

DOCUMENTO DI AMMISSIONE  
ALLE NEGOZIAZIONI SU AIMITALIA,  
SISTEMA MULTILATERALE DI NEGOZIAZIONE  
ORGANIZZATO E GESTITO DA BORSA ITALIANA S.P.A.  
DEGLI STRUMENTI FINANZIARI DI



PROMOTICA S.P.A.

GLOBAL COORDINATOR E NOMINATED ADVISER



FINANCIAL ADVISER



CO-LEAD MANAGER



BANCA VALSABBINA



AIM Italia è un sistema multilaterale di negoziazione dedicato primariamente alle piccole e medie imprese e alle società ad alto potenziale di crescita alle quali è tipicamente collegato un livello di rischio superiore rispetto agli emittenti di maggiori dimensioni o con business consolidati.

L'investitore deve essere consapevole dei rischi derivanti dall'investimento in questa tipologia di emittenti e deve decidere se investire soltanto dopo attenta valutazione.

**CONSOB e Borsa Italiana non hanno esaminato né approvato il contenuto di questo documento.**

Borsa Italiana S.p.A. ha emesso il provvedimento di ammissione alle negoziazioni su AIM Italia in data 25 novembre 2020. Si prevede che la data di inizio delle negoziazioni degli Strumenti Finanziari sarà il 27 novembre 2020.

Le azioni ordinarie di PROMOTICA S.p.A. non sono negoziate in alcun mercato regolamentato o non regolamentato italiano o estero e PROMOTICA S.p.A. non ha presentato domanda di ammissione in altri mercati, diversi da AIM Italia.

Né il presente Documento di Ammissione né l'operazione descritta nel presente documento costituiscono un'ammissione di strumenti finanziari in un mercato regolamentato così come definito dal Decreto Legislativo del 24 febbraio 1998, n. 58, come successivamente modificato ed integrato (il "TUF") e dal regolamento di attuazione del TUF, concernente la disciplina degli emittenti, adottato dalla Consob con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato e integrato (il "**Regolamento Emittenti CONSOB**"). Pertanto, non è richiesta la redazione di un prospetto secondo gli schemi previsti dal Regolamento Delegato (UE) 2019/980. La pubblicazione del presente Documento di Ammissione non deve essere autorizzata dalla Consob ai sensi del Regolamento (UE) 2017/1129 o di qualsiasi altra norma o regolamento disciplinante la redazione e la pubblicazione dei prospetti informativi (ivi inclusi gli articoli 94 e 113 del TUF).

L'offerta degli Strumenti Finanziari dell'Emittente rientra nei casi di inapplicabilità delle disposizioni in materia di offerta al pubblico di strumenti finanziari previsti dall'articolo 100 del TUF e dall'articolo 34-ter del Regolamento Emittenti CONSOB.

**25 novembre 2020** – Documento di ammissione messo a disposizione del pubblico presso la sede legale di PROMOTICA S.p.A. in via Generale dalla Chiesa, 1 Desenzano del Garda (BS) e sul sito internet dell'Emittente [www.promotica.it](http://www.promotica.it).

## AVVERTENZA

Il presente documento è un documento di ammissione su AIM Italia, un sistema multilaterale di negoziazione gestito e organizzato da Borsa Italiana S.p.A., redatto in conformità all'Art. 3 del Regolamento Emittenti AIM.

Il presente documento non costituisce un'offerta al pubblico di strumenti finanziari così come definita dal TUF come successivamente modificato e integrato e pertanto non si rende necessaria la redazione di un prospetto secondo gli schemi previsti dal Regolamento Delegato (UE) 2019/980.

Il presente documento non è destinato ad essere pubblicato o distribuito nei paesi in cui sia richiesta una specifica autorizzazione ai sensi delle leggi applicabili.

Gli Strumenti Finanziari non sono stati e non saranno registrati – e pertanto non potranno essere offerti, venduti o comunque trasferiti, direttamente o indirettamente – nei paesi in cui sia richiesta una specifica autorizzazione ai sensi delle leggi applicabili, eccetto laddove tali azioni ricadano nell'ambito di eventuali esenzioni previste dalle normative ivi applicabili.

