



**IV roadshow del Nuovo Mercato**

**MILANO - 25 novembre 2003**



**VENDITA A DISTANZA**

• D-Mail \_\_\_\_\_ (*prodotti*) →

- Catalogo
- On line
- Posta/ Telemarketing

**RETAIL**

• CAT \_\_\_\_\_ (*prodotti*) →

- Nei negozi terzi

• D-Mail Store \_\_\_\_\_ (*prodotti*) →

- Nei negozi propri

**NETWEEK** \_\_\_\_\_ (*pubblicità - contenuti*) →

- Periodici Locali

**BLOOMBERG INVESTIMENTI** (*pubblicità - contenuti*) →

- Settimanale finanziario

**PROMOTION DIGITALE** \_\_\_\_\_ (*servizi*) →

- Servizi Digitali ed internet



- Soluzioni tecnologiche
- Idee per casa e ufficio
- Accessori per giardinaggio
- Hobbistica e Libri

D-MAIL S.r.l. è una delle principali aziende italiane di vendita a distanza. Si sviluppa secondo un modello

**MULTICANALE E MULTIPRODOTTO**

Ha una comunità di **500.000** CLIENTI ATTIVI e **1.700.000** di PROSPECTS



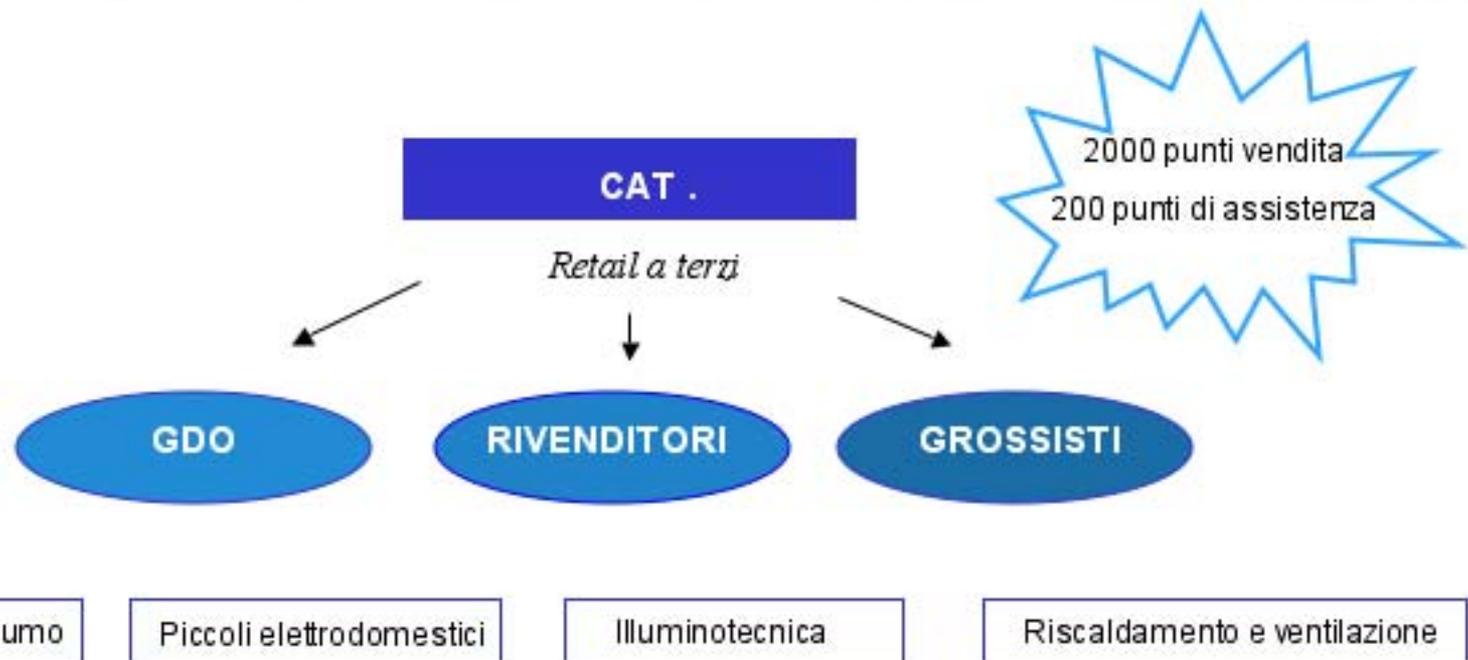
## Espansione all'estero

### Il catalogo D-Mail in 5 lingue: italiano - francese - tedesco - spagnolo - portoghese

La società ha iniziato l'espansione all'estero nel primo semestre del 2001 in Portogallo, nel 2002 ha aperto la divisione spagnola e nel 2003 si è rivolta al mercato elvetico, replicando lo stesso modello italiano multichannel. Esso è scalabile in tutta Europa, a basso costo, perché:

- utilizza lo stesso sistema per ricercare e acquisire prodotti
- utilizza la stessa logistica italiana in entrata
- utilizza la stessa piattaforma tecnologica
- può raggiungere in tempi brevi community significative grazie ad accordi di co-branding e revenue sharing programs
- ha un'alta competitività sui prezzi dei prodotti offerti





CAT ha una solida presenza sul mercato grazie a vantaggi competitivi quali:

- **L'esperienza ventennale** nell'acquisizione e distribuzione di prodotti
