



## **Bilancio Consolidato e Bilancio separato d'esercizio al 31 dicembre 2024**

Bilancio redatto secondo gli standard Contabili IAS/IFRS

-Valori in Euro -

## 1. Growens Group

Il Gruppo Growens (di seguito anche “Growens Group” o “Gruppo”) è un operatore attivo in due principali aree di business:

1. Software-as-a-Service (“**SaaS**”), comprendente lo sviluppo e la commercializzazione di servizi in Cloud offerti ai propri clienti, con particolare focalizzazione sul content design. Tali servizi sono svolti dalla controllata Bee Content Design Inc. (di seguito “Beefree” o “Bee Content Design”), che opera con oltre 1 milione di utenti gratuiti, oltre 9.600 clienti e oltre 1.000 applicazioni;
2. Communication Platform as-a-Service (“**CPaaS**”), attraverso la controllata Agile Telecom S.p.A. (di seguito “Agile Telecom”), che sviluppa e vende tecnologie finalizzate all’invio massivo di SMS, per finalità di marketing e transazionali, beneficiando di numerose interconnessioni ad operatori B2B.

A livello consolidato il Gruppo ha operato con oltre un centinaio di paesi e presenta un organico di circa 150 collaboratori alla fine dell’esercizio 2024. All’interno del Gruppo, Growens S.p.A. (di seguito anche “Growens” o la “Società”) opera come capogruppo e holding, erogando servizi di staff a favore delle controllate e occupandosi dell’elaborazione degli indirizzi strategici e delle attività di M&A (merger and acquisition).

## Struttura del Gruppo Growens

il Gruppo al 31 dicembre 2024 può essere così rappresentato:



Growens detiene una partecipazione totalitaria in Agile Telecom. La partecipazione di controllo posseduta nella controllata americana Bee Content Design è pari al 97,71%, in aumento rispetto alla precedente quota di possesso pari al 96,9%. In data 18 marzo 2024 il Consiglio di amministrazione della controllata americana Bee Content Design ha deliberato di richiedere a Growens di sottoscrivere l'aumento del proprio capitale sociale per un importo, inclusivo di sovrapprezzo, di complessivi USD 15 milioni. Il prezzo puntuale di sottoscrizione delle azioni Bee Content Design di nuova emissione, derivante dalla valutazione 409A effettuata da un operatore indipendente specializzato, è pari a USD 7,26 cadauna, di cui USD 0,01 a capitale sociale, con conseguente emissione di complessive numero 2.066.116 azioni. L'aumento di capitale, sottoscritto integralmente da Growens, è da liberarsi in una o più tranches mediante compensazione dei crediti vantati da Growens nei confronti di BEE rivenienti dalla fornitura di servizi intercompany già erogati dalla capogruppo.

In data 12 dicembre 2024, il Consiglio di Amministrazione di Bee Content Design ha fatto pervenire alla Società la richiesta di sottoscrivere e liberare una prima tranche di complessivi USD 13,5 milioni a valere sul suddetto aumento di capitale, con conseguente emissione di 1.859.504 azioni, richiesta approvata in data 17 dicembre 2024 dal Consiglio di Amministrazione di Growens che ne ha dato esecuzione. Per effetto della sottoscrizione da parte di Growens della prima tranche, la Società detiene complessive 6.947.004 azioni di BEE, rappresentative del 97,71% del relativo capitale sociale.

**Bee Content Design Inc.** con headquarter a San Francisco, organizzata secondo il modello della dual company, con team di business localizzato negli Stati Uniti e team tecnologico in Italia, è focalizzata sullo sviluppo e commercializzazione dell'innovativo content editor Beefree. I servizi tecnologici della Business Unit sono costituiti da **Beefree** e **Beefree SDK**. L'evoluzione del brand rispecchia due punti chiave consolidati nella storia recente dell'azienda: la crescita oltre l'editing delle e-mail e il suo impegno per la creazione di contenuti senza limiti per tutti. Beefree è infatti attiva nel campo degli strumenti no-code per disegnare e-mail, landing pages, pop-up e altri contenuti digitali. Beefree ha ampliato il proprio raggio d'azione includendo funzionalità avanzate di intelligenza artificiale, strumenti di collaborazione e ulteriori integrazioni, ampliando anche il proprio bacino di utenza. Gli strumenti di Beefree per la progettazione di e-mail e altri contenuti digitali sono ora utilizzati da oltre 500.000 utenti unici ogni mese in oltre 195 paesi. Direttamente su beefree.io, si contano più di 40.000 clienti mensili, compresi i clienti freemium, e le soluzioni di Beefree sono state integrate in oltre 1.200 applicazioni di terzi, consolidando la propria presenza nel panorama digitale. Tra i clienti principali si annoverano sia grandi player del settore digital che gruppi multinazionali di altre industry come Sandoz, Google LLC, Iterable, Dealcloud e Bloomreach. Per il Gruppo, Beefree rappresenta il motore della crescita futura, dopo la cessione nel corso del 2023 del business *Email Service Provider* e la cessione di Datatrics BV. Da segnalare, in data 15 aprile 2024, la sottoscrizione di un *asset purchase agreement* (APA) da parte di Beefree relativo all'acquisizione del business email design della società statunitense Really Good Emails, Inc. ("RGE"). RGE è titolare di un sito web e del relativo software che offre una vasta raccolta di modelli di email. Ulteriori dettagli su questa operazione vengono forniti nel prosieguo della presente Relazione;



**Agile Telecom S.p.A.** 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 e gestisce l'invio di messaggi A2P di tipo promozionale e transazionale (One-Time Password, notifiche e alert). Agile Telecom sta inoltre rafforzando la propria posizione nel settore delle comunicazioni



digitali, ampliando il proprio portfolio con avanzate soluzioni tipicamente CPaaS (Communications Platform as a Service) come Mobile Number Portability (MNP), terminazione tramite RCS (Rich Communication Services) e ulteriori canali in via di sviluppo come Telegram Business e Whatsapp for Business.

## 2. Dati di sintesi

### Principali eventi avvenuti nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024

Nel corso dell'esercizio 2024, l'attività del Gruppo è stata caratterizzata dagli eventi di seguito indicati.

Il 22 gennaio 2024 Growens ha annunciato la nomina di Justine Jordan a Head of Strategy & Community di Beefree. Nel suo nuovo ruolo, Justine Jordan è entrata a far parte del Management Team riportando direttamente al CEO di Beefree, Massimo Arrigoni, con responsabilità di indirizzare le scelte strategiche dell'azienda e assicurare l'allineamento del top management alle decisioni chiave, garantendo che tutti i dipendenti siano pienamente coinvolti negli obiettivi strategici e guidando iniziative incentrate sulla community.

Nel corso della sua carriera, Justine Jordan ha contribuito in modo significativo all'evoluzione del settore dell'email marketing. Nominata Email Marketer Thought Leader of the Year nel 2015, ha guidato il marketing di aziende SaaS B2B ad alta crescita, contribuendo a risultati di successo (come l'acquisizione di ExactTarget da parte di Salesforce) e ricoprendo ruoli chiave in aziende come Wildbit, Litmus, Help Scout, Postmark e ActiveCampaign.

In data 19 marzo 2024 il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'assemblea la distribuzione di un dividendo straordinario pari a 1,58 Euro per azione, da corrispondersi con le seguenti modalità: (i) prima *tranche* - Euro 0,79 per azione derivante da distribuzione di utili straordinari - data di pagamento 8 maggio 2024 (*payment date*), data di stacco cedola 6 maggio 2024 (*ex-dividend date*) e data di legittimazione al pagamento 7 maggio 2024 (*record date*); (ii) seconda *tranche* - Euro 0,79 per azione derivante da distribuzione di utili straordinari - data di pagamento 4 settembre 2024 (*payment date*), data di stacco cedola 2 settembre 2024 (*ex-dividend date*) e data di legittimazione al pagamento 3 settembre 2024 (*record date*). L'assemblea ordinaria dei soci ha ratificato la proposta in data 18/04/2024.

In data 15 aprile 2024 la Società ha comunicato che la controllata americana BEE Content Design, Inc. ("Beefree") ha concluso un *asset purchase agreement* soggetto alla legge americana volto a disciplinare l'acquisizione del business relativo all'attività di email design della società di diritto statunitense Really Good Emails, Inc. (RGE).

RGE è titolare tra l'altro di un sito web e del relativo software che offre una vasta raccolta di modelli di email. La sinergia tra il catalogo email del sito di RGE, che permette agli utenti di prendere ispirazione per la creazione delle proprie campagne, e il software Beefree, che a sua volta consente di disegnare campagne email, permetterà quindi alla controllata americana di ampliare la propria audience e, per l'effetto, il numero dei propri clienti.

L'operazione ha previsto la compravendita degli assets di RGE, tra cui, in particolare il sito internet della società, il relativo software, i contratti con i clienti e i marchi usati nella conduzione del business, per un prezzo di acquisto pari a USD 400.000, oltre ad una componente di *earn-out* per un controvalore fino a massimi USD 6 milioni in caso di raggiungimento di taluni obiettivi di redditività nel triennio 2024-2026.

A valle dell'operazione, Mike Nelson (co-fondatore di RGE) ha assunto il ruolo di Head of Growth e Matt Helbig (co-fondatore di RGE) ha assunto il ruolo di Senior Email Marketing Manager. Justine Jordan, nominata Head of Strategy & Community in Beefree all'inizio di gennaio, ha inoltre contribuito all'organizzazione e alla conduzione degli eventi Unspam.

## 3. Report di sintesi

### Highlights economici consolidati

| Descrizione                              | 31/12/2024  | 31/12/2023* | Variazione   |
|--|-------------|-------------|--------------|
| Totale Ricavi                            | 74.460.302  | 75.060.458  | (600.156)    |
| Margine operativo lordo (EBITDA)         | (110.744)   | (558.710)   | 447.967      |
| Risultato prima delle imposte (EBT)      | (2.708.136) | (2.662.612) | (45.524)     |
| Risultato netto da Continuing operations | (2.535.045) | (3.025.338) | 490.293      |
| Utile d'esercizio                        | (2.535.045) | 58.131.733  | (60.666.778) |

\* la colonna di confronto dell' esercizio 2023 del conto economico consolidato, in ossequio all'applicazione dello standard IFRS5, evidenzia le continuing operations relative al medesimo perimetro di consolidamento attuale. Tale effetto si ripete anche nei successivi prospetti economici presentati nel presente documento.

### Highlights patrimoniali consolidati

| Descrizione                 | 31/12/2024   | 31/12/2023   | Variazione   |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Attivo immobilizzato        | 25.809.728   | 23.343.615   | 2.466.113    |
| Attivo corrente             | 33.772.845   | 58.857.332   | (25.084.487) |
| Passivo corrente            | 20.554.404   | 20.749.589   | (195.184)    |
| Passivonon corrente         | 4.458.213    | 4.582.525    | (124.312)    |
| Patrimonio netto            | 34.569.956   | 56.868.834   | (22.298.878) |
| Posizione Finanziaria Netta | (13.001.470) | (42.092.944) | 29.091.473   |

## Highlights economici separati

| Descrizione                              | 31/12/2024 | 31/12/2023* | Variazione   |
|--|------------|-------------|--------------|
| Totale Ricavi                            | 14.590.972 | 10.309.673  | 4.281.299    |
| Margine operativo lordo (EBITDA)         | 692.715    | (2.376.848) | 3.069.563    |
| Risultato prima delle imposte (EBT)      | 2.508.354  | (745.184)   | 3.253.538    |
| Risultato netto da Continuing operations | 2.161.469  | (736.075)   | 2.897.544    |
| Utile d'esercizio complessivo            | 2.161.469  | 56.069.522  | (53.908.053) |

## Highlights patrimoniali separati

| Descrizione                 | 31/12/2024   | 31/12/2023   | Variazione   |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Attivo immobilizzato        | 31.533.631   | 18.909.607   | 12.624.024   |
| Attivo corrente             | 20.684.582   | 51.990.712   | (31.306.130) |
| Passivo corrente            | 7.855.243    | 8.042.369    | (187.126)    |
| Passivo non corrente        | 2.943.338    | 3.743.610    | (800.272)    |
| Patrimonio Netto            | 41.419.631   | 59.114.339   | (17.694.708) |
| Posizione Finanziaria Netta | (10.296.852) | (37.467.411) | 27.170.559   |

## 4. Relazione sulla gestione annuale consolidata e separata d'esercizio al 31 dicembre 2024

### Premessa

La presente relazione sulla gestione è presentata ai fini del bilancio consolidato e separato di Growens e redatta secondo gli standard contabili internazionali (IAS/IFRS) adottati dall'Unione Europea.

Nel presente documento, sono fornite le notizie attinenti alla situazione consolidata del Gruppo e separata riferita alla capogruppo Growens. La presente relazione, redatta in valori espressi in unità di Euro, viene presentata a corredo del bilancio annuale consolidato e separato al fine di fornire informazioni reddituali, patrimoniali, finanziarie e gestionali del Gruppo, corredate, ove possibile, da elementi storici e valutazioni prospettiche.

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 che segue (dati al 31 dicembre 2024):

| Denominazione           | Sede        | Capitale sociale | Percentuale di possesso |
|-------------------------|-------------|------------------|-------------------------|
| GROWENS S.p.A.          | Milano      | Euro 384.834     | capogruppo              |
| AGILE TELECOM S.p.A.    | Carpi (MO)  | Euro 500.000     | 100%                    |
| BEE CONTENT DESIGN Inc: | Stati Uniti | Euro 60.475*     | 97,71%                  |

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

## Quadro economico dell'esercizio 2024\*

All'inizio del 2024 sono emersi segnali di rafforzamento dell'economia globale, con una crescita trainata dai servizi e, in parte, dalla manifattura. Negli Stati Uniti i consumi si sono mantenuti robusti e l'occupazione è cresciuta oltre le attese. In Cina, l'attività industriale si è espansa, mentre la domanda interna resta debole, alimentando gli squilibri commerciali con i paesi avanzati. Secondo le stime del FMI e dell'OCSE, nel 2024 il PIL mondiale crescerà di poco più del 3%, frenato dalle politiche monetarie restrittive, mentre il commercio mondiale si espanderà del 2,2%. I principali rischi al ribasso per l'economia globale sono legati all'aggravamento dei conflitti in corso. Nel quarto trimestre del 2024 l'attività economica è rimasta robusta negli Stati Uniti ma ha perso slancio nelle altre economie avanzate. In Cina la crisi del mercato immobiliare pesa ancora sulla domanda interna. Secondo le attuali valutazioni, nel 2025 il commercio mondiale si espanderà poco al di sopra del 3 per cento, in linea con l'andamento atteso del prodotto globale.

Nei primi mesi del 2024, negli Stati Uniti e nel Regno Unito, la disinflazione si è arrestata, portando alla stabilizzazione dei tassi di interesse da parte della Federal Reserve e della Bank of England, che a giugno hanno mantenuto invariati i tassi per la settima riunione consecutiva. Anche la Banca del Giappone ha mantenuto invariati i tassi, interrompendo il controllo della curva dei rendimenti. Gli investitori hanno posticipato l'atteso allentamento monetario negli Stati Uniti, mentre nell'area dell'Euro le condizioni finanziarie hanno risentito dell'incertezza politica in Francia. L'inflazione ha continuato a ridursi negli Stati Uniti. A settembre, per la prima volta dal marzo 2020, la Federal Reserve ha ridotto i tassi di riferimento (di 50 punti base, al 4,75-5,00 per cento), in considerazione della riduzione dell'inflazione e del rallentamento del mercato del lavoro. La Bank of England, che aveva tagliato i tassi in agosto, li ha mantenuti invariati in settembre. In Giappone la Banca centrale ha innalzato i tassi di riferimento alla fine di luglio; l'attesa di ulteriori aumenti, in concomitanza con la pubblicazione di dati deludenti sulla congiuntura statunitense, ha innescato all'inizio di agosto forti tensioni nei mercati finanziari internazionali, poi in larga misura rientrate. Per sostenere la crescita dell'attività economica, in settembre la Banca centrale cinese ha varato un pacchetto di misure espansive straordinarie, che si sono aggiunte al taglio dei tassi di riferimento dello scorso luglio. In linea con le attese, l'inflazione è poi risalita leggermente negli Stati Uniti; è scesa di poco nel Regno Unito, mentre in Giappone è aumentata più del

previsto. Nella riunione di dicembre la Federal Reserve ha nuovamente tagliato i tassi di riferimento di 25 punti base, portandoli al 4,25-4,50 per cento; rispetto alle precedenti riunioni, i membri del Federal Open Market Committee prefigurano un processo di normalizzazione della politica monetaria più graduale, in considerazione della più lenta discesa dell'inflazione e del livello contenuto del tasso di disoccupazione. Ciò ha contribuito al deciso apprezzamento del dollaro nei confronti delle altre principali valute, incluso l'Euro. Nello stesso mese la Bank of England e la Banca del Giappone hanno lasciato invariati i tassi. Le autorità cinesi hanno annunciato un pacchetto di misure di sostegno ai consumi interni, che si affiancherebbe all'impegno da parte della Banca Centrale Cinese a mantenere un orientamento monetario espansivo.

Il PIL dell'area dell'euro nella prima parte dell'anno ha ristagnato per la debolezza dell'industria, con segnali di recupero nei servizi. La disinflazione si è attenuata, soprattutto a causa della dinamica sostenuta dei prezzi dei servizi. La BCE ha mantenuto i tassi invariati ad aprile, ma a giugno li ha ridotti di 25 punti base, mantenendo un approccio guidato dai dati per garantire il ritorno dell'inflazione al suo obiettivo di medio termine. Nei mesi estivi è proseguita la sostanziale stagnazione del PIL dell'area dell'Euro: il ciclo manifatturiero è rimasto debole, mentre si è protratta l'espansione dei servizi, riflettendo in special modo il buon andamento della stagione turistica. A settembre l'inflazione ha continuato a diminuire, anche nella componente di fondo. Resta elevata la dinamica dei prezzi dei servizi, in particolare di quelli che si adeguano con ritardo all'inflazione passata. Alla fine del 2024 la crescita economica nell'area dell'euro si è indebolita, penalizzata dalla scarsa vivacità di consumi e investimenti e dalla flessione delle esportazioni. L'andamento della manifattura rimane deludente, in particolare in Germania; si sarebbe affievolito anche l'impulso fornito dai servizi. L'inflazione resta moderata, intorno al 2 per cento, con una sostanziale stabilità della componente di fondo: nei servizi la variazione dei prezzi si conferma ancora relativamente elevata, riflettendo in parte adeguamenti ritardati all'inflazione passata. In dicembre gli esperti dell'Eurosistema hanno rivisto al ribasso le previsioni di crescita dell'area, collocandole sopra l'1 per cento all'anno nel triennio 2025-27; l'inflazione si stabilizzerebbe intorno all'obiettivo della Banca centrale europea del 2 per cento.

