

Brand yourself mobile.

# ***TechSTAR Company Presentations***

***Milano, Borsa Italiana***

***2 Dicembre 2004***



## >> **Agenda dell'incontro**

---

- Chi è Acotel Group
- Lo scenario di riferimento: oggi e domani
- Le linee guida strategiche del Gruppo
- I risultati del 3° trimestre 2004

# Chi è Acotel Group

Acotel Group è partita nel 1992 con una propria offerta di servizi:

- servizi a valore aggiunto in mobilità (ScripTIM by Acotel)
- fornitura di piattaforme software di messaggistica per gli operatori di telefonia fissa e mobile

Nell'agosto del 2000 l'azienda si è quotata al Nuovo Mercato di Milano.

Le sedi attuali:

- Italia (Roma)
- Irlanda (Dublino)
- Francia (Parigi)
- Giordania (Amman)
- Libano (Beirut)
- Emirati Arabi Uniti (Dubai)
- Brasile (Rio de Janeiro)
- Stati Uniti (New York)

Acotel Group impiega oggi 200 dipendenti.

## >> Lo scenario di riferimento: oggi

---

Il mondo delle TLC e dei Media:

- non è consolidato,
- non è integrato,
- il modello di business attuale non è stabile,
- siamo in un periodo di transizione.

Non c'è fidelizzazione se non c'è pubblicità.

## Lo scenario di riferimento: domani

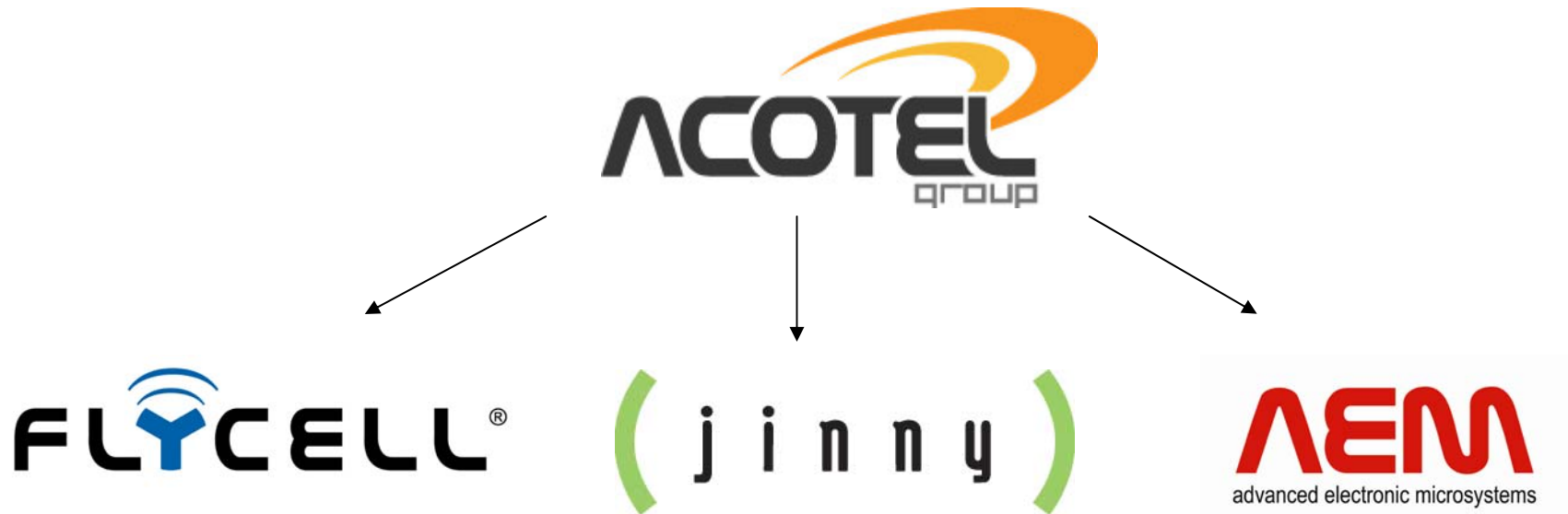
Le caratteristiche principali dell'operatore nel mondo dei servizi a valore aggiunto in ambiente multimediale:

- presenza globale,
- tecnologia proprietaria.

Il nuovo modello di business dei servizi in mobilità sarà completamente differente da quello odierno e, superato il periodo di transizione, resterà stabile a lungo.

## >> L'approccio strategico di Acotel Group

Acotel Group si è dotata di 3 brand con i quali offrire al mercato i propri prodotti ed i propri servizi:



## >> L'approccio strategico di Acotel Group



Flycell è il brand mondiale mediante il quale vengono offerti i servizi a valore aggiunto (VAS) a:

- *Operatori di telefonia mobile*
- *Operatori di telefonia fissa*
- *Media company*
- *B2C*

Si è scelto di diversificare per linee di business rispetto al marchio Acotel Group, che resta il marchio Istituzionale, per dotare il marketing strategico di un mass market brand sul quale investire in comunicazione.

