegnata la divisione del software in sottosistemi, andando a dettagliare come queste parti interagiscono e le interfacce delle varie parti. Questo studio consente di determinare l'efficienza complessiva, la riusabilità, e la manutenibilità del sistema;
- Definizione delle relazioni tra servizio ed evento (scalabilità): è in corso di definizione la capacità dell'architettura di crescere o diminuire di scala in funzione delle necessità e delle disponibilità richieste, andando ad eliminare i colli di bottiglia che potrebbero rendere ininfluente l'aumento della potenza di calcolo o throughput complessiva;
- Definizione delle specifiche di sicurezza e compliance: valutazione e definizione della sicurezza della piattaforma individuando le minacce, le vulnerabilità e i rischi associati, con il fine di proteggerli da possibili attacchi (interni o esterni) che potrebbero provocare danni diretti o indiretti all'organizzazione. Durante questa fase sono anche state fatte analisi di tipo normativo/legale per la gestione delle problematiche connesse al trattamento dei dati personali e la gestione degli adempimenti periodici in materia di sicurezza informatica e diritto delle nuove tecnologie;
- Realizzazione di un'infrastruttura ibrida basata su container: è in fase di conclusione la realizzazione dell'infrastruttura attraverso l'installazione e configurazione dei nuovi componenti hardware e l'acquisto delle istanze AWS per realizzare l'ambiente di elaborazione che combina il cloud pubblico e un cloud privato consentendo la condivisione di dati e applicazioni tra di essi;
- Collaudo dell'architettura per verificarne l'affidabilità, la sicurezza e resilienza: si sta procedendo con il piano di test e collaudo dell'architettura, in accordo con i requisiti di performance richiesti, descrivendo l'approccio adottato, casi di test funzionali effettuati e il set up delle condizioni iniziali;
- Sviluppo delle funzionalità di contenuto personalizzato sul canale email attraverso strumenti in grado prelevare gli elementi da inserire nei messaggi direttamente dalle fonti dati del cliente. Sviluppata anche la funzionalità di messaging apps, capace di integrarsi a canali messenger quali Facebook o Telegram;
- Rilascio parziale di una versione alpha della nuova piattaforma sull'ambiente di preproduzione, in cui si stanno introducendo le nuove caratteristiche del software via a via sviluppate;
- Applicazione di un sistema di versioning, che consente di avere un allineamento frequente dagli ambienti di lavoro degli sviluppatori verso l'ambiente condiviso. Tale approccio, unito al contesto dell'extreme programming (XP), facilita la collaborazione tra gli sviluppatori e aumenterà la qualità del software erogato;
- Avvio della fase di scrittura dei test funzionali automatici per l'installazione degli strumenti che sono in grado di mantenere un log di tutte le interazioni che avvengono tra gli utenti dell'applicazione da testare e l'applicazione stessa. A partire da tali dati vengono poi formalizzati casi di test che replicano le interazioni catturate. In questo modo è possibile ottenere casi di test che siano rappresentativi dei reali utilizzi dell'applicazione da parte degli utenti;
- Lancio dei test sull'alpha release program per sviluppare la soluzione per l'automazione del testing Black Box utilizzando appositi framework di supporto all'esecuzione dei casi di test. Si sta applicando il processo di Full stack Testing attraverso Robot Framework;
- Collecting dei dati statistici derivanti dalle attività dell'alpha release program attraverso la raccolta ed analisi dei dati derivanti dalle sessioni di test lanciate andando a misurare l'efficacia, basandosi sul grado di copertura raggiunto e sulla percentuale di errore rispetto al risultato atteso;
- Presentazione ed analisi dei dati da parte del team di QA per valutare il successo con cui il comportamento osservato di un sistema è conforme ad una certa specifica del relativo comportamento. Vengono poi catalogati i fallimenti (failure), gli stati di errore (errors) e i difetti (bugs);
- L'attività di testing si conclude con la revisione delle specifiche dei requisiti utili alla rimozione delle ambiguità. Le specifiche funzionali saranno riviste e individuate eventuali carenze nelle fasi del ciclo di sviluppo.

A fronte delle attività sopra riportate, MailUp ha presentato, tra gennaio e febbraio 2019, una prima rendicontazione degli investimenti e dei costi sostenuti relativamente al progetto NIMP fino al 31/12/2018 ed ha ricevuto la corrispondente erogazione, a seguito della stipula dell'atto notarile di finanziamento del 10/02/2020, sia a titolo di contributo a fondo perduto per Euro 266 migliaia, che di finanziamento agevolato per Euro 807 migliaia, di cui Euro 719 migliaia da Cassa Depositi e Prestiti ed Euro 88 migliaia da Banca Popolare dell'Emilia Romagna.

La seconda rendicontazione del progetto NIMP è stata effettuata tra settembre e ottobre del 2019, prendendo come periodo di riferimento quello intercorrente tra il 01/01/2019 e il 31/08/2019. Si è trattato del SAL intermedio previsto obbligatoriamente a metà progetto, decorsi 18 mesi dall'avvio.



Nel secondo SAL l'avanzamento del progetto era pari a oltre il 50% dei costi a preventivo, per un totale di Euro 3.289.482.

Di seguito il dettaglio relativo al secondo SAL:

- Ricerca Industriale completata al 100%, rendicontati Euro 455.288 a fronte di Euro 453.484 previsti;
- Sviluppo Sperimentale avanzamento pari al 45%, rendicontati Euro 2.834.193 a fronte di Euro 5.803.892 previsti.

La seconda erogazione relativa al SAL intermedio si è quindi verificata in data 29/07/2020 per Euro 932.931 a titolo di finanziamento da parte di CDP e per Euro 114.413 a titolo di finanziamento da parte di BPER. In tale occasione si è verificato il versamento del contributo a fondo perduto per Euro 345.685.

La terza rendicontazione del progetto NIMP è stata effettuata a giugno del 2020, prendendo come periodo di riferimento quello intercorrente tra il 01/09/2019 e il 31/05/2020.

Questa ulteriore rendicontazione si interpone tra la relazione intermedia e quella finale, giocando un ruolo strategico importante ai fini del progetto.

Nel terzo SAL l'avanzamento del progetto era pari a oltre il 75% dei costi a preventivo, per un totale di Euro 5.215.389,38.

Di seguito il dettaglio relativo al terzo SAL:

- Ricerca Industriale: era già stata completata al 100%, quindi durante il terzo SAL non sono state rendicontate spese relative a questa voce di progetto;
- Sviluppo Sperimentale: avanzamento pari al 73%, rendicontati Euro 1.939.408 a fronte di Euro 5.803.892 previsti.

Considerando l'intero periodo fino al terzo SAL, le spese rendicontate a fronte di quelle dichiarate sono pari a:

- Ricerca Industriale completata al 100%: rendicontati 455.288 Euro a fronte dei 453.484 Euro previsti;
- Sviluppo Sperimentale attualmente pari al 73% di avanzamento, rendicontati Euro 4.760.101 a fronte di Euro 5.803.892 previsti.

## Rapporti con imprese controllate, collegate, controllanti e altre parti correlate

Nel corso del 2020 all'interno del Gruppo MailUp si sono verificati rapporti tra capogruppo, imprese controllate e consociate comprese nel perimetro di consolidamento, imprese collegate e altre parti correlate, rientranti nelle attività tipiche. Gli interventi sono stati tutti intesi a promuovere lo sviluppo in un quadro sinergico che favorisca integrazioni positive e in ultima analisi l'efficienza dei processi all'interno del Gruppo. Non sono state effettuate operazioni atipiche o inusuali rispetto alla normale gestione d'impresa. Le operazioni riguardano essenzialmente le prestazioni di servizi che rientrano nelle attività tipiche del Gruppo, le attività di holding erogate dalla controllante, ad esempio servizi contabili, legali, di gestione delle risorse umane e amministrativi in genere, la provvista e l'impiego di mezzi finanziari, oltre all'erogazione di servizi tecnologici relativi allo sviluppo delle piattaforme di proprietà del Gruppo e alla gestione dell'infrastruttura tecnologia condivisa. I suddetti rapporti rientrano nell'ordinaria gestione dell'impresa e sono conclusi a normali condizioni di mercato, ovvero alle condizioni che si sarebbero stabilite tra parti indipendenti.

Ragione sociale	Crediti immobilizzati	Crediti commerciali	Debiti commerciali	Altri crediti	Dividendi	Ricavi	Costi
Agile Telecom		251.440	239.992		82.509	496.339	1.204.396
Globase International		511.627	92.443			141.767	91.940
MailUp Nordics	157.716					1.579	
MailUp Inc		1.077.026	2.132			1.099.252	32.946
Acumbamail		82.051			150.000	108.651	
Datatrix BV	1.635.447	299.341	179			299.341	2.513
Datatrix srl	70.000	698				698	
<b>Società controllate</b>	<b>1.863.163</b>	<b>2.220.786</b>	<b>336.285</b>	<b>-</b>	<b>962.509</b>	<b>2.147.626</b>	<b>1.331.795</b>
Consorzio CRIT Scarl			19.529				19.529
<b>Società collegate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>19.529</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>19.529</b>
Zoidberg Srl							26.405
Floor Srl							135.902
Direq Srl			45.447				73.696
<b>Altre parti correlate</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>45.447</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>236.003</b>

Gli importi più significativi si riferiscono a MailUp Inc. Il servizio BEE sta registrando una crescita molto accelerata e un crescente favore sul mercato americano. Il Gruppo sta così destinando risorse significative a sostegno di tale processo, rafforzando i team italiani dedicati alla parte tecnologica e al marketing in forza alla capogruppo, in parallelo con quanto avviene negli Stati Uniti.

Nella colonna crediti immobilizzati sono rappresentati i finanziamenti fruttiferi erogati dalla capogruppo a favore della sub-holding MailUp Nordics, che ha girato la provvista alla controllata operativa Globase. Successivamente all'acquisizione di Datatrix B.V. dell'ottobre 2018, nell'ambito degli accordi contrattuali sottoscritti tra le parti, è stato erogato da MailUp un finanziamento fruttifero



a suo favore per Euro 1.135.447, a cui si sono aggiunti, nel corso del primo semestre 2020, ulteriori 500.000 euro per sostenere la crescita del business della controllata olandese, considerato strategico viste le prospettive di integrazione con le altre BU del Gruppo.

L'immobiliare Floor S.r.l., partecipata da alcuni dei soci di riferimento della capogruppo, ha sottoscritto con MailUp il contratto di affitto per l'immobile presso cui si sono insediati gli uffici della sede di Cremona. Le partite evidenziate si riferiscono alla locazione immobiliare in essere. Zoidberg S.r.l., azionista unico di Agile Telecom prima dell'acquisizione da parte di MailUp, è proprietaria dell'immobile presso cui ha sede la stessa società e i relativi rapporti con il Gruppo si riferiscono all'affitto e alle relative utenze. Direq S.r.l. società che fa sempre riferimento alla compagine sociale di Zoidberg S.r.l., è fornitore di Agile Telecom per l'acquisto di invii SMS, core business della controllata di Carpi.

## Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti

MailUp possedeva, al 30/06/2020, 79.980 azioni proprie per un valore di Euro 302.487,15. Nel corso del primo semestre 2020 sono state acquistate complessivamente 38.007 azioni per Euro 164.918,66 ad un prezzo medio per azione di Euro 4,29. In virtù della delibera del Consiglio di Amministrazione del 23/04/2020, 31.908 azioni proprie, presenti a quella data nello stock posseduto da MailUp, sono state assegnate ai destinatari del piano di incentivazione di breve termine per il top management, a fronte di loro espressa richiesta e della positiva verifica dei risultati effettivamente conseguiti. Il valore delle azioni assegnate è stato pari a Euro 121.454,61 ad un prezzo unitario di Euro 4,2559, rispetto ad un prezzo medio di acquisto di Euro 3,8064, determinando così un delta positivo di Euro 14.342. Gli acquisti del semestre 2020 sono stati realizzati nell'ambito dei programmi approvati dall'assemblea degli azionisti rispettivamente in data 18/04/2019 e 23/04/2020. In particolare, la più recente assemblea ha deliberato l'autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie ed in particolare quanto segue:

- di revocare la precedente delibera di autorizzazione all'acquisto ed alla disposizione delle azioni proprie del 18/04/2019 con effetto dalla data dell'assemblea stessa;
- di autorizzare l'Organo Amministrativo e per esso il Presidente pro tempore, con ampia facoltà di subdelega, a compiere operazioni di acquisto e di disposizione di azioni proprie ai fini di:
  - (i) implementare piani di incentivazione azionaria in qualunque forma essi siano strutturati (sia di stock option, stock grant o piani di work for equity) ovvero procedere ad assegnazioni gratuite ai soci o adempiere ad obbligazioni derivanti da warrant, strumenti finanziari convertibili, a conversione obbligatoria o scambiabili con azioni (sulla base di operazioni in essere o da deliberare/implementare);
  - (ii) consentire l'utilizzo delle azioni proprie nell'ambito di operazioni connesse alla gestione caratteristica ovvero di progetti coerenti con le linee strategiche che la Società intende perseguire, in relazione ai quali si concretizzi l'opportunità di scambi coerenti, con l'obiettivo principale dunque di dotarsi di un portafoglio di azioni proprie di cui poter disporre nel contesto di operazioni di finanza straordinaria e/o di altri impieghi ritenuti di interesse finanziario-gestionale e strategico per la Società con l'obiettivo di perfezionare quindi operazioni di integrazione societaria con potenziali partner strategici, scambi di partecipazioni ovvero accordi di natura commerciale e/o professionale ritenuti strategici per MailUp;
  - (iii) poter utilizzare le proprie azioni come oggetto di investimento per un efficiente impiego della liquidità generata dall'attività caratteristica della Società; nonché
  - (iv) intervenire (ove possibile e previsto dalle applicabili disposizioni di legge e regolamentari), nel rispetto delle disposizioni vigenti, anche per il tramite di intermediari, per contenere movimenti anomali delle quotazioni e per regolarizzare l'andamento delle negoziazioni e dei corsi, a fronte di momentanei fenomeni distortivi legati a un eccesso di volatilità o a una scarsa liquidità degli scambi ovvero, più in generale, a sostegno della liquidità del titolo e dell'efficienza del mercato.
- di stabilire le modalità di acquisto e disposizione delle azioni per un periodo di 18 mesi dalla data di deliberazione, ad acquistare azioni ordinarie interamente liberate della Società, in una o più volte, in misura da esso liberamente determinabile sino a un numero massimo di azioni proprie tale da non eccedere il 10% del capitale sociale, avuto riguardo alle azioni proprie possedute sia direttamente sia a quelle eventualmente possedute da società controllate, ove esistenti, ad un corrispettivo unitario non inferiore nel minimo del 15% e non superiore nel massimo del 15% al prezzo di riferimento che il titolo avrà registrato nella seduta di mercato del giorno precedente ogni singola operazione.

