

Media Commerce



Media Locali



Dmail Group s.p.a.

Star Conference - 5 Marzo 2008

- ***Dmail Group Spa***
- ***Risultati al 31 Dicembre 2007***
- ***Modelli di Business e Piani di Sviluppo***
- ***Opzioni Strategiche***



Dmail Group S.p.A.

- **Holding quotata di partecipazioni**

- *Finanza e Controllo*
- *Investor Relations*
- *Strategia e Business Development*

- **Settori di attività:**

- *Media Commerce*

Attiva nelle vendite dirette e a distanza, multiprodotto e multicanale, di "idee utili ed introvabili", elettronica di largo consumo, piccoli elettrodomestici e digital entertainment. DMail Group è presente nel mercato nazionale ed internazionale presidiando i canali B2C e B2B.

- *Media Locali*

Le attività editoriali sono gestite attraverso Dmedia Group che controlla Netweek, il primo circuito di media locali del nord Italia. Costituito da 29 edizioni locali e dal primo settimanale regionale per diffusione, "Milano Metropoli - Lombardia in Europa", Netweek conta una tiratura di 312 mila copie e 2 milioni di lettori settimanali.



Dmail Group: Management



Presidente e AD

A.M. de Carolis

AD

G. Vigano'

CFO

M. Albani

Media Commerce

-  DMail Italia ed Estero AD *C. Biasoni*
-  CAT Import Export S.p.A. AD *C. Biasoni*
-  Bow.it S.r.l. AD *G. Brojanigo - P. Chiaramida*
-  GDD Manufacturing S.r.l. AD *A. Azais*
-  DMail Store BV AD *G. Vincenzo*

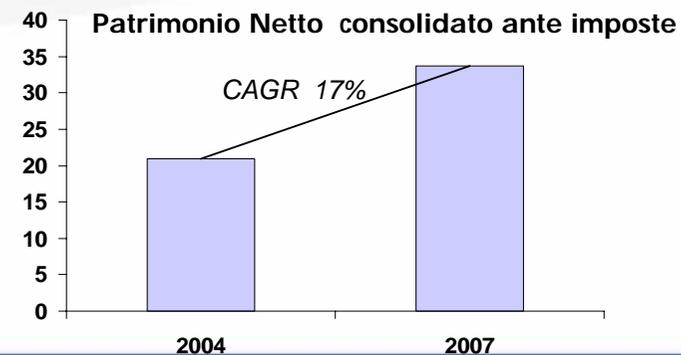
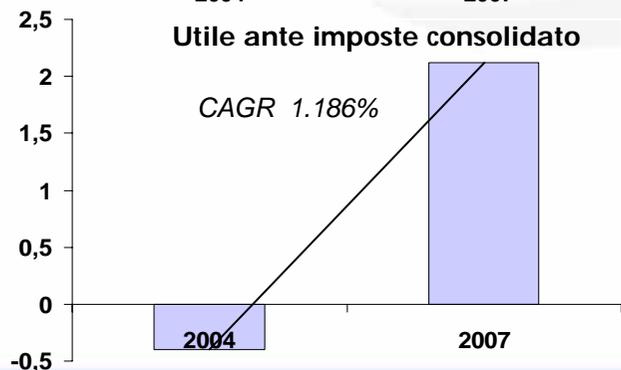
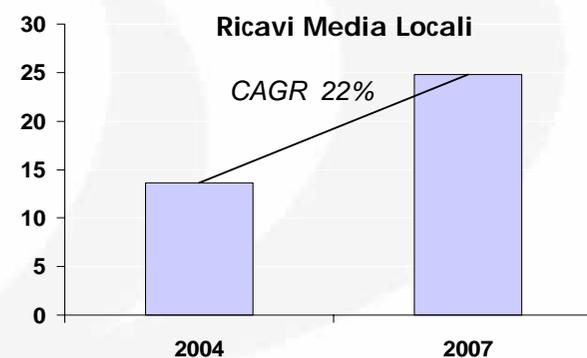
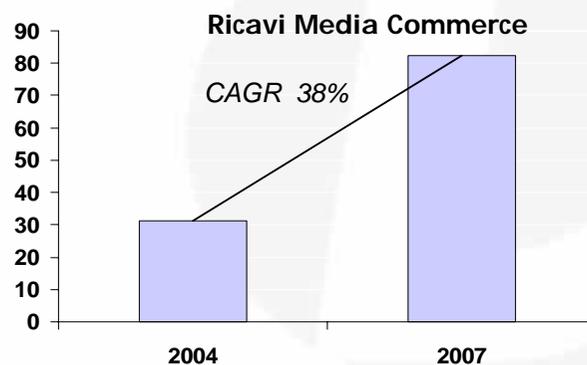
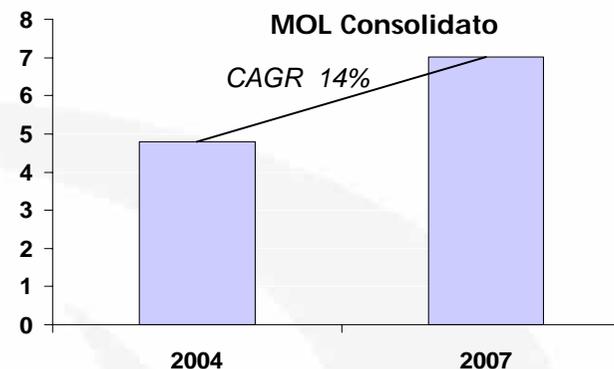
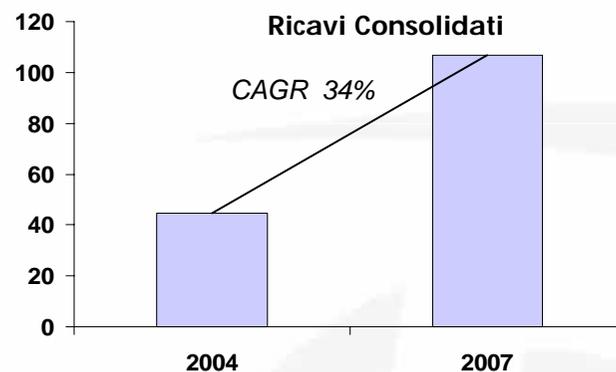
Media Locali