In Italia, l'attività economica è cresciuta moderatamente nel primo trimestre del 2024, sostenuta dai servizi, in particolare dal turismo, che ha beneficiato del buon andamento della spesa dei viaggiatori stranieri, ma con una flessione nella manifattura e nelle costruzioni. Il saldo di conto corrente resta positivo, grazie all'avanzo mercantile e ai maggiori acquisti netti di titoli italiani da parte degli investitori esteri. L'occupazione è aumentata, evidenziando bassi tassi di disoccupazione su base storica. Le retribuzioni si sono dimostrate in crescita grazie ai rinnovi contrattuali, ma l'inflazione si è mantenuta su bassi livelli, con una riduzione più lenta nei servizi a causa della domanda elevata nel turismo. La crescita nei mesi estivi è stata moderata; una nuova espansione dei servizi si è associata alla persistente debolezza della manifattura. La domanda aggregata ha beneficiato soprattutto dell'andamento dei consumi, sostenuti dalla ripresa del reddito disponibile, a fronte di un contributo negativo delle

esportazioni nette, in un contesto di fiacchezza delle principali economie dell'area dell'Euro. Nel secondo trimestre del 2024 l'avanzo del conto corrente si è ampliato, soprattutto per la riduzione del deficit dei redditi primari e per il saldo dei servizi, tornato positivo. Nel quarto trimestre del 2024 l'attività economica in Italia si è mantenuta debole, risentendo come nel resto dell'area dell'Euro della persistente debolezza della manifattura e del rallentamento dei servizi. Nelle costruzioni, l'impulso fornito dalle opere del Piano nazionale di ripresa e resilienza si è contrapposto al ridimensionamento dell'attività nel comparto residenziale. La domanda interna sarebbe frenata dalla decelerazione della spesa delle famiglie e da condizioni per investire che rimangono sfavorevoli. Il saldo di conto corrente si è ridotto nel terzo trimestre, pur rimanendo in avanzo. La posizione creditoria netta sull'estero si è ancora rafforzata. Rimangono elevati gli acquisti da parte degli investitori esteri di titoli pubblici italiani, il cui differenziale di rendimento sulla scadenza decennale rispetto ai corrispondenti titoli tedeschi è diminuito.

Il costo del credito è rimasto elevato a inizio 2024, frenando la domanda di prestiti. La flessione dei prestiti alle imprese è continuata, influenzata dall'alto costo del credito e dalla percezione del rischio da parte delle banche. La Commissione europea ha annunciato l'intenzione di aprire procedure per i disavanzi eccessivi contro cinque paesi dell'area Euro, tra cui l'Italia. Nonostante la riduzione del disavanzo rispetto al 2023, si prevede che il rapporto disavanzo/PIL resterà sopra il 3% nel 2024 e nel 2025. Per quanto riguarda il Piano nazionale di ripresa e resilienza, il Governo italiano ha richiesto il pagamento della sesta rata alla fine di giugno e la Commissione europea ha approvato preliminarmente la domanda per la quinta rata. Le condizioni di finanziamento a famiglie e imprese hanno successivamente beneficiato della riduzione del costo della raccolta bancaria. Malgrado un lieve allentamento dei criteri di offerta in primavera, i prestiti bancari alle società non finanziarie hanno continuato a contrarsi, principalmente per la minore domanda di credito per investimenti. Si è invece interrotta la flessione dei finanziamenti alle famiglie che, seppure marginalmente, sono tornati a espandersi per la prima volta dall'inizio del 2023. I tagli dei tassi di riferimento della BCE si stanno trasmettendo, in linea con le regolarità storiche, al costo della raccolta bancaria e a quello del credito. A fronte della debolezza degli investimenti, rimane modesta la domanda di finanziamenti da parte delle imprese. Prosegue la graduale ripresa dei mutui alle famiglie.

Le proiezioni di inizio anno indicavano che il PIL italiano sarebbe cresciuto dello 0,6% nel 2024, dello 0,9% nel 2025 e dell'1,1% nel 2026, con un'inflazione inferiore al 2%. Proiezioni poi confermate secondo le valutazioni formulate in precedenza di una crescita del PIL dello 0,6 per cento (0,8 escludendo la correzione per le giornate lavorative) e prefigurando un'accelerazione nel biennio successivo, in cui il prodotto è atteso espandersi cumulativamente di oltre il 2 per cento. Nelle valutazioni del Governo, la manovra di bilancio approvata a dicembre comporta un incremento dell'incidenza dell'indebitamento netto sul PIL di 0,4 punti percentuali nel 2025, di 0,6 nel 2026 e di 1,1 nel 2027. Circa la metà delle

risorse destinate agli interventi espansivi verrebbe utilizzata per rendere strutturali le misure di rimodulazione dell'Irpef e di riduzione del cuneo fiscale.

\* Fonte: Bollettino Economico 2-3-4/2024, 1/2025 – Banca D'Italia

## Il Gruppo

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

## Principali eventi avvenuti nel corso dell'esercizio 2024

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 dell'esercizio 2024 e attività di Investor Relations

Si riportano di seguito alcuni dati relativi ai prezzi e ai volumi del titolo Growens (GROW) nel corso dell'esercizio 2024

|                        |            |            |
|------------------------|------------|------------|
| Prezzo di collocamento | Euro 1,92* | 29/07/2014 |
| Prezzo massimo FY 2024 | Euro 7,66  | 24/07/2024 |
| Prezzo minimo FY 2024  | Euro 4,62  | 23/02/2024 |
| Prezzo a fine periodo  | Euro 5,18  | 30/12/2024 |

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

Dopo un periodo compreso tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024 caratterizzato da volumi medi giornalieri di poco superiori ai 10.500 pezzi (gennaio-febbraio 2024) e andamento del prezzo pressoché stabile tra 4,7 e 4,8 Euro, prezzi e volumi hanno mostrato una crescita costante e sostenuta, in particolare in seguito all'annuncio in data 19/03/2024 della proposta, da parte del Consiglio di Amministrazione, di distribuire un dividendo straordinario pari a 1,58 Euro per azione, da corrispondersi con le seguenti modalità: (i) prima *tranche* – Euro 0,79 per azione derivante da distribuzione di utili straordinari – data di pagamento 8 maggio 2024 (*payment date*), data di stacco cedola 6 maggio 2024 (*ex-dividend date*) e data di legittimazione al pagamento 7 maggio 2024 (*record date*); (ii) seconda *tranche* – Euro 0,79 per azione derivante da distribuzione di utili straordinari – data di pagamento 4 settembre 2024

(*payment date*), data di stacco cedola 2 settembre 2024 (*ex-dividend date*) e data di legittimazione al pagamento 3 settembre 2024 (*record date*).

Il prezzo massimo registrato il 24 luglio 2024 a Euro 7,66, pari al nuovo massimo storico registrato dal titolo e la quotazione di fine periodo a Euro 5,18 sono risultati superiori rispettivamente di circa il 59,6% e 7,9% rispetto alla prima quotazione dell'anno (Euro 4,80 al 2 gennaio 2024).

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

| Mese           | Prezzo medio ponderato € | Volume medio giornaliero # |
|----------------|--------------------------|----------------------------|
| Gennaio 2024   | 4,78                     | 9.299                      |
| Febbraio 2024  | 4,65                     | 11.790                     |
| Marzo 2024     | 5,26                     | 21.086                     |
| Aprile 2024    | 6,26                     | 26.069                     |
| Maggio 2024    | 7,08                     | 31.320                     |
| Giugno 2024    | 6,89                     | 9.477                      |
| Luglio 2024    | 7,27                     | 14.209                     |
| Agosto 2024    | 7,29                     | 27.905                     |
| Settembre 2024 | 6,07                     | 19.012                     |
| Ottobre 2024   | 5,85                     | 12.149                     |
| Novembre 2024  | 5,84                     | 6.799                      |
| Dicembre 2024  | 5,35                     | 12.057                     |



GROW.MI - andamento di prezzi e volumi gennaio-dicembre 2024 - Fonte [www.borsaitaliana.it](http://www.borsaitaliana.it)

Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024, in 14 sedute di negoziazione i volumi trattati hanno superato i 50.000 pezzi, di queste in 4 sedute sono stati superati i 100.000 pezzi, con un massimo registrato il 03/05/2024 (237.009 azioni scambiate). In generale, i volumi giornalieri scambiati nel periodo sono stati in media pari a circa 16.800 pezzi, inferiori ai circa 30 mila pezzi medi giornalieri scambiati nel 2023. In una sola seduta di negoziazione non si sono avuti 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 legale da parte della società di revisione indipendente; la relazione semestrale consolidata, sottoposta a revisione contabile limitata su base volontaria da parte della società di revisione indipendente; la comunicazione dei dati di ARR e 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 2024 sono stati complessivamente diffusi 14 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 Relations Officer 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 dell'esercizio 2024 il Gruppo ha partecipato a 4 conferenze e investor day, svoltisi principalmente in modalità virtuale, incontrando 38 investitori attuali e potenziali. Periodicamente gli investitori che lo richiedono ricevono una newsletter che raggruppa le principali notizie finanziarie.

Inoltre, nel 2024 il Gruppo è stato assistito da due 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 dell'esercizio 2024 sono state pubblicate 16 equity research.

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

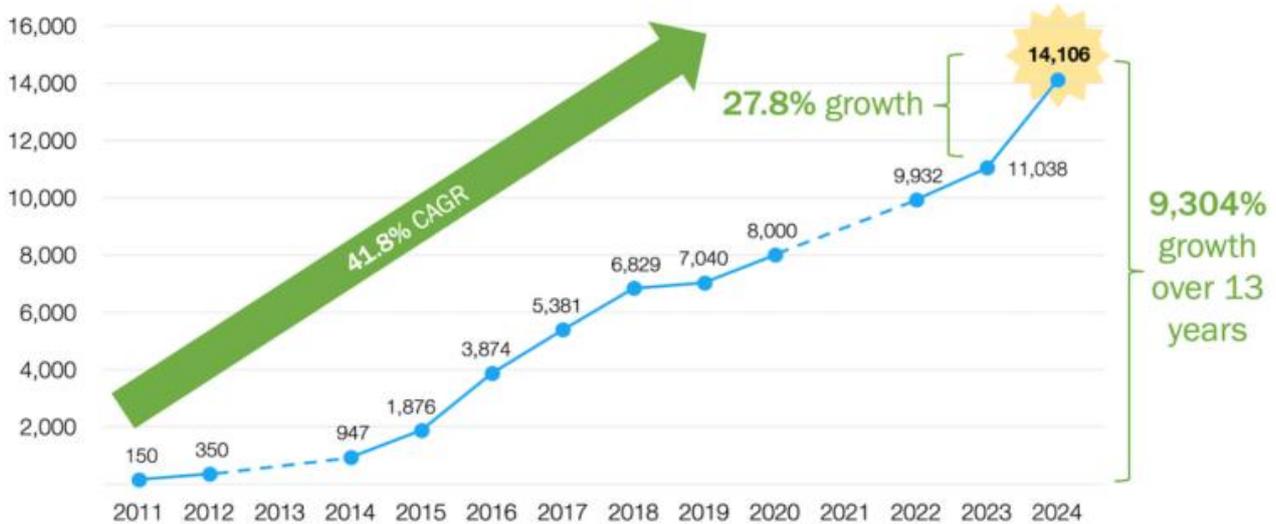
### **Il mercato delle Marketing Technology (MarTech)**

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, sia da grandi imprese che coprono un'ampia gamma di servizi richiesti dalla clientela.

Il settore MarTech continua a espandersi nonostante le incertezze economiche e i rapidi progressi tecnologici, le previsioni indicano che il mercato globale del MarTech potrebbe raggiungere circa 1.379 miliardi di dollari entro il 2030, con un CAGR del 19,8% dal 2024 al 2030. Fattori come le tensioni geopolitiche, le normative sulla privacy dei dati e l'impatto

rivoluzionario dell'intelligenza artificiale (AI) sono destinati a definire la traiettoria dell'industria. Innovazioni come l'intelligenza artificiale, il machine learning e l'automazione sono responsabili di gran parte della crescita.

Il settore non è cresciuto solo in termini di valore, ma anche di dimensioni. È stato infatti monitorato il numero di prodotti MarTech presenti sul mercato nell'arco degli ultimi 13 anni scoprendo che solo nel 2023 il numero di prodotti è aumentato di oltre 3.000 unità.



Fonte: martech.org

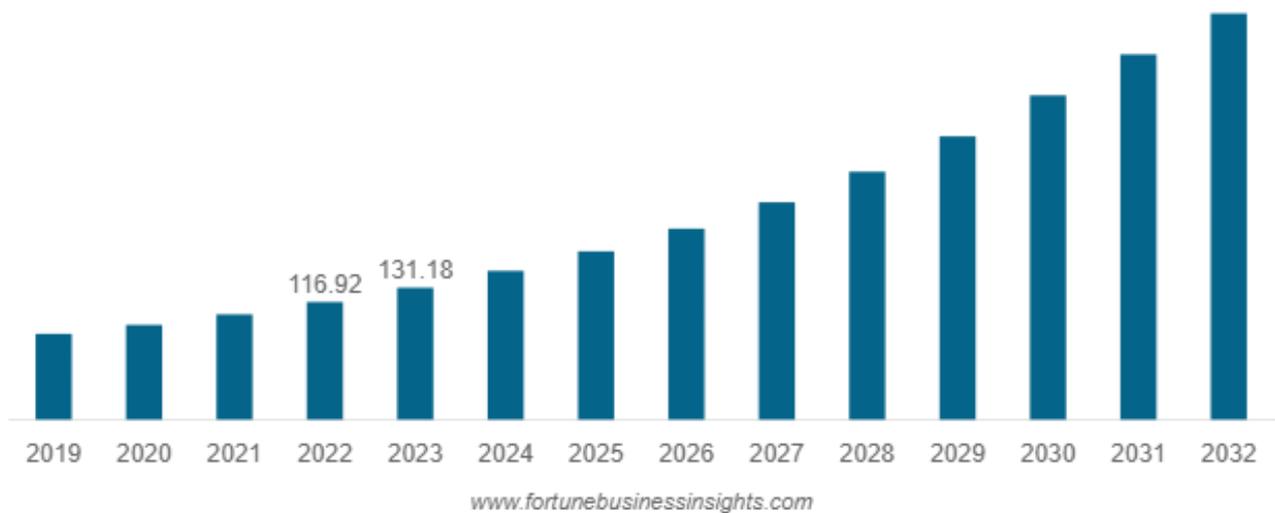
L'ecosistema MarTech nel corso del 2024 è popolato da circa 14.106 software, un dato impressionante che diventa ancora più significativo se contestualizzato. Con riferimento al 2023, c'è stato un incremento di circa il 28% rispetto agli anni precedenti, con un tasso di crescita annuale composto del 41,8%. Il panorama MarTech ha continuato ad espandersi per il 13° anno consecutivo, con un'aggiunta netta di 3.068 prodotti rispetto ai 11.038 dell'anno scorso. Questo rappresenta un'eccezionale crescita del 27,8% rispetto all'anno precedente. Dal 2011 fino allo scenario odierno, il numero di prodotti MarTech sul mercato è aumentato in modo straordinario del 9.304%. Uniformando questo incremento sui 13 anni trascorsi, si ottiene un tasso di crescita annuale composto (CAGR, Compound Annual Growth Rate) del 41,8%.

È inoltre sorprendente osservare che il tasso di abbandono nel settore sia rimasto estremamente basso, attestandosi solo al 2,1% tra il 2023 e il 2024. Solamente 263 prodotti sono scomparsi dal mercato rispetto all'anno precedente. Alcuni di questi prodotti potrebbero essere stati acquisiti, ma continuano ad essere offerti come prodotti indipendenti con il loro marchio originale. Altri, nonostante abbiano attraversato difficoltà significative negli ultimi anni, non hanno cessato di operare. Questo dimostra la resilienza delle aziende del segmento.

Il mercato globale del Software as a Service (SaaS) è stato valutato oltre 273 miliardi di dollari nel 2023 e si prevede che crescerà oltre 317 miliardi di dollari nel 2024, fino a raggiungere 1.229 miliardi di dollari entro il 2032, con un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 18,4% durante il periodo di previsione (2024-2032). Nel 2023 il valore di mercato del Nord America, di cui fa parte Beefree, ammontava a 131,18 miliardi di dollari.

La crescita del mercato SaaS può essere attribuita a vari fattori, tra cui l'aumento dell'adozione di soluzioni basate su cloud pubbliche e ibride, l'integrazione con altri strumenti e l'analisi centralizzata basata sui dati. Inoltre, gli attori principali stanno sviluppando strategie di business attraverso partnership e collaborazioni, creando così ampie opportunità di crescita.

**North America Software as a Service (SaaS) Market Size, 2019-2032 (USD Billion)**



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

Tecnologia e marketing tradizionale off-line hanno trovato terreno fertile comune e opportunità di contaminazione che ha portato alla proliferazione di strategie, soluzioni e strumenti su cloud che costituiscono l'ecosistema MarTech.

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 è 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.

Attualmente, il MarTech rappresenta circa il 30% dei budget destinati al marketing e molte aziende clienti, attuali o potenziali, prevedono di incrementare ulteriormente questa spesa nel prossimo futuro. Il principale motore di questo aumento è il miglioramento dell'esperienza del cliente. Investire in MarTech, infatti, è fondamentale per potenziare il coinvolgimento e offrire un servizio più personalizzato e fluido. Gli strumenti MarTech consentono ai brand di attrarre i consumatori con soluzioni su misura, ottimizzando l'interazione e la soddisfazione del cliente.