## >> L'approccio strategico di Acotel Group



Il marchio e' stato lanciato nelle scorse settimane nei seguenti mercati:

1. **Usa** – [www.flycell.com](http://www.flycell.com)
2. **Irlanda** – [www.flycell.ie](http://www.flycell.ie)

L'obiettivo principale e' rendere **il sito punto di riferimento della comunita' mobile**, per tutto cio' che riguarda:

- object download
- comunita' di chat
- sms informativi, di intrattenimento e professionali

Il sito .com ad oggi conta circa **200.000 contatti** giornalieri attraverso la partnership con uno delle piu grandi comunita' hip-hop americane, **UrbanWorldWireless**.



## >> L'approccio strategico di Acotel Group



**Info2Cell** restera' un eccezione nel mondo VAS per tutte le attivita' svolte nei paesi dell'area mediorientale poichè rappresenta un marchio consolidato che serve oltre 15 operatori tra i quali:

**Fastlink, MobiNil, QTel, MTC (Vodafone), Etisalat, Wataniya, Jawwal, Batelco, OmanTel, Spacetel Syria.**

# >> L'approccio strategico di Acotel Group



Jinny e' il marchio con il quale vengono proposte le *soluzioni*. Esiste una ripresa importante del ciclo degli investimenti, sia nel comparto degli operatori di rete mobile che in quello degli operatori di rete fissa dopo circa tre anni di flessione dei budget, per soluzioni legate all'evoluzione continua nel mondo VAS.

Le soluzioni in portafoglio:

- **Jinny SMSC**
  - Con moduli aggiuntivi: Welcome Roamer, Cell Broadcast Centre & IN Mediation Gateway
- **Jinny MMSC**
  - Con accluso: 2.X WAP gateway
- **Jinny VAS Platform**
  - Gestione dei contenuti e piattaforma per l'erogazione di servizi
- **Jinny Application Router**
  - Incluso l'SMS First Shot
- **Jinny VAS2Go**
  - Come combinazione di moduli per la messaggistica
- **Jinny VAS2Go Plus**

## >> L'approccio strategico di Acotel Group



Nel corso del 2004 Jinny ha perseguito una strategia di crescita che si è basata sullo sviluppo di canali distributivi (channel partnership). Questo modello ha garantito, nei primi 9 mesi dell'anno, l'apertura di 8 nuovi mercati:

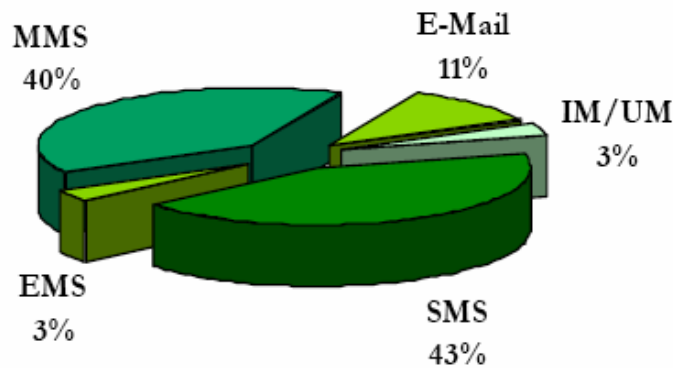
- America Latina
  - Saint Martin
- Asia
  - Turkmenistan
  - Bangladesh
  - Iran
- Africa
  - Uganda
- Middle East and Gulf
  - Syria
  - Saudi

# >> L'approccio strategico di Acotel Group



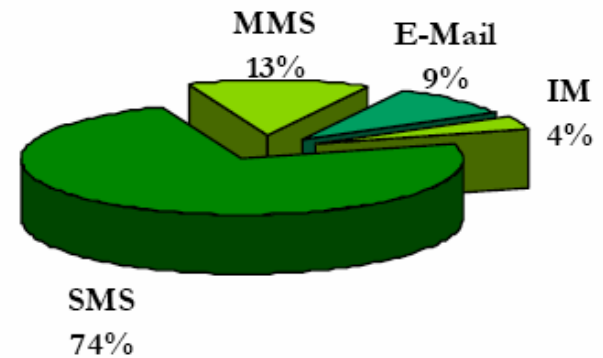
## Il Mercato Target: Stime di Volumi Relativi di Traffico

2007 Mobile Data by Application – Western Europe



Source: Yankee Group

2007 Mobile Messaging by Application – United States



Source: Forrester

## >> L'approccio strategico di Acotel Group



**AEM – Advanced Electronic Microsystems** è il marchio con il quale vengono offerte soluzioni nell'ambito della sicurezza. La **sicurezza** è ormai percepita come uno dei servizi principali in ambito industriale.

Il focus è centralizzato su attività di:

- Videosorveglianza
- Progettazione e realizzazione di sistemi integrati per la sicurezza
- Controllo e monitoraggio di parametri tecnologici

## >> L'approccio strategico di Acotel Group



Nel corso dei primi 9 mesi del 2004 **AEM** ha acquisito:

- un **nuovo contratto** di ampliamento, aggiornamento e manutenzione dei sistemi di sicurezza di 30 Filiali della Banca d'Italia;
- ha **ampliato** del 60% il proprio parco di manutenzione delle Questure italiane, dove vengono svolte attività di telecontrollo e monitoraggio;
- ha **acquisito** un contratto per la realizzazione di un sistema di videosorveglianza per il centro sperimentale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Campobasso.

