

MAILUP S.P.A.

Sede in VIALE FRANCESCO RESTELLI 1 -20124 MILANO (MI) Capitale sociale Euro 216.666,68 i.v.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Signori Azionisti,

l'esercizio chiuso al 31/12/2015 riporta un risultato positivo pari a Euro 111.686.

Condizioni operative e sviluppo dell'attività

MailUp Spa è una persona giuridica organizzata secondo l'ordinamento della Repubblica Italiana che svolge la propria attività nel settore delle marketing technologies su cloud (newsletter/email, SMS, social network). Nata il 23 settembre 2002, MailUp S.p.A. ha sviluppato ed è proprietaria della piattaforma MailUp® accessibile tramite internet in modalità SaaS (Software-as-a-Service) per la gestione e l'invio professionale di newsletter, email e SMS. Essendo totalmente web-based non richiede l'installazione di software o hardware.

Le principali attività svolte sono costituite dalla fornitura dei servizi di invio *email* e *SMS*, di altri servizi complementari correlati (es. campagne su social network), oltre alla novità rappresentata del servizio *BEE Plugin*.

Invio Email

Il servizio MailUp consente ai clienti di inviare, a costi contenuti, messaggi *email* con finalità di comunicazione commerciale e marketing (es. promozioni), informativi (es. *newsletter*) o transazionali (es. notifiche, avvisi) ai propri contatti. Ogni cliente cioè carica sul sistema MailUp l'elenco delle proprie anagrafiche e su questi può programmare l'invio di comunicazioni.

Il sistema di invio MailUp gestisce in automatico gli errori di invio e la cancellazione, nel rispetto della normativa sul trattamento dei dati personali e delle "best practice" di settore, dei destinatari che non desiderano più ricevere informazioni da parte del mittente.

La piattaforma MailUp® guida il cliente nella creazione *dell'email* da inviare assicurando un alto tasso di recapito del messaggio.

La creazione dei messaggi *email* è una delle componenti principali del servizio, che dispone di strumenti che consentono la creazione di messaggi graficamente elaborati senza dover ricorrere a specialisti, grazie a centinaia di modelli grafici disponibili oltre all'editor BEE che consente, semplicemente trascinando blocchi di contenuti e di immagini, di creare un messaggio gradevole e "*responsive*", cioè che adatta la propria forma in relazione al dispositivo utilizzato per visualizzarlo (ad esempio sui dispositivi mobili che hanno uno schermo ridotto).

Per verificare che il messaggio creato sia efficacemente riprodotto sui dispositivi più diffusi (es. PC, Mac, *tablet*, *smartphone*, etc.) il sistema MailUp dispone di una funzione che permette di visualizzare l'anteprima del proprio messaggio su oltre 60 *client* di posta differenti (es. Gmail, Hotmail, Yahoo, Outlook, Apple Mail, Android, Lotus Notes) in modo da non incorrere in errori imprevisti di visualizzazione.

E' possibile per il cliente ottenere report dettagliati che monitorano in tempo reale l'efficacia della *email*.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Il sistema MailUp è in grado di gestire invii massivi (anche di milioni di destinatari per singolo invio).

L'accesso al sistema MailUp è granulare, cioè è possibile limitare i permessi dei vari utenti in modo che possano visualizzare e gestire solo un sotto-insieme dei dati e delle funzioni disponibili, come richiesto in certi casi per finalità di sicurezza o privacy. In MailUp inoltre è anche incluso il servizio SMTP+ (con protocollo *SMTP Relay*) che consente di trasferire facilmente – senza necessità di scrivere righe di codice – il flusso dei messaggi da un *server* o da una applicazione interna dell'utente verso MailUp, che si occuperà della spedizione verso i destinatari finali dell'utente. Per l'invio di messaggi transazionali ad alto tasso di recapito, MailUp mette a disposizione del cliente anche funzionalità, strumenti e applicativi di integrazione con software esterni ("API" o "Application Programming Interface") che permettono di connettere la piattaforma con applicativi di terze parti tramite i protocolli standard SOAP e RESTful.

Grazie ad accordi con i principali *mailbox providers* (come Hotmail, Yahoo!, AOL) MailUp riceve una notifica (c.d. *Feedback Loop*) ogni volta che un loro utente segnala un particolare messaggio inviato attraverso MailUp giudicato indesiderato. Questo permette di cancellare immediatamente quell'utente dalla lista del cliente MailUp, in modo da tenere la lista più "pulita" e assicurare un miglior tasso di recapito sugli invii successivi.

A differenza dei propri concorrenti, la struttura dei costi secondo il modello di *business* dell'Emittente non è legata al numero di messaggi *email* inviati: si paga un canone *flat* (fisso). Questo significa massima libertà nella comunicazione, con un costo certo predeterminato: inviare qualunque tipo di messaggio, di qualunque dimensione, senza vincoli di costo o di contatti nel database.

Invio SMS

L'offerta di MailUp integra la funzionalità email con la possibilità di poter spedire SMS fino a 160 caratteri in oltre 200 paesi, o anche concatenati fino a 3 messaggi, per un totale di 459 caratteri, con mittente personalizzato e ricevuta di recapito con errori dettagliati.

Per poter inviare i messaggi è necessario acquistare un pacchetto di crediti, che può essere utilizzato entro due anni nel caso in cui il cliente abbia acquistato il solo servizio SMS. Nel caso in cui, invece, il cliente abbia sottoscritto un contratto per il servizio email ed SMS, la durata del credito per utilizzare il servizio SMS sarà legato alla scadenza del servizio *email*.

L'invio di SMS è caratterizzato dall'elevata qualità del servizio, con elevata capacità di invio che assicura un recapito veloce anche nel caso di grandi volumi.

La piattaforma di invio SMS è integrata con la piattaforma di invio *email*, consentendo così di gestire un'unica anagrafica e un'unica segmentazione. Anche le logiche di "Marketing Automation" sono impostabili sul canale SMS al pari delle Email, consentendo così di inviare – ad esempio – un SMS a tutti i destinatari che non hanno ricevuto una particolare Email, oppure che l'hanno ricevuta e hanno cliccato su uno specifico Link.

BEE Plugin e altri servizi

BEE Plugin è un servizio che consente di inserire all'interno di applicazioni di terzi il sistema di creazione di email "responsive" (cioè predisposte per essere lette su tutti i principali client di posta elettronica, inclusi smartphone e tablet) sviluppato da MailUp per la propria piattaforma. Tale prodotto è in vendita dal mese di novembre 2015 attraverso il sito <http://developers.beefree.io> ed è un primo passo all'interno della strategia dell'"Embeddable ESP", cioè della possibilità di inserire le tecnologie sviluppate da MailUp all'interno di altre applicazioni terze (es. software gestionali, CRM, CMS) che necessitano di un sistema professionale per la creazione e per l'invio di Email.

A differenza delle due linee di business principali, questa terza linea di business si rivolge al mercato degli sviluppatori di software e dei fornitori di applicazioni cloud.

Vi poi sono alcuni servizi, complementari alle attività core sopra ricordate, relativi alla comunicazione di marketing sui social media. Con il canale Social (disponibile gratuitamente) è possibile pubblicare post su più

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

profili Facebook, Twitter e LinkedIn da un unico ambiente, monitorarne l'attività in termini di aperture, *click*, commenti, *like*, *retweet* e misurare l'andamento della popolarità di ogni profilo nel tempo (*followers*, amici, *subscribers*, contatti).

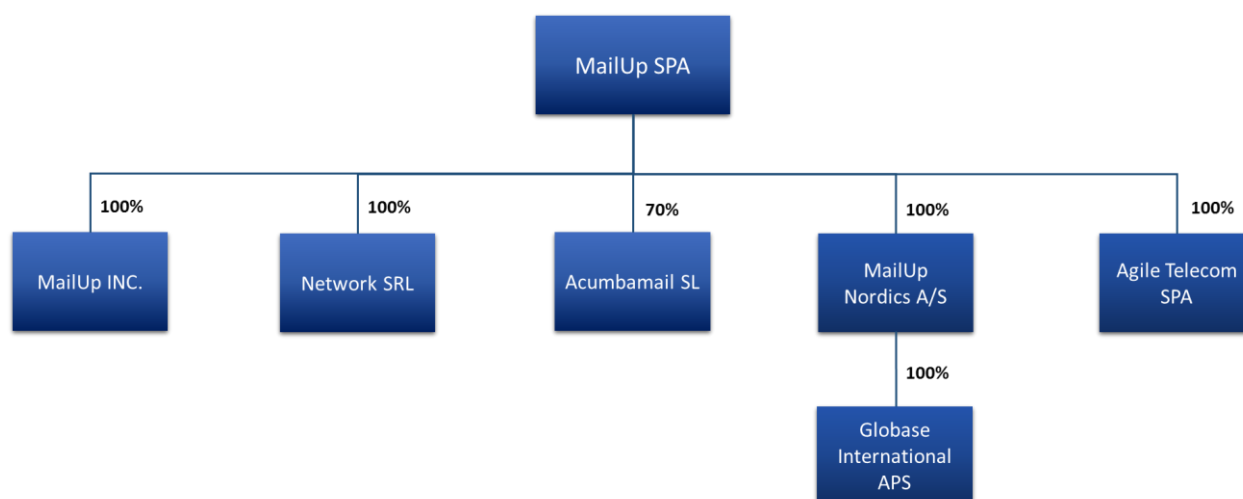
Con sede in Milano e Cremona, MailUp S.p.A. possiede un portafoglio di circa 9.500 clienti. I clienti MailUp sono differenziati in tutti i settori, dalle piccole aziende alle multinazionali, dagli studi professionali alle banche, dalle ONLUS agli enti pubblici.