Gli Strumenti Finanziari non sono stati, e non saranno, registrati ai sensi dello *United States Securities Act* del 1933, come modificato (il "***Securities Act***") o presso qualsiasi competente autorità di mercati di qualsiasi stato o giurisdizione degli Stati Uniti e non possono essere offerti o venduti all'interno del territorio degli Stati Uniti d'America, in mancanza dei requisiti di registrazione richiesti dal *Securities Act* e dalle leggi applicabili. L'Emittente non intende procedere con una registrazione dell'offerta all'interno degli Stati Uniti o promuovere un'offerta pubblica di strumenti finanziari negli Stati Uniti.

Il presente documento quindi non costituisce un collocamento di, né rappresenta un'offerta di vendita di, strumenti finanziari negli Stati Uniti d'America, Canada, Australia, Giappone o in qualsiasi giurisdizione in cui tale collocamento o offerta non sia permesso, così come previsto nella *Regulation S* ai sensi del *Securities Act*. Né il presente documento né alcuna copia del medesimo possono essere ricevuti o trasmessi negli Stati Uniti d'America, nei suoi territori o possedimenti, o diffusi, direttamente o indirettamente, negli Stati Uniti d'America, suoi territori o possedimenti, o a qualsiasi *US Person*, come definita nel *Securities Act*. Ogni inosservanza di tale disposizione può costituire una violazione del *Securities Act* o della corrispondente normativa sugli strumenti finanziari della rilevante giurisdizione.

Il trattamento fiscale applicabile ad un investitore negli Strumenti Finanziari dipende dalla situazione individuale di tale investitore e può in futuro essere soggetto a modifiche; conseguentemente, il presente documento non può in alcun caso essere considerato alla stregua di un parere o di una consulenza fiscale in relazione agli Strumenti Finanziari oggetto dell'offerta. Ciascun potenziale investitore è invitato, pertanto, a valutare l'opportunità di un investimento negli Strumenti Finanziari sulla base di proprie indipendenti consulenze contabili, fiscali e legali e dovrebbe altresì richiedere ai propri consulenti finanziari un parere in merito all'adeguatezza dell'investimento ed ai vantaggi e rischi ad esso connessi.

Ciascun potenziale investitore è ritenuto personalmente responsabile della verifica che l'eventuale investimento negli Strumenti Finanziari qui descritti non sia in contrasto con le leggi e i regolamenti del proprio paese di residenza ed è ritenuto altresì responsabile dell'ottenimento delle preventive autorizzazioni eventualmente necessarie per effettuare l'investimento.

Accettando la consegna del presente documento, il destinatario dichiara di aver compreso e di accettare i termini e le condizioni di cui alla presente avvertenza.

L'emittente AIM Italia deve avere incaricato un *Nominated Adviser* ("**Nomad**") come definito nel Regolamento Emittenti AIM. Il Nomad deve rilasciare una dichiarazione a Borsa Italiana S.p.A. all'atto dell'ammissione secondo il modello cui alla Scheda Due del Regolamento *Nominated Adviser* pubblicato da Borsa Italiana S.p.A. (**Regolamento Nomad**).

Si precisa che per le finalità connesse all'ammissione degli Strumenti Finanziari di PROMOTICA S.p.A. alla negoziazione su AIM Italia, Integrae SIM S.p.A. ha agito unicamente nella propria veste di Nomad della Società ai sensi del Regolamento Emittenti AIM e del Regolamento Nomad.

Ai sensi del Regolamento Emittenti AIM e del Regolamento Nomad, Integrae SIM S.p.A. è responsabile unicamente nei confronti di Borsa Italiana. Integrae SIM S.p.A., pertanto, non si assume alcuna responsabilità nei confronti di qualsiasi soggetto che, sulla base del presente Documento di Ammissione, decida, in qualsiasi momento di investire negli Strumenti Finanziari dell'Emittente.

Si rammenta che solo i soggetti indicati nella Sezione Prima, Capitolo 1, e nella Sezione Seconda, Capitolo 1 sono responsabili nei confronti degli investitori della correttezza e veridicità dei fatti e dell'assenza di omissioni tali da alterare il senso del presente Documento di Ammissione.

L'Emittente dichiara che utilizzerà la lingua italiana per le comunicazioni al pubblico e per qualsiasi altra informazione prevista dal Regolamento Emittenti AIM.