-  Dmedia Group S.p.A. AD *G. Vigano'*

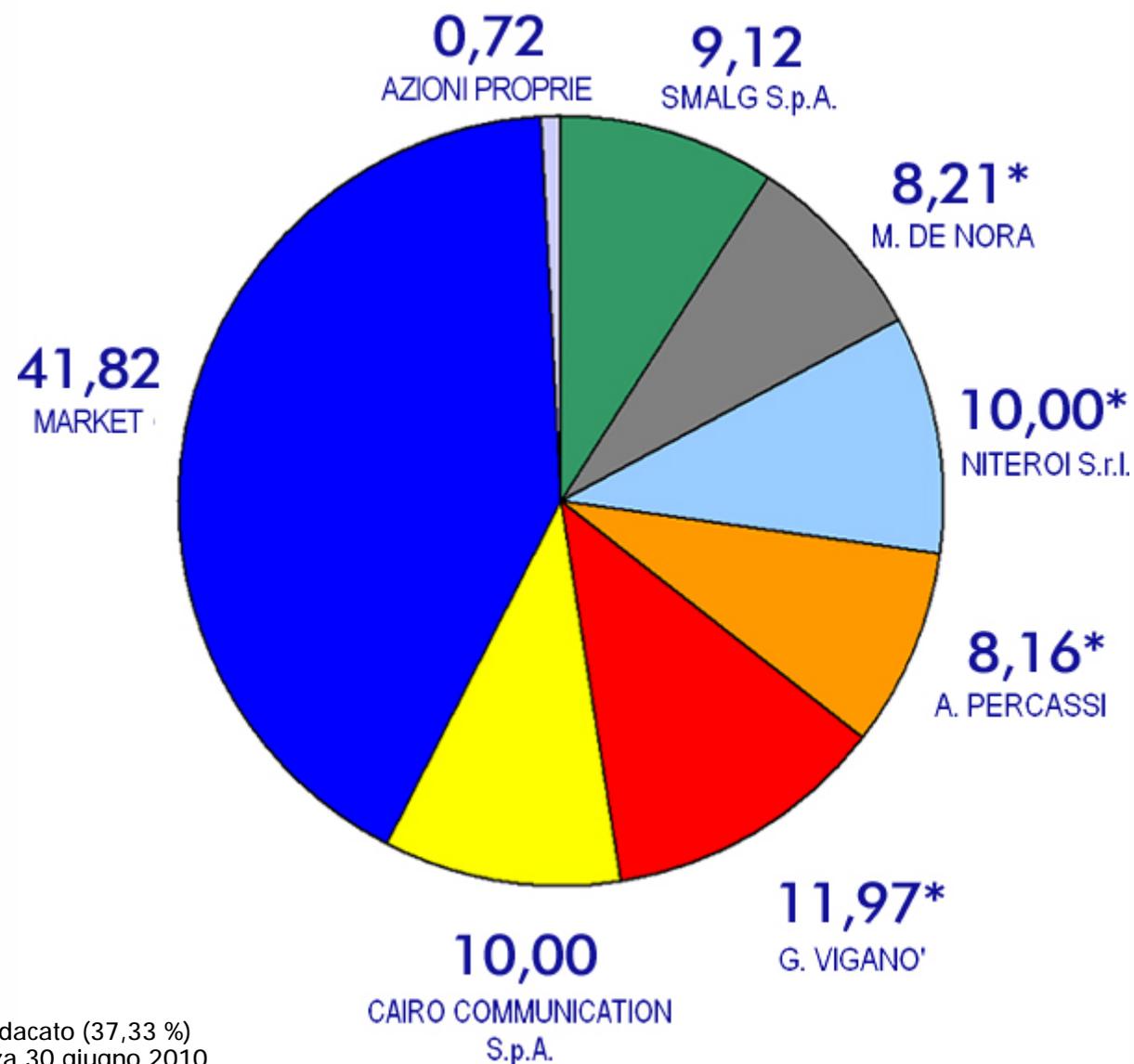




Track records 2004 - 2007



 **Dmail Group: Azionariato**



* Patto di Sindacato (37,33 %)
con scadenza 30 giugno 2010

Dmail Group: il Titolo in Borsa




Dmail Group
S.p.A.

	30/06/2004	27/02/2008	Variazione
Prezzo	2,90	10,282	254,5%
Volumi medi	28.336	57.915	104,4%
N. azioni	6.450.000	7.650.000	
Capitalizzazione	18,7 ml	78,7 ml	320,9%

Dividendi Pagati Cumulati	€2,3 ml
---------------------------	---------

Rispetto requisiti Star	Adeguamento governo societario	Implementazione procedure
-------------------------	--------------------------------	---------------------------



Dmail Group
s.p.a.



Dmail Group
s.p.a.

*Risultati al
31 Dicembre 2007*

 **Dati di Sintesi IV Trimestre**

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var. %
Ricavi Media Commerce	24.999	21.573	16%
Ricavi Media Locali	7.884	5.867	34%
Ricavi Consolidato	32.802	27.324	20%
Margine operativo lordo Media Commerce	2.535	1.676	51%
Margine operativo lordo Media Locali	943	776	21%
Margine operativo lordo Consolidato	2.922	1.764	66%
Risultato operativo netto Consolidato	1.757	711	147%
Utile ante imposte Consolidato	1.297	189	588%



Dati di Sintesi 2007

	2007	2006	Var. %
Ricavi Media Commerce	82.198	55.881	47%
Ricavi Media Locali	24.864	20.160	23%
Ricavi Consolidato	106.849	75.818	41%
Margine operativo lordo Media Commerce	6.105	5.344	14%
Margine operativo lordo Media Locali	2.399	2.213	8%
Margine operativo lordo Consolidato	7.026	5.598	26%
Risultato operativo netto Consolidato	3.215	2.524	27%
Utile ante imposte Consolidato	2.128	1.352	57%