MailUp S.p.A. è quotata dal 29 luglio 2014 all'AIM Italia / Mercato alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

Ai sensi dell'art. 2428 si segnala che l'attività viene svolta nella sede legale di Milano via Restelli 1 e nella sede amministrativa di Cremona via Dei Comizi Agrari 10.

Sotto il profilo giuridico la società MailUp S.p.A. controlla le seguenti società che svolgono attività complementari e/o funzionali al core business del gruppo:

Acumbamail SL
Agile Telecom S.p.A.
MailUp Inc
MailUp Nordics A/S
Network S.r.l.



Ulteriori informazioni sulle società del gruppo sono reperibili nel bilancio consolidato.

Principali eventi

Nel corso dell'esercizio 2015, l'attività aziendale è stata caratterizzata dal progetto di espansione tramite linee esterne mediante acquisizione di nuove partecipazioni di controllo, oltre che dalla realizzazione di una serie di progetti innovativi volti a migliorare la qualità del prodotto e dei servizi offerti dal gruppo.

Nello specifico, con riferimento al percorso di crescita per linee esterne, si specifica quanto segue:

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

In data 31 luglio 2015 è stato acquisito il 70% del capitale della società **Acumbamail S.L.**, startup fondata nel 2012 con sede a Ciudad Real, in Spagna, che ha sviluppato una piattaforma di email marketing diffusa nei mercati con lingua spagnola (Spagna e LATAM) e dalle notevoli potenzialità di sviluppo, con un modello di vendita freemium orientato ad una clientela di più basso profilo e quindi complementare a MailUp, che si sta sempre più posizionando sulla fascia medio-alta del mercato. Il modello freemium, infatti, prevede un livello iniziale di utilizzo gratuito della piattaforma che diventa successivamente a pagamento al superamento di una determinata soglia di utilizzo, favorendo così i clienti dai volumi contenuti, con un numero ridotto di destinatari. Nel 2015 la controllata spagnola, leader emergente nel mercato nazionale di settore, ha consuntivato ricavi in crescita del 100% rispetto al precedente esercizio (263 mila euro) e un EBITDA del 25% sul fatturato (65 mila euro).

I 4 soci fondatori di Acumbamail sono rimasti, con una quota del 30%, con incarichi operativi nella società: due con ruolo di sviluppatori e due come amministratori con deleghe.

Un patto parasociale tra MailUp e i soci fondatori, con una durata di 3 anni, prevede che l'amministrazione ordinaria rimanga in capo ai soci fondatori tuttora nel consiglio di amministrazione con diretto di veto dell'amministratore espresso da MailUp oltre determinati limiti di spesa e su materie specifiche di competenza del Consiglio di amministrazione.

L'accordo prevede inoltre un diritto di opzione, per acquisire, da parte di MailUp, o per vendere, da parte dei soci fondatori, la quota del 30% rimasta in capo a questi ultimi, a partire dal 2018 con una valorizzazione che sarà calcolata in funzione degli obiettivi raggiunti nel triennio.

In data 13 novembre è stata acquisita il 100% del capitale della società AD Pepper Denmark A/S (ora **MailUp Nordics A/S**) che a sua volta possiede il 100% del capitale della società **Globase International ApS**, società danese, operativa nel settore dell'email marketing nei mercati scandinavi (Danimarca, Norvegia, Svezia, Finlandia e Islanda) con focus sui clienti medio-grandi. Il gruppo delle due società era di proprietà della Ad Pepper Media NV, gruppo olandese quotato sul mercato borsistico tedesco, attivo nel settore del marketing digitale ed in particolar modo della lead generation, che ha deciso di dismettere le proprie attività di email marketing nel nord Europa a seguito della cessazione delle proprie attività core business in Danimarca.

Globase, società nata nel 1999, sviluppa soluzioni che consentono ai propri clienti di gestire e migliorare le campagne di marketing utilizzando tutti i canali di comunicazione disponibili. Ad una piattaforma software proprietaria innovativa si aggiungono servizi professionali di consulenza per lo sviluppo di personalizzazioni, dataset, la configurazione e la gestione di flussi di marketing automation.

L'azienda conta circa 100 clienti tra cui Mercedes-Benz, Bang & Olufsen e 3M. L'acquisizione del gruppo MailUp Nordics ha sia lo scopo di posizionare la piattaforma MailUp nel mercato del nord Europa, sfruttando la riconoscibilità del marchio Globase e il posizionamento favorevole in un mercato con alte barriere all'ingresso e alto livello di spesa in email marketing, sia l'obiettivo di accrescere il proprio know-how, in particolare nella gestione delle problematiche dei clienti di medio-grandi dimensioni.

In data 4 dicembre 2015 il Consiglio di amministrazione di MailUp SpA ha deliberato di procedere con l'offerta vincolante per acquisire il 100% del capitale di **Agile Telecom S.p.A.**

L'acquisizione si configurava ai sensi dell'articolo 14 del regolamento emittenti AIM Italia come Reverse Take Over e pertanto il Consiglio di Amministrazione ha convocato l'assemblea dei soci per il 23 dicembre 2015, al fine di approvare l'operazione.

L'Operazione, che si è poi perfezionata con la sottoscrizione delle parti del contratto di compravendita e conferimento di partecipazioni in data 29 dicembre 2015, ha previsto l'acquisizione da parte di MailUp dell'intero capitale sociale di Agile Telecom, per un prezzo complessivo pari a Euro 6.000.000 corrisposto secondo le seguenti modalità:

- quanto a Euro 1.993.488 interamente in denaro alla data del closing;
- quanto a Euro 1.206.512 mediante accollo da parte di MailUp di un debito di Zoidberg S.r.l. verso Agile Telecom alla data del closing;
- quanto a Euro 800.000 interamente in denaro entro 10 giorni dall'approvazione del Bilancio d'Esercizio 2015 di Agile Telecom;
- quanto a Euro 2.000.000 in azioni MailUp di nuova emissione, dei quali Euro 16.666,68 a titolo di capitale sociale, il cui valore è stato calcolato sulla base del valore medio del titolo MailUp negli ultimi tre mesi.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

In data 23 dicembre 2015, l'assemblea soci ha deliberato in seduta ordinaria l'approvazione dell'acquisizione di Agile Telecom S.p.A. ai sensi dell'articolo 18 dello statuto, e in seduta straordinaria un Aumento di capitale sociale a pagamento con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, quarto comma, primo periodo, del Codice Civile, per complessivi Euro 2.000.000, di cui Euro 1.983.333,32 a titolo di sovrapprezzo, mediante emissione di n. 666.667 nuove azioni ordinarie MailUp S.p.A. da riservare in sottoscrizione a Zoidberg S.r.l. in qualità di socio di Agile Telecom S.p.A. e da liberarsi mediante il conferimento in natura da parte di Zoidberg S.r.l. di n. 165.000 azioni ordinarie rappresentative del 33% del capitale sociale di Agile Telecom S.p.A..

Nel contesto dell'Operazione, le parti hanno previsto altresì il riconoscimento, in favore dei Venditori, di un corrispettivo integrativo (earn-out) da corrispondere sulla base del valore dell'EBITDA medio di Agile Telecom per il biennio 2015-2016. Tale corrispettivo integrativo sarà corrisposto da parte di MailUp, per un ammontare almeno pari al 25%, in denaro, quanto al residuo importo, mediante l'assegnazione di un numero di azioni di MailUp da calcolarsi sulla base del prezzo medio di mercato delle azioni dell'Emittente nei tre mesi immediatamente precedenti alla data di riferimento.

La controllata Agile Telecom, 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 elettronica di cui all'articolo 25 del Codice (D.Lgs. 1 agosto 2003, n. 259; Allegato n. 9) - Servizio di comunicazione telefonica nomadico. La società è inoltre iscritta al Registro degli Operatori (ROC) di Comunicazione dell'Autorità per Garanzie nelle Telecomunicazioni (AGCOM) al n. 23397. Agile Telecom opera dal 1999 come operatore internazionale indipendente specializzato in servizi SMS a livello di carrier (cosiddetto "aggregatore") e A2P (application-to-person) accessibili sia direttamente da applicazioni e server web di terzi tramite protocolli SMPP, UCP, HTTP o API da qualunque server tramite un'applicazione web proprietaria. Decine di connessioni dirette con carrier e operatori in tutto il mondo permettono ad Agile Telecom di ottimizzare la consegna dei messaggi in ogni nazione, garantendo alle aziende proprie clienti la migliore qualità di invio al minor prezzo.