# I dati Finanziari del 3° trimestre 2004



## Conto economico consolidato riclassificato (in migliaia di EUR)

	2004		2003	
	1 lug - 30 set	1 gen - 30 set	1 lug - 30 set	1 gen - 30 set
Valore della produzione	5,168	15,582	4,757	13,772
Consumi di materie e servizi esterni	3,046	7,871	2,492	8,193
<b>Valore aggiunto</b>	<b>2,122</b>	<b>7,711</b>	<b>2,265</b>	<b>5,579</b>
Costo del personale	2,068	6,425	1,568	5,144
<b>MOL</b>	<b>54</b>	<b>1,286</b>	<b>697</b>	<b>435</b>
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	179	712	272	774
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	548	1,620	563	1,619
Svalutazione crediti	2	54	-	11
<b>Risultato operativo</b>	<b>(675)</b>	<b>(1,100)</b>	<b>(138)</b>	<b>(1,969)</b>
Gestione finanziaria netta	99	361	43	147
<b>Risultato gestione ordinaria</b>	<b>(576)</b>	<b>(739)</b>	<b>(95)</b>	<b>(1,822)</b>
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0	(83)	-	-
Gestione straordinaria netta	(36)	(27)	(9)	(208)
<b>Utile ante- imposte</b>	<b>(612)</b>	<b>(849)</b>	<b>(104)</b>	<b>(2,030)</b>
Quota di terzi	0	-	-	(2)
<b>Utile netto ante-imposte del Gruppo</b>	<b>(612)</b>	<b>(849)</b>	<b>(104)</b>	<b>(2,028)</b>

# I dati Finanziari del 3° trimestre 2004

Ricavi: diversificazione per aree  
di business

(in migliaia di EUR)

	2004		2003	
	1 lug-30 set	1 gen-30 set	1 lug-30 set	1 gen-30 set
SERVIZI A NETWORK OPERATOR	3,965	10,751	3,706	9,856
<i>SERVIZI MEDIA</i>	222	323	-	-
SERVIZI CORPORATE	80	227	89	266
SVILUPPO SOFTWARE	-	-	134	390
PROGETTAZIONE APPARATI TELEMATICI	460	1,575	583	2,261
PROGETTAZIONE SISTEMI DI SICUREZZA	458	1,219	235	692
ALTRI RICAVI	-	1	-	5
<b>Totale</b>	<b>5,185</b>	<b>14,096</b>	<b>4,747</b>	<b>13,470</b>



# I dati Finanziari del 3° trimestre 2004

Ricavi: diversificazione per area geografica

(in migliaia di EUR)

	2004		2003	
	1 lug-30 set	1 gen-30 set	1 lug-30 set	1 gen-30 set
ITALIA	3,250	9,660	3,626	9,962
ALTRI PAESI EUROPEI	448	1,299	444	1,062
MEDIO-ORIENTE	813	2,065	677	1,626
AFRICA	-	214	-	820
AMERICA LATINA	674	812	-	-
ALTRI	-	46	-	-
<b>Totale</b>	<b>5,185</b>	<b>14,096</b>	<b>4,747</b>	<b>13,470</b>

# I dati Finanziari del 3° trimestre 2004

## Immobilizzazioni (in migliaia di EUR)

	2004		2003	
	1 lug-30set	1 gen-30 set	1 lug-30 set	1 gen-30 set
Immobilizzazioni immateriali	32	254	161	243
Immobilizzazioni materiali	119	395	56	149
Immobilizzazioni finanziarie	677	695	(113)	454
<b>Totale</b>	<b>828</b>	<b>1,344</b>	<b>104</b>	<b>846</b>

# I dati Finanziari del 3° trimestre 2004

## Posizione Finanziaria Netta (in migliaia di EUR)

	2004		2003	
	30 set.	30 giu.	31 dic.	30 set.
Investimenti finanziari a breve	28.946	29.712	16.466	28.811
Disponibilità liquide	4.296	4.455	17.590	4.536
Debiti finanziari a breve termine e quote correnti di debiti finanziari a lungo termine	(287)	(237)	(74)	(189)
<b>Disponibilità monetarie nette (A)</b>	<b>32.955</b>	<b>33.930</b>	<b>33.982</b>	<b>33.158</b>
Obbligazioni emesse con scadenza oltre i 12 mesi	-	-	(158)	(184)
Quota a medio-lungo termine mutui passivi	(284)	(353)	(353)	(412)
<b>Indebitamento finanziario a medio-lungo termine (B)</b>	<b>(284)</b>	<b>(353)</b>	<b>(511)</b>	<b>(596)</b>
<b>Posizione finanziaria netta (A) + (B)</b>	<b>32.671</b>	<b>33.577</b>	<b>33.471</b>	<b>32.562</b>



## **Conclusioni e domande.**