

# Relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2022

Bilancio redatto secondo i Principi Contabili IAS/IFRS

-Valori in Euro -



## Indice dei contenuti

Organi Sociali	3
1. Growens Group leader europeo nelle Cloud Marketing Technologies	4
2. Dati di sintesi	9
3. Report di sintesi	12
4. Relazione sulla gestione semestrale consolidata al 30 giugno 2022	14
5. Bilancio consolidato di Gruppo al 30/06/2022	68
6. Note esplicative alla Relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2022	73
7. Relazione della società di revisione sul Bilancio Consolidato al 30/06/2022	107

## Organi Sociali

### Consiglio di Amministrazione

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

Cognome e Nome	Carica
Monfredini Matteo	Presidente del C.d.A. con deleghe
Gorni Nazzareno	Vice Presidente del C.d.A. con deleghe
Capelli Micaela Cristina	Consigliere con deleghe
Biondi Armando	Consigliere senza deleghe
Castiglioni Ignazio	Consigliere indipendente senza deleghe

### Collegio Sindacale

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

Cognome e Nome	Carica
Manfredini Michele	Presidente del Collegio Sindacale
Ferrari Fabrizio	Sindaco Effettivo
Rosaschino Giovanni	Sindaco Effettivo
Ruggeri Piergiorgio	Sindaco Supplente
Tirindelli Andrea	Sindaco Supplente

### Società di revisione

(Scadenza approvazione bilancio al 31 dicembre 2022)

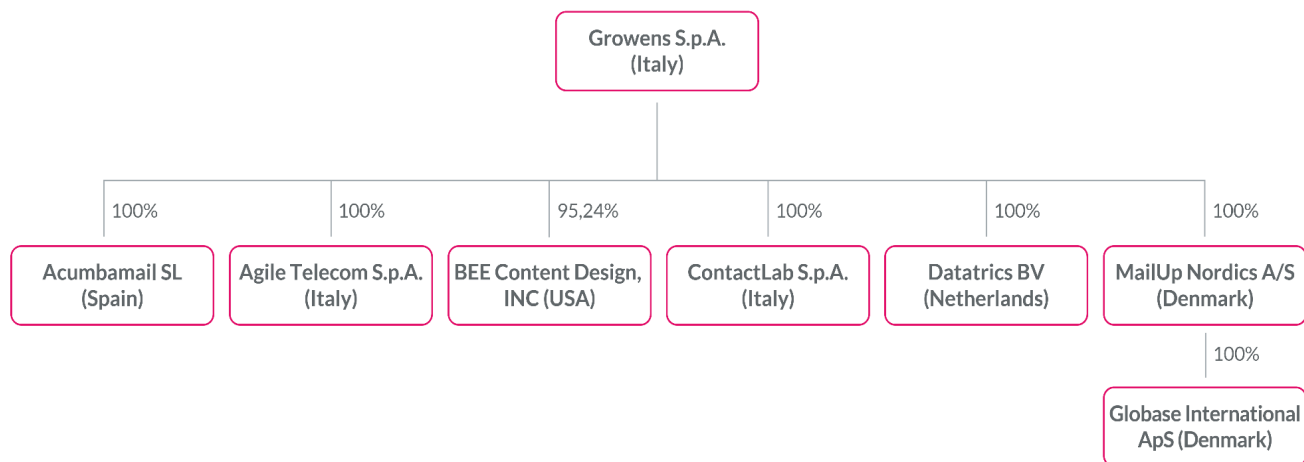
BDO Italia S.p.A.

## 1. Growens Group leader europeo nelle Cloud Marketing Technologies

Il Gruppo Growens (di seguito anche “Growens Group” o “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, (v) servizi di agenzia digital per clienti enterprise con specializzazione nel customer engagement. La capogruppo Growens S.p.A. (di seguito “Growens” o anche la “Società”) 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, denominata MailUp, utilizzata da oltre 9.600 clienti diretti a cui si aggiungono più di 16.500 clienti delle altre 4 business unit e oltre 490.000 clienti delle edizioni gratuite di vari servizi, in particolare offerti da BEE Content Design Inc. (di seguito anche “BEE”). A livello consolidato il Gruppo opera con circa 26.500 clienti distribuiti in più di 150 Paesi ed è presente con le proprie sedi in tre continenti con un organico di oltre 400 collaboratori. Dopo l’ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul sistema multilaterale di scambi Euronext Growth Milan (già AIM Italia) gestito da Borsa Italiana nel 2014, Growens 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) oltre ovviamente alla neo acquisita Contactlab S.p.A. (di seguito “Contactlab”) (Email marketing enterprise mercato italiano).

## Struttura del Gruppo Growens

Si riporta qui di seguito l'organigramma al 30 giugno 2022:

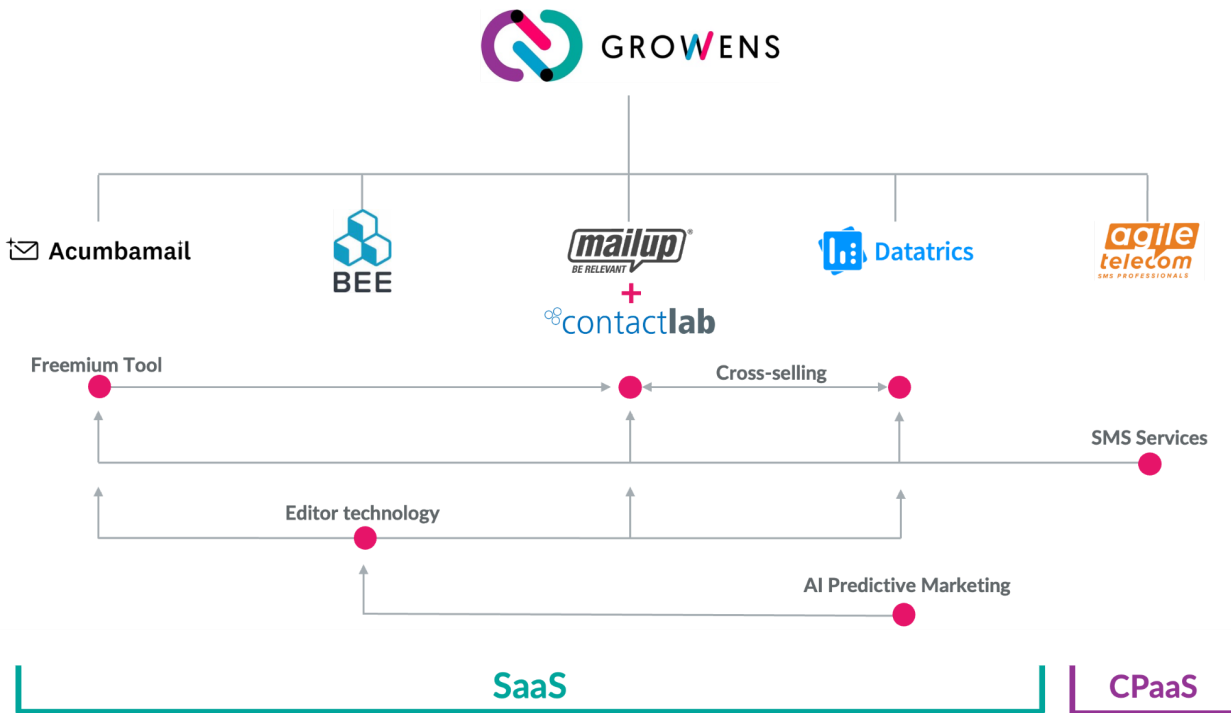


In data 4 maggio 2022 Growens ha perfezionato l'acquisizione della totalità del capitale di Contactlab, primaria società italiana attiva nei servizi di marketing in cloud fondata nel 1998 dall'ex CEO e azionista di maggioranza Massimo Fubini. In particolare, l'operazione è stata perfezionata attraverso l'acquisizione per un corrispettivo complessivo di Euro 5 milioni regolato come segue:

- (i) per complessivi Euro 3,75 milioni, per cassa corrisposto al closing;
- (ii) per complessivi Euro 1,25 milioni in natura a mezzo della dazione di complessive n. 188.822 azioni proprie della Società alla data del closing.

Ad esito dell'operazione i venditori detengono complessivamente una partecipazione in Growens pari a circa l'1,3% del capitale sociale.

Tutte le entità riportate nel partecipogramma sono controllate al 100% da Growens, tranne BEE Content Design Inc. (già MailUp Inc.), partecipata al 95,24%. Il percorso di crescita per linee esterne intrapreso dal Gruppo ha permesso, e permetterà sempre di più in futuro, di sviluppare strategie di prodotto in ambito tecnologico e di crescita commerciale, sintetizzate nella rappresentazione grafica che segue:



**Acumbamail SL** 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 micro aziende. 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. Circa 3.600 clienti paganti si avvalgono dei servizi della controllata iberica. Comprendendo anche i piani gratuiti, gli utenti si attestano intorno a 50.000 unità.

✉ **Acumbamail**

**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 1,1 miliardi di messaggi spediti nel primo semestre 2022 e gestisce l'invio di messaggi A2P di tipo promozionale e transazionale (One-Time Password, notifiche e alert) per conto di circa 2.000 clienti. È inoltre il fornitore pressoché esclusivo del Gruppo per i servizi di invio SMS erogati dalle piattaforme MailUp e Acumbamail, consentendo così



di sfruttare le sinergie economiche e tecnologiche sopra evidenziate.

**Bee Content Design Inc.**, già MailUp Inc., organizzata secondo il modello della dual company, con team di business localizzato negli Stati Uniti ed 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 10.800 clienti, sia nella versione *Plugin*, adottata da oltre 1.000 applicazioni SaaS, da startup ad aziende multinazionali, moltissime delle quali con sede nella Silicon Valley, sia nella versione *Pro*, apprezzata da email designer, grandi aziende (come Netflix, Spotify, Novartis, Google) e agenzie di digital marketing in circa 150 paesi. La business unit sta investendo sia in miglioramenti incrementali degli attuali servizi, sia nello sviluppo di nuovi servizi che andranno ad affiancare ed integrare gli esistenti, innalzando così il ricavo medio per cliente.

**Contactlab S.p.A.**, acquisita in data 4 maggio 2022, con sede a Milano, è titolare di una piattaforma proprietaria di marketing digitale basata sull'Engagement Intelligence, che offre i propri prodotti e servizi a quasi 400 clienti nel segmento enterprise di varie industries. La sua clientela - concentrata per l'85% in Italia - è fortemente complementare con la clientela della business unit MailUp, focalizzata sul segmento SMB (small-medium business). Contactlab è composta da due divisioni: una di prodotto (la "Divisione Tech") e una di servizi di agenzia digital (la "Divisione Agency") specializzata nel customer engagement. A seguito dell'acquisizione da parte di Growens, l'attività della prima divisione sarà abbinata a, e coordinata con, quella della business unit MailUp, ampliando così la gamma di servizi per soddisfare le esigenze dei clienti più sofisticati in termini di gestione dei dati - anche in tempo reale - e di marketing automation.



**Datatrix B.V.** società olandese fondata nel 2012 e 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 fidelizzazione della clientela, attraverso una piattaforma di data management sviluppata con un algoritmo di autoapprendimento. L'uso dell'intelligenza artificiale consente la combinazione di dati ricavati da molteplici fonti, sia interne (CRM, e-mail, 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.



**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 business unit autonoma, ma 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 BEE nelle attività di accounting sui clienti BEE Pro di fascia alta nell'area europea.





## 2. Dati di sintesi

### Principali eventi avvenuti nel corso del primo semestre chiuso al 30 giugno 2022

Nel corso del primo semestre 2022 l'attività del Gruppo è stata caratterizzata dagli eventi di seguito indicati.

L'11 gennaio 2022 la Società ha comunicato taluni indicatori chiave di performance (KPI) e dati di natura esclusivamente gestionale per le due linee di business SaaS (Software-as-a-Service) e CPaaS (Communication-Platform-as-a-Service). In particolare, l'ARR (Annual Recurring Revenue) è una grandezza calcolata sommando i canoni annuali di abbonamento attivi in un determinato mese e non disdetti. Nel caso di canoni mensili, il valore viene annualizzato (moltiplicato per 12). I canoni rappresentano le vendite ricorrenti: tale voce non include le vendite di servizi professionali, traffico SMS e altri servizi venduti una tantum, mentre include usage fee come chiamate API, hosting di immagini e utenti aggiuntivi che hanno un comportamento ricorrente. L'ARR non rappresenta pertanto un dato di tipo storico, bensì una proxy della capacità del business di generare reddito in ottica prospettica.

Coerentemente con quanto sopra riportato, motivato dalla intenzione del Gruppo di garantire la massima trasparenza sulle proprie attività, e rispondendo ad un'esigenza che gli investitori più sofisticati da tempo esprimono, in data 20 gennaio 2022 la Società ha proceduto alla pubblicazione di alcuni indicatori chiave di performance (KPI) e dati di natura esclusivamente gestionale per le Business Unit. Tali indicatori includono alcune delle principali metriche in uso nel settore per la valutazione dei business SaaS (Software-as-a-Service), e in particolare:

- MRR (Monthly Recurring Revenues) e ARR (Annual Recurring Revenues), ossia vendite ricorrenti (canoni di abbonamento ai vari servizi) rispettivamente mensili e annuali;
- LTV (Life Time Value), una stima del margine di contribuzione lordo aggregato medio della clientela lungo il ciclo di vita;
- NRR (Net Revenue Retention), ovvero la misura della crescita / perdita di fatturato dalla base clienti esistente per la società in un determinato periodo temporale, come risultato della combinazione di expansion (upgrades), contraction (downgrades) e churn (abbandono);

- Payback Period, ossia il tempo medio (in mesi) in cui il ricavo di un nuovo cliente acquisito pareggia i costi di acquisizione (marketing e vendite) e il costo di erogazione del servizio (COGS).

I KPI, che saranno aggiornati trimestralmente, sono disponibili sul sito internet della Società nelle pagine dedicate alle Business Unit nonché nella presentazione corporate, disponibile alla sezione Investor Relations/Presentazioni.

L'8 febbraio 2022 Growens ha annunciato la nascita del Cagliari Innovation Lab, nuovo centro di ricerca e sviluppo dedicato all'innovazione digitale e tecnologica, frutto della collaborazione tra Growens, CREA, il centro per l'innovazione e l'imprenditorialità dell'Università di Cagliari, e The Net Value, la community di innovatori fondata nel 2009 per supportare l'innovazione e l'imprenditoria digitale sul territorio sardo. Il Lab, oltre ad ospitare la nuova sede locale di Growens, avrà l'obiettivo di dare un importante contributo alla creazione di percorsi formativi per professioni digitali e all'individuazione di figure che possano alimentare la crescita del Gruppo non soltanto attraverso la valorizzazione di nuovi talenti locali ma anche attraverso l'attrazione di figure professionali specialistiche a livello internazionale.

Il 21 febbraio 2022 la Società ha annunciato il lancio da parte della controllata Datatrics della versione freemium della propria piattaforma di marketing predittivo che si avvale dell'intelligenza artificiale. Datatrics è la prima Customer Data Platform (CDP) al mondo a introdurre la possibilità di creare un account gratuito ed esplorare le sue funzioni all'avanguardia, nel contesto più ampio dell'approccio Product-Led di Growens, che vede nei prodotti delle sue Business Unit il traino strategico della crescita e dell'espansione del business. Growens punta ad aumentare l'accessibilità a prodotti tecnologici innovativi, aprendo al vasto bacino di aziende medio-piccole attualmente escluse dall'utilizzo di strumenti sofisticati di hyper personalization per la costruzione e la gestione di campagne di marketing di successo, a causa di costi e complessità fuori portata.

Il 4 aprile 2022 la Società ha annunciato la sottoscrizione di un accordo vincolante finalizzato all'acquisizione del 100% di Contactlab S.p.A., primaria società italiana attiva nei servizi di marketing in cloud. L'operazione, finalizzata ad aumentare la dimensione e capitalizzazione del Gruppo, dando vita ad un operatore sempre maggiormente integrato nel campo delle tecnologie per il marketing in cloud e con una chiara posizione di leadership in Italia, è stata completata il 4 maggio 2022. A valle dell'operazione, Massimo Fubini (CEO e fondatore di Contactlab) ha assunto il ruolo di responsabile della business unit combined MailUp+Contactlab, e detiene una partecipazione in Growens.

Il 22 aprile 2022 la Società ha annunciato - in occasione dell'edizione 2022 della Giornata Mondiale della Terra - il lancio di "One Tree, One Customer", l'iniziativa di sostenibilità che prevede la piantumazione di un albero per ogni nuovo cliente acquisito da parte di tutte le cinque Business Unit che costituiscono il Gruppo. Il progetto, realizzato in collaborazione con Tree-Nation e in linea con l'approccio ESG completo e strategico adottato da Growens, punta a contribuire in modo proattivo al benessere del pianeta. Dopo aver già collaborato con altre associazioni sempre per la piantumazione di alberi con la creazione della foresta di Growens e certificato la neutralizzazione delle emissioni del sito web [growens.io](http://growens.io), Growens rilancia il proprio impegno per l'ambiente con l'obiettivo di diventare non solo carbon neutral - cioè compensando la CO2 emessa - bensì climate positive, ovvero generare un impatto positivo, e non solo neutro, sul pianeta. In concreto, il meccanismo alla base del funzionamento del progetto "One Tree, One Customer" è molto semplice: non appena acquistato uno dei servizi offerti dalle Business Unit del gruppo Growens, il nuovo cliente riceve via e-mail un invito a piantare il suo albero. In questo modo, il nuovo cliente potrà conoscere la posizione esatta del proprio albero e la sua specie, in tutta trasparenza. Gli alberi piantati andranno così ad accrescere la foresta di Growens, progetto iniziato nel 2007 e proseguito ininterrottamente negli anni grazie a partnership con diverse associazioni internazionali certificate come Lifegate, Treedom e, più recentemente, Tree-Nation. Da inizio 2021, Growens ha abilitato la piantumazione di oltre 1.700 alberi, localizzati principalmente in Kenya e Nepal, e la compensazione di quasi 600 tonnellate di CO2. La foresta e il suo impatto sono visibili e aggiornati in tempo reale alla pagina web [tree-nation.com/profile/growens](http://tree-nation.com/profile/growens).

### 3. Report di sintesi

#### Conto Economico consolidato al 30 giugno 2022 – Importi in unità di Euro

	30/06/2022	%	30/06/2021	%	Variazione	Var. %
Ricavi SaaS	16.897.544	35,8 %	12.502.015	37,1%	4.395.530	35,2 %
Ricavi CPaaS	29.807.128	63,2 %	20.736.869	61,5%	9.070.259	43,7 %
Altri ricavi	478.560	1,0 %	452.503	1,3%	26.057	5,8 %
<b>Totale Ricavi</b>	<b>47.183.233</b>	<b>100,0 %</b>	<b>33.691.387</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.491.845</b>	<b>40,0 %</b>
Costi COGS	33.515.524	71,0 %	22.095.818	65,6%	11.419.706	51,7 %
<b>Gross Profit</b>	<b>13.667.708</b>	<b>29,0 %</b>	<b>11.595.569</b>	<b>34,4%</b>	<b>2.072.139</b>	<b>17,9 %</b>
Costi S&M	4.778.496	10,1 %	3.315.335	9,8%	1.463.161	44,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	<b>2.144.470</b>	<b>4,5 %</b>	<b>1.840.168</b>	<b>5,5%</b>	<b>304.302</b>	<b>16,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>	(1.599.738)	(3,4%)	(1.183.686)	(3,5%)	(416.052)	35,1 %
<i>Costo R&amp;D</i>	3.744.208	7,9 %	3.023.854	9,0%	720.354	23,8 %
Costi Generali	5.387.987	11,4 %	4.031.472	12,0%	1.356.515	33,6 %
<b>Totale costi</b>	<b>12.310.953</b>	<b>26,1 %</b>	<b>9.186.976</b>	<b>27,3%</b>	<b>3.123.977</b>	<b>34,0 %</b>
<b>Ebitda</b>	<b>1.356.755</b>	<b>2,9 %</b>	<b>2.408.593</b>	<b>7,1%</b>	<b>(1.051.838)</b>	<b>(43,7%)</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	217.587	0,5 %	184.055	0,5%	33.532	18,2 %
Ammortamenti diritto d'uso	504.315	1,1 %	548.002	1,6%	(43.687)	(8,0 %)
Ammortamenti R&D	1.659.584	3,5 %	1.197.678	3,6%	461.906	38,6 %
Svalutazioni e accantonamenti	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Ammortamenti e accantonamenti</b>	<b>2.381.486</b>	<b>5,0 %</b>	<b>1.929.735</b>	<b>5,7%</b>	<b>451.751</b>	<b>23,4 %</b>
<b>Ebit</b>	<b>(1.024.731)</b>	<b>(2,2 %)</b>	<b>478.858</b>	<b>1,4%</b>	<b>(1.503.589)</b>	<b>(314,0 %)</b>
Gestione finanziaria	66.077	0,1 %	(33.720)	(0,1%)	99.797	(296,0 %)
<b>Ebt</b>	<b>(958.654)</b>	<b>(2,0 %)</b>	<b>445.138</b>	<b>1,3%</b>	<b>(1.403.792)</b>	<b>(315,4 %)</b>
Imposte sul reddito	(173.416)	(0,4 %)	(396.865)	(1,2%)	223.449	(56,3 %)
Imposte anticipate (differite)	194.709	0,4 %	250.678	0,7%	(55.969)	(22,3 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>	<b>(937.360)</b>	<b>(2,0%)</b>	<b>298.951</b>	<b>0,9%</b>	<b>(1.236.311)</b>	<b>(413,5%)</b>
<i>Utile (Perdita) di pertinenza del gruppo</i>	(930.945)	(2,0%)	298.951	0,9%	(1.229.896)	(411,4%)
<i>Utile (Perdita) di pertinenza di terzi</i>	(6.415)	(0,0%)		0,0%	(6.415)	

**Stato Patrimoniale consolidato al 30 giugno 2022 - Importi in unità di Euro**

	30/06/2022	31/12/2021	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni immateriali	10.610.339	6.934.260	3.676.079	53,0 %
Avviamento	18.764.885	15.326.343	3.438.542	22,4 %
Immobilizzazioni materiali	1.411.901	1.451.491	(39.590)	(2,7%)
Diritto d'uso	2.613.694	3.168.182	(554.488)	(17,5%)
Immobilizzazioni finanziarie	310.012	200.985	109.027	54,2%
<b>Immobilizzazioni</b>	<b>33.710.831</b>	<b>27.081.261</b>	<b>6.629.570</b>	<b>24,5 %</b>
Crediti verso clienti	16.294.203	12.465.270	3.828.933	30,7 %
Debiti verso fornitori	(15.099.948)	(14.188.380)	(911.568)	6,4 %
Debiti verso collegate	-	(2.000)	2.000	(100,0 %)
<b>Capitale Circolante Commerciale</b>	<b>1.194.255</b>	<b>(1.725.110)</b>	<b>2.919.365</b>	<b>(169,2 %)</b>
Crediti e Debiti Tributari	975.861	290.878	684.983	235,5 %
Ratei e risconti Attivi/passivi	(9.200.532)	(7.845.047)	(1.355.485)	17,3 %
Altri crediti e debiti	(4.633.512)	(3.589.466)	(1.044.046)	29,1 %
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(11.663.928)</b>	<b>(12.868.744)</b>	<b>1.204.816</b>	<b>(9,4 %)</b>
Fondi rischi e oneri	(1.424.686)	(936.801)	(487.884)	52,1 %
Fondo TFR	(4.220.419)	(2.265.831)	(1.954.588)	86,3 %
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>16.401.799</b>	<b>11.009.885</b>	<b>5.391.914</b>	<b>49,0 %</b>
Capitale sociale	374.276	374.276	-	-
Riserve	17.992.293	16.775.315	1.216.978	7,3 %
Utile (Perdita) d'esercizio	(930.945)	387.098	(1.318.043)	(340,5 %)
Patrimonio netto di terzi	(15.456)	(6.086)	(9.371)	154,0 %
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>17.420.167</b>	<b>17.530.603</b>	<b>(110.436)</b>	<b>(0,6 %)</b>
Cassa	(9.761.497)	(13.324.983)	3.563.486	(26,7 %)
Debiti a breve	2.706.053	1.234.624	1.471.429	119,2 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a BT	925.749	998.388	(72.640)	(7,3 %)
Debiti a MLT	3.366.756	2.270.862	1.095.895	48,3 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a MLT	1.744.570	2.300.390	(555.821)	(24,2 %)
<b>Posizione Finanziaria Netta</b>	<b>(1.018.369)</b>	<b>(6.520.719)</b>	<b>5.502.350</b>	<b>(84,4 %)</b>
<b>Totale Fonti</b>	<b>16.401.799</b>	<b>11.009.885</b>	<b>5.391.914</b>	<b>49,0 %</b>

## 4. Relazione sulla gestione semestrale consolidata al 30 giugno 2022

Il semestre chiuso al 30/06/2022 riporta un risultato negativo consolidato pari ad Euro 937.360, al netto di perdite di pertinenza di terzi per Euro 6.415, dopo aver effettuato ammortamenti e svalutazioni per complessivi Euro 2.381.486 ed accantonamenti per imposte correnti e differite pari a Euro 21.293. L'EBITDA del Gruppo Growens del semestre in oggetto è risultato pari a Euro 1.356.755.

