



APPROVATO PRECONSUNTIVO 2024 E PIANO INDUSTRIALE 2025-2027 DEL GRUPPO

TARGET 2027: RICAVI tra €38|47mln, EBITDA tra €7,5|11mln

IFN CASH POSITIVE tra €2,5|4,5mln

**GRAZIE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE, ALLE SINERGIE DI GRUPPO,
ALLA TRASFORMAZIONE DELLE STAR DEI SOCIAL MEDIA IN MARCHI CONSUMER
E ALL'APERTURA DI NUOVI MERCATI**

Chiasso (Svizzera), 25 febbraio 2025

Il Consiglio di Amministrazione di **IDNTT SA** (IDNTT:IM, CH1118852594), *MarTech Content Factory* attiva nella produzione di contenuti *omnichannel*, quotata sul mercato Euronext Growth Milan (EGM) di Borsa Italiana e nel segmento open market "Quotation Board" della Borsa di Francoforte, ha preso visione dei risultati preliminari dell'esercizio 2024¹ e ha **approvato il Piano Industriale 2025-2027 del Gruppo con importanti target economico-finanziari sostenuti dalla continua integrazione dell'Intelligenza artificiale nei processi produttivi, dalle sinergie tra le diverse aziende del Gruppo, dalla capacità di fare "open Innovation" come la trasformazione di alcune star dei social media in marchi consumer e lo sviluppo di nuovi mercati geografici come l'Azerbaijan e i mercati Arabi, rimanendo sempre focalizzati sul core business: IL CONTENUTO.**

Christian Traviglia, CEO di IDNTT, ha dichiarato: *"Siamo orgogliosi di aver raggiunto tutti gli obiettivi che ci eravamo prefissati in occasione dell'IPO nel 2021. Questo successo è la **prova della nostra coerenza e del nostro impegno** verso i nostri investitori. Con il Piano Industriale 2025-2027, puntiamo a una **crescita ancora più ambiziosa**, grazie alla **continua integrazione dell'Intelligenza Artificiale** in tutti i livelli della nostra organizzazione, alle **sinergie tra le aziende del Gruppo** e alla nostra capacità di **innovare e di espanderci in nuovi mercati**. Il nostro obiettivo rimane quello di creare **valore sostenibile per i nostri Stakeholders** e di **superare le aspettative**, consolidando la nostra posizione di leadership in Europa nel settore del Martech che per noi diventa **AI-TECH**".*

HIGHLIGHTS DEL PIANO INDUSTRIALE CONSOLIDATO 2025-2027

Realizzati con successo le strategie di sviluppo e gli obiettivi posti nel 2021 in occasione dell' IPO, il Consiglio di Amministrazione ha approvato i **KPI del Piano Industriale del Gruppo 2025-2027** che prevede una crescita importante di Fatturato ed EBITDA grazie a:

- continua integrazione dell'intelligenza artificiale nei processi di produzione dei contenuti del Gruppo, facendo evolvere il modello da "Martech Content Factory" a "AI-TECH CONTENT FACTORY";
- capitalizzazione del know-how delle singole aziende del Gruppo che consente una innovazione continua dell'offerta commerciale come, ad esempio, la produzione di Contenuti specifici per il mercato dell'Arte o per la comunicazione ESG (Environmental, Social and Governance);
- efficientamento dei costi di produzione attraverso lo sviluppo di sinergie tra le aziende del Gruppo supportate da sistemi informativi proprietari di allocazione delle risorse sulle commesse e un modello

¹ Non ancora sottoposti a revisione contabile

IDNTT

di lavoro basato su Team multi-skills e multi-culturali grazie alla presenza internazionale anche in Paesi a vantaggio comparato di costo;

- Sviluppo commerciale di nuovi mercati geografici come l'Azerbaijan e i mercati Arabi;
- capacità del Gruppo di fare "open Innovation" rimanendo focalizzati sul Contenuto, come la trasformazione di alcune Star dei Social Media in marchi consumer creando prodotti o servizi originali con il loro nome e sviluppando nuovi mercati consumer in partnership con aziende leader nel settore/mercato in cui il Gruppo decide di entrare.