L'assemblea dei soci in data 23 dicembre ha poi deliberato:

1. Attribuzione al Consiglio di Amministrazione di una delega, ai sensi dell'articolo 2443 del Codice Civile, ad aumentare il capitale sociale, gratuitamente (anche mediante emissione di cd. bonus shares) e/o a pagamento, in una o più volte ed in via scindibile, anche con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, commi 4 e 5, del Codice Civile, con o senza warrant;
2. Attribuzione al Consiglio di Amministrazione di una delega, ai sensi dell'articolo 2443 del Codice Civile, ad aumentare il capitale sociale, in una o più volte ed in via scindibile, a pagamento, anche con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, comma 5 e/o comma 8, del Codice Civile e/o gratuitamente ai sensi dell'art. 2349 del Codice Civile, al servizio di uno o più piani di incentivazione;

Con riferimento agli eventi rilevanti ai fini industriali, si specifica quanto segue:

1) sono state rinforzate le politiche anti-spam, in conseguenza dell'ingresso di MailUp nella "Certified Senders Alliance" (CSA), realtà nata dai principali Internet Service Provider europei (tra gli altri Vodafone, GMX, Web.de, T-Online, Freenet e 1&1), che mira a favorire la collaborazione tra Internet Service Provider ed Email Service Provider che rispettano i migliori standard nella lotta contro lo spam.

MailUp ha inoltre ottenuto anche la certificazione di Suretymail, il programma di accreditamento che – migliorando la reputazione del mittente nei confronti dei principali ISP – consente a tutti i clienti della piattaforma di recapitare email e newsletter anche nelle caselle di posta elettronica protette dai più efficaci programmi antispam;

2) BEE Plugin è stato distribuito su oltre 400 aziende beta-tester internazionali e, in seguito ai risultati del test, è stato lanciato ufficialmente sul mercato.

BEE Plugin (editor "embeddable" per creare template di newsletter) è uno dei nuovi prodotti di MailUp, evoluzione di BEE Free, che ha avuto un grande riscontro oltre oceano, confermandosi tra le novità più interessanti del settore dell'email marketing secondo i dati di Product Hunt, punto di riferimento dei professionisti della tecnologia della Silicon Valley.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Product Hunt è una realtà partecipata da investitori di successo come Google Ventures, SV Angels – investitori in Pinterest, Airbnb, Foursquare – e Andreessen Horowitz – investitori in Facebook, Zynga e Skype;

3) è stata lanciata, sempre su scala internazionale, la MailUp App for Shopify, nuovo prodotto che punta a conquistare gli oltre 150.000 e-commerce che utilizzano la piattaforma Shopify. MailUp App for Shopify è un'applicazione che grazie a BEE Plugin integra la nostra piattaforma per l'invio di email e SMS con Shopify, piattaforma di e-commerce leader di mercato nel segmento delle piccole e medie imprese.

Shopify Inc si è quotata in Borsa di recente con un "double listing" sul New York Stock Exchange e sul Toronto Stock Exchange. Con una capitalizzazione di mercato di oltre 2,5 miliardi di dollari, Shopify è una delle società tecnologiche di successo negli Stati Uniti;

4) è stata avviata una presenza commerciale in Indonesia, una delle "fastest growing digital economies" a livello internazionale, con oltre 250 milioni di abitanti, di cui 70 milioni connessi in rete, e con una crescita della penetrazione di internet tra le più alte del continente asiatico. Con il lancio avvenuto la scorsa estate (rif. www.mailup.id), MailUp è ufficialmente il primo Email Service Provider presente nel paese, con servizio di customer care e supporto locale.

Il percorso è stato sviluppato in partnership con YDigital, una delle principali agenzie di marketing indonesiane, parte del gruppo svizzero Mountain Partners, investitori tra gli altri in Alando (venduta ad EBay), Ciao! (venduta a Microsoft), BuyVip (venduta ad Amazon), Scout24 (venduta a Deutsche Telekom);

5) è stata avviata una presenza commerciale in Giappone, grazie ad una partnership con Interarrows, società di Tokyo, leader di mercato nell'introduzione in Giappone di soluzioni tecnologiche internazionali d'avanguardia per il marketing digitale. Tra i brand importati da Interarrows ci sono casi di successo come comScore, KISSmetrics, Appsee, ShoutEm e bMobilized. In base all'accordo, la piattaforma MailUp è stata localizzata in giapponese e Interarrows è responsabile delle attività di marketing, vendite e supporto.

MailUp è stata inoltre inclusa anche nel portafoglio SoftBank C&S e, in particolare, è stata pubblicata sul sito web www.marketingbank.jp, la suite di prodotti che SoftBank C&S offre in Giappone, insieme a brand come Microsoft Azure, Dropbox e KISSmetrics. SoftBank è la principale società tecnologica giapponese, quotata in Borsa a Tokyo con una market cap di oltre 90 miliardi di dollari.

6) è stata lanciata Jade (<http://www.mailup.it/jade/>), l'applicazione per iPad che permette di creare in pochi passaggi un modulo di iscrizione digitale per raccogliere contatti anche offline. I dati vengono salvati sull'iPad e, una volta che l'utente si connette ad internet, inviati automaticamente all'account MailUp.

7) certificazione come PMI Innovativa: nel corso del 2015, MailUp ha ottenuto la certificazione di PMI innovativa che, tra i vari benefici, dà diritto a una serie di incentivi fiscali per gli investitori, sia attuali che futuri, a condizione che mantengano il proprio investimento in MailUp per un periodo continuativo di 2 anni.

Questa certificazione è conseguente alla Legge 24 marzo 2015 n. 33 di conversione del Decreto Legge 3/2015 («Investment Compact») che ha introdotto una nuova tipologia di impresa, la "Piccola Media Impresa Innovativa", attribuendole larga parte delle agevolazioni già assegnate alle start-up innovative dal «Decreto Crescita 2.0» di fine 2012.

Il DL 3/2015 prevede, nella formulazione attuale, i seguenti incentivi fiscali sulle somme investite in PMI innovative:

- detrazione Irpef del 19% dell'investimento per le persone fisiche che hanno investito in PMI innovative un massimo di Euro 500 mila per ciascun periodo di imposta;
- deduzione dall'imponibile Ires del 20% dell'investimento per le persone giuridiche che hanno investito in PMI innovative un massimo di Euro 1,8 milioni per ciascun periodo di imposta.

Qualora i termini del DL 3/2015 venissero confermati, potrebbero accedere a tali benefici le persone fisiche e giuridiche che hanno investito in MailUp a partire dal 2013.

In quanto PMI innovativa che opera sul mercato da più di 7 anni, per rendere effettivi gli incentivi fiscali per i propri investitori, MailUp dovrà presentare un piano di sviluppo di prodotti, servizi o processi nuovi o sensibilmente migliorati rispetto allo stato dell'arte nel settore interessato.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Tale piano dovrà essere valutato e approvato da un organismo indipendente di valutazione espressione dell'associazionismo imprenditoriale, ovvero da un organismo pubblico come verrà precisato nel decreto attuativo del Ministero dell'Economia e delle Finanze che è in corso di approvazione.

Contestualmente all'ottenimento della certificazione, la società rende noto che sta completando anche l'iter di presentazione del piano di sviluppo.

Le modalità tecniche di attuazione delle agevolazioni fiscali saranno individuate da un decreto attuativo del Ministero dell'Economia e delle Finanze in corso di approvazione.

MailUp S.p.A. sul mercato dell'AIM ITALIA

Il 29 luglio 2014 è avvenuto il debutto su AIM Italia con l'avvio delle negoziazioni:

- la capitalizzazione della società è pari ad euro/mil 26,09 ed il n. delle azioni emesse sono 8.666.667
- alla data di quotazione, 29 luglio 2014, il prezzo di riferimento del titolo MailUp presentava una quotazione di euro 2,50.

Si riportano di seguito alcuni dati relativi ai prezzi ed ai volumi del titolo MailUp nel primo periodo di quotazione.

