

# TV&TV



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

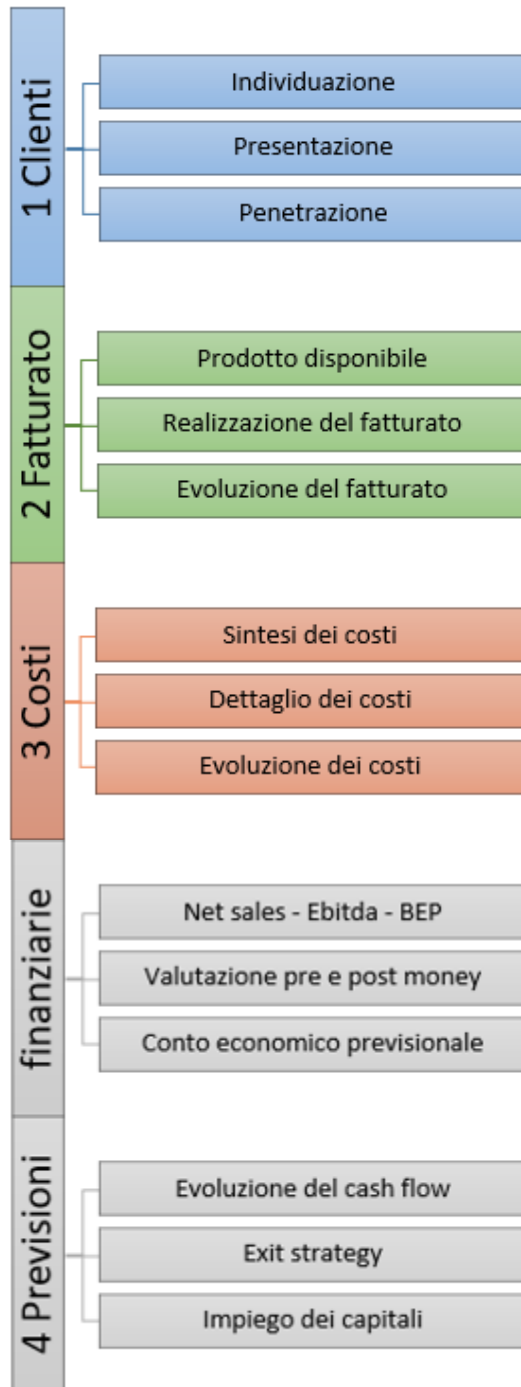
Years 2018-2022

3	Note preliminari
4	Impostazione
5	Clienti
7	Fatturato
8	Evoluzione previsionale del fatturato
9	Costi
10	Dettaglio dei costi
12	Evoluzione progressiva dei costi
15	COSTI/RICAVI/EBITDA
17	ROI
18	Valutazione pre e post money
19	Conto economico previsionale per esercizio
20	Redditività dell'investimento
20	Valorizzazione del capitale
21	Conto economic previsionale trimestrale
22	Evoluzione del cash flow
23	Exit strategy
24	Impiego dei capitali

## Note preliminari

- Il **prodotto** di **TV&TV** è rappresentato dai *minuti di spazio televisivo* vendibili a 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.
- L'esecuzione del piano finanziario prevede il collocamento di shares per un importo complessivo di € 150.000,00 (equivalenti ad una partecipazione del 20%) suddivise in 50 *quote parti* composte ciascuna da 3.000 quote con valore nominale di € 1,00 per quota unitaria, con una sottoscrizione massima di 5 *quote parti* per singolo investitore accompagnate dal diritto di sottoscrivere entro la fine del presente esercizio ulteriori "*quote parti*" sino ad un massimo pari al doppio di quelle sottoscritte inizialmente.
- 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 e dalla eventuale trasmissione di video con licenza CCO Creative Commons.
- 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 stabilizzare entro il primo trimestre del 2019 un numero di clienti sufficiente a raggiungere il BEP e di raggiungere entro 6 mesi il numero di 1.766 clienti medi stabili, ovvero il numero massimo di clienti che **TV&TV** può accogliere nelle ore del day-time 08.00 - 01.00 (Calcolo basato sull'ipotesi di video con durata media 4 minuti).

### Presentazione alla clientela potenziale

I potenziali clienti vengono 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 0,30/0,40% con un rapporto *283/333 contatti >>> 1 cliente*. (Dettaglio esposto alle pagine da 13 a 18 del *BP First part*).

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

Nei primi 6 mesi di attività 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, per effetto dei processi di *fidellizzazione*, una percentuale dei clienti presenti in un mese (stimata in circa il 40%) permane anche nel/nei mese/i successivo/i. Se il mese "1" si

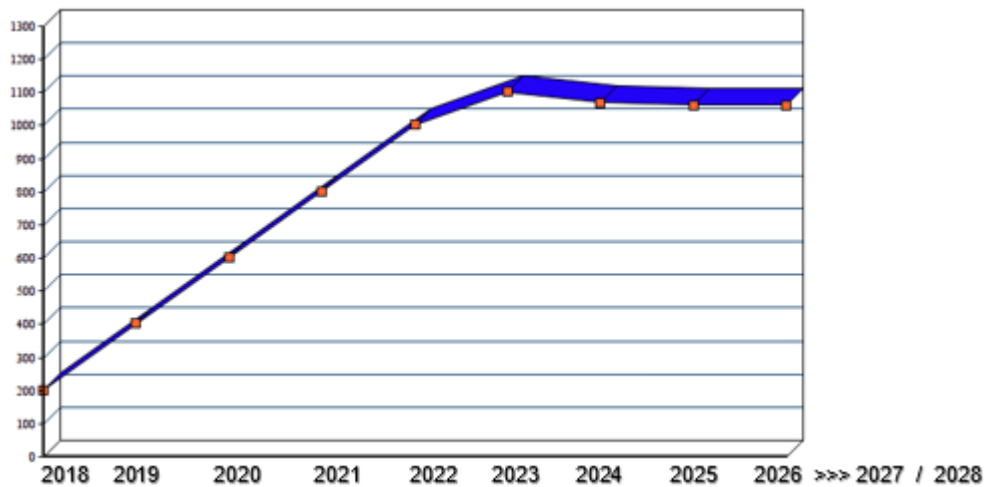
saranno avuti 100 clienti per avere lo stesso numero di clienti il mese successivo sarà necessario reperire 60 nuovi clienti e non 100.