- Un **portafoglio clienti diversificato** e distribuito sull'intero territorio nazionale
- **Rapidità ed efficienza** nell'evasione degli ordini
- Una catena di **centri assistenza** sul territorio nazionale



**D-Mail distribuisce «Idee utili ed introvabili» anche attraverso una catena di negozi monomarca.**

In **Italia** esistono 7 D-Mail Store

- Bergamo
- Firenze
- Genova
- Milano
- Torino
- Roma
- Padova

In **Portogallo** 2

- Lisbona
- Oporto

In **Spagna** 1

- Madrid



Negoziò di Madrid



### PUNTI DI FORZA:

- Notizie solo locali
- Frequenza settimanale
- Proprietà produzione contenuti
- Proprietà della rete di vendita spazi pubblicitari

### LINEE DI ESPANSIONE:

- Crescita orizzontale (acquisizioni e nuove aperture)
- Crescita verticale (supplementi - allegati)
- Vendita contenuti su altri media (online - sms - ecc)





## **Dmail Group: Struttura del Gruppo**

### **Media Commerce**

D-Mail s.r.l.

CAT import Export S.p.a.

D-Mail Store S.r.l.

D.M.C. S.r.l.

D-Mail Venda Directa S.a.

### **Altre partecipazioni**

Galassia S.r.l.

Brown Editore S.p.a.

E-mail.it S.r.l.

APV S.r.l.

### **Media Locali**

D-Media Group Sp.a.

Gidienne Stampa S.r.l.

Antares Editoriale S.r.l.

Publisette S.r.l.

Giornale di Merate S.r.l.

Promotion Merate S.r.l.

Editrice Valtellinese S.r.l.

Editrice Lecchese S.r.l.

Editrice Vimercatese S.r.l.

Promotion Digitale S.r.l.

Promotion Service S.r.l.

Editrice Lariana S.r.l.

Promotion Lecco S.r.l.



Media Commerce



**Dmail Group**  
S.p.A.

Media Locali



## Area Media Commerce

**D** **DMail Group** ha sviluppato un modello esclusivo, efficiente ed integrato, di gestione delle vendite dirette e a distanza, inclusivo di tutte le attività di acquisto, logistica, distribuzione, marketing e vendita multi canale multiprodotto, attraverso cataloghi cartacei, siti internet, negozi e call center, propri e di terzi.