Oltre ad uno sviluppo organico, IDNTT continuerà la ricerca di aziende target da acquisire per continuare a integrare competenze originali o nuovi mercati di sbocco, continuando lo sviluppo **per linee esterne attraverso operazioni di M&A**, che però non sono ad oggi "valorizzate" nei numeri del Piano Industriale, analogamente a eventuali operazioni di finanza straordinaria.

IL CONTENUTO rimarrà sempre il **core business del Gruppo**, che si evolverà ulteriormente verso un modello tecnologico, in grado di ampliare l'orizzonte dei **CANALI MEDIA, TARGET UTENTI, LINGUE, CULTURE e MERCATI**, sfruttando le sinergie tra le società del Gruppo IDNTT. La tecnologia, con il supporto di modelli di *Artificial Intelligence*, supporterà i processi interni e le produzioni dei contenuti dei clienti, trasferendo innovazione ed efficienza in termini di tempi, costi e risultati per il cliente.

LA PRODUZIONE E LA DISTRIBUZIONE DEI CONTENUTI PER IL MERCATO B2B (Business to Business) rimarranno al centro dell'offerta del Gruppo. Tra questi:

- **Contenuti per eCommerce** come le informazioni e le schede prodotto, lo shooting fotografico o video dei prodotti, il data entry dei contenuti nel CMS dei clienti, la gestione del sito web h24/7/365 etc;
- **Contenuti Digitali e Tradizionali** come l'ideazione, la produzione, la distribuzione e il monitoraggio di Spot pubblicitari, Banner, News Letter, Video ADV, Landing page, Brochure, Cataloghi, Flyer etc;
- **Contenuti per le OTT TV**, ovvero produzioni e distribuzione di contenuti video, brand content, per le «Over The Top» company, ovvero Canali TV in Streaming che forniscono, attraverso la rete Internet, servizi e contenuti video come YOUTUBE, NETFLIX, AMAZON PRIME, DAZN etc;
- **Contenuti per i Social Media** dalla ideazione alla gestione, produzione dei contenuti (Post, Reels, Live, liveCommerce etc) e moderazione quotidiana di Piani Editoriali per i diversi canali social delle aziende come LinkedIn, YouTube, Instagram, TikTok, Facebook etc;
- **Contenuti per l'inSTORE TV o canali OOH** tra cui l'ideazione, la produzione dei contenuti video anche 3D e la gestione del palinsesto per i diversi "Video Wall" presenti nei negozi fisici del cliente o per i canali Out Of Home scelti dal cliente;
- **Influencer marketing** ovvero lo sviluppo e la gestione di campagne di influencer marketing attraverso il coinvolgimento di uno dei 150 Talent in esclusiva del Gruppo IDNTT (Content Creator - Influencer) per comunicare ai propri follower la bontà di un marchio, di prodotto o di un servizio attraverso la creazione di contenuti social originali;
- **Eventi**, dall'idea alla realizzazione e gestione di tutto l'evento di comunicazione B2B o B2C di clienti corporate come apertura negozi, convention nazionali, presentazioni prodotti alla forza vendita, etc;
- **Pubbliche Relazione & Media** ovvero la gestione di relazioni con gli stakeholders dei clienti attraverso la definizione di strategie di comunicazione e la produzione dei relativi contenuti e comunicati stampa per TV, Radio, Stampa, Web;
- **Presidio e gestione de "Ultimo Miglio" della comunicazione** ovvero la distribuzione e l'allestimento dei punti vendita con documentazione di marketing OFF & ON Line e l'aggiornamento dei contenuti video dei sistemi di Digital Signage presenti in-Store;
- **Customer Care omnichannel** ovvero la moderazione e interazione quotidiane con le community dei clienti attraverso ogni tipo di canale di interazione (Social, Digitale, Chat, Telefonico etc);

IDNTT

Oltre a questi servizi per il mercato corporate che rimane il **CORE BUSINESS DEL GRUPPO**, il Piano Industriale 2025-27 prevede anche lo sviluppo di una **NUOVA OFFERTA DI CONTENUTI PER IL MERCATO CONSUMER (B2C E B2B2C)**, in **JOINT VENTURE con Partner Industriali Leader di settore**, trasformando alcuni **Talent**, gestiti dalla controllata In-Sane, in veri e propri **Brand** e le loro *fanbase* in **Consumatori**.