Di seguito viene riportata l'analisi della situazione e dell'andamento della gestione relativamente al primo semestre 2022 a livello consolidato.

### Premessa

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

Nel presente documento, sono fornite 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 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 i dati al 31 dicembre 2021 per quanto riguarda lo Stato Patrimoniale e i dati al 30 giugno 2021 per quanto riguarda il Conto Economico. Il consolidamento del conto economico di Contactlab è riferito esclusivamente ai ricavi e ai costi relativi ai mesi di maggio e giugno 2022, in quanto l'acquisizione si è effettivamente realizzata con il closing avvenuto in data 4 maggio 2022. Per lo stesso motivo i dati di confronto economici e patrimoniali non comprendono i valori riferiti a Contactlab, in quanto anteriore alla data da cui decorre il consolidamento.

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 giugno 2022):

Denominazione	Sede	Capitale sociale	Percentuale di possesso
GROWENS S.p.A.	Milano	Euro 374.276	capogruppo
CONTACTLAB S.p.A.	Milano	Euro 1.228.572	100%
BEE CONTENT DESIGN Inc.	Stati Uniti	Euro 43.295*	95,24%
MAILUP NORDICS A/S	Danimarca	Euro 67.001*	100%
GLOBASE INTERNATIONAL ApS	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%

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

## Quadro economico del primo semestre 2022

Il 2021 è stato caratterizzato da un forte dinamismo, in uscita dai rallentamenti conseguenti alla pandemia da Covid-19 e ai conseguenti periodi di lockdown, con una buona crescita, pur controbilanciata da un forte incremento dell'inflazione, caratterizzata da fenomeni generalizzati di aumento dei consumi, significative riprese degli investimenti e degli scambi commerciali, progresso dell'occupazione.

Dall'inizio del 2022 è tuttavia rapidamente subentrato uno scenario di forte instabilità, in contemporanea ad una decelerazione diffusa dell'attività economica globale. Lo scatenarsi di un grave conflitto nell'Europa dell'Est, dovuto all'invasione russa dell'Ucraina, e le conseguenti manovre di sanzioni economiche deterrenti nei confronti della Russia, hanno amplificato le criticità già esistenti: inflazione, impedimenti nelle catene del valore, forte aumento dei prezzi dei prodotti energetici e alimentari, volatilità dei mercati finanziari e conseguente storno degli investimenti dalle asset class c.d. *growth* a favore di quelle *value*.

Tali problematiche, unite al cambio di rotta delle politiche monetarie annunciato e in alcuni paesi già implementato a inizio anno, hanno causato complessivamente un peggioramento delle prospettive di breve e medio termine dell'economia internazionale. La Commissione europea ha rivisto al ribasso le stime di crescita del PIL mondiale per il biennio 2022-2023 (rispettivamente +3,2% e +3,5%). Il commercio internazionale di merci in volume, mediamente cresciuto del 5,5% nel 2021, ha rallentato allo 0,8% nel primo trimestre del 2022 rispetto ai tre mesi precedenti. Tra gennaio e marzo, l'economia cinese, frenata dalle nuove misure di lockdown, ha mostrato un rallentamento rispetto al trimestre precedente

(+1,3% in termini congiunturali da +1,6%). Secondo le stime della Commissione Europea il paese, quest'anno e il prossimo, crescerà rispettivamente del 4,6% e del 5%. Negli Stati Uniti, nel primo trimestre 2022 il PIL è diminuito dello 0,4%, per la prima volta da circa due anni, a causa del saldo negativo tra esportazioni nette e scorte rispetto all'apporto della domanda interna. Nei mesi di marzo e aprile 2022 la Federal Reserve ha alzato i tassi di interesse rispettivamente di 25 e 50 b.p. per la prima volta dal dicembre 2018, per contrastare gli elevati livelli dell'inflazione. La crescita attesa degli USA è pari al 2,9% per il 2022, in netta decelerazione rispetto al 2021, per poi rallentare ulteriormente al 2,3% nel 2023.

Nell'area dell'Euro il PIL è aumentato dello 0,3% in termini congiunturali nel primo trimestre 2022. A livello nazionale, le crescite del PIL in Spagna, Germania e Italia sono state pari rispettivamente allo 0,3%, 0,2% e 0,1% mentre in Francia si è mantenuto sui livelli dei tre mesi precedenti. Il secondo trimestre mostra parimenti una attività economica rallentata. La Commissione europea prevede un aumento del PIL dell'area Euro pari al 2,7% nel 2022, invece un rallentamento al 2,3% nel 2023. Le previsioni di crescita del PIL a livello nazionale sono: +4,0% nel 2022 e +3,4% nel 2023 per la Spagna; +3,1% e +1,8% per la Francia; +1,6% e +2,4% per la Germania. Per il 2022, si stima un progressivo deprezzamento dell'euro fino a 1,07 dollari che si manterrà stabile nel 2023. Il sostanziale aumento della quotazione del petrolio nel 2021, legato alla ripresa dell'attività economica e allo squilibrio tra domanda e offerta, è proseguito nel 2022 e ci si aspetta che il prezzo del Brent si mantenga superiore ai 100 dollari al barile fino al 2023.

Per quanto concerne l'Italia, la ripresa del ciclo economico ha rallentato nel primo trimestre (variazione congiunturale dello 0,1%). La domanda nazionale (al netto delle scorte), ha fornito un contributo positivo alla crescita (+0,4%) mentre quella estera netta, condizionata dal marcato aumento delle importazioni, ha fornito un apporto negativo dello -0,3%. Famiglie e imprese hanno manifestato rispettivamente una riduzione dei consumi (-0,8%) e un aumento degli investimenti (+3,9%). Dal lato dell'offerta, si è registrato un miglioramento congiunturale del valore aggiunto delle costruzioni (+5,8%), unito ad un calo dell'attività dell'industria (-0,9%) e ad una sostanziale stabilità di quella dei servizi (-0,1%), sostenuta dal recupero delle attività professionali, ricerca e servizi di supporto e dalle attività immobiliari (+4,0% e +1,3%).

La ripresa degli investimenti e il mantenimento della fiducia delle imprese a un livello superiore alla media di lungo periodo hanno determinato la crescita dei prezzi dei beni energetici, a sua volta causa del peggioramento del saldo della bilancia commerciale e dell'accelerazione dell'inflazione. A maggio, l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC), al lordo dei tabacchi, ha registrato un aumento del 6,9% su base annua (da +6,0% del mese precedente) trainato sia dai listini dei beni energetici sia da una più ampia diffusione del fenomeno inflattivo.



L'evoluzione di questi fattori nel breve e medio periodo è contraddistinta da un elevato grado di incertezza, con uno scenario contraddistinto da consumi in rallentamento, investimenti trainati dalle costruzioni, bilancia commerciale in pareggio, miglioramenti nel mercato del lavoro, sostenuto aumento dell'inflazione, e con un PIL stimato in crescita del +2,8% nel 2022 (trainato dalla domanda interna).

Il secondo semestre del 2022 si è purtroppo aperto con la crisi di governo, che ha portato alle dimissioni del Governo Draghi e alla convocazione delle elezioni politiche a settembre 2022. Tale fattore di instabilità si somma alla prospettiva di fenomeni recessivi nel terzo trimestre, influenzando negativamente le prospettive e la volatilità dei mercati finanziari.

## Il Gruppo

Per un approfondimento sulla struttura del Gruppo si rimanda alle pagine iniziali del presente documento dove vengono illustrati tutti i relativi dettagli.

## Principali eventi avvenuti nel corso del primo semestre 2022

Per una descrizione dei principali eventi dell'esercizio, si invita a consultare quanto riportato nella parte introduttiva del presente documento.

## Andamento del titolo GROW nel corso del primo semestre 2022 e attività di Investor Relations

Si riportano di seguito alcuni dati relativi ai prezzi e ai volumi del titolo Growens (GROW) nel corso del primo semestre 2022.

Prezzo di collocamento	Euro 1,92*	29/07/2014
Prezzo massimo 1H 2022	Euro 5,36	11/01/2022
Prezzo minimo 1H 2022	Euro 4,21	23/06/2022
Prezzo a fine periodo	Euro 4,36	30/06/2022

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

Dopo un inizio del 2022 caratterizzato da buoni volumi e andamento del prezzo, pressoché stabile sopra i 5 Euro, il prosieguo ha visto prezzi e volumi in contrazione, anche a causa degli effetti sui mercati di una serie di dinamiche macroeconomiche (guerra in Ucraina, aumento dell'inflazione, aumento dei prezzi dell'energia), che hanno comportato un importante spostamento nell'allocazione degli investimenti tra asset di tipo *growth* e asset di tipo *value*.

Nel corso del primo semestre 2022 in ogni caso il titolo GROW ha perduto una parte relativamente contenuta del proprio valore, con una variazione negativa del 14,5% tra inizio e fine del semestre, a fronte di perdite di valore ad elevata doppia cifra di titoli comparabili.

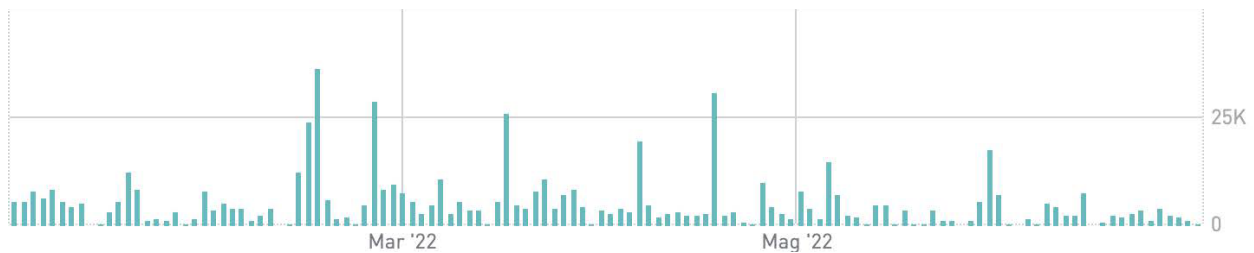
Il prezzo massimo registrato l' 11 gennaio 2022 a Euro 5,36 per azione, pari al massimo del periodo, è superiore di circa il 5% rispetto alla prima quotazione dell'anno (Euro 5,1 al 3 gennaio 2022).

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

Mese	Prezzo medio ponderato €	Volume medio giornaliero #
Gennaio 2022	5,17	4.669
Febbraio 2022	4,87	7.783
Marzo 2022	4,89	6.070
Aprile 2022	5,16	5.278
Maggio 2022	4,80	4.061
Giugno 2022	4,41	2.301



GROW.MI - andamento del prezzo gennaio-giugno 2022 - Fonte [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)



GROW.MI - andamento dei volumi gennaio-giugno 2022 - Fonte [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)

Nel corso del semestre chiuso al 30 giugno 2022, in 12 sedute di negoziazione i volumi trattati hanno superato i 10.000 pezzi, con un massimo registrato il 16 febbraio 2022 (36.241 pezzi). In generale, i volumi giornalieri scambiati nel periodo sono stati in media superiori a 5 mila pezzi, inferiori ai circa 9 mila pezzi medi giornalieri scambiati nell'intero 2021, ma indicativi di un'alta fidelizzazione della base azionaria nei momenti di crisi che ha interessato i mercati finanziari globali. In sei sedute di negoziazione non si sono verificati scambi.

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

La figura dell'Investor Relations Officer 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 Growens.

L'attività di Investor Relations poggia sull'ecosistema della reportistica di Growens, 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 2022 sono stati complessivamente diffusi 37 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.growens.io](http://www.growens.io) 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 primo semestre 2022 il Gruppo ha partecipato a 8 incontri plenari (conferenze) e individuali (investor day), svoltisi per lo più in modalità virtuale, incontrando circa 80 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 quattro 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.growens.io/en/analyst-coverage/](http://www.growens.io/en/analyst-coverage/).

Nel corso del primo semestre 2022 sono state pubblicate 15 equity research.

## **Sviluppo della domanda e andamento dei mercati in cui opera il Gruppo**

### **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 del Gruppo Growens, 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 servizi richiesti dalla 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 passando da circa 150 soluzioni applicative del 2011 alle 8.000 del 2020, mentre la stima complessiva dello *spending* a livello mondiale sulle marketing technology ha raggiunto i 121,5 miliardi di dollari, raddoppiando sostanzialmente il proprio importo negli ultimi due anni nei mercati più evoluti come Stati Uniti e UK (fonte: chiefmartech.com).

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

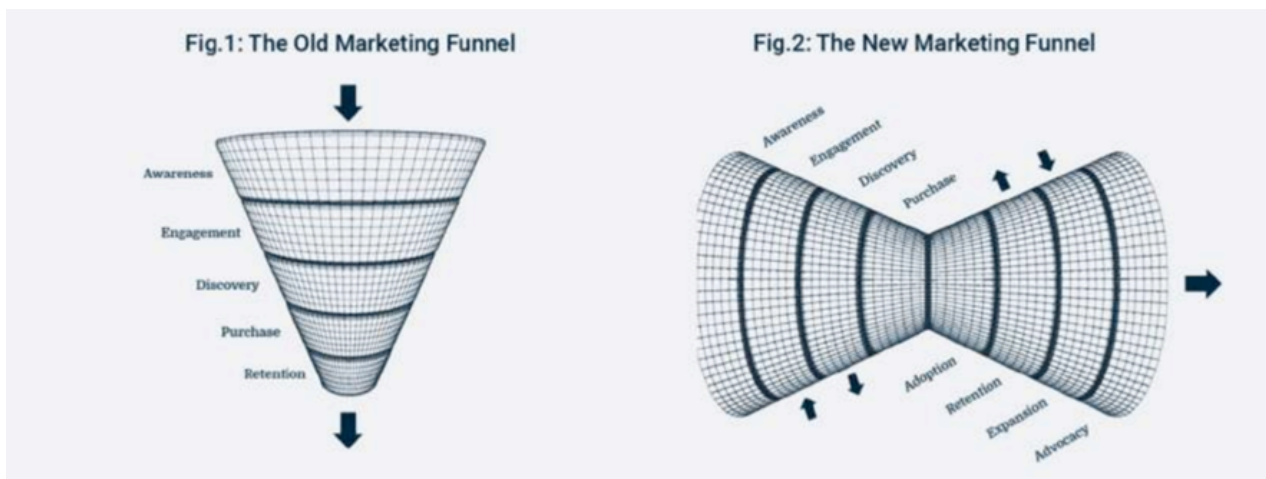
- Advertising & Promotion (mobile marketing, social e video advertising, PR);
- Content & Experience (mobile apps, email e content marketing, personalization, SEO, marketing automation e lead management, CMS);
- Social & Relationship (events, meeting & webinar, social media marketing, influencer, CRM);
- 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);

La multicanalità sta sempre più diventando un'esigenza fondamentale per i professionisti del marketing digitale che sono costantemente 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. Ciò detto, nonostante la crescente popolarità di social media e canali alternativi di comunicazione legati soprattutto alla messaggistica istantanea, email e SMS rimangono tra gli strumenti più diffusi ed efficaci tra le diverse soluzioni disponibili così come il loro utilizzo combinato.

I principali trend tecnologici che stanno attualmente interessando il MarTech sono rivolti allo sfruttamento delle potenzialità derivanti dalla raccolta ed elaborazione dei Big Data, interni ed esterni, 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 così contenuti personalizzati.



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

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

I segmenti più appropriati in cui si colloca il Gruppo Growens 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, essendo infatti particolarmente *cost-effective* e permettendo di consuntivare elevati tassi di conversione nelle varie fasi del funnel di acquisizione dei clienti. L'evoluzione tecnologica ha inoltre permesso di arricchirne il design e migliorarne le funzionalità. Nonostante la concorrenza proveniente da altri

strumenti di comunicazione (piattaforme di instant messaging, chat, social network) l'email è assolutamente centrale nelle strategie di digital marketing, specialmente nelle relazioni B2B tra aziende. E' inoltre il canale di comunicazione privilegiato dalle aziende per l'invio di messaggi personali, in particolare quelli di maggiore importanza; da ciò deriva il fatto che rimane la modalità più diffusa per entrare in contatto con le aziende. Pur in presenza di chatbot sempre più sofisticati ed evoluti, la comunicazione con una persona è sempre ampiamente preferita, in particolare mediante l'utilizzo delle email. Si prevede l'incremento del numero degli utilizzatori da 3,9 miliardi nel 2019 a 4,3 nel 2023, mentre nel solo 2019 sono state inviate e ricevute 293,6 miliardi di email, numero che è previsto attestarsi a 347,3 miliardi nel 2022. (fonte: Arrowhead equity research del 14/12/2021 <https://www.growens.io/wp-content/uploads/2021/12/Growens-ABID-Report-14Dec21>).

Il canale email rimane indubbiamente strategico in ambito digital marketing, anche in ottica futura, come dimostrato dalla rapida crescita del numero di nuove soluzioni che hanno come obiettivo l'ottimizzazione del canale email presenti nel settore MarTech.

**2. Segmento Mobile Marketing/ Text Messaging:** comprende i messaggi SMS che, nonostante il proliferare quasi giornaliero di nuove tecnologie nel mondo degli smartphone, rimangono una delle modalità più efficaci di comunicazione in caso di informazioni *time-sensitive* come password e codici a singolo utilizzo per specifiche operazioni (OTP e in generale messaggi transazionali), aggiornamenti in tempo reale, messaggi di allerta ed emergenza (es. meteo, situazione sanitaria), emblematico in questo senso il frequente utilizzo da parte delle autorità pubbliche, o semplicemente offerte speciali di durata limitata, in quanto hanno la più elevata percentuale di apertura combinata ad un'elevata efficacia nel determinare una reazione da parte del destinatario. Per questo motivo, nonostante l'innegabile popolarità di canali alternativi di messaging come Whatsapp, gli SMS manterranno un ruolo chiave nell'ambito della comunicazione di business per specifici utilizzi, legati ad esempio alla continua crescita dello shopping online, al ricorso sempre più frequente a modalità di autenticazione multipla (esempio 2 Factor Authentication) in ambito bancario o di applicazioni cloud - based e mobile. Il mercato degli SMS è stimato in crescita da circa 4,1 miliardi di Dollari nel 2019 a 17,8 miliardi di Dollari nel 2027. (fonte: Arrowhead equity research del 14/12/2021 <https://www.growens.io/wp-content/uploads/2021/12/Growens-ABID-Report-14Dec21>).

**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 mercato globale della marketing automation è stato valutato 4,1 miliardi di dollari nel 2019 con previsione di crescita più che doppia entro il 2027 per attestarsi a circa 8,7 miliardi di dollari con un CAGR del 9,8% nel periodo 2020 - 2027.

(fonte: [www.grandviewresearch.com/industry-analysis/marketing-automation-software-market](http://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/marketing-automation-software-market))

## Comportamento della concorrenza

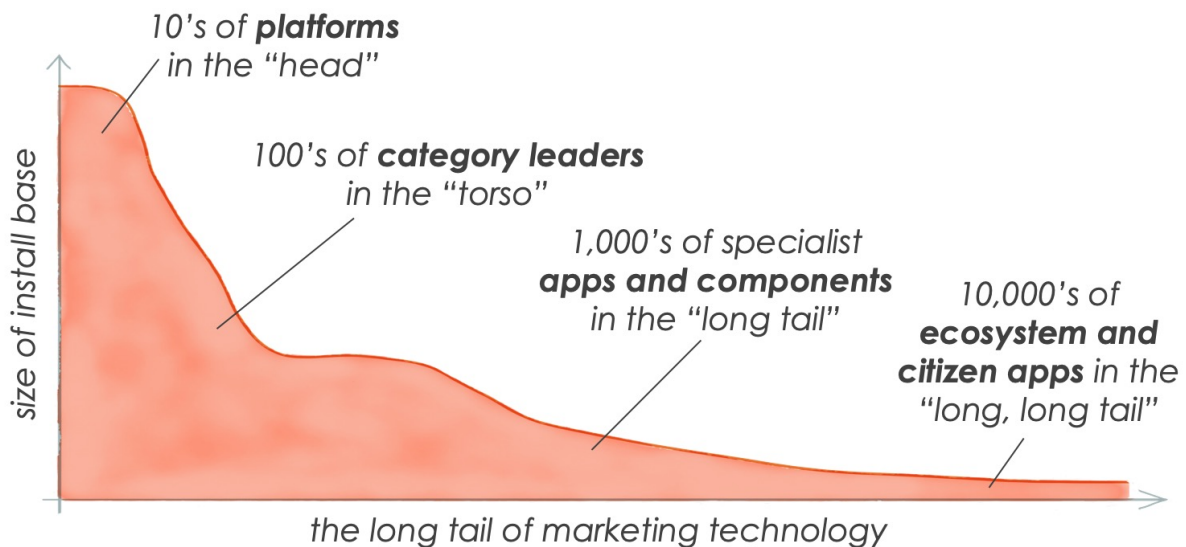
### Struttura competitiva del MarTech: nicchie tecnologiche vs. grandi attori integrati

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.