### **D** **Suddivisione ricavi:**

<b>Totale ricavi al 30/09/2004:</b>	<b>€. 21.553.312</b>
<b>- Vendite a distanza:</b>	<b>40,18 %</b>
- mail:	32,67 %
- internet:	24,12 %
- call center:	43,21 %
<b>- Vendite canale retail:</b>	<b>52,61 %</b>
<b>- Outsourcing e altri ricavi:</b>	<b>7,21 %</b>

## Area Media Commerce: *Modello di business*



Media Commerce

**D**  
**Dmail Group**  
S.p.A.

Media Locali



**Mercati**

**RETAIL**

**B to B**

Italia -  
Portogallo -  
Svizzera -

- EU

**Canali**

Diretti

Mail -  
Internet -  
Call center -  
Negozi -

- Rete Agenti

Indiretti

**Piattaforma**

Vendita -  
Marketing -  
Distribuzione -  
Logistica -  
Acquisto -

- Processi  
- Information  
Technology  
- Risorse umane

**Prodotti**

- Idee utili e introvabili  
- Licensing e co-branding  
- Outsourcing

**Mercato di  
 approvigionamento**

**CINA**



**Dmail Group**  
S.p.A.

## Area Media Locali



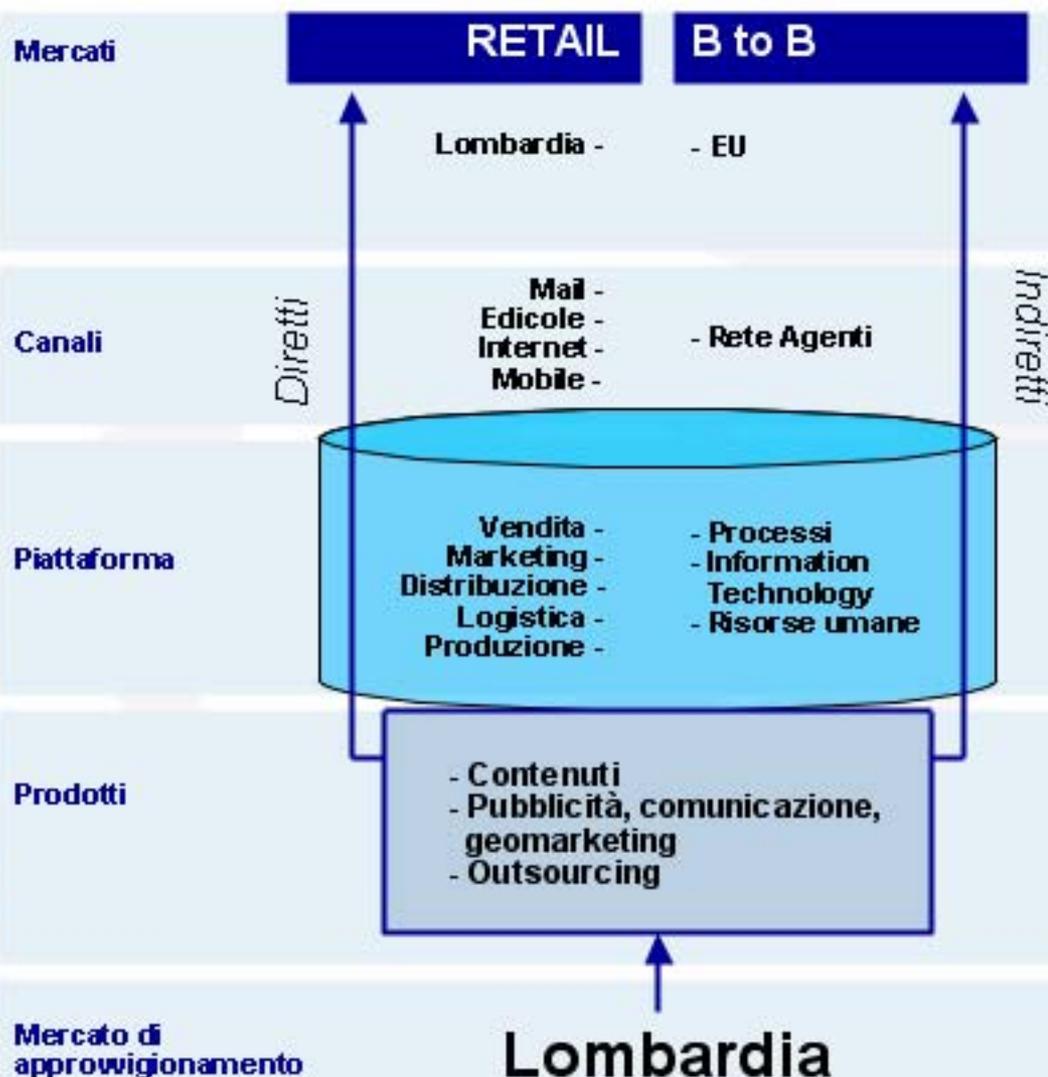
Le attività editoriali sono perseguite attraverso **D-Media Group** che controlla **Netweek**, il primo gruppo di settimanali locali in Lombardia, costituito da 14 testate per un totale di 175.000 copie settimanali, capillarmente diffuse sul territorio della regione. Le testate del gruppo Netweek possono contare settimanalmente su oltre 600.000 lettori.