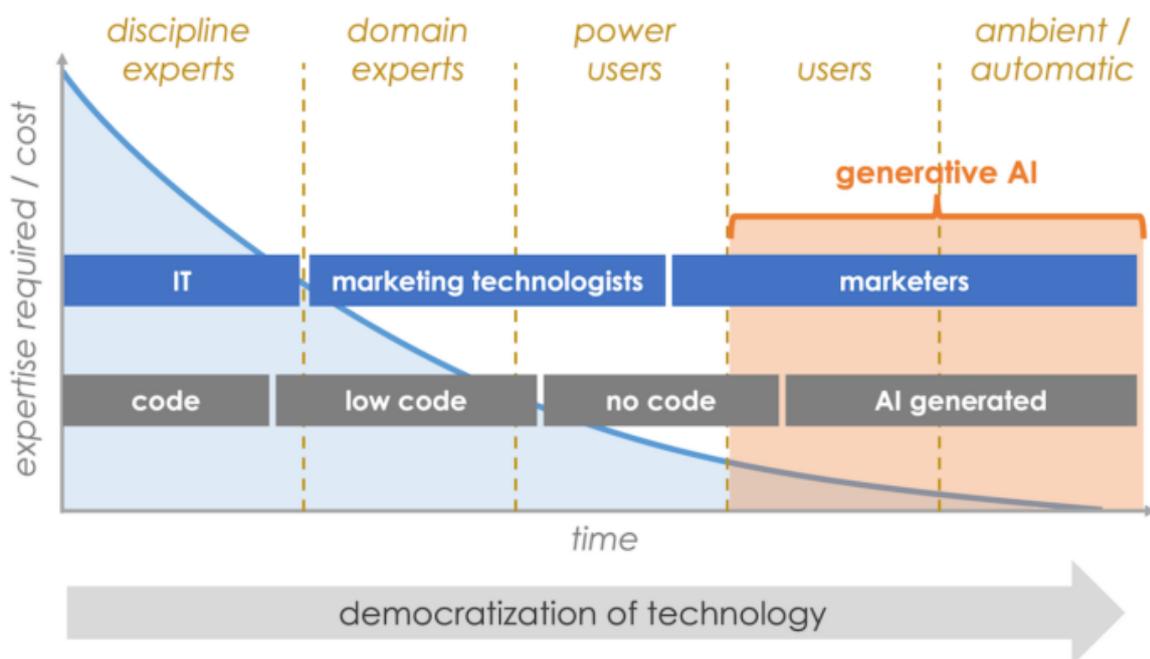
Negli ultimi anni abbiamo osservato un crescente desiderio da parte delle aziende e degli utenti MarTech di integrare il più possibile le loro soluzioni tecnologiche. Sono ormai finiti i tempi in cui si utilizzava un prodotto per i pop-up, uno per le email, uno per la segmentazione e un altro per integrarli tutti. Abbiamo anche visto un calo nel numero di aziende MarTech che offrono soluzioni singole. Ci aspettiamo che questa tendenza continui in futuro. Una piattaforma di marketing che combina pop-up, canali multipli, strumenti integrati per il targeting sui social e sui motori di ricerca, e persino recensioni di prodotti in un'unica soluzione, può offrire alle aziende un servizio più coeso a un costo più vantaggioso.

Il focus principale su cui si sta concentrando il MarTech è sicuramente lo sfruttamento delle potenzialità dell'Intelligenza Artificiale ("AI") per la raccolta ed elaborazione dei Big Data, interni ed esterni, mentre, dal lato della struttura del mercato, sono attesi ulteriori 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.

L'intelligenza artificiale è la protagonista indiscussa degli ultimi mesi. Per coinvolgere i clienti in modo personalizzato su larga scala, è fondamentale l'uso dell'AI e del machine learning. Le chatbot e gli assistenti intelligenti stanno già guidando le interazioni con i clienti, mentre i contenuti generati dall'AI stanno trasformando il mondo del content marketing. L'AI permette inoltre di analizzare e interpretare i dati a una velocità e un volume che superano le capacità umane. Gli algoritmi continuano a migliorare, rendendo l'ottimizzazione sempre più rapida e vicina al tempo reale. Con il progresso dell'AI, i casi d'uso stanno continuamente aumentando. Il panorama dell'AI è in continua espansione, offrendo una vasta gamma di strumenti per le organizzazioni che hanno ora a disposizione un numero sempre crescente di applicazioni per elaborare testi, video, audio, immagini, codifica e dati.

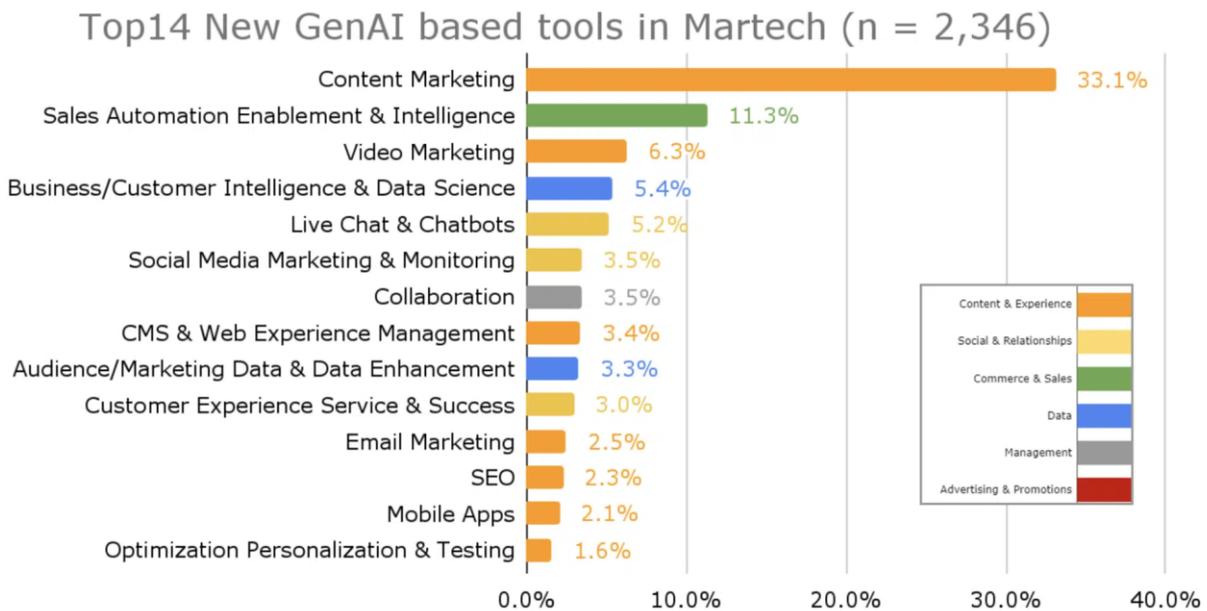
Il ruolo significativo dell'AI nel promuovere l'innovazione e l'efficienza nel martech non può essere sopravvalutato. Con investimenti sostanziali da parte di giganti tecnologici e startup, l'AI è destinata a rivoluzionare le strategie e gli strumenti di marketing, offrendo nuove capacità nella generazione di contenuti, nell'analisi predittiva e nella personalizzazione spinta. L'intelligenza artificiale generativa ha significativamente favorito la democratizzazione della tecnologia semplicemente formulando una serie di richieste in linguaggio naturale a un agente AI. L'intelligenza artificiale ha il potenziale per incrementare significativamente la rapidità e l'efficienza nella produzione di contenuti di marketing. Le attività ripetitive, come la creazione di contenuti e annunci, verranno automatizzate e testate su una scala finora inimmaginabile. I dati saranno generati, elaborati e analizzati quasi in tempo reale. Il machine learning ottimizzerà continuamente le campagne, sfruttando i feedback costanti.



Fonte: [chiefmartech.com](https://chiefmartech.com)

Dato il rapido progresso dell'AI generativa, ci aspettiamo che questo processo di evoluzione avvenga più velocemente rispetto ad altre curve di adozione di innovazioni dirompenti che il marketing ha visto finora, inaugurando una nuova era del “no code”. Oggi le nuove interfacce no-code potenziate dall'AI permettono agli utenti di indicare semplicemente il risultato desiderato e lasciare che l'AI gestisca automaticamente i passaggi necessari per ottenerlo.

Ben il 77% dei 3.068 nuovi strumenti del 2024 sono basati su AI generativa. Di questi, poco più della metà (53%) sono strumenti dedicati ai contenuti, come testi, immagini e video. Tuttavia sono emersi molti altri utilizzi interessanti dell'AI generativa, al di là della creazione di contenuti, come si evince dal grafico sottostante che illustra soluzioni basate su AI generativa per l'automazione delle vendite, l'abilitazione, l'intelligence aziendale e dei clienti, Data Science, le live chat e i chatbot.



Fonte: [martech.org](https://martech.org)

La maggior parte delle aziende utilizza l'AI per il marketing su più canali. Il marketing omnicanale è fondamentale, poiché il consumatore medio interagisce con i brand attraverso otto canali diversi. Molti utenti cambiano canale in base al contesto.

L'interazione tra AI e Machine Learning sta continuamente ridefinendo i confini del marketing. Grazie all'analisi predittiva, i marketer possono ora anticipare con maggiore precisione i desideri dei clienti e affinare le loro strategie in modo personalizzato. Inoltre, l'automazione generata da queste tecnologie riduce drasticamente il lavoro manuale, permettendo ai marketer di concentrarsi su attività strategiche e di alto valore. L'integrazione di AI e ML negli strumenti di marketing non è una moda passeggera, ma rappresenta un

avanzamento significativo verso pratiche di marketing più sofisticate e basate sui dati. Poiché si prevede che l'AI porti miglioramenti nella creazione di contenuti, nella personalizzazione, nell'analisi predittiva e nell'efficienza complessiva del marketing, la maggior parte dei marketer ritiene che questa tecnologia offra il massimo valore e ritorno sugli investimenti. Oltre a ottimizzare le performance, l'intelligenza artificiale (AI) e l'intelligenza artificiale generativa (GenAI) consentono una segmentazione dei clienti più accurata e precisa. La micro-segmentazione, una pratica che un tempo era estremamente costosa, può ora rivelarsi fondamentale per aumentare l'engagement e la fedeltà al brand. Inoltre, l'automazione delle attività di marketing, che elimina compiti ripetitivi come l'invio di email, la gestione dei post sui social media e la creazione di inserzioni pubblicitarie, assicura una maggiore coerenza nelle campagne.

## Segmento di riferimento del Gruppo Growens: Content Design e Mobile messaging

I segmenti più appropriati in cui si colloca il Gruppo Growens all'interno dell'ecosistema MarTech sono i seguenti:

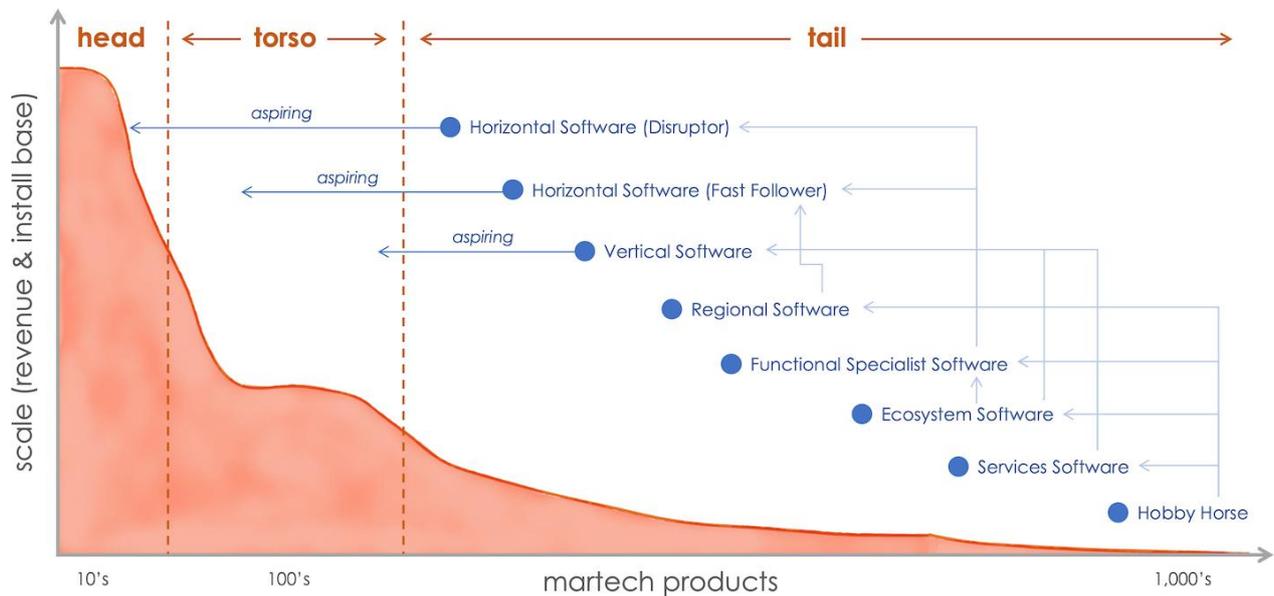
- 1. Segmento Content Design:** le email rappresentano uno degli strumenti più diffusi per veicolare le campagne marketing digitali, essendo infatti particolarmente *cost-effective* e permettendo di consuntivare elevati tassi di conversione nelle varie fasi del funnel di acquisizione dei clienti. L'evoluzione 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, sia nelle relazioni B2B tra aziende, sia tra azienda e consumatore, ma anche tra ente e cittadino, o tra scuola e studenti. La pervasività della comunicazione digitale a ogni livello e ad ogni età ha aperto il mercato della cosiddetta democratizzazione del design, che consiste nel rendere disponibili a tutti, anche senza alcuna formazione tecnica e con costi bassi o nulli, strumenti di creazione di contenuti digitali (video, immagini, animazioni, email, pagine web). In questo mercato Beefree rappresenta uno dei player principali specializzati nell'ambito della creazione di modelli email grafici, superando i limiti delle applicazioni di email marketing tradizionale in termini di maggiore flessibilità e controllo, maggior compatibilità rispetto alla complessa matrice multidimensionale device/sistemi operativi/charset/email client e maggior possibilità di collaborazione, anche in tempo reale.
- 2. Segmento Mobile 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.

## 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, Canva, IBM, Oracle, Salesforce e SAP. Se consideriamo il fatturato e/o il numero di installazioni, il panorama delle aziende MarTech mostra una distribuzione a "coda lunga". All'inizio della coda troviamo un numero ridotto di aziende molto grandi, aziende pubbliche con una capitalizzazione di mercato superiore ai 20 miliardi di dollari. Successivamente, nel corpo centrale della distribuzione, troviamo alcune centinaia di leader di categoria e di mercato verticale. Quando un'azienda supera i 100-200 milioni di dollari di fatturato annuale ed è riconosciuta come un marchio di punta nel proprio settore, si colloca nel corpo centrale. Infine, c'è la lunga coda che comprende tutto il resto – attualmente oltre 12.000 prodotti.



Fonte: chiefmartech.com

Il panorama del mercato è segnato quindi da una divisione tra i grandi player tecnologici e tutti gli altri attori. Le grandi piattaforme tecnologiche hanno dimostrato una notevole resilienza e prestazioni solide, grazie a efficienze operative, capacità avanzate di intelligenza artificiale e abilità nel gestire le sfide legate alla privacy e all'antitrust. Nel frattempo, il resto dell'ecosistema MarTech ha dovuto affrontare pressioni sulla redditività, una ridotta disponibilità di capitale di rischio e restrizioni antitrust che limitano le attività di M&A (fusioni e acquisizioni). Nonostante queste difficoltà, i motori principali del MarTech—spesa pubblicitaria digitale, ecommerce e investimenti in software—rimangono solidi, con una crescita continua prevista per il futuro.

La maggior parte delle aziende MarTech sono startup e prodotti specializzati con un fatturato inferiore ai 10 milioni di dollari. Dei 14.106 prodotti MarTech sul mercato la stragrande maggioranza di questi prodotti si trova nella “coda lunga” delle piccole imprese, delle startup e delle attività parallele che si specializzano in una particolare funzione, settore, regione o ecosistema di piattaforme. Queste iniziative posizionate nella coda lunga non saranno tutte imprese redditizie nel lungo periodo, ma si tratta di progetti con elevato potenziale di sostenibilità e tasso di rinnovamento che stanno sviluppando soluzioni destinate a essere applicabili a molte aziende, in diversi settori e aree geografiche. Partono come piccole aziende nella lunga coda – come tutte le startup – ma il loro obiettivo è crescere (o essere acquisite) fino a diventare leader di settore nel corpo centrale o all'inizio della coda. Purtroppo, è difficile riuscirci. La maggior parte non riuscirà a emergere dalla “coda lunga” e verrà acquisita con accordi minori, chiuderà, o continuerà a sopravvivere in uno stato di stallo, saturando il panorama. Alcune di esse però avranno successo. In effetti, si potrebbe sostenere che è l'intensa competizione tra questi aspiranti leader orizzontali a determinare i vincitori. Tutte

quelle che non riescono a emergere e che non sono state eliminate dal mercato continuano a far parte della "coda lunga".

La coda lunga di soluzioni che popola il mercato è alimentata da fornitori tecnologici piccoli, talvolta piccolissimi, che ascoltano, interpretano e soddisfano in modo innovativo bisogni di nicchia, che difficilmente potrebbero essere soddisfatti dai giganti del MarTech. Tuttavia, per sostenere la semplificazione digitale e l'alleggerimento dei costi IT, i MarTech provider sono – e saranno sempre più – chiamati a garantire crescenti livelli di versatilità ai propri prodotti offerti. Concentrare in un'unica soluzione una mole consistente di flussi di lavoro, oltre a ridurre gli investimenti in canoni software, permette infatti di minimizzare i costi di sviluppo e manutenzione delle integrazioni.

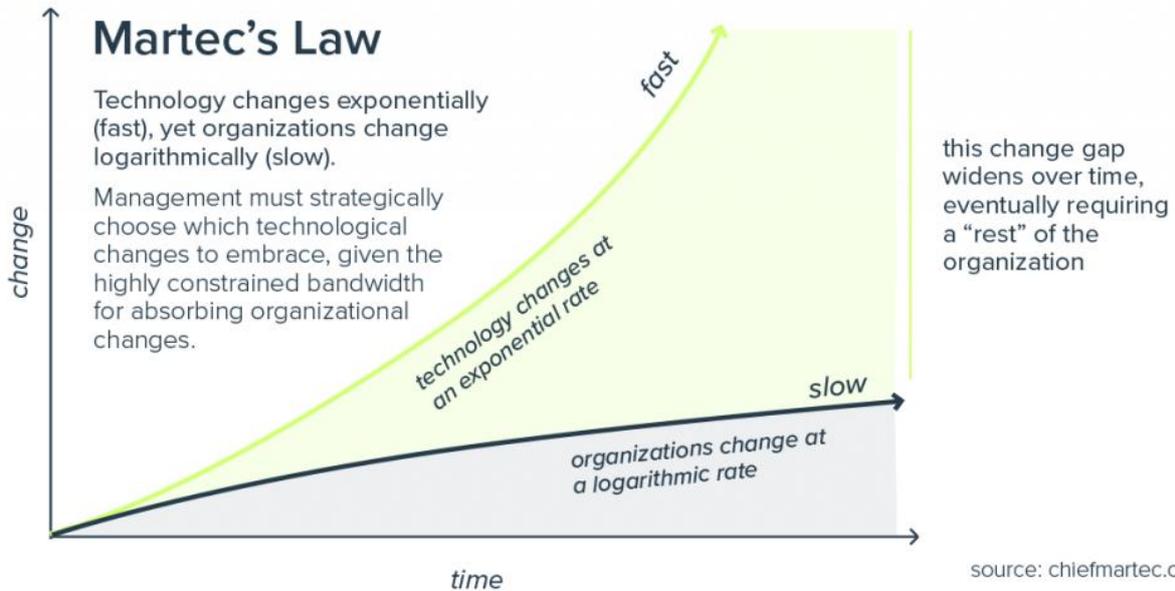
Di seguito sono rappresentati alcuni competitor suddivisi tra le due business unit del Gruppo:

|               | Agile Telecom   | Beefree  |
|---------------|---|--|
| <b>Italy</b>  |      | <b>Beefree app for email designers)</b>  |
| <b>Europe</b> |             |                            |
| <b>Others</b> |       | <b>Beefree SDK (for SaaS companies)</b>       <br><b>Beefree indirect competitors</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing automation solutions</li> <li>• Graphic suites (Adobe, Canva...)</li> <li>• Landing page / CMS (Unbounce, Webflow...)</li> <li>• Email Service Providers (Mailchimp, Brevo...)</li> </ul>   |

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

## La concentrazione del mercato: lo scenario probabile nel futuro immediato

"Le tecnologie cambiano in modo esponenziale, ma le organizzazioni cambiano in modo logaritmico." Questa è la spietata Legge del Martec secondo cui la tecnologia avanza troppo rapidamente, tanto da impedire alle aziende di riuscire a stare al passo. L'intelligenza artificiale ha certamente amplificato questa sensazione.



