



# SKY887

Business Plan – Second part

## Esposizione dei dati finanziari

# TV&TV

**6Mia srl**

Firenze – Via Livorno 8/28

Share Cap.€ 331,330.00

VAT 06531300488 REA FI – 635687

Registro Operatori Comunicazione n.26128

Aut. AGOCOM 220/17/CONS

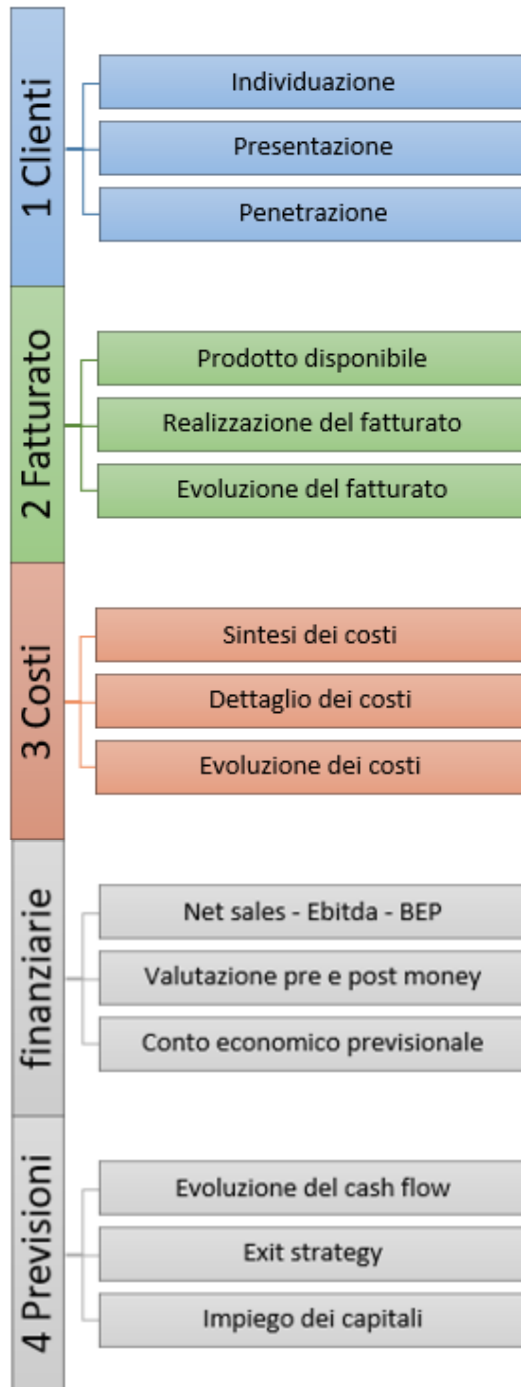
## Years 2019-2023

3	Note preliminari
4	Impostazione
5	Clienti
7	Fatturato
8	Previsione di evoluzione del fatturato
10	Costi
11	Dettaglio dei costi
13	Evoluzione progressive dei costi
16	Sviluppo delle previsioni finanziarie
24	Exit strategy

## Note preliminari

- Il **prodotto** di **TV&TV** è rappresentato dai *minuti di spazio televisivo* che acquista chi desidera trasmettere su una emittente televisiva nazionale propri video, rubriche o programmi (Il cliente) e dagli *spazi pubblicitari* che possono essere inseriti fra la trasmissione di un video e il successivo.
- Il progetto prevede l'attivazione di 65 emittenti **TV&TV** in altre 58 nazioni oltre l'Italia (considerando ogni stato USA come nazione) nel periodo 2019/2029 con 28 emittenti TV&TV attivate entro il 2023. Le emittenti gemelle opereranno sul format di **TV&TV-Italia** ma trasmettendo contenuti e programmi in lingua locale.
- Gli spazi televisivi invenduti e gli spazi nelle ore notturne non determineranno *costi di programmazione* venendo ad essere occupati dalla concessione di repliche "*omaggio*" ai clienti, dalla eventuale trasmissione di video con licenza CCO Creative Commons e attraverso l'utilizzo dei video (circa 4.500) per i quali 6Mia srl ha ottenuto nel corso del periodo di test (2016/2018) la licenza di trasmissione televisiva
- La comprensione della presente analisi dei dati finanziari richiede la preliminare conoscenza di quanto esposto nel *BP First part*.

## Impostazione



## Clienti

### Individuazione della clientela potenziale

La clientela di **TV&TV** è rappresentata in gran parte (ma non solo) da coloro che pubblicano ripetutamente video in rete ottenendo poche visualizzazioni; queste persone sono tendenzialmente portate a recepire positivamente una offerta di **visibilità** a fronte di una spesa non significativa. **TV&TV** prevede di raggiungere e stabilizzare entro il primo semestre del 2019 un numero di clienti sufficiente a raggiungere il BEP e autofinanziare le successive attivazioni di **TV&TV**.

### Presentazione alla clientela potenziale

I potenziali clienti vengono individuati e raggiunti sia attraverso una campagna pubblicitaria mirata sui social che mediante l'attività giornaliera delle *strutture di individuazione e contatto* di **TV&TV**. L'azione combinata delle due risorse garantisce ogni mese dai 400,000 ai 500,000 nuovi contatti con potenziali clienti prevedendo un'adesione pari allo 0,35% con un rapporto *283 contatti >>> 1 cliente*. (Dettaglio esposto nel *BP First part*).

### Penetrazione nel mercato. Incremento progressivo del numero di clienti

Nei primi 12 mesi di attività effettiva (considerata dallo 01/01/2019) di ciascuna **TV&TV** è prevista una crescita graduale del flusso di clientela sino a posizionarsi a un massimo di 1,766 clienti per emittente.

Nella analisi dei *flussi di crescita* della clientela si è considerato che la necessità di reperire nuovi clienti è inversamente proporzionale alla crescita dei clienti attivi in quanto, per effetto della fidelizzazione, una percentuale dei clienti presenti in un mese (stimata in circa il 40%) permane anche nel/nei mese/i successivo/i.