Al raggiungimento del target **TV&TV** acquisirà circa lo 0,3% del mercato “*native video*” e “*native advertising*” (dettaglio alle pagine 5/7 e 36/37 del *BP First part*) in Italia.

Previsione dei flussi di clientela **per TV&TV** (Clienti attivi nel corso del mese).

	Nuovi clienti	Clienti fidelizzati	Clienti presenti	% di incremento mensile dei nuovi clienti
1° mese	200	=	200	=
2° mese	400	80	480	100%
3° mese	600	192	792	66%
4° mese	800	316	1.116	25%
5° mese	800	446	1.246	=
6° mese	1.000	498	1.498	20%
7° mese	1.100	599	1.699	10%
8° mese	1.067	679	1.766	-0.3%
9° mese	1.060	706	1.766	-0.06%
10° mese	1.060	706	1.766	=
.....	.....	.....	.....	=

Analisi grafica della previsione di ingresso mensile di nuovi clienti



Lo sforzo necessario a reperire nuovi clienti per **TV&TV** è *inversamente proporzionale* al numero di clienti reperiti e diminuisce con il trascorrere del tempo dal momento di start: maggiore è il numero dei clienti serviti e maggiore è la promozione, diretta o indotta, che raggiunge un numero progressivamente in crescita di potenziali clienti (passa-parola, promozione sui propri social da parte dei clienti, pubblicità sui social a pagamento, lavoro delle strutture di individuazione e contatto).

## 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 20 secondi inseribili fra il termine di un video e l'inizio del successivo.

Considerando l'inserimento di uno spot pubblicitario fra un video e il successivo, con una durata media di un video pari a 4 minuti, si ha che un *blocco* formato da 4 minuti di spazi (venduti ad un *autore*) e da 1 spot pubblicitario da 20 secondi (venduto a uno *sponsor*) occupa un tempo complessivo di 260 secondi. Ogni giorno le 17 ore vendibili (08.00 – 01.00) includono 61,200 secondi (17x60x60) equivalenti a 235 *blocchi* formati ciascuno da 942 minuti venduti ad autori a € 6.00 per minuto, e 235 spot pubblicitari venduti a sponsor a € 5.00 ciascuno.

### Realizzazione del fatturato

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

Minuti vendibili ad autori in un mese	Spot vendibili a sponsor in un mese	Max Ricavo da vendita minuti in un mese	Max Ricavo da vendita spot in un mese
<b>28.640</b>	<b>7.160</b>	<b>181.840</b>	<b>35.800</b>

Il *massimo fatturato* che ogni **TV&TV** può produrre nel corso di un mese è pari a € 217.640.00 (€ 2.611.680 in un anno). Il *fatturato effettivo* prodotto è correlato al numero di minuti venduti nel corso del mese su ogni singola emittente oltre che alla tipologia di prodotto acquistata.

Nel calcolo previsionale dei fatturati progressivi **non vengono considerati** gli introiti che deriveranno dall'inserimento di *banner pubblicitari* nel corso della trasmissione del video di un autore, non essendo possibile prevedere anticipatamente in modo attendibile quanti autori accetteranno tali inserimenti e quanti no (dettaglio alle pagine 36/37 del *BP First part*).

## Previsione di evoluzione del fatturato

L'evoluzione del fatturato viene calcolata sulla base del numero dei clienti.

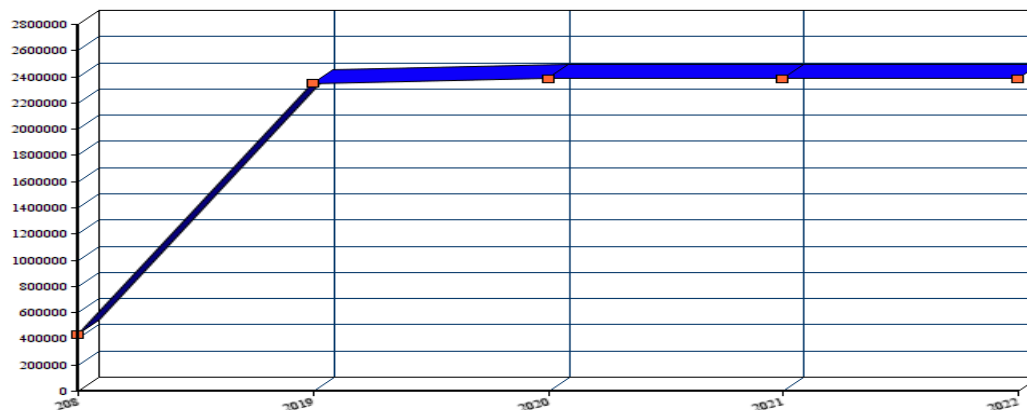
Vengono utilizzati come parametri:

- l'incasso/minuto (un blocco da 260 secondi formato da 4 minuti venduti a 6 €/minuto e uno spot pubblicitario venduto a 5 € - incasso € 29 a blocco - incasso/ minuto € 6.69).
- L'acquisto di 16,81 minuti mensili da parte dei clienti (Media autori e sponsor).

(fatturato in €)	2018	2019	2020	2021	2022
Jan	-	168.467	198.602	198.602	198.602
Feb	-	191.068	198.602	198.602	198.602
Mar	-	198.602	198.602	198.602	198.602
Apr	-	198.602	198.602	198.602	198.602
Maj	-	198.602	198.602	198.602	198.602
Jun	-	198.602	198.602	198.602	198.602
Jul	-	198.602	198.602	198.602	198.602
Ago	22.492	198.602	198.602	198.602	198.602
Sep	53.980	198.602	198.602	198.602	198.602
Oct	89.067	198.602	198.602	198.602	198.602
Nov	125.504	198.602	198.602	198.602	198.602
Dec	140.124	198.602	198.602	198.602	198.602
<b>Year</b>	<b>431.167</b>	<b>2.345.555</b>	<b>2.383.229</b>	<b>2.383.229</b>	<b>2.383.229</b>

Rappresentazione grafica della previsione di incremento annuale del fatturato.