E' quindi essenziale adottare un approccio agile. Non inteso semplicemente come "lavorare più velocemente", ma piuttosto implementare una gestione agile. Sviluppare capacità ed esperienze per i clienti in modo iterativo e incrementale. Progettare pensando al cambiamento, utilizzando principi di piattaforme aperte. Favorire una cultura di continua sperimentazione e apprendimento. Le scelte strategiche e la gestione agile sono due approcci che permettono di adattarsi più velocemente rispetto alla concorrenza, e spesso questa rapidità è sufficiente per essere competitivi.

Tuttavia, ogni tanto, eventi ambientali significativi ci offrono l'opportunità di compiere un salto sostanziale nell'evoluzione organizzativa rispetto alla tecnologia. La pandemia di COVID-19 è stato un esempio di tale evento, accelerando la trasformazione digitale per molte aziende di diversi anni. Anche l'attuale esplosione dell'intelligenza artificiale rappresenta un momento simile. Alcune innovazioni nell'IA hanno il potenziale per semplificare la complessità tecnologica che affrontiamo, piuttosto che contribuire ad aumentarla.

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.

Ci si aspetta che, a fronte delle numerose nuove soluzioni lanciate nell'ambito delle marketing technologies, numerosi player SaaS innovativi verranno acquisiti da operatori di grandi

dimensioni sempre alla ricerca di opportunità di ampliamento della propria offerta tecnologica, limitando i casi in cui tali player riusciranno a competere efficacemente pur rimanendo indipendenti. L'atomizzazione del MarTech, cioè il fenomeno della coda lunga è comunque destinato a rimanere.

Nel panorama del MarTech, fusioni, acquisizioni e cessazioni sono eventi che avvengono costantemente. Il *Market Report* del terzo trimestre 2024 di LUMA Partners documenta una media di oltre 40 acquisizioni martech per trimestre negli ultimi tre anni, con ulteriori 15 acquisizioni trimestrali nel settore dell'adtech. L'incremento nel numero di prodotti presenti nel martech è attribuibile per il 73% all'AI generativa. La maggior parte degli strumenti di AI generativa sono apparsi in categorie che erano già densamente popolate da molti prodotti di "coda lunga": Content Marketing, Sales enablement, Automation & Intelligence, Business/Customer Intelligence & Data Science.

Guardando al futuro, vediamo una tendenza in cui il ruolo dell'AI va oltre l'automazione e si spinge verso ambiti come il processo decisionale. Anche se i modelli linguistici attuali non hanno ancora il giudizio umano necessario per prendere decisioni importanti, con l'evoluzione in corso, potremmo trovarci a pochi passi da integrazioni di AI che potrebbero rendere gli stack tecnologici agili e reattivi in modo simile agli esseri umani.

Nel 2024, il 53% dei Chief Marketing Officers (CMO) sta dando priorità alla sicurezza dei dati e all'etica. L'emergere di nuovi rischi e l'evoluzione delle normative hanno aumentato l'importanza di proteggere le informazioni dei consumatori. Regolamentazioni più severe hanno limitato l'accesso a dati di alta qualità, spingendo molti team di marketing a rivedere le proprie strategie. Oltre il 75% dei marketer sta rivalutando i propri canali e i principali indicatori di prestazione (KPI) in risposta a questi cambiamenti. Questo cambiamento evidenzia la necessità per i marketer di adattarsi al panorama in evoluzione, garantendo la conformità alle normative e mantenendo un coinvolgimento efficace dei consumatori.

## **Tendenze del Mercato Software as a Service (SaaS)**

### **Integrazione di AI e ML per Stimolare la Crescita del Mercato**

Le soluzioni SaaS stanno evolvendo rapidamente grazie all'integrazione di tecnologie avanzate come il Machine Learning (ML) e l'Intelligenza Artificiale (AI) in particolare generativa. Queste innovazioni stanno migliorando l'efficienza operativa e la capacità decisionale delle aziende di vari settori.

Le aziende stanno sfruttando le tecnologie autonome per migliorare i servizi, ottimizzare i contenuti e comprendere meglio le esigenze degli utenti attraverso analisi basate sui dati. L'apprendimento automatico consente di migliorare l'efficienza operativa e la capacità decisionale delle soluzioni SaaS. Di conseguenza, l'adozione di AI e ML sta diventando cruciale, richiedendo un migliore formazione e gestione del software.

L'integrazione di AI e ML è destinata a trasformare il settore SaaS in molti modi, migliorando le funzionalità essenziali delle soluzioni software. Questa integrazione consente di personalizzare e automatizzare le soluzioni, aumentare la sicurezza e potenziare le capacità umane.

Il Gruppo Growens opera nel settore delle marketing technology attraverso le due aree di business SaaS e CPaaS che corrispondono rispettivamente alle business unit Beefree e Agile Telecom.

**Beefree**, editor drag-and-drop per email, pop-up e landing page di proprietà della controllata BEE Content Design, Inc., continua il suo percorso di crescita sia come componente da integrare in altre applicazioni software (Beefree SDK), sia come suite completa per la creazione di email e landing page pensata per freelance designers, agenzie digitali, e team di marketing delle aziende (Beefree App), con una strategia di crescita "Product-Led" che prevede una versione gratuita sul sito beefree.io, completamente priva di frizioni all'ingresso. I numeri crescenti di utilizzo rendono sempre più concreto l'obiettivo dell'azienda di diventare uno standard mondiale nella creazione di contenuti digitali: nel corso del 2024 ci sono state oltre 131 milioni di sessioni di utilizzo degli strumenti di design di Beefree, con una crescita di oltre il 36% sul 2023. Oltre 1.200 applicazioni di software hanno integrato gli editor di Beefree, generando complessivamente una media mensile di circa 440.000 utenti, con un picco di circa 500.000 persone nell'ottobre 2024. Nello stesso mese è stato registrato un record di sessioni (circa 12,7 milioni), in aumento di oltre il 40% rispetto all'anno precedente. Nel 2024 il Gruppo ha continuato ed ampliato l'investimento nello sviluppo del prodotto, con un'attenzione speciale all'evoluzione dell'intelligenza artificiale e la sua applicazione nella generazione dei contenuti. In particolare, si segnala:

**Beefree App:** l'azienda ha continuato l'evoluzione della suite di creazione di email e landing page, proseguendo l'esplorazione delle tecnologie di intelligenza artificiale generativa, e implementando innovative funzionalità nel prodotto. Migliaia di clienti di Beefree ora utilizzano un assistente digitale per aumentare la propria produttività durante l'utilizzo dello strumento creando ed editando testi, generando immagini, traducendo contenuti in altre lingue, e risolvendo problematiche di accessibilità come l'aggiunta del testo esplicativo delle immagini (il cosiddetto "alt text"). Dal punto di vista della strategia di approccio al mercato, continua l'implementazione della tecnica di crescita guidata dal prodotto ("product-led growth" o PLG), dove il prodotto è al centro in tutte le fasi di acquisizione, conversione, crescita e manutenzione del cliente, accompagnata da un sempre più efficace introduzione della vendita consultiva a supporto dei clienti più complessi ("product-led sales" o PLS). La combinazione di PLG e PLS è considerata una best-practice nel Software-as-a-Service, e Beefree continua ad essere all'avanguardia nell'esecuzione di tali strategie. Il risultato è un numero sempre maggiore di contenuti digitali creati ed esportati: oltre 3.3 milioni di email e pagine durante il 2024. Oltre 43.000 persone hanno utilizzato la Beefree App per disegnare quelle email e pagine web ogni mese durante il 2024, con un aumento deciso delle aziende

con fatturato mensile ricorrente almeno 10 volte maggiore della media, salite di oltre il 60% nel corso dell'anno, a testimonianza del fatto che il prodotto viene ora riconosciuto come soluzione a problemi più complessi di creazione e gestione dei contenuti digitali. È ormai chiaro che questa è un'area particolarmente ricca di opportunità, e per questo motivo nel corso dell'anno è stato aggiunto nuovo talento nell'area Sales e Growth, in modo da poter meglio identificare e supportare i clienti in fase di espansione del fatturato.

Dal punto di vista del miglioramento della parte alta del funnel di marketing di Beefree, è proseguita la strategia di marketing focalizzata su alcuni segmenti chiave dove l'adozione del prodotto è particolarmente interessante, come le università e le agenzie digitali: alcuni dei maggiori clienti di Beefree sono grandi atenei statunitensi, e una serie di "case studies" sono stati pubblicati in tal senso sul sito dell'azienda all'indirizzo: <https://beefree.io/customer-stories>. Questo tipo di attività di marketing focalizzata su segmenti specifici verrà ulteriormente confermata ed estesa nel 2025, anche grazie all'acquisizione di Really Good Emails (<https://reallygoodemails.com>), finalizzata durante il 2024. Il sito Really Good Emails è visitato da centinaia di migliaia di persone nel corso dell'anno in cerca di ispirazione per le proprie campagne di email marketing, e rappresenta un'ottima opportunità di crescita.

**Beefree SDK:** la versione embeddabile dell'editor, integrabile mediante appositi connettori software all'interno di applicazioni di terzi, si conferma un leader di mercato, con 681 clienti paganti a fine 2024 e un totale di oltre 1.200 applicazioni che lo utilizzano. La differenza tra i due valori è data dal fatto che un cliente pagante può utilizzare l'editor in più di una applicazione, e dal fatto che tante piccole aziende utilizzano il prodotto avvantaggiandosi del piano gratuito (la strategia "freemium" è utilizzata anche su Beefree SDK).

Dal punto di vista del profilo dei clienti, continua lo spostamento verso aziende di maggiori dimensioni, riflesso nel fatto che il fatturato medio mensile per cliente a fine 2024 è salito di circa il 29% rispetto allo stesso periodo dell'anno prima, crescita che ha subito un'accelerazione nella seconda parte del 2024 grazie all'implementazione di un nuovo listino prezzi. L'adozione di Beefree SDK da parte di clienti di sempre maggiore dimensione è una chiara indicazione della qualità del prodotto. Beefree SDK è ora utilizzato da oltre il 50% del software incluso nella "Forrester Wave - Email Marketing Service Providers - 2024" e dal 60% nella "Forrester Wave - Cross-Channel Marketing Hubs - Q1 2023". Ad alimentare la posizione di leader di mercato vi è uno sviluppo continuo di nuove funzionalità che garantiscono un'ottima 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. In aggiunta, sono stati fatti investimenti mirati a permettere l'installazione del sistema in un ambiente dedicato (Virtual Private Cloud), un requisito sempre più importante per i clienti alto-spendenti.

**Relazione sinergica tra le due versioni di Beefree:** ricordiamo che, dal punto di vista tecnico, la suite di design Beefree App, accessibile al sito [beefree.io](https://beefree.io) è un "cliente" di Beefree SDK. È infatti un'applicazione software che incorpora al suo interno l'editor per le email e

pagine Web, integrandolo tramite il servizio Beefree SDK. L'integrazione delle API di OpenAI all'interno di Beefree SDK, per esempio, ha permesso il rilascio delle funzionalità di AI agli oltre 40.000 utenti mensili dell'applicazione Beefree, generando un immediato e proficuo feedback sull'uso dell'intelligenza artificiale all'interno degli strumenti di design dell'azienda.

Si è fatto più volte riferimento all'operazione di acquisto degli asset che rappresentano il business di RGE (APA), considerato sinergico per la crescita di Beefree. L'asset principale è il sito web e il relativo software RGE, che offre una vasta raccolta di modelli di email, suddivisi in diverse categorie (marketing email, email di benvenuto, email di conferma dell'ordine, etc.) da cui gli utenti possono trarre ispirazione. L'unione tra il vasto catalogo di email di RGE con gli strumenti di design intuitivi di Beefree ha il potenziale di offrire nuove opportunità per superare il divario tra ispirazione e creazione di un contenuto di valore. La presenza di oltre 15.000 modelli di email di qualità ha il potenziale di attrarre un pubblico più ampio per Beefree, incluso chi non è esperto di design o di creazione di contenuti, consentendole di massimizzare la visibilità del proprio marchio e aumentare il bacino di potenziali clienti, che cercano soluzioni intuitive e accessibili. In oltre dieci anni RGE ha guidato campagne per alcuni dei più grandi marchi globali e ha costituito una community di utenti, con oltre 220.000 iscritti alla newsletter e centinaia di partecipanti all'evento denominato "Unspam" che attrae esperti e appassionati di email design da tutto il mondo. Questa community, e il dialogo che si sviluppa al suo interno, consente di approfondire e talvolta anticipare esigenze e trend del mercato, in modo da orientare e validare le scelte strategiche di ricerca e sviluppo. Questo aspetto è ancora più rilevante in questo periodo di trasformazione paradigmatica legata alla diffusione delle tecnologie di intelligenza artificiale generativa. L'operazione rappresenta un'opportunità strategica per arricchire l'offerta di Beefree, migliorare l'esperienza degli utenti, differenziarsi dalla concorrenza ed espandere la base clienti, contribuendo così alla crescita e al successo della società e del Gruppo.

In definitiva il Gruppo Growens, a seguito delle dismissioni del precedente esercizio e dei più recenti orientamenti strategici, sta concentrando sempre più risorse finanziarie e di capitale umano allo sviluppo della business unit Beefree e alla creazione di valore per tutti gli *stakeholder*.

**Agile Telecom** opera invece nel settore CPaaS e in particolare nel mercato dell'invio wholesale di SMS (SMS gateway / SMS aggregator) e ha inviato complessivamente circa 2,2 miliardi di SMS nel corso dell'anno 2024 servendo tra gli altri alcuni operatori SaaS e grandi operatori internazionali che devono recapitare traffico SMS in sud Europa, in particolare Italia, e verso alcune selezionate rotte internazionali.

Nel corso dell'esercizio 2024 Agile Telecom ha rafforzato ulteriormente la propria posizione nel settore delle comunicazioni digitali, espandendo significativamente la gamma di soluzioni offerte. Oltre al consolidato servizio di SMS wholesale, ha integrato e potenziato il portfolio

con avanzate soluzioni CPaaS (Communications Platform as a Service), rispondendo efficacemente alle esigenze di un mercato in rapida evoluzione.

Tra i servizi più rilevanti introdotti, spicca il servizio di Mobile Number Portability (MNP), che ha riscosso particolare apprezzamento da parte di clienti prestigiosi come Sky. Questo servizio permette agli utenti di mantenere il proprio numero telefonico quando cambiano operatore, facilitando così la transizione e migliorando l'esperienza cliente. La capacità di Agile Telecom di offrire tale servizio dimostra il nostro impegno verso soluzioni che non solo rispondono, ma anticipano le necessità del cliente.

Un altro pilastro della strategia di crescita di Agile Telecom è l'introduzione della terminazione tramite RCS (Rich Communication Services). Questo moderno standard di messaggistica arricchisce l'esperienza di comunicazione offrendo funzionalità come chat di gruppo, trasmissione video e condivisione di file in un ambiente sicuro e controllato. L'adozione di RCS da parte di Agile Telecom non solo amplia il raggio d'azione nel settore della messaggistica, ma rafforza anche l'offerta verso le aziende che cercano modi innovativi per interagire con i propri clienti.

Nell'esercizio 2024 Agile Telecom ha sviluppato e commercializzato con successo i canali Telegram Business e WhatsApp Business, ampliando le opzioni di comunicazione per le aziende e migliorando l'interazione con i clienti. Inoltre, sta attualmente lavorando su promettenti evoluzioni della propria piattaforma, sfruttando l'intelligenza artificiale per offrire soluzioni sempre più avanzate e personalizzate, in linea con le tendenze emergenti nel settore CPaaS.

### **Clima sociale, politico e sindacale**

Il clima sociale all'interno del Gruppo è positivo ed improntato alla piena collaborazione. Il Gruppo ha da tempo abbracciato il lavoro ibrido (smart working), anche prima dell'emergenza pandemica di febbraio 2020, come uno degli elementi cardine della propria filosofia di lavoro orientata a flessibilità e autonomia sancita dal Growens WoW (Way of Working). L'attenzione al benessere dei dipendenti e all'equilibrio vita-lavoro si è ulteriormente concretizzata nel 2024 nell'introduzione del programma REST (Recharge, Empower, Support, Thrive), concepito per standardizzare e migliorare le opzioni di congedo in tutti i Paesi in cui Growens opera, valorizzando il tempo personale come leva fondamentale per attrarre e trattenere talenti.

Inoltre, nel 2024 Growens ha intrapreso una serie di iniziative volte a integrare i principi di diversità, equità e inclusione (DEI) nel tessuto della propria organizzazione. Le attività si sono concentrate sulla costruzione di un framework DEI completo, sul coinvolgimento dei dipendenti tramite sessioni educative e discussioni interattive, e sullo sviluppo e la formalizzazione di politiche più inclusive.

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

L'utile netto consolidato dell'esercizio 2024 è negativo per 2,5 milioni di Euro, mentre il medesimo dato relativo al bilancio separato di Growens è positivo per 2,2 milioni di Euro. Se confrontati con i risultati delle continuing operations, cioè a parità di perimetro rispetto alla situazione attuale del Gruppo, a valle delle dismissioni dell'esercizio 2023, si tratta di risultati migliorativi in entrambi i casi, in particolare a livello di bilancio separato di Growens dove è evidente l'inversione di tendenza rispetto al periodo di confronto (+ 2,9 milioni di Euro). Ricordiamo che l'utile d'esercizio del precedente esercizio, a livello consolidato e separato, era fortemente condizionato dal risultato straordinario della gestione finanziaria, positiva per oltre 56 milioni di Euro, a seguito della plusvalenza rilevata a seguito della cessione del ramo ESP al gruppo Teamsystem.