Al raggiungimento del target **TV&TV** acquisirà circa lo 0,3% del mercato "*native video*" e "*native advertising*" (dettaglio nel *BP First part*).

Previsione dei flussi di clientela **per ogni singola emittente TV&TV** (Clienti attivi nel corso del mese, evoluzione progressiva per i primi 20 mesi).

	Nuovi clienti	Clienti fidelizzati	Clienti presenti
1° mese	40	=	40
2° mese	60	16	76
3° mese	100	30	130
4° mese	140	52	192
5° mese	180	76	256
6° mese	220	102	322
7° mese	260	128	388
8° mese	300	155	455
9° mese	350	182	532
10° mese	400	212	612
11° mese	450	244	694
12° mese	500	277	777
13° mese	550	310	860
14° mese	600	344	944
15° mese	650	377	1.027
16° mese	700	410	1.110
17° mese	750	444	1.194
18° mese	800	477	1.277
19° mese	850	510	1.360
20° mese	900	544	1.444

Successivamente al raggiungimento del target sarà posta in essere una costante azione di mantenimento del numero dei clienti utilizzando le soluzioni già evidenziate nelle apposite sezioni del *BP First part* con particolare attenzione allo sviluppo ed all'incremento della clientela fidelizzata.

Analisi grafica della previsione di ingresso mensile di nuovi clienti (ordinate clienti – ascisse mesi)



L'incremento della clientela è calcolato su una crescita mensile di 40 clienti per i primi 8 mesi e di 50 clienti per i mesi successivi. Considerato il numero di contatti nel periodo (azione combinata della promozione sui social e dell'attività delle strutture di individuazione e contatto) pari a circa 800.000 contatti diretti oltre a circa 5.000.000 di contatti visuali la richiesta di adesione è pari allo **0,152%** ovvero ad 1 ordine concluso ogni 1.000 contatti (fra diretti e visuali).

La necessità di reperire nuovi clienti è *inversamente proporzionale* al numero di clienti reperiti diminuendo quindi con il trascorrere del tempo: maggiore è il numero dei clienti serviti e maggiore è la promozione, diretta e indotta, che raggiunge ulteriori potenziali clienti (passa-parola, promozione sui propri social da parte dei clienti, pubblicità sui social a pagamento, attività delle strutture di individuazione e contatto).

## Flussi di clientela

(Flussi mensili totali nel network TV&TV sulla base delle emittenti progressivamente previste in attivazione nel primo quinquennio. Clienti attivi nel corso del mese.

	TV&TV attive	Clienti 2019	TV&TV attive	Clienti 2020	TV&TV attive	Clienti 2021	TV&TV attive	Clienti 2022	TV&TV attive	Clienti 2023
Jan	1	40	5	2.246	10	8.090	16	15.717	22	25.122
Feb	1	76	5	2.607	10	8.665	16	16.428	23	25.991
Mar	1	130	5	2.980	11	9.222	17	17.211	23	26.795
Apr	2	232	6	3.399	11	9.795	17	17.932	24	27.583
Maj	2	332	6	3.828	12	10.350	18	18.729	24	28.345
Jun	2	452	7	4.318	12	10.923	18	19.455	25	29.129
Jul	3	620	7	4.824	13	11.477	19	20.254	25	29.910
Ago	3	787	8	5.397	14	12.080	19	21.065	26	30.712
Sep	4	1.024	8	5.892	15	12.750	20	21.865	26	31.498
Oct	4	1.268	9	6.449	15	13.448	21	22.676	27	32.304
Nov	5	1.575	9	7.014	16	14.227	21	23.475	27	33.091
Dec	5	1.899	9	7.525	16	14.935	22	24.327	28	33.898

## Fatturato

### Quantità di prodotto disponibile

Il prodotto di TV&TV è rappresentato dai *minuti di spazio televisivo* vendibili a coloro che vogliono trasmettere propri video o programmi e dagli *spot pubblicitari* di 15/20 secondi inseribili fra il termine di un video e l'inizio del successivo. In questa sede in via prudenziale vengono considerati solo i "*minuti*" vendibili (introito € 6,00 per minuto) **e non** gli spazi pubblicitari da 20 secondi vendibili a 5,00 € per singolo spazio (introito € 15,00 per minuto).

Ogni giorno le 16 ore utilmente vendibili in ciascuna emittente TV&TV (08.00 – 24.00) comprendono 960 minuti utilmente vendibili (29.200 minuti mese).

### Realizzazione del fatturato

Quantità **massima** di prodotto vendibile in un mese da ogni **TV&TV** e **massimo** fatturato realizzabile

Minuti vendibili ad autori in un mese	Max Ricavo da vendita minuti in un mese
<b>29,200</b>	<b>€ 175.200,00</b>

Al fine di esporre in termini prudenziali la successiva analisi, nel calcolo previsionale dei fatturati progressivi vengono considerati solo i minuti di spazio televisivo vendibili a clienti per trasmettere propri video/programmi/rubriche e **non vengono considerati** gli *introiti derivanti dalla vendita di pubblicità* (spazi da 15/20 secondi a € 5,00 cadauno) e non vengono considerati i possibili *introiti derivanti dall'inserimento di banner pubblicitari* nel corso della trasmissione di un video.

## Previsione di evoluzione del fatturato

L'evoluzione del fatturato viene calcolata sulla base del numero dei clienti progressivamente acquisiti fra tutte le emittenti **TV&TV** attive.