Il maggior sforzo strutturale sarà sostenuto nel periodo agosto 2018 / gennaio 2019, periodo che presenta il maggior tasso di incremento del fatturato, per poi assestarsi nella richiesta di una costante azione di mantenimento dei risultati. Per l'acquisizione dei nuovi clienti è stato previsto un **CAC** di € 20.00 che sarà mantenuto stabile al fine di garantire la continuità della vendita.

## 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 (€ 14.000 mese)
  
- **Costi per pubblicità e marketing**
  - Campagna promozionale sui social (2,15% fatturato)
  - Materiali promozionali (€ 2,500 mese)
  
- **Costi di locazione e servizi**
  - Locazione sede centrale (€ 5,000/mese)
  - Servizi, vigilanza, consumer, assicurazione (€ 2,000/mese)
  
- **Costi amministrativi e legali**
  - Approntamento e trasmissione fatture ai clienti (€ 0,1 x fattura)
  - Gestione amministrativa (€ 2,000 mese)
  - Consulenze legali e fiscali (€ 1,000 mese)
  
- **Costi di gestione del prodotto**
  - Server (€ 500 mese)
  - Cloud (€ 300 mese)
  - Fibra (€ 200 mese)
  - Software (€ 300 mese)
  
- **Costi vari, costi generali**
  - Viaggi (Media € 300 mese)
  - Spese per la comunicazione (Media € 500 mese)
  - Spese di rappresentanza (Media € 500 mese)

## Staff costs

- **Personale di sede**
  - Da 3 (2018) a 8 (dal 2019) dipendenti (€ 2,500 lordi per dipendente/mese)

## Variable costs

- **Costi della vendita** (complessivamente max18% sul fatturato)
  - Provvigioni ai venditori
  - Percentuali ai collaboratori di individuazione siti per link
  - Percentuali ai titolari di siti che posizionano il link

- Competenze percentuali allo Staff manager
- Collaboratori di individuazione e contatto (0,32 € x contatto)
  
- **Diritti sui format**
  - (10% sul fatturato)
  
- **Iniziative di coesione con collaboratori e clienti**
  - (2% sul fatturato)

#### **Amortization costs** (average in the period)

- **Ammortamento attrezzature**
  - Adeguamento locali e arredi (€ 50,000 in 36 mesi, ogni 36 mesi)
  - Hardware (€ 10,000 in 36 mesi, ogni 36 mesi)
  
- **Accrued debt** (rientro finanziamenti)
  - € 10,000 mese (per i primi 12 mesi)

## **Evoluzione progressiva dei costi**

Il costo mensile di ogni settore (*Dettaglio dei costi*) viene moltiplicato per il numero dei mesi operativi in ciascun esercizio.

(Mesi operativi per esercizio)

Esercizio	Mesi di attività nel corso dell'esercizio	Mese di attività preliminari	Mesi considerati nel calcolo dei costi
2018	5	1	6
2019	12		12
2020	12		12
2021	12		12
2022	12		12

### Details Operating costs

Mesi operativi totali	6	12	12	12	12
2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
TV Signal	84.000	168.000	168.000	168.000	168.000
Advertising (*)	50.000	80.429	81.239	81.239	81.239
Lease & services	42.000	84.000	84.000	84.000	84.000
Administration & Legal	61.117	270.556	274.323	274.323	274.323
Cloud, server, software	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
General costs	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
<b>SUM</b>	<b>252.717</b>	<b>634.185</b>	<b>638.762</b>	<b>638.762</b>	<b>638.762</b>

(\*) Per il 2018 la spesa per la pubblicità non viene considerata, come per gli anni successivi, pari al 2,5% del fatturato, ma utilizza le disponibilità di cassa in funzione della necessità di reperire clienti nella fase di start.

### Details staff costs

Number of employees	3	8	8	8	8
2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Staff costs</b>	<b>45.000</b>	<b>240.000</b>	<b>240.000</b>	<b>240.000</b>	<b>240.000</b>

Lo stipendio medio base è di € 1,600 mensili ai quali viene aggiunto il costo dei contributi, del TFR e delle mensilità aggiuntive (13a mensilità).

### Details variable costs

I costi sono calcolati sulla base del fatturato previsionale

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Costo della vendita 18%	77.610	422.200	428.981	428.981	428.981

Copyright fee 10%	43.117	234.556	238.323	238.323	238.323
Promotion activities 2%	8.623	46.911	47.665	47.665	47.665
<b>SUM</b>	<b>129.350</b>	<b>703.667</b>	<b>714.969</b>	<b>714.969</b>	<b>714.969</b>

### Amortization and accrued debt

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Amortizations	8.333	16.667	16.667	16.667	16.667
Accrued debt	60.000	60.000	0	0	0
<b>SUM</b>	<b>68.333</b>	<b>76.667</b>	<b>16.667</b>	<b>16.667</b>	<b>16.667</b>

Dovendo procedere periodicamente all'aggiornamento delle strutture, si è mantenuto il valore di ammortamento sempre costante.

Riepilogo della previsione di costi per il periodo

Year	Operating	Staff	Variable	Amortization	SUM
<b>2018</b>	252.717	45.000	129.350	68.333	<b>495.400</b>
<b>2019</b>	634.185	240.000	703.667	76.667	<b>1.654.519</b>
<b>2020</b>	638.762	240.000	714.968	16.667	<b>1.610.397</b>
<b>2021</b>	638.762	240.000	714.968	16.667	<b>1.610.397</b>
<b>2022</b>	638.762	240.000	714.968	16.667	<b>1.610.397</b>

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.

Ripartizione percentuale dei costi.

Year	Operating	Staff	Variable	Amortization
<b>2018</b>	51,01%	9,08%	26,11%	13,79%
<b>2019</b>	38,33%	14,51%	42,53%	4,63%
<b>2020</b>	39,66%	14,90%	44,40%	1,03%
<b>2021</b>	39,66%	14,90%	44,40%	1,03%
<b>2022</b>	39,66%	14,90%	44,40%	1,03%

### Sviluppo delle previsioni finanziarie

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*.