Il conto economico dell'esercizio 2024 registra Ricavi consolidati per 74,5 milioni di Euro, mostrando un andamento sostanzialmente stabile rispetto al precedente esercizio (-0,6 milioni di Euro ovvero -0,8% in termini relativi). Tale risultato è influenzato dalla crescita della componente SaaS del 23%, per un'incidenza di circa il 17% sui ricavi complessivi, controbilanciata dalla riduzione del 5% della linea CPaaS, per un'incidenza dell'81% circa sul totale dei ricavi. La Business Unit Agile Telecom ha prodotto i ricavi più consistenti in valore assoluto, pari a circa 60,3 milioni di Euro, in diminuzione del 5%, coerentemente con il progetto strategico di miglioramento della marginalità anche a scapito della crescita dei ricavi, a fronte di un totale di 2,2 miliardi di SMS spediti nell'esercizio. La Business Unit che ha realizzato il maggior tasso di crescita è Beefree, con un incremento del 24% al netto dell'effetto del cambio USD/Euro, attestandosi a circa 12,7 milioni di Euro / 13,7 milioni di Dollari USA di ricavi. 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 16 milioni di Dollari USA a dicembre 2024. I ricavi realizzati all'estero rappresentano l'81% (-3% in valore assoluto rispetto all'esercizio 2023) del totale, mentre i ricavi ricorrenti superano il 17% (+23% rispetto all'esercizio 2023).

L'EBITDA consolidato è sostanzialmente a pareggio (circa -0,1 milioni di Euro), mentre il Gross Profit supera 17,7 milioni di Euro, per un'incidenza sui ricavi di circa il 24%, in crescita del 20% rispetto al 2023. La componente COGS, cioè i costi diretti di erogazione dei servizi, si riduce infatti di circa il 6% e di oltre 4 punti percentuali in termini di incidenza sui ricavi. Agile Telecom presenta un EBITDA pari a circa 2 milioni di Euro, in calo del 33% rispetto al 2023, ma sempre estremamente positivo in un contesto di mercato estremamente competitivo. Le voci di costo che impattano negativamente sull'EBITDA sono legate allo sviluppo della Business Unit Beefree, per quanto riguarda la componente Sales&Marketing (+31%) e Ricerca&Sviluppo (+56%); l'EBITDA di Beefree è negativo per circa 2,8 milioni di Euro. L'incremento dei costi R&D sopra evidenziato testimonia il focus degli investimenti strategici concentrato principalmente sulla controllata americana.

L'utile ante imposte (EBT) di periodo è negativo per 2,7 milioni di Euro, dopo ammortamenti per circa 3,9 milioni di Euro in crescita del 26%, in larghissima parte legati alle attività di R&D. Gli ammortamenti legati all'applicazione del principio contabile IFRS 16 ammontano a 0,5 milioni di Euro. La gestione finanziaria è positiva per oltre 1,3 milioni di Euro grazie ai proventi finanziari derivanti dagli investimenti in titoli a basso rischio effettuati per massimizzare la redditività della liquidità non destinata nel breve termine a specifici investimenti strategici, oltre all'effetto positivo degli utili su cambi a seguito del rafforzamento del dollaro nei confronti dell'Euro, in particolare negli ultimi mesi dell'anno. 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 31 dicembre 2024 è negativa (cassa) per 13 milioni di Euro, e risulta sostanzialmente non comparabile con la posizione di cassa pari a 42,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2023. La variazione è influenzata in particolare dal pagamento del dividendo straordinario per circa 20 milioni di Euro, nonché dagli investimenti in R&S relativi a Beefree oltre ad altre dinamiche relative al credito per IVA di Gruppo, ai crediti e debiti commerciali di Agile Telecom e al saldo di partite una tantum di competenza del precedente esercizio. 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 1,3 milioni di Euro. Le disponibilità liquide e assimilabili al 31 dicembre 2024 sono pari a circa 17 milioni di Euro, mentre circa 4,8 milioni di Euro risultano vincolati a titolo di escrow a garanzia di talune obbligazioni inerenti alla vendita del business ESP a TeamSystem.

Per quanto riguarda la capogruppo, i risultati dell'esercizio 2024 evidenziano un andamento positivo dei ricavi (+42%), che ammontano a 14,6 milioni di Euro.

Il margine EBITDA è tornato positivo in crescita a circa 0,7 milioni di Euro, nonostante l'incremento dei costi R&D, riconducibile al rafforzamento organizzativo dei team di holding a supporto delle controllate, come risulta dalla dinamica crescente dei corrispondenti ricavi intercompany. La gestione finanziaria si mantiene positiva per effetto dei dividendi della controllata Agile Telecom e della performance molto positiva degli investimenti in titoli a basso rischio della liquidità non destinata nel breve termine a specifiche attività strategiche, oltre all'effetto positivo sui cambi Euro/Dollaro già menzionato in precedenza. Per quanto sopra riportato, l'utile netto d'esercizio ammonta a circa 2,2 milioni di Euro.

La Posizione Finanziaria Netta di Growens ammonta a circa 10,3 milioni di Euro di cassa ed evidenzia impatti di periodo sostanzialmente riconducibili alle stesse dinamiche già evidenziate per la PFN consolidata.

## 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 riclassificate 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.

## Principali dati economici del Gruppo Growens

Nella tabella che segue sono riepilogati i risultati consolidati al 31/12/2024 confrontati con il periodo precedente in termini di ricavi complessivi, margine operativo lordo (EBITDA) e di risultato prima delle imposte (EBT).

| Descrizione                              | 31/12/2024  | 31/12/2023* | Variazione   |
|--|-------------|-------------|--------------|
| Totale Ricavi                            | 74.460.302  | 75.060.458  | (600.156)    |
| Margine operativo lordo (EBITDA)         | (110.744)   | (558.710)   | 447.967      |
| Risultato prima delle imposte (EBT)      | (2.708.136) | (2.662.612) | (45.524)     |
| Risultato netto da Continuing operations | (2.535.045) | (3.025.338) | 490.293      |
| Utile d'esercizio                        | (2.535.045) | 58.131.733  | (60.666.778) |

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

| Descrizione                                | 31/12/2024 | 31/12/2023* |
|--|------------|-------------|
| ROE netto (Risultato netto/Capitale netto) | (0,07)     | (0,05)      |
| ROE lordo (EBT /Capitale netto)            | (0,08)     | (0,05)      |
| ROI (Ebitda/Capitale investito)            | (0,002)    | 0,01        |
| ROS (Ebitda/Ricavi di vendita)             | (0,002)    | 0,01        |

| Descrizione  | 31/12/2024 | 31/12/2023 |
|--|------------|------------|
| Margine primario di struttura (Mezzi propri – Attivo fisso)                                | 8.760.228  | 33.525.218 |
| Quoziente primario di struttura (Mezzi propri/Attivo fisso)                                | 1,34       | 2,44       |
| Margine secondario di struttura<br>(Mezzi propri + Passività consolidate) – Attivo fisso)  | 13.218.441 | 38.107.743 |
| Quoziente secondario di struttura<br>(Mezzi propri + Passività consolidate) /Attivo fisso) | 1,51       | 2,63       |

## Principali dati patrimoniali del Gruppo Growens

A migliore descrizione della situazione 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.

Gli indici sopra nella tabella sopra rappresentata, seppur ampiamente positivi, riflettono la riduzione del patrimonio netto a seguito dell'erogazione dei dividendi per Euro 20 milioni da parte di Growens e il contestuale incremento dell'attivo immobilizzato per effetto dei maggiori investimenti, soprattutto in Ricerca & Sviluppo.

## Principali dati finanziari del Gruppo Growens

La posizione finanziaria netta consolidata al 31 dicembre 2024 è la seguente:

| Posizione Finanziaria Netta Consolidata      | 31/12/2024 | 31/12/2023 |
|--|------------|------------|
| A. Disponibilità liquide                     | 4.970.777  | 20.488.030 |
| B. Mezzi equivalenti a disponibilità liquide |            | 20.000.060 |

|  |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|
| C. Altre attività finanziarie correnti   | 11.834.813          | 4.891.561           |
| <b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>  | <b>16.805.590</b>   | <b>45.379.650</b>   |
| E Debito finanziario corrente  | 2.065.949           | 467.161             |
| F. Parte corrente dell'indebitamento non corrente                                  | 1.111.891           | 1.085.516           |
| <b>G. Indebitamento finanziario corrente (E) + (F)</b>                             | <b>3.177.841</b>    | <b>1.552.678</b>    |
| <b>H. Indebitamento finanziario corrente netto (G) - (D)</b>                       | <b>(13.627.749)</b> | <b>(43.826.973)</b> |
| I. Debito finanziario non corrente   | 626.279             | 1.734.029           |
| <b>L. Indebitamento finanziario non corrente (I) + (J) + (K)</b>                   | <b>626.279</b>      | <b>1.734.029</b>    |
| <b>M. Totale indebitamento finanziario (H) + (L)</b>                               | <b>(13.001.470)</b> | <b>(42.092.944)</b> |
| N. Altre attività finanziarie a lungo termine                                      | (4.813.589)         | (4.646.600)         |
| di cui E .Debito finanziario corrente Passività Right of Use IFRS 16               | 446.936             | 354.384             |
| di cui I. Debito finanziario non corrente Passività Right of Use IFRS 16           | 880.369             | 919.315             |
| <b>Indebitamento finanziario netto depurato da effetto IFRS 16 (M)+(N)-(E)-(I)</b> | <b>(19.142.365)</b> | <b>(48.013.242)</b> |

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

Il decremento sensibile della liquidità consolidata, per Euro 29 milioni, è riconducibile all'erogazione di dividendi ai soci di Growens per Euro 20 milioni, all'incremento del credito IVA di Gruppo per oltre 2,5 milioni, agli effetti una-tantum derivanti dal pagamento di consulenze e bonus riferiti alle operazioni straordinarie del 2023 per ulteriori Euro 2,5 milioni, al rimborso dei finanziamenti bancari in essere per Euro un milione e per la parte restante al supporto finanziario alla controllata Beefree, agli investimenti in ambito Ricerca e Sviluppo e alle dinamiche commerciali dei crediti vs. clienti e debiti vs. fornitori in particolare di Agile Telecom.

A migliore descrizione della situazione finanziaria consolidata si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di liquidità con l'applicazione del principio IFRS 5 confrontati con gli stessi dati del periodo precedente.

| Descrizione  | 31/12/2024 | 31/12/2023 |
|--|------------|------------|
| Liquidità primaria (Liq. immediate e differite / Pass. Correnti) | 1,57       | 3,02       |
| Liquidità secondaria (Attività correnti / Passività correnti)    | 1,64       | 3,08       |
| Indebitamento (Indebitamento netto / Patrimonio netto)           | (0,38)     | (0,74)     |

|  |      |      |
|--|------|------|
| Tasso di copertura degli immobilizzi (Capitale proprio + Passività consolidate) / Attività fisse | 1,61 | 2,76 |
|--|------|------|

## Principali dati economici di Growens

Nella tabella che segue sono riepilogati i principali risultati della capogruppo confrontati con il precedente esercizio in termini di ricavi complessivi, margine operativo lordo (EBITDA) e di risultato prima delle imposte (EBT).

| Descrizione                              | 31/12/2024 | 31/12/2023* | Variazione   |
|--|------------|-------------|--------------|
| Totale Ricavi                            | 14.590.972 | 10.309.673  | 4.281.2993   |
| Margine operativo lordo (EBITDA)         | 692.715    | (2.376.848) | 3.069.563    |
| Risultato prima delle imposte (EBT)      | 2.508.354  | (745.184)   | 3.253.538    |
| Risultato netto da Continuing operations | 2.161.469  | (736.075)   | 2.897.544    |
| Utile d'esercizio                        | 2.161.469  | 56.069.523  | (53.908.053) |

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

| Descrizione                                | 31/12/2024 | 31/12/2023* |
|--|------------|-------------|
| ROE netto (Risultato netto/Capitale netto) | 0,05       | (0,01)      |
| ROE lordo (EBT /Capitale netto)            | (0,01)     | (0,01)      |
| ROI (Ebitda/Capitale investito)            | 0,01       | (0,03)      |
| ROS (Ebitda/Ricavi di vendita)             | 0,05       | (0,23)      |

## Principali dati patrimoniali di Growens

A migliore descrizione della situazione patrimoniale della Società si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di bilancio 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 ai bilanci degli esercizi precedenti.

| Descrizione   | 31/12/2024 | 31/12/2023 |
|---|------------|------------|
| Margine primario di struttura (Mezzi propri – Attivo fisso)                                 | 9.886.000  | 41.762.349 |
| Quoziente primario di struttura (Mezzi propri/Attivo fisso)                                 | 1,31       | 3,41       |
| Margine secondario di struttura<br>((Mezzi propri + Passività consolidate) – Attivo fisso)  | 12.829.339 | 42.459.913 |
| Quoziente secondario di struttura<br>((Mezzi propri + Passività consolidate) /Attivo fisso) | 1,41       | 3.50       |

Gli indici sopra esposti, seppur ampiamente positivi, riflettono la riduzione del patrimonio netto a seguito dell'erogazione dei dividendi per Euro 20 milioni e il sensibile incremento dell'attivo immobilizzato per effetto dell'aumento di capitale in Beefree già descritto nella parte iniziale, per quasi Euro 13 milioni.

## Principali dati finanziari di Growens

La posizione finanziaria netta della capogruppo al 31 dicembre 2024 era la seguente (in unità di Euro):

| Posizione Finanziaria Netta Growens  | 31/12/2024          | 31/12/2023          |
|--|---------------------|---------------------|
| A. Disponibilità liquide   | 492.770             | 15.635.279          |
| B. Mezzi equivalenti a disponibilità liquide                                       |                     | 20.000.060          |
| C. Altre attività finanziarie correnti   | 11.834.813          | 4.891.561           |
| <b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>  | <b>12.327.583</b>   | <b>40.526.899</b>   |
| E Debito finanziario corrente  | 448.539             | 372.732             |
| F. Parte corrente dell'indebitamento non corrente                                  | 1.111.891           | 1.085.516           |
| <b>G. Indebitamento finanziario corrente (E) + (F)</b>                             | <b>1.560.431</b>    | <b>1.458.249</b>    |
| <b>H. Indebitamento finanziario corrente netto (G) - (D)</b>                       | <b>(10.767.152)</b> | <b>(39.068.650)</b> |
| I. Debito finanziario non corrente   | 470.300             | 1.601.240           |
| J. Strumenti di debito   |                     |                     |
| K. Debiti commerciali e altri debiti non correnti                                  |                     |                     |
| <b>L. Indebitamento finanziario non corrente (I) + (J) + (K)</b>                   | <b>470.300</b>      | <b>1.601.240</b>    |
| <b>M. Totale indebitamento finanziario (H) + (L)</b>                               | <b>(10.296.852)</b> | <b>(37.467.411)</b> |
| N. Attività finanziarie non correnti   | (4.813.589)         | (4.646.600)         |
| di cui E. Debito finanziario corrente Passività Right of Use IFRS 16               | 411.743             | 301.399             |
| di cui I. Debito finanziario non corrente Passività Right of Use IFRS 16           | 796.166             | 786.526             |
| <b>Indebitamento finanziario netto depurato da effetto IFRS 16 (M)+(N)-(E)-(I)</b> | <b>(16.318.349)</b> | <b>(43.201.935)</b> |

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

Anche per la PFN di Growens valgono le medesime dinamiche già evidenziate in precedenza per la PFN consolidata alla base della riduzione della liquidità disponibile.

A migliore descrizione della situazione finanziaria della Società si riportano nella tabella sottostante alcuni indici specifici, confrontati con gli stessi indici relativi al bilancio precedente.

| Descrizione  | 31/12/2024 | 31/12/2023 |
|--|------------|------------|
| Liquidità primaria (Liq. immediate e differite / Pass. Correnti)                                 | 2,52       | 4,66       |
| Liquidità secondaria (Attività correnti / Passività correnti)                                    | 2,63       | 5,55       |
| Indebitamento (Indebitamento netto / Patrimonio netto)   | (0,25)     | (0,63)     |
| Tasso di copertura degli immobilizzi (Capitale proprio + Passività consolidate) / Attività fisse | 1,34       | 3,55       |

## 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 dell'esercizio 2024 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 31 dicembre 2024 l'organico del Gruppo è composto da 151 dipendenti di cui 4 dirigenti, 17 quadri e 130 impiegati, mentre al 31 dicembre 2023 era composto da 147 dipendenti di cui 4 dirigenti, 12 quadri e 131 impiegati. Il numero degli occupati complessivamente impiegati nell'arco dell'anno U.L.A. (Unità Lavorative Annue) è pari a 150,79 unità a livello consolidato. 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 2024, 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 il Gruppo ha deciso di redigere su base volontaria il Bilancio di Sostenibilità con cadenza annuale, 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 2024 ed è stata realizzata in conformità alle linee guida GRI Sustainability Reporting Standards. Il livello di applicazione dei GRI Standard corrisponde all'opzione "in accordance with". 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 rilevanti che rappresentano gli impatti più significativi dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui diritti umani. A partire da questo ciclo di rendicontazione, l'analisi di materialità è stata integrata con l'approccio definito di "doppia rilevanza", al quale Growens si è ispirata, analizzando, oltre agli impatti, i rischi e le opportunità finanziarie che il Gruppo può potenzialmente "subire" da fattori "di sostenibilità" esterni.

## Investimenti

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

| Descrizione   | Incrementi dell'esercizio |
|---|---------------------------|
| Costi di sviluppo piattaforme e servizi tecnologici         | 4.190.546                 |
| Software di terzi e marchi                                  | 220.275                   |
| Infrastruttura IT, macchine ufficio elettroniche e impianti | 44.087                    |
| Mobili, arredi d'ufficio e migliorie su beni di terzi       | 19.547                    |
| Right of Use IFRS 16  | 678.465                   |

di cui investimenti di pertinenza della sola capogruppo come di seguito specificato:

| Descrizione   | Incrementi dell'esercizio |
|---|---------------------------|
| Software di terzi e marchi                                  | 220.275                   |
| Infrastruttura IT, macchine ufficio elettroniche e impianti | 32.829                    |
| Mobili, arredi d'ufficio e migliorie su beni di terzi       | 19.547                    |
| Right of Use IFRS 16  | 564.693                   |

Data la natura del business del Gruppo, gli investimenti sono storicamente concentrati sui cespiti immateriali ed in particolare sull'attività di sviluppo incrementale degli strumenti di digital marketing rappresentati dall'editor Beefree, sempre più direttrice principale degli investimenti consolidati. A questi si aggiungono gli investimenti effettuati da Agile Telecom per il rafforzamento e rinnovamento dei tool tecnologici alla base del proprio business. Nel

paragrafo successivo si forniscono le specifiche dell'attività di ricerca e sviluppo nel periodo considerato.