Prezzo di collocamento	€ 2,50	29.07.2014
Prezzo massimo annuo	€ 3,198	14.04.2015
Prezzo minimo annuo	€ 2,74	20.01.2015

Andamento della gestione

Andamento economico generale

I dati economici relativi all'economia italiana mostrano una crescita economica allo 0,8% per il 2015, registrando una crescita dopo tre anni consecutivi di flessione. Dal lato della domanda interna (che ha contribuito positivamente alla crescita del Pil per lo 0,5%) nel 2015 si registrano, in termini di volume, variazioni positive nei consumi finali nazionali. A livello settoriale, il valore aggiunto ha registrato aumenti di volume nell'agricoltura (3,8%), nell'industria in senso stretto (1,3%) e nelle attività dei servizi (0,4%), in calo le costruzioni dello 0,7%. L'indebitamento netto delle amministrazioni pubbliche misurato in rapporto al Pil è stato pari a -2,6% a fronte del -3,0% del 2014. La pressione fiscale passa da 43,6% del 2014 a 43,3% nel 2015. L'andamento dell'inflazione rappresenta un elemento di criticità nel quadro macroeconomico italiano e dell'area Euro. L'attuale fase di prolungata debolezza della dinamica dei prezzi costituisce un elemento di preoccupazione per il radicarsi di aspettative in grado di minare l'efficacia della politica monetaria.

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

Il mercato del Cloud Computing

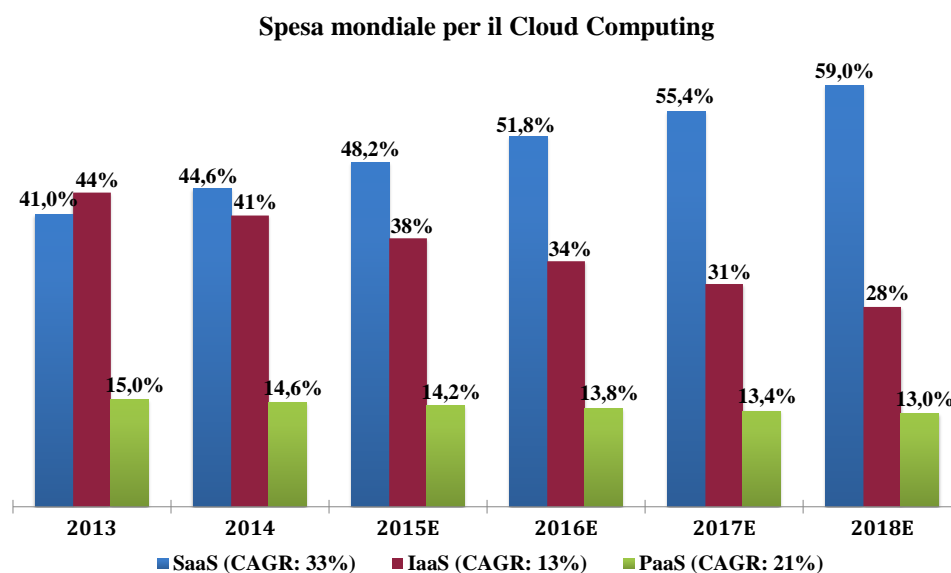
Il Cloud consiste in un insieme di risorse hardware e software che forniscono servizi su richiesta attraverso la rete internet. I servizi Cloud possono essere classificati sulla base della modalità di fruizione dei contenuti messa a disposizione degli utenti finali, nello specifico l'offerta può avvenire in tre modalità:

- **IaaS (Infrastructure as a Service):** Consiste nell'utilizzare l'infrastruttura messa a disposizione dai provider per eseguire la propria applicazione a fronte di un pagamento proporzionale all'utilizzo dell'infrastruttura stessa. Resta a carico dell'utente finale l'installazione e la gestione del sistema operativo e delle specifiche applicazioni.
- **PaaS (Platform as a Service):** In questo caso il provider fornisce anche il sistema operativo, il middleware e l'ambiente Runtime necessario per eseguire l'applicazione, pertanto rimane in carico all'utente finale lo sviluppo, l'implementazione e la gestione delle specifiche applicazioni.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

- **SaaS (Software as a Service):** Il cliente paga il diritto di utilizzare non soltanto la struttura hardware e software come nel PaaS ma anche le specifiche applicazioni messe a disposizione dal provider. L'unica responsabilità dell'utente finale è quella di gestire il numero di licenze richieste in funzione del numero di utenti.

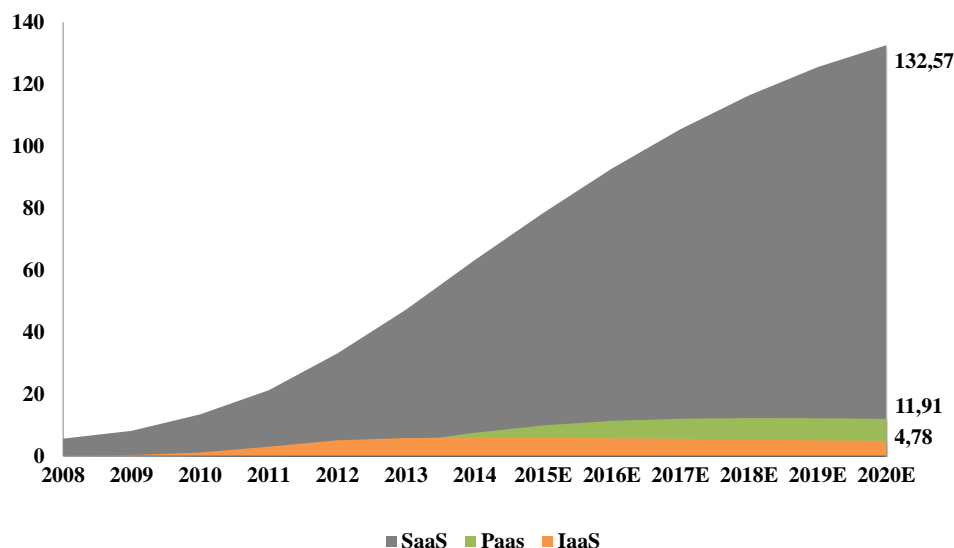
Secondo le stime di Goldman Sachs, le spese per le infrastrutture e le piattaforme di cloud computing cresceranno ad un tasso del 33% (CAGR) tra il 2013 e il 2018, a dispetto della crescita dell'intero mercato aziendale dell'IT che non supererà il 5%. Entro il 2018 il 59% dei servizi cloud sarà SaaS, contro il 41% del 2013.



Fonte: Forbes 24/01/2015

Nel 2016, i ricavi mondiali generati da software SaaS raggiungeranno quota US \$106Mld., registrando così una crescita del 21% rispetto al livello di spesa stimato per il 2015.

I SaaS genereranno ricavi pari a US \$78,43Mld nel 2015, fino a raggiungere quota US \$132,57 Mld nel 2020, con un CAGR del 9,14%.

Dimensione del mercato mondiale del Cloud Pubblico (US \$ Mld)

Fonte: Forbes 24/01/2015

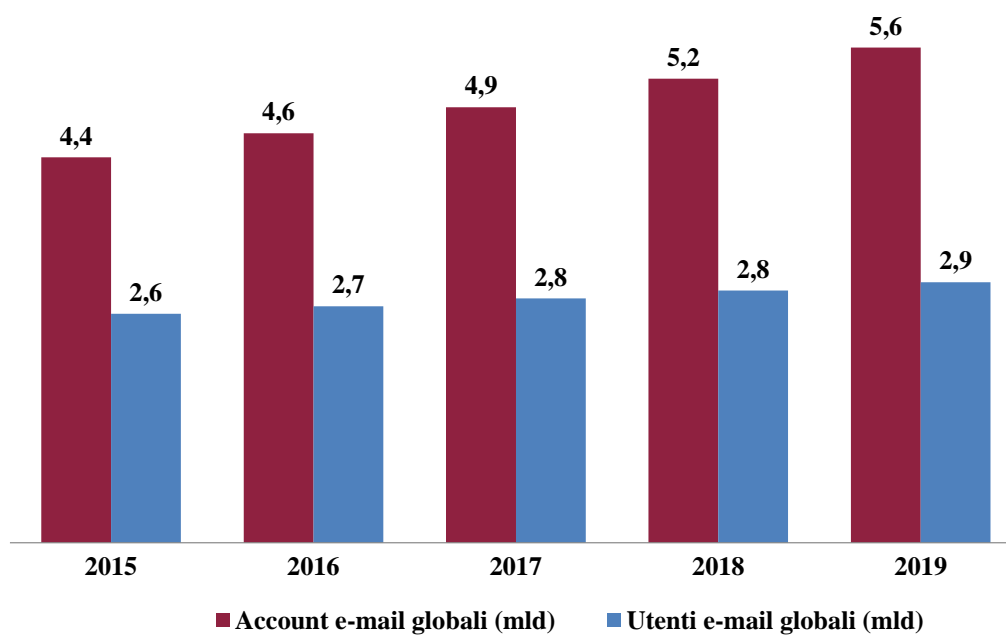
I prodotti MailUp vengono sviluppati e commercializzati in modalità SaaS e sono classificabili nel segmento del marketing digitale noto come “Digital Marketing”. Ad oggi le aziende investono molto più nell’internet marketing che nei canali tradizionali come televisione, radio e giornali.