Come evidenziato dal grafico che segue all'interno del MarTech possono essere individuati una dozzina, al massimo due, di player di grandissime dimensioni che dominano in termini di quota di mercato. Ad essi si affiancano alcune centinaia di leader consolidati della propria categoria di appartenenza maggiormente concentrati sullo sviluppo di specifiche funzionalità, che realizzano fatturati che vanno da alcune decine di milioni a diverse centinaia di milioni di Dollari. La "lunga coda del MarTech" comprende poi migliaia di altri attori, da semplici startup a specialisti, di dimensioni sempre più piccole, alcuni dei quali saranno destinati a insidiare le posizioni dei leader di categoria in futuro.



The martech industry is already consolidated.



Fonte: chiefmartec.com

Gli operatori più piccoli sono costruiti e dimensionati 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 ad esempio la piattaforma 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 degli operatori 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 technology. 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+Contactlab / Acumbamail	Agile Telecom	Datatrix	BEE	Growens Group
<b>Italy</b>		  	 	<b>BEE Pro (for email designers)</b>  	
<b>Europe</b>	     	     	       	    stensul  	  ADDNODE GROUP*
<b>Others</b>	<b>Latin America</b>   <b>Rest of the World</b>      	     	        	<b>BEE Plugin (for developers)</b>   unlayer 	  

Tabella a puri fini illustrativi, i loghi restano di proprietà dei rispettivi titolari. L'asterisco (\*) identifica le Società quotate.

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

Il MarTech è un mercato ancora in piena evoluzione come dimostrato dal numero molto elevato di operatori presenti. I fenomeni di concentrazione e di aggregazione tramite operazioni di M&A sono molto frequenti e di rilevanza crescente. 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, i fenomeni di concentrazione e aggregazione tramite operazioni di M&A sono frequenti e di rilevanza crescente. 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 Growens 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.

Growens, grazie alla propria piattaforma Software-as-a-Service (SaaS) MailUp, multicanale, cloud - based e dotata di strumenti di marketing automation, è leader italiano in ambito email e SMS e si colloca tra i primi operatori del settore a livello Europeo. Nel primo semestre 2022 la piattaforma MailUp ha inviato circa 9 miliardi di email suddivise tra newsletter, DEM e messaggi transazionali. In questo contesto, l'acquisizione di Contactlab è particolarmente significativa in quanto ha l'obiettivo strategico di creare una Business Unit che unisca MailUp e Contactlab e permetta di integrare ed ottimizzare l'esperienza pluriennale sviluppata da Contactlab relativa ai servizi di marketing in cloud della divisione "Tech" e il portafoglio di clienti del segmento enterprise che usufruiscono dei servizi di agenzia digitale erogati dalla divisione "Agency".

Agile Telecom ha inviato complessivamente oltre 1,1 miliardi di SMS.

Datatrix 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 e di sistemi di Personalization alcune decine, se si includono anche quelli che non utilizzano algoritmi di machine learning. I 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 va distinto nei due prodotti ad oggi in portafoglio: BEE Pro è destinato agli email e landing page designer, un settore dove sono alcune decine le alternative disponibili sul mercato, spesso piccole startup. BEE Plugin 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. BEE Plugin 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 BEE Plugin, a differenza di tutti i competitor, può contare su un numero di referenze significative sia in termini numerici (oltre 1.000 applicazioni 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. Recentemente BEE ha lanciato il modello freemium sulla versione BEE Pro, cioè un piano completamente gratuito che si sostituisce al precedente periodo di prova a scadenza, che sta riscontrando un notevole successo non solo

in termini di incremento dei contatti e dell'interesse da parte di potenziali futuri clienti, ma anche grazie alle conversioni al modello a pagamento.

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 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	✓✓ CDP - Datatrics ✓✓ Email editor - BEE ✗ DSP / AdTech – “Work in progress”
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	✓✗ Professional consulting services – MailUp, Globase
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	✓✓ Compliant with GDPR
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)	✓✓ SMS – Agile Telecom ✗ 3 <sup>rd</sup> party apps ✗ App - based push notification

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, già 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

Si segnala che a partire dal primo semestre 2021, la reportistica consolidata di conto economico include la rappresentazione del dettaglio dei ricavi suddivisi per le due principali linee di business, ossia SaaS e CPaaS, anziché per linee di prodotto (Email, SMS, Predictive Marketing), al fine di (i) fornire una migliore rappresentazione delle rispettive logiche di funzionamento, omogenee al loro interno per tipologia di modello di business, go-to-market,

KPI (Key Performance Indicators) e parametri finanziari; (ii) dare un'informazione maggiormente rispondente alle logiche gestionali e alle scelte strategiche del Gruppo; (iii) semplificare la reportistica in ottica di maggiore comprensibilità e comparabilità rispetto agli standard internazionali.

La linea SaaS (Software-as-a-Service), include i servizi forniti ai clienti a mezzo di piattaforme accessibili in modalità cloud, utilizzate sulla base di contratti pluriperiodo prevalentemente con canoni ricorrenti/ c.d. subscription. A livello di Business Unit, accorpa i ricavi derivanti dalla piattaforma MailUp commercializzata da Growens, da Contactlab relativamente ai servizi "Tech" ed "Agency" riferiti al solo periodo successivo al closing dell'acquisizione, corrispondente ai mesi di maggio e giugno 2022, dall'editor BEE e dalle controllate Acumbamail e Datatrics. La linea CPaaS (Communication-Platform-as-a-Service), copre l'insieme dei servizi di messaging forniti su base wholesale tramite API, in particolare forniti da Agile Telecom.

I ricavi complessivi consolidati del primo semestre 2022 sono passati da 33,7 milioni a 47,2 milioni di Euro con un incremento superiore al 40%, ovvero più 35% di incremento organico, cioè senza considerare l'effetto derivante dall'acquisizione di Contactlab, rispetto al pari periodo dell'esercizio precedente. Tale risultato è sostenuto dalla crescita sia della componente SaaS, superiore al 35%, oltre il 21% organica, per una incidenza di circa il 36% sul fatturato complessivo, sia della linea CPaaS, per circa il 44% con una incidenza del 63% sul totale dei ricavi. La dinamica degli altri ricavi mostra un andamento sostanzialmente stabile rispetto al primo semestre 2021.

La *Business Unit* Agile Telecom ha prodotto il fatturato più alto in valore assoluto, pari a circa 32 milioni di Euro, con una crescita superiore al 43%. Tale crescita è sostenuta dal contributo di nuove acquisizioni di clienti strategici, che mostrano in fase iniziale una marginalità ridotta, con la prospettiva di sviluppare in futuro significativi accordi commerciali su nuove rotte di invio.

La *Business Unit* che ha realizzato il maggior tasso di crescita è BEE, con un incremento superiore al 67% (ovvero 52% al netto dell'effetto del cambio USD/Euro), attestandosi a circa 4 milioni di Euro / 4,3 milioni di Dollari USA di ricavi, grazie all'incremento dei volumi di vendita. L'ARR (Annual Recurring Revenue), ossia una metrica molto diffusa di misurazione della performance di un business a *subscription*, indicativa del valore medio annualizzato ricorrente dei contratti in essere) è pari a circa 10 milioni di Dollari USA ad agosto 2022.

Seguono le ottime performance della *Business Unit* MailUp+Contactlab, con una crescita di circa il 29% (7% organica), e di Acumbamail, in crescita di circa il 20%.

La *Business Unit* Datatrics, attiva in ambito Predictive Marketing con una Customer Data Platform proprietaria, ha generato una variazione negativa del fatturato dell'8,5%.

I ricavi realizzati all'estero ammontano a circa 30 milioni di Euro, pari a oltre il 64% del totale, in deciso aumento (+70%) rispetto al medesimo periodo dell'esercizio precedente, grazie alla crescita di Agile Telecom su questa direttrice. I ricavi ricorrenti, in crescita di oltre il 27% (+21% organico) rispetto al periodo precedente, si attestano al 27,3% dei ricavi complessivi con una riduzione del 2,8% rispetto al primo semestre 2021 per effetto della diluizione dovuta alla marcata crescita dei ricavi non ricorrenti di Agile Telecom. I ricavi realizzati in Italia crescono di circa il 7% per effetto dell'acquisizione di Contactlab.

L'EBITDA consolidato del semestre è pari a circa 1,4 milioni di Euro, in decrescita di circa il 44% rispetto al dato di pari periodo 2021, per un'incidenza del 3% sul fatturato. Sia il Gross Profit che il margine EBITDA sono influenzati da una serie di fattori tra cui: (i) per quanto riguarda la componente COGS (+52%), la marginalità della linea CPaaS, causata dalla vendita di alcune rotte strategiche che hanno comportato una crescita del fatturato ma una diluizione del Gross Margin; (ii) quanto alla componente Sales&Marketing (+44%), dalla spinta sullo sviluppo della *Business Unit* BEE; (iii) quanto infine alla componente Costi Generali (+37%), dall'incidenza dei costi una-tantum legati all'acquisizione di Contactlab a fronte di un controbilanciamento solo parziale della performance incrementale apportata dall'integrazione della società acquisita, limitata, come già ricordato, ai soli mesi di maggio e giugno. Come conseguenza di quanto sopra esposto, l'EBT è negativo per circa 1 milione di Euro.

L'utile netto del semestre chiuso al 30/06/2022, dopo la stima delle imposte correnti e differite di competenza, è negativo per 0,9 milioni di Euro. Si rammenta che gli stanziamenti fiscali a livello consolidato sono il risultato di una mera aggregazione, poiché la tassazione viene applicata sulle singole entità legali del Gruppo.

La Posizione Finanziaria Netta consolidata al 30 giugno 2022 presenta un ammontare negativo (cassa) pari a circa 1 milione di Euro, inferiore rispetto al saldo (sempre negativo) di 6,5 milioni di Euro al 31 dicembre 2021, con una variazione influenzata per buona parte dall'esborso finanziario per la componente in cassa pagata per l'acquisizione di Contactlab. L'effetto dell'adozione del principio contabile IFRS 16, relativo ai costi di affitto, leasing e noleggio comporta una posta di indebitamento figurativo pari a circa 2,7 milioni di Euro. Le disponibilità liquide al 30 giugno 2022 sono superiori a 9,7 milioni di Euro.

L'andamento del Capitale Circolante Netto, che assorbe liquidità per circa 1,2 milioni di Euro rispetto alla precedente chiusura annuale, risente dell'incremento dei crediti commerciali, di cui circa 2,7 milioni di Euro derivanti dall'acquisizione di Contactlab, oltre all'effetto delle

dinamiche dei flussi di incasso e pagamento che hanno interessato in particolare la *Business Unit Agile Telecom*, dovute all'acquisizione di clienti strategici molto promettenti ma con ridotta marginalità iniziale e a qualche episodio di incasso di importo significativo differito rispetto alla chiusura contabile del periodo, andato regolarmente a buon fine poco dopo la chiusura del semestre. Sempre per Agile Telecom, ha inciso negativamente l'accensione di nuovi rapporti di fornitura, di grande potenziale a medio termine, caratterizzati da dilazioni di pagamento ridotte o nulle nella prima fase della collaborazione commerciale.

## Indicatori alternativi di performance

Nel presente bilancio 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 Growens

Nella tabella che segue sono riepilogati i risultati consolidati al 30/06/2022 confrontati con il periodo precedente in termini di ricavi complessivi, margine operativo lordo (EBITDA) e di risultato prima delle imposte (EBT).

Descrizione	30/06/2022	30/06/2021
Totale Ricavi	47.183.233	33.691.387
Margine operativo lordo (EBITDA)	1.356.755	2.408.593
Risultato prima delle imposte (EBT)	(958.654)	445.138

I ricavi di Gruppo del semestre sono risultati in crescita di oltre il 40% rispetto al pari periodo 2021. Si ricorda che nel periodo di confronto, relativo al primo semestre 2021, non erano inclusi i ricavi della nuova controllata Contactlab, consolidati per i mesi di maggio e giugno 2022.

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

	30/06/2022	%	30/06/2021	%	Variazione	Var. %
Ricavi SaaS	16.897.544	35,8 %	12.502.015	37,1%	4.395.530	35,2 %
Ricavi CPaaS	29.807.128	63,2 %	20.736.869	61,5%	9.070.259	43,7 %
Altri ricavi	478.560	1,0 %	452.503	1,3%	26.057	5,8 %
<b>Totale ricavi</b>	<b>47.183.233</b>	<b>100,0 %</b>	<b>33.691.387</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.491.845</b>	<b>40,0 %</b>
Costi COGS	33.515.524	71,0 %	22.095.818	65,6%	11.419.706	51,7 %
<b>Gross Profit</b>	<b>13.667.708</b>	<b>29,0 %</b>	<b>11.595.569</b>	<b>34,4%</b>	<b>2.072.139</b>	<b>17,9 %</b>
Costi S&M	4.778.496	10,1 %	3.315.335	9,8%	1.463.161	44,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	<b>2.144.470</b>	<b>4,5 %</b>	<b>1.840.168</b>	<b>5,5%</b>	<b>304.302</b>	<b>16,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>	<i>(1.599.738)</i>	<i>(3,4%)</i>	<i>(1.183.686)</i>	<i>(3,5%)</i>	<i>(416.052)</i>	<i>35,1 %</i>
<i>Costo R&amp;D</i>	<i>3.744.208</i>	<i>7,9 %</i>	<i>3.023.854</i>	<i>9,0%</i>	<i>720.354</i>	<i>23,8 %</i>
Costi Generali	5.387.987	11,4 %	4.031.472	12,0%	1.356.515	33,6 %
<b>Totale costi</b>	<b>12.310.953</b>	<b>26,1 %</b>	<b>9.186.976</b>	<b>27,3%</b>	<b>3.123.977</b>	<b>34,0 %</b>
<b>Ebitda</b>	<b>1.356.755</b>	<b>2,9 %</b>	<b>2.408.593</b>	<b>7,1%</b>	<b>(1.051.838)</b>	<b>(43,7) %</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	217.587	0,5 %	184.055	0,5%	33.532	18,2 %
Ammortamenti diritto d'uso	504.315	1,1 %	548.002	1,6%	(43.687)	(8,0 %)
Ammortamenti R&D	1.659.584	3,5 %	1.197.678	3,6%	461.906	38,6 %
Svalutazioni e accantonamenti	-	-	-	-	-	-
<b>Ammortamenti e accantonamenti</b>	<b>2.381.486</b>	<b>5,0 %</b>	<b>1.929.735</b>	<b>5,7%</b>	<b>451.751</b>	<b>23,4 %</b>
<b>Ebit</b>	<b>(1.024.731)</b>	<b>(2,2 %)</b>	<b>478.858</b>	<b>1,4%</b>	<b>(1.503.589)</b>	<b>(314,0) %</b>
Gestione finanziaria	66.077	0,1 %	(33.720)	(0,1%)	99.797	(296,0 %)
<b>Ebt</b>	<b>(958.654)</b>	<b>(2,0 %)</b>	<b>445.138</b>	<b>1,3%</b>	<b>(1.403.792)</b>	<b>(315,4) %</b>
Imposte sul reddito	(173.416)	(0,4 %)	(396.865)	(1,2%)	223.449	(56,3 %)
Imposte anticipate (differite)	194.709	0,4 %	250.678	0,7%	(55.969)	(22,3 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>	<b>(937.360)</b>	<b>(2,0%)</b>	<b>298.951</b>	<b>0,9%</b>	<b>(1.236.311)</b>	<b>(413,5) %</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.

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022
ROE netto (Risultato netto/Capitale netto)	0,02	(0,05)
ROE lordo (EBT /Capitale netto)	0,03	(0,05)
ROI (Ebitda/Capitale investito)	0,04	0,02
ROS (Ebitda/Ricavi di vendita)	0,07	0,03

Gli indici sopra riportati risentono della flessione dei risultati economici consolidati (risultato netto, EBT e EBITDA) rispetto al periodo precedente in presenza di ricavi ed investimenti in crescita.

Si ricorda che il conto economico consolidato comprende i ricavi e i costi di Contactlab esclusivamente per i mesi di maggio e giugno 2022, successivi al closing della relativa acquisizione, mentre non sono compresi nei dati di confronto al 30/06/2022.

## Principali dati patrimoniali del Gruppo Growens

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

	30/06/2022	31/12/2021	Variazione	Var. %
Immobilizzazioni immateriali	10.610.339	6.934.260	3.676.079	53,0 %
Avviamento	18.764.885	15.326.343	3.438.542	22,4 %
Immobilizzazioni materiali	1.411.901	1.451.491	(39.590)	(2,7%)
Diritto d'uso	2.613.694	3.168.182	(554.488)	(17,5%)
Immobilizzazioni finanziarie	310.012	200.985	109.027	54,2%
<b>Immobilizzazioni</b>	<b>33.710.83</b>	<b>27.081.261</b>	<b>6.629.570</b>	<b>24,5 %</b>
Crediti verso clienti	16.294.203	12.465.270	3.828.933	30,7 %
Debiti verso fornitori	(15.099.948)	(14.188.380)	(911.568)	6,4 %
Debiti verso collegate	-	(2.000)	2.000	(100,0 %)
<b>Capitale Circolante Commerciale</b>	<b>1.194.255</b>	<b>(1.725.110)</b>	<b>2.919.365</b>	<b>(169,2 %)</b>
Crediti e Debiti Tributari	975.861	290.878	684.983	235,5 %
Ratei e risconti Attivi/passivi	(9.200.532)	(7.845.047)	(1.355.485)	17,3 %
Altri crediti e debiti	(4.633.512)	(3.589.466)	(1.044.046)	29,1 %
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>(11.663.928)</b>	<b>(12.868.744)</b>	<b>1.204.816</b>	<b>(9,4 %)</b>
Fondi rischi e oneri	(1.424.686)	(936.801)	(487.884)	52,1 %
Fondo TFR	(4.220.419)	(2.265.831)	(1.954.588)	86,3 %
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>16.401.799</b>	<b>11.009.885</b>	<b>5.391.914</b>	<b>49,0 %</b>
Capitale sociale	374.276	374.276	-	-
Riserve	17.992.293	16.775.315	1.216.978	7,3 %
Utile (Perdita) d'esercizio	(930.945)	387.098	(1.318.043)	(340,5 %)
Patrimonio netto di terzi	(15.456)	(6.086)	(9.371)	154,0 %
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>17.420.167</b>	<b>17.530.603</b>	<b>(110.436)</b>	<b>(0,6 %)</b>
Cassa	(9.761.497)	(13.324.983)	3.563.486	(26,7 %)
				119,2 %
Debiti a breve	2.706.053	1.234.624	1.471.429	
Passività finanziaria Diritto d'uso a BT	925.749	998.388	(72.640)	(7,3 %)
Debiti a MLT	3.366.756	2.270.862	1.095.895	48,3 %
Passività finanziaria Diritto d'uso a MLT	1.744.570	2.300.390	(555.821)	(24,2 %)
<b>Posizione Finanziaria Netta</b>	<b>(1.018.369)</b>	<b>(6.520.719)</b>	<b>5.502.350</b>	<b>(84,4 %)</b>
<b>Totale Fonti</b>	<b>16.401.799</b>	<b>11.009.885</b>	<b>5.391.914</b>	<b>49,0 %</b>

Nello stato patrimoniale sopra rappresentato non sono presenti i valori relativi a Contactlab nella colonna di confronto al 31/12/2021. Pertanto le variazioni in valore assoluto e percentuali, sempre per quanto riguarda la controllata acquisita il 4 maggio 2022, esprimono

incrementi e decrementi pari all'importo complessivo dei saldi attivi e passivi rilevati al 30/06/2022 e non alle differenze rispetto alla chiusura precedente, risultando così meno indicativi delle effettive dinamiche che hanno interessato le medesime voci nel semestre.

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.

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022
Margine primario di struttura (Mezzi propri - Attivo fisso)	(12.287.631)	(19.804.933)
Quoziente primario di struttura (Mezzi propri/Attivo fisso)	0,59	0,47
Margine secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) - Attivo fisso)	(1.306.676)	(7.841.432)
Quoziente secondario di struttura ((Mezzi propri + Passività consolidate) /Attivo fisso)	0,96	0,79

Gli indici della struttura patrimoniale del Gruppo evidenziano chiaramente l'impatto degli investimenti straordinari che hanno caratterizzato il semestre oggetto di valutazione determinati dalla recente acquisizione della controllata Contactlab, oltre all'effetto degli investimenti ordinari, anch'essi in crescita, riferiti all'attività di ricerca e sviluppo sui servizi tecnologici del Gruppo, in particolare a supporto dell'espansione di BEE.

## Principali dati finanziari del Gruppo Growens

La posizione finanziaria netta consolidata al 30 giugno 2022 è la seguente (in Euro):

Posizione Finanziaria Netta Consolidata	30/06/2022	31/12/2021	Variazione	Var. %
A. Disponibilità liquide	9.761.497	13.324.983	(3.563.486)	(26,7%)
B. Mezzi equivalenti a disponibilità liquide				
C. Altre attività finanziarie correnti				
<b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>	<b>9.761.497</b>	<b>13.324.983</b>	<b>(3.563.486)</b>	<b>(26,7%)</b>
E Debito finanziario corrente	1.100.598	1.164.171	(63.572)	(5,5%)
F. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	2.531.204	1.068.841	1.462.362	136,8%
<b>G. Indebitamento finanziario corrente (E) + (F)</b>	<b>3.631.802</b>	<b>2.233.012</b>	<b>1.398.790</b>	<b>62,6 %</b>
<b>H. Indebitamento finanziario corrente netto (G) - (D)</b>	<b>(6.129.695)</b>	<b>(11.091.971)</b>	<b>4.962.276</b>	<b>(44,7%)</b>
I. Debito finanziario non corrente	5.111.326	4.571.252	540.074	11,8%
J. Strumenti di debito				
K. Debiti commerciali e altri debiti non correnti				
<b>L. Indebitamento finanziario non corrente (I) + (J) + (K)</b>	<b>5.111.326</b>	<b>4.571.252</b>	<b>540.074</b>	<b>11,8 %</b>
<b>M. Totale indebitamento finanziario (H) + (L)</b>	<b>(1.018.369)</b>	<b>(6.520.719)</b>	<b>5.502.350</b>	<b>(84,4%)</b>
di cui E. Debito finanziario corrente Passività Right of Use IFRS 16	925.749	998.388	(72.640)	(7,3%)
di cui I. Debito finanziario non corrente Passività Right of Use IFRS 16	1.744.570	2.300.390	(555.821)	(24,2%)
<b>O. Indebitamento finanziario netto depurato da effetto IFRS 16</b>	<b>(3.688.687)</b>	<b>(9.819.497)</b>	<b>6.130.810</b>	<b>(62,4%)</b>

Circolare ESMA 32-382-1138 del 04/03/2021 par. 175 orientamento 39

La Posizione Finanziaria netta è sempre improntata ad una prevalenza della cassa sull'indebitamento per un ammontare di oltre un milione di Euro. Si registra un'evidente flessione rispetto alla precedente rilevazione imputabile all'esborso finanziario, per Euro 3,75 milioni, per l'acquisizione della nuova controllata Contactlab, oltre all'effetto di alcune dinamiche temporanee che hanno interessato la marginalità e il bilanciamento dei flussi di incasso e pagamento di Agile Telecom nei confronti di alcuni partner strategici dal notevole potenziale di futuro sviluppo commerciale.

A migliore descrizione della situazione finanziaria consolidata si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di liquidità confrontati con gli stessi dati del periodo precedente.