Vengono utilizzati come parametri:

- l'incasso/minuto relativo a 1 minuto di spazio televisivo ad € 6,00
- L'acquisto di 15 minuti di spazio (media in un anno) da parte di un singolo cliente (€ 90,00)

(in €)	5 TV&TV	9 TV&TV	16 TV&TV	22TV&TV	28 TV&TV
	2019	2020	2021	2022	2023
Jan	3.600,00	202.140,00	728.100,00	1.414.530,00	2.260.980,00
Feb	6.840,00	234.630,00	779.850,00	1.478.520,00	2.339.190,00
Mar	11.700,00	268.200,00	829.980,00	1.548.990,00	2.411.550,00
Apr	20.880,00	305.910,00	881.550,00	1.613.880,00	2.482.470,00
Maj	29.880,00	344.520,00	931.500,00	1.685.610,00	2.551.050,00
Jun	40.680,00	388.620,00	983.070,00	1.750.950,00	2.621.610,00
Jul	55.800,00	434.160,00	1.032.930,00	1.822.860,00	2.691.900,00
Ago	70.830,00	485.730,00	1.087.200,00	1.895.850,00	2.764.080,00
Sep	92.160,00	530.280,00	1.147.500,00	1.967.850,00	2.834.820,00
Oct	114.120,00	580.410,00	1.210.320,00	2.040.840,00	2.907.360,00
Nov	141.750,00	631.260,00	1.280.430,00	2.112.750,00	2.978.190,00
Dec	170.910,00	677.250,00	1.344.150,00	2.189.430,00	3.050.820,00
<b>Year</b>	<b>759.150,00</b>	<b>5.083.110,000</b>	<b>12.236.580,00</b>	<b>21.522.060,00</b>	<b>31.894,020,00</b>

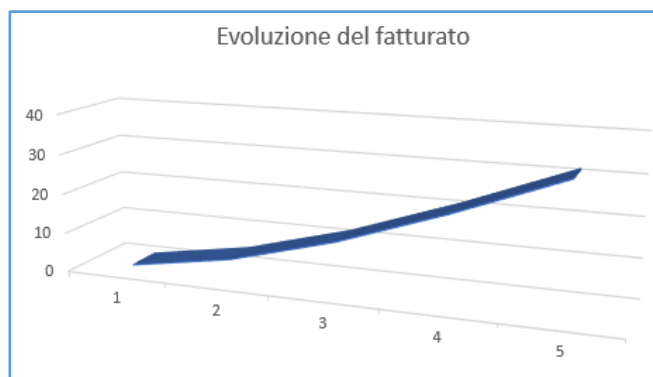
Il fatturato previsionale esposto è pari per il 2019 al 13% del *massimo fatturato realizzabile*, per il 202 al 35% del massimo fatturato realizzabile, per il 2021 al 45%, per il 2022 al 55% e per il 2023 al 61%.

Il rilevante incremento del fatturato evidenziato deriva dal combinato fra la progressiva maggiore penetrazione di ciascuna TV&TV nel mercato locale e l'incremento del numero di TV&TV attivate.



Rappresentazione grafica della previsione di incremento annuale del fatturato 2019/2023.

Ordinate: Milioni di €  
Ascisse: Anni di esercizio



## CAC

L'acquisizione dei nuovi clienti (mediamente, considerando anche i clienti provenienti dal sito sociale, quindi privi di costi per la vendita) evidenzia un **CAC** medio nel quinquennio pari ad € 44,68 in linea con le medie di settore nelle telecomunicazioni.

## Costi

### Sintesi dei costi

Suddivisione degli argomenti di spesa per settore:



## Dettaglio dei costi

### Operating costs

I costi operativi si sostanziano in:

- **Costi di irradiazione del segnale**
  - Costo canali satellitari (€ 7.000,00 per TV&TV mese)
  - Costo piattaforme terrestri straniere (€ 2.000,00 per TV&TV mese)
  -
- **Costi per pubblicità e marketing**
  - Campagna promozionale sui social (€ 500,00 per TV&TV mese)
  - Materiali promozionali (€ 200,00 per TV&TV mese)
- **Costi di locazione e servizi**
  - Costi sede legale, gestionale e messa in onda (€ 800,00 mese)
  - Successiva sede di rappresentanza (€ 5.000,00 mese)
  - Servizi, vigilanza, consumer, assicurazione (€ 500 mese per TV&TV)
- **Costi amministrativi e legali**
  - Approntamento e trasmissione fatture ai clienti (€ 0,20 per fattura)
  - Gestione amministrativa (€ 1.000 mese per TV&TV)
  - Consulenze legali e fiscali (€ 300 mese per TV&TV)
- **Costi di gestione del prodotto**
  - Server (€ 100 mese per TV&TV)
  - Cloud (€ 100 mese per TV&TV)
  - Fibra (€ 100 mese per TV&TV)
  - Software (€ 80 mese per TV&TV)
- **Costi vari, costi generali**
  - Viaggi (media 200 € mese per TV&TV)
  - Spese per la comunicazione (media 200 € mese per TV&TV)
  - Spese di rappresentanza (media 200 € mese per TV&TV)

### Staff costs

- **Personale di sede**
  - Dipendenti (€ 3.000,00 mensili sino al 2° semestre 2019, da tale data, progressivamente nei successivi 6 mesi sino a 12.000,00 € mensili)
  - Consulenti e collaboratori esterni (€ 1.000,00 mensili sino al 2° semestre 2019, da tale data, progressivamente nei successivi 6 mesi sino a 4.000,00 € mensili)

## Variable costs

- **Costi della vendita**
  - Provvigioni ai venditori (20% medio massimo)
  - Percentuali ai titolari dei siti che posizionano il link al nostro sito o titolari di Macroaree che distribuiscono le nostre brochure ai propri clienti (6,67%)
  - Competenze percentuali allo Staff manager (3,5% medio)  
(le provvigioni ai venditori o in alternativa a seconda della provenienza dell'ordine, si sommano alle percentuali dello Staff manager determinando un costo massimo pari al 23,5% del fatturato)
  
- **Diritti sui format**
  - (8% sul fatturato)
  
- **Iniziative di coesione con collaboratori e clienti**
  - (2% sul fatturato)