Si segnala che per la diffusione delle informazioni regolamentate l'Emittente ha scelto di avvalersi del sistema 1INFO ([www.1info.it](http://www.1info.it)), gestito da Computershare S.p.A. avente sede in Milano, Via Lorenzo Mascheroni n. 19, e autorizzato da CONSOB.

## Sommario

DEFINIZIONI .....	9
GLOSSARIO.....	16
DOCUMENTI ACCESSIBILI AL PUBBLICO .....	17
CALENDARIO DELL'OPERAZIONE .....	18
SEZIONE I - DOCUMENTO DI REGISTRAZIONE .....	19
1 INFORMAZIONI RELATIVE ALLE PERSONE RESPONSABILI DEL DOCUMENTO DI AMMISSIONE.....	20
1.1 Persone responsabili del Documento di Ammissione.....	20
1.2 Dichiarazione di responsabilità .....	20
1.3 Dichiarazioni o relazioni di esperti .....	20
1.4 Informazioni provenienti da terzi .....	20
2 REVISORI LEGALI DEI CONTI .....	21
2.1 Revisori legali dell'Emittente.....	21
2.2 Informazioni sui rapporti con le Società di Revisione.....	21
3 INFORMAZIONI FINANZIARIE SELEZIONATE.....	22
3.1 Premessa .....	22
3.2 Informazioni finanziarie selezionate relative agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 ...	23
3.3 Informazioni finanziarie selezionate relative al periodo chiuso al 30 giugno 2020 .....	36
4 FATTORI DI RISCHIO .....	47
4.1 Fattori di rischio relativi all'Emittente.....	47
4.2 Fattori di rischio relativi al mercato in cui la Società opera .....	62
4.3 Fattori di rischio relativi agli strumenti finanziari oggetto dell'Offerta .....	66
5 INFORMAZIONI SULL'EMITTENTE.....	70
5.1 Storia ed evoluzione dell'Emittente.....	70
6 PANORAMICA DELLE ATTIVITÀ.....	72
6.1 Descrizione delle attività dell'Emittente .....	72
6.2 Principali mercati in cui opera la Società e posizione concorrenziale .....	88
6.3 Fatti importanti nell'evoluzione dell'attività dell'Emittente .....	93
6.4 Strategie ed obiettivi .....	94
6.5 Dipendenza dell'Emittente da brevetti o licenze, da contratti industriali, commerciali o finanziari, o da nuovi procedimenti di fabbricazione .....	95
6.6 Informazioni relative alla posizione concorrenziale dell'Emittente nei mercati in cui opera.....	97
6.7 Investimenti.....	97
6.8 Problematiche ambientali.....	99

7	STRUTTURA ORGANIZZATIVA.....	100
7.1	Gruppo di appartenenza .....	100
7.2	Società partecipate dall'Emittente.....	100
8	CONTESTO NORMATIVO .....	101
8.1	La disciplina a livello europeo .....	101
8.2	Normativa in tema di Piccole Medie Imprese (PMI) Innovative.....	104
9	INFORMAZIONI SULLE TENDENZE PREVISTE.....	107
9.1	Tendenze nell'andamento della produzione, delle vendite e delle scorte e nell'evoluzione dei costi e dei prezzi di vendita.....	107
9.2	Tendenze, incertezze, richieste, impegni o fatti noti che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive della Emittente almeno per l'esercizio in corso .....	107
10	PREVISIONI O STIME DEGLI UTILI .....	108
10.1	Dati previsionali relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 .....	108
10.2	Principali Linee Guida e Assunzioni Ipotetiche dei Dati Previsionali 2020 .....	108
10.3	Dichiarazione degli Amministratori e del Nomad ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia (Scheda due, punto (d)) sugli obiettivi stimati .....	109
11	ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI VIGILANZA E ALTI DIRIGENTI .....	110
11.1	Consiglio di Amministrazione .....	110
11.2	Organo di controllo .....	122
11.3	Principali dirigenti .....	128
11.4	Rapporti di parentela tra i soggetti indicati ai par. 11.1.1 – 11.2.1.....	130
11.5	Conflitti di interessi degli organi di amministrazione, di direzione e di vigilanza e degli alti dirigenti.....	130
12	PRASSI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.....	131
12.1	Durata della carica dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale .....	131
12.2	Informazioni sui contratti di lavoro stipulati dai membri degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza con l'Emittente o con le società controllate che prevedono indennità di fine rapporto .....	131
12.3	Dichiarazione che attesti l'osservanza da parte dell'Emittente delle norme in materia di governo societario vigenti nel paese di costituzione.....	131
12.4	Potenziati impatti significativi sul governo societario.....	133
13	DIPENDENTI.....	134
13.1	Organigramma aziendale .....	134
13.2	Numero di dipendenti .....	134
13.3	Partecipazioni azionarie e stock option .....	134
13.4	Descrizione di eventuali accordi di partecipazione dei dipendenti al capitale dell'Emittente .....	135
14	PRINCIPALI AZIONISTI .....	136
14.1	Principali azionisti .....	136
14.2	Diritti di voto di cui sono titolari i principali azionisti.....	137