Le previsioni di crescita del mercato dell’e-mail marketing

Il mercato dell’e-mail marketing non riguarda soltanto la commercializzazione di piattaforme SaaS per l’erogazione del servizio ma una più ampia gamma di prodotti ad alto contenuto tecnologico quali landing pages (pagine di destinazione), graphic design, list building, business intelligence, sistemi di integrazione, hosting e housing, CRM (gestione relazioni con clienti) a altre applicazioni software che si appoggiano e sfruttano le potenzialità tecnologiche delle piattaforme stesse.

Secondo uno studio del gruppo Radicati, società di ricerca americana specializzata in tecnologia informatica, nel 2015 il numero di utenti di posta elettronica a livello globale é pari a 2,6 miliardi. Si stima inoltre che il numero medio di account e-mail per utente salirà da una media di 1,7 account per utente a 1,9, a causa del crescente utilizzo di servizi di messaggistica istantanea (IM), social networking e operazioni di pagamento che richiedono obbligatoriamente un indirizzo e-mail.

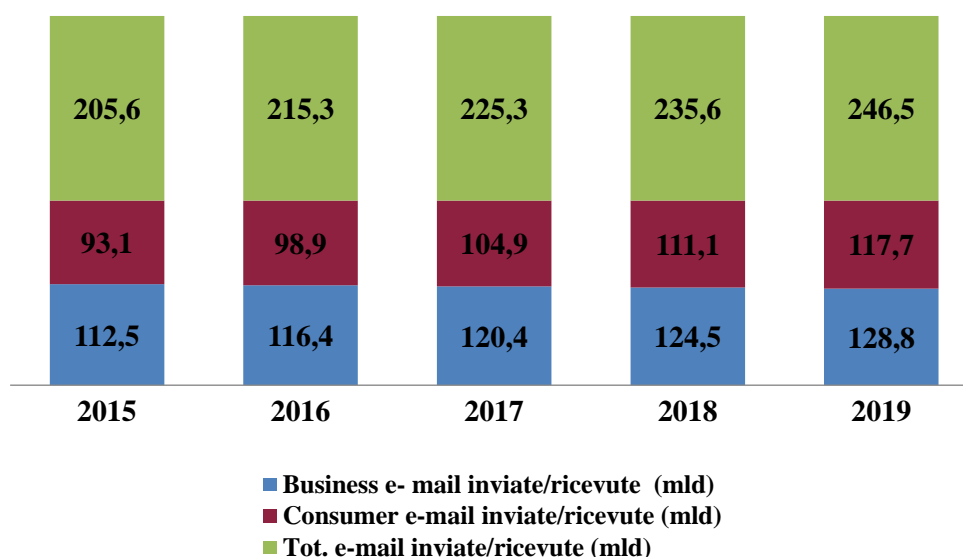
Previsioni di crescita 2015-2019 - Utenti e account e-mail



Fonte: The Radicati Group, *E-mail Statistics Report 2015-2019*, Marzo 2015

Nel 2015 il numero di e-mail inviate e ricevute quotidianamente è superiore a 205 miliardi. Tale cifra è destinata a crescere a un tasso medio annuo del 3% (Cagr 2016-2019) nei prossimi quattro anni, raggiungendo così quota 246 miliardi entro la fine del 2019.

Previsioni 2015-2019 sul traffico mondiale quotidiano di e-mail (ricevute/inviato)



Fonte: The Radicati Group, *E-mail Statistics Report 2015-2019*, Marzo 2015

Comportamento della concorrenza

Il mercato degli ESP (Email Service Provider) raccoglie decine di operatori sia in Italia che all'estero, sebbene pochi siano gli operatori puramente tecnologici (cioè con un'offerta legata unicamente all'erogazione di Software-as-a-Service): più spesso l'offerta tecnologica dei concorrenti è affiancata da un'ampia gamma di servizi complementari (quali ad esempio consulenza strategica, design grafico, realizzazione di concorsi, *landing pages*, ossia pagine *web* di atterraggio dove il destinatario viene guidato alla "conversione", cioè all'acquisto), pianificazione media, *list building* (ossia attività di promozione marketing finalizzata a acquisire nuovi clienti o potenziali clienti), consulenza operativa, *business intelligence*, *system integration*, *hosting/housing*, CRM, gestione *full-managed* degli invii (ossia quando il cliente non accede in autonomia alla piattaforma di invio, ma si avvale di servizi consulenziali del fornitore che si occuperà di tutte le fasi di creazione, invio e analisi delle campagne) e/o fornitura di altre applicazioni *software*.

Questa varietà di offerta rende arduo delineare in modo preciso lo specifico settore degli ESP in termini di dimensione del mercato, operatori del settore, servizi offerti, etc.

Tuttavia è indubbio che MailUp spa sia uno dei principali operatori italiani (in termini di volumi di email inviate) nel settore degli Email Service Provider (fonte: Cisco Sender Base, giugno 2015).

Sui mercati esteri, al pari dell'Italia in ogni paese sono presenti diversi operatori con le caratteristiche di offerta articolata sopra descritti, ma molto più raramente puri *player* tecnologici. Questi ultimi sono concentrati prevalentemente sui mercati più evoluti, come nei mercati anglofoni oltre a Francia, Germania e Polonia.

Sui mercati anglosassoni la concorrenza conta centinaia di operatori, alcuni già quotati o acquisiti recentemente. Alcuni di questi hanno raggiunto una base clienti di decine di migliaia di unità e in alcuni casi anche di milioni di utenti (solo in parte paganti).

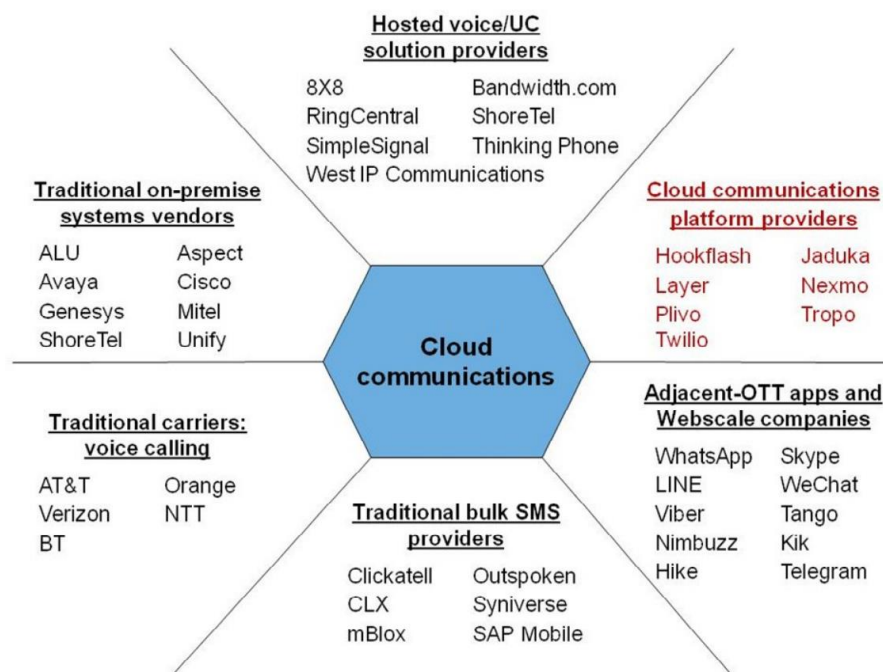
MailUp è tra le poche soluzioni a livello internazionale ad associare alle tipiche funzionalità degli ESP (Email Service Provider), anche la possibilità di inviare *email* transazionali tramite canale *SMTP Relay* o *API/Web*

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Service, più la possibilità di disporre della piattaforma in *whitelabel* (cioè rivendibile a marchio di terzi), multi-lingua ed integrata con i canali SMS/Social/Fax.

Il settore degli SMS si inserisce nell'ambito delle tecnologie per la Comunicazione su Cloud, che a livello mondiale vede questi principali operatori (v. schema IDC).

Cloud Communications Landscape



Source: IDC, 2014

Tale mercato è stimato crescere con un CAGR del 127,5% nel periodo 2013-2018 secondo lo studio Worldwide Cloud Communications Platforms 2014–2018 Forecast: The Resurgence of Voice and SMS di IDC e in particolare per quanto riguarda “SMS messages” si prevede che raggiunga il valore di USD\$ 3,5 billion nel 2018.

Clima sociale, politico e sindacale

Il clima sociale interno, sia a Milano che nella sede di Cremona, ma anche presso le controllate, è positivo ed improntato alla piena collaborazione.