## Uso di stime e di valutazioni soggettive

La predisposizione dei bilanci richiede da parte degli amministratori l'applicazione di principi e metodologie che, in talune circostanze, si poggiano su difficili e soggettive valutazioni e stime basate sull'esperienza storica e su assunzioni che sono di volta in volta considerate ragionevoli e realistiche in funzione delle relative circostanze. L'applicazione di tali stime e assunzioni influenza gli importi riportati negli schemi di bilancio, quali la Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata, il Conto economico complessivo, il prospetto delle variazioni di Patrimonio netto ed il Rendiconto finanziario, nonché l'informativa fornita. I risultati finali delle poste di bilancio per le quali sono state utilizzate le suddette stime ed assunzioni possono differire da quelli riportati nei bilanci che rilevano gli effetti del manifestarsi dell'evento oggetto di stima, a causa dell'incertezza che caratterizza le assunzioni e le condizioni sulle quali si basano le stime. Di seguito sono brevemente descritte, avuto riguardo ai settori di attività in cui opera il Gruppo, le categorie maggiormente impattate dal ricorso a stime e a valutazioni e per le quali un cambiamento nelle condizioni sottostanti le assunzioni utilizzate potrebbe avere un impatto significativo sui dati finanziari consolidati.



## Impairment di attività

Le attività materiali e immateriali del Gruppo sono assoggettate a impairment su base almeno annuale nel caso in cui abbiano vita indefinita o più spesso in presenza di eventi che facciano ritenere che il valore di iscrizione in bilancio non sia recuperabile. La svalutazione è determinata confrontando il valore di iscrizione con il relativo valore recuperabile, rappresentato dal maggiore tra il fair value, al netto degli oneri di dismissione, e il valore d'uso determinato attualizzando i flussi di cassa attesi derivanti dall'utilizzo dell'attività al netto degli oneri di dismissione. I flussi di cassa attesi sono quantificati alla luce delle informazioni disponibili al momento della stima sulla base di giudizi soggettivi sull'andamento di variabili future (i prezzi, i costi, i tassi di crescita della domanda) e sono attualizzati utilizzando un tasso che tiene conto del rischio inerente all'attività interessata. L'avviamento e le altre attività immateriali aventi vita utile indefinita non sono oggetto di ammortamento; la recuperabilità del loro valore di iscrizione è verificata almeno annualmente e comunque quando si verificano eventi che fanno presupporre una riduzione del valore. Con riferimento all'avviamento, la verifica è effettuata a livello del più piccolo aggregato (cash generating unit "CGU") sulla base del quale la Direzione aziendale valuta, direttamente o indirettamente, il ritorno dell'investimento che include il goodwill stesso. Quando il valore di iscrizione della CGU comprensivo del goodwill a essa attribuita è superiore al valore recuperabile, la differenza costituisce oggetto di svalutazione che viene attribuita in via prioritaria al goodwill fino a concorrenza del suo ammontare; l'eventuale eccedenza della svalutazione rispetto al goodwill è imputata pro-quota al valore di libro degli asset che costituiscono la cash generating unit.

A seguito della crisi sanitaria determinata dal virus Covid 19, più volte citata in precedenza, e degli impatti economici negativi che hanno interessato molti dei clienti del Gruppo, pur in presenza di risultati semestrali consolidati positivi, alcune delle controllate hanno evidenziato delle performance semestrali inferiori rispetto alle previsioni formulate in sede di budget 2020, in particolare Datatrics BV e Agile Telecom. Per queste ultime gli Amministratori della Capogruppo hanno verificato la congruenza delle ipotesi formulate, in occasione dello scorso bilancio annuale, per il piano triennale 2020-2023 alla base dei test di impairment rispetto ai nuovi e più incerti scenari futuri, proiettando i risultati semestrali al 31/12/2020 e formulando ipotesi ad hoc fino al 2023 che tengano conto del mutato clima economico. Per Agile Telecom si prevede il recupero, già in atto, della marginalità ridotta del Q1 2020 e il mantenimento delle prospettive reddituali e finanziarie già testate positivamente nei precedenti test di impairment, nonostante la sensitivity applicata che, in presenza di elevati volumi di fatturato, penalizza in senso decisamente prudenziale i margini, non essendo previste ipotesi correttive analoghe per i costi operativi.

Anche per Datatrics le verifiche condotte in base a ipotesi aggiornate non hanno determinato necessità di rivedere i risultati di impairment, pur in presenza di sensitivity. I significativi investimenti di potenziamento della struttura sales e marketing previsti nel piano, connessi al valore strategico per il Gruppo del business di Datatrics, sono stati redistribuiti nel tempo e si prevede un percorso di ritorno a risultati positivi differito di un esercizio rispetto alla precedente pianificazione.

Le altre controllate, in presenza di valori di avviamento significativamente inferiori rispetto ai casi precedenti, sono risultate in linea con le previsioni o hanno evidenziato contrazioni contenute che si prevede non avranno ripercussioni sul riallineamento rispetto ai piani precedentemente formulati e sull'esito dei relativi impairment.

## Informazioni relative ai rischi e alle incertezze ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6-bis, cod. civ.

### Analisi dei rischi

Nell'ambito delle proprie attività, il Gruppo è esposto a rischi e incertezze, derivanti da fattori esogeni connessi al contesto macroeconomico generale o specifico dei settori in cui opera, nonché a rischi derivanti da scelte strategiche e a rischi interni di gestione.

L'individuazione e mitigazione di tali rischi è stata sistematicamente effettuata, consentendo un monitoraggio e un presidio tempestivo delle rischiosità manifestatesi.

Nell'ambito dei rischi di impresa, i principali rischi identificati, monitorati e gestiti dalla società sono i seguenti:

- rischi legati all'andamento economico generale;
- rischi legati al Mercato;
- rischi legati alla gestione finanziaria;
- rischi legati alla sicurezza dell'infrastruttura tecnologica (cyber security).

Nel mese di marzo 2020, due importanti fenomeni sistemici hanno colpito le società e le economie a livello mondiale: l'emergenza sanitaria legata alla diffusione del virus Covid-19 ed il correlato crollo ed aumento della volatilità dei mercati finanziari. Tali fenomeni potrebbero avere un impatto anche rilevante sui rischi evidenziati di seguito. Per quanto riguarda i dati e le prospettive del Gruppo MailUp, è attualmente difficoltoso quantificare il potenziale impatto di questa crisi. Al momento non si prevedono cambiamenti significativi nei piani, ed il Gruppo risulta preparato a gestire il potenziale impatto di trend economici negativi derivanti dalla situazione attuale. Permane comunque un clima di incertezza sulla possibile evoluzione della situazione, a livello nazionale e soprattutto internazionale, in termini di durata e ampiezza dei possibili effetti. Il Consiglio di Amministrazione lavora costantemente con i Director delle business unit e con il top management per stimare l'impatto di un rallentamento dell'economia determinato dalla



pandemia e per individuare tutte le opportune misure per minimizzare i rischi correlati e le possibili conseguenze in termini finanziari ed economici sui business del Gruppo. Si rimanda per approfondimenti all'analisi di dettaglio su questo tema nella sezione che precede "Principali eventi avvenuti nel primo semestre 2020".

### **Rischi legati all'andamento economico generale e alla pandemia**

La situazione economico-finanziaria delle società appartenenti al Gruppo è influenzata da tutti i fattori che compongono il quadro macroeconomico italiano ed internazionale. Nel periodo di riferimento, continuano a persistere situazioni di incertezza a livello economico generale e a livello politico italiano ed internazionale i cui effetti sono imprevedibili e non possono essere facilmente misurati. In Italia, come in altri paesi della UE, il diffuso clima di instabilità politica potrebbe influenzare negativamente la fiducia dei consumatori, il loro potere di acquisto e la capacità di spesa. Il Gruppo MailUp ha saputo crescere e raggiungere importanti obiettivi, ma l'eventuale permanere di condizioni di incertezza a livello nazionale ed internazionale e gli imprevedibili effetti delle stesse potrebbero comunque avere impatto negativo sul business di Gruppo a seguito di una eventuale flessione dei ricavi, della redditività e dei flussi di cassa.

Si rimanda, per un'analisi più approfondita, alle note sulla situazione macroeconomica nella parte iniziale della presente relazione.

### **Rischi di mercato**

I settori in cui operano MailUp ed il Gruppo sono caratterizzati da un rapido sviluppo tecnologico e risentono della pressione competitiva derivante dal ritmo serrato di sviluppo della tecnologia. Il successo della società e del Gruppo dipende, tra l'altro, dalla capacità di innovare e potenziare le proprie tecnologie, al fine di rispondere ai progressi tecnologici nel settore in cui opera. Il Gruppo potrebbe trovarsi, di conseguenza, a dover affrontare una più accentuata concorrenza in ragione delle tecnologie emergenti e dei servizi che potranno essere introdotti o implementati in futuro. Le nuove tecnologie, infatti, potrebbero limitare o ridurre l'attività della società e/o favorire lo sviluppo e la crescita di nuovi operatori. In particolare, il canale SMS o l'invio di email potrebbero essere sostituiti da altre tecnologie, con la conseguenza che il Gruppo potrebbe non essere in grado di gestire con successo e/o in tempi rapidi l'eventuale transizione all'utilizzo di queste innovazioni, pur essendo già in corso attività di R&S che hanno già permesso e permetteranno l'integrazione delle piattaforme con altri sistemi esterni e delle altre piattaforme tecnologiche con tali sistemi.

Nel caso in cui le soluzioni offerte dal Gruppo non fossero in grado di soddisfare le esigenze dei clienti e/o rispondere ai progressi tecnologici, saranno richiesti miglioramenti in tempi rapidi alle proprie piattaforme tecnologiche e capacità di sviluppare e introdurre sul mercato nuovi servizi, nuove applicazioni e nuove soluzioni in maniera tempestiva e a prezzi competitivi. L'incapacità del Gruppo di migliorare, sviluppare, introdurre e fornire in tempi rapidi servizi in grado di soddisfare le esigenze del mercato, anche sotto il profilo tecnologico, potrebbe avere un impatto negativo sui risultati operativi o potrebbe rendere obsoleti i servizi offerti dal Gruppo. Al fine di mantenere la propria competitività sul mercato, il Gruppo necessiterà pertanto di investimenti in ricerca e sviluppo, di un'elevata capacità di adeguamento per continuare a rispondere ai rapidi cambiamenti tecnologici e a sviluppare costantemente le caratteristiche dei propri servizi in modo da rispondere alle mutevoli esigenze del mercato.

Nel caso in cui il Gruppo non fosse in grado di adeguarsi in modo tempestivo all'evoluzione tecnologica e/o all'introduzione di una nuova tecnologia, potrebbero verificarsi effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria consolidata.

### **Rischi legati alla gestione finanziaria**

#### *Rischio di credito*

Il rischio del credito è determinato dall'esposizione a potenziali perdite derivanti dal mancato adempimento delle obbligazioni assunte dalle controparti. La gestione del credito è affidata alla funzione finanza e amministrazione di Gruppo, che, sulla base di procedure formalizzate di valutazione e di affidamento dei partner commerciali, cerca di minimizzare il rischio. A seguito delle difficoltà dell'economia derivanti nel momento attuale dalla crisi collegata al virus Covid-19 si sono adottate procedure più stringenti per la quantificazione ed il controllo della rischiosità del cliente. Parallelamente si è cercato di supportare la clientela, in questo momento di difficoltà generalizzata, proponendo dilazioni di pagamento condivise e condizioni di favore su alcuni servizi per favorire il mantenimento di rapporti commerciali di lunga durata. Per ridurre il rischio di insolvenza derivante da crediti commerciali sono state introdotte una serie di misure volte a favorire l'utilizzo dei pagamenti elettronici (carte di credito, PayPal, Sepa Direct Debit) da parte della clientela, ad esempio potenziando e innovando il sistema di vendita e-commerce. Questa scelta ha determinato una crescita costante degli incassi da pagamenti elettronici, migliorando la qualità dei crediti commerciali e riducendo l'impatto dei costi di incasso e recupero crediti.

Si deve ritenere che le attività finanziarie del Gruppo abbiano una buona qualità creditizia.

#### *Rischio di liquidità*

Il rischio di liquidità consiste nell'impossibilità di rispettare gli impegni di pagamento a causa della difficoltà nel reperire fondi o liquidare attività sul mercato. La conseguenza è un impatto negativo sul risultato economico nel caso in cui il Gruppo sia costretto a sostenere costi aggiuntivi per fronteggiare i propri impegni o, come estrema conseguenza, una situazione di insolvenza che ponga a rischio la continuità aziendale. Il Gruppo MailUp gode allo stato attuale, anche grazie all'ammissione alle negoziazioni sul mercato AIM Italia e agli ottimi rapporti con il sistema bancario, di una buona liquidità ed ha un ridotto indebitamento finalizzato



esclusivamente all'attività di crescita per linee esterne attuata attraverso le acquisizioni e a supporto degli investimenti strategici, in particolare di ricerca e sviluppo dei propri prodotti.

Il Gruppo, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse finanziarie, riducendo il rischio liquidità, ha adottato processi per il monitoraggio sistematico delle condizioni prospettiche di liquidità, in relazione alla pianificazione aziendale. Il Gruppo prevede di far fronte ai fabbisogni finanziari attraverso i flussi derivanti dalla gestione operativa e la liquidità disponibile. In considerazione di un andamento positivo dei volumi di vendita, previsto anche nei prossimi esercizi, ci si attende che le risorse finanziarie, insieme alle attuali disponibilità, saranno in grado di garantire un adeguato sostegno anche agli investimenti ordinari e straordinari programmati.

Si ritiene quindi che il rischio di liquidità non sia significativo.

#### *Rischio di tasso*

La capogruppo ha fatto ricorso in modo ponderato, a partire dalla fine del 2015, alla leva finanziaria tramite canale bancario a medio e lungo termine, beneficiando del trend favorevole dei costi di indebitamento, per sostenere operazioni straordinarie di crescita per linee esterne, gli investimenti relativi all'attività di sviluppo software e altri investimenti strategici. Alla data del 30/06/2020 l'indebitamento bancario consolidato è pari ad Euro 2.403.638 di cui Euro 949.850 a breve termine, a fronte di disponibilità liquide per Euro 9.911.569. L'indebitamento bancario è in capo esclusivamente alla controllante.

I contratti di finanziamento sottostanti prevedono termini e condizioni in linea con la prassi di mercato.

Ai finanziamenti è legato il rischio di oscillazione dei tassi di interesse, essendo gli stessi negoziati in parte a tasso variabile. Non è possibile escludere che una crescita dei tassi d'interesse possa determinare un aumento degli oneri finanziari connessi con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica e finanziaria della società, anche se la netta prevalenza delle risorse finanziarie proprie rispetto al ricorso all'indebitamento verso terzi ne riduce notevolmente l'eventuale impatto.