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gross revenue	431.167	2.345.555	2.383.229	2.383.229	2.383.229
Return & allowances 1%	4.312	23.456	23.832	23.832	23.832
<b>NET SALES</b>	<b>426.856</b>	<b>2.322.100</b>	<b>2.359.397</b>	<b>2.359.397</b>	<b>2.359.397</b>

## EBIDTA

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>EBITDA</b>	<b>-212</b>	<b>761.808</b>	<b>783.889</b>	<b>783.889</b>	<b>783.889</b>

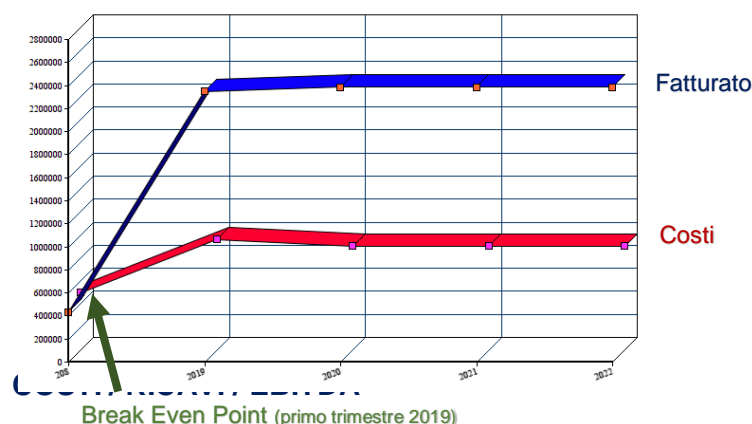
## Break Even Point

Il Break Even Point considera il *fatturato* da realizzare per avere la copertura dei costi fissi, evidenziando il momento dal quale la struttura sarà autosufficiente.

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

	Fixed costs + amortization	Sales for B.E.P.	B.E.P.%
2019	650.852	793.000	33,81%
2020	655.429	799.000	33,53%
2021	655.429	799.000	33,53%
2022	655.429	799.000	33,53%

Rapporto fra i costi fissi e fatturato previsionale al netto dei costi variabili

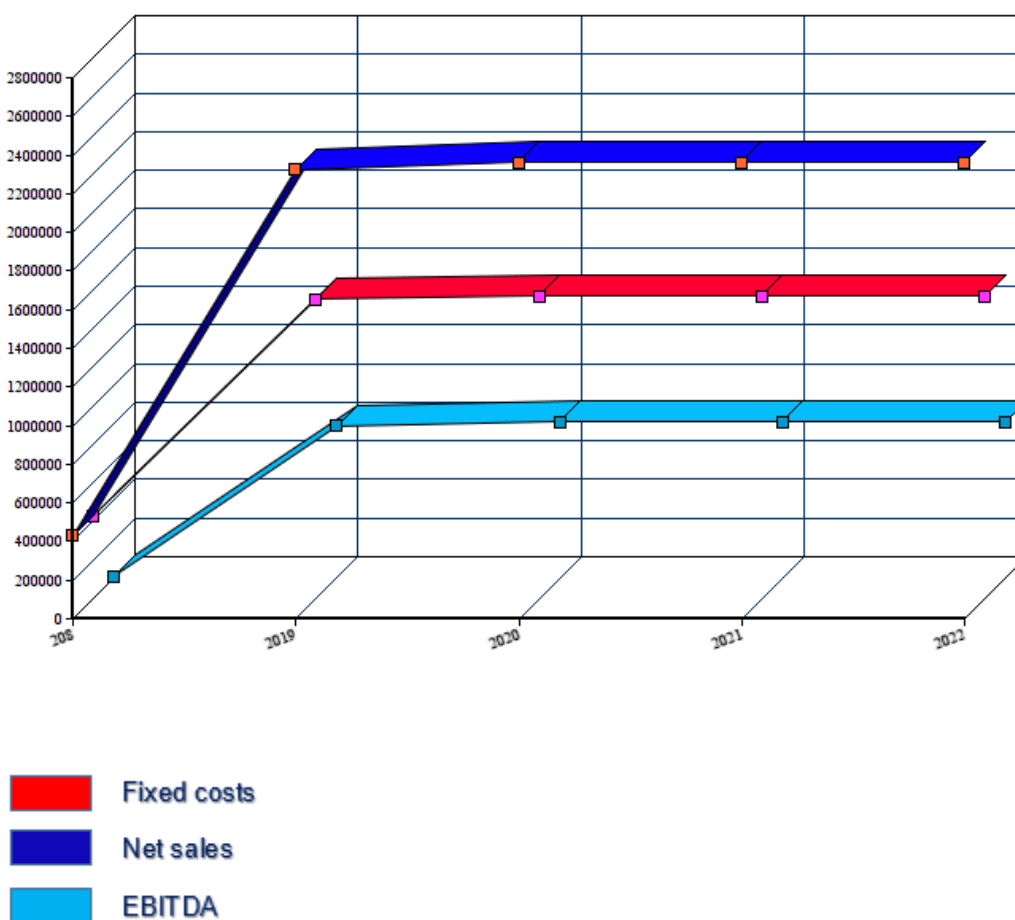


Il raffronto tra net sales, costi (costi operativi + costi variabili + costo del venduto) e EBITDA evidenzia come a seguito di un incremento dei costi proporzionalmente inferiore

all'incremento della quantità di prodotto venduto si rileva comunque un aumento costante dei ricavi a cui corrisponde un aumento costante dei margini.