Conto economico consolidato Gruppo DMail

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
Ricavi	31.501	26.406	5.095	19%	102.610	71.805	30.805	43%
Altri ricavi	1.301	918	383	42%	4.239	4.013	226	6%
Totale ricavi e altri proventi operativi	32.802	27.324	5.478	20%	106.849	75.818	31.031	41%
Costi per acquisti	(14.126)	(12.715)	(1.411)	11%	(48.115)	(29.652)	(18.463)	62%
Margine lordo di contribuzione	18.676	14.609	4.067	28%	58.734	46.166	12.567	27%
Costi per servizi	(12.132)	(9.813)	(2.319)	24%	(38.663)	(29.928)	(8.735)	29%
Costi per il personale	(2.896)	(2.406)	(490)	20%	(10.553)	(8.382)	(2.171)	26%
Altri costi operativi	(726)	(626)	(101)	16%	(2.491)	(2.258)	(233)	10%
Margine operativo lordo	2.922	1.764	1.158	66%	7.026	5.598	1.428	26%
Ammortamenti e svalutazioni	(1.165)	(1.053)	(112)	11%	(3.810)	(3.074)	(736)	24%
Risultato operativo netto	1.757	711	1.046	147%	3.215	2.524	692	27%
Proventi (oneri) finanziari netti	(460)	(523)	62	-12%	(1.087)	(1.171)	84	-7%
Risultato ante imposte	1.297	189	1.108	588%	2.128	1.352	776	57%



Conto economico / Area Media Commerce

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
Ricavi	23.970	20.992	2.978	14%	78.908	52.833	26.075	49%
Altri ricavi	1.029	581	448	77%	3.291	3.048	243	8%
Totale ricavi e altri proventi operativi	24.999	21.573	3.426	16%	82.198	55.881	26.317	47%
Costi per acquisti	(13.347)	(12.108)	(1.239)	10%	(45.556)	(27.603)	(17.952)	65%
Margine lordo di contribuzione	11.652	9.465	2.187	23%	36.643	28.278	8.365	30%
Costi per servizi	(6.775)	(5.795)	(981)	17%	(22.015)	(16.179)	(5.836)	36%
Costi per il personale	(1.873)	(1.550)	(323)	21%	(6.793)	(5.184)	(1.609)	31%
Altri costi operativi	(469)	(443)	(25)	6%	(1.729)	(1.572)	(158)	10%
Margine operativo lordo	2.535	1.676	858	51%	6.105	5.344	762	14%
Ammortamenti e svalutazioni	(807)	(712)	(95)	13%	(2.657)	(2.012)	(645)	32%
Risultato operativo netto	1.728	964	764	79%	3.448	3.332	116	3%
Proventi (oneri) finanziari netti	(119)	(182)	63	-34%	(283)	(486)	204	-42%
Risultato ante imposte	1.609	782	826	106%	3.165	2.845	320	11%



Conto economico / Area Media Locali

	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
Ricavi	7.647	5.516	2.130	39%	23.964	19.197	4.768	25%
Altri ricavi	237	351	(114)	-32%	900	964	(63)	-7%
Totale ricavi e altri proventi operativi	7.884	5.867	2.017	34%	24.864	20.160	4.704	23%
Costi per acquisti	(781)	(631)	(151)	24%	(2.571)	(2.063)	(508)	25%
Costi per servizi	(5.099)	(3.557)	(1.543)	43%	(15.953)	(12.396)	(3.557)	29%
Costi per il personale	(865)	(748)	(117)	16%	(3.288)	(2.911)	(377)	13%
Altri costi operativi	(195)	(155)	(40)	26%	(653)	(577)	(76)	13%
Margine operativo lordo	943	776	167	21%	2.399	2.213	187	8%
Ammortamenti e svalutazioni	(357)	(325)	(32)	10%	(1.083)	(972)	(112)	11%
Risultato operativo netto	586	451	135	30%	1.316	1.241	75	6%
Proventi (oneri) finanziari netti	(92)	(153)	60	-39%	(266)	(436)	170	-39%
Risultato ante imposte	494	299	195	65%	1.050	805	245	30%





Conto economico Dmail Group S.p.A.