14.3	<i>Soggetto che esercita il controllo sulla società</i>	137
14.4	<i>Accordi che possono determinare una variazione dell'assetto di controllo dell'emittente</i>	137
15	<b>OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE</b>	138
15.1	<i>Operazioni infragruppo e operazioni con parti correlate</i>	138
15.2	<i>Crediti e garanzie rilasciate a favore di amministratori e membri dell'organo di controllo</i>	139
16	<b>INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI</b>	139
16.1	<i>Capitale azionario</i>	139
16.2	<i>Atto costitutivo e statuto</i>	142
17	<b>CONTRATTI IMPORTANTI</b>	145
17.1	<i>Acquisizione del 90% del capitale sociale della società Easy Life S.r.l. e successiva cessione</i>	145
17.2	<i>Acquisizione del 100% del capitale sociale della società Kiki Lab S.r.l.</i>	145
17.3	<i>Acquisizione dell'11,38% del capitale sociale della società Ceramica Phoenix S.r.l.</i>	145
17.4	<i>Costituzione della società Propri Immobiliare S.r.l. e successiva cessione delle quote</i>	146
17.5	<i>Contratti di finanziamento in essere con istituti finanziari</i>	146
17.6	<i>Strumenti finanziari derivati OTC a copertura di tassi variabili</i>	148
	<b>SEZIONE II - NOTA INFORMATIVA</b>	150
1	<b>PERSONE RESPONSABILI</b>	151
1.1	<i>Persone responsabile delle informazioni</i>	151
1.2	<i>Dichiarazione di responsabilità</i>	151
1.3	<i>Dichiarazioni o relazioni di esperti</i>	151
1.4	<i>Informazioni provenienti da terzi</i>	151
1.5	<i>Autorità competente</i>	151
2	<b>FATTORI DI RISCHIO</b>	152
3	<b>INFORMAZIONI ESSENZIALI</b>	153
3.1	<i>Dichiarazione relativa al capitale circolante</i>	153
3.2	<i>Ragioni dell'offerta e impiego dei proventi</i>	153
4	<b>INFORMAZIONI RIGUARDANTI GLI STRUMENTI FINANZIARI DA OFFRIRE/DA AMMETTERE ALLA NEGOZIAZIONE</b>	154
4.1	<i>Descrizione del tipo e della classe degli strumenti finanziari offerti al pubblico e/o ammessi alla negoziazione</i>	154
4.2	<i>Legislazione in base alla quale gli strumenti finanziari sono stati emessi</i>	154
4.3	<i>Caratteristiche degli strumenti finanziari</i>	154
4.4	<i>Valuta di emissione degli strumenti finanziari</i>	155
4.5	<i>Descrizione dei diritti, compresa qualsiasi loro limitazione, connessi alle Azioni e procedura per il loro esercizio</i>	155
4.6	<i>Indicazione delle delibere, delle autorizzazioni e delle approvazioni in virtù delle quali gli strumenti</i>	