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Costs</b>	427.067	1.577.852	1.593.731	1.593.731	1.593.731
<b>EBITDA</b>	-212	744.247	765.666	765.666	765.666
<b>Net sales</b>	426.855	2.322.099	2.359.397	2.359.397	2.359.397

Proiezione grafica del rapporto Fixed Costs / EBITDA / Net sales



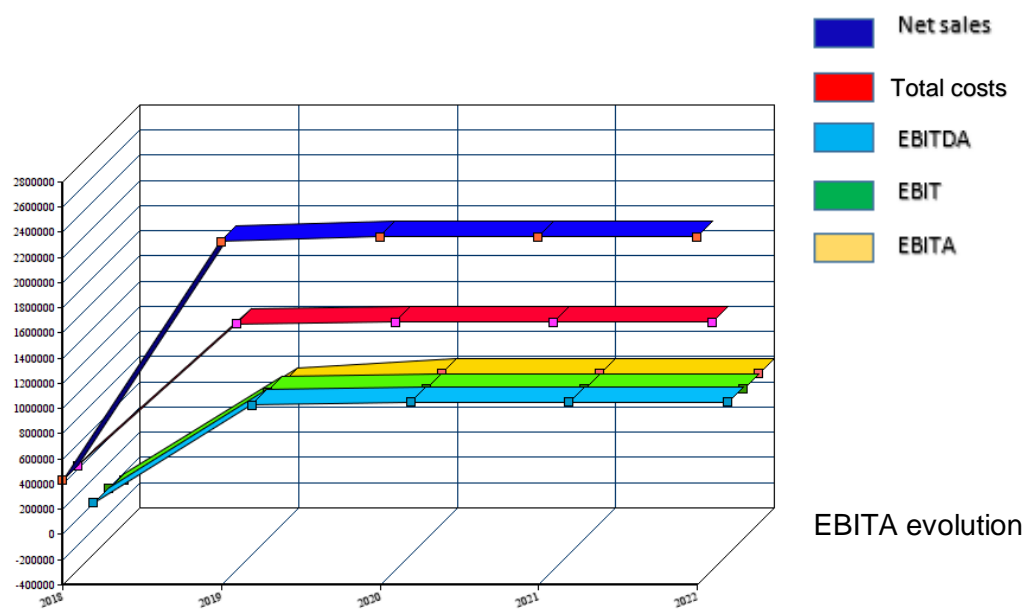
**EBITDA (MOL) / EBIT / EBITA**

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
-----------	------	------	------	------	------

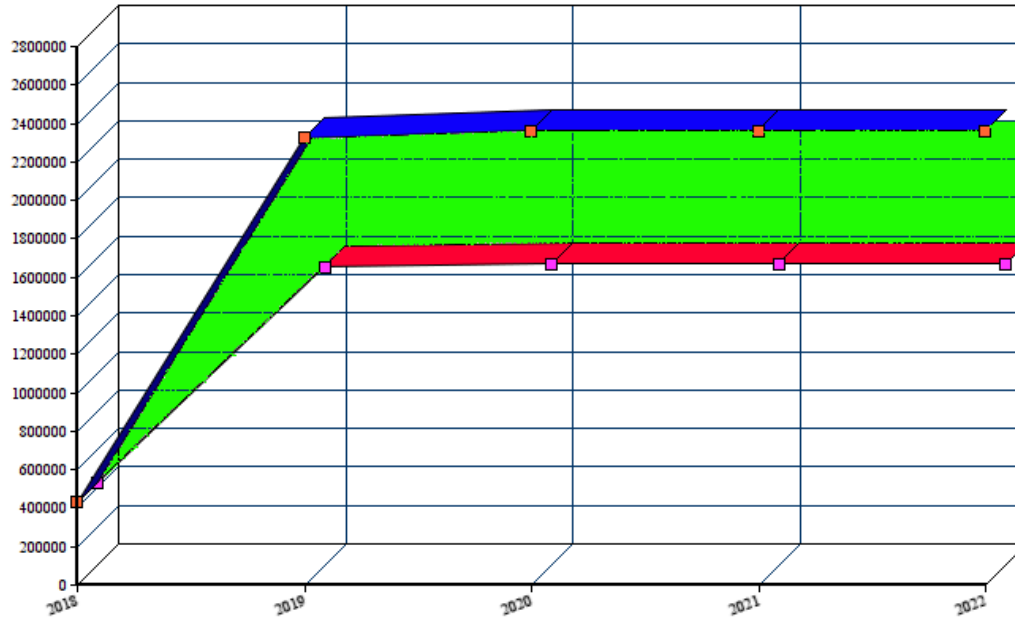


Revenue	431.167	2.345.555	2.383.229	2.383.229	2.383.229
Returns+Allovances 1%	4.312	23.456	23.832	23.832	23.832
Net sales	426.855	2.322.099	2.359.397	2.359.397	2.359.397
Costs of TV Signal	84.000	168.000	168.000	168.000	168.000
<b>Gross Margin</b>	<b>342.855</b>	<b>2.154.099</b>	<b>2.191.397</b>	<b>2.191.397</b>	<b>2.191.397</b>
<b>Other Operating costs</b>					
Advertising	50.000	80.429	81.239	81.239	81.239
Lease & services	42.000	84.000	84.000	84.000	84.000
Administration & Legal	61.117	270.556	274.323	274.323	274.323
Cloud, server, software	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
General costs	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
<b>Total other operating costs</b>	<b>168.717</b>	<b>466.185</b>	<b>470.762</b>	<b>470.762</b>	<b>470.762</b>
<b>ADDED VALUE</b>	<b>174.138</b>	<b>1.687.914</b>	<b>1.720.635</b>	<b>1.720.635</b>	<b>1.720.635</b>
Staff costs	45.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Copyright fee (10%)	43.117	234.556	238.323	238.323	238.323
Cost of sales (18%)	77.610	422.200	428.981	428.981	428.981
Promotion activities (2%)	8.323	46.911	47.664	47.664	47.664
<b>MOL/ EBITDA</b>	<b>-212</b>	<b>744.247</b>	<b>765.666</b>	<b>765.666</b>	<b>765.666</b>
Amortizations	8.333	16.667	16.667	16.667	16.667
<b>EBIT</b>	<b>-8.545</b>	<b>727.580</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>
<b>Accrued debt</b>	<b>60.000</b>	<b>60.000</b>	=	=	=
<b>EBITA</b>	<b>-68.545</b>	<b>667.580</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>

Rapporto **Net sales / Total cost / Ebitda / Ebit / Ebita**



Year	Ebita (€)	Ebita (% on net sales)
2018	-68.545	-16,06
2019	667.580	28,75
2020	748.999	31,75
2021	748.999	31,75
2022	748.999	31,75



## ROI

Il ROI, ovvero il tasso di rendimento dell'investimento viene calcolato in questa sede sull'investimento totale effettuato dagli attuali soci, inclusa la fase di test (€ 6000.000) e dai nuovi investitori (€ 150.000) considerando i dati complessivi del quinquennio relativi al *Net profit margin before taxes* (operating result) ed ai ricavi netti dalle vendite (income from sales) nel quinquennio considerato.