Il Gruppo si concentrerà in particolare su tre mercati principali:

- **Videogiochi:** tramite IDNTT+ si offriranno **esperienze digitali di intrattenimento e di gioco, sfruttando la notorietà, i contenuti e la fan base del Content creator**, delegando loro la promozione e il marketing del prodotto all'interno della propria community;
- **Food&Beverage:** con la società STAR KITCHEN, partecipata al 51% da IDNTT e al 49% da KUIRI, azienda controllata della Famiglia Del Vecchio anche attraverso il fondo LMDV Capital (www.lmdvcapital.it), si vuole replicare i successi come «Meet Crew», «Mollica o Senza» o «L'Antico Vinaio» sviluppando **nuovi marchi di Food Retail, utilizzando la popolarità dei Talent e la loro capacità di comunicare e attrarre i fan.**
- **Viaggi:** la recente Joint Venture con DONNAVENTURA, porterà alla **creazione e valorizzazione di contenuti digitali**, basati sia sull'experience di nuovi viaggi avventura sia sul re-editing di contenuti di library, oltre che allo **sviluppo e gestione di nuovi content creator** nel settore dei viaggi e alla costruzione **di un catalogo viaggi a marchio DONNAVENTURA** (www.Donnaventura.com) in partnership con un importante Player di settore con l'obiettivo di replicare progetti di successo come «WeRoad» o «Avventure nel Mondo».

8 PILLAR STRATEGICI DEL PIANO INDUSTRIALE 2025-2027 DEL GRUPPO IDNTT

1. **DA "MARTECH CONTENT FACTORY" AD "AI-TECH CONTENT FACTORY":** Al fine di mantenere un posizionamento di Leadership sul mercato del Content IDNTT continuerà ad investire nella propria **AI-TECH PLATFORM** integrando tools di ARTIFICIAL INTELLIGENT sia GENERATIVE, per diminuire tempi e personale allocato, che di OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI di Produzione e di controllo della produzione con l'obiettivo di tagliare, anno su anno, i costi di Produzione dei Contenuti;
2. **EBITDA MARGIN:** Il Gruppo nell'arco del Piano manterrà una **marginalità "double digit"** almeno pari al doppio della media di mercato;
3. **POLITICA DI EFFICIENTAMENTO:** IDNTT continuerà ad ottimizzare i processi e la capitalizzazione di sinergie all'interno del Gruppo eliminando le barriere "culturali e geografiche" tra le diverse società e i Team di produzione;
4. **START-UP COME CULTURA E ATTITUDINE:** Il Gruppo manterrà un'organizzazione e un modello di gestione agile che privilegia **velocità, flessibilità, cultura all'innovazione, partnership e investimenti;**
5. **FIDELIZZAZIONE DEI CLIENTI:** il mantenimento di elevati tassi di fidelizzazione e l'ampliamento del portafoglio clienti, attraverso un ampliamento della gamma di servizi e prodotti offerti, apportati dalle diverse aziende del Gruppo e dalla Ricerca e Sviluppo interna;
6. **CRESCITA E CONSOLIDAMENTO NEL MERCATO B2B:** si prosegue nella crescita sul mercato sia per vie interne, attraverso un modello di **"Open Innovation"**, sia per vie esterne attraverso operazioni di M&A;
7. **SVILUPPO NEL MERCATO B2C:** Il Piano prevede una strategia di **valorizzazione delle community dei content creator**, trasformando i talent in brand e la loro community in consumatori;
8. **CRESCITA SOSTENIBILE E INCLUSIVA:** Il Piano prevede una costante attenzione agli aspetti ESG con l'obiettivo di raggiungere entro il 2027 una **produzione "carbon neutral" certificata.**

KPI ECONOMICO-FINANZIARI PRECONSUNTIVI 2024 E DEL PIANO INDUSTRIALE DEL GRUPPO 2025-2027

I Ricavi preconsuntivi dell'esercizio 2024 si attestano tra i 20-22 milioni di Euro (in crescita rispetto a Euro 19,3 milioni del 2023) e nel corso del Piano sono previsti in aumento fino a raggiungere un valore compreso tra i **38-47 milioni di Euro nel 2027**. Il contributo principale deriverà dal **mercato B2B che rimane il CORE BUSINESS del Gruppo** e che continuerà a pesare sempre per almeno l'80% del fatturato, con un range di fatturato di **35-42 milioni di Euro nel 2027** che, nel corso del triennio, sarà incrementato dai primi contributi del **mercato B2C** con ricavi stimati tra i **3-5 milioni di Euro nel 2027**.