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022
Liquidità primaria (Liq. immediate e differite / Pass. Correnti)	0,90	0,73
Liquidità secondaria (Attività correnti / Passività correnti)	0,96	0,79
Indebitamento (Indebitamento netto / Patrimonio netto)	(0,37)	(0,06)
Tasso di copertura degli immobilizzi (Capitale proprio + Passività consolidate) / Attività fisse	0,94	0,81

Gli indicatori sopra esposti, pur rimanendo positivi, riflettono quanto già osservato in precedenza relativamente alle dinamiche della PFN nel semestre analizzato.

## 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 primo semestre del 2022 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 giugno 2022 l'organico del Gruppo è composto da 409 dipendenti di cui 13 dirigenti, 39 quadri e 357 impiegati, mentre al 31 dicembre 2021 era composto da 249 dipendenti di cui 6 dirigenti, 17 quadri e 226 impiegati. L'incremento molto sensibile rispetto alle precedenti rilevazioni è in larga parte da ascrivere all'acquisizione di Contactlab che ha determinato l'ingresso nel Gruppo di 146 dipendenti di cui 1 dirigente, 17 quadri e 128 impiegati.

Il numero degli occupati complessivamente impiegati nell'arco dell'anno U.L.A. (Unità Lavorative Annue) è 259,92 a livello di Gruppo.

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 dal Gruppo non comporta rischi o il verificarsi di situazioni che possano comportare danni all'ambiente. Per un approfondimento sulle

tematiche relative alla sostenibilità ambientale poste in essere dal Gruppo Growens si rimanda alle informazioni di dettaglio contenute nel Bilancio di Sostenibilità 2021, redatto annualmente a livello consolidato in corrispondenza con la chiusura dell'esercizio contabile dalla capogruppo e condiviso con il pubblico degli investitori e con il mercato. Tale Bilancio si configura come un esercizio di natura volontaria.

La sostenibilità è l'elemento fondamentale su cui si basano le attività di Growens, ragione per cui si è deciso di redigere il Bilancio di Sostenibilità a partire dall'Agenda 2030 dell'ONU. I 17 Sustainable Development Goals (SDGs) rappresentano degli "obiettivi comuni" da raggiungere in ambiti rilevanti per lo sviluppo sostenibile.

La rendicontazione riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2021 ed è stata realizzata in conformità alle linee guida GRI Sustainability Reporting Standards, con livello di applicazione "core". Come richiesto dagli Standard, la fase di raccolta dei dati è stata preceduta dallo svolgimento della cosiddetta "Analisi di Materialità", finalizzata a identificare le tematiche significative e riferite all'area economica, sociale ed ambientale, che possono influenzare le scelte strategiche dell'organizzazione e degli stakeholder.

## Investimenti

Nel corso del semestre oggetto della presente relazione a livello consolidato sono stati effettuati investimenti nelle seguenti aree:

Descrizione	Incrementi dell'esercizio
Costi di sviluppo piattaforme tecnologiche	1.707.489
Software di terzi e marchi	512.861
Infrastruttura IT, macchine ufficio elettroniche e impianti	43.327
Mobili, arredi d'ufficio e migliorie su beni di terzi	17.998
Right of Use IFRS 16	165.949

Data la natura del business, gli investimenti consolidati sono storicamente concentrati sui cespiti immateriali ed in particolare sull'attività di sviluppo incrementale della piattaforma di digital marketing MailUp e dell'editor BEE. Anche per Contactlab, qui presente con gli incrementi relativi al bimestre maggio giugno, la parte preponderante degli investimenti è riferita allo sviluppo e innovazione dei servizi tecnologici commercializzati ai clienti. Per entrambi, relativamente al primo semestre 2022, si forniscono le specifiche dell'attività di ricerca e sviluppo nel paragrafo successivo. A questi si aggiungono gli investimenti di



rafforzamento e rinnovamento dei tool tecnologici utilizzati da Agile Telecom nell'ambito del proprio business.

Gli investimenti materiali di Gruppo sono tipicamente rappresentati da 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.

### **Attività di ricerca e sviluppo**

Ai sensi dell'articolo 2428 comma 2 numero 1 cod. civ. si precisa che, nel corso del primo semestre 2022, il Gruppo ha capitalizzato investimenti, interni ed esterni, relativi allo sviluppo software delle proprie piattaforme e servizi tecnologici per oltre Euro 1,6 milioni, comprensivi delle specifiche attività di innovazione e consolidamento dell'infrastruttura tecnologica necessaria al funzionamento dei servizi messi a disposizione dei clienti. Gli stessi, al 30 giugno 2022 e al netto dei relativi ammortamenti cumulati, sono pari complessivamente ad Euro 7,1 milioni. Sono stati sostenuti ulteriori costi operativi attinenti ai reparti dedicati alla ricerca e sviluppo per circa Euro 2,1 milioni a livello consolidato. La capogruppo svolge prevalentemente attività incrementale di sviluppo in relazione alla piattaforma SaaS MailUp di digital marketing su cloud. Tali investimenti sono stati capitalizzati in virtù della futura utilità economica, attestata la futura recuperabilità economica e finanziaria. In forte crescita gli investimenti relativi allo sviluppo dell'editor BEE pari a oltre Euro 0,9 milioni; originariamente sviluppato da Growens, è stato conferito a fine 2016 alla controllata americana che si occupa in esclusiva della commercializzazione delle due versioni, BEE Plugin e BEE Pro, oltre a definire le road-map strategiche di prodotto. L'attività di sviluppo, svolta dalla capogruppo su incarico di BEE Content Design in virtù di specifici accordi contrattuali, è realizzata da un team italiano di sviluppatori in forza a Growens, coadiuvato dai colleghi americani, ed è definita e supervisionata dal management di BEE. Anche Agile Telecom ha svolto attività di sviluppo, un esempio il progetto TOOLS, meglio descritto nel paragrafo successivo, sia mediante il ricorso a risorse interne, sia ricorrendo a consulenti esterni per totali Euro 300 migliaia. Anche la neo acquisita Contactlab e la controllata olandese svolgono attività di ricerca e sviluppo volta al miglioramento dei propri servizi tecnologici.

Innovazione, ricerca e sviluppo costituiscono da sempre parti strutturali del DNA aziendale e culturale di Growens. La natura del business e il contesto all'interno del quale Growens opera richiedono il massimo investimento e la massima prontezza in termini di evoluzione per poter rimanere competitivi e per fornire al cliente la miglior esperienza possibile. Per Growens, l'investimento costante in innovazione riguarda ambiti core del business, quali l'infrastruttura tecnologica, lo sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni, le modalità di

interazione e ascolto dei clienti e l'efficientamento delle modalità di lavoro.

Riepiloghiamo le principali novità e miglioramenti apportati ai nostri servizi nel corso del primo semestre 2022 a seguito dell'attività di ricerca e sviluppo.

## **Piattaforma MailUp 2022:**

### **Dismissione TLS**

Le versioni 1.0 e 1.1 del protocollo crittografico TLS sono state dichiarate obsolete dalla Internet Engineering Task Force che, a fronte di vulnerabilità di cybersecurity note, ne raccomanda l'abbandono a favore della versione 1.2 o superiore. Al fine di massimizzare il livello di protezione, anche MailUp si è adeguata a quanto hanno fatto tutti i maggiori produttori di software e ha dato seguito ad una serie di interventi volti all'inibizione dell'utilizzo di protocolli obsoleti per la negoziazione della crittografia. Nullo è l'impatto di questa modifica per chi accede alla piattaforma attraverso la pagina di login da un qualsiasi web browser. Sono state invitate ad un intervento di upgrade le sole applicazioni software configurate o sviluppate dai clienti MailUp a scopo di integrazione con la piattaforma e che usano TLS 1.0 o TLS 1.1. Agli utenti interessati da tale intervento MailUp ha fornito utili comunicazioni rivolte a supportare le attività di adeguamento delle integrazioni realizzate. Questo ha consentito di provvedere alla dismissione delle versioni obsolete del protocollo senza che siano stati registrati disservizi.

### **Nuovo importatore**

La funzione di importazione massiva dei contatti, sia nel suo utilizzo da piattaforma che da API, può beneficiare di un nuovo miglioramento. Le attività effettuate sono state trainate dall'esigenza di massimizzazione del numero di contatti validi ottenuti dalle sessioni di importazione massiva. L'attivazione graduale del nuovo importatore, attualmente disponibile per le piattaforme di nuova creazione, ci ha consentito di validarne l'efficacia monitorando i risultati. Nel mese di Maggio si è poi arrivati ad estenderlo a tutte le piattaforme della Customer Base.

### **UI/UX**

- Migliorata la UX di top bar e left bar, tra le altre cose ora è possibile aprire in un'altra tab le voci di secondo livello del menu principale.
- Aperto alle console Reseller e White Label la possibilità di configurarsi le API in autonomia.
- Cambiata integrazione "contatta il supporto". Adesso usiamo le API di Zendesk.

## Apple Privacy Policy | Mitigato l'impatto delle aperture MPP

Continuiamo a monitorare costantemente i possibili impatti della Mail Privacy Protection, soprattutto dopo aggiornamenti importanti come il rilascio di macOS Monterey, che ha fatto assistere a un picco nel tasso di aperture "non reali" del 16% sul totale dei clienti MailUp e del 41% sul totale degli utenti Apple (indipendentemente dal client di posta e dal sistema operativo adottati). Percentuali quindi sicuramente in rialzo rispetto a quelle rilevate dopo la prima settimana dal rilascio di iOS15. (maggiori dettagli su <https://blog.mailup.it/2021/09/apple-privacy-protection/>)

Oltre a monitorare il fenomeno Apple, ci siamo chiesti quale fosse la scelta migliore da fare in concreto per i nostri clienti. Abbiamo quindi aggiunto nuove metriche sulle aperture nell'Area Statistiche della piattaforma, scegliendo di non "pulire" a monte tutte le aperture che potrebbero non essere tali, ma di "evidenziarle", in modo che ogni utente possa fare le sue valutazioni in relazione ai propri obiettivi. Queste le metriche, nell'area Statistiche:

- Nel tab Report attività, è stata introdotta la metrica Aperture sotto privacy. Cliccando su Calcola, l'utente potrà ottenere il dato sia in percentuale che in numero effettivo di chi ha ricevuto il messaggio su Apple Mail (sia su desktop che su mobile). Dal rilascio della feature, il 6,3% della nostra customer base ha cliccato su Calcola per ottenere il dato sia in percentuale che numerico.
- Nel tab Destinatari l'utente può scegliere come Filtro attività, i destinatari che hanno ricevuto il messaggio su Apple Mail e avere ancora più dettagli sui contatti, come l'indirizzo email e l'orario di ricezione del messaggio.

## Contacts gathering and management | Improvement nelle Landing page

Siamo intervenuti per migliorare ulteriormente l'impiego delle landing page come strumento di acquisizione contatti.

Miglioramento dell'usabilità della pagina Impostazioni: contestualmente al porting REACT della pagina, sono stati apportati alcuni interventi di standardizzazione delle informazioni esposte, che hanno reso fruibili anche altre informazioni quali, ad esempio, l'ID della landing page, l'utilizzo della favicon, l'eventuale gruppo di default impiegato qualora la landing page contenga un form di iscrizione.

Introduzione dei Gruppi nascosti come strumento di segmentazione dei contatti acquisiti: disponibile solo per le landing page che ospitano un form di iscrizione, questa nuova funzionalità, oltre ad incontrare le richieste dell'utenza, consente un allineamento dell'offerta a quanto disponibile nei già noti form di iscrizione.

Introduzione del Row Background Video, recente novità dell'editor BEE: un ulteriore slancio alla creatività nelle Landing Page che abbiamo potuto implementare con uno sforzo contenuto.

### **Page speed | Migliore utilizzo della CDN**

Viene definita con il termine di Content Delivery Network (CDN) una rete di server disposta in diverse aree geografiche, che consente di diminuire il ritardo nel caricamento dei contenuti delle pagine web. Riducendo la distanza fisica tra il server e l'utilizzatore finale del contenuto, una CDN fa sì che gli utenti in tutto il mondo possano fruire dei contenuti in un tempo minore.

Anche MailUp implementa questa tecnologia per servire i contenuti delle proprie console e, da un'analisi condotta sulla nostra infrastruttura, è emerso come il suo impiego lasciasse spazio ad interventi di perfezionamento.

Abbiamo pertanto condotto alcune attività, prima di analisi, poi esecutive, che ci consentono oggi di rilevare il dato relativo ai Byte transferred to users migliorato del 49,4%. Segno, questo, di come molti contenuti, prima serviti all'utente partendo sempre dall'origine centrale, percorrono oggi meno "strada", grazie ai server geograficamente distribuiti. Gli utenti finali, in particolare coloro che accedono dalle zone geografiche più lontane dall'origine, beneficiano di una migliorata velocità nel caricamento delle pagine della console MailUp.

### **Reliability | Estensione della conservazione dei log delle applicazioni REACT**

Alcune esigenze tecniche ci hanno imposto, fino a poco tempo fa, di limitare ad otto giorni la conservazione dei log derivanti dalle applicazioni REACT. Per ovviare a questo limite e per allinearci alla retention già in uso sugli altri servizi, abbiamo condotto degli interventi volti all'ottimizzazione dei log registrati nell'infrastruttura preposta.

Questa attività ci ha consentito l'estensione a 15 giorni della conservazione dei log anche per le registrazioni inerenti le applicazioni REACT, con un conseguente innalzamento del livello di manutenibilità del servizio.

### **Contacts gathering and management | Enhancement of Subscription Forms**

Abbiamo raccolto alcune esigenze espresse dai nostri utenti. Ecco i principali punti di evoluzione nei form di iscrizione che abbiamo identificato e implementato:

- Consentire la personalizzazione del messaggio di conferma consegna
- Permettere la personalizzazione del messaggio di benvenuto

- Abilitare la personalizzazione delle pagine di post iscrizione

### Customer activation

Abbiamo preso in carico la gestione del flusso di creazione della piattaforma, realizzandone una nuova versione. L'attività è abilitante per creare un flusso di attivazione senza frizioni e con durata molto più breve (secondi anziché minuti).

### Controlled acceleration | Porting da AngularJS a REACT

Anche nel 2022 prosegue l'attività di porting in React, fortemente guidata dalle esigenze di business continuity. Nonostante ora la piattaforma sia in sicurezza (tutte le pagine considerate critiche hanno già migrato a REACT), rimangono ancora da migrare alcune pagine minori che Product & Technology ha pianificato nell'anno corrente. Su alcune di queste sono stati apportati anche alcuni miglioramenti, come ad esempio

- possibilità di creare un messaggio da zip anche per Mac
- inseriti i controlli sulla dimensione degli allegati e sul numero massimo di allegati (5) per email
- aumentate sensibilmente le possibilità di personalizzare i flussi di iscrizione legati ad un form specifico, con la possibilità di differenziare i messaggi di conferma in base al form utilizzato (estensione molto richiesta dai clienti)
- migliorata l'esperienza utente nella navigazione tra i menu, che sono stati uniformati per le varie sezioni
- inserita la possibilità per l'utente di eliminare dei mittenti autorizzati inseriti in passato ed ora non più validi/utilizzati

### Editor BEE:

BEE, l'editor drag-and-drop per email, pop-up e landing page di proprietà della controllata BEE Content Design, 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 e landing page pensata per freelance designers, agenzie digitali, e team di marketing delle aziende (BEE Pro). Il software BEE sta gradualmente diventando uno standard mondiale nella creazione di contenuti digitali: nei primi sei mesi del 2022 ha registrato oltre 36.000.000 di sessioni in centinaia di applicazioni, con un incremento del 49% sui primi sei mesi del 2021. Nel corso dello stesso periodo 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, crescita e manutenzione del cliente. Specificamente, e' stato scelto di adottare un approccio ancor più aggressivo, introducendo - a fine marzo 2022 - un piano completamente gratuito del servizio stesso, invece che un periodo di prova. L'approccio è basato sulla strategia utilizzata con successo da giganti del Software As A Service come Slack e HubSpot. E' un approccio chiamato "enterprise freemium": viene fornita una versione gratuita che aiuta la penetrazione dell'utilizzo del software stesso non solo nelle piccole e media imprese, ma anche nelle grandi aziende. Quest'ultime, nel corso del tempo, all'aumentare dell'utilizzo gratuito del software stesso al loro interno, spesso decidono di spostarsi su una versione a pagamento per avere piu' controllo sulla sicurezza degli accessi, sulla gestione degli specifici permessi all'utilizzo assegnati ai vari utenti, sul controllo del flusso dei dati, per avere accesso a livelli piu' elevati di supporto tecnico, e via dicendo. La parte rivoluzionaria di questo approccio sta nel fatto che l'adozione del prodotto avviene dal basso, con costi di acquisizione molto bassi in quanto spesso frutto di un passa-parola organico. Nel caso di BEE Pro, il lancio della versione gratuita ha determinato un'immediata impennata dell'attivazione di nuovi account, cresciuti di oltre il 50% - su base mensile - rispetto all'anno precedente. A sua volta, il maggior numero di iscrizioni ha generato un incremento del numero di utilizzatori del software stesso, che a giugno 2022 e' stato del 58% più alto rispetto allo stesso periodo del 2021. Oltre 30.000 persone utilizzano ora BEE Pro ogni mese. Entrambi i dati fanno ben sperare a livello di esecuzione della strategia "enterprise freemium": parte di questi utenti lavorano per grandi aziende e si sono già verificati i primi eventi di conversione in contratti annuali di dimensione molto più elevata rispetto al tipico Annual Contract Value di BEE Pro nel 2021. La business unit si aspetta che questo motore di crescita spinga un incremento di tali contratti nella seconda parte del 2022.

Dal punto di vista del miglioramento della parte alta del funnel di marketing di BEE Pro, e' stata ulteriormente arricchita la community di designers da molti paesi del mondo che collaborano in modo continuativo con la business unit: ora conta circa 35 designers, che hanno permesso al catalogo di modelli email & landing page di passare le 1.500 unità. Il catalogo e' ora uno dei più ampi al mondo, cosa che continua a generare un impatto positivo non solo sul traffico, ma anche sulla generazione di nuovi account. Nel momento in cui arrivano sul catalogo dei modelli, infatti, i clienti sono letteralmente a un click dal poter editare le email e pagine con l'editor, senza nessuna frizione. Molti di essi scelgono poi di esplorare cos'altro BEE ha da offrire loro, aprendo un account di BEE Pro. La presenza del nuovo piano gratuito ha permesso un'ulteriore diminuzione della frizione percepita in fase di iscrizione, al punto che circa il 15% di tutte le visite uniche al sito di BEE si convertono ora in nuovi account di

BEE Pro, un tasso di attivazione estremamente elevato per il B2B SaaS, portando il totale delle nuove attivazioni gratuite mensili ad oltre 15.000.

Il numero sempre più elevato di utenti del servizio ha continuato a fornire una grossa 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: una funzione speciale di anteprima per simulare come un'email verrà visualizzata da un dispositivo mobile che utilizza la modalità "tema scuro" ("dark mode"); nuovi blocchi di contenuto per avere più controllo sui paragrafi di testo, le liste numeriche e i punti elenco; supporto per l'utilizzo di video come sfondo per le landing page; numerosi miglioramenti alle funzioni di collaborazione, tra cui l'introduzione del ruolo di utente "viewer", che può soltanto visualizzare il contenuto, ma non editarlo; nuove funzioni di ricerca degli asset digitali e delle cartelle che li contengono; una nuova interfaccia utente che migliora l'esperienza d'uso; miglioramenti ai connettori ad altre applicazioni, tra cui la possibilità di esportare rapidamente verso HubSpot - una piattaforma di marketing tra le più diffuse al mondo - non solo le email, ma anche le pagine;

- BEE Plugin: la versione embeddabile dell'editor si conferma un leader di mercato, con oltre 560 applicazioni SaaS paganti, e un totale di oltre 1.000 applicazioni che lo utilizzano, includendo anche quelle che si avvantaggiano del piano gratuito. BEE Plugin è ora utilizzato dal 69% delle applicazioni identificate da Forrester nella "Forrester Wave for Cross Channel Campaign Management (Independent Platforms)" e il 40% delle applicazioni identificate da Gartner nel "2021 Quadrant for Multichannel Marketing Platforms". Ad alimentare la posizione di leader di mercato vi è uno sviluppo continuo di nuove funzionalità che garantiscono una fantastica esperienza d'uso all'utente finale, e una grande capacità di personalizzazione per i team di prodotto e sviluppo che si occupano dell'integrazione dell'editor visuale nelle applicazioni che lo vanno ad ospitare. Specificamente, durante i primi sei mesi del 2022 diverse funzionalità sono state aggiunte e migliorate, funzionalità che tipicamente possono essere utilizzate indipendentemente che si crei una email, una pagina, o un popup. Un elenco è disponibile all'indirizzo <https://docs.beefree.io/updates/> Tra i più importanti, segnaliamo: il supporto di video per lo sfondo delle pagine; nuovi blocchi di contenuto ("List Content Block", "Paragraph Content Block") e nuove possibilità di modifica del design di alcuni elementi, come i bottoni; la "Dark Mode Preview", funzione speciale di anteprima per simulare come un'email verrà visualizzata da un dispositivo mobile che utilizza la modalità "tema scuro" ("dark mode"); la possibilità di modificare singole righe precedentemente salvate, senza dover aprire l'asset che le contiene; miglioramenti

continui alla funzione di commenti, cruciale per permettere un utilizzo sempre piu' collaborativo dell'editor stesso; numerose nuove opzioni di formattazione; numerosi interventi per rendere il software piu' stabile, scalabile, sicuro e performante;

- Relazione sinergica tra le due versioni e le altre piattaforme del Gruppo: ricordiamo che, dal punto di vista tecnico, BEE Pro e' un "cliente" di BEE Plugin. E' infatti un'applicazione software che incorpora al suo interno l'editor BEE, integrandolo tramite il servizio BEE Plugin. Acumbamail, Datatrics, MailUp e Contactlab, altre quattro applicazioni SaaS all'interno di Growens, sono a loro volta "clienti" di BEE Plugin. Per esempio, come indicato nei paragrafi sopra, la funzionalita' "Dark Mode Preview" e' stata una delle novita' di spicco del prodotto core (BEE Plugin), rapidamente adottata e presentata come novita' ai clienti del servizio BEE Pro. Questo e' solo uno dei tanti esempi che mostrano come i miglioramenti di cui e' oggetto l'editor BEE impattano in modo positivo sulle altre applicazioni del gruppo, generando un circolo virtuoso che e' 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.

Ricordiamo infine che la business unit - supportata dalle funzioni centralizzate di cyber security e data privacy a livello di Gruppo - ha continuato ad investire sulla sicurezza dei propri sistemi e processi, ottenendo durante il primo semestre del 2022 la certificazione ISO 27001.