## Amortization costs (average in the period)

- **Ammortamento attrezzature**
  - Adeguamento locali e arredi inclusa sede di rappresentanza dal secondo semestre 2019 (€ 70,000 ammortizzabili in 36 mesi da settembre 2019)
  - Hardware (€ 5,000 ammortizzabili in 36 mesi per ogni TV&TV estera da Marzo 2019)
  
- **Accrued debt**
  - € 3,000 mese (per i primi 36 mesi)

## Evoluzione progressiva dei costi

(Rapportata alle **TV&TV** attivate e ai mesi di attività di ciascuna **TV&TV** nel corso dell'esercizio)

Le emittenti **TV&TV** sono **cloni**; gli stessi costi si ripetono quindi ogni mese sostanzialmente uguali nelle varie **TV&TV** (anche con le differenze dovute alla variazione di costi nelle nazioni i costi nel *complesso globale* sono equiparabili ai costi sostenuti in Italia; la successiva tabella evidenzia il numero delle **TV&TV** progressivamente accese, e per quanti mesi nel corso dell'esercizio opera ogni **TV&TV** sommando il numero dei mesi di attività di ciascuna **TV&TV** nell'esercizio).

Esercizio	Somma dei mesi di attività di tutte le <b>TV&amp;TV</b> nel corso dell'esercizio
2019	33
2020	84
2021	155
2022	224
2023	300

### Details Operating costs

Mesi operativi totali	33	84	155	224	300
Number of TV&TV	5	9	16	22	28
2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
TV Signal	231.000	588.000	1.085.000	1.568.000	2.100.000
Advertising	23.100	58.800	108.500	156.800	210.000
Lease & services	55.400	169.200	261.500	351.200	450.000
Administration & Legal	44.587	120.495	228.692	339.026	460.875
Cloud, server, software	12.540	31.920	58.900	85.120	114.000
General costs	19.800	50.400	93.000	134.400	180.000
<b>Total</b>	<b>386.427</b>	<b>1.018.815</b>	<b>1.835.592</b>	<b>2.634.546</b>	<b>3.514.875</b>

### Details staff costs

Mesi operativi totali	33	84	155	224	300
Number of TV&TV	5	9	16	22	28
2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Staff costs</b>	<b>276.000</b>	<b>1.008.000</b>	<b>1.860.000</b>	<b>2.688.000</b>	<b>3.600.000</b>

### Details variable costs

(I costi sono calcolati sulla base del fatturato previsionale esulla base del 25% medio fra le varie forme di vendita attuate dalla struttura)

2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
Costo della vendita 23,5%	178.400	1.119.531	2.875.596	5.057.684	7.495.095
Copyright fee 8%	60.732	406.649	978.926	1.721.765	2.551.522
Promotion activities 2%	15.183	101.662	244.732	430.441	637.880
<b>Total</b>	<b>254.315</b>	<b>1.702.842</b>	<b>4.099.254</b>	<b>7.209.890</b>	<b>10.684.497</b>

### Amortization and accrued debt

2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
Amortizations	10.384	30.396	36.360	32.024	15.120
Accrued debt	36.000	36.000	36.000	0	0
<b>Total</b>	<b>46.384</b>	<b>66.396</b>	<b>72.360</b>	<b>32.024</b>	<b>15.120</b>

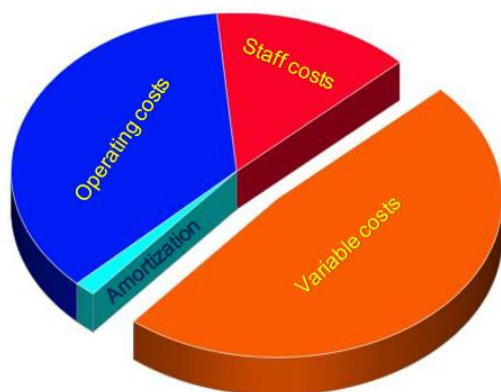
Riepilogo della previsione di costi per il periodo

Year	Operating	Staff	Variable	Amortization	<b>COSTS</b>
<b>2019</b>	386.427	276.000	254.615	46.384	<b>963,426</b>
<b>2020</b>	1.018.815	1.008.000	1.702.842	66.396	<b>3.796.053</b>
<b>2021</b>	1.835.592	1.860.000	4.099.254	72.360	<b>7.867.206</b>
<b>2022</b>	2.634.546	2.688.000	7.209.890	32.024	<b>12.564.460</b>
<b>2023</b>	3.514.875	3.600.000	10.684.497	15.120	<b>17.814.492</b>

Ripartizione % delle specifiche voci di spesa rispetto al totale dei costi

Year	% Operating costs	% Staff costs	% Variable costs	% Amortization
2019	40,11%	28,65%	26,43%	4,81%
2020	26,84%	26,55%	44,86%	1,75%
2021	23,33%	23,64%	52,11%	0,92%
2022	20,97%	21,39%	57,38%	0,25%
2023	19,73%	20,21%	59,98%	0,08%
<b>Average&gt;</b>	<b>26,20%</b>	<b>24,09%</b>	<b>48,15%</b>	<b>1,56%</b>

Ripartizione grafica delle specifiche voci di spesa rispetto al totale dei costi

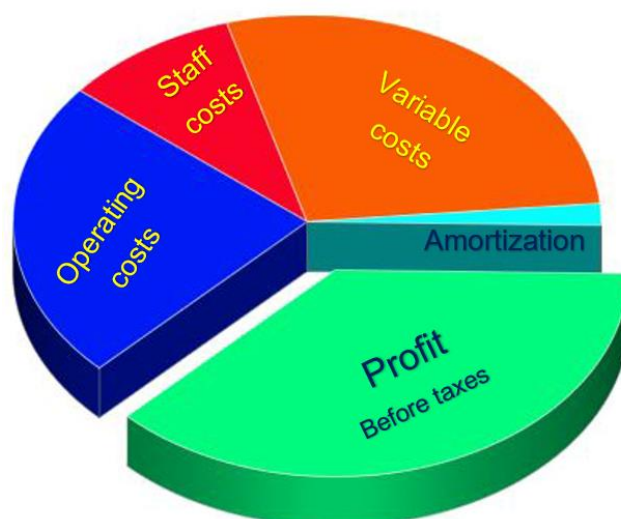


All'interno della voce *variable costs* sono considerati tutti i costi della vendita e della acquisizione dei diritti sui format.