#### *Rischio di cambio*

Sono presenti crediti e debiti commerciali in valute estere detenuti da MailUp, per importi limitati, principalmente nei confronti delle controllate estere, oltre ad importi marginali per debiti e crediti commerciali in valuta con fornitori e clienti terzi. Le società afferenti alla controllata MailUp Nordics, in particolare Globase, operano sul mercato danese e nel nord Europa e le attività e passività consolidate nel presente bilancio sono denominate originariamente in Corone danesi. Anche per MailUp Inc. i valori oggetto di consolidamento sono denominati in valuta estera, in particolare in Dollari americani. Il cambio Corona danese/Euro è estremamente stabile e presenta storicamente oscillazioni minime. L'esposizione a rischi connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio è pertanto molto ridotta.

#### *Rischio di recuperabilità of impairment assets*

Il rischio di recuperabilità del valore degli asset detenuti dal Gruppo è riferito all'andamento economico e finanziario delle società consolidate ed alla capacità di produzione di flussi di cassa sufficienti a garantire la recuperabilità del valore degli investimenti.

Tale rischio è monitorato dal management attraverso la verifica periodica dei risultati economici, anche nell'ambito dello svolgimento di specifiche procedure di valutazione, quali ad esempio effettuazione del test di impairment su base almeno annuale.

#### **Rischi connessi ad atti illeciti esterni**

Con riferimento alla categoria in esame, tra i principali rischi potenziali sono stati evidenziati gli eventi fraudolenti connessi ad attacchi Cyber. Tali rischi possono provocare l'eventuale rallentamento o interruzione dei servizi erogati dal Gruppo e la compromissione della riservatezza dei dati personali connessi a tali servizi, oltre a danneggiare la reputazione commerciale del Gruppo. Tutte queste ipotesi potrebbero determinare un impatto negativo, anche rilevante, a livello economico e finanziario. Al fine di mitigare il rischio del verificarsi di tali situazioni, MailUp ha implementato e sta investendo in misura sempre più significativa nel rafforzamento di un sistema di controlli volto a migliorare la sicurezza informatica del Gruppo.

#### **Rischi reputazionali e di Corporate Social Responsibility (CSR)**

Nello svolgimento della propria attività il Gruppo potrebbe essere soggetto ad un peggioramento della percezione, della fiducia e della reputazione del da parte degli stakeholder a causa della diffusione di notizie pregiudizievoli o per il mancato raggiungimento dei requisiti di sostenibilità definiti nel CSR Report in riferimento alla dimensione economica, ambientale, sociale e di prodotto.

#### **Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del semestre**



il 30/07/2020 MailUp ha annunciato il proprio posizionamento tra le 13 società italiane vincitrici della prestigiosa classifica Deloitte EMEA Technology FAST 500, il programma organizzato ogni anno da Deloitte in tre continenti – Nord America, EMEA e Asia-Pacifico – una delle più autorevoli classifiche nel settore tecnologico, basata sulla crescita registrata tra il 2015 e il 2018. Nell’ambito di un gruppo di aziende provenienti da 22 Paesi della regione EMEA, con un tasso di crescita medio del 1.258%, MailUp si è posizionata tra le realtà high tech europee a maggior percentuale di crescita, unica italiana capogruppo quotata, con un tasso di crescita medio 2015-2018 del 323%.

Il 19/08/2020 il Consiglio di Amministrazione ha individuato i destinatari del piano di stock option denominato “Stock Option Plan 2020 – 2023”, dando seguito a quanto deliberato dall’Assemblea Straordinaria e dal Consiglio di Amministrazione in data 23/04/2020. I 19 beneficiari del piano includono amministratori, manager, dipendenti e collaboratori di MailUp S.p.A. e di sue società controllate, per un ammontare complessivo di opzioni da assegnare pari a 948.866, su un basket complessivo deliberato il 23/04/2020, pari a 1.136.209. Tra i destinatari figurano i componenti del Consiglio di Amministrazione Matteo Monfredini, Nazzareno Gorni, Micaela Cristina Capelli e Armando Biondi ed i fondatori e azionisti rilevanti Luca Azzali, Matteo Bettoni e Alberto Miscia.

Il 07/09/2020 e il giorno successivo 08/09/2020 il titolo MailUp (MAIL) ha registrato nuovamente il massimo storico per azione di Euro 5,68. A tale valore, la capitalizzazione della società corrisponde a circa Euro 85 mln.

## Evoluzione prevedibile della gestione

Il Gruppo intende continuare a sviluppare la propria attività e i propri servizi grazie al processo di crescita profittevole già in atto, al fine di riuscire ad affermarsi e rinforzare la propria posizione nel settore di riferimento. A tal proposito, in particolare, si intende procedere con:

- ampliamento della già ricca e diversificata gamma di moduli e soluzioni tecnologiche offerte ai professionisti del marketing digitale attraverso il potenziamento dei tool esistenti e l’inserimento di innovative funzionalità orientate a concetti quali:
  - o Customer Data Platform;
  - o Data driven omnichannel marketing orchestration;
  - o Marketing automation;
  - o Personalizzazione / Hyper-personalization;
  - o Editor di Pagine Web / Landing page;
  - o Motore chatbot per campagne conversazionali (dettagli qui: <https://help.datatrics.com/en/articles/3512681-conversational-campaigns>);
- rafforzamento dell’ARPU (Average Revenue Per Unit) e della percezione da parte del mercato dell’unicità dell’offerta del Gruppo rispetto a quella dei competitor tramite introduzione di nuovi servizi e modifica delle politiche di prezzo;
- introduzione di Datatrics nei mercati già presidiati dal Gruppo, a partire da Italia, Danimarca e paesi latino-americani, partendo dalla base clienti MailUp ma anche attraverso il canale indiretto, partendo dai settori dove Datatrics registra la maggiore specializzazione: ecommerce, retail, travel e hospitality;
- introduzione di Datatrics in mercati nuovi: Svezia, Norvegia, Germania ed eventualmente Francia, attraverso principalmente il canale indiretto;
- ampliamento del mercato di riferimento ad aree geografiche non ancora coperte e acquisizione di know-how tecnologico anche mediante operazioni di M&A di partecipazioni strategiche nell’ecosistema delle Marketing Technology;
- proseguimento nel percorso di ampliamento delle integrazioni con applicazioni di terze parti, offrendo agli utilizzatori e agli sviluppatori esterni la possibilità di connettere e sincronizzare la piattaforma con database esterni, CRM, CMS, e-commerce e altri software;
- rafforzamento delle sinergie intragruppo attraverso la fertilizzazione incrociata delle conoscenze fra le società del Gruppo ed in particolare:
  - o condivisione delle best practice, esperienze e competenze;
  - o mantenimento di un approccio unbundled per meglio soddisfare le differenti esigenze dei segmenti e/o mercati;
  - o sfruttamento delle sinergie commerciali attraverso la condivisione di opportunità tra le diverse business unit del gruppo;
- investimento nel miglioramento della UX (user experience) delle soluzioni del Gruppo, non solo in termini di miglioramento della relazione con il cliente (customer care, customer success e supporto tecnico) ma anche delle interfacce applicative in modo da semplificare l’usabilità dei software, il tasso di conversione e ridurre il tasso di abbandono;
- rafforzamento del posizionamento competitivo di BEE Plugin attraverso il lancio di una Platform che permetta a società terze lo sviluppo di Add-on widget che possano essere inseriti nell’editor BEE, come ad esempio applicazioni per timer di count-down, mappe dinamiche, live-weather o QR-code dinamici. Questo permetterà ai clienti finali una maggiore flessibilità per consentire



ai clienti di integrare BEE con i propri sistemi interni, mentre alle società partner di fare leva sulla grande base clienti BEE per veicolare le proprie soluzioni. Maggiori informazioni in questa pagina: <https://docs.beefree.io/addons/>;

- sviluppo di una community di web designer che possano creare e pubblicare propri template nel catalogo BEEfree.io, sia gratuitamente in cambio di visibilità sia a pagamento. Questo consentirà di ampliare in modo scalabile il catalogo modelli email, con un effetto positivo sul posizionamento sui motori di ricerca e di aumento del vantaggio competitivo.

## Modelli di organizzazione e gestione del D. Lgs. 231/2001

In ottemperanza al dettato normativo del Decreto Legislativo n. 231 dell'8 giugno 2001 ("Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica") MailUp ha adottato nel 2015 un proprio modello organizzativo ed un proprio codice etico rispondenti ai requisiti richiesti dal Decreto. In collaborazione con professionisti di comprovata esperienza, nel corso degli ultimi mesi del 2017 si è dato avvio ad un complesso processo di audit e revisione interna, conclusosi con l'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione tenutosi in data 15 maggio 2018 di un nuovo Modello Organizzativo e di un nuovo Codice Etico. Nella medesima data, l'organo amministrativo ha altresì nominato l'Avv. Gabriele Ambrogetti quale Organismo di Vigilanza monocratico della società. Successivamente alla data dell'insediamento, l'Organismo di Vigilanza monocratico si è coordinato più volte con l'ufficio legale della Società e ha incontrato il Collegio Sindacale al fine di programmare i flussi informativi e la condivisione dei risultati delle attività coinvolte.

Infine, successivamente all'approvazione della L. 157/2019 che ha comportato l'introduzione di una nuova famiglia di reato nell'ambito del D. Lgs. 231/2001 - ovvero i reati tributari - l'Organismo di Vigilanza ha ritenuto opportuno programmare per il 2020 un'attività di implementazione di una nuova parte speciale del Modello di Organizzazione e Gestione di MailUp all'uopo dedicata, sebbene siano già presenti alcuni protocolli di controllo aventi ad oggetto la gestione della fiscalità. Nell'ambito dell'attività di aggiornamento del Modello sono state, quindi, individuate le aree a rischio reato e segnatamente la corretta tenuta della documentazione contabile e nel complesso le attività dichiarative volte alla determinazione dei tributi, nonché la gestione dei rapporti con i fornitori, con particolare riguardo al processo di selezione e adeguata identificazione della controparte. I principi posti a fondamento dei protocolli previsti nella parte speciale dedicata ai reati tributari sono stati, altresì, recepiti nel Codice Etico della Società.

In occasione dell'implementazione della nuova parte speciale sono state, inoltre, aggiornate con le recenti novità normative le parti speciali dedicate ai reati contro la pubblica amministrazione, ai reati in materia di ricettazione, riciclaggio e autoriciclaggio nonché le parti speciali dedicate ai reati societari e ai reati in materia di market abuse. Con riferimento ai reati societari e ai reati in materia di market abuse si segnala, nello specifico, il recepimento, rispettivamente, della nuova procedura in materia di Operazioni con Parti Correlate (datata 24/03/2020) e delle modifiche apportate alle procedure in materia di Insider Information e Internal Dealing (entrambe aggiornate in data 24/03/2020).

## Trattamento dati personali

MailUp, per le caratteristiche del proprio business, che richiede la massima correttezza e attenzione nel trattamento dei dati di cui sono titolari i clienti della piattaforma, da sempre e strategicamente è particolarmente sensibile alle tematiche di Data Protection. Le procedure interne su queste tematiche sono costantemente formalizzate, monitorate e aggiornate, così come l'attività di formazione specifica del personale. Il Gruppo viene inoltre affiancato da anni da consulenti legali di comprovata competenza ed esperienza, a livello nazionale ed internazionale, su queste tematiche. Anche l'attività di prevenzione e contrasto di potenziali abusi da parte dei clienti (c.d. spam) è fortemente presidiata, grazie alla presenza di un reparto tecnico dedicato in esclusiva a questa funzione, come dimostra la partecipazione a diverse organizzazioni e gruppi di lavoro a livello internazionale, in prima linea nel contrasto alle pratiche scorrette e impegnati nella diffusione delle best practice di settore anche in tema di trattamento dei dati personali.

Le novità normative introdotte dal nuovo regolamento Europeo UE 2016/679 sulla protezione dei dati, entrato in vigore in tutti i paesi europei il 25/05/2018, conosciuto come GDPR (General Data Protection Regulation), estese anche alle organizzazioni extra-europee, hanno tuttavia spinto MailUp ad avviare le attività necessarie a rendere la propria infrastruttura pienamente "compliant" con il nuovo dettato normativo.

In particolare, ai fini di una migliore gestione del business di MailUp e, più in generale delle attività del Gruppo a cui la medesima fa capo, si è ritenuto opportuno procedere alla nomina di un nuovo Data Protection Officer, ovvero una figura altamente qualificata, indipendente e dotata altresì di esperienza nel settore della protezione dei dati personali, che svolga tale funzione a favore non più della sola business unit "MailUp" - per tale intendendosi tutte le attività riconducibili allo sviluppo e alla commercializzazione del software noto come piattaforma MailUp - bensì, a favore dell'intero Gruppo. A tale fine, nel corso del 2019, si è tenuto un lungo processo di selezione, sostanziatosi in un ciclo di incontri per individuare un soggetto esterno dotato di competenza ed esperienza nel predetto settore. Sono stati, quindi, contattati alcuni studi legali e società specializzate nel settore della compliance aziendale.



Alla luce del fatto che i termini e le condizioni della proposta avanzata dallo studio legale ICT Legal Consulting - Studio Legale Balboni, Bolognini & Partners sono apparse, rispetto alle altre, più in linea con le esigenze del Gruppo, l'incarico, previa condivisione con il presidente della Società e con i CEO delle controllate, è stato loro affidato.

MailUp ha proceduto, quindi, a (i) nominare formalmente lo Studio Legale ICT Legal Consulting quale responsabile della protezione dei dati; e (ii) comunicare nei modi di legge i dati di contatto del Data Protection Officer alle pertinenti autorità di controllo. In particolare, il Data Protection Officer ha preso ufficialmente servizio a valle del Consiglio di Amministrazione del 24/03/2020.

Il nuovo Data Protection Officer, unitamente al reparto legale della Società, ha quindi predisposto un "Modello Organizzativo in materia di protezione dei dati personali", quale strumento per allineare le politiche della Società e dimostrare che i trattamenti di dati personali sono effettuati conformemente al GDPR. In particolare, il modello riflette la posizione che MailUp vuole adottare in relazione al trattamento dei dati personali, contenendo politiche e procedure volte a stabilire un quadro interno completo sull'elaborazione dei dati personali - regole, standard e linee guida che i dipendenti e il personale devono seguire - ma anche per dimostrare le varie misure messe in atto dalla Società per conformarsi alle varie leggi sulla privacy e sulla protezione dei dati applicabili.