$\frac{\text{Operating result}}{\text{income from sales}} \times \frac{\text{income from sales}}{\text{invested capital}}$	➔	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">2019 – 2022</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">378%</td> </tr> </table>	2019 – 2022	378%
2019 – 2022				
378%				

## Valutazione pre-money e post-money

Viene applicato sia il *Berkus Method* che il *Ventura Capital Method*, comunemente utilizzati per la valutazione di *pre-revenue* start-ups.

### Berkus method (From 100,000 to 500,000 €) \*

Qualità manageriali del team (Rischio di esecuzione)	300,000
Proposta di valore (Rischio prodotto)	300,000
Prototipo funzionante (rischio tecnologico)	200,000
Relazioni strategiche (rischio di mercato competitivo)	300,000
Prodotto lanciato (rischio finanziario o di produzione)	200,000
<b>Valutazione pre-money</b>	<b>1,500,000</b>
<b>Valutazione post-money</b>	<b>1,650,000</b>

### Venture capital method

Net income	<b>€ 2.383.229</b>	Previsione di ricavi per il 5° anno di operatività
Anno considerato	5°	Exit data 2022
P/E (multiplo) **	10	Price/Earnings (rispetto a una media di settore si 25)
Tasso di ritorno richiesto sull'investimento	70%	Su un investimento di € 150,000
Terminal value	€ 1.678.499	
Investimento richiesto	€ 150,000	
Equity stake	8,94%	
<b>Valutazione post-money</b>	<b>€ 1.678.499</b>	
<b>Valutazione pre-money</b>	<b>€ 1.528.499</b>	

(\*) Nell'applicare il Berkus method, pur essendo il mercato esclusivo (no competitors) e i dati esposti nel BP derivati da un test operativo di oltre 12 mesi, si è ritenuto in via prudenziale di applicare solo valori medi o medio/inferiori.

(\*\*) Source: New York U. Education

[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/pedata.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/pedata.html)

## Conto economico previsionale 2018 -2022

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Gross revenue</b>	431.167	2.345.555	2.383.229	2.383.229	2.383.229
Sales return- Allov.	4.312	23.456	23.832	23.832	23.832
<b>Net sales</b>	<b>426.855</b>	<b>2.322.099</b>	<b>2.359.397</b>	<b>2.359.397</b>	<b>2.359.397</b>
<b>Cost of sales (18%) *</b>	<b>77.610</b>	<b>422.200</b>	<b>428.981</b>	<b>428.981</b>	<b>428.981</b>
<i>TV Signal</i>	84.000	168.000	168.000	168.000	168.000
<b>COGS **</b>	<b>161.610</b>	<b>590.200</b>	<b>596.981</b>	<b>596.981</b>	<b>596.981</b>
<b>Gross margin</b>	<b>265.245</b>	<b>1.731.899</b>	<b>1.726.416</b>	<b>1.726.416</b>	<b>1.726.416</b>
<b>Operating Costs</b>					
Advertising	50.000	80.429	81.239	81.239	81.239
Lease & Services	42.000	84.000	84.000	84.000	84.000
Administration & Legal	61.117	270.556	274.323	274.323	274.323
Server/cloud/software	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
General costs	7.800	15.600	15.600	15.600	15.600
<b>Sum Operating costs</b>	<b>168.717</b>	<b>466.185</b>	<b>470.762</b>	<b>470.762</b>	<b>470.762</b>
<b>Other variable costs</b>					
Copyrights fee 10%	43.117	234.556	238.323	238.323	238.323
Promotional activit. 2%	8.623	46.911	47.665	47.665	47.665
<b>Sum other Var. costs</b>	<b>51.740</b>	<b>281.467</b>	<b>285.988</b>	<b>285.988</b>	<b>285.988</b>
<b>Staff costs</b>					
<b>Staff costs</b>	45.000	240.000	240.000	240.000	240.000
<b>COSTS + COGS</b>	<b>427.067</b>	<b>1.577.852</b>	<b>1.593.731</b>	<b>1.593.731</b>	<b>1.593.731</b>
<b>MOL (EBITDA)</b>	<b>-212</b>	<b>744.247</b>	<b>765.666</b>	<b>765.666</b>	<b>765.666</b>
<i>Amortizations</i>	8.333	16.667	16.667	16.667	16.667
<b>EBIT</b>	<b>-8.545</b>	<b>727.580</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>
<i>Accrued debt</i>	60.000	60.000	=	=	=
<b>Profit before taxes (EBITA)</b>	<b>-68.545</b>	<b>667.580</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>	<b>748.999</b>
<b>Taxes (25%)</b>	=	<b>149.759</b>	<b>187.250</b>	<b>187.250</b>	<b>187.250</b>
<b>Profit after taxes</b>	<b>-68.545</b>	<b>517.821</b>	<b>561.750</b>	<b>561.750</b>	<b>561.750</b>
<i>Legal reserve (5%)</i>	=	25.891	28.087	28.087	28.087
<b>Net profit</b>	<b>-68.545</b>	<b>491.930</b>	<b>533.662</b>	<b>533.662</b>	<b>533.662</b>