Ripartizione % delle specifiche voci di spesa rispetto al fatturato previsionale

Year	% Operating costs	% Staff costs	% Variable costs	% Amortization
2019	50,90%	36,36%	33,54%	6,11%
2020	20,04%	19,83%	33,50%	1,31%
2021	15,00%	15,20%	33,50%	0,59%
2022	12,24%	12,49%	33,50%	0,15%
2023	11,02%	11,29%	33,50%	0,05%
<b>Average&gt;</b>	<b>21,84%</b>	<b>19,03%</b>	<b>33,51%</b>	<b>1,64%</b>

Ripartizione grafica della suddivisione delle specifiche voci di spesa rispetto al fatturato previsione



**I costi assorbono il 76,02% del fatturato residuando un utile before taxes nel quinquennio pari al 23,98% del fatturato.**

Si ricorda che la previsione di fatturato è stata sviluppata **senza tenere conto degli introiti** che deriveranno dalla vendita di spot e di banner pubblicitari (i quali possono determinare un incremento del fatturato variabile dal 15 al 20%) e che per l'esercizio 2019 si è considerata in via prudenziale una previsione di vendita pari al solo 13% delle vendite effettivamente realizzabili.

Nel caso le strutture di vendita non realizzassero risultati in linea con le previsioni, parte delle somme imputate (all'interno dei *Variable costs*) come *costi di vendita* verrebbero trasferite alla voce *spese per la pubblicità* modificando in tal modo il rapporto fra *Operating costs* e *Variable costs* ma non il rapporto fra costi e profitti.

## Sviluppo delle previsioni finanziarie

### Net sales

I pagamenti vengono sempre effettuati dai clienti in modo anticipato rispetto alla trasmissione dei loro video; è stato comunque previsto l'accantonamento di una percentuale dell'1% sul fatturato in previsione di eventuali *return* o *allowances*.

2019/2023	2019	2020	2021	2022	20223
Gross revenue	759.150	5.083.110	12.236.580	21.522.060	31.894.020
Return & allowances 1%	7.592	50.831	122.366	215.221	318.940
<b>NET SALES</b>	<b>751.559</b>	<b>5.032.279</b>	<b>12.114.214</b>	<b>21.306.839</b>	<b>31.575.080</b>

### EBIDTA

2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
<b>EBITDA</b>	<b>-165.183</b>	<b>1.302.622</b>	<b>4.319.368</b>	<b>9.053.403</b>	<b>13.775.708</b>

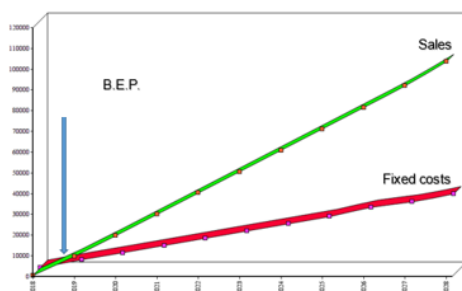
### Break Even Point

Il Break Even Point considera il *fatturato* da realizzare al netto dei costi della vendita e dei diritti sui format, per avere la copertura dei costi fissi.

(Nel calcolo del B.E.P. percentuale viene considerato il *massimo* fatturato realizzabile)

	Sales for B.E.P.	B.E.P.%
2019	1.040.000	18,00%
2020	3.070.000	21,00%
2021	5.510.000	20,00%
2022	7.820.000	20,00%
2023	10.420.000	20,00%

Rapporto grafico fra i costi fissi ed il fatturato previsionale al netto dei costi variabili



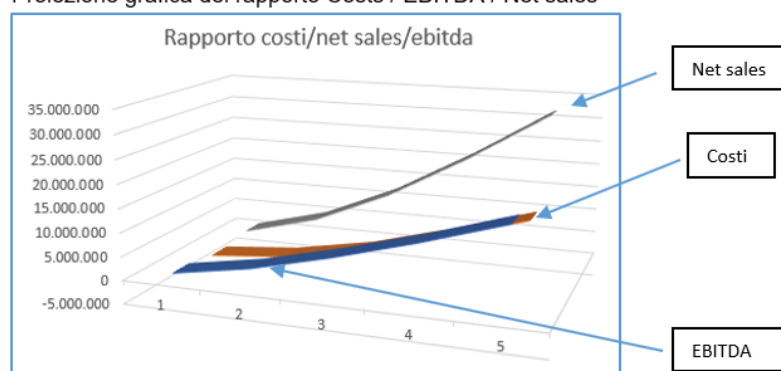


## COSTI / RICAVI / EBITDA

Il raffronto tra net sales, costi (costi operativi + costi variabili + costo del venduto) e EBITDA evidenzia come a seguito di un incremento dei costi proporzionalmente inferiore all'incremento della quantità di prodotto venduto si rileva un aumento costante dei ricavi a cui corrisponde un aumento costante dei margini.