## Progetti R&S di Agile Telecom

- Il Progetto TOOLS AGILE consiste nella revisione completa degli applicativi attualmente in uso, la riscrittura degli stessi in un linguaggio comune (Java) basandosi sulla disintermediazione di frontend e backend e la pubblicazione del frontend su web per consentire l'accesso di tutti gli strumenti di gestione, manutenzione e operativita' via internet. Attualmente solo gli utenti di Agile possono accedervi, tuttavia l'obiettivo per il futuro e' quello di rivendere il prodotto a soggetti esterni. Questo progetto ci consente di dismettere vecchi applicativi sviluppati con linguaggi poco utilizzati sul mercato attuale, raggiungendo una stabilita' maggiore e permettendo una maggior fruibilita' remotizzata attuale e futura. I software in questione sono di diversa tipologia e spaziano dagli strumenti anagrafici, a quelli amministrativi, a quelli di routing ed analisi dello stesso. Una maggiore efficienza degli strumenti citati porta dunque un



netto miglioramento della gestione delle informazioni creando così valore aggiunto in termini di ottimizzazione dei costi e potenziali nuove opportunità di business. Lo sviluppo del tool è attualmente in corso e si prevede la conclusione entro la metà del 2023;

- Il Progetto area utenti sito Agile contempla 3 tipologie di prodotto differente attualmente offerte in maniera separata e con dei gap di sicurezza da colmare. L'intento è quello di ridurre il perimetro di potenziale offensiva che è presente in prodotti sviluppati precedentemente e di unire in un unico portale CPaaS i prodotti Faxator/Faxalo, Retail SMS Platform e CPaaS API products. Questi prodotti sono attualmente forniti a differenti utilizzatori senza possibilità di cross-selling tra essi e, come citato precedentemente, con alcuni gap di sicurezza da colmare per ridurre al minimo i rischi di offensive dall'esterno. Con l'occasione della revisione dei Tools con unico linguaggio (Java), si è esteso il perimetro di tale revisione anche a questi prodotti (Faxator, Retail SMS Platform e CPaaS API) in modo da uniformare i prodotti interni ed esterni per renderli rock-solid, di facile accessibilità e sviluppati in un linguaggio largamente conosciuto nella comunità. Il progetto è partito dalla revisione del servizio Faxator, il quale rimarrà sia un prodotto offerto a marchio sia un prodotto in versione white label, presente all'interno della piattaforma Retail oppure offerto a rivenditori terzi sul mercato. I passi successivi vedranno lo sviluppo di un portale dedicato ai professionisti di mercato che sarà verticalizzato su prodotti a target (CPaaS API) e di una revisione della piattaforma Retail che integrerà necessità di business non attualmente presenti e l'inclusione del prodotto Faxator al suo interno, consentendo di ampliare e sviluppare l'offerta di servizi CPaaS e di esplorare ulteriormente queste interessante opportunità di crescita per Agile Telecom. Anche per quest'ultimo si prevede l'ultimazione delle attività entro la metà del 2023;
- Routing adattivo: Il progetto routing adattivo consiste nella ristrutturazione del sistema di routing implementando un meccanismo di intelligenza artificiale con lo scopo di migliorare l'efficienza scovando le rotte dei fornitori migliori in termini di qualità e migliori in termini di prezzo con il conseguente abbattimento dei costi e massimizzazione del profitto. La previsione di conclusione è prevista entro fine 2023.

## Altri Progetti R&S di Infrastruttura Tecnologica

### Progetto di trasformazione digital ERP con Oracle NetSuite

Nell'esercizio 2022 si è conclusa positivamente la sottoscrizione del provvedimento di concessione con Invitalia ed il Ministero dello Sviluppo Economico per l'attribuzione delle agevolazioni previste dallo strumento **Digital Transformation**, l'incentivo istituito dal Decreto Crescita che favorisce la trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi delle micro, piccole e medie imprese. La domanda per le agevolazioni è stata presentata nel Dicembre 2020 e la stipula del contratto con il MiSE e Invitalia è prevista nelle prossime settimane e comunque entro la fine del 2022, affinché i lavori di rendicontazione del progetto possano concludersi prima di giugno 2023. A fronte di un progetto ammesso del valore di 500.000 Euro, è stata concessa un'agevolazione complessiva pari a 250.000 euro, di cui 50.000 Euro nella forma di contributo a fondo perduto e 200.000 Euro nella forma di finanziamento agevolato.

I lavori del progetto realizzato nella cornice del bando Digital Transformation sono iniziati a gennaio 2021 e si sono conclusi a giugno 2022, per una durata totale di 18 mesi, e hanno avuto come oggetto l'implementazione di un nuovo metodo organizzativo e gestionale a supporto dei processi contabili ed operativi. Si è trattato quindi di un progetto innovativo in ambito di utilizzo software di **Enterprise Resource Planning (ERP)**, nato dalla necessità di standardizzare, unificare e razionalizzare i processi attualmente in essere a livello consolidato all'interno del Gruppo, tenendo conto anche delle best practice di settore e delle necessità di dipartimenti e business unit diverse.

Il progetto ha visto l'attivazione del **nuovo sistema ERP adottando Oracle NetSuite** unitamente al software Zuora, già in uso, al fine di ottimizzare il processo di fatturazione attiva (Order to Cash), con i seguenti obiettivi:

- attivare il nuovo sistema ERP adottando Oracle NetSuite per standardizzare e razionalizzare i processi aziendali in MailUp e successivamente in tutte le business units del gruppo;
- semplificare e modernizzare l'attuale architettura informatica per renderla più dinamica ed efficiente;
- integrare e razionalizzare l'attuale software Zuora, nell'ambito OTC per i processi aziendali;
- estendere le soluzioni messe a punto a tutte le business units del Gruppo.

La revisione dei processi di lavoro ha riguardato in primo luogo la business Unit MailUp, ma con l'obiettivo di essere estesa alle altre Business Unit del Gruppo, sia italiane (Agile Telecom) che estere (Acumbamail, BEE, Datatrics). All'interno di MailUp, l'ottimizzazione è stata accompagnata da revisioni organizzative con la creazione di un nuovo reparto di Order Management, che funziona da interfaccia tra il reparto di back office e il reparto commerciale, dal momento che entrambi sono strettamente coinvolti nella gestione degli ordini nel percorso che porta all'emissione della fattura di vendita e all'incasso del corrispettivo, come anche al recupero del credito. Un'altra evoluzione dal notevole impatto organizzativo è rappresentata da un nuovo processo di gestione degli ordini di acquisto (Purchase Order): dalla generazione della richiesta di acquisto, alla verifica ed approvazione dell'acquisto da parte del responsabile del dipartimento, al ricevimento merce/servizio (item receipt) con l'abbinamento e il controllo della fattura di acquisto, fino al pagamento automatizzato della fattura fornitore, tramite l'integrazione con i conti correnti bancari.

Considerando che le differenze di metodo all'interno delle varie Business Unit rendevano difficile la gestione centralizzata dei processi contabili e operativi, è stato inoltre deciso di strutturare un sistema condiviso che ha permesso di semplificare la gestione e i flussi di lavoro, allo stesso tempo rispettando l'ambito geografico e organizzativo di ciascuna unità locale. Questa revisione dei processi operativi è stata progettata per consentire una comunicazione più fluida e, dunque, una maggiore capacità di coordinamento tra le varie unità organizzative, business units come singoli dipartimenti, agendo in particolare su elementi quali:

- la riduzione di costi di implementazione di un eventuale nuovo assetto organizzativo;
- miglioramenti nei tempi di trasmissione delle informazioni tra le unità organizzative;
- aumento del grado di utilità delle informazioni e della percentuale del loro utilizzo: uniformare i processi aziendali con la diffusione di linguaggi condivisi favorisce infatti la produzione di informazioni più rilevanti e di facile utilizzo.

Le funzioni che sono state maggiormente impattate dalla revisione dei processi sono l'area contabile e fiscale (accounting), la fatturazione attiva (back office e recupero crediti), e i reparti che si occupano dell'infrastruttura tecnologica IT, che ha il compito di integrare i diversi strumenti software utilizzati all'interno del Gruppo. Questi reparti sono adesso concentrati all'interno della Holding e svolgono funzioni di supporto contabile, tecnico e operativo a favore delle business units:

Il progetto è stato sviluppato in due macro-fasi:

1. **Horizon 1:** gli sviluppatori di Growens e MailUp e i consulenti di Deloitte hanno cooperato insieme per analizzare e strutturare un core modeling che potesse essere

utilizzato da ciascuna business unit, implementando un Global Template. Insieme ai dipartimenti della Holding, MailUp è stata la prima business unit sulla quale è stato implementato il nuovo processo di digitalizzazione;

2. **Horizon 2:** le configurazioni di switch setting implementate in Growens e MailUp sono state traslate sulle altre business units in “Ambito geografico e Organizzativo”;

In particolare, nel periodo oggetto della presente relazione, sono proseguite le attività di Ricerca e Sviluppo del progetto relativamente all’Horizon 2, con l’adozione del nuovo ERP da parte delle business unit del Gruppo con un’integrazione complessiva, efficiente e funzionale.

La realizzazione del progetto ha quindi permesso di gestire e condividere le informazioni funzionali all’operatività aziendale lungo tutta la filiera aziendale, centralizzando i seguenti **processi aziendali:**

- OTC (Order to Cash), che comprende tutto il ciclo della fatturazione attiva: dalla ricezione dell’ordine del cliente fino alla fatturazione e all’incasso;
- PTP (Procure to Pay), che comprende tutto il ciclo della fatturazione passiva: dall’emissione della Purchase Requisition, passando per il Purchase Order fino alla fase di pagamento e registrazione della fattura del fornitore;
- RTR (Record to Report), che comprende tutta la contabilità “pura” ovvero tutti i documenti che servono per arrivare alla stesura del Bilancio Aziendale;

A seguito dell’implementazione del progetto gli **obiettivi previsti** sono:

- il miglioramento dell’efficienza aziendale da un punto di vista operativo, con conseguente riduzione dei costi e aumento del controllo sulla gestione dei processi aziendali;
- l’abbassamento del fattore di rischio grazie all’integrazione dei dati e a un maggior numero di controlli finanziari;
- l’aumento dell’efficienza del management, dal momento che un aumento della reperibilità di dati rende possibile velocizzare i processi aziendali e decisionali e renderli più affidabili;
- la riduzione dei costi relativi alla gestione operativa, poiché i processi sono diventati più brevi e più precisi, risultando in un risparmio sia di tempo che di costi e in un aumento dell’efficienza aziendale.

Il progetto ERP si è concluso il 30 giugno 2022, dopo 18 mesi di lavoro e spese rendicontate pari a 500.000 Euro. Una volta ricevuto il contratto di stipula da Invitalia, Growens risulta beneficiaria di agevolazioni pari al 50% della spesa (10% erogato sotto forma di contributo e 40% sotto forma di finanziamento agevolato). Dal momento che tutte le spese relative al

progetto presentato sono già state sostenute, l'erogazione delle agevolazioni verrà richiesta in un'unica soluzione (SAL unico), con scadenza ultima per la richiesta il 30 giugno 2023.

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

Nel corso del primo semestre 2022 all'interno del Gruppo Growens 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 tecnologica 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 Debiti	Dividendi	Ricavi	Costi
Agile Telecom		354.789	2.146.843	33.709	1.081.265	683.569	1.946.990
Globase International		327.760	38.843			110.539	38.435
MailUp Nordics							
Bee Content Design		2.760.508	4.092			2.429.883	7.334
Acumbamail		40.855			377.897	205.175	
Datatrix BV	2.360.447	2.544.558				922.279	
<b>Società controllate</b>	<b>2.360.447</b>	<b>6.028.471</b>	<b>2.189.778</b>	<b>33.709</b>	<b>1.459.162</b>	<b>4.351.445</b>	<b>1.992.760</b>
Consorzio CRIT Scarl	94.641						
<b>Società collegate</b>	<b>94.641</b>						
Floor Srl							76.643
<b>Altre parti correlate</b>							<b>76.643</b>

Gli importi più significativi si riferiscono all'editor BEE che sta registrando una crescita accelerata e un crescente favore sul mercato americano. Il Gruppo sta così destinando risorse significative a sostegno al miglioramento del prodotto della controllata statunitense, rafforzando i team italiani dedicati alla parte tecnologica e ad altre funzioni in forza alla capogruppo, in parallelo con la crescita organizzativa in atto negli Stati Uniti.

Successivamente all'acquisizione di Datatrics B.V. dell'ottobre 2018, nell'ambito degli accordi contrattuali sottoscritti tra le parti, è stato erogato da Growens un finanziamento fruttifero per Euro 1.960.447 a cui si sono aggiunti, nel corso del primo semestre 2022, ulteriori 400.000 Euro, per sostenere il rafforzamento del business della controllata olandese, considerato strategico viste le prospettive di integrazione dei servizi di marketing automation con le altre Business Unit del Gruppo.

L'immobiliare Floor S.r.l., partecipata da alcuni dei soci di riferimento della capogruppo, ha sottoscritto con Growens 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 relativamente al primo semestre 2022.

## Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti

La capogruppo Growens possiede al 30 giugno 2022 n. 45.533 azioni proprie, pari allo 0,3% del capitale sociale sottoscritto e versato, per un valore di Euro 202.860. Nel corso del primo semestre 2022 sono state acquistate complessivamente 70.803 azioni per Euro 348.804 ad un prezzo medio per azione di Euro 4,92. Gli acquisti del primo semestre 2022 sono stati realizzati nell'ambito dei programmi approvati dall'assemblea degli azionisti rispettivamente in data 22 aprile 2021 e 21 aprile 2022. 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 22 aprile 2021 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) poter utilizzare le proprie azioni come oggetto di investimento per un efficiente impiego della liquidità generata dall'attività caratteristica;
  - (ii) procedere ad acquisti di azioni proprie dai beneficiari di eventuali piani di stock option deliberati dai competenti organi sociali ovvero comunque implementare nuovi piani in qualunque forma essi siano strutturati 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);

(iii) consentire l'utilizzo delle azioni proprie nell'ambito di operazioni connesse alla gestione caratteristica ovvero di progetti coerenti con le linee strategiche della Società anche attraverso scambi azionari, con l'obiettivo principale di perfezionare operazioni di integrazione societaria con potenziali partner strategici; 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 distorsivi legati a un eccesso di volatilità o a una scarsa liquidità degli scambi;

- di stabilire le modalità di acquisto e disposizione delle azioni per un periodo di 18 mesi dalla data di deliberazione, fino ad un ammontare massimo di azioni proprie che, tenuto anche conto delle azioni di volta in volta detenute in portafoglio dalla controllante e dalle società da esse controllate, non sia complessivamente superiore al limite del 10% del capitale sociale.

Nell'ambito dell'acquisizione del 100% del capitale sociale di Contactlab, una parte del corrispettivo pari a Euro 1,250 milioni è stato corrisposto in natura, a mezzo della dazione di complessive n. 188.822 azioni proprie della Società alla data del closing, implicitamente valorizzate a Euro 6,62 cadauna, con un premio di circa il 29% rispetto al prezzo ufficiale dell'1 aprile 2022.

### 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 si fa cenno al tema impairment di attività fortemente impattato dal ricorso a stime e valutazioni, per il quale 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. Non ricorrendone i presupposti, gli impairment test sugli avviamenti iscritti nell'attivo patrimoniale verranno effettuati in sede di bilancio annuale 2022.

## **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 dal Gruppo sono i seguenti:

- Rischi legati all'andamento economico generale;
- Rischi legati al Mercato;
- Rischi legati alla gestione finanziaria;
- Rischi connessi ad atti illeciti esterni;
- Rischi reputazionali.

### **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. Growens 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 opera il Gruppo sono caratterizzati da un rapido sviluppo tecnologico e risentono della pressione competitiva derivante dal ritmo serrato di sviluppo della tecnologia. Il successo del Gruppo dipende, tra l'altro, dalla capacità di innovare e potenziare le proprie tecnologie, al fine di rispondere ai progressi tecnologici del 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 i servizi erogati dal Gruppo, tra cui 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.

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 ulteriori 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 nuove soluzioni, potrebbero verificarsi effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria consolidata.

In altra parte di questo stesso documento abbiamo evidenziato in modo dettagliato come il costante investimento in ricerca, sviluppo e innovazione dei servizi del Gruppo sia una direttrice strategica fondamentale per il Gruppo, dedicando risorse via via crescenti, con l'obiettivo di mitigare il più possibile questo rischio connesso al mercato di riferimento.

## **Rischi legati alla gestione finanziaria**

### **Rischio di credito**

Il rischio di 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. I recenti sviluppi congiunturali hanno favorito l'adozione di procedure più stringenti per la quantificazione ed il controllo della rischiosità del cliente. Parallelamente si è supportato la clientela, viste le difficoltà a livello sistemico, 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

rafforzate le misure volte a favorire l'utilizzo dei pagamenti elettronici (carte di credito, PayPal, Sepa Direct Debit) da parte della clientela. La quota degli incassi derivanti da pagamenti elettronici è storicamente molto consistente, 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 Growens gode allo stato attuale, anche grazie all'ammissione alle negoziazioni sul mercato Euronext Growth Milan (ex AIM Italia) e agli ottimi rapporti con il sistema bancario, di una buona liquidità. L'indebitamento finanziario è prevalentemente finalizzato all'attività di crescita per linee esterne attuata attraverso le acquisizioni e a supporto degli investimenti strategici, in particolare in ricerca e sviluppo dei propri prodotti.

Il Gruppo, al fine di ottimizzare la gestione delle risorse finanziarie e di ridurre il rischio di 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 grazie alla liquidità disponibile e ai flussi derivanti dalla gestione operativa. Le proiezioni future delle performance finanziarie del Gruppo fanno ritenere che le risorse finanziarie prospettiche, insieme alle attuali disponibilità, saranno in grado di garantire un adeguato sostegno alla gestione e agli investimenti ordinari e straordinari programmati.

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

### **Rischio di tasso**

La capogruppo ha fatto moderato ricorso, a partire dalla fine del 2015, alla leva finanziaria tramite canale bancario, prevalentemente a medio e lungo termine, beneficiando del trend favorevole dei costi di indebitamento, per sostenere operazioni straordinarie di crescita per linee esterne, investimenti relativi all'attività di sviluppo software e altri investimenti strategici. Alla data del 30 giugno 2022 l'indebitamento bancario consolidato è pari ad Euro 7.279.880 di cui Euro 2.706.053 a breve termine, a fronte di disponibilità liquide per Euro 9.761.497. Tale importo comprende anche una linea di credito a breve termine per anticipo fatture per Euro 1 milione concessa ad Agile Telecom allo scopo di gestire con flessibilità i

picchi di fine mese coincidenti con i pagamenti dei fornitori strategici per il business anche in presenza di ritardi negli incassi di clienti con fatture di importo elevato. Tali ritardi vengono risolti nell'arco di qualche giorno, ma possono generare momentanee tensioni a livello di cassa che vengono gestite attraverso questo strumento, consentendo di rafforzare gli ottimi rapporti di partnership attualmente in essere con i principali operatori del mercato e di attivare nuove promettenti sinergie. 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. L'attuale congiuntura economica ha già determinato un primo rialzo dei tassi che potrebbe essere seguito da ulteriori correzioni in aumento. La futura crescita dei tassi d'interesse può determinare un aumento degli oneri finanziari connessi con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica e finanziaria della società, anche se la prevalenza delle risorse finanziarie proprie rispetto al ricorso all'indebitamento verso terzi ne riduce l'eventuale impatto.

### **Rischio di cambio**

Sono presenti crediti e debiti commerciali in valute estere detenuti da Growens principalmente nei confronti delle controllate estere, oltre ad importi marginali per debiti e crediti commerciali in valuta con fornitori e clienti terzi relativi anche ad altre società del Gruppo. 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. Il cambio Corona danese/Euro è estremamente stabile e presenta storicamente oscillazioni minime. Anche per la controllata americana BEE Content Design Inc., che esprime volumi di operatività molto più significativi, i valori oggetto di consolidamento sono denominati in valuta estera, in particolare in Dollari americani, il cui tasso di cambio è stato interessato da un significativo rafforzamento rispetto all'Euro negli ultimi dodici mesi. Si ritiene l'esposizione a rischi connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio ridotta e limitata all'ambito Euro/Dollaro, in relazione alla crescita in termini di volumi di attività di BEE. Per questo motivo la funzione Finance all'interno della Holding monitora regolarmente l'andamento del rischio e ricorre ad operazioni di copertura per limitare possibili effetti negativi derivanti da evoluzioni estremamente sfavorevoli nel cambio Euro/Dollaro.

### **Rischio di recuperabilità degli asset**

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 produrre 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 almeno su base 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, il Gruppo Growens 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, sia tramite consulenti esterni di comprovata esperienza ed affidabilità, ma soprattutto introducendo figure manageriali all'interno del proprio organico con elevata professionalità e competenze specifiche. Questo percorso ha portato già nell'esercizio 2021 alla nomina del Cyber Security Manager di 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 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. Il Gruppo è particolarmente sensibile a queste tematiche, tra cui si segnala la sostenibilità ambientale e l'approccio etico al business, e al contenimento dei relativi rischi, a cui sta dedicando sempre più risorse come si evince dal bilancio ESG pubblicato su base volontaria e liberamente consultabile sul sito del Gruppo.

## **Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del primo semestre 2022**

In data 11 luglio 2022 il Consiglio di Amministrazione, in ragione del rilevante contributo apportato dal Dott. Luca Azzali allo sviluppo del business della Società e del Gruppo, nonché in ragione della recente acquisizione di Contactlab S.p.A. e della conseguente attribuzione al Dott. Massimo Fubini della qualifica di General Manager della business unit combinata MailUp+Contactlab, ha conferito al Dott. Luca Azzali la qualifica di Corporate Development Director all'interno della Holding, coerentemente con il disegno industriale e i piani di sviluppo della Società. La figura sarà responsabile della strategia e dello sviluppo per linee

esterne, individuando le migliori opportunità di crescita. La nomina del Dott. Luca Azzali ha comportato il suo inquadramento in un livello professionale tale per cui l'aumento della sua retribuzione annua lorda (fissa e variabile) configurasse una operazione con parti correlate ai sensi della "Procedura per le Operazioni con Parti Correlate" (la "Procedura OPC") attualmente adottata dalla Società, nonché della ulteriore normativa anche regolamentare di settore. In conformità a quanto previsto dalla Procedura OPC, l'operazione è stata pertanto sottoposta all'esame preventivo del Comitato per le Operazioni con Parti Correlate (il "Comitato"), riunitosi nella forma del "presidio equivalente" di cui alla Procedura OPC, in persona dell'Amministratore Indipendente Dott. Ignazio Castiglioni, che ha esaminato l'interesse della Società alla esecuzione della suddetta promozione, nonché la convenienza e correttezza sostanziale delle relative condizioni, esprimendo motivato parere favorevole.