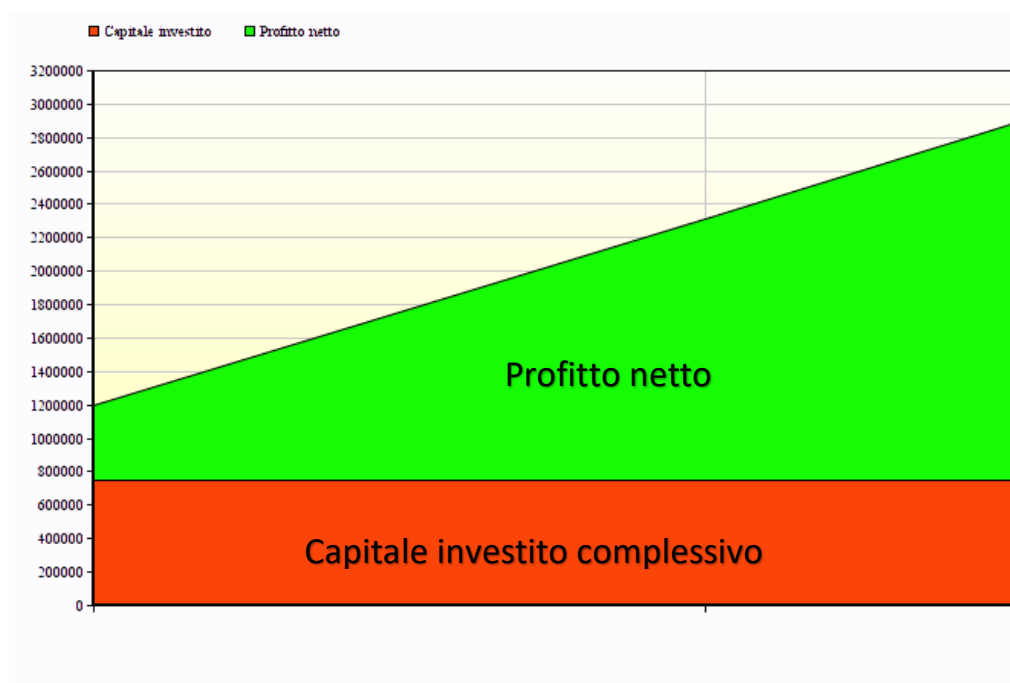
(\*) Prudenzialmente il costo della vendita (cost of sales) viene considerato sul fatturato lordo.

(\*\*) COGS: costi legati alla produzione del fatturato (Cost of goods sold)

Nel calcolo previsionale **NON** sono stati considerati i ricavi che possono provenire dalla vendita della *pubblicità in banner* in quanto non è possibile prevedere anticipatamente quanti clienti saranno interessati ad accogliere tale pubblicità nei propri video.

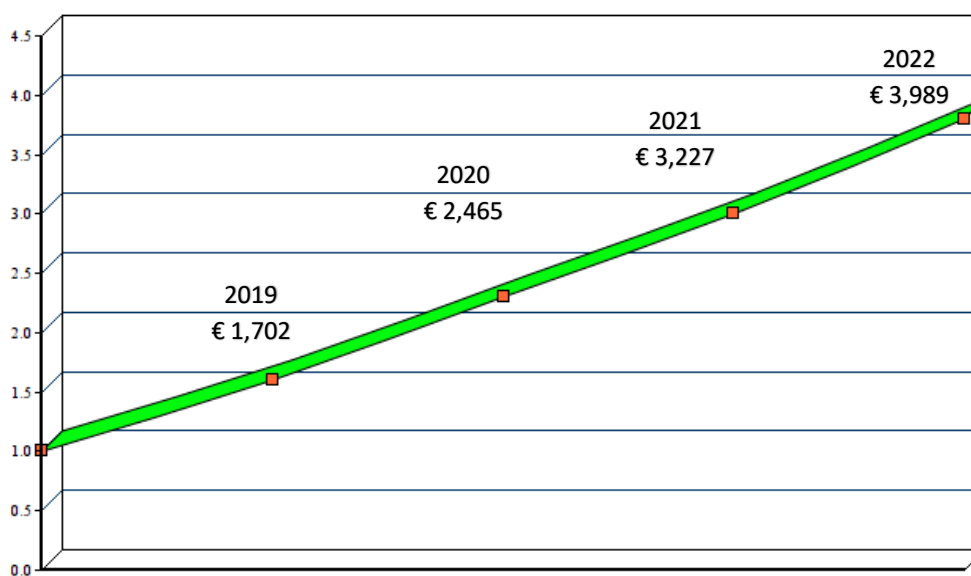
Calcolo previsionale della redditività dell'investimento.

Evoluzione grafica del rapporto fra capitale investito e Net profit after tax and legal reserve.



Valorizzazione del capitale investito

(nell'ipotesi di progressiva distribuzione degli utili alla chiusura di ogni esercizio - Evoluzione di 1 € investito in quote)



## Conto economico previsionale trimestrale 2018

	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
		Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
<b>Gross revenue</b>			76.742	354.695
Sales on return-Allow.			765	3.547
<b>Net sales</b>			<b>75.707</b>	<b>351.148</b>
<b>Cost of sales</b>			13.765	63.845
<i>TV Signal</i>			42.000	42.000
<b>COGS</b>			<b>55,765</b>	<b>105.845</b>
<b>Gross margin</b>			<b>19.942</b>	<b>245.303</b>
<b>Operating Costs</b>				
Advertising			30.000	20.000
Lease & Services			16.800	25.200
Administration & Legal			24.447	36.670
Cloud, server, software			3.120	4.680
General costs			3.120	4.680
<b>Sum operating costs</b>			<b>77.487</b>	<b>91.230</b>
<b>Other variable costs</b>				
Copyrights fee			7.647	35.470
Promotional activities			1.529	7.094
<b>Sum other Variable costs</b>			<b>9.177</b>	<b>42.563</b>
<b>Staff costs</b>				
<b>Staff costs</b>			<b>22.500</b>	<b>22.500</b>
<b>COSTS + COGS</b>			<b>164.928</b>	<b>262.139</b>
<i>Amortizations</i>				8.333
<i>Accrued debt</i>			30,000	30,000
<b>Profit</b>			<b>-119,221</b>	<b>50.676</b>