2019/2029	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Costs</b>	916.742	3.729.657	7.794.846	12.253.436	17.799.372
<b>EBITDA</b>	-165.183	1.302.622	4.319.368	9.053.403	13.775.708
<b>Net sales</b>	751.559	5.032.279	12.114.214	21.306.839	31.575.080

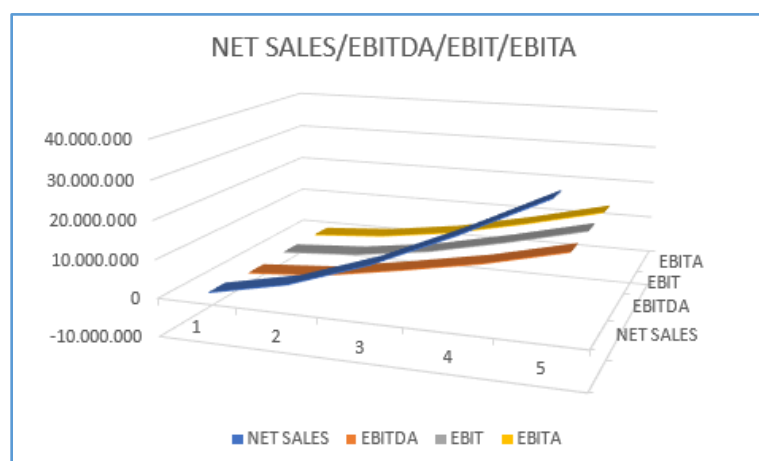
Proiezione grafica del rapporto Costs / EBITDA / Net sales



## EBITDA (MOL) / EBIT / EBITA

2019/2023	2019	2020	2021	2022	2023
Revenue	759.150	5.083.110	12.236.580	21.522.060	31.894.020
Returns+Allowances 1%	7.592	50.831	122.366	215.221	318.940
Net sales	751.559	5.032.279	12.114.214	21.306.839	31.575.080
Costs of TV Signal	231.000	588.000	1.085.000	1.568.000	2.100.000
<b>Gross Margin</b>	<b>520.559</b>	<b>4.444.279</b>	<b>11.029.214</b>	<b>19.738.839</b>	<b>29.475.080</b>
<b>Other Operating costs</b>					
Advertising	23.100	58.800	108.500	156.800	210.000
Lease & services	55.400	169.200	261.500	351.200	450.000
Administration & Legal	44.587	120.495	228.692	339.026	460.875
Cloud, server, software	12.540	31.920	58.900	85.120	114.000
General costs	19.800	50.400	93.000	134.400	180.000
<b>Total other operating costs</b>	<b>155.427</b>	<b>430.815</b>	<b>750.592</b>	<b>1.066.546</b>	<b>1.414.875</b>
<b>ADDED VALUE</b>	<b>365.132</b>	<b>4.013.464</b>	<b>10.278.622</b>	<b>18.672.293</b>	<b>28.060.205</b>
Staff costs	276.000	1.008.000	1.860.000	2.688.000	3.600.000
Copyright fee (8%)	60.732	406.649	978.926	1.721.765	2.551.522
Cost of sales (23,5%)	178.400	1.194.531	2.875.596	5.057.684	7.495.095
Promotion activities (2%)	15.183	101.662	244.732	430.441	637.880
<b>MOL/ EBITDA</b>	<b>-165.183</b>	<b>1.302.622</b>	<b>4.916.368</b>	<b>8.774.403</b>	<b>13.775.708</b>
Amortizations	10.384	30.396	36.360	32.024	15.120
<b>EBIT</b>	<b>- 175,567</b>	<b>1.272.226</b>	<b>4.238.008</b>	<b>8.742.379</b>	<b>13.760.588</b>
Accrued debt	36.000	36.000	36.000	0	0
<b>EBITA</b>	<b>- 211.567</b>	<b>1.236.226</b>	<b>4.247.008</b>	<b>8.742.379</b>	<b>13.760.588</b>

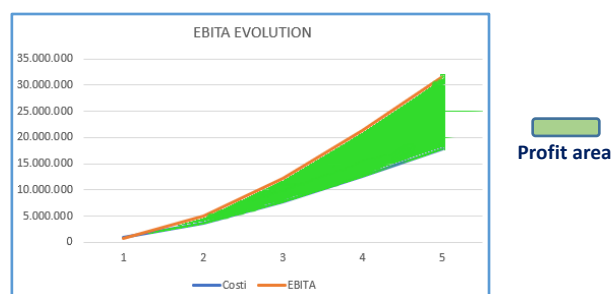
### Rapporto Net sales / Ebitda / Ebit / Ebita



## Margine di profitto/perdita (Ebita)

Year	Ebita (\$)	Ebita (% on net sales)
2019	-211.768	-28%
2020	1.302.622	+26%
2021	4.247.008	+35%
2022	8.742.379	+41%
2023	13.760.588	+44%

### EBITA evolution



## ROI

La formula utilizzata in questa sede è:

$$\frac{\text{Operating result}}{\text{income from sales}} \times \frac{\text{income from sales}}{\text{invested capital}}$$

Il ROI viene calcolato sull'investimento complessivo in share (attualmente pari a 430.000,00 € considerando anche i finanziamenti in conto aumento capitale effettuati dagli attuali soci ancora da imputare a capitale) come pari a 500.000,00 € a fronte dell'ingreso di ulteriori 3/4 soci e considerando il *Net profit margin before taxes*.

## ROI

2019	2020	2021	2022	2023
-33%	275%	983%	1.754%	2.755%

## Valutazione pre-money e post-money

Si è proceduto ad applicare sia il *Berkus Method* che il *Ventura Capital Method*, comunemente utilizzati per la valutazione di *pre-revenue*.

### Berkus method (From 100,000 to 1.000,000 €)

Qualità manageriali del team (Rischio di esecuzione)	400,000
Proposta di valore (Rischio prodotto)	700,000
Prototipo funzionante (rischio tecnologico)	800,000
Relazioni strategiche (rischio di mercato competitivo)	1.000.000
Prodotto lanciato (rischio finanziario o di produzione)	700,000
<b>Valutazione pre-money</b>	<b>3,600,000</b>
<b>Valutazione post-money</b>	<b>3,700,000</b>