	4° trim. 07	4° trim. 06	Var.	Var. %	31/12/07	31/12/06	Var.	Var. %
Ricavi	246	7	238		729	22	707	
Altri ricavi	35	1	34		48	1	47	
Totale ricavi e altri proventi operativi	281	8	272		777	23	754	
Costi per acquisti	(3)	(3)		12%	(14)	(14)		-2%
Costi per servizi	(615)	(558)	(58)	10%	(1.656)	(1.564)	(92)	6%
Costi per il personale	(158)	(108)	(50)	46%	(472)	(287)	(185)	65%
Altri costi operativi	(60)	(29)	(31)	106%	(114)	(116)	2	-2%
Margine operativo lordo	(555)	(689)	133	-19%	(1.479)	(1.958)	479	-24%
Ammortamenti e svalutazioni	(2)	(16)	14	-89%	(70)	(91)	21	-23%
Risultato operativo netto	(557)	(704)	147	-21%	(1.549)	(2.049)	500	-24%
Proventi (oneri) finanziari netti	(249)	(188)	(60)	32%	482	(249)	731	-294%
Risultato ante imposte	(806)	(893)	87	-10%	(1.067)	(2.298)	1.231	-54%

Posizione Finanziaria Netta

	31/12/2007	30/09/2007	Diff.
Debito vs. banche a m/l termine	(10.826)	(9.770)	(1.056)
Debito vs. banche a breve termine	(12.674)	(15.869)	3.195
Indebitamento	(23.500)	(25.639)	2.139



- **Struttura del debito a medio e lungo termine**
- **Azioni proprie**
- **Patrimonio immobiliare netto**
- **Politica dividendi**
- **Capitale circolante netto**
- **Acquisizioni e sviluppo nuove iniziative**
- **Semplificazione struttura societaria e riduzione minoranze**



Dmail Group
s.p.a.

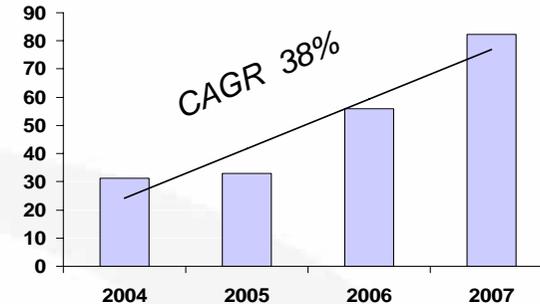


Area Media Commerce
Modello di Business
Piani di Sviluppo

Modello di Business: Trends di Mercato

La crescita 2004-2007 dell'area Media Commerce....

...è allineata e sostenibile alla luce dei trend di crescita del mercato "direct"



- **Continua crescita del mercato "Direct" (a)**
 - Il 10% del totale mercato Retail è attualmente raggiunto tramite il canale Direct (e-commerce)
- **I vantaggi della company-size (a)**
 - Alto tasso di conversione al 3,2%
 - Alta percentuale di clienti continuativi (51%)
 - Economie di scala sui costi di marketing, fulfillment e CRM verso il numero di ordini
- **Penetrazione del Direct nel mercato retail delle categorie di prodotto (a)**
 - Computer hardware e software: 44% (2007E)
 - Elettronica di consumo: 16% (2007E)
 - Giochi e videogames: 19% (2007E)
 - Musica e video: 20% (2007E)
- **Profittabilità del mercato "Direct" (a)**
 - Margine operativo lordo assestato al 9% (anno 2006) (a)
 - Trend in crescita della profittabilità per aziende "Direct"
- **Case History US: "Cyber Monday" (b)**
 - Record vendite in una giornata: USD 700 milioni, 72 milioni di consumatori
 - Trend acquisti natalizi Direct 2007: USD 25 miliardi (+20% rispetto al 2006)
 - Trend acquisti natalizi nei centri commerciali flat (+4% rispetto al 2006)
- **Case History EU: "Primondo" (c)**
 - Combined entity, di nuova costituzione (1° Marzo 2007), leader nel mercato Direct Europeo: Universal Mail Order - Quelle, Speciality Mail Order - sviluppo/acquisizione nuove categorie, TeleShopping - HSE24
 - I Numerj: 23.000 dipendenti, €4,2 miliardi di fatturato, presenza in 23 Paesi, oltre 20 milioni di clienti, 800 milioni di cataloghi stampati, 14 call centers, 5 strutture logistiche