Andamento della gestione nei settori in cui opera la società

Per quanto riguarda MailUp, l'esercizio trascorso è sicuramente positivo. La Società ha incrementato il valore della produzione lorda del 15,73% rispetto al 21,38% del 2014, con una crescita dei ricavi in valore assoluto oltre 1,2 M, in linea con il dato 2014. I ricavi delle vendite e delle prestazioni sono cresciuti del 14,51% rispetto al 22% del 2014, con una performance particolarmente positiva del comparto SMS (+23,5%). L'EBITDA è aumentato di 150 mila euro, più 15,8%, rispetto al 2014; l'EBT ha invece registrato una flessione rispetto al precedente esercizio, per effetto dell'incremento degli ammortamenti di euro 421.983, conseguenti alle politiche strategiche che hanno portato ad una sensibile crescita degli investimenti, in

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

particolare nell'ambito dello sviluppo tecnologico della piattaforma MailUp® e della crescita organizzativa e strutturale caratterizzata dalla quotazione sul mercato AIM nel 2014 e dal percorso di crescita per linee esterne nel 2015, con le tre acquisizioni di società controllate già citate.

Nella tabella che segue sono indicati i risultati conseguenti negli ultimi tre esercizi in termini di valore della produzione, margine operativo lordo e il Risultato prima delle imposte.

	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
valore della produzione	8.930.703	7.716.451	6.357.266
EBITDA	1.095.208	945.912	610.086
Risultato prima delle imposte (EBT)	105.441	336.402	195.016

Principali dati economici

Il conto economico riclassificato della società confrontato con quello dell'esercizio precedente è il seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Ricavi netti	8.810.120	7.693.272	1.116.848
Altri ricavi e proventi	120.583	23.179	97.404
Valore della Produzione	8.930.703	7.716.451	1.214.252
Costi della Produzione	5.654.670	4.959.920	694.750
Costi del lavoro	2.180.825	1.810.619	370.206
EBITDA	1.095.208	945.912	149.296
Ammortamenti e svalutazioni	1.027.232	611.791	415.441
EBIT	67.976	334.121	- 266.145
Proventi e oneri finanziari	37.463	2.284	35.179
Arrotondamenti unità di euro	2	- 3	5
Risultato prima delle imposte (EBT)	105.441	336.402	- 230.961
Imposte sul reddito	40.918	136.448	- 95.530
Imposte anticipate/differite	- 47.163	- 2.750	- 44.413
Risultato netto	111.686	202.704	- 91.018

A migliore descrizione della situazione reddituale della società si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di redditività confrontati con gli stessi indici relativi ai bilanci degli esercizi precedenti.

	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
ROE netto (Risultato netto/Capitale netto)	0,02	0,06	0,42
ROE lordo (EBT /Capitale netto)	0,02	0,10	0,92
ROI (Ebitda/Capitale investito)	0,07	0,11	0,13
ROS (Ebitda/Ricavi di vendita)	0,12	0,12	0,10

Gli indici sopra riportati risentono del sensibile incremento nel valore delle immobilizzazioni, in particolare delle partecipazioni, e dell'incremento di patrimonio netto a seguito dell'aumento di capitale deliberato dall'assemblea del 23/12/2015. Tali variazioni sono conseguenti al processo di acquisizione di partecipazioni di controllo in società complementari al core business di MailUp, ampiamente descritto in precedenza.

L'effetto, in termini reddituali, delle acquisizioni è stato inoltre limitato dal fatto che le due operazioni più rilevanti sono state perfezionate nell'ultima parte dell'esercizio.

In particolare MailUp ha finalizzato l'acquisizione più rilevante (Agile Telcom) in data 29/12/2015.

Principali dati patrimoniali

Lo stato patrimoniale riclassificato della società confrontato con quello dell'esercizio precedente è il seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Immobilizzazioni immateriali nette	4.295.406	2.567.141	1.728.265
Immobilizzazioni materiali nette	651.083	670.257	(19.174)
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	7.413.529	114.352	7.299.177
Altri crediti immobilizzati	202.387	197.872	4.515
Crediti tributari oltre l'esercizio	121.362	133.187	(11.825)
Capitale Immobilizzato	12.683.767	3.682.809	9.000.958
Crediti verso clienti	1.282.613	1.394.312	(111.699)
Altri crediti	284.693	111.273	173.420
Ratei e risconti attivi	501.482	465.821	35.661
Attività d'esercizio a breve termine	2.068.788	1.971.406	97.382
Debiti verso fornitori	1.542.909	1.390.980	151.929
Acconti	21.622	20.369	1.253
Debiti tributari e previdenziali	281.559	195.192	86.367
Altri debiti	2.607.775	523.249	2.084.526
Ratei e risconti passivi	3.296.753	2.942.632	354.121
Passività d'esercizio a breve termine	7.750.618	5.072.422	2.678.196
Capitale d'esercizio netto	(5.681.830)	(3.101.016)	(2.580.814)
Trattamento di fine rapporto	(271.056)	(200.695)	(70.361)
Fondo per rischi ed oneri	(135.614)	(85.989)	(49.625)
Passività a medio lungo termine	(406.670)	(286.684)	(119.986)
Capitale investito	6.595.267	295.109	6.300.158
Patrimonio netto	(5.629.379)	(3.517.693)	(2.111.686)
Posizione finanziaria netta a breve termine	575.863	3.272.584	(2.696.721)
Debiti finanziari a MLT	(1.541.751)	(50.000)	(1.491.751)
Mezzi propri e indebit. Finanziamento netto	(6.595.267)	(295.109)	(6.300.158)

A migliore descrizione della solidità patrimoniale della società si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di bilancio attinenti sia (i) alle modalità di finanziamento degli impieghi a medio/lungo termine che (ii) alla composizione delle fonti di finanziamento, confrontati con gli stessi indici relativi ai bilanci degli esercizi precedenti.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
Margine primario di struttura (Mezzi propri – Attivo fisso)	(7.054.388)	(165.116)	(2.002.091)
Quoziente primario di struttura (Mezzi propri/Attivo fisso)	0,44	0,96	0,13
Margine secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) – Attivo fisso)	(5.105.967)	171.568	(1.749.058)
Quoziente secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) /Attivo fisso)	0,60	1,05	0,24

Anche gli indici patrimoniali evidenziano chiaramente l'incidenza dell'attività di investimento particolarmente significativa, che si è concretizzata in particolare nell'incremento delle partecipazioni per oltre 7 milioni di euro. Come già sottolineato gli effetti di tale politica si dispiegheranno pienamente a partire dal prossimo esercizio.

Principali dati finanziari

La posizione finanziaria netta al 31/12/2015, era la seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Depositi bancari	1.086.297	3.281.356	(2.195.059)
Denaro e altri valori in cassa	40	260	(220)
Disponibilità liquide	1.086.336	3.281.616	(2.195.280)
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	-	-	-
Debiti verso banche (entro 12 mesi)	18.808	9.032	9.776
Quota a breve di finanziamenti	491.665	-	491.665
Debiti finanziari a breve termine	510.473	9.032	501.441
Posizione finanziaria netta a breve termine	575.864	3.272.584	(2.696.720)
Debiti verso altri finanziatori (oltre 12 mesi)	33.416	50.000	(16.584)
Quota a lungo di finanziamenti	1.508.335	-	1.508.335
Posizione finanziaria netta a medio e lungo termine	1.541.751	50.000	1.491.751
Posizione finanziaria netta	(965.887)	3.222.584	(4.188.471)

A migliore descrizione della situazione finanziaria si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di bilancio, confrontati con gli stessi indici relativi ai bilanci degli esercizi precedenti.

	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
Liquidità primaria (Liq. immediate e differite / Pass. Correnti)	0,32	0,94	0,57
Liquidità secondaria (Attività correnti / Passività correnti)	0,38	1,03	0,57
Indebitamento (Indebitamento netto / Patrimonio netto)	1,16	0,62	5,56
Tasso di copertura degli immobilizzi (Capitale proprio + Passività consolidate) / Attività fisse	0,60	1,00	0,20

Anche in questo caso emerge chiaramente l'effetto di destinazione della liquidità generata dalla gestione caratteristica verso l'investimento nelle acquisizioni di società controllate. Ad esso si è affiancato il ricorso al finanziamento bancario a medio e lungo termine, avvenuto peraltro a condizioni particolarmente favorevoli, per effetto dell'attuale situazione di mercato dei tassi di riferimento e del merito creditizio riconosciuto dal sistema bancario a MailUp.

Informazioni attinenti all'ambiente e al personale

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

Personale

Nel corso dell'esercizio non si sono verificati incidenti, infortuni sul lavoro al personale iscritto al libro matricola e neppure si sono registrati addebiti in ordine a malattie professionali su dipendenti o ex dipendenti e cause di mobbing.

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.