### Venture capital method

Previsione utile netto al 5° anno	<b>€ 13.760.588</b>	Previsione di ricavi per il 5° esercizio
In anni	5	In the year 2023
P/E (multiplo)	5	Price/Earnings media di settore
Tasso di ritorno	70%	Su uno share capital di € 500,000
Valore attuale dell'azienda	€ 4.845.675	Sulla base del piano previsionale
Investimenti attesi in share	€ 100,000	
Equity stake	2,06%	(percentuale di capitale che potrebbe essere acquisita con 100.000 € prendendo in considerazione il valore emergente dal VCM, prescindendo dal prezzo di sottoscrizione attuale)
<b>Valutazione pre-money</b>	<b>€ 4.745.765</b>	
<b>Valutazione post-money</b>	<b>€ 4.845.765</b>	

La *media* algebrica dei due metodi utilizzati indica una valutazione dell'azienda pari a:

- **pre-money € 4.172.882**
- **post-money € 4,272,882**

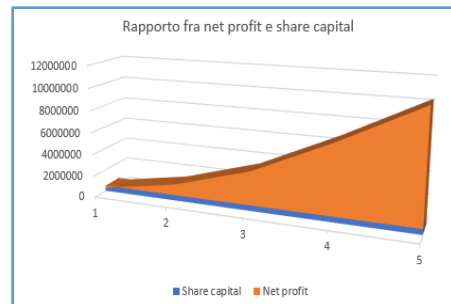
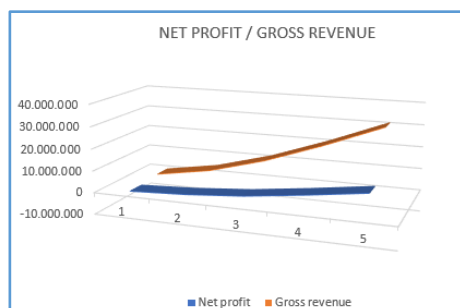
I valori pre e post money presuppongono il rispetto del piano previsionale, eventuali scostamenti in incremento o decremento delle voci esposte nel piano previsionale determinerebbero variazioni nella valutazione.

## Conto economico previsionale 2019 -2023

	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Gross revenue</b>	759.150	5.083.110	12.236.580	21.522.060	31.894.020
Sales return- Allov.	7.592	50.831	122.366	215.221	318.940
<b>Net sales</b>	<b>751.559</b>	<b>5.032.279</b>	<b>12.114.214</b>	<b>21.306.839</b>	<b>31.575.080</b>
<b>Cost of sales (23,5%)</b>	<b>178.400</b>	<b>1.194.531</b>	<b>2.875.596</b>	<b>5.057.684</b>	<b>7.495.095</b>
TV Signal	231.000	588.000	1.085.000	1.568.000	2.100.000
<b>COGS</b>	<b>409.400</b>	<b>1.782.531</b>	<b>3.960.596</b>	<b>6.625.684</b>	<b>9.595.095</b>
<b>Gross margin</b>	<b>342.159</b>	<b>3.249.748</b>	<b>8.153.618</b>	<b>14.681.155</b>	<b>21.979.985</b>
<b>Operating Costs</b>					
Advertising	23.100	58.800	108.500	156.800	210.000
Lease & Services	55.400	169.200	261.500	351.200	450.000
Administration & Legal	44.587	120.495	228.692	339.026	460.875
Server/cloud/software	12.540	31.920	58.900	85.120	114.000
General costs	19.800	50.400	93.000	134.400	180.000
<b>Total Operating costs</b>	<b>155.427</b>	<b>430.815</b>	<b>750.592</b>	<b>1.066.546</b>	<b>1.414.875</b>
<b>Other variable costs</b>					
Copyrights fee 8%	60.732	406.649	978.926	1.721.765	2.551.522
Promotional activit. 2%	15.183	101.662	244.732	430.441	637.880
<b>Total other Var. costs</b>	<b>75.915</b>	<b>508.311</b>	<b>1.223.658</b>	<b>2.152.206</b>	<b>3.189.402</b>
<b>Staff costs</b>					
Staff costs	276.000	1.008.000	1.860.000	2.688.000	3.600.000
<b>COSTS + COGS</b>	<b>916.742</b>	<b>3.729.657</b>	<b>7.794.846</b>	<b>12.532.436</b>	<b>17.799.372</b>
<b>MOL (EBITDA)</b>	<b>-165.183</b>	<b>1.302.622</b>	<b>4.319.368</b>	<b>8.774.403</b>	<b>13.775.708</b>
Amortizations	10.384	30.396	36.360	32.024	15.120
<b>EBIT</b>	<b>-175.567</b>	<b>1.272.226</b>	<b>4.283.008</b>	<b>8.742.379</b>	<b>13.760.588</b>
Accrued debt	36.000	36.000	36.000	0	0
<b>Profit before taxes (EBITA)</b>	<b>-211.567</b>	<b>1.236.226</b>	<b>4.247.008</b>	<b>8.742.379</b>	<b>13.760.588</b>
<b>Taxes (24%)</b>	=	<b>245.918</b>	<b>1.019.281</b>	<b>2.098.170</b>	<b>3.302.541</b>
<b>Profit after taxes</b>	<b>-211.567</b>	<b>990.308</b>	<b>3.227.727</b>	<b>6.644.209</b>	<b>10.458.047</b>
Legal reserve (5%)	=	49.515	161.386	332.210	522.902
<b>Net profit</b>	<b>-211.567</b>	<b>940.792</b>	<b>3.066.341</b>	<b>6.311.999</b>	<b>9.935.145</b>

(I dati previsionali esposti sono condizionati dal rispetto della sequenza di attivazione delle **TV&TV** precisata nel Business Plan, eventuali accelerazioni o ritardi nelle attivazioni determinerebbero modifiche ai dati previsionali).