La **marginalità** continuerà a rappresentare un punto di forza del Gruppo con **EBITDA** che da **Euro 3,5-4,0 milioni del preconsuntivo 2024**, crescerà fino a attestarsi nel range **7,5-11 milioni di Euro nel 2027**.

L'**Indebitamento Finanziario Netto per il 2024** è previsto tra **1-1,5 milioni** e nel **2027** sarà **cash positive** tra **2,5-4,5 milioni**.

Si precisa che i KPI Consolidati del Piano 2025-2027 non considerano eventuali operazioni straordinarie e di M&A, le quali rientrano comunque tra le strategie di crescita del Gruppo descritte in precedenza.

KPI Consolidati in €/milioni	2024 PC	2025 F	2026 F	2027 F
Ricavi Totali	20,0-22,0	27,0-30,0	30,0-38,0	38,0-47,0
<i>di cui B2B</i>	<i>20,0-22,0</i>	<i>27,0-29,0</i>	<i>29,0-35,0</i>	<i>35,0-42,0</i>
<i>di cui B2C</i>	<i>-</i>	<i>0,0-1,0</i>	<i>1,0-3,0</i>	<i>3,0-5,0</i>
EBITDA	3,5-4,0	4,8-5,7	5,7-7,5	7,5-11,0
EBITDA Margin	18%	18%-19%	19%-20%	20%-23%
IFN (Cash Positive) (*)	1-1,5	2-1	(0,5)-(1,5)	(2,5)-(4,5)

(*) I calcoli non considerano gli effetti IFRS

La presentazione utilizzata nell'evento con la comunità finanziaria sarà consultabile sul sito internet di IDNTT www.ir.idntt.ch (Presentazioni) e sul sito internet di Borsa Italiana www.borsaitaliana.it (Azioni>Documenti).

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito internet di IDNTT www.ir.idntt.ch nella sezione Investor Relations e su www.emarketstorage.com.