Nella medesima data il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato un accordo modificativo dell'accordo di investimento sottoscritto in data 19 settembre 2018 tra la Società, da un lato, e BMC Holding B.V., Inbeta Holding B.V. e GO Holding B.V., dall'altro, quali parti venditrici, di una partecipazione rappresentativa dell'intero capitale sociale di Datatrix B.V. Tale accordo prevedeva tra l'altro l'investimento di BMC Holding B.V. (subentrata agli altri due veicoli) nel capitale sociale della Società (l'"Accordo di Investimento") che, in particolare, prevedeva, al ricorrere di talune condizioni, che la Società riconoscesse alla stessa BMC Holding B.V. un importo a titolo di earn-out da corrispondersi in azioni di nuova emissione della Società. A tal proposito, il Consiglio di Amministrazione, in data 30 ottobre 2018, a valere sulla delega ricevuta - ai sensi dell'articolo 2443 del codice civile - dall'Assemblea Straordinaria del 23 dicembre 2015, aveva deliberato di aumentare, a pagamento ed in via scindibile, il capitale sociale, per massimi nominali Euro 31.672,28 oltre sovrapprezzo, mediante emissione di massime numero 1.266.891 nuove azioni ordinarie, prive di indicazione del valore nominale espresso, da sottoscrivere entro il termine finale del 30 aprile 2023, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 5, del codice civile, in quanto riservate alla sottoscrizione da parte di BMC Holding B.V. (l'"Aumento di Capitale"). Alla luce del mutato contesto, la Società stessa e BMC Holding B.V. hanno stipulato un accordo modificativo dell'Accordo di Investimento (l'"Accordo Modificativo"), con previsione, tra l'altro, che l'importo da riconoscersi da parte della Società a titolo di earn-out sia determinato come segue: (i) quanto a 1M di Euro, per cassa; (ii) n. 422.297 azioni ordinarie della Società, mediante compensazione del prezzo di sottoscrizione, comprensivo di sovrapprezzo, dovuto da BMC Holding B.V.. Dette azioni sono soggette ai medesimi accordi di lock-up previsti nell'Accordo di Investimento. Ad esito di quanto sopra (i) l'ammontare dell'aumento di capitale a valere sull'Aumento di Capitale è pari a 10.557,43 Euro (oltre sovrapprezzo); (ii) il prezzo puntuale di sottoscrizione delle azioni offerte in sottoscrizione a BMC Holding B.V. e rivenienti dall'Aumento di Capitale, già determinato nell'Accordo di Investimento, è pari a 2,368 Euro cadauna, fissando in 0,025 Euro cadauna l'ammontare da imputarsi a capitale sociale ed in 2,343 Euro cadauna l'ammontare da

imputarsi a riserva sovrapprezzo; (iii) il numero di nuove azioni della Società emesse e offerte in sottoscrizione a BMC Holding B.V. è pari a n. 422.297; (iv) si procederà a riallineare il capitale sociale deliberato per la parte non eseguita per nominali 21.114,85 Euro e rimuovere dallo Statuto sociale la clausola transitoria a suo tempo introdotta, nonché, con l'occasione degli adempimenti societari connessi alla firma dell'Accordo Modificativo, a riallineare il capitale sociale deliberato per nominali 567,00 Euro, per la parte non eseguita del piano di Stock Option 2016, ormai scaduto. Pertanto, il capitale sociale deliberato di Growens sarà pari a nominali 413.238,80 Euro e il capitale sociale sottoscritto e versato sarà pari a nominali 384.833,58 Euro, suddiviso in n. 15.393.343 azioni ordinarie in circolazione. BMC Holding B.V. possiederà un totale di n. 1.010.156 azioni ordinarie, pari al 6,6% del capitale sociale della Società.

In data 29 agosto 2022, Growens ha annunciato la nomina di Luca Penati a nuovo Chief Marketing and Communications Officer di BEE, la Business Unit leader nell'offerta di strumenti di design no-code che rendono possibile a tutti la creazione semplice e veloce di contenuti digitali. In qualità di CMCO, il manager italiano riporterà direttamente al CEO di BEE Massimo Arrigoni e guiderà il marketing e la comunicazione a livello mondiale, sfruttando il successo dei visual builders di BEE in molti settori e paesi. Luca Penati porta nella business unit BEE oltre tre decenni di esperienza nel marketing e nella comunicazione a livello internazionale. Cresciuto professionalmente in Italia, Penati si è trasferito in Silicon Valley nel 1999 per lavorare per Apple. Da allora ha ricoperto ruoli manageriali in agenzie di marketing e comunicazione come Edelman, Ogilvy and Weber Shandwick, occupandosi di plasmare, costruire e proteggere i brand, dalle startup alle Fortune 500. Di recente è stato fondatore e consulente capo di Penati and Partners, una società di consulenza di marketing e comunicazione dedicate a startup.

In data 5 settembre 2022 la Società ha notificato l'iscrizione presso il Registro delle Imprese di Milano dell'attestazione ex art. 2444 cod. civ. di sottoscrizione dell'aumento di capitale in natura a fronte della sottoscrizione di n. 422.297 azioni ordinarie della Società, da parte di BMC Holding B.V., in attuazione dell'accordo modificativo dell'accordo di investimento sottoscritto in data 19 settembre 2018 tra la Società, BMC Holding B.V., Inbeta Holding B.V. e GO Holding B.V., come comunicato in data 11 luglio 2022. Il nuovo capitale sociale è pari a Euro 384.833,58 suddiviso in n. 15.393.343 azioni ordinarie prive del valore nominale.

## **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 rafforzare 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:
  - Customer Data Platform;
  - Data driven omnichannel marketing orchestration;
  - Marketing automation;
  - Personalizzazione / Hyper-personalization;
- 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;
- sviluppo della business unit *combined* MailUp+Contactlab, attraverso il coordinamento di attività e gamma di servizi per soddisfare le esigenze dei clienti più sofisticati in termini di gestione dei dati – anche in tempo reale – e di *marketing automation*; i prodotti di Contactlab saranno per questo mantenuti e sviluppati e non sono previste migrazioni di clienti, mentre le due organizzazioni saranno unificate;
- valorizzazione della divisione Agency di Contactlab, che aggregnerà l'offerta dei servizi professionali legati al *customer engagement* di tutto il gruppo e lavorerà su un ventaglio di piattaforme e software diversificato, anche non di proprietà: questa nuova divisione sarà funzionale anche ad alcune attività attualmente svolte internamente a BEE o esternalizzate a partner esteri;
- introduzione di Datatrics nei mercati già presidiati dal Gruppo, a partire da Italia 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, ticketing, travel e hospitality;
- rafforzamento delle sinergie intragruppo attraverso la fertilizzazione incrociata delle conoscenze fra le società del Gruppo ed in particolare:
  - condivisione delle best practice, esperienze e competenze;
  - mantenimento di un approccio unbundled per meglio soddisfare le differenti esigenze dei segmenti e/o mercati;
  - 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 un maggior investimento in marketing & sales, lo sviluppo di un sito dedicato e di un "playground"



che consenta agli sviluppatori di sperimentare rapidamente le funzionalità, l'implementazione e la flessibilità dell'editor;

- rafforzamento del portafoglio di connettori di BEE Pro, aggiungendone di nuovi (ad esempio Salesforce) per poter intercettare le esigenze dei clienti ad oggi non soddisfatte;
- completamento del riassetto di Datatrics e introduzione della piattaforma in mercati nuovi attraverso la modalità ProductLed e l'offerta dell'edizione freemium come principale canale di acquisizione;
- 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.

## **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") Growens 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 che, al termine del primo mandato, ha nuovamente confermato fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023. Nel corso del mandato, e con cadenza periodica, l'Organismo di Vigilanza, incontra il Collegio Sindacale e la società di revisione al fine di condividere i flussi informativi e i risultati delle rispettive attività.

Successivamente alle recenti modifiche apportate alla procedura in materia di whistleblowing a seguito della Direttiva Europea 2019/1937 in vigore dallo scorso 17 dicembre 2021, che hanno recepito i nuovi standard di protezione introdotti a favore dei

“whistleblower”, la Società ha provveduto a diffondere la procedura in materia di whistleblowing così come recentemente aggiornata.

L’Organismo di Vigilanza ha altresì provveduto ad aggiornare il Modello in considerazione delle raccomandazioni emerse nell’audit report riferito alle verifiche condotte nell’anno 2021 e ha inoltre condotto una prima attività di verifica rivolta alle parti speciali del Modello riferite a: delitti in materia di violazione del diritto d’autore e attività strumentali alla commissione di illeciti in concorso; all’esito della quale è emerso come i protocolli adottati siano ragionevolmente adeguati ed efficaci a mitigare i rischi relativi alla commissione dei reati presupposti seppur siano state formulate proposte di modifica di alcuni protocolli a seguito della riscontrata necessità di effettuare attività di aggiornamento degli stessi per meglio descrivere l’effettiva operatività della Società.

La Società ha inoltre effettuato un percorso formativo specifico, destinato ai soggetti apicali nonché al personale impegnato nella gestione delle procedure ad evidenza pubblica. La scelta della popolazione aziendale cui erogare la formazione è stata effettuata sulla scorta del risk assessment e ciò al fine di erogare specifica formazione su quelle fattispecie di reato – ed i relativi protocolli di controllo adottati con il Modello – che risultano essere più rilevanti per la Società stessa. Infine, si evidenzia come la Società abbia adottato un Code of business conduct, valevole a livello di Gruppo, ispirato ai principi del Codice Etico.

### **Trattamento dati personali**

Per le caratteristiche del proprio business che richiede la massima correttezza e attenzione nel trattamento dei dati, Growens è da sempre particolarmente sensibile alle tematiche di Data Protection. Il Gruppo, infatti, viene affiancato da anni da consulenti legali di comprovata competenza ed esperienza, a livello nazionale ed internazionale, su queste tematiche

In particolare - ai fini di una migliore gestione del business della Società e, più in generale, delle attività del Gruppo a cui la medesima fa capo - è stato nominato un Data Protection Officer (DPO), ovvero una figura altamente qualificata, indipendente e dotata altresì di esperienza nel settore della protezione dei dati personali, che svolga tale funzione a favore dell’intero Gruppo.

E’ stato inoltre predisposto un “Modello Organizzativo in materia di protezione dei dati personali” , quale strumento per allineare le politiche del Gruppo e dimostrare che i trattamenti di dati personali sono effettuati conformemente al GDPR. Il modello è stato localizzato su tutte le società del Gruppo e riflette la posizione che le stesse vogliono 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 dal Gruppo 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 solido di protezione dei dati personali trattati nel contesto delle attività poste in essere dalle società del Gruppo, 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 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.

Nel corso del primo semestre del 2022, in aggiunta all'ordinaria attività di consulenza, si è proceduto ad una revisione e aggiornamento dei registri di trattamento delle società del Gruppo ed è stato avviato un analogo processo in relazione alle LIA (valutazioni del legittimo interesse) a livello di Gruppo e delle singole società.

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci.

Milano, 8 settembre 2022

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Monfredini



## 5. Bilancio consolidato di Gruppo al 30/06/2022

### STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO AL 30/06/2022

	Note	30/06/2022	31/12/2021	Variazione	Var. %
Attività materiali	1	1.411.901	1.451.491	(39.590)	(2,7 %)
Diritto d'uso	1	2.613.694	3.168.182	(554.488)	(17,5 %)
Attività immateriali	2	10.531.185	6.855.106	3.676.079	53,6 %
Avviamento	3	18.844.039	15.405.497	3.438.542	22,3 %
Partecipazioni in società collegate e joint venture	4	165.509	99.109	66.401	67,0 %
Altre Attività non correnti	5	1.357.378	1.314.751	42.627	3,2 %
Attività per imposte differite	6	2.301.394	1.524.097	777.297	51,0 %
<b>Totale Attività non correnti</b>		<b>37.225.101</b>	<b>29.818.234</b>	<b>7.406.867</b>	<b>24,8 %</b>
Crediti Commerciali e altri crediti	7	16.294.203	12.465.270	3.828.933	30,7 %
Altre attività correnti	8	2.575.537	2.468.920	106.617	4,3 %
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	9	9.761.497	13.324.983	(3.563.486)	(26,7 %)
<b>Totale Attività correnti</b>		<b>28.631.237</b>	<b>28.259.173</b>	<b>372.064</b>	<b>1,3 %</b>
<b>Totale Attività</b>		<b>65.856.338</b>	<b>58.077.407</b>	<b>7.778.930</b>	<b>13,4 %</b>
Capitale sociale	10	374.276	374.276	-	-
Riserve	11	17.992.293	16.775.315	1.216.978	7,3 %
Risultato dell'esercizio		(930.945)	387.098	(1.318.043)	(340,5 %)
Patrimonio netto di terzi		(15.456)	(6.086)	(9.371)	154,0 %
<b>Totale Patrimonio Netto</b>		<b>17.420.167</b>	<b>17.530.603</b>	<b>(110.436)</b>	<b>(0,6 %)</b>
Debiti verso banche e altri finanziatori	12	4.573.827	3.477.932	1.095.895	31,5 %
Passività Right of Use a Lungo Termine	12	1.744.570	2.300.390	(555.821)	(24,2 %)
Altre passività non correnti	13	-	2.000.000	(2.000.000)	(100,0 %)
Fondi rischi e oneri	14	288.167	221.667	66.500	30,0 %
Fondi del personale	15	4.220.419	2.265.831	1.954.588	86,3 %
Passività per imposte differite	16	1.136.519	715.135	421.384	58,9 %
<b>Totale Passività non correnti</b>		<b>11.963.501</b>	<b>10.980.955</b>	<b>982.5466</b>	<b>8,9 %</b>
Debiti commerciali e altri debiti	17	15.099.948	14.188.380	911.568	6,4 %
Debiti verso società collegate	17	-	2.000	(2.000)	(100,0 %)
Debiti verso banche e altri finanziatori	18	2.706.053	1.234.624	1.471.429	119,2 %
Passività Right of Use a Breve Termine	19	925.749	998.388	(72.640)	(7,3 %)
Altre passività correnti	20	17.740.920	13.142.457	4.598.463	35,0 %
<b>Totale Passività correnti</b>		<b>36.472.670</b>	<b>29.565.850</b>	<b>6.906.820</b>	<b>23,4 %</b>
<b>Totale Passività</b>		<b>65.856.338</b>	<b>58.077.407</b>	<b>7.778.930</b>	<b>13,4 %</b>

**CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 30/06/2022**

	Note	30/06/2022	%	30/06/2021	%	Variazione	Var. %
Ricavi SaaS	21	16.897.544	35,8 %	12.502.015	37,1%	4.395.530	35,2 %
Ricavi CPaaS	21	29.807.128	63,2 %	20.736.869	61,5%	9.070.259	43,7 %
Altri ricavi	21	478.560	1,0 %	452.503	1,3%	26.057	5,8 %
<b>Totale Ricavi</b>		<b>47.183.233</b>	<b>100,0 %</b>	<b>33.691.387</b>	<b>100,0%</b>	<b>13.491.845</b>	<b>40,0 %</b>
Costi COGS	22	33.515.524	71,0 %	22.095.818	65,6%	11.419.706	51,7 %
<b>Gross Profit</b>		<b>13.667.708</b>	<b>29,0 %</b>	<b>11.595.569</b>	<b>34,4%</b>	<b>2.072.139</b>	<b>17,9 %</b>
Costi S&M	23	4.778.496	10,1 %	3.315.335	9,8%	1.463.161	44,1 %
<b>Costi R&amp;D</b>	24	<b>2.144.470</b>	<b>4,5 %</b>	<b>1.840.168</b>	<b>5,5%</b>	<b>304.302</b>	<b>16,5 %</b>
<i>Costi R&amp;D capitalizzati</i>		<i>(1.599.738)</i>	<i>(3,4%)</i>	<i>(1.183.686)</i>	<i>(3,5%)</i>	<i>(416.052)</i>	<i>35,1 %</i>
<i>Costo R&amp;D</i>		<i>3.744.208</i>	<i>7,9 %</i>	<i>3.023.854</i>	<i>9,0%</i>	<i>720.354</i>	<i>23,8 %</i>
Costi Generali	25	5.387.987	11,4 %	4.031.472	12,0%	1.356.515	33,6 %
<b>Totale costi</b>		<b>12.310.953</b>	<b>26,1 %</b>	<b>9.186.976</b>	<b>27,3%</b>	<b>3.123.977</b>	<b>34,0 %</b>
<b>Ebitda</b>		<b>1.356.755</b>	<b>2,9 %</b>	<b>2.408.593</b>	<b>7,1%</b>	<b>(1.051.838)</b>	<b>(43,7)%</b>
Ammortamenti e accantonamenti generali	26	217.587	0,5 %	184.055	0,5%	33.532	18,2 %
Ammortamenti diritto d'uso	26	504.315	1,1 %	548.002	1,6%	(43.687)	(8,0 %)
Ammortamenti R&D	26	1.659.584	3,5 %	1.197.678	3,6%	461.906	38,6 %
Svalutazioni e accantonamenti	26	-	-	-	-	-	-
<b>Ammortamenti e accantonamenti Ebit</b>		<b>2.381.486</b>	<b>5,0 %</b>	<b>1.929.735</b>	<b>5,7%</b>	<b>451.751</b>	<b>23,4 %</b>
<b>Ebit</b>		<b>(1.024.731)</b>	<b>(2,2 %)</b>	<b>478.858</b>	<b>1,4%</b>	<b>(1.503.589)</b>	<b>(314,0 %)</b>
Gestione finanziaria	27	66.077	0,1 %	(33.720)	(0,1%)	99.797	(296,0 %)
<b>Ebt</b>		<b>(958.654)</b>	<b>(2,0 %)</b>	<b>445.138</b>	<b>1,3%</b>	<b>(1.403.792)</b>	<b>(315,4 %)</b>
Imposte sul reddito	28	(173.416)	(0,4 %)	(396.865)	(1,2%)	223.449	(56,3 %)
Imposte anticipate (differite)	28	194.709	0,4 %	250.678	0,7%	(55.969)	(22,3 %)
<b>Utile (Perdita) d'esercizio</b>		<b>(937.360)</b>	<b>(2,0 %)</b>	<b>298.951</b>	<b>0,9%</b>	<b>(1.236.311)</b>	<b>(413,5 %)</b>
<b>Utile (perdita) di pertinenza del Gruppo</b>		<b>(930.945)</b>	<b>(2,0 %)</b>	<b>298.951</b>		<b>(1.229.896)</b>	<b>(411,4 %)</b>
<b>Utile (perdita) di pertinenza del terzi</b>		<b>(6.415)</b>				<b>(6.415)</b>	
Utile (perdite) attuariali al netto dell'effetto fiscale				(2.467)	0,0%	2.467	(100%)
Utili/(perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci delle società consolidate in valuta diversa dall'Euro		(38.571)	(0,1%)	(16.250)	0,0%	(22.321)	137,4%
<b>Utile/(Perdita) dell'esercizio complessivo</b>		<b>(975.932)</b>	<b>(2,1%)</b>	<b>280.234</b>	<b>0,8%</b>	<b>(1.256.166)</b>	<b>(448,3%)</b>
Risultato:							
Per azione	29	(0,0626)		0,0380			
Risultato diluito	29	(0,0589)		0,0368			

**PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DEL PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO**

Valori in Euro	31/12/2021	Destinazione e risultato	Aumento di capitale	Giroconto Riserve	Acquisto azioni proprie	Utilizzo azioni proprie	Risultato CE complessivo	Stock option plan	Utili/perdite a nuovo	Risultato d'esercizio	30/06/2022
Capitale sociale	374.276										374.276
Riserva sovrapprezzo azioni	12.753.906										12.753.906
Riserva legale	80.000										80.000
Riserva straordinaria	7.367.050	1.176.894									8.543.944
Riserva azioni proprie in portafoglio	(714.725)				(348.804)	860.669					(202.860)
Riserva per utili su cambi	(0)								74.625		74.625
Utile/(Perdita) portati a nuovo	(1.973.633)	387.098							(850.191)		(2.436.726)
Riserva per Stock Option	184.368							54.577			238.945
Riserva Oci e traduzione	(441.269)						(39.003)				(480.272)
Riserva FTA	(613.449)			(98.889)							(712.339)
Riserva da avanzo fusione	133.068										133.068
Risultato d'esercizio	387.098	(387.098)								(930.945)	(930.945)
<b>Patrimonio netto</b>	<b>17.536.689</b>	<b>1.176.894</b>		<b>- (98.889)</b>	<b>(348.804)</b>	<b>860.669</b>	<b>(39.003)</b>	<b>54.577</b>	<b>(775.566)</b>	<b>(930.945)</b>	<b>17.435.624</b>

Valori in Euro	31/12/2020	Destinazione risultato	Aumento di capitale	Giroconto o Riserve	Acquisto azioni proprie	Utilizzo azioni proprie a saldo MBO	Risultato CE complessivo	Stock option plan	Utili/perdite a nuovo	Risultato d'esercizio	30/06/2021
Capitale sociale	374.276										374.276
Riserva sovrapprezzo azioni	12.753.906										12.753.906
Riserva legale	80.000										80.000
Riserva straordinaria	5.613.856	1.716.841		19.030		17.321					7.367.050
Riserva azioni proprie in portafoglio	(582.608)				(234.938)	308.642					(508.905)
Riserva per utili su cambi	19.030			(19.030)							-
Utile/(Perdita) portati a nuovo	(829.772)	564.927							(1.740.215)		(2.005.061)
Riserva per Stock Option	70.468							44.541			115.009
Riserva OCI e traduzione	(300.894)						(18.717)				(319.610)
Riserva FTA	(613.449)										(613.449)
Riserva da avanzo fusione	133.068										133.068
Risultato d'esercizio	564.927	(564.927)								298.951	298.951
<b>Patrimonio netto</b>	<b>17.282.808</b>	<b>1.716.841</b>		<b>-</b>	<b>- (234.938)</b>	<b>325.963</b>	<b>(18.717)</b>	<b>44.541</b>	<b>(1.740.215)</b>	<b>298.951</b>	<b>17.675.232</b>

**RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO**

<b>Rendiconto Finanziario consolidato - importi in unità di Euro</b>	<b>30/06/2022</b>	<b>30/06/2021</b>
Utile (perdita) dell'esercizio	(937.360)	298.951
Imposte sul reddito	173.416	396.865
Imposte anticipate/differite	(194.709)	(250.678)
Interessi passivi/(interessi attivi)	65.102	25.505
(Utili)/Perdite su cambi	(131.179)	8.215
(Dividendi)		
(Plusvalenze)/minusvalenze derivanti dalla cessione di attività		
<b>1 Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione</b>	<b>(1.024.731)</b>	<b>478.858</b>
Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto:		
Accantonamento TFR	360.928	255.129
Accantonamenti altri fondi	121.500	147.932
Ammortamenti delle immobilizzazioni	2.335.841	1.844.502
Svalutazioni per perdite durevoli di valore		
Altre rettifiche per elementi non monetari	(41.103)	17.069
<b>2 Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn</b>	<b>1.752.435</b>	<b>2.743.490</b>
Variazioni del capitale circolante netto		
Decremento/(incremento) dei crediti vs clienti	(71.704)	(1.192.731)
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	263.109	(698.454)
Decremento/(incremento) ratei e risconti attivi	78.946	(561.915)
Incremento/(decremento) ratei e risconti passivi	(319.346)	(120.467)
Decremento/(incremento) crediti tributari	(217.950)	479.060
Incremento/(decremento) debiti tributari	(155.020)	266.727
Decremento/(incremento) altri crediti	24.707	410.071
Incremento/(decremento) altri debiti	32.768	511.374
Altre variazioni del capitale circolante netto		
<b>3 Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn</b>	<b>1.387.945</b>	<b>1.837.155</b>
Altre rettifiche		
Interessi incassati/(pagati)	(11.937)	21.061
(Imposte sul reddito pagate)	(463.425)	(40.717)
(Plusvalenze)/minusvalenze derivanti dalla cessione di attività		
Dividendi incassati		
(Utilizzo dei fondi)	(225.566)	(82.051)
<b>4 Flusso finanziario dopo le altre rettifiche</b>	<b>687.017</b>	<b>1.735.448</b>
<b>A Flusso finanziario della gestione operativa</b>	<b>687.017</b>	<b>1.735.448</b>
Immobilizzazioni materiali	(74.155)	(158.526)
(Investimenti)	(74.155)	(158.526)
Prezzo di realizzo disinvestimenti		

Immobilizzazioni immateriali	(2.284.805)	(1.905.607)
(Investimenti)	(2.284.805)	(1.905.607)
Prezzo di realizzo disinvestimenti		
Immobilizzazioni finanziarie	(47.448)	(1.037)
(Investimenti)	(47.448)	(1.037)
Prezzo di realizzo disinvestimenti		
Attività finanziarie non immobilizzate		(0)
(Investimenti)		(0)
Prezzo di realizzo disinvestimenti		
Acquisizione o cessione di società controllate	(3.750.000)	
<b>B Flusso finanziario dell'attività di investimento</b>	<b>(6.156.408)</b>	<b>(2.065.170)</b>
Mezzi di terzi	762.738	528.021
Incremento (decremento) debiti a breve verso banche	9.067	(6.825)
Accensione finanziamenti	2.000.000	1.600.000
Rimborso finanziamenti	(1.246.329)	(1.065.154)
Mezzi propri	(348.805)	(234.938)
Aumento di capitale a pagamento		
Cessione (acquisto) di azioni proprie	(348.805)	(234.938)
Variazione riserva sovrapprezzo		
<b>C Flusso finanziario dell'attività di finanziamento</b>	<b>413.933</b>	<b>293.082</b>
<b>Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)</b>	<b>(5.055.458)</b>	<b>(36.639)</b>
<b>Disponibilità liquide Apertura</b>	<b>13.324.983</b>	<b>9.866.364</b>
<b>Disponibilità liquide Apertura Contactlab 01.05.22</b>	<b>1.491.972</b>	
<b>Disponibilità liquide Chiusura</b>	<b>9.761.497</b>	<b>9.829.725</b>
<b>Variazione Disponibilità Liquide</b>	<b>(5.055.458)</b>	<b>(36.639)</b>



## 6. Note esplicative alla Relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2022

### Informazioni Generali

Il Gruppo Growens (di seguito anche “Growens Group” o “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, (v) servizi di agenzia digital per clienti enterprise con specializzazione nel customer engagement. La capogruppo Growens S.p.A. (di seguito “Growens” o anche la “Società”) 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, denominata MailUp, utilizzata da oltre 9.600 clienti diretti a cui si aggiungono più di 16.500 clienti delle altre 4 business unit e oltre 490.000 clienti delle edizioni gratuite di vari servizi, in particolare offerti da BEE Content Design Inc. (di seguito anche “BEE”). A livello consolidato il Gruppo opera con circa 26.500 clienti distribuiti in più di 150 Paesi ed è presente con le proprie sedi in tre continenti con un organico di oltre 400 collaboratori. Dopo l’ammissione alle negoziazioni delle proprie azioni ordinarie sul sistema multilaterale di scambi Euronext Growth Milan (già AIM Italia) gestito da Borsa Italiana nel 2014, Growens 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) oltre ovviamente alla neo acquisita Contactlab S.p.A. (di seguito “Contactlab”) (Email marketing enterprise mercato italiano).

