



Digital360: prosegue la crescita dei servizi in abbonamento

(ANSA) Digital360, società quotata sul mercato AIM Italia – Mercato Alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana, in occasione della rilevazione semestrale sull'andamento dei contratti attivi stipulati, comunica che al 30 giugno 2020 i ricavi ricorsivi annui derivanti dai servizi ad abbonamento (denominati "Digital As-A-Service") ammontano a livello consolidato a oltre 5.1 milioni di euro, in crescita del 19% rispetto alla fine dell'esercizio 2019. I clienti che hanno acquistato tali servizi sono 172 (più 52% rispetto al 31 dicembre 2019). Il servizio più venduto, tra quelli in abbonamento, è stato il servizio di "Demand Generation As A Service", denominato Digital Marketing & Sales Engine, che contava al 30 giugno 2020 80 clienti (+19% rispetto ai 67 clienti del 31 dicembre 2019), per un valore su base annuale di quasi 3.5 milioni di euro (+16% rispetto al termine dell'esercizio 2019). Questo servizio, erogato in abbonamento alle imprese B2b, consente di gestire in modo integrato tutte le attività digitali di marketing e di generazione di opportunità commerciali. Attraverso il Digital Marketing & Sales Engine, Digital360 si posiziona come un vero e proprio partner strategico per i propri clienti, mettendo a disposizione un team multidisciplinare (formato da esperti di contenuti, comunicazione digitale, SEO, social media, marketing automation e lead generation), che opera come se fosse una 'estensione' del dipartimento di marketing dell'impresa stessa. Seguono, tra i servizi più venduti, i pacchetti "Data Protection Officer (DPO) As A Service" e il "Chief Information Security Officer (CISO) As A Service", ad oggi erogati a 60 clienti, con una crescita del 40% rispetto alla fine del 2019, per un valore contrattuale su base annua di circa 1.3 milioni di euro. Questi servizi consentono ai clienti di esternalizzare a Digital360, tramite il pagamento di un abbonamento annuale, la gestione completa delle attività connesse alla protezione dei dati personali (GDPR) e dalla sicurezza informatica. Anche in questo caso, Digital360 mette a disposizione un team multidisciplinare (formato da esperti legali, di compliance, di organizzazione e tecnologici), che opera in stretto contatto con i referenti aziendali. A questi servizi, se ne aggiungono altri lanciati più recentemente sul mercato, quali l'offerta formativa 360DigitalSkill, basata su una piattaforma di contenuti multimediali per lo sviluppo e l'aggiornamento delle competenze digitali e alcune applicazioni in area Smart Operations (per il monitoraggio del rischio di fornitura e per la gestione delle commesse complesse). "I risultati ottenuti in questo semestre, particolarmente positivi considerando la grande crisi sanitaria ed economica in atto, testimoniano l'efficacia dell'innovativa offerta ad abbonamento denominata Digital As-A-Service. Questa offerta è pensata in particolare per le piccole e medie imprese che devono affrontare la trasformazione digitale ma non hanno al loro interno le competenze specialistiche per farlo – afferma Andrea Rangone, Presidente di Digital360. – Questi servizi concretizzano un modello di business più scalabile e, soprattutto, in grado di generare ricavi ricorrenti, con importanti benefici per le performance economico-finanziarie del Gruppo."