

# IL TOP MANAGEMENT ACQUISTA AZIONI ORDINARIE DELLA SOCIETÀ A CONFERMA DELLA CREDIBILITÀ DEL GRUPPO E DEL PROGETTO DI CRESCITA

## PROSEGUE IL PIANO DI BUY-BACK

Chiasso (Svizzera), 16 giugno 2025

**IDNTT SA** (IDNTT:IM, CH1118852594), **AI.Tech 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, rende noto l'acquisto di azioni ordinarie da parte del management a conferma del coinvolgimento nelle strategie di sviluppo delineate nel Piano Industriale 2025-2027 e nella convinzione del potenziale di crescita del Gruppo.

In particolare, sono stati effettuati acquisti di azioni ordinarie da parte del **Presidente del Consiglio di Amministrazione e CEO Christian Traviglia**, dall'8 maggio 2025, per un quantitativo complessivo di **n. 9.000 azioni** per un controvalore complessivo di **21.180 Euro**.

Si ricorda, inoltre, che anche **la Società sta attuando il programma di acquisto e disposizioni di azioni proprie**, così come approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 28 marzo 2024 e come da comunicazioni periodiche.

L'Emittente e il management continueranno ad aggiornare il mercato nelle tempistiche e nelle modalità definite dai regolamenti attuabili.

*"In coerenza con quanto già espresso in occasione della presentazione dei risultati di 2024, desidero ribadire il mio rammarico per il fatto che **il valore attuale di Borsa non riflette minimamente il reale valore di IDNTT**, un valore oggettivo fondato su dati concreti e fondamentali economici solidi, piuttosto che su ipotesi o previsioni future. Per queste ragioni, ho deciso di procedere con l'acquisto diretto di azioni IDNTT, convinto che **il prezzo attuale sia fortemente "a sconto" e non rifletta minimamente la solidità e le promettenti prospettive di crescita evidenziate dall'ultimo bilancio pubblicato e che vivo quotidianamente con il mio management avendo in mano sia la gestione ordinaria che straordinaria dell'azienda. Valore che avrei preferito condividere con il mercato ma che alla ragione dell'inerzia non ho voluto rinunciarvi in ottica anche di eventuali possibili sviluppi futuri. I risultati del 2024, al contrario di altre aziende quotate, confermano la continua **crescita di Fatturato e di Redditività**, con Ricavi a €21,6 milioni, in aumento dell'11,7% rispetto al 2023, e un EBITDA di €3,7 milioni. Questi risultati ci pongono sulla giusta traiettoria verso i target del nostro Piano Industriale 2025-2027, che prevede di raggiungere nel 2027 ricavi tra i 38-47 milioni di Euro e un EBITDA tra i 7,5-11 milioni di Euro. Inoltre, come abbiamo dimostrato nel periodo pandemico, IDNTT ha una forte resilienza alle situazioni di crisi, in quanto fondamentale per le aziende cliente per poter sostenere la propria offerta attraverso contenuti di comunicazione e marketing necessari per poter convertire l'intenzione di acquisto dei consumatori in ricavi. Parallelamente, desidero sottolineare inoltre, che da qualche mese, IDNTT ha attivato un piano di Buy Back a ulteriore testimonianza della fiducia della Società nel proprio valore."***

**Christian Traviglia, Chairman & CEO di IDNTT**

**AI.TECH  
CONTENT  
FACTORY**

Listed on the Euronext Growth Milan (EGM) market of Borsa Italiana and on the open market segment "Quotation Board" of the Frankfurt StockExchange.

IDNTT CH-1118852594  
TICKER: IDNTT

Certified according to UNIPD  
150152 by Borsa Italiana Certification  
demonstrating commitment to gender  
equality and inclusion.

Certified according to ISO 9001:2015  
for Quality Management Systems by  
AGOSMET

Il presente comunicato stampa è disponibile sul sito internet di IDNTT [www.ir.idntt.ch](http://www.ir.idntt.ch) nella sezione Investor Relations e su [www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com).

**IDNTT SA** ([www.IDNTT.ch](http://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](http://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.comescore.com](http://www.comescore.com)). Nel 2023, a seguito dell’ingresso nel capitale di Aldo Biasi Comunicazione Srl ([aldobiasi.com](http://aldobiasi.com)), società fondata da Aldo Biasi, firma storica della comunicazione italiana ([wikipedia.org/wiki/Aldo\\_Biasi](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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, 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](http://IDNTTplus.com)) che ha l’obiettivo di sviluppare un’offerta di videogiochi e di contenuti esclusivi a pagamento e Star Kitchen ([starkitchen.it](http://starkitchen.it)), che in Joint Venture con Kuri, 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](http://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 (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](mailto:affarisocietari@idntt.ch) | T: +41 (0) 91 210 89 49 | via Maestri Comacini, 4 - 6830 Chiasso

### INVESTOR & MEDIA RELATIONS

**IRTOP Consulting** | [ir@irtop.com](http://ir@irtop.com) | [redazione@irtop.com](mailto:redazione@irtop.com) | T: + 39 02 4547 3884 | Via Bigli, 19 - 20121 Milano