## 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 dell'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 30/06/2022 sono quelli in vigore a tale data e sono conformi a quelli adottati per la redazione del bilancio al 31/12/2021. 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 30/06/2022, 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. Growens, 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 Euronext Growth Milan (già AIM Italia), ha comunque redatto, già dall'esercizio 2014 il bilancio annuale consolidato.

Il presente bilancio consolidato è sottoposto a revisione volontaria 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 30/06/2022 (c.d. 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 rilevata al 31/12/2021.

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 eventuali 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 (dati in Euro):

Denominazione	Città o Stato Estero	Capitale Sociale Euro	Patrimonio netto	Utile/(perdita)	% Poss.	Valore bilancio
Bee Content Design Inc	USA	43.295	(324.715)	(134.765)	95,24	759.118
Acumbamail SL	Spagna	4.500	157.737	117.992	100	1.105.303
Mailup Nordics A/S	Danimarca	67.001	641.172	(139)	100	640.582
Agile Telecom S.p.A.	Carpi (MO)	500.000	1.750.413	391.858	100	8.838.556
Contactlab S.p.A	Milano	1.228.572	425.978	(151.358)	100	5.417.834
Datatrix B.V.	Olanda	999	(3.861.360)	(985.345)	100	5.821.952
<b>Totale</b>						<b>22.583.345</b>

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

I bilanci semestrali oggetto di consolidamento sono tutti riferiti alla data di chiusura della capogruppo corrispondente al 30/06/2022.

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

La conversione dei bilanci delle controllate espressi in valuta diversa dall'Euro, Bee 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 30/06/2022;
- i componenti del conto economico sono stati convertiti in base ai cambi medi del primo semestre 2022;
- 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:

Valuta	Cambio al 30/06/2022	Cambio medio primo semestre 2022	Cambio al 31/12/2021	Cambio medio primo semestre 2021
Dollaro USA	1,0387	1,0940	1,1326	1,2057
Corona Danese	7,4392	7,4402	7,4364	7,4368

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 espone 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;

Relativamente a Contactlab, lo Stato patrimoniale consolida i saldi patrimoniali al 30/06/2022, che non presenti nella colonna di confronto al 31/12/2021, antecedente al completamento dell'acquisizione avvenuto in data 04/05/2022.

b) nel Conto Economico i componenti positivi e negativi del reddito sono esposti per destinazione come nel precedente esercizio. A partire dal primo semestre 2021, la reportistica consolidata di Conto Economico include la rappresentazione del dettaglio dei ricavi suddivisi per le due principali aree strategiche di affari, ossia SaaS e CPaaS, anziché per linee di prodotto (Email, SMS, Predictive Marketing), al fine di (i) fornire una migliore

rappresentazione delle rispettive logiche di funzionamento, omogenee al loro interno per tipologia di modello di business, go-to-market, KPI (Key Performance Indicators) e parametri finanziari; (ii) dare una informativa maggiormente rispondente alle logiche gestionali e alle scelte strategiche del Gruppo; (iii) semplificare la reportistica in ottica di maggiore comprensibilità e comparabilità rispetto agli standard internazionali. Tale scelta è dettata dalla maggiore facilità di lettura e comparabilità rispetto ai bilanci degli altri player del medesimo settore. Il Conto Economico, relativamente a Contactlab, consolida i ricavi e i costi del periodo maggio - giugno 2022, successivo al completamento dell'acquisizione della stessa controllata. Coerentemente, i valori economici della colonna di confronto al 30/06/2021 non comprendono i costi e ricavi di Contactlab.

L'area strategica di affari SaaS (Software-as-a-Service), include i servizi forniti ai clienti a mezzo di piattaforme accessibili in modalità cloud, utilizzate sulla base di contratti pluriperiodo prevalentemente con canoni ricorrenti/ c.d. subscription. A livello di Business Unit, accorpa i ricavi derivanti dalla piattaforma MailUp commercializzata da Growens, da Contactlab relativamente ai servizi "Tech" ed "Agency" riferiti al solo periodo successivo al closing dell'acquisizione, corrispondente ai mesi di maggio e giugno 2022, dall'editor BEE e dalle controllate Acumbamail e Datatrics. L'area strategica di affari CPaaS (Communication-Platform-as-a-Service), copre l'insieme dei servizi di messaging forniti su base wholesale tramite API, in particolare forniti da Agile Telecom.

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. Con riferimento a Contactlab, consolidata a partire da maggio 2022, si segnala che i flussi riportati nel Rendiconto Finanziario sono stati calcolati per differenza rispetto ai corrispondenti saldi patrimoniali al 30 aprile 2022, cioè i saldi di apertura al 1° maggio 2022, non presenti negli altri report patrimoniali e nella PFN presentati in questa Relazione semestrale, sommati algebricamente al risultato economico del medesimo periodo maggio - giugno 2022, al netto delle variazioni non monetarie. Nell'indicazione della variazione di cassa del periodo è pertanto indicata separatamente anche la situazione di cassa di apertura di Contactlab, corrispondente al saldo al 30/04/2022, non inclusa nello Stato Patrimoniale e PFN, coerentemente al criterio adottato per la rappresentazione della colonna di confronto al 30 giugno 2021, che non include i dati della società acquisita.

## 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 31/12/2021, ad eccezione dei nuovi principi contabili adottati a far data dall'esercizio 2022 elencati di seguito.

### **NUOVI PRINCIPI CONTABILI, EMENDAMENTI ED INTERPRETAZIONI APPLICATI DAL 1° GENNAIO 2022**

Nel mese di maggio 2020 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti di portata ristretta ai principi IFRS 3, IAS 16, IAS 37 ed alcune revisioni annuali all'IFRS 1, IFRS 9, IAS 41 e IFRS 16.

Nel mese di marzo 2021 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti all'IFRS 16 che spostano dal 30 giugno 2021 al 30 giugno 2022 la data ultima per poter usufruire di 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.

Dall'applicazione dei nuovi emendamenti non sono insorti impatti significativi né nei valori, né nell'informativa di bilancio.

**PRINCIPI CONTABILI, EMENDAMENTI ED INTERPRETAZIONI IFRS OMOLOGATI DALL'UNIONE EUROPEA, NON ANCORA OBBLIGATORIAMENTE APPLICABILI E NON ADOTTATI IN VIA ANTICIPATA DAL GRUPPO AL 30 GIUGNO 2022**

Nel mese di maggio 2017 lo IASB ha emesso il nuovo principio IFRS 17 "Contratti di assicurazione". Il nuovo principio, che sostituirà l'IFRS, si applica a partire dal 1° gennaio 2023, ma è consentita un'applicazione anticipata solo per le entità che applicano l'IFRS 9 - Financial Instruments e l'IFRS 15 - Revenue from Contracts with Customers.

Nel mese di febbraio 2021 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti di portata ristretta ai principi IAS 1, Practice Statement 2 e allo IAS 8. Le modifiche mirano a migliorare l'informativa sui principi contabili e ad aiutare gli utenti del bilancio a distinguere tra cambiamenti nelle stime contabili e cambiamenti nei principi contabili. Gli emendamenti saranno applicabili con decorrenza dal 1° gennaio 2023, ma è consentita un'applicazione anticipata.

**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 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 2024.
- Nel mese di maggio 2021 lo IASB ha pubblicato alcuni emendamenti al principio IAS 12 - Imposte differite relative ad attività e passività scaturenti da una singola operazione. Le modifiche richiedono alle società di riconoscere imposte differite in caso di rilevazione iniziale di un'attività o di una passività in un'operazione che dà luogo a differenze temporanee deducibili e imponibili di uguale ammontare. Gli emendamenti saranno applicabili con decorrenza dal 1° gennaio 2023.



- Nel mese di dicembre 2021, lo IASB ha pubblicato un emendamento denominato “Amendments to IFRS 17 Insurance contracts: Initial Application of IFRS 17 and IFRS 9 – Comparative Information”. L’emendamento è un’opzione di transizione relativa alle informazioni comparative sulle attività finanziarie presentate alla data di applicazione iniziale dell’IFRS 17. L’emendamento è volto ad evitare disallineamenti contabili temporanei tra attività finanziarie e passività di contratti assicurativi, e quindi a migliorare l’utilità delle informazioni comparative per i lettori di bilancio. Le modifiche si applicheranno dal 1° gennaio 2023, unitamente all’applicazione del principio IFRS 17.

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.

Di seguito la tabella che indica il valore degli strumenti finanziari consolidato alla fine del primo semestre 2022.

<i>(In unità di Euro)</i>	<b>Valore in bilancio</b>	<b>Fair value</b>	<b>Gerarchia fair value</b>
<b>Altre attività finanziarie</b>			
Altre attività finanziarie non correnti	1.357.378	1.357.358	Livello 3

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.

# NOTE AI PROSPETTI PATRIMONIALI, FINANZIARI ED ECONOMICI

## Attività

### Attività non correnti

#### Attività materiali (1)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
1.451.491	1.411.901	(39.590)

#### Impianti e macchinari

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Impianti E Macchinari	41.470	40.493	(977)
Altri Beni	1.410.021	1.371.408	(38.613)
<b>Totale</b>	<b>1.451.491</b>	<b>1.411.901</b>	<b>(39.590)</b>

Nella voce "altri beni" sono iscritte:

- spese per l'acquisto di mobili e arredi degli uffici per Euro 329.284, al netto dell'ammortamento del semestre;
- spese per l'acquisto di macchine elettroniche d'ufficio per Euro 400.274 al netto dell'ammortamento del semestre;
- spese per l'acquisto di telefoni cellulari per Euro 15.119 al netto dell'ammortamento del semestre;
- spese per migliorie su beni di terzi per Euro 608.648 relative all'allestimento e personalizzazione della nuova sede di Milano al netto dell'ammortamento del semestre;
- altre immobilizzazioni materiali nette per Euro 18.083.

## Diritti d'uso

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
3.168.182	2.613.694	(554.488)

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Diritti d'uso Uffici IFRS16	2.728.086	2.149.280	(578.806)
Diritti d'uso Autovetture IFRS16	324.003	308.865	(15.138)
Diritti d'uso PC IFRS16	116.093	115.548	39.455
<b>Totale</b>	<b>3.168.182</b>	<b>2.613.694</b>	<b>(554.488)</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 operazioni di finanziamento a medio lungo termine erogate 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 2.149.280 per gli uffici in locazione, a Euro 308.865 per gli automezzi ed Euro 115.548 per i personal computer noleggiati. 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)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
6.855.106	10.531.185	3.676.079

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Sviluppo piattaforma	5.405.892	7.125.583	1.719.691
Software di terzi	1.390.029	1.317.614	(72.415)
Marchi	9.585	38.462	28.876
Altre	49.599	2.049.526	1.999.927
<b>Totale</b>	<b>6.855.106</b>	<b>10.531.185</b>	<b>3.676.079</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. Anche per Contactlab gli sviluppi incrementali dei propri servizi tecnologici rappresentano un fattore strategico del business: nelle voci sopra evidenziate sono presenti investimenti specifici per circa Euro 1,087 milioni. Da menzionare anche gli sviluppi capitalizzati relativi all’editor BEE. Tale asset è stato conferito dalla capogruppo alla controllata Bee Content Design Inc a far data dal 31/12/2016. Nella voce “Software di terzi” sono iscritti i costi relativi all’implementazione di software di proprietà di terzi. La voce “Marchi” include le spese sostenute per il deposito e la tutela del marchio MailUp e Contactlab in Italia e in altri paesi considerati strategici dal punto di vista commerciale. Per un’analisi approfondita delle nuove funzionalità apportate nel primo semestre 2022 alla piattaforma MailUp, all’editor BEE e relativamente ai progetti di ricerca e sviluppo svolti da Growens e dalle altre società del Gruppo si rimanda al paragrafo “Attività di ricerca e sviluppo” della Relazione sulla gestione della presente relazione semestrale consolidata. Nell’ambito della determinazione del fair value relativo alle attività e passività acquisite da Contactlab è stata valorizzato, nella voce “Altre” attività immateriali consolidate, l’asset lista clienti o Customer Asset list per Euro 1.944.460 oltre alla rilevazione delle relative imposte differite per complessivi Euro 543 migliaia. Nel paragrafo che segue, relativo all’Avviamento, viene descritto in dettaglio il processo che ha portato a tale valorizzazione.

### Avviamento (3)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
15.405.497	18.844.039	3.438.542

Gli avviamenti derivanti dall’acquisizione di società controllate sono così dettagliati:

Descrizione	30/06/2022
BEE Content Design, Inc.	162.418
Acumbamail SL	464.923
MailUp Nordics A/S	180.446
MailUp Nordics / Globase	460.137
Agile Telecom S.p.A.	8.256.720
Datatrix B.V.	5.801.699
ContactLab	3.438.542
Avviamento Faxator	79.154
<b>Totale</b>	<b>18.844.039</b>

Il 4 maggio 2022, come più volte ricordato, si è perfezionata l'acquisizione di Contactlab. L'acquisto è stato trattato contabilmente secondo la metodologia di contabilizzazione definita dall'IFRS 3 che disciplina le aggregazioni aziendali. Come richiesto dall'IFRS 3, la Società ha provveduto a determinarne alla data di acquisizione il fair value. Growens ha quindi effettuato un'attività di Purchase Price Allocation (PPA) per la determinazione del fair value delle attività identificabili acquisite, delle passività e delle passività potenziali. L'analisi ha determinato la valorizzazione della lista clienti o Customer Asset List in base al metodo *Multiperiod Excess Earning Method* (MPEEM). Questo metodo stima il valore attuale degli utili attribuibili all'asset intangibile in oggetto dopo aver dedotto la quota di margine imputabile ai c.d. *contributory assets*, quindi sottraendo il contributo alla marginalità fornito dagli altri asset materiali ed immateriali ad esclusione di quello oggetto di valutazione tra gli altri beni immateriali, altri beni materiali, capitale circolante e forza lavoro (*assembled work force*). Il valore attribuibile all'asset intangibile è ottenuto attualizzando gli utili futuri determinati come sopra lungo la vita utile residua prevista. La proiezione futura di ricavi e marginalità, stimata in base a dati pregressi e prospettici, tiene conto a fini prudenziali anche dell'*Attrition Rate*, cioè del tasso di abbandono specifico delle relative linee di business di Contactlab, cioè Tech, Agency e SMS. Sui risultati così ottenuti si è operato lo stanziamento delle relative imposte anticipate.

La seguente tabella riporta il confronto tra il valore contabile delle attività nette acquisite da Contactlab alla data di acquisizione (così come risultante dalla situazione contabile relativa al periodo chiuso al 30 aprile 2022 di Contactlab) con il relativo fair value a tale data, determinato in accordo a quanto previsto dal paragrafo 45 dell'IFRS 3.

Valori in €/000		Valori contabili all'acquisizione	Rettifiche IFRS	Fair Value adjustment	Fair Value
<b>Attività non correnti</b>	<b>(a)</b>	<b>1.878</b>	<b>42</b>	<b>1.944</b>	<b>3.864</b>
Di cui Attività materiali		87			87
Di cui Attività Immateriali		1.085		1.944	3.029
<i>Customer Asset list</i>				1.944	1.944
Di cui Diritti d'uso su beni di terzi			11		11
Di cui Attività per imposte differite		655	31		686
Di cui Partecipazioni		50			50
<b>Attività correnti</b>	<b>(b)</b>	<b>5.534</b>			<b>5.534</b>
<b>Totale Attività</b>	<b>(a+b)</b>	<b>7.412</b>	<b>42</b>	<b>1.944</b>	<b>9.398</b>
<b>Totale Passività non correnti</b>	<b>(c)</b>	<b>2.981</b>	<b>133</b>	<b>543</b>	<b>3.657</b>
Di cui Passività finanziarie non correnti		1.226	3		1.229
Di cui Fondi del personale		1.754	130		1.884
Di cui Passività per imposte differite				543	543
<i>Imposte differite su Customer Asset list</i>				543	543
<b>Totale Passività correnti</b>	<b>(d)</b>	<b>3.854</b>	<b>8</b>		<b>3.862</b>
Di cui Passività finanziarie correnti		3.854	8		3.862
<b>Totale Passività</b>	<b>(c+d)</b>	<b>6.834</b>	<b>141</b>	<b>543</b>	<b>7.518</b>
<b>Totale</b>	<b>(a+b)-(c+d)</b>	<b>577</b>	<b>(99)</b>	<b>1.401</b>	<b>1.879</b>

Nella tabella sopra riportata è evidenziato anche l'effetto delle rettifiche derivanti dall'adeguamento ai principi contabili IAS/IFRS, adottati dal Gruppo, dei saldi della situazione patrimoniale di Contactlab al 30/04/2022, originariamente calcolati secondo i principi contabili nazionali OIC, che hanno determinato un decremento della riserva FTA (First Time Adoption) consolidata pari a Euro 99 migliaia.

Il prospetto sotto indicato riporta la determinazione dell'avviamento iscritto in bilancio a seguito dell'acquisizione, ottenuta tramite il confronto tra il Corrispettivo dell'Acquisizione e il fair value delle attività nette acquisite alla Data di Acquisizione.

Valori in €/000		
Corrispettivo dell'acquisizione		5.418
<i>Di cui oneri di diretta imputazione</i>	418	
Fair Value provvisorio delle attività nette acquisite		1.879
Variazione della riserva FTA		99
<b>Avviamento provvisorio</b>		<b>3.439</b>

Le procedure per la determinazione del fair value provvisorio delle attività identificabili acquisite, delle passività e delle passività potenziali assunte sono tuttora in corso ed eventuali modifiche rispetto quanto sopra esposto saranno recepite in bilancio non appena disponibili e comunque entro 12 mesi dalla data di acquisizione. In particolare, la stima dell'avviamento potrà modificarsi rispetto a quanto evidenziato nella precedente tabella per effetto della definizione del fair value delle attività identificabili acquisite e delle passività identificabili assunte, sempre alla data di acquisizione. La modifica del valore delle attività nette acquisite a seguito della valorizzazione delle stesse al relativo fair value e della determinazione, ove applicabile, delle relative vite utili residue dei cespiti acquisiti, comporterebbe, tra l'altro, anche la rideterminazione degli ammortamenti che saranno rilevati nei periodi successivi alla data di acquisizione.

E' stato calcolato l'avviamento o differenza di consolidamento derivante dall'acquisizione di Contactlab come differenza tra il valore di acquisto della partecipazione e il patrimonio netto della controllata al primo consolidamento quindi alla chiusura contabile più prossima disponibile del 30/04/2022. La relativa procedura di Purchase Price Allocation (PPA) è ampiamente dettagliata nel precedente paragrafo e ha determinato il valore dell'avviamento pari a Euro 3.438.542.

### **Impairment test sugli avviamenti**

L'avviamento e le altre attività immateriali del Gruppo 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. 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. 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. Non ricorrendone i presupposti, gli impairment test sugli avviamenti iscritti nell'attivo patrimoniale verranno effettuati in sede di bilancio annuale 2022.

### Partecipazione in società collegate (4)

Attività materiali	Stato	31/12/2021	Rivalutazioni	Svalutazioni	Acquisti	30/06/2022
CRIT Cremona information Technology	Italia	90.003				90.003
Altre partecipazioni	Italia	9.106			66.400	75.506
<b>Totale</b>		<b>99.109</b>		<b>0</b>	<b>66.400</b>	<b>165.509</b>

L'importo iscritto nell'attivo dello stato patrimoniale si riferisce alla partecipazione di Growens nel Consorzio CRIT (CRemona Information Technology). L'incremento delle altre partecipazioni è dovuto alle partecipazioni detenute da Contactlab in quanto di rilevanza marginale e in via di dismissione nel breve periodo.