Da ricordare anche i cespiti Right of Use, rilevati in ossequio al principio contabile IFRS 16, relativi ai contratti di affitto, leasing e noleggio in essere, i cui incrementi del semestre sono relativi al nuovo contratto di affitto degli spazi presso cui si sono insediati gli uffici di Milano di Growens in via Porro Lambertenghi 7 per Euro 296 migliaia e a nuovi contratti relativi ad autovetture aziendali e attrezzature hardware per Euro 268 migliaia.

Gli investimenti materiali, di importo contenuto, sono prevalentemente destinati all'aggiornamento delle attrezzature informatiche in dotazione e ai mobili e arredi degli uffici operativi in locazione.

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

Ai sensi dell'articolo 2428 comma 2 numero 1 cod. civ. si precisa che, nell'esercizio 2024, il Gruppo ha capitalizzato investimenti interni relativi allo sviluppo software delle proprie piattaforme e servizi tecnologici per oltre Euro 3,56 milioni, oltre a investimenti mediante consulenti esterni per circa Euro 250 migliaia. In forte crescita gli investimenti relativi allo sviluppo dell'editor Beefree pari a oltre Euro 3,14 milioni nelle due versioni Beefree e Beefree SDK. 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 Beefree. Anche Agile Telecom ha svolto attività di sviluppo, sia mediante il ricorso a risorse interne, sia ricorrendo a consulenti esterni per totali Euro 628 migliaia. Tali investimenti sono stati capitalizzati in virtù della futura utilità economica, attestata la futura recuperabilità economica e finanziaria. Nel corso dell'anno, il Gruppo ha inoltre sostenuto ulteriori costi operativi attinenti ai reparti dedicati alla ricerca e sviluppo per circa Euro 3,03 milioni a livello consolidato.

Innovazione, ricerca e sviluppo costituiscono da sempre elementi strategici e strutturali del DNA professionale e culturale del Gruppo Growens. La natura del business e il contesto all'interno del quale il Gruppo opera richiedono il massimo investimento e prontezza in termini di innovazione ed evoluzione per poter rimanere competitivi e fornire al cliente la miglior esperienza possibile. 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 di seguito le principali novità e miglioramenti apportati ai nostri servizi nel corso dell'esercizio 2024 a seguito dell'attività di ricerca e sviluppo.

## Editor Beefree:

**Beefree App:** l'azienda ha continuato l'esplorazione delle tecnologie di intelligenza artificiale generativa, creando un team di R&D focalizzato sul tema, e implementando innovative funzionalità nel prodotto. In particolare, migliaia di utenti di Beefree possono già oggi utilizzare un assistente digitale - basata sulla tecnologia di OpenAI - durante la creazione di email e pagine, grazie all'integrazione di tale tecnologia in Beefree SDK, come spiegato nei paragrafi seguenti.

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 dei miglioramenti introdotti nel corso del 2024: miglioramenti all'assistente alla creazione del contenuto basato sull'intelligenza artificiale, facendo leva sull'integrazione con la GPT API di OpenAI, come menzionato in precedenza; creazione automatica del "alternative text" per le immagini - molto importante per assicurare accessibilità alle email e pagine web - basata sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale per la comprensione automatica del contenuto dell'immagine; gestione delle lingue: la stessa email o pagina web può adesso essere tradotta in molteplici lingue, senza il bisogno di duplicare il file di design (quindi un design, tante lingue), cosa che permette un grosso aumento della produttività nel caso di traduzione della campagna di marketing per paesi di lingua diverse; l'intelligenza artificiale può essere utilizzata anche per eseguire velocemente la traduzione dei testi delle diverse versioni linguistiche dello stesso contenuto; introduzione di un nuovo piano "Business" che sposta la funzionalità di gestione degli "spazi cliente" (Workspaces) in un'offerta commerciale adatta anche alle aziende di media dimensione (prima la funzionalità era riservata al piano "Enterprise"); numerose nuove funzioni e miglioramenti nell'ambito della collaborazione, revisione, e approvazione delle email e pagine create all'interno di un account multi-utente; un nuovo pannello di controllo che permette di visualizzare un riassunto delle ultime email e pagine a cui si è lavorato e delle conversazioni aperte su di esse, migliorando ulteriormente la collaborazione; svariati miglioramenti all'esperienza d'uso, compreso un redesign della navigazione, che adesso l'utente può scegliere se usare in modalità verticale od orizzontale; un nuovo sistema di controllo qualità automatico che aiuta gli utenti ad evitare problemi legati ai contenuti creati; molte altre modifiche che migliorano l'esperienza d'uso e rimuovono ostacoli nella creazione e gestione dell'account.

**Beefree SDK:** Dal punto di vista dei miglioramenti dell'esperienza d'uso del software, nel corso del 2024 sono state aggiunte o migliorate molte funzionalità, tipicamente utilizzabili indipendentemente dal fatto che si crei una email, una pagina o un popup. Un elenco completo è sempre disponibile all'indirizzo <https://developers.beefree.io/> alla voce "What's New". Tra i più importanti, segnaliamo: la continua evoluzione dell'integrazione con l'API di OpenAI che permette all'utente dell'editor di utilizzare un'interfaccia simile a ChatGPT direttamente all'interno dell'interfaccia d'uso, aiutando - per esempio - a creare una bozza

del primo paragrafo da inserire in una email o una pagina, tradurlo in un'altra lingua, accorciarlo, cambiarne il tono, etc.: gli utenti possono ora usare l'intelligenza artificiale anche per creare l'oggetto dei messaggi, il titolo di una pagina, il testo riassuntivo dell'email (preheader text), ed altro ancora; la generazione automatica dell'ALT text tramite intelligenza artificiale e' stata estesa a icone e GIF animati; un nuovo blocco di contenuto che permette l'inserimento di tavole, utili nel caso in cui le informazioni debbano essere presentate all'interno di una struttura tabulare, come le caso di email di conferma d'ordine o di pagine prezzi; sono stati aggiunti nuovi metodi alla Content Services API per permettere la fruizione di alcune delle funzionalita' di intelligenza artificiale senza dover caricare l'editor; una nuova modalita' di fruizione "a servizio" dei contenuti salvabili e riutilizzabili, cosa che permette all'applicazione che integra Beefree SDK di dare accesso a tale funzionalita' ai propri clienti in tempi brevi e a costo ridotto, rispetto allo sviluppo interno della stessa; numerosi miglioramenti all'interfaccia utente e all'accessibilita' dello strumento per persone con disabilita'.

Ricordiamo infine che la business unit Beefree - 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, rinnovando la certificazione ISO 27001 e conseguendo la certificazione SOC 2 ad inizio 2024.

## Progetti R&S di Agile Telecom

**ROUTING ADATTIVO FASE 2** Il progetto consiste essenzialmente nel secondo stadio di sviluppo del routing adattivo che mira alla 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 qualita' e di prezzo con il conseguente abbattimento dei costi e massimizzazione della marginalita'. Si prevede di concludere il progetto entro il mese di giugno 2024.

**ATWS** La piattaforma ATWS nasce con l'esigenza di rendere Agile Telecom un enabler a 360 gradi nel settore del mercato SMS A2P e OTP. ATWS si compone di diversi moduli, i quali lavorano sincreticamente e armonicamente al fine di gestire l'intera filiera SMS, dal momento di ricezione in ingresso al delivery verso il cliente finale utilizzando uno specifico fornitore e includendo anche tutta la componente extra al mero comparto tecnico come quelle di analisi, billing e gestione dei rapporti con altre entita'.

I moduli che lo compongono sono:

- Sampei & SMSC.net (Modulo relativo al Sistema AntiSpam S.A.M.P.E.I. per ottimizzare il filtraggio di SMS di tipo spam e limitare l'invio di SMS malevoli con test di verifica continuativi);

- Pocket & Pocket evolution (Modulo relativo alla gestione dell'infrastruttura generale dei servizi core e dei moduli eseguibili concorrentialmente dalla piattaforma ATWS);
- Routing Adattivo (Modulo relativo alla scelta semi automatica del miglior fornitore in termini di qualità/prezzo per ogni singolo cliente/SMS);
- OC9 (Modulo relativo alla portabilità e fruizione su cloud della piattaforma ATWS a prescindere dal fornitore dell'infrastruttura);
- MNP (Modulo relativo ad una gestione millimetrica della fruizione del db dedicato e alimentato da dati Ministeriali relativi alla portabilità delle utenze);
- IMSI.io (Modulo relativo ad un sistema di testing aperto al pubblico composto da backend e applicativo Android);
- GTS (Modulo relativo ad un sistema di testing chiuso per il monitoraggio e la prova multipla contemporanea di fornitori di rotte SMS);
- Antiphishing (Modulo relativo al Sistema AntiPhishing per ottimizzare il filtraggio di SMS di tipo phishing e limitare in maniera automatica e preventiva l'invio di SMS malevoli).

L'insieme delle infrastrutture e dei moduli consente ad Agile di avere software facilmente manutenibile, velocemente aggiornabile e pronto al deploy in ogni ambiente possibile in relazione al cliente, anche in maniera remota e senza visita on-site.

La struttura consente inoltre di ridurre al minimo gli FTEs del cliente che devono mantenerla in quanto studiata per offrire il miglior rapporto in termini di automantenimento dei moduli, facilmente aggiornabili anche da remoto.

Lo sviluppo di questo progetto consente di migliorare l'efficienza del lavoro e ridurre il rischio con conseguente diminuzione dei costi e massimizzazione del margine relativo. Il progetto si è concluso nel mese di dicembre 2024.

**MULTI CHANNEL PLATFORM** L'obiettivo principale del progetto **Piattaforma Multicanale** è di implementare una piattaforma di messaggistica che non solo supporti diversi canali di comunicazione, ma che ottimizzi anche l'interazione tra questi canali per garantire una consegna efficiente e mirata dei messaggi. Attraverso l'utilizzo di metodi avanzati come l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico, la piattaforma sarà in grado di identificare il canale più efficace per ogni tipo di messaggio, migliorando così la user experience e massimizzando l'efficacia delle campagne di comunicazione.

#### **Caratteristiche Chiave:**

- Supporto multicanale: integrazione con vari canali di comunicazione come WhatsApp, RCS, e potenziali nuovi canali per garantire che i clienti possano raggiungere i loro destinatari attraverso il mezzo più appropriato;
- Routing intelligente: implementazione di algoritmi di intelligenza artificiale per determinare il miglior canale per ogni messaggio basato su variabili come costo, affidabilità, e preferenze del destinatario;

- Interoperabilità: creazione di un sistema aperto e interoperabile che permette una facile integrazione con diverse piattaforme e tecnologie, assicurando così una maggiore flessibilità e scalabilità;
- Analisi e ottimizzazione: monitoraggio continuo delle prestazioni di consegna attraverso tutti i canali per ottimizzare le strategie di routing e ridurre i costi operativi.

### **Vantaggi Anticipati:**

- Riduzione dei costi: efficiente distribuzione dei messaggi attraverso il canale più economico disponibile, senza compromettere la qualità del servizio;
- Maggiore engagement: utilizzo del canale preferito del destinatario aumenta significativamente le probabilità di interazione e engagement;
- Versatilità: capacità di adattarsi rapidamente a nuovi canali di comunicazione man mano che emergono, mantenendo la piattaforma all'avanguardia nel settore delle telecomunicazioni.

### **Fasi di Implementazione:**

1. Ricerca e sviluppo: identificazione e integrazione delle tecnologie esistenti e emergenti per supportare un'ampia gamma di canali di comunicazione;
2. Test e valutazione: pilotaggio della piattaforma con un gruppo selezionato di clienti per raffinare le funzionalità e assicurare la stabilità del sistema;
3. Lancio e ottimizzazione: implementazione completa della piattaforma seguita da un periodo di monitoraggio intensivo per ottimizzare continuamente le prestazioni basandosi sui feedback degli utenti e sui dati raccolti.

### **Conclusione:**

Il progetto Piattaforma Multicanale di Agile Telecom mira a posizionarsi come una soluzione leader nel mercato delle comunicazioni digitali multicanale, fornendo agli utenti un'esperienza senza precedenti in termini di flessibilità, affidabilità e efficienza. Con l'integrazione di tecnologie avanzate e l'approccio orientato al futuro, la piattaforma si prefigge di rivoluzionare il modo in cui le aziende e gli individui comunicano in un mondo sempre più connesso. La previsione di conclusione del progetto è prevista entro il mese di marzo 2025.

### **AI TRAFFIC CATEGORIZER**

#### **Panoramica del Progetto:**

Il modulo **Categorizer AI** rappresenta un componente fondamentale della Piattaforma Multicanale di Agile Telecom, concepito per migliorare l'efficienza e la precisione nella distribuzione dei messaggi attraverso vari canali di comunicazione come WhatsApp, RCS, e altri. Questo strumento utilizza tecnologie avanzate di intelligenza artificiale per categorizzare i messaggi in tempo reale, assicurando che siano inviati attraverso il canale più adeguato e al momento ottimale.

### Obiettivi del Progetto:

L'obiettivo di Categorizer AI è di automatizzare e ottimizzare il processo di selezione del canale per ogni messaggio, basandosi su criteri predeterminati quali urgenza, tipo di contenuto, e preferenze del destinatario. Attraverso l'analisi semantica e il riconoscimento di pattern, il sistema è in grado di classificare i messaggi con alta precisione, migliorando così le performance complessive della piattaforma.

### Funzionalità Chiave:

- Classificazione intelligente: analisi del contenuto dei messaggi per determinare la categoria appropriata (es. promozionale, transazionale, urgente) e scegliere il canale di consegna più efficace;
- Apprendimento automatico: capacità di apprendere dalle interazioni passate e migliorare continuamente l'accuratezza delle classificazioni basandosi sull'analisi dei dati e feedback;
- Personalizzazione basata sul destinatario: adattamento delle decisioni di routing in base alle preferenze e al comportamento passato dei destinatari, ottimizzando così l'engagement;
- Interfaccia utente intuitiva: dashboard per la visualizzazione in tempo reale delle classificazioni e delle prestazioni, permettendo agli utenti di apportare modifiche manuali se necessario.

### Vantaggi Anticipati:

- Precisione migliorata: minimizzazione degli errori di categorizzazione e dei messaggi mal indirizzati, aumentando l'efficacia della comunicazione;
- Risposta rapida: capacità di reagire in tempo reale alle esigenze comunicative, garantendo che i messaggi urgenti siano prioritizzati;
- Aumento ROI: ottimizzazione dei canali in base al tipo di messaggio per massimizzare il ritorno sugli investimenti in campagne di marketing e comunicazione;
- Soddisfazione del cliente: miglioramento dell'esperienza del cliente grazie alla ricezione di messaggi attraverso i canali preferiti e nel formato più adatto.

### Fasi di Implementazione:

1. Sviluppo dell'algoritmo: costruzione e addestramento degli algoritmi di machine learning per la classificazione dei testi basata su un vasto dataset di messaggi;
2. Integrazione con la piattaforma: collegamento del Categorizer AI con la piattaforma esistente per un flusso di lavoro seamless e automatizzato;
3. Test e ottimizzazione: valutazione continua delle prestazioni del sistema in scenari reali per affinare la tecnologia e garantire la massima efficacia;
4. Lancio e monitoraggio continuo: implementazione completa e monitoraggio delle operazioni per identificare e risolvere eventuali problemi, nonché per apportare miglioramenti incrementali.

## Conclusione:

Il modulo Categorizer AI della Piattaforma Multicanale si propone di essere una soluzione rivoluzionaria nel campo delle comunicazioni digitali, offrendo a Agile Telecom un vantaggio competitivo significativo grazie alla sua capacità di gestire e ottimizzare la distribuzione dei messaggi su una varietà di piattaforme di comunicazione. Con un'implementazione accurata e un continuo perfezionamento basato su intelligenza artificiale, il Categorizer AI è destinato a diventare un pilastro fondamentale nella strategia di comunicazione di Agile Telecom. Si prevede di concludere il progetto entro il mese di marzo 2025.

## EXPANDING HORIZONS

### Panoramica del Progetto:

Il progetto **Expanding Horizons** si pone come un'estensione cruciale della Piattaforma Multicanale di Agile Telecom, mirando a integrare e ampliare l'ecosistema di comunicazione aziendale esistente per includere una varietà di nuovi canali di comunicazione digitali. Questo progetto ha l'obiettivo di trasformare la piattaforma di invio SMS tradizionale in un hub multicanale versatile, utilizzando tecnologie basate su vari framework per connettersi con nuovi canali come RCS, WhatsApp, Telegram, Signal, e altri.

### Obiettivi del Progetto:

Expanding Horizons mira a:

- Ampliare la gamma di canali di comunicazione supportati dalla piattaforma per includere le ultime innovazioni nel campo della messaggistica digitale;
- Migliorare la flessibilità e l'adattabilità della piattaforma per rispondere rapidamente a cambiamenti di mercato e preferenze dei consumatori;
- Garantire l'interoperabilità completa tra diversi canali per una comunicazione più efficace e coerente.

### Funzionalità Chiave:

- Integrazione di nuovi canali: aggiunta di supporto per canali emergenti e consolidati, permettendo agli utenti di comunicare attraverso il loro mezzo preferito;
- Framework aperto e modulare: utilizzo di un'architettura aperta per facilitare l'integrazione di nuovi canali e tecnologie non appena diventano disponibili;
- Gestione unificata delle comunicazioni: centralizzazione della gestione di tutti i canali per una visione olistica e controlli coerenti;
- Ottimizzazione automatica del canale: implementazione di algoritmi che automaticamente indirizzano i messaggi al canale più efficace basato su analisi in tempo reale.

### Vantaggi Anticipati:

- Maggiore copertura di mercato: raggiungere un pubblico più ampio attraverso la varietà di canali supportati, adeguandosi alle preferenze individuali dei clienti;
- Efficienza operativa: riduzione dei costi e miglioramento dell'efficienza attraverso l'uso di canali più adatti per specifici tipi di messaggi;
- Engagement del cliente migliorato: incremento dell'engagement dei clienti grazie alla capacità di interagire nei loro canali preferiti;
- Agilità competitiva: aumento della capacità di rispondere rapidamente alle innovazioni del mercato e ai cambiamenti nelle tecnologie di comunicazione.

### Fasi di Implementazione:

1. Ricerca e sviluppo: identificazione dei canali emergenti e delle piattaforme tecnologiche adatte per l'integrazione,
2. Progettazione e integrazione: sviluppo di un'architettura modulare che permette facile aggiunta o modifica dei canali di comunicazione;
3. Validazione e test: test intensivi per assicurare la compatibilità e l'efficacia delle nuove integrazioni;
4. Lancio e interazione continua: implementazione graduale dei nuovi canali, con aggiustamenti continui basati sui feedback degli utenti e analisi delle prestazioni.