In particolare, l'obiettivo del modello è garantire un livello coerente e consistente di protezione dei dati personali trattati nel contesto delle attività poste in essere, indipendentemente da dove tali attività possano aver luogo. Oltre a politiche e procedure che coprono tutti gli aspetti e gli obblighi rilevanti che devono essere considerati da MailUp nel trattamento dei dati personali, il modello comprende anche diversi documenti operativi - come modelli, questionari, strumenti di valutazione e schede informative - per assistere i dipendenti e il personale della Società nella operatività quotidiana

Il modello verrà successivamente localizzato su tutte le società facenti parte del Gruppo.

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci.

Milano, 15 settembre 2020

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Monfredini



## BILANCIO CONSOLIDATO AL 30/06/2020

Stato Patrimoniale Consolidato al 30/06/2020 - importi in unità di euro

	Note	30/06/2020	31/12/2019	Delta	Delta %
Attività materiali	1	1.872.294	1.773.924	98.370	5,5%
Diritti d'uso	1	4.225.882	4.629.957	(404.075)	(8,7%)
Attività immateriali	2	4.761.235	4.313.406	447.829	10,4%
Avviamento	3	16.710.687	16.710.687	0	0,0%
Partecipazioni in società collegate e joint venture	4	119.229	119.229	0	0,0%
Altre Attività non correnti	5	429.659	106.880	322.779	302,0%
Attività per imposte differite	6	1.306.371	1.116.143	190.228	17,0%
<b>Totale Attività non correnti</b>		<b>29.425.357</b>	<b>28.770.226</b>	<b>655.131</b>	<b>2,3%</b>
Crediti Commerciali e altri crediti	7	8.926.201	11.291.536	(2.365.335)	(20,9%)
Altre attività correnti	8	5.358.476	4.247.686	1.110.790	26,2%
Attività Finanziarie Che Non Costituiscono Immobilizzazioni	9	490.195	490.998	(803)	(0,2%)
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	10	9.911.569	8.946.689	964.881	10,8%
<b>Totale Attività correnti</b>		<b>24.686.441</b>	<b>24.976.909</b>	<b>(290.468)</b>	<b>(1,2%)</b>
<b>Totale Attività</b>		<b>54.111.798</b>	<b>53.747.135</b>	<b>364.663</b>	<b>0,7%</b>
Capitale sociale	11	374.276	374.276	0	0,0%
Riserve	12	16.548.021	15.448.802	1.099.219	7,1%
Risultato dell'esercizio		404.989	1.150.036	(745.047)	(64,8%)
<b>Totale Patrimonio Netto</b>		<b>17.327.286</b>	<b>16.973.114</b>	<b>354.173</b>	<b>2,1%</b>
Debiti verso banche e altri finanziatori	13	1.776.531	1.445.112	331.419	22,9%
Passività Right of Use a Lungo Termine	13	3.175.005	3.628.507	(453.502)	(12,5%)
Altre passività non correnti	14	3.000.000	3.000.000	0	0
Fondi rischi e oneri	15	22.167	200.000	(177.833)	(88,9%)
Fondi del personale	16	1.853.640	1.718.547	135.093	7,9%
Passività per imposte differite	17	421.785	419.480	2.305	0,5%
<b>Totale Passività non correnti</b>		<b>10.249.127</b>	<b>10.411.645</b>	<b>(162.518)</b>	<b>(1,6%)</b>
Debiti commerciali e altri debiti	18	11.222.853	12.942.856	(1.720.003)	(13,3%)
Debiti verso società collegate	18	20.749	20.749	0	0
Debiti verso banche e altri finanziatori	19	1.025.130	992.262	32.867	3,3%
Passività Right of Use a Breve Termine	20	1.070.912	1.017.635	53.277	5,2%
Altre passività correnti	21	13.195.741	11.388.875	1.806.867	15,9%
<b>Totale Passività correnti</b>		<b>26.535.384</b>	<b>26.362.376</b>	<b>173.008</b>	<b>0,7%</b>
<b>Totale Passività</b>		<b>54.111.798</b>	<b>53.747.135</b>	<b>364.662</b>	<b>0,7%</b>



Conto Economico Consolidato al 30/06/2020 - importi in unità di euro

	Note	30/06/2020	%	30/06/2019	%	Variazione	Delta %
Ricavi Email	22	7.669.505	24,2 %	6.335.383	21,6 %	1.334.122	21,1 %
Ricavi SMS	22	21.466.413	67,7 %	20.837.289	71,1 %	629.124	3,0 %
Ricavi Predictive Marketing	22	1.425.722	4,5 %	853.004	2,9 %	572.718	67,1 %
Ricavi Servizi Professionali	22	342.565	1,1 %	354.462	1,2 %	(11.897)	(3,4 %)
Altri ricavi	22	786.266	2,5 %	930.311	3,2 %	(144.046)	(15,5 %)
<b>Totale Ricavi</b>		<b>31.690.470</b>	<b>100,0 %</b>	<b>29.310.449</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2.380.021</b>	<b>8,1 %</b>
Costi COGS	23	21.913.438	69,1 %	20.768.146	70,9 %	1.145.292	5,5 %
<b>Gross Profit</b>		<b>9.777.032</b>	<b>30,9 %</b>	<b>8.542.304</b>	<b>29,1 %</b>	<b>1.234.729</b>	<b>14,5 %</b>
Costi S&M	24	3.006.142	9,5 %	2.131.175	7,3 %	874.967	41,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	<b>25</b>	<b>1.215.385</b>	<b>3,8 %</b>	<b>813.005</b>	<b>2,8 %</b>	<b>402.380</b>	<b>49,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>		<i>(948.398)</i>	<i>(3,0 %)</i>	<i>(742.526)</i>	<i>(2,5 %)</i>	<i>(205.872)</i>	<i>27,7 %</i>
<i>Costo R&amp;D</i>		<i>2.163.783</i>	<i>6,8 %</i>	<i>1.555.531</i>	<i>5,3 %</i>	<i>608.252</i>	<i>39,1 %</i>
Costi Generali	26	3.378.094	10,7 %	3.454.403	11,8 %	(76.308)	(2,2 %)
Totale costi		7.599.621	24,0 %	6.398.582	21,8 %	1.201.039	18,8 %
<b>Ebitda</b>		<b>2.177.411</b>	<b>6,9 %</b>	<b>2.143.722</b>	<b>7,3 %</b>	<b>33.690</b>	<b>1,6 %</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	27	175.660	0,6 %	93.035	0,3 %	82.625	88,8 %
Ammortamenti diritto d'uso	27	541.835	1,7 %	324.738	1,1 %	217.097	66,9 %
Ammortamenti R&D	27	931.489	2,9 %	916.224	3,1 %	15.265	1,7 %
Ammortamenti e accantonamenti		1.648.984	5,2 %	1.333.997	4,6 %	314.987	23,6 %
<b>Ebit</b>		<b>528.428</b>	<b>1,7 %</b>	<b>809.725</b>	<b>2,8 %</b>	<b>(281.297)</b>	<b>(34,7 %)</b>
Gestione finanziaria	28	(39.906)	(0,1 %)	(23.568)	(0,1 %)	(16.338)	69,3 %
<b>Ebt</b>		<b>488.521</b>	<b>1,5 %</b>	<b>786.157</b>	<b>2,7 %</b>	<b>(297.635)</b>	<b>(37,9 %)</b>
Imposte sul reddito	29	(264.621)	(0,8 %)	(360.760)	(1,2 %)	96.140	(26,6 %)
Imposte anticipate (differite)	29	181.088	0,6 %	(14.475)	0,0 %	195.563	(1.351,1 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>		<b>404.989</b>	<b>1,3 %</b>	<b>410.922</b>	<b>1,4 %</b>	<b>(5.933)</b>	<b>(1,4 %)</b>
<i>Utile (perdita) di pertinenza del Gruppo</i>		<i>404.989</i>	<i>1,3 %</i>	<i>410.922</i>	<i>1,4 %</i>	<i>(5.933)</i>	<i>(144,4 %)</i>
<i>Utile (perdita) di pertinenza di terzi</i>							
Altre componenti di conto economico complessivo							
Utili/(perdite) che non saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio							
Utile (perdite) attuariali al netto dell'effetto fiscale		(31.993)	(0,1 %)	(97.937)	(0,3 %)	65.944	(67,3 %)
Utili/(perdite) Che saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio							
Utili/(perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci delle società consolidate in valuta diversa dall'Euro		10.281	0,0 %	(5.242)	0,0 %	15.523	(296)
<b>Utile/(Perdita) dell'esercizio complessivo</b>		<b>383.277</b>	<b>1,2 %</b>	<b>307.744</b>	<b>1,0 %</b>	<b>75.534</b>	<b>24,5 %</b>

Risultato:

per azione	30	0,0272	0,0276
per azione diluito	30	0,0272	0,0275



## Prospetto delle variazioni del Patrimonio Netto consolidato - importi in unità di euro

Valori in Euro	31/12/2019	Destinazioni e risultato	Aumento di capitale	Giroconto Riserve	Acquisto azioni proprie	Utilizzo azioni proprie a saldo MBO	Risultato CE complessivo	Stock option plan	Utili/perdite a nuovo	Risultato d'esercizio	30/06/2020
Capitale sociale	374.276										374.276
Riserva sovrapprezzo azioni	12.753.906										12.753.906
Riserva legale	80.000										80.000
Riserva straordinaria	3.417.944	2.195.912		-							5.613.855
Riserva azioni proprie in portafoglio	(259.023)				(164.918)	121.454					(302.487)
Riserva per utili su cambi	7.945								11.085		19.030
Utile/(Perdita) portati a nuovo	220.279	1.150.036							(2.192.637)		(822.323)
Riserva per Stock Option	0										0
Riserva Oci	(252.931)						(31.992)				(284.923)
Riserva di traduzione	(38.936)						10.280				(28.656)
Riserva FTA	(613.449)										(613.449)
Riserva da avanzo fusione	133.068										133.068
Risultato d'esercizio	1.150.036	(1.150.036)								404.989	404.989
<b>Patrimonio netto</b>	<b>16.973.112</b>	<b>2.195.912</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(164.918)</b>	<b>121.454</b>	<b>(21.712)</b>	<b>-</b>	<b>(2.181.552)</b>	<b>404.989</b>	<b>17.327.286</b>

Valori in Euro	31/12/2018	Destinazioni e risultato	Aumento di capitale	Giroconto Riserve	Acquisto azioni proprie	Utilizzo azioni proprie a saldo MBO	Risultato CE complessivo	Stock option plan	Utili/perdite a nuovo	Risultato d'esercizio	30/06/2019
Capitale sociale	373.279		750								374.029
Riserva sovrapprezzo azioni	12.669.957							83.949			12.753.906
Riserva legale	80.000										80.000
Riserva straordinaria	2.559.640	775.783		17.344		65.178					3.417.945
Riserva azioni proprie in portafoglio	(163.470)				(141.625)	219.611					(85.484)
Riserva per utili su cambi	25.289			(17.344)							7.945
Utile/(Perdita) portati a nuovo	(259.203)	1.255.267							(977.225)		18.839
Riserva per Stock Option	27.789							(27.789)			0
Riserva OCI e traduzione	(158.135)						98.263				(59.872)
Riserva FTA	(613.449)										(613.449)
Riserva da avanzo fusione	133.068										133.068
Risultato d'esercizio	1.255.267	(1.255.267)								410.922	410.922
<b>Patrimonio netto</b>	<b>15.930.030</b>	<b>775.783</b>	<b>750</b>	<b>-</b>	<b>(141.625)</b>	<b>284.789</b>	<b>98.263</b>	<b>56.160</b>	<b>(977.225)</b>	<b>410.922</b>	<b>16.437.847</b>



## Rendiconto finanziario consolidato - importi in unità di euro

Rendiconto finanziario	30/06/2020	30/06/2019
Utile (perdita) dell'esercizio	404.989	410.922
Im poste sul reddito	264.621	360.760
Im poste anticipate/differite	(181.088)	14.475
Interessi passivi/(interessi attivi)	27.019	14.897
(Utili)/Perdite su cambi (Dividendi)	12.887	8.671
(Plusvalenze)/m inusvalenze derivanti dalla cessione di attività		
<b>1 Utile (perdita) dell'esercizio prima d'im poste sul reddito, interessi, dividendi e plus/m inusvalenze da cessione</b>	<b>528.428</b>	<b>809.725</b>
Rettifiche per elem enti non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto:		
Accantonam ento TFR	235.983	203.828
Accantonam enti altri fondi	70.157	51.694
Am m ortam enti delle im m obilizazioni	1.600.994	1.325.620
Svalutazioni per perdite durevoli di valore		
Altre rettifiche per elem enti non monetari	(63.297)	(219.751)
<b>2 Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn</b>	<b>2.372.264</b>	<b>2.171.117</b>
Variazioni del capitale circolante netto		
Decrem ento/(increm ento) dei crediti vs clienti	2.365.300	(2.164.339)
Increm ento/(decrem ento) dei debiti verso fornitori	(1.769.519)	2.866.576
Decrem ento/(increm ento) ratei e risconti attivi	(81.542)	(214.972)
Increm ento/(decrem ento) ratei e risconti passivi	1.174.142	514.209
Decrem ento/(increm ento) crediti tributari	(1.086.547)	(671.892)
Increm ento/(decrem ento) debiti tributari	563.687	338.037
Decrem ento/(increm ento) altri crediti	200.264	20.263
Increm ento/(decrem ento) altri debiti	(399.970)	(1.142.039)
Altre variazioni del capitale circolante netto		
<b>3 Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn</b>	<b>3.338.079</b>	<b>1.716.959</b>
Altre rettifiche		(9.106)
Interessi incassati/(pagati)	(28.490)	11.324
(Im poste sul reddito pagate)	(121.302)	(16.628)
(Plusvalenze)/m inusvalenze derivanti dalla cessione di attività		
Dividendi incassati		
(Utilizzo dei fondi)	(78.107)	(58.615)
<b>4 Flusso finanziario dopo le altre rettifiche</b>	<b>3.110.180</b>	<b>1.643.935</b>
<b>A Flusso finanziario della gestione operativa</b>	<b>3.110.180</b>	<b>1.643.935</b>
Im m obilizazioni m ateriali	(308.678)	(161.953)
(Investim enti)	(308.678)	(161.953)
Prezzo di realizzo disinvestim enti		
Im m obilizazioni im m ateriali	(1.296.680)	(817.089)
(Investim enti)	(1.296.680)	(817.089)
Prezzo di realizzo disinvestim enti		
Im m obilizazioni finanziarie	(35)	4.246
(Investim enti)	(35)	4.246
Prezzo di realizzo disinvestim enti		
Attività finanziarie non im m obilizate	0	0
(Investim enti)	0	0
Prezzo di realizzo disinvestim enti		
Acquisizione o cessione di società controllate		
<b>B Flusso finanziario dell'attività di investimento</b>	<b>(1.605.393)</b>	<b>(974.795)</b>
Mezzi di terzi	(496.442)	(485.228)
Increm ento (decrem ento) debiti a breve verso banche	(25.593)	27.889
Accensione finanziam enti	484.115	600.000
Rim borso finanziam enti	(954.964)	(1.113.117)
Mezzi propri	(43.464)	78.736
Aum ento di capitale a pagam ento		750
Cessione (acquisto) di azioni proprie	(43.464)	77.986
Variazione riserva sovrapprezzo		
<b>C Flusso finanziario dell'attività di finanziamento</b>	<b>(539.906)</b>	<b>(406.492)</b>
<b>Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)</b>	<b>964.881</b>	<b>262.648</b>
Disponibilità liquide Apertura	8.946.689	7.711.606
Disponibilità liquide Chiusura	9.911.569	7.974.254
<b>Variazione Disponibilità Liquide</b>	<b>964.881</b>	<b>262.648</b>



## Note esplicative al bilancio consolidato al 30/06/2020

### Informazioni Generali

Il Gruppo MailUp è un operatore verticalmente integrato attivo nel settore delle Cloud Marketing Technologies (“MarTech”), settore in forte espansione ed evoluzione, e offre una vasta gamma di soluzioni ai propri clienti, con particolare focalizzazione sul messaging e sulla data-driven e multi-channel marketing automation.

