

FINANZA

# Digital360: "Già in cantiere altre acquisizioni"

IL NUMERO UNO DELLA SOCIETÀ, ANDREA RANGONE ATTIVA NELL'IT: "GUARDIAMO SOPRATTUTTO A PICCOLE REALTÀ DOTATE DI COMPETENZE UTILI AL NOSTRO BUSINESS"

Luigi dell'Olio

Milano

Da una parte il lancio di nuove pratiche di attività, dall'altra l'acquisizione di aziende specializzate in settori di nicchia. Sono i due filoni di crescita sui quali punta Digital360, azienda fondata sei anni da un gruppo di docenti del Politecnico di Milano e quotata all'Aim.

In attesa del cda di fine marzo, che alzerà il velo sui risultati dell'esercizio 2017 (il primo semestre si è chiuso con ricavi operativi consolidati per 6,9 milioni, in aumento dell'11% rispetto all'anno precedente, e un utile netto adjusted di 300mila euro contro il rosso di 30mila euro del primo semestre 2016), nelle ultime due settimane la società attiva nella consulenza in ambito tecnologico, oltre che nella produzione di

contenuti e nel coaching sempre nel capo It, ha condotto in porto due operazioni indicative della rotta che intende seguire. In particolare ha costituito una nuova area di advisory dedicata alla gestione dell'information & cyber security, affidandone la supervisione a un nome noto del settore come Gabriele Faggioli (tra le altre cose è presidente di Clusit e responsabile scientifico dell'osservatorio Information Security e Privacy del Politecnico di Milano). «Una decisione assunta dopo aver constatato che l'Italia è nella top ten dei Paesi più colpiti da attacchi informatici, a fronte di una spesa per la protezione da parte delle aziende che resta limitata. Dunque c'è un potenziale di sviluppo, che puntiamo a intercettare in parte», spiega l'amministratore delegato della società, Andrea Rangone. Inoltre Digital360 ha rilevato per 250mila euro il 51% di Effetodomino, società attiva nel marketing automation in ambito digitale. «Si tratta di un settore molto interessante in quanto, sulla base del comportamento tenuto online dal singolo utente, si tratta di proporre contenuti personalizzati, organizzare eventi

di sicuro interesse, fare proposte commerciali mirate», aggiunge Rangone. Che apre alla possibilità di al-

tre acquisizioni nei mesi a venire: «Guardiamo soprattutto a piccole realtà dotate di competenze specifiche, che entrando nel nostro gruppo potranno crescere e raggiungere un numero maggiore di clienti».

In cassa c'è ancora una buona par-

te dei 6 milioni di euro raccolti con l'Ipo dello scorso giugno, che ha portato risorse fresche per 6 milioni di euro totali, a comprendere anche 2 milioni di prestito convertibile. «Lo sbarco a Piazza Affari ha costituito uno step decisivo per la società sia sul versante della visibilità sul mercato, sia per l'arrivo di liquidità, che ci consente di crescere in un mercato

sempre più competitivo», aggiunge Rangone, che fino al cda non può fornire ulteriori informazioni su numeri e strategie. Il titolo, sbarcato all'Aim con un prezzo di 1,15, nelle ultime sedute ha viaggiato intorno a quota 1,22-1,28.

Secondo un report curato da Cfo Sim c'è spazio di rivalutazione fino a 1,35 euro, considerando i multipli dei peer e le stime al 2019: per quanto concerne il fatturato, il Cagr (crescita annua composta) dovrebbe essere del 14,6 per cento, con l'Ebitda e l'Ebit attesi invece in progresso rispettivamente del 21,4 per cento e del 31,4 per cento all'anno.

È bene precisare che lo studio (l'unico prodotto sul titolo) risale allo scorso ottobre ed era stato quindi condotto senza considerare le ultime operazioni. A questo punto è verosimile che si possa migliorare ulteriormente la stima relativa al turnover, confermando le previsioni sul progresso della redditività. Con quest'ultima che sarà fortemente legata alla capacità di generare economie di scala attraverso la crescita dimensionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Andrea Rangone (1)**, amm. delegato di Digital360 e **Gabriele Faggioli (2)**, presidente del Clusit

## DIGITAL360 IN BORSA