Investimenti

Nel corso dell'esercizio sono stati effettuati investimenti nelle seguenti aree:

Immobilizzazioni	Acquisizioni dell'esercizio
Costi di ricerca e sviluppo	1.212.590
Diritti di brevetto industriale e utilizzo opere dell'ingegno	60.573
Concessioni, licenze e marchi	12.981
Immobilizzazioni in corso e acconti	654.603
Altre immobilizzazioni immateriali	552.446
Altri beni	239.393
Partecipazioni in imprese controllate	7.299.177

Data la natura del proprio business gli investimenti effettuati da MailUp sono storicamente concentrati sui cespiti immateriali ed in particolare sull'attività di sviluppo relativa alla piattaforma MailUp, dettagliata per il 2015 nel paragrafo successivo, comprendendo anche i progetti di sviluppo ancora in corso al termine dell'esercizio, inseriti nella voce Immobilizzazioni in corso ed acconti. Nel 2015 sono stati sostenuti costi straordinari relativi alla operazione di acquisto di Agile Telecom S.p.A. che ha reso necessario un'attività di reverse take over, costi capitalizzati in relazione alla propria utilità pluriennale (altre immobilizzazioni immateriali). L'investimento principale del 2015, già più volte citato, è legato al progetto strategico di crescita per linee esterne mediante acquisizione di partecipazioni di controllo in società complementari al business di MailUp.

Gli investimenti in altri beni si riferiscono a mobili e arredi d'ufficio e macchine elettroniche.

Attività di ricerca e sviluppo

Ai sensi dell'articolo 2428 comma 2 numero 1 si precisa che nel corso dell'esercizio sono state iscritti costi di sviluppo software essenzialmente della piattaforma MailUp® per € 1.212.590 oltre alla conversione di immobilizzazioni in corso per ulteriori euro 383.175. Gli stessi alla fine dell'esercizio, al netto degli ammortamenti sono pari ad € 2.628.015.

La società continua a svolgere sistematicamente attività di sviluppo della piattaforma MailUp® per la gestione e l'invio professionale di newsletter, Email e SMS, accessibile tramite internet in modalità SaaS

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

(Software-as-a-Service). I costi sostenuti per tale attività sono stati capitalizzati in relazione alla loro utilità pluriennale.

Tali attività hanno riguardato quest'anno lo sviluppo della piattaforma ed in particolare miglioramenti incrementali alle precedenti versioni, in particolare sul motore di creazione e invio delle email, che ora dispone di una capacità di invio 8 volte superiore. Ciò consente di rispondere alle esigenze dei clienti più grandi che richiedevano velocità di invio più elevate. Sono inoltre state introdotte importanti modifiche nel sistema di "vetting" (analisi dei clienti) per la prevenzione delle attività illecite, tipicamente spam e phishing. Grazie a questi nuovi algoritmi è stato possibile accreditarsi presso importanti sistemi di certificazione internazionale come la tedesca CSA (Certified Sender Alliance) e l'americana SuretyEmail. E' stata inoltre pubblicata la nuova APP per Apple Ipad "Jade" che consente ai clienti MailUp di aumentare più velocemente e in modo automatizzato il numero di iscritti.

Per il segmento degli sviluppatori software sono stati introdotti nuovi metodi di integrazione con MailUp (API) sia Email che SMS, per facilitare la connessione tra MailUp e altri servizi / software. Alcune società hanno pertanto cominciato a sviluppare connettori spontaneamente, come nei casi di SAP CRM, Python, MS Dynamics CRM o Prestashop. Rilasciata la nuova App per Shopify, uno dei principali sistemi ecommerce SaaS con oltre 240.000 shop online attivi. Per supportare la crescita della linea di business SMS, è stata introdotta la funzione "landing page SMS" che consente di inviare campagne SMS con un link abbreviato verso una pagina web ottimizzata per i dispositivi mobili, facilitando quindi l'uso del mezzo SMS anche per quelle aziende che non dispongono di un sito ottimizzato per il mobile o non sono in grado di aggiornarlo velocemente. E' stato inoltre lanciato il nuovo blog dedicato all'Email design (<http://emaildesign.beefree.io/>) che ha consentito di rafforzare il brand e ottenere nuovi lead di caratura internazionale. A fine anno è stata inoltre lanciata la nuova linea di business "BEE Plugin" legata all'editor BEE, ora disponibile via API per essere integrata da applicazioni terze come sistema di lead management, CRM e CMS. Sono inoltre state avviate partnership commerciali con rivenditori in Giappone e Indonesia. Sono infine state introdotte tre nuove lingue (Cinese, Portoghese, Indonesiano, Giapponese).

Rinnovata l'attività di investimento ed aggiornamento dell'infrastruttura tecnologica che supporta l'erogazione dei servizi della piattaforma, alla ricerca dei migliori livelli prestazionali e di affidabilità e allo scopo di far fronte anche alle rinnovate esigenze di internazionalizzazione. Oltre alla prosecuzione del progetto "cloud", nel 2015 è stato inoltre avviato un processo di automatizzazione dell'infrastruttura che ha consentito di ridurre sensibilmente le attività manuali per la manutenzione dei sistemi.

Rapporti con imprese controllate, collegate, controllanti e consorelle

Nel corso dell'esercizio sono stati intrattenuti rapporti con imprese controllate rientranti nella normale attività della società. Gli interventi sono stati tutti intesi a promuovere lo sviluppo in un quadro sinergico che consente integrazioni positive nell'ambito del Gruppo. Non sono state effettuate operazioni atipiche o inusuali rispetto alla normale gestione d'impresa. Le operazioni riguardano essenzialmente lo scambio dei beni, le prestazioni dei servizi, la provvista e l'impiego di mezzi finanziari. 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.

Società	Crediti finanziari	Crediti comm.li	Debiti comm.li	Altri Debiti	Vendite	Acquisti
Network Srl		56.037	826.045		55.200	2.657.628
MailUp inc	114.816	143.535	31.843		223.153	175.182
Agile Telecom SpA		90.930	2.039	1.206.512	90.930	216.050
Totale	114.816	290.502	859.927	1.206.512	369.283	3.048.860

Alla voce Altri Debiti verso la controllata Agile Telecom è indicato una quota del prezzo di acquisto della partecipazione totalitaria nella stessa Agile Telecom, che, come evidenziato in precedenza e previsto contrattualmente dalle parti, scaturisce dall'accollo, da parte di MailUp, di un debito della parte venditrice Zoidberg S.r.l. nei confronti di Agile Telecom.

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti

MailUp possiede al 31.12.2015 n.19.200 azioni proprie acquistate nel corso dell'esercizio valorizzate al prezzo di acquisto per euro 57.502, valore comunque inferiore alla valorizzazione di mercato in quella data. L'assemblea degli azionisti ha deliberato in data 30 aprile 2015 di autorizzare operazioni di acquisto e disposizione di azioni proprie a far data dallo stesso 30 aprile 2015 ed entro 18 mesi da tale data. Il corrispettivo degli acquisti di azioni proprie avviene ad un prezzo unitario di acquisto inferiore nel minimo e superiore nel massimo ad un valore rispettivamente inferiore del o superiore al 15% del prezzo di riferimento che il titolo registra nella seduta del giorno precedente ad ogni singola operazione di acquisto. Il numero massimo di azioni possedute non può superare mai il 10% del capitale sociale.

Informazioni relative ai rischi e alle incertezze ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6-bis, del Codice civile

La società è esposta a diverse tipologie di rischi. La strategia della società è rivolta a contenere l'esposizione a tali rischi mediante idonee e mirate politiche di gestione del rischio che prevedono attività di analisi, monitoraggio e controllo dei rischi stessi. Di seguito sono fornite una serie di informazioni quantitative volte a fornire indicazioni circa la dimensione dell'esposizione ai rischi da parte dell'impresa.

Rischio connesso all'andamento economico generale

La situazione economico finanziaria della Società, ma anche delle società appartenenti al Gruppo è influenzata da tutti i fattori che compongono il quadro macroeconomico. Anche nell'anno 2015 il prosieguo della recessione ha comportato un notevole deterioramento dell'economia, anche se si sono avuti i primi segnali di ripresa. In Italia, come in altri paesi della UE, sono state adottate diffuse misure di austerità che hanno influenzato negativamente la fiducia dei consumatori, il loro potere di acquisto e la capacità di spesa. In questa difficile situazione macroeconomica MailUp ha saputo crescere e raggiungere importanti obiettivi, ma la crisi dei paesi dell'eurozona e gli imprevedibili effetti del perdurare della stessa, potrebbero comunque avere effetti negativi sul business di MailUp.

Rischi di Mercato

I settori in cui opera Mailup sono caratterizzati da un rapido sviluppo tecnologico e risentono della pressione competitiva derivante dallo sviluppo della tecnologia.

Il successo della società dipende, tra l'altro, dalla capacità di innovare e potenziare le proprie tecnologie, al fine di rispondere ai progressi tecnologici ed emergenti nel settore in cui opera, tramite il costante impegno nello sviluppo della piattaforma, principale asset strategico del gruppo.

La società si troverà, 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 sistema SMS potrebbe essere superato da altri sistemi basati su reti (quali ad esempio Messenger, WhatsApp, WeChat, Push Notifications), con la conseguenza che la società potrebbe non essere in grado di gestire con successo e/o in tempi rapidi la eventuale transizione all'utilizzo di queste piattaforme.