IDNTT SA

IDNTT (www.IDNTT.ch) (IDNTT:IM, ISIN:CH1118852594), con Headquarter in Svizzera e controllate in Olanda, Romania, Italia e Spagna, è una Martech Content Factory che produce ogni giorno centinaia di contenuti *omnichannel* con processi industriali certificati ISO 9001 e governati dalla tecnologia. Contenuti *"data driven"*, sviluppati grazie alla raccolta e l'analisi dei dati e degli interessi degli utenti, che hanno l'obiettivo di convertire la visione del contenuto in vendite on-line, off-line e aumentare la *brand awareness* delle aziende. Con l'acquisizione nell'ottobre 2022 di In-Sane! (in-sane.it), IDNTT è entrata anche nel mondo dell'*influencer marketing* e dei *contenuti di intrattenimento* per le nuove generazioni. In-SANE! è una delle prime Talent Agency Italiane con oltre 170 *influencer, gamer e creator* in esclusiva e il primo MCN - Multi Channel Network in Italia con oltre 190 canali YouTube gestiti in esclusiva, secondo l'ultima ricerca di ComScore (www.comscore.com). Nel 2023, a seguito dell'ingresso nel capitale di Aldo Biasi Comunicazione Srl (aldobiasi.com), società fondata da Aldo Biasi, firma storica della comunicazione italiana (wikipedia.org/wiki/Aldo_Biasi), il Gruppo IDNTT entra nel business delle grandi produzioni di spot televisivi con gli "IDNTT STUDIOS", con Aldo Biasi nel ruolo di Direttore Creativo, per un'offerta di contenuti completa e integrata. Nel 2024 IDNTT entrata nel capitale di C41 (c41.eu), *creative content factory* con sedi in Italia e in Olanda, con un portafoglio di clienti fidelizzati tra i brand più rilevanti nel settore del fashion e del design. C41 è inoltre titolare ed editore di "C41 Magazine" (C41magazine.com), uno dei principali magazine di tendenza indipendenti distribuito in 15 Paesi, con una *fanbase* di circa 125.000 follower su Instagram, focalizzato su tematiche contemporanee provenienti da tutto il mondo, riflettendo visioni e coinvolgendo nuove generazioni, fotografi e registi nel campo della moda e del design. Nel giugno 2024 IDNTT acquisisce il 59% di RealLife Television (reallifetv.com), attiva dal 1999 e con sedi a Roma, Milano e Azerbaijan, che produce oltre 3.000 contenuti digitali e oltre 1.000 ore di produzioni TV e video all'anno. RLTV nel corso della propria storia si è dimostrata capace di anticipare le nuove tendenze nell'ambito dei sistemi di fruizione dei contenuti posizionandosi quale "first mover"; ne sono un esempio la gestione dei canali televisivi *live e on demand* sul cellulare per gli operatori WindTRE e Vodafone, oppure la creazione dei primi telegiornali sul web e mobile per ANSA, e i primi progetti di *digital signage* per autostrade e aeroporti con un palinsesto di contenuti interamente prodotti e gestiti da RLTV. A ottobre 2024, con l'obiettivo di integrare l'offerta di servizi di content production, ampliare il portafoglio clienti con nomi e commesse rilevanti, sfruttare le sinergie e nuovi spazi di produzione, IDNTT ha sottoscritto l'accordo per l'acquisto del 100% del gruppo Take Srl (takegroup.it), *content factory* che punta a creare valore in tutti gli aspetti di un progetto di comunicazione, dalla definizione della strategia fino al "design" conclusivo del progetto. Take a sua volta detiene il 60% di Cantiere Srl, agenzia di PR & Media Relations, specializzata nella comunicazione,

IDNTT

creazione di contenuti e nelle relazioni istituzionali. Mettendo a fattor comune le sinergie interne, il know How e il Portfolio dei Content Creators della controllata In-Sane!, il 2024 segna anche l'ingresso del Gruppo IDNTT nel mercato consumer B2C e B2B2C attraverso 2 veicoli societari: IDNTT+ ([IDNTTplus.com](https://www.idnttplus.com)) che ha l'obiettivo di sviluppare un offerta di videogiochi e di contenuti esclusivi a pagamento e Star Kitchen ([starkitchen.it](https://www.starkitchen.it)), che in Joint Venture con Kuirì, azienda partecipata dalla LMDV Capital di Leonardo Maria Del Vecchio, importante player industriale con un modello innovativo di "Cloud kitchen ready to go", ha la mission di sviluppare il mercato del Food & Beverage, trasformando i Content Creators in Food-Brand. Nel novembre 2024 viene creata una JV con Donnavventura ([donnavventura.com](https://www.donnavventura.com)), noto format italiano basato sul mondo dei viaggi, in onda da oltre 30 anni sulle principali reti televisive italiane (Rai e Mediaset), con l'obiettivo di far evolvere l'offerta "Donnavventura" da società di produzione televisiva a Media Company, attraverso la valorizzazione del brand, della community (composta da oltre 150.000 candidate registrate), dell'archivio storico (composto da oltre 10.000 ore di registrazione), e la produzione di nuovi contenuti digitali omnichannel a cura di IDNTT, la MarTech Content Factory svizzera.

CONTATTI:

EMITTENTE

IDNTT | Christian Traviglia | IR Manager | affarisocietari@idntt.ch | T: +41 (0) 91 210 89 49 | via Maestri Comacini, 4 - 6830 Chiasco

INVESTOR & MEDIA RELATIONS

IRTOP Consulting | ir@irtop.com | redazione@irtop.com | T: + 39 02 4547 3884 | Via Bigli, 19 - 20121 Milano

EURONEXT GROWTH ADVISOR & SPECIALIST

Integrae SIM | info@integraesim.it | T: +39 +39 02 8050 61 60 | Piazza Castello, 24 - 20121 Milano