Fonti: (a) *The state of retail online 2007 - The 10th annual Shop.Org study by Forrester Research*

(b) *Il sole 24 ore del 27 Novembre 2007 (Finanza e Mercati) e ricerca ComScore Networks sul mercato US* - (c) *Primondo.com*

Modello di Business – Mercati e Prodotti

• **MERCATI**

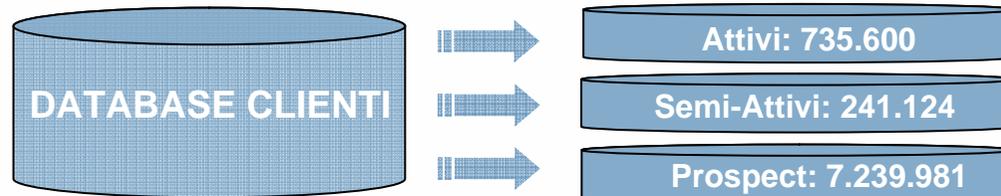
Vendite	%	Nr. Clienti
Italia	72,8%	587.300
Estero (€)	27,2%	148.300
Acquisti		Nr. Fornitori
€	70,0%	331
\$	30,0%	349

• **MULTIPRODOTTO**

<i>Brand</i>	<i>Categorie Prodotti</i>	<i>% Fatturato</i>	<i>Assortimento</i>
	Idee Utili ed Introvabili	34,0%	1.954
	Giardinaggio	1,3%	350
	Outsourcing per aziende	1,0%	13.711
	"Made in Italy"		
	Piccoli Elettrodomestici	15,4%	650
	Elettronica e Tecnologia	28,3%	15.369
	Digital entertainment	20,0%	7.000
		100,0%	39.034

Modello di Business – Canali

• **MULTICANALITA'**



Modello di Business – Piattaforma Integrata

FUNZIONI

NUMERI

Call Center – contatti

1.094.347

Cataloghi – distribuiti

22.500.000

Logistica – nr. ordini

896.698

Negozi

11

IT/Internet

– Pagine Visitate

134.821.898

– Accessi

11.764.125

– DB Iscritti

860.000



Piattaforma



Outsourcing

Piani di Sviluppo

1. STRUTTURA SOCIETARIA

- *Integrazione e crescita organica*

2. PRODOTTI

- *Ampliamento e rafforzamento concetto "Family Shop"*
 - *"DMail-Comfort"*
 - *"Club del Vino"*
 - *Sviluppo Outlet by "OVO.it"*
 - *Sviluppo Cosmesi - "Naturbella"*

3. CANALI

- *Internet: acquisizione nuovi clienti, cross selling, database e repeat orders*
- *Negozi: nuove aperture Italia ed estero*
- *Esplorazione canale TV*

4. MERCATI

- *Modello DMail Multicanale: Rep.Ceca, Moldova, Ucraina*
- *Solo Internet: dmail.eu, dmail.ru e ovo.it*
- *Outsourcing: Editori e Made in Italy*



Piani di Sviluppo

5. PIATTAFORMA INTEGRATA

- *Call Center : Sviluppo Offshore*
- *Catalogo: "Brand extension" e contenimento costi*
- *Logistica: Ampliamento e sviluppo estero*
- *Negozi: Integrazione nuove aperture e multibrand*
- *IT/Internet: Investimenti infrastrutturali, database management e CRM*



Dmail Group
s.p.a.