Il core business del Gruppo è rappresentato da sviluppo e vendita di (i) tecnologie finalizzate all’invio massivo di email e mobile messaging, in particolare tramite il canale SMS, per finalità di marketing e transazionali, (ii) sofisticati strumenti di editing di email e newsletter, (iii) innovative soluzioni nel campo delle marketing technologies (Predictive Marketing), oltre a (iv) servizi professionali di consulenza in questo ambito. La capogruppo MailUp è una persona giuridica organizzata secondo l’ordinamento della Repubblica Italiana e ha sviluppato una piattaforma Software-as-a-Service (“SaaS”) multicanale (email, newsletter, SMS e social) di cloud computing per la gestione professionale di campagne marketing digitali utilizzata da oltre 10.000 clienti diretti, a cui si aggiungono numerosi clienti indiretti gestiti dalla capillare rete dei rivenditori. A livello consolidato il Gruppo opera con oltre 23.000 clienti distribuiti in 115 Paesi ed è presente con le proprie sedi in tre continenti con un organico di oltre 240 collaboratori.

Dopo l’ammissione alle negoziazioni delle azioni ordinarie sul mercato AIM Italia gestito da Borsa Italiana nel 2014, MailUp ha affiancato alla crescita organica un percorso di sviluppo per linee esterne, acquisendo realtà affermate ed emergenti, appartenenti allo stesso segmento di mercato o a business complementari: Acumbamail (mercato spagnolo e LatAm), Globase (mercato Nordics), Agile Telecom (mercato SMS wholesale), Datatrics (marketing predittivo tramite intelligenza artificiale).

### Principi contabili

#### Criteri di redazione del bilancio consolidato di Gruppo

Ai sensi dell’articolo 4 del D.Lgs 28/02/2005, n. 38, che disciplina l’esercizio delle opzioni previste dall’articolo 5 del regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19/07/2002 relativo all’applicazione di principi contabili internazionali, la capogruppo ha esercitato la facoltà di adottare in via volontaria i principi contabili internazionali (di seguito anche “IFRS”) emessi dall’International Accounting Standards Board (“IASB”) e omologati dalla Commissione Europea per la predisposizione del proprio bilancio consolidato a decorrere dall’esercizio che si è chiuso al 31/12/2016. Per IFRS si intendono i nuovi International Financial Reporting Standards, i principi contabili internazionali rivisti (“IAS”), tutte le interpretazioni dell’International Financial Reporting Interpretations Committee (“IFRIC”), precedentemente denominate Standing Interpretations Committee (“SIC”).

Si precisa che i principi contabili IFRS applicati nella redazione del bilancio semestrale chiuso al 30/06/2020 sono quelli in vigore a tale data e sono conformi a quelli adottati per la redazione del bilancio al 31/12/2019, eccetto per quanto descritto nel paragrafo “Variazioni nei principi contabili”.

Ai fini della predisposizione dei prospetti contabili, viene data prevalenza alla sostanza economica delle operazioni piuttosto che alla loro forma giuridica.

Con riferimento allo IAS 1 paragrafi 25 e 26, gli Amministratori confermano che, in considerazione delle prospettive economiche, della patrimonializzazione e della posizione finanziaria della Società, non sussistono incertezze sulla continuità aziendale del Gruppo e che, conseguentemente, nella redazione del bilancio al 30/06/2020, adotta principi contabili propri di una azienda in funzionamento.

Nell’esercizio 2019 sono stati superati per il secondo anno consecutivo i requisiti previsti dall’art 27 del DLgs n. 127/1991 che determinano l’obbligo di redazione del bilancio consolidato, precedentemente predisposto su base volontaria. MailUp, quale società capogruppo di società controllate, strettamente connesse in termini di creazione del valore all’interno dell’attività del Gruppo ed in relazione al regolamento emittenti AIM Italia, ha comunque redatto, già dall’esercizio 2014 il bilancio annuale consolidato.

Il presente bilancio semestrale consolidato sarà sottoposto a revisione limitata da parte di BDO Italia S.p.A., in virtù dell’incarico ad essa conferito per il periodo 2020-2022.

#### Principi di consolidamento applicati nella redazione del bilancio consolidato

Il bilancio consolidato è stato predisposto consolidando con il metodo dell’integrazione globale i bilanci della capogruppo, nonché quelli di tutte le società dove la stessa detiene direttamente o indirettamente la maggioranza dei diritti di voto al 30/06/2020 (cd metodo del “consolidamento integrale”).

Le società si definiscono controllate quando la Capogruppo ha il potere, direttamente o indirettamente, di esercitare la gestione in modo da ottenere benefici dall’esercizio di tale attività. I bilanci delle società controllate sono consolidati a partire dalla data in cui il Gruppo ne acquisisce il controllo e deconsolidati a partire dalla data in cui tale controllo viene meno.

Secondo quanto disposto dall’IFRS 3, le società controllate acquisite dal Gruppo sono contabilizzate secondo il metodo dell’acquisizione (purchase account).

Il costo di acquisizione corrisponde al valore corrente delle attività acquisite, azioni emesse o passività assunte alla data di acquisizione.



Per la partecipazione nella società collegata, scarsamente significativa nell'ambito del Gruppo, si è optato per mantenere invariata la valorizzazione del bilancio al 31/12/2019.

Nella redazione del presente bilancio consolidato sono stati ripresi integralmente (line by line) gli elementi dell'attivo, del passivo nonché i proventi e gli oneri delle imprese incluse nell'area di consolidamento.

Si è proceduto, poi, all'eliminazione:

- del valore contabile delle partecipazioni detenute dalla società capogruppo nelle imprese controllate incluse nell'area di consolidamento e delle corrispondenti frazioni dei patrimoni netti delle società;
- dei crediti e debiti finanziari e commerciali intragruppo;
- degli oneri e dei proventi relativi ad operazioni intercorse fra imprese consolidate;
- dei dividendi distribuiti fra le società del gruppo;
- delle garanzie intragruppo;
- L'eccesso del costo di acquisto rispetto al valore corrente delle quote di pertinenza del gruppo delle partecipazioni è contabilizzato nell'attivo patrimoniale come avviamento. L'eventuale avviamento negativo è contabilizzato a conto economico;
- le quote di patrimonio netto e del risultato d'esercizio di competenza di azionisti terzi sono separatamente evidenziate, rispettivamente in apposita voce dello stato patrimoniale e del conto economico consolidati.

Gli effetti fiscali derivanti dalle rettifiche di consolidamento apportate ai bilanci delle società consolidate sono contabilizzati, ove necessario, nel fondo imposte differite o nelle attività per imposte anticipate

### Società controllate consolidate integralmente

Il consolidamento integrale ha riguardato le partecipazioni delle sottoelencate società delle quali la capogruppo detiene direttamente il controllo:

Denominazione	Città o Stato Estero	Capitale Sociale	Patrimonio netto	Utile/(perdita)	% Poss.	Valore bilancio
MAILUP INC	STATI UNITI	41.183	367.135	(43.245)	100	728.752
ACUMBAMAIL SL	SPAGNA	4.500	117.813	89.715	100	1.092.658
MAILUP NORDICS A/S	DANIMARCA	67.001	800.659	(1.756)	100	800.000
AGILE TELECOM S.p.A.	CARPI (MO)	500.000	1.200.953	410.953	100	8.800.000
DATATRICS B.V.	OLANDA	999	(1.344.750)	(642.757)	100	6.802.698
DATATRICS S.R.L.	MILANO	10.000	27.959	13.913	100	10.000
						<b>18.234.108</b>

Per informazioni di dettaglio sulle attività svolte dalle controllate e sul ruolo strategico ricoperto all'interno del Gruppo MailUp si invita alla consultazione della Relazione sulla gestione parte della presente fascicolo relazione semestrale consolidata alla sezione "Il Gruppo".

I bilanci semestrali oggetto di consolidamento sono tutti riferiti alla data di chiusura della capogruppo corrispondente al 30/06/2020.

### Criteri di conversione dei bilanci non redatti in Euro

La conversione dei bilanci delle controllate espressi in valuta diversa dall'Euro, MailUp Inc e MailUp Nordics, compresa la sub-controllata danese Globase International, viene effettuata adottando le seguenti procedure:

- le attività e le passività sono state convertite in base ai cambi correnti al 30/06/2020;
- i componenti del conto economico sono stati convertiti in base ai cambi medi del primo semestre 2020;
- le differenze di cambio emergenti sono state addebitate o accreditate in apposita riserva del patrimonio netto consolidato denominata "Riserva da differenze di traduzione";
- le voci del patrimonio netto sono convertite ai cambi storici alla data del primo consolidamento;
- l'avviamento ove esistente e gli aggiustamenti di fair value correlati all'acquisizione di un'entità estera sono trattati come attività e passività dell'entità estera e convertiti al cambio alla data di primo consolidamento.

Di seguito si riportano i cambi utilizzati:



	Cambio al 30/06/2020	Cambio medio primo semestre 2020	Cambio al 31/12/2019	Cambio medio primo semestre 2020
Dollaro USA	Euro 1,1198	Euro 1,1015	Euro 1,1234	Euro 1,195
Corona Danese	Euro 7,4526	Euro 7,4648	Euro 7,4715	Euro 7,4666

Fonte <http://cambi.bancaditalia.it>

### Schemi di Bilancio e Indicatori Alternativi di Performance (IAP)

Gli schemi di bilancio adottati hanno le seguenti caratteristiche:

a) nella Situazione Patrimoniale – Finanziaria le attività e passività sono esposte in ordine crescente di liquidità; un'attività/passività è classificata come corrente quando soddisfa uno dei seguenti criteri:

- ci si aspetta che sia realizzata/estinta o si prevede che sia venduta o utilizzata nel normale ciclo operativo;
- sia posseduta principalmente per essere negoziata;

- si prevede che si realizzi/estingua entro 12 mesi dalla data di chiusura del bilancio.

In mancanza di tutte e tre le condizioni, le attività/passività sono classificate come non correnti;

b) nel Conto Economico i componenti positivi e negativi del reddito sono esposti per destinazione come nel precedente esercizio. Tale scelta è dettata dalla maggiore facilità di lettura e comparabilità rispetto ai bilanci degli altri player del medesimo settore. Nella riclassifica adottata i ricavi sono segmentati tra le linee di business caratteristiche, evidenziando il differente contributo delle singole componenti sui volumi complessivi. I costi sono suddivisi in quattro macro aree: *Cost of Goods Sold* (COGS), o costi di erogazione dei servizi core del Gruppo, e costi afferenti alle principali aree operative, *Sales and Marketing* (S&M) per i reparti commerciali e marketing, *Research and Development* (R&D) per il reparto ricerca e sviluppo, oltre ai Costi Generali (G&A) per le spese amministrative e di struttura. Gli ammortamenti sono anch'essi riferiti alle differenti aree di business. Nella parte di approfondimento del contenuto delle voci di Conto Economico sono illustrati più in dettaglio i criteri seguiti nella riclassificazione economica adottata. Sempre per le finalità sopra richiamate si è fatto riferimento all'EBITDA (Earnings Before Interest Taxes Depreciation Amortization), grandezza economica non definita nei Principi Contabili IAS/IFRS rappresentativa di un Indicatore Alternativo di Performance (IAP), pari al risultato operativo al netto degli ammortamenti materiali ed immateriali;

c) nelle Altre Componenti di Conto Economico Complessivo sono evidenziate tutte le variazioni degli Altri utili (perdite) complessivi, intervenute nell'esercizio, generate da transazioni diverse da quelle poste in essere con gli Azionisti e sulla base di specifici Principi Contabili IAS/IFRS. La Società ha scelto di rappresentare tali variazioni in un prospetto separato rispetto al Conto Economico. Le variazioni degli Altri utili (perdite) complessivi sono esposte al netto degli effetti fiscali correlati identificando separatamente, ai sensi dello IAS 1R in vigore dal primo gennaio 2013, le componenti che sono destinate a riversarsi nel conto economico in esercizi successivi e quelle per le quali non è previsto alcun riversamento al conto economico;

d) il Prospetto dei Movimenti del Patrimonio Netto, così come richiesto dai principi contabili internazionali, fornisce evidenza separata del risultato di esercizio e di ogni altra variazione non transitata a Conto Economico, ma imputata direttamente agli Altri utili (perdite) complessivi sulla base di specifici Principi Contabili IAS/IFRS, nonché delle operazioni con Azionisti, nella loro qualità di Azionisti;

e) il Rendiconto Finanziario è redatto applicando il metodo indiretto.

### Criteri di valutazione

I criteri di valutazione adottati dal Gruppo, ispirati ai Principi Contabili IAS/IFRS, sono coerenti e sostanzialmente invariati rispetto a quelli applicati nel bilancio annuale al 31/12/2019, ad eccezione di quanto di seguito riportato. Per tutti gli altri criteri di valutazione e Principi Contabili applicati si rimanda alle note esplicative del bilancio annuale al 31/12/2019 relative alla capogruppo che possono essere consultate al seguente link: <https://www.mailupgroup.com/it/bilanci/>.

### NUOVI PRINCIPI CONTABILI, EMENDAMENTI ED INTERPRETAZIONI APPLICATI DAL 1° GENNAIO 2020

#### Emendamenti allo IAS 1 ed allo IAS 8

Nel mese di ottobre 2018 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti allo IAS 1 ed allo IAS 8 che forniscono chiarimenti circa la definizione di "materialità".