Evoluzione grafica del rapporto fra **net profit e gross revenue** e fra **net profit e share capital**



## Conto economico previsionale trimestrale 2019

	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
	Gen / Feb / Mar	Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
<b>Gross revenue</b>	22.140	91.440	218.790	426.780
Sales on return-Allow.	221	914	2.187	4.267
<b>Net sales</b>	<b>21.918</b>	<b>90.525</b>	<b>216.602</b>	<b>422.512</b>
<b>Cost of sales</b>	<b>5.203</b>	<b>21.488</b>	<b>51.415</b>	<b>100.293</b>
<i>TV Signal</i>	21.000	42.000	70.000	98.000
<b>COGS</b>	<b>26.203</b>	<b>63.488</b>	<b>121.415</b>	<b>198.293</b>
<b>Gross margin</b>	<b>-4.285</b>	<b>27.037</b>	<b>95.187</b>	<b>224.219</b>
<b>Operating Costs</b>				
Advertising	2.100	4.200	7.000	9.800
Lease & Services	2.400	4.800	15.000	33.200
Administration & Legal	3.949	8.003	13.486	19.148
Cloud, server, software	1.140	2.280	3.800	5.320
General costs	1.800	3.600	6.000	8.400
<b>Sum operating costs</b>	<b>11.389</b>	<b>22.883</b>	<b>45.286</b>	<b>75.868</b>
<b>Other variable costs</b>				
Copyrights fee	1.771	7.315	17.503	34.142
Promotional activities	443	1.829	4.376	8.535
<b>Sum other Variable costs</b>	<b>2.214</b>	<b>9.144</b>	<b>21.879</b>	<b>42.677</b>
<b>Staff costs</b>				
<b>Staff costs</b>	<b>10.000</b>	<b>36.000</b>	<b>72.000</b>	<b>158.000</b>
<b>COSTS + COGS</b>	<b>49.806</b>	<b>131.515</b>	<b>260.580</b>	<b>474.838</b>
<i>Amortizations</i>				10.384
<i>Accrued debt</i>	9.000	9.000	9.000	9.000
<b>Gross Profit</b>	<b>-36.888</b>	<b>-49.990</b>	<b>-52.978</b>	<b>-71.717</b>

## Conto economico previsionale trimestrale 2020

	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
	Gen / Feb / Mar	Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
<b>Gross revenue</b>	704.970	1.039.050	1.450.170	1.888.920
Sales on return-Allow.	7.050	10.390	14.502	18.889
<b>Net sales</b>	<b>697.920</b>	<b>1.028.660</b>	<b>1.435.668</b>	<b>1.870.031</b>
<b>Cost of sales</b>	<b>165.667</b>	<b>244.177</b>	<b>340.790</b>	<b>443.896</b>
<i>TV Signal</i>	105.000	133.000	161.000	189.000
<b>COGS</b>	<b>270.667</b>	<b>377.177</b>	<b>501.790</b>	<b>632.896</b>
<b>Gross margin</b>	<b>427.253</b>	<b>651.483</b>	<b>933.878</b>	<b>1.237.135</b>
<b>Operating Costs</b>				
Advertising	10.500	13.300	16.100	18.900
Lease & Services	34.500	39.700	44.900	50.100
Administration & Legal	21.066	27.009	33.122	39.297
Cloud, server, software	5.700	7.220	8.870	10.260
General costs	9.000	11.400	13.800	16.071
<b>Sum operating costs</b>	<b>80.766</b>	<b>98.629</b>	<b>116.792</b>	<b>134.628</b>
<b>Other variable costs</b>				
Copyrights fee	56.397	83.125	116.014	151.113
Promotional activities	14.099	20.782	29.003	37.778
<b>Sum other Variable costs</b>	<b>70.496</b>	<b>103.907</b>	<b>145.017</b>	<b>188.891</b>
<b>Staff costs</b>				
<b>Staff costs</b>	<b>180.000</b>	<b>226.000</b>	<b>260.000</b>	<b>342.000</b>
<b>COSTS + COGS</b>	<b>601.929</b>	<b>805.713</b>	<b>1.023.599</b>	<b>1.298.415</b>
<i>Amortizations</i>				30.396
<i>Accrued debt</i>	9.000	9.000	9.000	9.000
<b>Profit</b>	<b>86.991</b>	<b>213.947</b>	<b>403.069</b>	<b>532.220</b>

(le differenze di 1 € rispetto al piano finanziario sono dovute all'arrotondamento dei decimali)

### Evoluzione progressiva del cash flow – 2019 / 2020

	Working capital	Cash facility	Cash flow Progressive
1° Q. 2019	-36.888	140.000	103.112
2° Q.	-49.990		53.122
3° Q.	-52.978		-144
4° Q.	-71.717		-71.573
1° Q. 2020	86.991		15.418
2° Q.	213.947		229.365
3° Q.	403.069		623.434
4° Q.	532.220		1.164.654

L'analisi del cash flow viene sviluppata considerando di effettuare pagamenti "anticipati", nella realtà operativa i pagamenti vengono effettuati mediamente a 30 giorni e per tale ragione anche le aree che presentano un cash flow provvisoriamente negativo non richiedono immissione di liquidità esterna.

Ulteriore margine di sicurezza viene garantito dalla possibilità di "tarare le uscite", nel senso di procrastinare l'inserimento di nuovo personale e l'attivazione di ulteriori TV&TV in funzione della disponibilità di cassa

## Exit strategy

Completata l'attivazione di ulteriori 2/3 emittenti televisive **TV&TV** in nazioni ulteriori all'Italia, gli shareholders possono, se lo ritengono, scegliere fra diverse possibili strategie di uscita:



Oppure optare per:

- Proseguire nella esecuzione del piano finanziario così come pianificato.
- Ridurre o incrementare il programma di attivazione delle ulteriori emittenti televisive **TV&TV**.

Nel ringraziare per l'attenzione si ricorda che:

- Particolari situazioni, favorevoli o sfavorevoli nei cambi fra il dollaro, l'euro e le altre valute potrebbero determinare scostamenti dalle previsioni.
- Le cifre sono indicate nel formato europeo e la valuta applicata è l'Euro.
- Le cifre sono arrotondate all'unità più vicina
- Per quanto il BP via stato redatto applicando criteri prudenziali esso espone dati previsionali.

**Firenze 2018**

**6Mia srl – il CEO**

*Karczevska Margena*