Nel caso in cui le soluzioni offerte dalla società non fossero in grado di soddisfare le esigenze dei clienti e/o rispondere ai progressi tecnologici, la società dovrà essere in grado di migliorare in tempi rapidi la propria piattaforma tecnologica e sviluppare e introdurre sul mercato nuovi servizi, nuove applicazioni e nuove soluzioni in maniera tempestiva e a prezzi competitivi.

L'incapacità della società 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 obsoleta la piattaforma tecnologica della società.

Al fine di mantenere la propria competitività sul mercato, la società necessiterà pertanto di investimenti in attività di 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 la società 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 della società.

Rischio di credito

Il rischio del credito rappresenta l'esposizione della Società a potenziali perdite derivanti dal mancato adempimento delle obbligazioni assunte dalle controparti. La gestione del credito è affidata alla funzione di finanza e amministrazione, 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 si sono adottate procedure più stringenti per la quantificazione ed il controllo della rischiosità del cliente.

Si deve ritenere che le attività finanziarie della società 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 di reperire fondi o di liquidare attività sul mercato. La conseguenza è un impatto negativo sul risultato economico nel caso in cui la società sia costretta a sostenere costi aggiuntivi per fronteggiare i propri impegni o, come estrema conseguenza, una situazione di insolvibilità che pone a rischio la continuità aziendale. MailUp gode allo stato attuale, anche grazie alla quotazione sul mercato AIM, di una buona liquidità e ha un ridotto indebitamento verso il sistema bancario finalizzato esclusivamente all'attività di investimento e mantiene la propria autonomia finanziaria rispetto all'attività operativa.

La società, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse finanziarie, riducendo il rischio liquidità, ha adottato processi per il monitoraggio sistematico delle condizioni prospettive di liquidità, in relazione al processo di pianificazione aziendale.

I flussi di cassa prevedibili per l'esercizio 2016 includono, oltre alla dinamica del capitale circolante e degli investimenti, anche gli effetti della scadenza delle passività correnti. La società 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, che la società prevede di mantenere anche nei prossimi esercizi, ci si attende che nell'esercizio 2016 la società sia in grado di generare risorse finanziarie che, insieme alle attuali disponibilità, saranno in grado di garantire un adeguato sostegno anche agli investimenti ordinari e straordinari programmati.

Si ritiene che il rischio di liquidità non sia significativo.

Con riferimento a quanto richiesto dall'art. 2428, comma 3, punto 6-bis, del Codice Civile, in relazione all'uso da parte della Società di strumenti finanziari, si precisa che non sono stati stipulati contratti riconducibili a strumenti finanziari.

Il rischio di tasso

La società ha reperito alla fine del 2015 risorse finanziarie tramite canale bancario per far fronte ad operazioni straordinarie.

Alla data del 31.12.2015 l'indebitamento bancario al lordo delle disponibilità di conto, è pari ad euro 2.018.808.

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

Ai finanziamenti è legato anche il rischio di oscillazione tassi di interesse essendo gli stessi negoziati a tasso variabile. Non è possibile escludere che una crescita dei tassi d'interesse potrebbe determinare un aumento

dei costi connessi al finanziamento del debito con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica e finanziaria della società.

Il rischio di cambio

Gli unici crediti e debiti commerciali in valute estere detenuti da MailUp, per importi limitati, sono nei confronti della controllata americana MailUp Inc, oltre ad importi marginali per debiti commerciali in valuta con fornitori terzi. L'esposizione a rischi connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio è pertanto molto ridotta. In questo ambito si segnala inoltre la presenza di un credito finanziario denominato in dollari USA verso MailUp Inc, pari ad euro 114.816 al 31.12.2015, per un finanziamento erogato dalla controllante e parzialmente rimborsato nel corso del 2015.

Il rischio di cambio traslativo

MailUp detiene una partecipazione in MailUp Inc con sede in Usa. La partecipazione è iscritta a bilancio per un valore di € 37.352 ed è quindi soggetto alle variazioni del cambio euro/dollaro, rilevabili a livello di bilancio consolidato nella riserva denominata "di conversione". La società pur monitorando l'esposizione al rischio di cambio da conversione, ne è soggetta in modo limitato.

Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio

Non si sono verificati fatti di rilievo successivi alla chiusura dell'esercizio.

Evoluzione prevedibile della gestione

La società intende continuare a sviluppare ulteriormente la propria attività e i propri servizi mediante un processo di crescita profittevole, al fine di riuscire ad affermarsi e rinforzare la propria posizione nel settore di riferimento.

A tal proposito, in particolare, MailUp intende procedere con:

- **localizzazione della piattaforma in altre lingue;**
- **investimenti in *marketing & sales*** necessari per aumentare la base clienti, sia in Italia che all'estero attraverso campagne *marketing* internazionali e attività di business development dirette in contesti selezionati;
- **attività mirate di *business development*** finalizzate, tra l'altro, a sviluppare nuovi contatti con partner (fornitori di sistemi cloud SaaS, di software e servizi digitali) e rivenditori (come ad esempio *hosting e telecom provider*) che possano accelerare la penetrazione nel mercato;
- **investimenti mirati al miglioramento delle *performance***, per poter ridurre il tasso di clienti persi e per migliorare l'usabilità della piattaforma, del processo di *on-boarding* (cioè di attivazione del servizio), delle funzionalità e delle integrazioni con sistemi esterni per migliorare il tasso di conversione dei clienti (inteso come rapporto tra clienti potenziali e clienti acquisiti);
- **l'introduzione di nuovi servizi**, che dovrebbero consentire di incrementare la spesa per cliente, nonostante lo stesso sia già portato naturalmente a fare *upgrade* del servizio in seguito all'aumento della lista dei destinatari e al conseguente aumento dei tempi di invio; tra questi anche il potenziamento dei servizi SMS;
- **investimenti mirati a sviluppare integrazioni** tra la piattaforma MailUp e altri sistemi *e-commerce*, CRM e CMS;
- **acquisizione di sistemi, software e tecnologie** nell'ambito delle Marketing Technologies su Cloud che permettano di espandere velocemente il portafoglio servizi o di aggredire fasce di mercato finora poco presidiate;

Relazione sulla gestione del bilancio al 31/12/2015

- **acquisizione di società** in paesi esteri che consentano di accelerare l'entrata in mercati nuovi.

Il Gruppo non esclude, peraltro, di poter aumentare la propria quota di mercato nel medio periodo per linee esterne mediante l'acquisizione ovvero la collaborazione commerciale con altre realtà aziendali operanti nel mercato di riferimento o altri mercati affini, valutandone l'opportunità sia dal punto di vista strategico che economico.

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

MailUp nel corso dell'esercizio 2015 ha adottato il proprio modello di organizzazione e gestione ed il codice etico rispondenti ai requisiti richiesti dal D. Lgs. 231/2001, di cui si prevede, nel corso del 2016, il recepimento da parte delle società neo-acquisite.

Trattamento dati personali

In ottemperanza al D. Lgs. 30/06/2003 n. 196, relativo al Codice in materia di protezione dei dati personali ("Testo Unico sulla Privacy"), il Gruppo ha provveduto, attraverso comunicazioni formali, alla nomina dei responsabili ed incaricati al trattamento dei dati. MailUp è sempre stata particolarmente attenta alla corretta applicazione del codice Privacy, anche al di là dei normali obblighi normativi, in virtù dell'importanza strategica, per la propria attività, di una gestione ineccepibile dei database dei clienti presenti all'interno della piattaforma. MailUp viene infatti nominata dai clienti responsabile esterno al trattamento dei dati personali necessari per l'invio di comunicazioni commerciali a mezzo newsletter, mail, SMS e social per il tramite della piattaforma. Le procedure interne su queste tematiche sono costantemente formalizzate, monitorate e aggiornate, così come l'attività di formazione specifica del personale dipendente. Il Gruppo viene inoltre affiancato da anni da consulenti legali di provata competenza ed esperienza, a livello nazionale ed internazionale, sulle tematiche specifiche della Privacy e del marketing digitale. Anche l'attività di prevenzione e contrasto di potenziali abusi da parte dei clienti in questo ambito è fortemente presidiata, grazie alla presenza di un reparto tecnico dedicato in esclusiva a questa funzione e all'adozione di una disciplina contrattuale particolarmente severa e tutelante.

Destinazione del risultato d'esercizio

Si propone all'assemblea di così destinare il risultato d'esercizio:

Risultato d'esercizio al 31/12/2015	Euro	111.686
a riserva legale	Euro	20.000
a riserva utili su cambi	Euro	25.289
a riserva straordinaria	Euro	66.397

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci e Vi invitiamo ad approvare il bilancio così come presentato.

Presidente del Consiglio di amministrazione

Matteo Monfredini