#### Emendamenti all'IFRS 9, allo IAS 39 ed all'IFRS 7

Nel mese di settembre 2019 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti all'IFRS 9, allo IAS 39 ed all'IFRS 7 che forniscono alcuni rilievi in relazione alla riforma della determinazione dei tassi interbancari. I rilievi riguardano la contabilizzazione delle operazioni di copertura ed implicano che la modifica del tasso interbancario (IBOR) non dovrebbe generalmente causare la chiusura contabile delle operazioni di copertura. Gli effetti di ogni copertura inefficace dovrebbero comunque continuare a transitare per il conto economico. Data la natura diffusa delle coperture che coinvolgono i contratti basati sul tasso interbancario, i rilievi interesseranno le aziende di tutti i settori.



## Emendamenti all'IFRS 3

Nel mese di ottobre 2018 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti all'IFRS 3 che modificano la definizione di "business".

### PRINCIPI CONTABILI, EMENDAMENTI ED INTERPRETAZIONI NON ANCORA APPLICABILI

Alla data del presente Bilancio, inoltre, gli organi competenti dell'Unione Europea non hanno ancora concluso il processo di omologazione necessario per l'adozione dei seguenti principi contabili ed emendamenti:

- Nel mese di maggio 2017 lo IASB ha emesso il nuovo principio IFRS 17 "Contratti di assicurazione". Il nuovo principio sostituirà l'IFRS 4 e sarà applicabile con decorrenza dal 1° gennaio 2021.
- Nel mese di gennaio 2020 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti allo IAS 1 che chiariscono che la definizione di "corrente" o "non corrente" di una passività è in funzione del diritto in essere alla data del bilancio. Gli emendamenti saranno applicabili con decorrenza dal 1° gennaio 2022.
- Nel mese di maggio 2020 lo IASB ha pubblicato un emendamento all'IFRS 16 che fornisce un espediente pratico per la valutazione dei contratti di leasing, nel caso in cui a seguito del Covid-19 siano stati rinegoziati i canoni. Il locatario può scegliere di contabilizzare la concessione come un canone variabile nel periodo in cui viene riconosciuto un pagamento inferiore.

Il Gruppo adotterà tali nuovi principi, emendamenti ed interpretazioni, sulla base della data di applicazione prevista e ne valuterà i potenziali impatti quando questi saranno omologati dall'Unione Europea.

### Informativa relativa al valore contabile degli strumenti finanziari

Al fine di fornire informazioni in grado di illustrare l'esposizione ai rischi finanziari assume notevole rilevanza l'informativa fornita dalle imprese in merito alla valutazione al fair value degli strumenti finanziari così come previsto dal principio contabile IFRS 7. La "gerarchia del Fair Value" prevede tre livelli:

- livello 1: se lo strumento finanziario è quotato in un mercato attivo;
- livello 2: se il fair value è misurato sulla base di tecniche di valutazione che prendono a riferimento parametri osservabili sul mercato, diversi dalle quotazioni dello strumento finanziario;
- livello 3: se il fair value è calcolato sulla base di tecniche di valutazione che prendono a riferimento parametri non osservabili sul mercato.

#### 30/06/2020 MailUp SpA

<i>(In unità di Euro)</i>	Valore in bilancio	Fair value	Gerarchia fair value
<b>Altre attività finanziarie</b>			
Altre attività finanziarie non correnti	106.916	<b>106.916</b>	Livello 3
Altre attività finanziarie correnti	490.195	<b>490.195</b>	Livello 1

Per un dettaglio sulla composizione delle voci sopra evidenziate si rimanda alle note illustrative specifiche esposte di seguito in questo documento.

### Passività potenziali

Allo stato attuale nel contesto delle società del Gruppo non sussistono contenziosi legali o tributari che richiedano l'iscrizione di passività potenziali.



## Attività

## Attività non correnti

## Attività materiali (1)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.872.294	1.773.924	98.370

## Impianti e macchinari

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Impianti E Macchinari	90.468	108.185	(17.717)
Altri Beni	1.781.826	1.665.739	116.088
<b>Totale</b>	<b>1.872.294</b>	<b>1.773.924</b>	<b>98.370</b>

Nella voce "altri beni" sono iscritte:

- spese per l'acquisto di mobili e arredi degli uffici per euro 190.759, al netto dell'ammortamento d'esercizio;
- spese per l'acquisto di macchine elettroniche d'ufficio per euro 674.265 al netto dell'ammortamento d'esercizio;
- spese per acquisto e installazione di insegne, per euro 452 al netto dell'ammortamento d'esercizio;
- spese per l'acquisto di telefoni cellulari per euro 1.764 al netto dell'ammortamento d'esercizio;
- Spese per migliore su beni di terzi per euro 904.198 relative all'allestimento e personalizzazione della nuova sede di Milano al netto dell'ammortamento d'esercizio;
- altre immobilizzazioni materiali per euro 10.388.

## Diritti d'uso

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
4.225.882	4.629.957	(404.075)

Descrizione	31/12/2019	Incrementi esercizio	Decrementi esercizio	Amm.to Esercizio	30/06/2020
Diritto d'uso uffici IFRS16	4.207.500	24.795		(417.638)	3.814.657
Diritto D'uso autovetture IFRS16	422.457	112.965		(124.197)	411.225
<b>Saldo al 31/12/2019</b>	<b>4.629.957</b>	<b>137.760</b>	<b>0</b>	<b>(541.835)</b>	<b>4.225.882</b>

In data 01/01/2019 ha trovato prima applicazione il principio contabile IFRS 16 Leases che prevede, nel caso specifico del Gruppo, per i contratti di affitto di uffici, leasing e noleggio a lungo termine su veicoli, salvo limitate eccezioni per contratti di breve durata o di importo ridotto, la rilevazione del RoU (Right of Use o Diritto d'uso) acquisito tra le attività non correnti del bilancio, in contropartita della passività finanziaria costituita dal valore attuale dei canoni di locazione futuri.

Il valore del diritto d'uso è stato determinato mediante l'attualizzazione dei canoni di locazione futuri previsti nel relativo contratto in occasione della first time adoption del principio contabile o successivamente al momento della sottoscrizione di nuovi contratti o modifica degli stessi. Il tasso marginale utilizzato per la categoria omogenea dei contratti di affitto degli uffici strumentali coincide con il tasso applicato alla capogruppo, in occasione di una recente operazione di finanziamento a medio lungo termine erogato a suo favore dal sistema bancario, ed è pari allo 0,8% annuo. Per i contratti di leasing e noleggio veicoli si è optato per il tasso medio annuo delle operazioni di leasing, pari al 3%, esplicitato nei relativi contratti. Gli importi sopra esposti sono, come per gli altri cespiti materiali ed immateriali, al netto del relativo fondo ammortamento e rispettivamente pari a Euro 3.814.657 per gli uffici in locazione e a Euro 411.225 per i veicoli in locazione. Il principio IFRS 16 prevede infatti che il Right of Use venga ammortizzato in quote costanti in relazione alla durata residua del contratto sottostante.

## Attività immateriali (2)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
4.761.235	4.313.406	447.829

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Sviluppo piattaforma	4.314.835	3.959.258	355.577
Software di terzi	419.364	310.929	108.435
Marchi	10.163	8.878	1.286
Altre	16.871	34.342	(17.470)
<b>Totale</b>	<b>4.761.235</b>	<b>4.313.406</b>	<b>447.829</b>

Nella voce "Sviluppo piattaforma" sono iscritti i costi per lo sviluppo della piattaforma MailUp al netto degli ammortamenti di competenza; nella stessa voce sono iscritti i costi per progetti di sviluppo della piattaforma MailUp in corso di realizzazione, attività non ancora ultimate e, pertanto, non ancora ammortizzate. Da menzionare anche gli sviluppi capitalizzati relativi al software BEE. Tale asset è stato conferito dalla capogruppo alla controllata MailUp Inc a far data dal 31/12/2016.

Nella voce "Software di terzi" sono iscritti i costi relativi a software di proprietà di terzi e le relative spese di implementazione e personalizzazione alle esigenze del Gruppo. La voce "Marchi" include le spese sostenute per il deposito e la tutela del marchio MailUp in Italia e in altri paesi considerati strategici dal punto di vista commerciale.

Per un'analisi approfondita delle nuove funzionalità apportate nel 2020 alla piattaforma MailUp, al software BEE e relativamente ai progetti di ricerca e sviluppo svolti da MailUp e dalle altre società del Gruppo si rimanda al paragrafo "Attività di ricerca e sviluppo" della Relazione sulla gestione della relazione semestrale consolidata al 30/06/2020, parte integrante del presente fascicolo di bilancio.

## Avviamento (3)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
16.710.687	16.710.687	0

Gli avviamenti derivanti dall'acquisizione di società sono così dettagliati:

Descrizione	30/06/2020
MailUp Inc	162.418
Acumbamail SL	464.923
MailUp Nordics A/S	485.636
MailUp Nordics /Globase	460.137
Agile Telecom S.p.A.	8.256.720
Datatrix B.V.	6.801.699
Avviamento Faxator	79.154
<b>Totale</b>	<b>16.710.687</b>

## Impairment test sugli avviamenti

Gli amministratori verificano la recuperabilità degli avviamenti iscritti nel bilancio consolidato almeno annualmente attraverso apposite valutazioni (test di impairment) su ciascuna unità generatrice di cassa (*Cash Generating Units* o CGU). L'avviamento è calcolato come differenza tra il valore di acquisto della partecipazione in società controllate ed il patrimonio netto della controllata all'atto del primo consolidamento. Nel caso specifico le CGU sono rappresentate dalla specifica controllata a cui si riferisce



l'avviamento. La recuperabilità dell'investimento è determinata con riferimento ai flussi di cassa previsti.

A seguito della crisi sanitaria determinata dal virus Covid 19, più volte citata nella Relazione sulla gestione, parte integrante della presente Relazione semestrale, e degli impatti economici negativi che hanno interessato numerosi clienti del Gruppo, pur in presenza di risultati semestrali consolidati positivi, alcune delle controllate hanno evidenziato performance semestrali inferiori rispetto alle previsioni formulate in sede di budget 2020, in particolare Datatrics BV e Agile Telecom. Per queste ultime gli Amministratori della capogruppo hanno verificato la congruenza delle ipotesi formulate, in occasione dello scorso bilancio annuale, per il piano triennale 2020-2023, alla base dei test di impairment, rispetto ai nuovi e più incerti scenari futuri, proiettando i risultati semestrali al 31/12/2020 e formulando ipotesi ad hoc fino al 2023 che tengano conto del mutato clima economico. Per Agile Telecom si prevede il recupero, già in atto, della marginalità ridotta del Q1 2020 e il mantenimento delle prospettive reddituali e finanziarie già testate positivamente nei precedenti test di impairment, nonostante la sensitivity applicata che, in presenza di elevati volumi di fatturato, penalizza in senso decisamente prudenziale i margini, non essendo previste ipotesi correttive analoghe per i costi operativi. Anche per Datatrics le verifiche condotte in base a ipotesi aggiornate non hanno determinato necessità di rivedere i risultati di impairment, pur in presenza di sensitivity I significativi investimenti di potenziamento della struttura sales e marketing previsti nel piano, connessi al valore strategico per il Gruppo del business di Datatrics, sono stati redistribuiti nel tempo e si prevede un percorso di ritorno a risultati positivi differito di un esercizio rispetto alla precedente pianificazione.

Le altre controllate, in presenza di valori di avviamento significativamente inferiori rispetto ai casi precedenti, sono risultate in linea con le previsioni o hanno evidenziato contrazioni contenute che si prevede non avranno ripercussioni sul riallineamento rispetto ai piani precedentemente formulati e sull'esito dei relativi impairment.

A fronte dell'analisi sopra evidenziata non sono emerse perdite di valore rispetto al valore degli avviamenti iscritti in bilancio.

#### Partecipazioni in società collegate (4)

Denominazione	Stato	31/12/2019	Rivalutazioni	Svalutazioni	Acquisti	30/06/2020
CRIT Cremona information Technology	Italia	119.229				119.229
<b>Totale</b>		<b>119.229</b>				<b>119.229</b>

L'importo iscritto nell'attivo dello stato patrimoniale si riferisce alla partecipazione di MailUp nel Consorzio CRIT (Cremona information Technology). Il Consorzio non redige il bilancio semestrale per cui si è optato per mantenere invariato il valore della partecipazione rispetto alla chiusura del precedente esercizio.

Il CRIT ha permesso, come fondamentale fattore di stimolo e luogo di incontro degli attori coinvolti, non solo dei consorziati, ma anche delle istituzioni, la realizzazione a Cremona del "Polo per l'innovazione digitale", il nuovo complesso edilizio, inaugurato ufficialmente il 10 giugno 2017, presso cui si sono insediati i consorziati, compresa MailUp, che vi ha trasferito la propria sede operativa ed amministrativa di Cremona a partire da luglio 2017. Anche lo spazio co-working denominato Cobox, gestito dal consorzio CRIT, si è trasferito presso il Polo.

Tutte queste iniziative sono riconducibili agli obiettivi strategici del CRIT, ovvero conseguire sinergie tra i consorziati, sviluppare servizi di interesse comune, sia di carattere gestionale che operativo (incubatore start-up, strutture comuni per formazione, mensa, sale riunioni) e costituire un centro di eccellenza in grado di generare nuove aziende e di trasferire al mondo locale delle imprese e alla comunità le opportunità economiche e di migliore qualità della vita, derivanti dall'uso di nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione.

#### Altre attività non correnti (5)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
429.659	106.880	322.779

Descrizione	31/12/2019	Incremento	Decremento	30/06/2020
Crediti Verso Imprese Collegate	64.641			64.641
Crediti V/Altri	5.806			5.806
Crediti Tributari oltre l'esercizio	36.434	35		36.469
Pegno BPER	0			322.743
<b>Totale</b>	<b>106.880</b>	<b>322.779</b>	<b>0</b>	<b>429.659</b>



I crediti in oggetto hanno tutti previsione di incasso superiore ai 12 mesi e sono quindi classificati come “non correnti”.

La voce “Crediti verso altri” è relativa a depositi cauzionali esigibili oltre l’esercizio.

La voce Pegno BPER fa riferimento alla somma trattenuta a titolo di pegno da Banca Popolare dell’Emilia Romagna a fronte della prima erogazione del finanziamento connesso al bando Mise “ICT Agenda digitale” di cui si fa ampio cenno nel paragrafo relativo alla ricerca e sviluppo della Relazione sulla gestione. L’importo del pegno è calcolato nella misura del 40% del totale erogato dalla stessa BPER e da Cassa Depositi e Prestiti e verrà progressivamente rilasciato a fronte del rimborso delle relative rate come da piano di ammortamento.

### Attività per imposte differite (6)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.306.371	1.116.143	190.228

Le attività per imposte anticipate si riferiscono a differenze temporanee rilevate nei singoli bilanci e a differenze da consolidamento che si riverseranno nei prossimi esercizi.