Area Media Locali
Modello di Business
Piani di Sviluppo



Modello di Business

AREA MEDIA LOCALI

- Le attività editoriali sono gestite attraverso *Dmedia Group* che controlla *Netweek*, il primo circuito di media locali del nord Italia.
- Il Circuito *Netweek* è costituito da 29 edizioni locali e dal primo settimanale regionale per diffusione, "Milano Metropoli – Lombardia in Europa".
- *Dmedia Group* è editore del sito *Netweek.it*, il portale di news locali.



Modello di Business

AREA MEDIA LOCALI

100.000 → Accessi Internet quotidiani

29 → Edizioni settimanali

312.000 → Tiratura settimanale

281.500 → Diffusione settimanale

2.000.000 → Lettori settimanali

> 700 → Comuni seguiti redazionalmente

> 800 → Notizie prodotte/giorno

55.000 → Ricerche Internet/giorno

> 13.000 → Utenti pubblicitari annuali



Dati aggiornati a Dicembre 2007



Modello di Business

AREA MEDIA LOCALI - LE TESTATE

Lombardia	Diffusione	Tiratura
Lombardia in Europa**	135.000	160.000
CIRCUITO LECCO Giornale di Lecco, Giornale di Merate	25.000	30.000
CIRCUITO MONZA Giornale di Monza, Giornale di Vimercate, Giornale di Carate, Giornale di Seregno, Giornale di Desio	29.500	34.000
CIRCUITO DI MILANO EST/SUD Gazzetta della Martesana, Gazzetta dell'Adda, Il Sabato News del sud Milano	18.500	22.000
MILANO OVEST Settegiorni - Rho, Settegiorni - Magenta e Parabiago, Settegiorni - Bollate Paderno Dugnano	19.000	22.000
COMO Giornale di Como*, Giornale di Erba, Giornale di Cantù	29.000	31.000
CIRCUITO DI BERGAMO Bergamo Sette*, Giornale di Treviglio	29.000	31.000
CIRCUITO VARESE La settimana di Saronno e Tradate, Occhio Busto Arsizio*, Ticino News Gallarate *	36.000	38.000
CIRCUITO SONDRIO Centro Valle - Giornale di Sondrio	13.000	16.000
Piemonte		
CIRCUITO NOVARA Novara, oggi (con ediz. Arona); Occhio Novara*, Occhio Arona*, Ticino News Treviglio	48.000	50.000
CIRCUITO TORINO Il Canavese, La Nuova Periferia Chiavasso, La Nuova Periferia Settimo Torinese	34.500	38.000
Totale Circuito Netweek	281.500	312.000

*Free Press - **Allegato a tutte le testate a pagamento in Lombardia tranne free press