## Conto economico previsionale trimestrale 2019

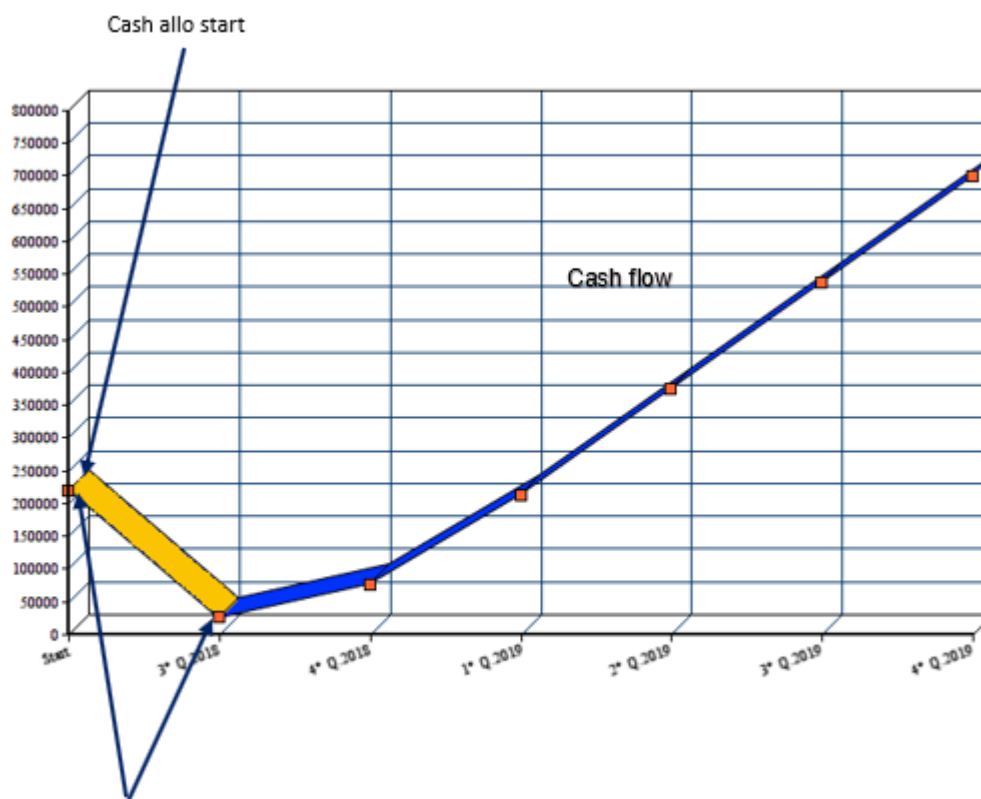
	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
	Gen / Feb / Mar	Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
<b>Profit / Loss 2018</b>	<b>-68.545</b>			
<b>Gross revenue</b>	558.137	595.806	595.806	595.806
Sales on return-Allow.	5.581	5.958	5.958	5.958
<b>Net sales</b>	552.556	589.848	589.848	589.848
<b>Cost of sales</b>	100.465	107.245	107.245	107.245
<i>TV Signal</i>	42.000	42.000	42.000	42.000
<b>COGS</b>	142.465	149.245	149.245	149.245
<b>Gross margin</b>	410.091	440.603	440.603	440.603
<b>Operating Costs</b>				
Advertising	20.107	20.107	20.107	20.107
Lease & Services	21.000	21.000	21.000	21.000
Administrationl & Legal	67.639	67.639	67.639	67.639
Cloud, server, softw.	3.900	3.900	3.900	3.900
General costs	3.900	3.900	3.900	3.900
<b>Sum Operating costs</b>	116.546	116.546	116.546	116.546
<b>Other variable costs</b>				
Copyrights fee	55.814	59.581	59.581	59.581
Promotional activities	11.163	11.916	11.916	11.916
<b>Sum other variable costs</b>	66.976	71.497	71.497	71.497
<b>Staff costs</b>				
<b>Staff costs</b>	60.000	60.000	60.000	60.000
<b>COSTS + COGS</b>	385.987	397.288	397.288	397.288
<i>Amortizations</i>	=	=	=	16.667
<i>Accrued debt</i>	30.000	30.000	=	=
<b>Profit b.t. of the period</b>	136.568	162.560	192.560	175.893
<b>Proft b.t. progressive</b>	<b>136.568</b>	<b>299.128</b>	<b>491.688</b>	<b>667.580</b>
<b>Loss 2018</b>				<b>-68.545</b>

## Evoluzione progressiva del cash flow – 2018 / 2019

L'analisi dei flussi di cassa presuppone la completa adesione all'offerta di equity, il cash flow resterebbe comunque positivo anche con un'adesione al 66%.

	Movimenti della cassa	Cassa iniziale		Cash flow Progressivo
3° Q.	-194.928	220.000	➔	25.072
4° Q.	+50.676			75.748
1° Q. 2019	+136.568			212.316
2° Q.	+162.560			374.876
3° Q.	+162.560			537.436
4° Q.	+162.560			699.996

Rappresentazione grafica dei flussi di cassa



Investimenti del primo trimestre

## Exit strategy

I soci dal secondo esercizio, con la rete in attivo, potranno scegliere fra diverse possibili strategie di uscita:



Oppure:

- Proseguire nella esecuzione del piano finanziario così come pianificato.



## Re-Calibration

Nel caso la comparazione fra il piano finanziario previsionale e i risultati progressivamente conseguiti, consigliasse di rallentare o di accelerare le attivazioni delle **TV&TV** sarà sempre possibile apportare modifiche *in work progress* senza alterare gli equilibri finanziari qui espressi in sede previsionale.

## Impiego dei capitali cercati

I capitali ricercati attraverso l'equity hanno la funzione di garantire la corretta operatività del progetto fino al B.E.P (primo trimestre 2019).

2018 / 2019 Utilizzo delle risorse finanziarie cercate
Attivazione della emittente nazionale satellitare <b>TV&amp;TV</b>
Pubblicità e Marketing
Adeguamento strutture logistiche, hardware e software
General cost

Particolari situazioni, favorevoli o sfavorevoli potrebbero determinare scostamenti dalle previsioni.

Le cifre sono indicate nel formato UR e la valuta applicata è l'euro.

**Thank you for listening**  
**6Mia srl CEO**

*Karczewska Marzena*

Project management in *Italy*

**6Mia Srl**  
 Firenze - Via Livorno 8/28 - Italy  
 Cap.Soc. iv. € 331.330,00  
 VAT 06531300488 – REA FI – 635687 –  
 Registro Operatori di Comunicazione n. 26128  
 Aut. AGCOM Atto n. 220/17/CONS

## Firenze 2018

I diritti sulle informazioni contenute nel presente fascicolo sono riservati.  
 Non ne è autorizzata la pubblicazione o la diffusione senza autorizzazione specifica del titolare.