Il dettaglio in relazione ad ogni società del gruppo può così essere riepilogato:

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019
Mailup Spa	618.751	717.796
Agile Telecom Spa	6.007	2.806
MailUp Inc	379.086	253.578
Datatrix BV	302.652	141.963
Datatrix Srl	(125)	0
<b>Totale</b>	<b>1.306.371</b>	<b>1.116.143</b>

La recuperabilità futura delle imposte anticipate stanziate è stata verificata attraverso la proiezione dei risultati stimati per i prossimi esercizi, in sede di business plan, della capogruppo e delle controllate.

### Attività correnti

#### Crediti commerciali e altri crediti (7)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
8.926.201	11.291.536	(2.365.335)

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Crediti verso clienti	8.926.201	11.291.536	(2.365.335)
Verso imprese collegate	0		0
<b>Totale</b>	<b>8.926.201</b>	<b>11.291.536</b>	<b>(2.365.335)</b>

Si espone di seguito la ripartizione dei crediti per area geografica:



Crediti per area geografica	V/clienti	V/ collegate	Totale
Clients Italia	5.574.436		5.574.436
Clients Ue	1.821.172		1.821.172
Clients Extra Ue	1.530.593		1.530.593
<b>Totale</b>	<b>8.926.201</b>	<b>0</b>	<b>8.926.201</b>

#### Altre attività correnti (8)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
5.358.476	4.247.686	1.110.790

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Rimanenze	6.149	5.221	928
Crediti Tributari	2.612.657	1.383.144	1.229.513
Altri Crediti	1.603.741	1.804.934	(201.193)
Ratei E Risconti Attivi	1.135.929	1.054.387	81.542
<b>Totale</b>	<b>5.358.476</b>	<b>4.247.686</b>	<b>1.110.790</b>

La voce Crediti verso altri comprende il credito residuo verso Regione Lombardia per l'ultima tranche del contributo a fondo perduto sul progetto Big Data Analytics, oltre al credito maturato per il contributo a fondo perduto sul progetto New Innovative Multilateral Platform di cui si fa cenno in dettaglio nella Relazione sulla gestione. La voce Crediti tributari comprende il credito IVA di Agile Telecom per Euro 2.147.608 relativo all'anno 2019 e al primo semestre 2020, ai crediti d'imposta per assunzione personale per Euro 65.239, al credito d'imposta Ricerca e Sviluppo per Euro 31.987, ai crediti Ires e Irap del 2019 per Euro 318.691 di Agile Telecom e altri crediti verso l'erario per ritenute per Euro 49.132.

#### Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni (9)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
490.195	490.998	(803)

Il Gruppo ha destinato una frazione della liquidità disponibile e non destinata, nel breve termine, a finanziare la gestione caratteristica o altri progetti strategici, quali operazioni di M&A o progetti di ricerca e sviluppo, a investimento in titoli azionari quotati su AIM Italia con l'ottica di smobilizzo a breve termine.

L'investimento è stato successivamente rimborsato in data 08/07/2020 al valore nominale di Euro 500 mila.

#### Disponibilità liquide (10)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
9.911.569	8.946.689	964.881

Il saldo rappresenta le disponibilità liquide e l'esistenza di numerario e di valori alla data del 30/06/2020.



## Passività

### Patrimonio netto di gruppo

#### Capitale sociale (11)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
374.276	374.276	0

Il capitale sociale della capogruppo MailUp S.p.A. è interamente versato ed è rappresentato al 30/06/2020 da 14.971.046 azioni ordinarie prive di valore nominale, la cui parità contabile è pari ad euro 0,025 cadauna.

#### Riserve (12)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
16.548.041	15.448.802	1.099.219

Descrizione	Saldo al 31/12/2019	Incrementi	Decrementi	Saldo al 30/06/2020
Riserva Sovrapp. Azioni	12.753.906			12.753.906
Riserva Legale	80.000			80.000
Riserva Straordinaria	3.417.945	2.195.912		5.613.857
Riserva Per Adeg.Cambi	7.945	11.085		19.030
Riserva Fta	(613.449)			(613.449)
Riserva Oci	(252.931)	1.570	33.562	(284.923)
Riserva Azioni Proprie In Port.	(259.023)	121.454	164.918	(302.487)
Riserva Da Avanzo Di Fusione	133.068			133.068
Riserva di traduzione	(38.936)	12.654	2.373	(28.656)
Utili/Perdite A Nuovo	220.279	1.150.036	2.192.638	(822.323)
<b>Totale</b>	<b>15.448.802</b>	<b>3.492.711</b>	<b>2.393.491</b>	<b>16.548.021</b>

L'incremento della Riserva straordinaria è determinato dall'utile di esercizio 2019 della capogruppo al netto dell'accantonamento per Euro 11 migliaia alla Riserva per adeguamento cambi. A ciò si deve sommare l'effetto positivo per Euro 14 migliaia derivante dall'assegnazione di una parte del bonus MBO mediante attribuzione di azioni proprie ai dipendenti e collaboratori di MailUp.

La riserva FTA si è generata in sede di transizione agli IFRS del bilancio individuale e consolidato.

La riserva OCI è rappresentativa degli effetti derivanti dalla rimisurazione dei piani a benefici definiti, così come rappresentati nello schema di conto economico complessivo

La Riserva Stock Options si è azzerata a seguito del completamento del relativo piano di incentivazione come ricordato nel bilancio separato.

La Riserva negativa per azioni proprie in portafoglio corrisponde al prezzo di acquisto delle azioni proprie della capogruppo possedute al 30/06/2020.

La Riserva di traduzione esprime l'effetto netto della conversione nel bilancio consolidato dei bilanci delle società controllate estere con valuta diversa dall'Euro (Mailup Inc e MailUp Nordics/Globase).

#### Risultato del periodo

Il risultato netto del primo semestre risulta positivo ed ammonta a Euro 404.989 rispetto ad a Euro 410.922 al 30 giugno 2019. Per un'analisi approfondita dei risultati consolidati si rimanda alla specifica sezione della Relazione sulla gestione semestrale, parte integrante di questo bilancio.

#### Passività non correnti



### Debiti verso banche e altri finanziatori (13)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.776.531	1.445.112	331.419

La voce "debiti verso banche" è relativa alla sola capogruppo. Si rimanda alle note che seguono sui debiti verso banche correnti per ulteriori informazioni sulla relativa composizione.

Si segnala che l'indebitamento del Gruppo è rappresentato da finanziamenti chirografari. Il Gruppo non ha fatto ricorso a finanziamenti agevolati o a moratorie sul rimborso dell'indebitamento già in essere derivanti da provvedimenti legislativi connessi al Covid 19 per il supporto finanziario alle imprese.

### Passività per Right of use a lungo termine (13)

Descrizione	Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
Passività Right of use uffici a lungo termine	3.002.639	3.398.121	(395.482)
Passività Right of use auto a lungo termine	172.366	230.386	(58.020)
<b>Totale</b>	<b>3.175.005</b>	<b>3.628.507</b>	<b>(453.502)</b>

La passività finanziaria sopra esposta è calcolata in applicazione del Principio Contabile IFRS 16 e corrisponde al valore attuale delle rate future dei contratti di affitto, noleggio e leasing in essere alla data della rilevazione, con scadenza oltre i 12 mesi.

### Altre passività non correnti (14)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
3.000.000	3.000.000	0

Si tratta della quota a medio termine del debito verso BMC Holding B.V., parte venditrice di Datatrics B.V., per la parte da regolarsi in contanti del prezzo di acquisto e per la parte di aumento di capitale corrispondente all'importo massimo, pari a Euro 3 milioni, del compenso variabile a titolo di earn out che sarà eventualmente riconosciuto ai venditori al raggiungimento di determinate soglie di fatturato entro il 2022.

### Fondi rischi e oneri (15)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
22.167	200.000	(177.833)

Descrizione	31/12/2019	Incrementi	Decrementi	Riclassifiche	30/06/2020
Fondi Trattamento Fine Mandato	200.000	62.167	240.000		22.167
<b>Totale</b>	<b>200.000</b>	<b>62.167</b>	<b>240.000</b>	<b>0</b>	<b>22.167</b>

Il fondo per trattamento di quiescenza è riferito all'indennità dovuta agli amministratori in sede di cessazione mandato. Nel bilancio consolidato è presente anche l'accantonamento relativo agli amministratori di Agile Telecom, oltre a quello effettuato dalla capogruppo.

A seguito del termine del mandato degli amministratori in carica al 31/12/2019 è stato liquidato il relativo Trattamento di fine mandato, ad aprile 2020.

### Fondi del personale (16)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.853.640	1.718.547	135.093



La variazione è così determinata.

	31/12/2019	Incrementi	Decrementi	Utili/Perdite attuariali	30/06/2020
F.Do indennità di licenziamento	1.718.547	201.973	78.108	11.228	1.853.640

Gli incrementi sono relativi ad accantonamenti dell'esercizio del fondo trattamento fine rapporto del personale dipendente. I decrementi sono relativi a utilizzi dell'esercizio.

Le principali assunzioni attuariali, valutate da un esperto indipendente, sono:

*Ipotesi demografiche*

Con riferimento alle ipotesi demografiche sono state utilizzate le tavole di mortalità ISTAT 2011 e le tavole di inabilità/invalidità INPS. Relativamente alle probabilità di uscita dall'attività lavorativa per cause diverse dalla morte, sono state utilizzate delle probabilità di turn-over riscontrate nelle Società oggetto di valutazione su un orizzonte temporale di osservazione ritenuto rappresentativo, in particolare sono state considerate frequenze annue pari al 10%

*Ipotesi Economico - finanziarie*

Riguardano le linee teoriche delle retribuzioni, il tasso tecnico d'interesse, il tasso d'inflazione ed i tassi di rivalutazione delle retribuzioni e del TFR.

Le valutazioni tecniche sono state effettuate sulla base delle ipotesi descritte dalla seguente tavola:

	30/06/2020
Tasso annuo tecnico di attualizzazione	0,70%
Tasso annuo di inflazione	1,50%
Tasso annuo aumento retribuzioni complessivo	2,50%

In merito alla scelta del tasso di attualizzazione, si è scelto di prendere come indice di riferimento l'indice per l'Eurozona Iboxx Corporate AA con durata coerente con la durata media finanziaria del collettivo oggetto di valutazione (10+ anni).

### Passività per imposte differite (17)

Descrizione	31/12/2019	Incrementi	Decrementi	30/06/2020
Fondo Per Imposte Differite	419.480	2.305		421.785
<b>Totale</b>	<b>419.480</b>	<b>2.305</b>	<b>0</b>	<b>421.785</b>

Il fondo per imposte differite è relativo a differenze derivanti dall'elisione di ammortamenti infragruppo emerse in sede di bilancio consolidato e, in parte preponderante, alle differenze rilevate, da MailUp Inc, tra gli ammortamenti riferiti all'asset Software BEE relativi al primo semestre 2020, e i medesimi costi fiscalmente rilevanti.

### Passività correnti

#### Debiti commerciali e altri debiti (18)

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Debiti verso fornitori	11.222.853	12.942.856	(1.720.003))
Debiti verso società collegate	20.749	20.749	(0)
<b>Totale</b>	<b>11.243.602</b>	<b>12.963.604</b>	<b>(1.720.003)</b>



I Debiti verso fornitori" sono iscritti al netto degli sconti commerciali. Di seguito si espone la ripartizione dei debiti verso fornitori per area geografica:

Crediti per area geografica	V/ fornitori	V/ collegate	Totale
Italia	8.664.497	20.749	8.685.246
UE	1.767.284		1.767.284
Extra UE	791.072		791.072
<b>Totale</b>	<b>11.222.853</b>	<b>20.749</b>	<b>11.243.602</b>

### Debiti verso banche e altri finanziatori (19)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.025.130	992.262	32.867

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Debiti Verso Banche A Breve	75.280	100.873	(25.593)
Finanziamenti Quota A Breve	949.850	891.389	58.460
<b>Totale</b>	<b>1.025.130</b>	<b>992.262</b>	<b>32.867</b>

La voce Finanziamenti quota a breve è relativa alle quote residue a breve termine dei finanziamenti chirografari accessi dalla capogruppo con Banco BPM, Credito Emiliano, Banca BPER e Credit Agricole. La restante voce è relativa al debito bancario verso i circuiti di pagamento elettronico per i pagamenti effettuati mediante carta di credito.

### Passività diritto d'uso breve termine (20)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
1.070.912	1.017.635	53.277

Descrizione	30/06/2020	31/12/2019	Variazioni
Passività diritto d'uso uffici a breve termine	829.411	818.165	11.246
Passività diritto d'uso autovetture a breve termine	241.501	199.470	42.031
<b>Totale</b>	<b>1.070.912</b>	<b>1.017.635</b>	<b>53.277</b>

La passività finanziaria sopra esposta è calcolata in applicazione del Principio Contabile IFRS 16 e corrisponde al valore attuale delle rate future dei contratti di affitto, noleggio e leasing in essere alla data della rilevazione, con scadenza entro i 12 mesi.

### Altre passività correnti (21)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 31/12/2019	Variazioni
13.195.741	11.388.875	1.806.867

Si espone di seguito la composizione delle Altre passività correnti:



Descrizione	30/06/2020
Acconti	1.559
Debiti tributari	1.128.761
Debiti verso Istituti di previdenza	439.135
Debiti verso amministratori per emolumenti	28.750
Debiti verso dipendenti per salari, ferie, permessi e mensilità aggiuntive	1.551.742
Debiti per bonus MBO	237.002
Debito verso BMC Holding B.V. entro 12 mesi	374.148
Ratei Passivi	2.380
Risconti Passivi	9.432.264
<b>Totale</b>	<b>13.195.741</b>

I debiti tributari sono principalmente riferibili alle ritenute applicate sui redditi da lavoro dipendente e autonomo da versare nel corso del periodo successivo, al debito per le imposte dirette stanziate e dovute e all'IVA. I debiti verso istituti di previdenza e sicurezza sociale sono principalmente relativi agli oneri sociali di varia natura da versare nel corso del periodo successivo con riferimento alle retribuzioni del mese di giugno, alla tredicesima mensilità e alle ferie maturate e non godute. Il debito verso BMC Holding è relativo all'operazione di acquisizione di Datatrics B.V. di cui si è già riferito in merito alla quota non corrente della medesima partita. Risconti passivi: la maggior parte dei ricavi di MailUp è basata su canoni annuali ricorrenti. MailUp incassa i canoni derivanti dal servizio email, ma, per il principio di competenza, solo una parte dei canoni andrà a formare i ricavi dell'anno di competenza, mentre la parte non di competenza, ovvero i risconti passivi formano la base dei ricavi dell'anno successivo. Anche le altre controllate che propongono i propri servizi con modalità a canone anticipato SaaS, come Acumbamail, MailUp Inc, Datatrics e Globase sono soggette al calcolo dei risconti passivi, anche se in misura minore essendo detti canoni principalmente mensili. I risconti passivi sono anche relativi al canale SMS, nel caso in cui, tipicamente in MailUp, la vendita sia anticipata rispetto all'effettivo utilizzo ed invio da parte del cliente. Rispetto al 31/12/2019 vi è stato un aumento significativo dei Risconti passivi SMS legato principalmente ad un cliente della controllata Agile Telecom. Quest'ultimo ha acquistato ingenti pacchetti di SMS in modalità prepagata, di cui ha usufruito solo in parte, per cui i relativi ricavi sono stati stornati e imputati a tale voce.