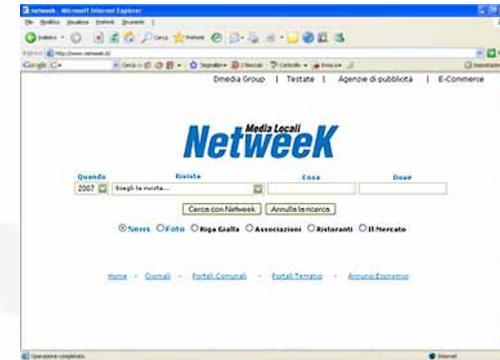
Dati aggiornati a Dicembre 2007



Modello di Business **AREA MEDIA LOCALI**

29 Edizioni Settimanali

www.netweek.it



Gli Allegati Editoriali



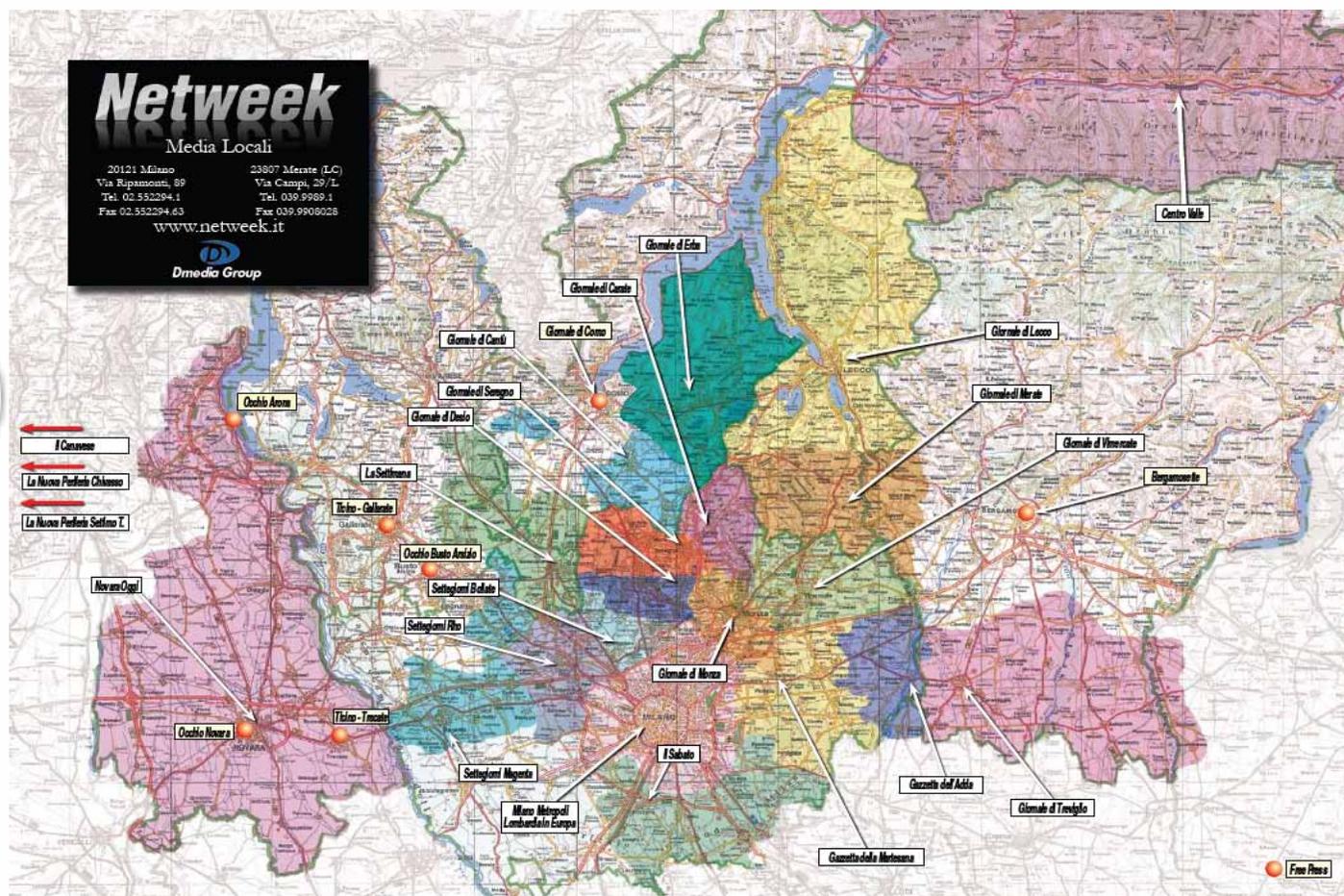
Settimanale Regionale





Modello di Business

AREA MEDIA LOCALI - IL TERRITORIO





Piani di Sviluppo

AREA MEDIA LOCALI

- *Copertura territoriale*
- *Multimedialità*
- *Verticalizzazione dell'offerta*
- *Acquisizioni*
- *Affiliazioni*



Dmail Group
S.p.A.



Dmail Group
s.p.a.



Dmail Group
s.p.a.

Dmail Group S.p.A.
Opzioni Strategiche

Sostenibilità dei tassi di crescita

- *E-commerce vs tassi di crescita economia reale*
- *Editoria locale vs globalizzazione media*
- *Azionariato diffuso, forte e coeso*
- *Track records management*

Opzioni straordinarie

- *Focalizzazione*
- *Interesse gruppi media*



Q. & A.

CONTATTI:

Adrio Maria de Carolis

Presidente ed Investor Relator

02.5522941

adrio.decarolis@dmailgroup.it