### Conclusione:

Il progetto Expanding Horizons rappresenta un passo avanti significativo per Agile Telecom nel campo delle comunicazioni digitali. Con l'obiettivo di costruire una piattaforma veramente multicanale che non solo risponda alle esigenze attuali ma che sia anche pronta per le future evoluzioni del mercato, Expanding Horizons posiziona Agile Telecom come leader innovativo nella tecnologia di comunicazione. Questo approccio aperto e interoperabile assicura che la piattaforma possa continuare a crescere e adattarsi, mantenendo la sua rilevanza e efficacia nel panorama tecnologico in rapida evoluzione. Si prevede di concludere il progetto entro il mese di dicembre 2025.

**MULTI-CLASS TEXT CLASSIFICATION** Il progetto mira a identificare, allenare e implementare il modello di classificazione di testo più efficace per una specifica applicazione, con un focus su multi-classificazione. L'obiettivo è anche di mettere in atto un sistema per l'aggiornamento in tempo reale, miglioramento e monitoraggio delle prestazioni del modello.

### Fasi del Progetto:

- Identificazione del modello: ricerca e selezione di vari modelli di classificazione di testo adatti per multi-classificazione. Confronto delle prestazioni teoriche e pratiche dei modelli selezionati;
- Creazione del dataset di training: raccolta di un ampio set di dati testuali pertinenti all'applicazione, etichettatura dei dati in diverse classi e pre-elaborazione e pulizia dei dati;

- Creazione del dataset di verifica: suddivisione del dataset totale in un set di training e un set di verifica e utilizzo del set di verifica per testare l'efficacia del modello.

Il progetto mira, inoltre, ad effettuare delle analisi periodiche delle prestazioni ed aggiustamenti del modello per migliorare l'accuratezza e l'efficacia, grazie a quest'ultime è possibile ottenere un beneficio in chiave costi-ricavi, migliorando la marginalità. Si prevede di concludere il progetto entro il mese di settembre 2024.

**AUTOMATING LCR DATABASE** Il progetto mira a automatizzare l'aggiornamento del database LCR (Least Cost Routing) in Agile Telecom attraverso l'estrazione e l'elaborazione di dati XML dal database RAEX. Questi dati saranno poi utilizzati in varie applicazioni all'interno della piattaforma di invio SMS A2P di Agile Telecom. Trattasi dunque dell'implementazione di un sistema di monitoraggio per tracciare eventuali errori o inconsistenze nei dati, per assicurare che il processo sia sempre efficiente ottenendo dei benefici a livello di marginalità. Il progetto si è concluso nel mese di dicembre 2024.

### OMNI PLATFORM

Il focus del progetto OMNI si fonda sulla creazione di una piattaforma all-in-one basata su intelligenza artificiale, progettata per rispondere alle esigenze di digitalizzazione delle piccole e medie imprese (PMI) e per facilitare la gestione della loro presenza online in modo automatizzato e centralizzato.

**Obiettivo principale:** La piattaforma OMNI mira a ottimizzare la gestione delle attività di marketing digitale delle PMI attraverso una suite di strumenti integrati che automatizzano e semplificano processi complessi, tradizionalmente onerosi in termini di tempo e risorse umane.

Le principali funzionalità della piattaforma OMNI includono:

**Automazione nella generazione di contenuti marketing e conversazionali:** La piattaforma sarà in grado di produrre autonomamente contenuti multilingua sia testuali che visivi, utilizzando modelli di intelligenza artificiale avanzati. Questa funzione permetterà alle PMI di creare rapidamente contenuti efficaci e coerenti su misura per diversi mercati e segmenti.

**Gestione multicanale delle campagne di marketing:** OMNI supporterà una vasta gamma di canali digitali, come RCS, SMS, WhatsApp, social media (ad esempio Instagram), e canali di search engine marketing (SEM). Questa multicanalità consentirà alle aziende di raggiungere i propri clienti su piattaforme diverse attraverso una gestione unificata, ampliando così la portata delle campagne e garantendo coerenza nel messaggio.

**Ottimizzazione basata su analisi predittive:** Grazie all'utilizzo di algoritmi di machine learning, la piattaforma sarà in grado di analizzare le performance delle campagne e di fornire insight predittivi che supportano il processo decisionale, migliorando la precisione e l'efficacia delle strategie di marketing. I dati raccolti verranno usati per raffinare i messaggi, gli orari e i canali, rendendo il marketing più efficace.

**Creazione e gestione di micro siti e supporto per pagamenti:** OMNI faciliterà la trasformazione digitale di aziende fisiche e digitali, con la possibilità di creare micro siti personalizzati che fungono da vetrine online o punti di contatto interattivi. La gestione dei pagamenti e l'integrazione con altri servizi di e-commerce rappresenteranno un ulteriore passo verso la completa digitalizzazione.

**Centralizzazione del supporto clienti:** Tutte le interazioni con i clienti, provenienti da diversi canali, verranno raccolte e gestite in una singola inbox accessibile anche da mobile, permettendo una risposta rapida e coordinata alle richieste dei clienti, migliorando la loro esperienza e aumentando la soddisfazione.

**Modello di business ibrido:** OMNI è progettata per essere offerta alle PMI tramite un modello di abbonamento SaaS per le funzionalità di base, mentre le campagne pubblicitarie avanzate e altri servizi aggiuntivi sono disponibili in modalità pay-per-use. Questo approccio garantisce flessibilità e accessibilità alle PMI, permettendo loro di modulare l'investimento in base alle proprie necessità e ai risultati desiderati.

In sintesi, OMNI rappresenta un passo significativo verso la trasformazione digitale delle PMI, consentendo loro di sviluppare, monitorare e adattare la propria presenza digitale con strumenti basati sull'intelligenza artificiale che semplificano le operazioni e ottimizzano i risultati, favorendo una crescita sostenibile e competitiva.

Lo sviluppo di questo progetto consente di migliorare l'efficienza del lavoro e diversificare il business con conseguente diminuzione dei costi e massimizzazione del profitto. La previsione di conclusione della prima parte del progetto è prevista entro il mese di giugno 2025.

## Altri Progetti R&S

### Progetto di trasformazione digital ERP con Oracle NetSuite

Nell'esercizio 2024, a seguito della stipula del contratto di finanziamento con Invitalia e il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, sono state portate avanti le attività di istruttoria del progetto di trasformazione digitale ERP con Oracle NetSuite 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. Si è svolta lo scorso 21 febbraio 2025 la verifica documentale

e funzionale del progetto da parte della società Infratel Italia S.p.A., azienda incaricata da Invitalia, che ha dato esito positivo. È stato quindi sottoscritto dalle parti apposito verbale che è stato prontamente trasmesso all'ente. Siamo attualmente in attesa della liquidazione dei contributi.

Le spese rendicontate hanno ammontato a 361.100 Euro, a fronte di 359.280 Euro dichiarati in fase di presentazione progettuale.

Growens risulta beneficiaria di agevolazioni pari al 50% della spesa, di cui il 10% verrà erogato sotto forma di contributo e il 40% sotto forma di finanziamento agevolato. 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. L'erogazione delle agevolazioni, attualmente non ancora avvenuta, è in gestione da parte di Invitalia.

### **Progetto Internazionalizzazione Sace Simest**

E' stata accolta e approvata la domanda di Agile Telecom relativa al bando Sace Simest. Strumento di finanziamento agevolato gestito direttamente da quest'ultimo, parte del gruppo Cassa Depositi e Prestiti, destinato a sostenere l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Questo fondo ha l'obiettivo di supportare la competitività internazionale delle imprese italiane, promuovendo l'espansione sui mercati esteri e favorendo l'export e l'apertura di filiali o joint ventures all'estero. Tra le varie tipologie di finanziamento offerte dal fondo vi sono gli studi di fattibilità, che coprono i costi di studi preliminari per investimenti esteri, e i programmi di inserimento sui mercati esteri, che finanziano progetti di investimento diretti all'espansione internazionale. Il fondo sostiene la transizione digitale ed ecologica delle imprese, promuovendo la digitalizzazione e la sostenibilità. L'importo dell'agevolazione richiesta da Agile Telecom è di Euro 350.000, di cui una quota del 10% a fondo perduto e la restante parte al tasso agevolato dello 0,464% annuo. La durata complessiva del finanziamento è di quattro anni di cui due anni di preammortamento e due anni di rimborso. Ad oggi è stata erogata solamente la prima tranche di quattro, pari al 25% del totale, ovvero Euro 71.775 di finanziamento e Euro 7.656 di contributo a fondo perduto.

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

Nel corso dell'esercizio 2024 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, oltre all'erogazione di servizi tecnologici relativi allo sviluppo dell'editor di proprietà di Beefree e alla gestione dell'infrastruttura tecnologica e degli strumenti tecnologici condivisi. 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          | Debiti           | Altri Debiti  | Dividendi        | Ricavi            | Costi          |
|------------------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|-------------------|----------------|
| Agile Telecom                | 90.403           | 3.018.472        | -             | 1.491.918        | 1.924.807         | -              |
| BEE Content Design           | 1.386.125        | -                | -             | -                | 11.032.387        | -              |
| <b>Società controllate</b>   | <b>1.476.528</b> | <b>3.018.472</b> | <b>-</b>      | <b>1.491.918</b> | <b>12.957.194</b> | <b>-</b>       |
| Consorzio CRIT Scarl         | 305              |                  | 70.000        |                  | (5.916)           | 19.200         |
| <b>Società collegate</b>     | <b>305</b>       |                  | <b>70.000</b> |                  | <b>(5.916)</b>    | <b>19.200</b>  |
| Floor Srl                    | 12.235           |                  |               |                  | 10.028            | 171.166        |
| <b>Altre parti correlate</b> | <b>12.235</b>    |                  |               |                  | <b>10.028</b>     | <b>171.166</b> |

**Agile Telecom:** alla chiusura dell'esercizio 2024 la capogruppo aveva in essere i seguenti rapporti economico finanziari con Agile Telecom: crediti relativi a contratti di fornitura di servizi intercompany di staff per Euro 90.403, debito per Euro 3.018.472 derivante dal regime IVA di Gruppo gestito da Growens, ricavi per Euro 1.924.807 relativi a servizi infragruppo di staff erogati dalla controllante e dividendi deliberati a favore di Growens per Euro 1.491.918.

**Bee Content Design:** alla chiusura dell'esercizio 2024 la capogruppo aveva in essere i seguenti rapporti economico finanziari con la controllata americana: crediti relativi a contratti intercompany per Euro 1.386.125, ricavi per Euro 11.032.387 relativi a servizi infragruppo di staff e altri servizi core relativi in particolare allo sviluppo software dell'editor Beefree forniti da personale in forza a Growens. In virtù del disegno strategico già sottolineato, il Gruppo sta destinando risorse significative e crescenti a sostegno della crescita ed ottimizzazione di Beefree, rafforzando i team italiani (c.d. Team Beefree) dedicati alla parte tecnologica e ad altre funzioni, in parallelo con la crescita organizzativa in atto negli Stati Uniti. Nella parte iniziale relativa alla Struttura del Gruppo si è fatto cenno all'aumento di capitale perfezionato da Growens nei confronti di Beefree per un importo complessivo di U\$D 13,5 milioni mediante compensazione del debito della controllata americana relativo a forniture di servizi intercompany da parte della controllante.

La società collegata Consorzio CRIT Scarl intrattiene regolari attività di fornitura servizi con Growens, oltre al finanziamento soci infruttifero erogato nello scorso esercizio per un importo di Euro 70.000.

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 sono insediati gli uffici della sede di Cremona. Le partite evidenziate si riferiscono alla locazione immobiliare in essere relativamente all'esercizio 2024. Il credito pari ad Euro 12.235 è relativo alla vendita di beni strumentali.

In merito ai rapporti con parti correlate riconducibili agli amministratori si rimanda all'apposito paragrafo Compensi ad Amministratori e Sindaci nelle note esplicative del presente documento.

## Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti

Nel corso dell'esercizio 2024 non sono state acquistate azioni proprie. L'assemblea del 18 aprile 2024 ha deliberato l'autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie ed in particolare quanto segue: di autorizzare il Consiglio di Amministrazione a compiere operazioni di acquisto e di disposizione di azioni proprie ai fini di:

- (i) implementare piani di incentivazione azionaria in qualunque forma essi siano strutturati (sia di stock option, stock grant o piani di work for equity) ovvero procedere ad assegnazioni gratuite ai soci o adempiere ad obbligazioni derivanti da warrant, strumenti finanziari convertibili, a conversione obbligatoria o scambiabili con azioni (sulla base di operazioni in essere o da deliberare/implementare);
- (ii) consentire l'utilizzo delle azioni proprie nell'ambito di operazioni connesse alla gestione caratteristica ovvero di progetti coerenti con le linee strategiche che la Società intende perseguire, in relazione ai quali si concretizzi l'opportunità di scambi azionari, con l'obiettivo principale dunque di dotarsi di un portafoglio di azioni proprie di cui poter disporre nel contesto di operazioni di finanza straordinaria e/o di altri impieghi ritenuti di interesse finanziario-gestionale e strategico per la Società con l'obiettivo di perfezionare quindi operazioni di integrazione societaria con potenziali partner strategici, scambi di partecipazioni ovvero accordi di natura commerciale e/o professionale ritenuti strategici per Growens;
- (iii) poter utilizzare le proprie azioni come oggetto di investimento per un efficiente impiego della liquidità generata dall'attività caratteristica della Società; nonché
- (iv) intervenire (ove possibile e previsto dalle applicabili disposizioni di legge e regolamentari), nel rispetto delle disposizioni vigenti, anche per il tramite di intermediari, per contenere movimenti anomali delle quotazioni e per regolarizzare l'andamento delle negoziazioni e dei corsi, a fronte di momentanei fenomeni distorsivi legati a un eccesso

di volatilità o a una scarsa liquidità degli scambi ovvero, più in generale, a sostegno della liquidità del titolo e dell'efficienza del mercato.

Si precisa che l'autorizzazione all'acquisto di azioni proprie non è preordinata a operazioni di riduzione del capitale sociale tramite annullamento delle azioni proprie acquistate.

Il Consiglio di Amministrazione è pertanto autorizzato, per un periodo di 18 mesi dalla data di deliberazione, ad acquistare azioni ordinarie interamente liberate della Società, in una o più volte, in misura da esso liberamente determinabile sino a un numero massimo di azioni proprie tale da non eccedere il 20% del numero di azioni di volta in volta in circolazione, ad un corrispettivo unitario non inferiore nel minimo del 15% e non superiore nel massimo del 15% al prezzo di riferimento che il titolo avrà registrato nella seduta di mercato del giorno precedente ogni singola operazione.

L'acquisto potrà essere effettuato, comunque nel rispetto della parità di trattamento degli azionisti, con una qualsiasi delle seguenti modalità: (i) offerta pubblica di acquisto o di scambio; (ii) acquisti effettuati sul mercato Euronext Growth Milan, secondo prassi di mercato che non consentano l'abbinamento diretto delle proposte di negoziazione in acquisto con determinate proposte di negoziazione in vendita, ovvero (iii) con ogni altra modalità prevista dall'ordinamento e pertanto attraverso acquisti in blocco o con modalità di asta (ivi inclusa l'asta c.d. "olandese"), come di volta in volta valutato in relazione alla migliore realizzazione della delega assembleare.

In ogni caso, gli acquisti saranno effettuati – in conformità a quanto disposto dall'articolo 2357, comma 1 del codice civile – nei limiti degli utili distribuibili e delle riserve disponibili risultanti dall'ultimo bilancio della Società regolarmente approvato.

In applicazione della procedura di cd. "whitewash" di cui all'art. 44-bis, comma 2, del Regolamento Consob n. 11971/1999, le azioni proprie acquistate dalla Società in esecuzione di detta delibera autorizzativa non saranno escluse nel capitale sociale ordinario (e quindi saranno computate nello stesso) qualora, per effetto degli acquisti di azioni proprie, si determinasse il superamento, da parte di un azionista, delle soglie rilevanti ai fini dell'art. 106 del D.Lgs. n. 58/1998.

Al termine dell'esercizio 2024 Growens detiene complessive n. 2.709.641 azioni, pari a circa il 17,6% del relativo capitale sociale per un importo complessivo di Euro 18.280.938 come risultante dalla relativa riserva negativa di patrimonio netto.

### **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. Per la verifica puntuale dell'esito della procedura di impairment si invita alla consultazione dello specifico paragrafo delle note esplicative al presente bilancio annuale consolidato.

### **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 di recuperabilità degli asset;
- Rischi connessi ad atti illeciti esterni;
- Rischi reputazionali e di Corporate Social Responsibility (CSR);
- Rischi reputazionali;
- Rischi ambientali.

### **Rischi legati all'andamento economico generale**

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 e soprattutto all'inizio del 2025 si sono ulteriormente intensificate situazioni di incertezza a livello economico generale e a livello politico internazionale i cui effetti sono imprevedibili e non possono essere facilmente misurati. Ulteriori fattori esogeni relativi agli scenari politici in essere e futuri, in Italia così come in altri paesi della UE o genericamente a livello internazionale, potrebbero 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 di settore. Il Gruppo potrebbe trovarsi a dover affrontare una più accentuata concorrenza in ragione di tecnologie emergenti e di 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.

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 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 propri servizi. Al fine di mantenere la propria competitività sul mercato, il Gruppo necessiterà pertanto di ulteriori investimenti in ricerca e sviluppo, di 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, cui vengono destinate risorse via via crescenti, con l'obiettivo di mitigare il più possibile questo rischio connaturato al mercato di riferimento.

Attualmente l'ampiezza e complessità dei mercati di riferimento è più contenuta, anche a seguito dell'effetto di derisking derivante dalle operazioni straordinarie del precedente esercizio, concentrando il focus dello sviluppo sul potenziale di crescita della controllata americana Beefree, supportato da un business consolidato come quello di Agile Telecom, ma allo stesso tempo incrementando i rischi insiti nella più contenuta diversificazione degli ambiti di riferimento del business.

## **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. Per ridurre il rischio di insolvenza derivante da crediti commerciali si punta sul favorire l'utilizzo dei pagamenti elettronici da parte della clientela, in particolare della Business Unit Beefree. La quota degli incassi derivanti da pagamenti elettronici è 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 e agli ottimi rapporti con il sistema bancario, di una buona liquidità. L'indebitamento finanziario è prevalentemente finalizzato al 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.