Il Gruppo non ha usufruito di misure di rinvio dei versamenti fiscali concesse alle imprese per fronteggiare la crisi sanitaria con l'eccezione della controllata olandese Datatrics B.V. che ha beneficiato del rinvio del pagamento dei debiti VAT e relativi alla tassazione del personale dipendente maturati nel primo semestre 2020 concessa dal governo olandese. Tali importi verranno corrisposti in sei rate entro la fine dell'esercizio 2020.

## Conto Economico

### Ricavi (22)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
31.690.470	29.310.449	2.380.021

I ricavi delle vendite e delle prestazioni di servizi risultano pari a Euro 31,7 milioni registrando un incremento di Euro 2,4 milioni (+8 %) rispetto al corrispondente dato del primo semestre 2019.

### Ricavi per tipologia di prodotto

Di seguito si rappresenta il dettaglio della composizione della voce ricavi suddivisi per tipologia di prodotti.

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Ricavi Email	7.669.505	6.335.383	1.334.122
Ricavi SMS	21.466.413	20.837.289	629.124
Ricavi Predictive Marketing	1.425.722	853.004	572.718
Ricavi Servizi Professionali	342.565	354.462	(11.897)
Altri ricavi	786.266	930.311	(144.046)
<b>Totale</b>	<b>31.690.470</b>	<b>29.310.449</b>	<b>2.380.021</b>



Gli altri ricavi si riferiscono principalmente ai contributi sui bandi oltre a sopravvenienze attive e proventi relativi ad attività residuali. Per un'analisi più approfondita dei risultati economici della società si rimanda alla specifica sezione della Relazione sulla gestione della presente relazione semestrale al 30/06/2020.

### COGS (Cost of goods sold) (23)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
21.913.438	20.768.146	1.145.292

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Acquisti	18.831.439	17.986.285	845.154
Servizi	1.364.075	1.046.889	317.186
Costi Per Godimento Beni Di Terzi	5.695	10.128	(4.433)
Costo Del Personale	1.682.101	1.697.518	(15.417)
Oneri Diversi Di Gestione	30.128	27.325	2.803
<b>Totale</b>	<b>21.913.438</b>	<b>20.768.146</b>	<b>1.145.292</b>

I COGS sono determinati dai costi direttamente riferibili all'erogazione dei servizi che rappresentano il core business del Gruppo, cioè le piattaforme tecnologiche e i servizi gestiti dalle società rientranti nel perimetro di consolidamento. Rientrano in questa categoria i costi per l'infrastruttura tecnologica IT, compresi i costi del personale specifico, i costi delle aree direttamente coinvolte nell'erogazione del servizio, ad esempio i reparti deliverability, help-desk, le aree che si occupano della personalizzazione dei servizi su richiesta del cliente e altri costi variabili direttamente riferibili ai servizi venduti alla clientela. La parte decisamente preponderante è rappresentata dagli acquisti di invii SMS, circa Euro 18,6 milioni, effettuati da Agile Telecom presso fornitori esterni.

### Costi Sales & Marketing (24)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
3.006.142	2.131.175	874.967

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Acquisti	4.749	8.476	(3.727)
Servizi	1.013.568	558.679	454.889
Costi Per Godimento Beni Di Terzi	5.226	2.873	2.353
Costo Del Personale	1.981.127	1.561.100	420.027
Oneri Diversi Di Gestione	1.472	48	1.425
<b>Totale</b>	<b>3.006.142</b>	<b>2.131.175</b>	<b>874.967</b>

Rientrano in questo ambito i costi dei dipartimenti che si occupano dell'attività commerciale e di marketing per conto delle società del Gruppo. Oltre ai costi del personale, in prevalenza afferenti all'area sales, si segnalano alcuni costi tipici dell'attività di marketing come i c. d. Pay per Click o gli eventi per accrescere la visibilità dei servizi del Gruppo.

### Costi Research & Development (25)



Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
1.215.385	813.005	402.380

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Acquisti	871	10.733	(9.862)
Servizi	220.077	130.030	90.047
Costi Per Godimento Beni Di Terzi	807	10.364	(9.556)
Costo Del Personale	1.942.027	1.404.404	537.624
Costo del personale capitalizzato	(948.398)	(742.526)	(205.872)
<b>Totale</b>	<b>1.215.385</b>	<b>813.005</b>	<b>402.380</b>

Tali costi sono relativi ai reparti che si occupano dell'attività di ricerca e sviluppo riferita alla piattaforma MailUp, al servizio BEE e all'infrastruttura di invio degli SMS di Agile Telecom. Per finalità di maggiore chiarezza espositiva, viene evidenziato separatamente l'ammontare dei costi di personale capitalizzati, evidenziando poi, nello schema di Conto Economico adottato, il costo netto risultante. La capitalizzazione viene effettuata in relazione all'utilità futura dei progetti di sviluppo software della piattaforma MailUp e dell'editor BEE. L'attività di ricerca e sviluppo per il semestre oggetto di analisi è descritta in modo approfondito nell'apposita sezione della Relazione sulla gestione.

#### Costi Generali (26)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
3.378.094	3.454.403	(76.308)

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Acquisti	46.639	99.366	(52.727)
Servizi	2.124.883	1.652.420	472.463
Costi Per Godimento Beni Di Terzi	57.425	67.655	(10.230)
Costo Del Personale	1.002.121	874.975	127.146
Oneri Diversi Di Gestione	147.027	759.987	(612.960)
<b>Totale</b>	<b>3.378.094</b>	<b>3.454.403</b>	<b>(76.308)</b>

I costi generali esprimono le spese di struttura, prevalentemente connesse agli uffici strumentali all'attività svolta (utenze, manutenzioni, relativi acquisti), le spese amministrative in genere, compresi i costi del personale contabile, legale, degli addetti al back office commerciale, alle risorse umane e al controllo di gestione, i compensi del Consiglio di amministrazione, del Collegio Sindacale e della società di revisione, le consulenze legali, fiscali, contabili, del lavoro e le altre consulenze in genere, oltre ai costi inerenti allo status di società quotata, ad esempio relativi all'attività di Investor Relation e ai costi di M&A.

#### Ammortamenti e svalutazioni (27)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
1.648.984	1.333.997	314.987



Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Ammortamenti e accantonamenti Generali	202.763	93.035	109.728
Ammortamenti diritto d'uso	541.835	324.738	217.097
Ammortamenti R&D	904.386	916.224	(11.838)
<b>Totale</b>	<b>1.648.984</b>	<b>1.333.997</b>	<b>314.987</b>

## Gestione finanziaria (28)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
(39.906)	(23.568)	(16.338)

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Proventi Finanziari	13.711	19.582	(5.871)
Oneri Finanziari	(40.730)	(34.479)	(6.251)
Utili Su Cambi	27.805	2.504	25.301
Perdite Su Cambi	(40.692)	(11.175)	(29.517)
<b>Totale</b>	<b>(39.906)</b>	<b>(23.568)</b>	<b>(16.338)</b>

L'importo è costituito da interessi attivi su conti correnti bancari e altri depositi remunerati di liquidità, utili e perdite su cambi, interessi passivi su finanziamenti bancari a medio lungo termine.

Gli oneri finanziari comprendono l'interest cost derivante dalla valutazione attuariale secondo lo IAS 19R e gli interessi passivi relativi alla passività finanziaria Right of Use per Euro 23 migliaia calcolati in base all'IFRS 16.

## Imposte sul reddito d'esercizio (29)

Saldo al 30/06/2020	Saldo al 30/06/2019	Variazioni
(83.533)	(375.235)	291.702

Descrizione	30/06/2020	30/06/2019	Variazioni
Imposte correnti	(264.621)	(360.760)	96.140
Imposte differite	181.088	(14.475)	195.563
<b>Totale</b>	<b>(83.533)</b>	<b>(375.235)</b>	<b>291.702</b>

Le società del Gruppo hanno provveduto allo stanziamento delle imposte di periodo sulla base dell'applicazione delle norme tributarie vigenti nel paese di appartenenza. Le imposte di competenza sono rappresentate dalle imposte correnti, dalle imposte differite e anticipate, relative a componenti di reddito positivi o negativi soggetti rispettivamente a imposizione o deduzione in altri esercizi rispetto a quello di contabilizzazione. Sono state calcolate anche le imposte anticipate/differite connesse alle scritture di consolidamento derivanti dalle elisioni dei margini infragruppo e al relativo effetto sulle quote di ammortamento consolidate.

## Utile per azione (30)

L'utile base per azione è calcolato dividendo l'utile netto del periodo attribuibile ai soci ordinari della società per il numero medio ponderato delle azioni ordinarie, con esclusione delle azioni proprie, in circolazione durante il 2019. Di seguito sono esposti il risultato d'esercizio e le informazioni sulle azioni utilizzate al fine del calcolo dell'utile per azione base.



Descrizione	30/06/2020
<b>Utile netto attribuibile ai soci</b>	404.989
Numero delle azioni ordinarie ad inizio esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio ad inizio esercizio	73.881
Numero delle azioni ordinarie a fine esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio a fine esercizio	79.980
Numero ponderato delle azioni in circolazione	14.894.116
<b>Utile base per azione</b>	<b>0,0272</b>

L'utile diluito per azione è così calcolato:

Descrizione	30/06/2020
<b>Utile netto attribuibile ai soci</b>	404.989
Numero della azioni ordinario ad inizio esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio ad inizio esercizio	73.881
Azioni potenzialmente assegnabili a inizio esercizio	0
Numero delle azioni ordinarie a fine esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio a fine esercizio	79.980
Azioni potenzialmente assegnabili a fine esercizio	0
Numero ponderato delle azioni in circolazione	14.894.116
<b>Utile base per azione</b>	<b>0,0272</b>

## Organico

Al 30/06/2020 i dipendenti del Gruppo ammontano a 250 unità di cui 5 dirigenti, 18 quadri, 226 impiegati e un operaio.

Livello d'inquadramento	Numero complessivo	%	Italia	Stati Uniti	Spagna	Danimarca	Olanda
Operai	1	1%	1				
Impiegati	226	92%	167	11	8	3	37
Quadri	18	5%	16		2		
Dirigenti	5	2%	3	1		1	
<b>Totale</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>	<b>187</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>37</b>

## Transazioni con parti correlate



I rapporti intrattenuti dal Gruppo con le parti correlate, individuate sulla base dei criteri definiti dallo IAS 2 - Informativa di bilancio sulle operazioni con parti correlate - sono effettuati a normali condizioni di mercato. Per gli approfondimenti del caso, compresa la tabella che presenta il dettaglio della movimentazione intervenuta, si rimanda all'apposito paragrafo della Relazione sulla gestione semestrale al 30/06/2020.

#### **Compensi ad Amministratori e Sindaci**

Il compenso agli Amministratori, comprensivo della relativa contribuzione, è stato pari, nel semestre in oggetto a Euro 650.424 mentre il compenso ai Collegi Sindacali, dove presenti, è stato pari ad Euro 22 migliaia.

#### **Compensi alla società di revisione**

Si evidenzia che - ai sensi della lettera 16bis dell'art. 2427 cc - l'importo totale dei corrispettivi spettanti alla società di revisione ricompresi nella relazione intermedia al 30/06/2020 a livello consolidato è stato pari a complessivi Euro 22.782.

#### **Informativa sull'Attività di direzione e coordinamento**

Ai sensi dell'art. 2497-bis C.C. si evidenzia che il Gruppo non è soggetto all'attività di direzione e di coordinamento.

#### **Fatti intervenuti dopo la data di riferimento del semestre**

Si rimanda alla specifica sezione della Relazione sulla gestione al 30/06/2020 per gli approfondimenti del caso.

La presente relazione semestrale consolidata, composta da Stato patrimoniale, Conto economico, Prospetto delle variazioni del Patrimonio Netto, Rendiconto Finanziario e Note esplicative rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria nonché il risultato economico del periodo e corrisponde alle risultanze delle scritture contabili.

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci.

Milano, 15 settembre 2020

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Monfredini





**MailUp S.p.A.**

Relazione della società di revisione  
indipendente

Bilancio consolidato intermedio  
abbreviato al 30 giugno 2020

## Relazione di revisione contabile limitata sul bilancio consolidato intermedio abbreviato

Agli azionisti della  
MailUp S.p.A.

### Introduzione

Abbiamo svolto la revisione contabile limitata dell'allegato bilancio consolidato intermedio abbreviato al 30 giugno 2020, costituito dal prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato al 30 giugno 2020, dal prospetto dell'utile/perdita complessivo consolidato semestrale, dal rendiconto finanziario consolidato semestrale, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato semestrale per il periodo chiuso a tale data e dalla relative note esplicative di MailUp e delle sue controllate (di seguito anche il "Gruppo MailUp"). Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio consolidato semestrale abbreviato in conformità al principio contabile internazionale applicabile per l'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34) adottato dall'Unione Europea. È nostra la responsabilità di esprimere una conclusione sul bilancio consolidato semestrale abbreviato sulla base della revisione contabile limitata svolta.

### Portata della revisione contabile limitata

Il nostro lavoro è stato svolto in conformità all'International Standard on Review Engagements 2410, "Review of Interim Financial Information Performed by the Independent Auditor of the Entity". La revisione contabile limitata del bilancio consolidato intermedio consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile degli aspetti finanziari e contabili, analisi di bilancio ed altre procedure di revisione contabile limitata. La portata di una revisione contabile limitata è sostanzialmente inferiore rispetto a quella di una revisione contabile completa svolta in conformità agli *International Standards on Auditing* e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione contabile completa. Pertanto, non esprimiamo un giudizio sul bilancio consolidato intermedio.

### Conclusioni

Sulla base della revisione contabile limitata svolta, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio consolidato intermedio abbreviato del Gruppo MailUp al 30 giugno 2020 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità al principio contabile internazionale applicabile per l'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34) adottato dall'Unione Europea.

Milano, 16 settembre 2020

BDO Italia S.p.A.  
  
Manuel Ceppola  
Socio



**MILANO** | Via Pola 9 | 20124 Milano | + 39 02 710 40485

**CREMONA** | Via dell'Innovazione Digitale 3 | 26100 Cremona | +39 0372 24525

**TICKER:** MAIL.MI

 [mailupgroup.com](https://mailupgroup.com)  [investor.relations@mailupgroup.com](mailto:investor.relations@mailupgroup.com)