### Altre attività non correnti (5)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
1.314.751	1.357.378	42.627

Descrizione	31/12/2021	Incrementi	Decrementi	30/06/2022
Crediti Verso Imprese Collegate	64.641	30.000		94.641
Crediti V/Altri	43.040	12.627		55.667
Somme a Pegno Bper	1.207.070			1.207.070
<b>Totale</b>	<b>1.314.751</b>	<b>42.627</b>		<b>1.357.378</b>

I crediti in oggetto hanno tutti previsione di incasso superiore ai 12 mesi e sono quindi classificati come "non correnti". La voce "Crediti V/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 dell'erogazione del finanziamento connesso al bando MISE "ICT Agenda digitale". 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)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
1.524.097	2.301.394	777.297

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	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Growens Spa	239.011	405.190	145.308
Agile Telecom Spa	20.085	10.760	(9.325)
Bee Content Design Inc	752.001	717.132	(34.869)
ContactLab Spa	-	655.312	655.312
Datatrix BV	513.000	513.000	-
<b>Totale</b>	<b>1.524.097</b>	<b>2.301.394</b>	<b>777.297</b>

## Attività correnti

### Crediti commerciali e altri crediti (7)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
12.465.270	16.294.203	3.828.933

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Crediti verso clienti	12.465.270	16.294.203	3.828.933

L'incremento dei crediti è in larga parte ascrivibile all'inserimento del saldo al 30/06/22 dei crediti commerciali di Contactlab per Euro 2,65 milioni, importo che non è confrontato con il medesimo valore alla fine del precedente esercizio. Anche Agile Telecom ha visto un incremento dei propri crediti per Euro 1,7 milioni, in parte dovuto al sensibile aumento di fatturato e in parte legato a qualche occasionale ritardo di pagamento da parte di alcuni importanti clienti, prontamente recuperato nei primi giorni del mese di luglio.

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

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Italia	7.121.569	7.378.206	256.637
UE	2.869.870	6.488.551	3.618.681
Extra UE	2.473.830	2.427.447	(46.383)
<b>TOTAL</b>	<b>12.465.270</b>	<b>16.294.203</b>	<b>3.828.933</b>

### Altre attività correnti (8)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
2.468.920	2.575.537	106.617

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Rimanenze	26.856	27.411	554
Crediti Tributari	170.112	174.756	4.644
Altri Crediti	509.009	483.748	(25.261)
Ratei E Risconti Attivi	1.762.943	1.889.622	126.679
<b>TOTALE</b>	<b>2.468.920</b>	<b>2.575.537</b>	<b>106.617</b>

### Disponibilità liquide (9)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
13.324.983	9.761.497	(3.563.486)

Il saldo rappresenta le disponibilità liquide e l'esistenza di numerario e di valori alla data del 30/06/2022. Per un'analisi approfondita delle dinamiche finanziarie che hanno interessato le Disponibilità Liquide si invita alla consultazione del paragrafo relativo ai principali dati patrimoniali e alla Posizione Finanziaria Netta, nella Relazione sulla gestione al presente fascicolo, oltre al prospetto del Rendiconto Finanziario al 30/06/2022.

## Passività e Patrimonio Netto

### Patrimonio netto di gruppo

#### Capitale sociale (10)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
374.276	374.276	-

Il capitale sociale della capogruppo Growens è interamente versato ed è rappresentato al 30 giugno 2022 da 14.971.044 azioni ordinarie prive di valore nominale, la cui parità contabile è pari ad Euro 0,025 cadauna.

#### Riserve (11)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
16.775.315	17.992.293	1.216.978

Descrizione	Saldo al 31/12/2021	Incrementi	Decrementi	Saldo al 30/06/2022
Riserva Da Sovrapprezzo Delle Azioni	12.753.906			12.753.906
Riserva Legale	80.000			80.000
Riserva Stock Option	184.368	54.577		238.945
Riserva Straordinaria	7.367.049	1.176.894		8.543.943
Riserva Per Adeguamento Cambi	0	74.625		74.625
Riserva Fta	(613.449)		98.889	(712.338)
Riserva Oci	(375.842)			(375.842)
Riserva Per Azioni Proprie In Port.	(714.724)	348.804	860.669	(202.859)
Riserva Da Avanzo Di Fusione	133.068			133.068
Riserva di traduzione	(65.428)		39.000	(104.428)
Utili/Perdite A Nuovo	(1.973.632)	368.608	831.702	(2.436.726)
<b>Totale</b>	<b>16.775.315</b>	<b>2.347.842</b>	<b>1.130.864</b>	<b>17.992.293</b>

L'incremento della Riserva straordinaria è determinato dall'utile di esercizio 2021 della capogruppo. La riserva FTA si è incrementata a seguito dell'applicazione, riferita alla situazione contabile al 30/04/2022, del principio IAS19 alla controllata Contactlab che ha sempre utilizzato in precedenza i principi contabili nazionali OIC. 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 Option, legata al piano d'incentivazione a beneficio dei membri dell'alta direzione e contabilizzata ai sensi dell'IFRS 2, si è incrementata a seguito dell'approvazione in data 23/04/2020 del nuovo piano "Stock option plan 2020-2023". La Riserva negativa per azioni proprie in portafoglio corrisponde al prezzo di acquisto delle azioni proprie della capogruppo possedute al 30/06/2022. Nel corso del semestre, una parte delle azioni proprie, pari ad Euro 861 migliaia, è stata utilizzata per il pagamento della quota in natura agli ex soci di Contactlab, per un controvalore di Euro 1,25 milioni. La Riserva di traduzione esprime l'effetto netto della conversione nel bilancio consolidato dei bilanci delle società controllate estere con valuta diversa dall'Euro (BEE Content Design e MailUp Nordics/Globase).

## Risultato del periodo

Il risultato netto del primo semestre è negativo ed ammonta ad Euro 937.360 al 30/06/2022 rispetto ad Euro 298.951 positivo della precedente rilevazione al 30/06/2021. Per un'analisi approfondita dei risultati consolidati si rimanda alla specifica sezione della Relazione sulla gestione, parte integrante della presente relazione semestrale.

## Patrimonio netto di Terzi

La quota di pertinenza di terzi del patrimonio netto è relativa alle azioni detenute da Massimo Arrigoni, Chief Executive Officer della controllata BEE, beneficiario di un piano di stock option risalente all'esercizio 2011, che in data 18 novembre 2021, ha esercitato il proprio diritto a sottoscrivere 250.000 azioni della società, per un importo complessivo pari a 2.500 Dollari.

Per effetto dell'aumento di capitale in questione, il capitale sociale di BEE Content Design è salito a 52.500 Dollari suddivisi in 5.250.000 azioni. La partecipazione di Arrigoni ammonta al 4,76%, mentre la restante parte del 95,24% è sempre detenuta dalla capogruppo Growens.

## Passività non correnti

### Debiti verso banche e altri finanziatori - parte non corrente (12)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
3.477.932	4.573.827	1.095.895

La voce “Debiti verso banche e altri finanziatori” è composta da debiti verso il sistema bancario per Euro 3,7 milioni di pertinenza della controllante e per Euro 0,8 milioni riferiti a ContactLab. 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 (12)

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Passività Right of use uffici a lungo termine	2.085.086	1.496.4861	(588.600)
Passività Right of use auto a lungo termine	136.524	144.940	8.416
Passività Right of use PC a lungo termine	78.780	103.144	24.364
<b>Totale</b>	<b>2.300.390</b>	<b>1.744.570</b>	<b>(555.821)</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 (13)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
2.000.000	-	(2.000.000)

Il debito verso BMC Holding B.V. di cui sopra, parte venditrice di Datatrics B.V., relativo alla corresponsione dell’Earn-out, in virtù dell’accordo modificativo sottoscritto dalle parti ad integrazione dell’accordo originariamente siglato, è stato saldato in data 14/07/2022, secondo le seguenti modalità: per Euro un milione in contanti e per il restante importo, sempre pari ad Euro un milione, tramite l’assegnazione di azioni Growens emesse mediante uno specifico aumento di capitale già deliberato per questa finalità. Conseguentemente il debito al 30/06/2022 è stato riclassificato nelle passività correnti.

## Fondi rischi e oneri (14)

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Fondi Per Rischi E Oneri	221.667	288.167	66.500

Descrizione	31/12/2021	Incrementi	Decrementi	30/06/2022
Fondi Trattamento Fine Mandato	221.667	66.500		288.167

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.

## Fondi del personale (15)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
2.265.831	4.220.419	1.954.588

La variazione è così determinata:

Descrizione	31/12/2021	Incrementi	Decrementi	Utili/Perdite attuariali	30/06/2022
F.Do indennità di licenziamento	2.265.831	1.789.169	229.854	(395.274)	4.220.419

Gli incrementi sono relativi ad accantonamenti del semestre del fondo di trattamento fine rapporto del personale dipendente, comprensivi del dato relativo alla controllata Contactlab consolidato in quest'occasione per la prima volta. I decrementi sono relativi a utilizzi del semestre.

## 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 dei valori di turn-over riscontrati 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:

<b>Descrizione</b>	<b>2022</b>
Tasso annuo tecnico di attualizzazione	1,00%
Tasso annuo di inflazione	1,75%
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), stesse assunzioni del 31.12.2021 essendo stata eseguita al 30.06.2022 una valutazione di tipo roll-forward.

### **Passività per imposte differite (16)**

<b>Descrizione</b>	<b>31/12/2021</b>	<b>Incrementi</b>	<b>Decrementi</b>	<b>30/06/2022</b>
Fondo Per Imposte Differite	715.135	421.384	-	1.136.519

Il fondo per imposte differite è relativo allo stanziamento imposte riferito a BEE Content Design ed alla rilevazione nel consolidato delle imposte differite relative alla valorizzazione dell'asset immateriale Customer Asset list di Contactlab derivante dalla procedura di Purchase Price Allocation (PPA), di cui sono presentati i dettagli nella sezione relativa alle Attività immateriali e all'Avviamento.

## Passività correnti

### Debiti commerciali e altri debiti (17)

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Debiti Verso Fornitori	14.188.380	15.099.948	911.568
Debiti Verso Imprese Collegate	2.000	-	(2.000)
<b>Totale</b>	<b>14.190.380</b>	<b>15.099.948</b>	<b>909.568</b>

I "Debiti verso fornitori" sono iscritti al netto degli sconti commerciali. Parte dell'incremento (Euro 0,7 milioni) è da imputarsi al debito della neo acquisita ContactLab.

Di seguito si espone la ripartizione dei debiti verso fornitori per area geografica:

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Italia	9.720.309	8.874.636	(845.673)
UE	2.016.401	466.917	(1.549.483)
Extra UE	2.451.671	5.758.394	3.306.723
<b>Totale</b>	<b>14.188.380</b>	<b>15.099.948</b>	<b>911.568</b>

### Debiti verso banche e altri finanziatori - parte corrente (18)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
1.234.624	2.706.053	1.471.429

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Debiti Verso Banche A Breve	165.782	174.849	9.067
Finanziamenti Quota A Breve	1.068.841	2.531.204	1.462.363
<b>Totale</b>	<b>1.234.624</b>	<b>2.706.053</b>	<b>1.471.429</b>

La voce Finanziamenti Quota a Breve è relativa alle quote residue a breve termine dei finanziamenti chirografari accesi dalla capogruppo con Credito Emiliano, Banca BPER e Crédit Agricole e dai finanziamenti, già in essere, prima dell'acquisizione, della controllata Contactlab nei confronti di Crédit Agricole e Banca Intesa. 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 (19)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
998.388	925.749	(72.640)

Descrizione	31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
Passività Right of use uffici a breve termine	795.118	699.466	(95.652)
Passività Right of use auto a breve termine	164.392	172.111	7.719
Passività Right of use PC a breve termine	38.879	54.172	15.293
<b>Totale</b>	<b>998.388</b>	<b>925.749</b>	<b>(72.640)</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 (20)

31/12/2021	30/06/2022	Variazioni
13.142.457	17.740.920	4.598.463

Si espone di seguito la composizione delle Altre passività correnti:

Descrizione	30/06/2022
Debiti tributari	664.281
Debiti verso Istituti di previdenza	868.167
Debiti verso amministratori per emolumenti	32.042
Debiti verso dipendenti per salari, ferie, permessi e mensilità aggiuntive	2.668.922
Debiti per bonus MBO	415.811
Risconti Passivi	11.090.154
Altri debiti	2.001.541
<b>Totale</b>	<b>17.740.920</b>

I debiti tributari sono principalmente riferibili alle ritenute applicate sui redditi da lavoro dipendente e autonomo da versare nel corso del periodo successivo e al debito per le

imposte dirette stanziate. 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 dell'ultimo mese, alla tredicesima mensilità e alle ferie maturate e non godute. Risconti passivi: la maggior parte dei ricavi di Growens, e in parte anche di Contactlab, sono basati su canoni annuali ricorrenti: Growens 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 ricorrente anticipato SaaS, come Acumbamail, BEE e Datatrics 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 Growens, la vendita è anticipata rispetto all'effettivo utilizzo ed invio da parte del cliente. Anche relativamente ai ricavi di Contactlab, in ossequio al principio della competenza economica, vengono rilevati i risconti passivi per la quota di competenza futura. Al 30/06/2022 tale voce ammonta a circa Euro 1,67 milioni. Nella voce Altri debiti è presente il debito nei confronti di BMC Holding B.V., parte venditrice di Datatrics B.V., per Euro 2 Milioni, riclassificato nelle passività a breve termine data la chiusura della partita avvenuta in data 14/07/2022, come evidenziato con maggiore dettaglio nella precedente sezione dedicata alle Altre passività non correnti.

## Conto Economico

### Ricavi (21)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
33.691.387	47.183.233	13.491.845

I ricavi delle vendite e delle prestazioni di servizi risultano pari ad Euro 47 milioni registrando un incremento di Euro 13 milioni (+40%) rispetto al corrispondente dato del primo semestre 2021.

### Ricavi per tipologia di prodotto

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Ricavi SaaS	12.502.015	16.897.544	4.395.530
Ricavi CPaaS	20.736.869	29.807.128	9.070.259
Altri ricavi	452.503	478.560	26.057
<b>Totale</b>	<b>33.691.387</b>	<b>47.183.233</b>	<b>13.491.845</b>

Si segnala che a partire dal primo semestre 2021, la reportistica consolidata di Conto Economico include la rappresentazione del dettaglio dei ricavi suddivisi per le due principali aree strategiche di affari, ossia SaaS e CPaaS, anziché per linee di prodotto (Email, SMS, Predictive Marketing), al fine di (i) fornire una migliore rappresentazione delle rispettive logiche di funzionamento, omogenee al loro interno per tipologia di modello di business, go-to-market, KPI (Key Performance Indicators) e parametri finanziari; (ii) dare una informativa maggiormente rispondente alle logiche gestionali e alle scelte strategiche del Gruppo; (iii) semplificare la reportistica in ottica di maggiore comprensibilità e comparabilità rispetto agli standard internazionali. L'area strategica di affari SaaS (Software-as-a-Service), include i servizi forniti ai clienti a mezzo di piattaforme accessibili in modalità cloud, utilizzate sulla base di contratti pluriperiodo prevalentemente con canoni ricorrenti/ c.d. subscription. Questa categoria accorpa i ricavi derivanti dalla piattaforma MailUp commercializzata da Growens, inclusi i ricavi dei servizi messaging inviati tramite la piattaforma SaaS alla propria clientela tipicamente retail (pari ad Euro 2.715 migliaia al 30/06/2022 contro Euro 2.103migliaia al 30/06/2021), dall'editor BEE di BEE Content Design INC , e dalle controllate Acumbamail e Datatrics. L'area strategica di affari CPaaS (Communication-Platform-as-a-Service), copre l'insieme dei servizi di messaging forniti su base wholesale tramite API, in particolare forniti da Agile Telecom.

L'incremento dei ricavi include anche il valore relativo ai mesi di maggio e giugno consuntivato dalla nuova controllata Contactlab pari a circa Euro 1,7 milioni. Ulteriori analisi sui ricavi di business sono disponibili nella Relazione sulla gestione, parte integrante del presente documento.

### COGS (Cost of goods sold) (22)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
22.095.818	33.515.524	11.419.706

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Acquisti Cogs	19.680.616	29.476.925	9.796.309
Servizi Cogs	1.301.068	2.161.637	860.569
Costi Per Godimento Beni Di Terzi Cogs	19.570	22.716	3.146
Costo Del Personale Cogs	1.074.258	1.846.003	771.745
Oneri Diversi Di Gestione Cogs	20.306	8.243	(12.063)
<b>Totale</b>	<b>22.095.818</b>	<b>33.515.524</b>	<b>11.419.706</b>

I costi COGS sono 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, compresi i costi del personale specifico, 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. Parte dell'aumento, per circa Euro un milione, è riferibile ai costi COGS della nuova acquisita Contactlab relativi ai mesi di maggio e giugno 2022. La parte decisamente preponderante di tali costi è rappresentata dagli acquisti di invii SMS, circa Euro 29,2 milioni nel semestre, effettuati da Agile Telecom presso fornitori esterni.

### Costi Sales & Marketing (23)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
3.315.335	4.778.496	1.463.161

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Acquisti S&M	2.486	4.303	1.817
Servizi S&M	881.282	1.427.840	546.558
Costi Per Godimento Beni Di Terzi S&M	11.066	10.268	(798)
Costo Del Personale S&M	2.420.434	3.336.085	915.651
Oneri Diversi Di Gestione S&M	67	-	(67)
<b>Totale</b>	<b>3.315.335</b>	<b>4.778.496</b>	<b>1.463.161</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.

### Costi Research & Development (24)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
1.840.168	2.144.470	304.302

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Acquisti R&D	814	2.788	1.974
Servizi R&D	216.640	331.453	114.814
Costi Per Godimento Beni Di Terzi R&D	3.694	4.446	752
Costo Del Personale R&D	2.802.707	3.405.521	602.814
Costo Del Personale capitalizzato	(1.183.686)	(1.599.738)	(416.052)
<b>Totale</b>	<b>1.840.168</b>	<b>2.144.470</b>	<b>304.302</b>

Questi costi sono relativi ai reparti che si occupano dell'attività di ricerca e sviluppo riferita a tutte le controllate del Gruppo. 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, dell'editor BEE, dell'infrastruttura di invio SMS di Agile Telecom e dei servizi tecnologici erogati da Datatrics e da Contactlab. 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 (25)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
4.031.472	5.387.987	1.356.515

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Acquisti Generali	49.750	91.957	42.207
Servizi Generali	2.572.938	3.160.799	587.862
Costi Per Godimento Beni Di Terzi Generali	57.188	137.473	80.285
Costo Del Personale Generali	1.195.959	1.877.949	681.990
Oneri Diversi Di Gestione Generali	155.637	119.808	(35.828)
<b>Totale</b>	<b>4.031.472</b>	<b>5.387.987</b>	<b>1.356.515</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. Rispetto al 30/06/2021, l'incremento dei costi COGS risente anche dell'ingresso dei costi attribuibili a Contactlab per Euro 0,4 milioni nei mesi di maggio e giugno 2022, non rilevati nella colonna di confronto.

### Ammortamenti e svalutazioni (26)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
1.929.735	2.381.486	451.751

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Ammortamenti e accantonamenti generali	184.055	217.587	33.532
Ammortamenti diritto d'uso	548.002	504.315	(43.687)
Ammortamenti R&D	1.197.678	1.659.584	461.906
<b>Totale</b>	<b>1.929.735</b>	<b>2.381.486</b>	<b>451.751</b>

L'ammortamento del Diritto d'Uso è stato calcolato per la prima volta nell'esercizio 2019 a seguito dell'applicazione dell'IFRS 16. Nel corso del primo semestre 2022 gli ammortamenti evidenziano l'incremento della quota riferita alle attività di ricerca e sviluppo, che rappresentano il principale investimento strategico per le società del Gruppo, compresa Contactlab. Si precisa che per circa Euro 151 migliaia l'aumento è dovuto ad ammortamenti della neo acquisita Contactlab.

### Gestione finanziaria (27)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
(33.720)	66.077	99.797

La voce è così dettagliata:

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Proventi Finanziari	13.317	8.643	(4.674)
Oneri Finanziari	(38.822)	(73.745)	(34.923)
Utili Su Cambi	19.751	166.320	146.569
Perdite Su Cambi	(27.967)	(35.141)	(7.174)
<b>Totale</b>	<b>(33.720)</b>	<b>66.077</b>	<b>99.797</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 circa Euro 29 migliaia, calcolati in base all'IFRS 16.

### Imposte sul reddito d'esercizio (28)

30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
(146.187)	21.293	167.480

Descrizione	30/06/2021	30/06/2022	Variazioni
Imposte correnti	(396.865)	(173.416)	223.449
Imposte differite	250.678	194.709	(55.969)
<b>Totale</b>	<b>(146.187)</b>	<b>21.293</b>	<b>167.480</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 periodi 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 (perdita) per azione (29)

L'utile/perdita base per azione è calcolato dividendo l'utile/perdita 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 primo semestre 2022. Di seguito sono esposti il risultato d'esercizio e le informazioni sulle azioni utilizzate al fine del calcolo dell'utile per azione base.

Descrizione	30/06/2022
<b>Utile (perdita) netto attribuibile ai soci</b>	(930.945)
Numero delle azioni ordinarie ad inizio esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio ad inizio esercizio	138.980
Numero delle azioni ordinarie a fine esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio a fine esercizio	45.533
Numero ponderato delle azioni in circolazione	14.878.790
<b>Utile (perdita) base per azione</b>	(0,0626)

L'utile diluito per azione è così calcolato:

Descrizione	30/06/2022
<b>Utile (perdita) netto attribuibile ai soci</b>	(930.945)
Numero della azioni ordinario ad inizio esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio ad inizio esercizio	138.980
Azioni potenzialmente assegnabili a inizio esercizio	933.607
Numero delle azioni ordinarie a fine esercizio	14.971.046
Azioni proprie in portafoglio a fine esercizio	45.533
Azioni potenzialmente assegnabili a fine esercizio	933.607
Numero ponderato delle azioni in circolazione	15.812.397
<b>Utile (perdita) base per azione</b>	(0,0589)



## Organico

Al 30 giugno 2022 i dipendenti del Gruppo ammontano a 409 unità di cui 13 dirigenti, 39 quadri, 357 impiegati. Il numero degli occupati in termini di U.L.A. (Unità Lavorative Annue) ammonta a 259,92 unità a livello di Gruppo.

Livello d'inquadramento	Numero complessivo	%	Italia	Stati Uniti	Spagna	Danimarca	Olanda
Impiegati	357	87,3%	298	26	11	2	20
Quadri	39	9,5%	38			1	
Dirigenti	13	3,2%	10	1	2		
<b>Totale</b>	<b>409</b>	<b>100,0%</b>	<b>346</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>20</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 al 30/06/2022.

### Compensi ad Amministratori e Sindaci

Il compenso agli Amministratori, comprensivo della relativa contribuzione e dello stanziamento MBO, quest'ultimo soggetto alle verifiche di fine anno sull'entità e sull'eventualità dell'erogazione, è risultato, nel semestre in oggetto, pari ad Euro 1.021.824 mentre il compenso ai Collegi Sindacali, dove presenti, è risultato pari ad Euro 23.897.

### 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 30/06/2022 a livello consolidato è stato pari a complessivi Euro 22.784.

### 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 dell'esercizio

Si rimanda alla specifica sezione della Relazione sulla gestione semestrale consolidata al 30/06/2022 per gli approfondimenti del caso.

La presente relazione finanziaria 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, 08 Settembre 2022

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Monfredini



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

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

 [growens.io](https://growens.io)  [investor.relations@growens.io](mailto:investor.relations@growens.io)