## Rischio di tasso

La capogruppo ha storicamente fatto moderato ricorso alla leva finanziaria tramite canale bancario, prevalentemente a medio e lungo termine, beneficiando del precedente trend favorevole dei costi di indebitamento, con la finalità di sostenere operazioni straordinarie di crescita per linee esterne, investimenti relativi all'attività di sviluppo software e altri investimenti strategici. I finanziamenti a medio lungo termine residui sono stati contrattualizzati a tasso fisso agevolato o comunque molto conveniente. Persiste una linea di credito a breve termine a tasso variabile solo saltuariamente utilizzata da Agile Telecom, con orizzonte temporale estremamente ridotto, per far fronte allo stress di cassa in corrispondenza dei pagamenti di alcuni fine mese particolarmente impegnativi. Il rischio di oscillazione sfavorevole dei tassi di interesse, se negoziati a tasso variabile, è circoscritto a questa tipologia di finanziamento, salvo futuri finanziamenti che fossero successivamente accessi a tasso variabile. La congiuntura economica ha recentemente determinato un ribasso dei tassi di riferimento come l'Euribor dopo una fase di incrementi molto significativi, ma non si possono escludere successivi futuri trend rialzisti. 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. La liquidità derivante dalle operazioni straordinarie dell'esercizio precedente è stata

destinata, oltre che a dividendo, a investimento strategico nel progetto Beefree e, per la parte eccedente, a investimento prudenziale in titoli per massimizzare il rendimento della liquidità non attualmente destinata a specifici investimenti. Nel contempo, il debito bancario è stato ristrutturato chiudendo le fonti esposte maggiormente ad incrementi del costo dell'indebitamento.

### **Rischio di cambio**

Sono presenti crediti e debiti commerciali in valute estere detenuti da Growens principalmente nei confronti della controllata estera Bee Content Design, oltre ad importi marginali per debiti e crediti commerciali in valuta con fornitori e clienti terzi relativi anche ad altre società del Gruppo. I valori oggetto di consolidamento della controllata americana sono denominati in valuta estera, in particolare in Dollari USA, soggetti a oscillazioni del cambio rispetto all'Euro, in alcuni casi sensibili e caratterizzati, come negli ultimi tempi, anche da elevata volatilità. Si ritiene l'attuale esposizione a rischi connessi alle fluttuazioni dei tassi di cambio ridotta, con rischio potenzialmente crescente in relazione alla futura crescita in termini di volumi di attività di Beefree. Per questo motivo la funzione finance all'interno della Holding monitora regolarmente l'andamento del rischio e ricorre ad operazioni di copertura con finalità non speculative 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 l'effettuazione del test di impairment almeno su base annuale o con maggiore frequenza laddove ci siano indicatori che il valore iscritto non sia interamente recuperabile.

### **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 reclutando e formando figure altamente specializzate all'interno del proprio organico con elevata professionalità e competenze specifiche.

## **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, l'approccio etico al business e il contenimento dei relativi rischi, a cui sta dedicando sempre più risorse come si evince dal bilancio ESG consolidato pubblicato annualmente su base volontaria e liberamente consultabile sul sito del Gruppo.

## **Rischi ambientali**

Le società del Gruppo e la stessa capogruppo si trovano in zone non soggette a particolari rischi ambientali quali alluvioni, terremoti, frane. I cambiamenti climatici verificatisi negli ultimi anni, che hanno generato piogge torrenziali, con manifestazioni anche molto violente come bombe d'acqua e trombe d'aria, soprattutto nel periodo estivo, non creano prevedibili problemi alla continuità aziendale. Le società sono tutte provviste di assicurazioni a copertura dei danni, le strutture in cui si svolgono le attività produttive sono sicure ed a norma di legge. Sino ad oggi non si sono mai verificati danni significativi conseguenti ad eventi climatici improvvisi ed intensi. Si può pertanto affermare che, oltre a prevedere la continuità aziendale, non valutiamo particolari problematiche in questo ambito che potrebbero causare significativi danni materiali alle attrezzature e infrastrutture e conseguenti impatti a livello economico - finanziario.

## **Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 2024**

In data 13 gennaio 2025, la società controllata Agile Telecom ha ricevuto notifica di un atto di contestazione da parte della Direzione Reti e Servizi di Comunicazioni Elettroniche dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), relativo a un'asserita violazione del Regolamento Alias, adottato con Delibera AGCom n. 12/23/CIR. La società ritiene di avere ragionevoli possibilità di vedere riconosciute le proprie ragioni. Si rimanda al Bilancio di esercizio 2024 di Agile Telecom per un'analisi di dettaglio di quanto sopra richiamato.

## Evoluzione prevedibile della gestione

### PIANO DI SVILUPPO BEEFREE

#### *Premessa – Settore e contesto competitivo*

Negli ultimi quindici anni, il design è diventato più accessibile grazie a strumenti come Canva e Adobe Express che permettono anche agli utenti senza competenze tecniche di creare contenuti digitali vari. Nonostante i progressi, i provider di servizi email hanno ancora margini di miglioramento nelle loro offerte di modellazione grafica. Beefree si è distinto come pioniere nella nicchia dei Visual Builders di email dal 2014, in un mercato ora affollato anche da attori supportati da venture capital. L'intelligenza artificiale generativa sta rivoluzionando il settore in diverse aree, dalla produzione di contenuti alla reportistica, con un aumento della domanda di contenuti previsto per i prossimi anni. In questo contesto, Growens ha rafforzato gli investimenti in Beefree per capitalizzare su queste evoluzioni e mantenere la competitività.

Il settore del SaaS (Software-as-a-Service) ha registrato inoltre un dimezzamento della crescita media, dimezzata anno su anno, mentre Beefree ha registrato un incremento a un ritmo doppio rispetto alla media di mercato. Pertanto, pur evidenziando un andamento inferiore alle previsioni iniziali, gli sviluppi di Beefree si configurano come superiori rispetto a quelli riscontrati nel mercato di riferimento.

#### *Sintesi del piano triennale 2024-2027 di Beefree*

La mission di Beefree è democratizzare la progettazione di asset digitali complessi – come email e landing page – creando strumenti che mettono le persone nella condizione di realizzare il loro miglior lavoro.

Le linee guida strategiche condivise da Growens e Beefree ambiscono a conseguire un positivo sviluppo in entrambi i suoi segmenti di operatività, Beefree e Beefree SDK, facendo leva sulla tecnologia proprietaria e sui suoi storici fattori critici di successo: approccio responsabile al business, innovazione e crescita, product-led-growth.

In seguito all'integrazione con RGE, già evidenziata in precedenza, il piano strategico di crescita organica della business unit Beefree include i seguenti obiettivi previsionali:

- Ricavi: CAGR 2024-2027: 20-23%
- Gross margin a regime (2026) superiore al 80%
- EBITDA break-even nel 2027
- Ebitda a regime: superiore al 15%
- Cash flow negativo nel biennio 2024-2025 for USD 12 milioni, con break-even nel 2028
- ARR a Dicembre 2026 compreso tra USD 21-23 milioni

- ARR a Dicembre 2027 compreso tra USD 24-27 milioni

In ambito M&A, l'approccio resta opportunistico, focalizzato alla costante attività di scouting di società di ogni dimensione e geografia, in grado di accelerare il processo di crescita nelle aree di attività caratteristiche di Beefree, esprimendo sinergie in ambito di tecnologie complementari, persone o go-to-market.

### *Target 2025*

In relazione all'evoluzione del contesto di mercato, si è proceduto alla riallocazione degli investimenti, focalizzandoli in particolare sullo sviluppo e ottimizzazione di Beefree SDK, la soluzione destinata agli sviluppatori, riducendoli invece su Beefree App, la soluzione destinata ai designer. Tale decisione, frutto di un'attenta analisi del panorama attuale, ha già evidenziato un trend di crescita sostenuta: la crescita dell'ARR è stata di oltre il 33% per Beefree SDK nel 2024. Tale rifocalizzazione, pertanto, apre prospettive di accelerazione nel medio termine.

Per l'esercizio 2025, le linee guida del budget di Beefree includono: il rilascio dell'infrastruttura multi-region entro marzo 2025, il proseguimento dell'investimento in innovazioni incrementali, tra cui diverse funzionalità basate su IA generativa e un HTML Converter che permetterà di ridurre le barriere all'ingresso agli utenti, nuovi add-on "hosted" per i clienti di SDK, che mireranno ad aumentare i ricavi per cliente e lo sviluppo di feature mirate al segmento Enterprise per Beefree App. A livello commerciale prosegue la diffusione dello Startup Program, inaugurato a metà 2024 e dedicato al servizio Beefree SDK.

A livello organizzativo, il nuovo team Growth diretto da Mike Nelson è partito a gennaio 2025 e lavorerà per aumentare la dimensione del canale di ingresso di nuovi utenti di Beefree App con particolare focalizzazione sul sito Really Good Emails, acquisito durante il 2024 e le conversioni degli attuali utenti/visitatori gratuiti in paganti.

Dall'investimento nell'area Community, diretta da Justine Jordan, si aspettano ritorni di medio periodo, con attuali indicazioni importanti nell'orientare la roadmap di sviluppo del prodotto.

## **PIANO DI SVILUPPO AGILE TELECOM**

Il mercato della messaggistica A2P sta attraversando una fase di maturità avanzata, caratterizzata da una contrazione graduale dei volumi e da una compressione dei margini dovuta all'intensificarsi della concorrenza e alle politiche tariffarie degli operatori mobili. Sebbene l'SMS rimanga uno strumento centrale per le comunicazioni transazionali e di autenticazione, il suo utilizzo per finalità di marketing è in calo, spinto dalla crescente

adozione di canali digitali più interattivi e talvolta meno costosi, soprattutto su direttive estere.

In questo contesto, Agile Telecom si pone l'obiettivo di salvaguardare e, ove possibile, incrementare la propria marginalità, attraverso un'ottimizzazione delle rotte di terminazione, una gestione più efficiente dei costi operativi e lo sviluppo di servizi a valore aggiunto. Parallelamente, l'azienda sta ampliando il proprio portafoglio di soluzioni per la messaggistica, investendo in canali alternativi come RCS, Telegram e WhatsApp Business, che rappresentano un'opportunità crescente per le aziende alla ricerca di modalità di comunicazione più ricche e interattive.

L'evoluzione del mercato impone un approccio sempre più orientato alla diversificazione e alla flessibilità. Per questo, Agile Telecom continuerà a rafforzare la propria capacità di adattamento, puntando su un'infrastruttura tecnologica scalabile e su modelli di pricing e delivery che garantiscano sostenibilità e competitività nel lungo periodo.

### **Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001**

In ottemperanza al dettato normativo del Decreto Legislativo n. 231 dell'8 giugno 2001 (il "**Decreto 231**") Growens ha adottato nel 2015 un proprio modello organizzativo ed un proprio codice etico rispondenti ai requisiti richiesti dal Decreto 231.

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, nel corso dell'adunanza tenutasi in data 15 maggio 2018, di un nuovo modello organizzativo (il "**Modello 231**") e di un nuovo codice etico (il "**Codice Etico 231**"). Nella medesima data, l'organo amministrativo ha altresì nominato l'Avv. Gabriele Ambrogetti quale Organismo di Vigilanza monocratico della società che, al termine del secondo mandato, ha nuovamente confermato fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2026.

Ai fini di una migliore gestione del business della Società e, più in generale, delle attività del Gruppo a cui la medesima fa capo, nel corso di questi anni la Società ha, quindi, prestato particolare attenzione alle tematiche connesse alla compliance e al rispetto del Decreto 231, svolgendo costanti attività di verifica sulla idoneità del Modello a svolgere la sua funzione general-preventiva nonché la sua coerenza con l'operatività della Società, erogando una formazione specifica ai propri dipendenti e aggiornando, ove necessario, il proprio Modello 231 e il proprio Codice Etico 231.

In tale contesto, si segnala alla luce della c.d. Direttiva Whistleblowing, nonché del Decreto Legislativo 10/03/2023, n. 24 e delle Linee Guida ANAC adottate da quest'ultima autorità con la Delibera n. 311 del 12 luglio 2023, la Società ha proceduto alla revisione della propria procedura in materie di Whistleblowing (la "**Procedura Whistleblowing**") e a selezionare

un apposito software per la gestione delle segnalazioni e ad erogare una specifica formazione al personale aziendale.

Parallelamente – a seguito dell'operazione straordinaria che ha portato alla vendita, rispettivamente, a TeamSystem S.p.A., della linea di business dedicata all'email marketing, e, a Squeezely BV, del 100% del capitale sociale della controllata olandese Datatrics B.V. e del conseguente sostanziale cambiamento del modello aziendale nonché alla luce di alcune nuove fattispecie di reato rilevanti in ambito 231 introdotte dal legislatore italiano – la Società ha avviato e concluso nel corso del 2023 un'attività di revisione del proprio Modello 231 e del proprio Codice Etico 231, al fine di riflettere il mutato assetto societario e rivedere la mappatura delle aree a rischio e i relativi controlli.

Al fine di fornire una comprensione approfondita delle implicazioni legali e delle responsabilità connesse alla normativa in oggetto e contestualmente rafforzare la consapevolezza del personale, nel corso dei primi mesi del 2024 la Società – in linea con quanto fatto in passato - ha erogato una specifica formazione focalizzata sulle parti speciali del Modello 231 riguardanti i seguenti reati presupposto:

- Reati Tributari
- Reati di Market Abuse
- Reati Societari
- Sicurezza sul Lavoro

Parimenti, la Società ha rivisto e aggiornato le slide formative che vengono sottoposte a tutti i dipendenti in fase di *onboarding*, ampliando le slide dedicate alle parti speciali del Modello 231.

Nel corso del 2024, la Società ha poi condotto:

- a) una specifica attività di audit sulle parti speciali del Modello 231 dedicate ai reati di Market Abuse e ai reati Societari, e
- b) una specifica attività di audit sulle parti speciali del Modello 231 dedicate ai reati di salute e sicurezza sul lavoro,

tramite i quali si è potuta accertare l'idoneità del Modello 231 a prevenire le fattispecie di reato previste dal Decreto 231 ed è stata, inoltre, confermata la sua coerenza con le procedure operative adottate dalla Società.

Nel corso del 2024, l'Organismo di Vigilanza ha incontrato periodicamente il Collegio Sindacale e la società di revisione al fine di condividere i flussi informativi e i risultati delle rispettive attività, ed è stato costantemente aggiornato sulle principali novità societarie.

Da ultimo, La Società ha poi recentemente avviato una revisione del Modello 231 e del Codice Etico 231 al fine di adeguarli alle più recenti novità normative.

## 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 - rimane confermato il supporto di un Data Protection Officer esterno il cui ruolo è stato affidato a ICTLC S.p.A. (il "DPO"), il cui gruppo di lavoro è composto da figure altamente qualificate, indipendenti e dotate altresì di esperienza nel settore della protezione dei dati personali e che continua a svolgere tale funzione a favore dell'intero Gruppo.

A seguito delle operazioni societarie intercorse nel 2024, è stato inoltre confermato il "Modello Organizzativo in materia di protezione dei dati personali" ("MOP", conosciuto anche come "**Group Data Protection Compliance Framework**"), quale strumento per allineare le politiche del Gruppo e dimostrare che i trattamenti di dati personali sono effettuati conformemente al GDPR. Il MOP 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 MOP continua ad essere quello di 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 MOP 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 secondo semestre del 2024, è proseguita l'attività di revisione e aggiornamento dei registri di trattamento delle società del Gruppo, oltre alla predisposizione di c.d. "LIA - *Legitimate Interest Assessment*" (valutazioni del legittimo interesse) ogni qualvolta vengano in rilievo nuove operazioni di trattamento fondate sulla base giuridica del legittimo interesse e poste in essere dalle singole società. Si è inoltre provveduto all'aggiornamento dei documenti in relazione alle nuove iniziative e attività di trattamento dei dati personali effettuate dalla Società in qualità di Titolare o Responsabile del trattamento. Tra le attività più rilevanti svolte a tal riguardo, si ricorda in particolare l'aggiornamento delle Procedure per la gestione dei data breach di ciascuna società del Gruppo in senso maggiormente aderente ai flussi operativi di ciascuna di esse.

Nell'ambito delle attività di consulenza svolte dal DPO, nel mandato relativo al 2024 è stato inoltre attivato anche un supporto privacy dedicato - nonché un canale di aggiornamento periodico relativo alle novità legislative più rilevanti in ambito privacy e data protection - ai sensi delle normative statali e federali USA applicabili al contesto di business di BEE Content Design Inc. ("Beefree") L'obiettivo è quello di garantire sempre più un'adeguata compliance di tale Società anche rispetto al panorama regolatorio privacy negli USA, oltre che un aggiornamento costante in relazione alle principali novità legislative in materia. Tale supporto ha peraltro trovato esplicitazione anche in un'analisi generale delle normative privacy statali vigenti in US e potenzialmente applicabili a Beefree al fine di identificare potenziali gap e/o azioni di miglioramento.

A ciò si aggiunga che il DPO sta attualmente supportando Beefree nel percorso di certificazione ai sensi dell'EU-US Data Privacy Framework con l'obiettivo di garantire un idoneo e lecito meccanismo di trasferimento dei dati personali dallo Spazio Economico Europeo verso gli USA. Tale percorso è in fase conclusiva, e si stima di poter auspicabilmente raggiungere la certificazione entro il Q1 del 2025.

Nel primo semestre del 2024 il DPO ha supportato Beefree nello svolgimento delle attività di rilevanza privacy correlate all'operazione societaria che ha portato all'acquisizione di alcuni asset strategici della società Really Good Emails LLC., proseguendo poi il proprio supporto e consulenza privacy anche nel corso del secondo semestre del 2024 in relazione alle tematiche di rilevanza per tale business (su tutti, le attività privacy correlate all'organizzazione dell'evento "Unspam").

Sono, infine, proseguite le valutazioni in merito agli impatti in materia di protezione dati rispetto all'implementazione di strumenti basati sull'Intelligenza Artificiale all'interno dei tools forniti o utilizzati da alcune società del Gruppo. Con lo scopo di ridurre al minimo i rischi connessi a tale integrazione, e nelle more dell'emanazione del Regolamento Europeo (EU) 2024/1689 (c.d. "**AI Act**", effettivamente approvato e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il 12 luglio 2024), si è provveduto alla redazione di una Policy sull'uso degli strumenti di AI, il cui contenuto potrà essere ulteriormente revisionato e integrato alla luce delle attese indicazioni e specificazioni interpretative. Il Gruppo ha altresì avviato col DPO alcune preliminari attività di valutazione dell'impatto di tale nuova regolamentazione al fine di conformarsi alle previsioni applicabili previste dall'AI Act.

Sono, ancora, state avviate preliminari valutazioni in merito all'applicabilità alle società del Gruppo delle recenti normative europee connesse all'utilizzo dei dati, come il Digital Service Act con riferimento ai servizi resi da Agile Telecom.

ICTLC sta peraltro supportando Agile Telecom e Beefree nella valutazione di applicabilità delle disposizioni europee in materia di accessibilità di cui al c.d. "European Accessibility Act" (Direttiva (UE) 2019/882, di seguito anche "EEA"). È opportuno precisare che tale valutazione risulta comprendere altresì (i) per Beefree, anche le analoghe disposizioni attualmente vigenti

in US in materia di accessibilità, e (ii) per Agile Telecom, la normativa locale di recepimento del citato EEA (cfr. Legge 4/2004 e ss.mm.ii., e D.lgs. 82/2022), con le conseguenti indicazioni sugli obblighi derivanti da tali normative.

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci.

Milano, 13 marzo 2025

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Matteo Monfredini