### Suddivisione ricavi:

<b>Totale ricavi al 30/09/2004 :</b>	<b>€ 9.819.000</b>
- Ricavi editoriali	33,02 %
- Ricavi pubblicità, comunicazione, geomarketing:	64,62 %
- Outsourcing e altri ricavi	2,36 %

## Area Media Locali: *Modello di business*



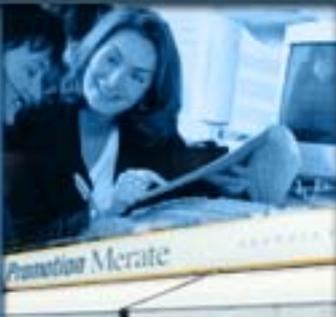
Media Commerce

Media Locali



**Dmail Group**  
S.p.A.





**D**  
**Dmail Group**  
 S.p.A.

## Area Media Locali: Il circuito Lombardia Netweek

Testata	Tiratura Settimanale
Giornale di Lecco	14.000
Giornale di Merate	16.000
Giornale di Vimercate	10.000
Giornale di Carate	5.000
Giornale di Monza	6.000
Giornale di Seregno	4.000
La Settimana di Saronno Tradate Gallarate	10.000
Settegiomi	25.000
Giornale di Treviglio	10.000
Bergamo Sette Free Press	25.000
Giornale di Erba	6.000
Giornale di Cantù	4.000
Giornale di Como Free Press	25.000
Giornale di Sondrio	15.000
<b>Tiratura totale settimanale</b>	<b>175.000</b>

## **Area Gruppo: Linee guida Piano 2005 / 2007**

- **Semplificazione struttura societaria**
- **Valorizzazione e vendita partecipazioni non core e patrimonio immobiliare**
- **Sviluppo e ottimizzazione sinergie di Gruppo:**
  - Area tesoreria
  - Area fiscale
  - Business development
  - Gruppo Percassi
- **Conferimento GDM**
- **Buy back**



**Dmail Group**  
S.p.A.

Media Commerce

Media Local

Media Commerce



  
**Dmail Group**  
S.p.A.

Media Locali



## **Area Media Commerce:**

*Linee guida Piano 2005 / 2007*

- **Crescita organica**
  - ampliamento catalogo prodotti
  - database management
  - outsourcing
  - mercati esteri
  
- **Acquisizioni / Partnership**
  - licensing
  - co-branding
  - database
  - mercati esteri



Media Commerce



**Dmail Group**  
S.p.A.

Media Locali



## **Area Media Locali:**

*Linee guida Piano 2005 /2007*

- **Crescita organica**
  - multimedialità
  - vendita contenuti a terzi
  - geomarketing
  - outsourcing
  
- **Copertura territoriale Lombardia**
  - acquisizioni
  - nuove aperture

Media Commerce



**Dmail Group**  
s.p.a.

Media Local



**Dmail Group**  
s.p.a.

**Grazie**