<i>finanziari sono stati o saranno creati e/o emessi. ....</i>	155
4.7 <i>Data prevista per l'emissione degli strumenti finanziari.....</i>	155
4.8 <i>Restrizioni alla libera trasferibilità degli strumenti finanziari.....</i>	156
4.9 <i>Norme in materia di obbligo di offerta al pubblico di acquisto e/o di offerta di acquisto e di vendita residuali in relazione agli strumenti finanziari.....</i>	156
4.10 <i>Precedenti offerte pubbliche di acquisto o scambio sulle Azioni.....</i>	157
4.11 <i>Profili fiscali.....</i>	157
4.12 <i>Identità e dati di contatto dell'Offerente degli Strumenti Finanziari, se diverso dall'Emittente.....</i>	157
<b>5</b> <b>POSSESSORI DI STRUMENTI FINANZIARI CHE PROCEDONO ALLA VENDITA.....</b>	<b>158</b>
5.1 <i>Possessori che offrono in vendita le Azioni.....</i>	158
5.2 <i>Numero e classe degli strumenti finanziari offerti da ciascuno dei possessori degli strumenti finanziari che procedono alla vendita.....</i>	158
5.3 <i>Impegni di lock-up.....</i>	158
<b>6</b> <b>SPESE LEGATE ALL'EMISSIONE/ALL'OFFERTA.....</b>	<b>161</b>
6.1 <i>Proventi netti totali e stima delle spese totali legate all'emissione/all'offerta.....</i>	161
<b>7</b> <b>DILUIZIONE.....</b>	<b>162</b>
7.1 <i>Ammontare e percentuale della diluizione immediata derivante dall'offerta.....</i>	162
7.2 <i>Informazioni in caso di offerta di sottoscrizione destinata agli attuali azionisti.....</i>	162
<b>8</b> <b>INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI.....</b>	<b>163</b>
8.1 <i>Informazioni sui consulenti.....</i>	163
8.2 <i>Indicazione di altre informazioni contenute nella nota informativa sugli strumenti finanziari sottoposte a revisione o a revisione limitata da parte di revisori legali.....</i>	163
8.3 <i>Luoghi ove è reperibile il documento di ammissione.....</i>	163
8.4 <i>Documentazione incorporata mediante riferimento.....</i>	163

## DEFINIZIONI

Si riporta di seguito un elenco delle principali definizioni utilizzate all'interno del Documento di Ammissione. Tali definizioni hanno il significato di seguito indicato, salvo ove diversamente specificato. Si precisa, altresì, che le definizioni al singolare si intendono anche al plurale e viceversa, ove il contesto lo richieda.

<b>AIM Italia</b>	Indica il sistema multilaterale di negoziazione organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.;
<b>Ammissione</b>	Indica l'ammissione degli Strumenti Finanziari alle negoziazioni su AIM Italia;
<b>Assemblea</b>	Indica l'assemblea dei soci dell'Emittente;
<b>Aumento di Capitale</b>	<p>Indica l'aumento del capitale sociale dell'Emittente, a pagamento, in via scindibile, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, comma quinto, cod. civ., deliberato dall'Assemblea straordinaria dell'Emittente in data 12 ottobre 2020 per un importo massimo di euro 6.000.000,00 (seimilioni), inclusivo del sovrapprezzo, mediante emissione di massime n. 4.026.000 (quattromilioniventiseimila) nuove azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale, con godimento regolare, da riservarsi agli investitori destinatari dell'Offerta finalizzata all'ammissione delle Azioni Ordinarie della società sul sistema multilaterale di negoziazione AIM Italia.</p> <p>In esecuzione alla suddetta delibera, il Presidente del Consiglio di Amministrazione all'uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione in data 19 novembre 2020, in data 24 novembre 2020 ha deliberato (i) di determinare in massime 2.741.000,00 il numero di Azioni di nuova emissione rivenienti dall'Aumento di Capitale (ivi incluse le Azioni oggetto dell'opzione Greenshoe) e (ii) di fissare il prezzo puntuale di sottoscrizione delle Azioni destinate all'Offerta in Euro 1,75 cadauna di cui Euro 0,05 a titolo di capitale ed Euro 1,70 a titolo di sovrapprezzo;</p>
<b>Aumento di Capitale Warrant</b>	<p>Indica l'aumento di capitale sociale, a pagamento, in via scindibile, da eseguire anche in più tranches, con esclusione del diritto di opzione dei soci ai sensi dell'articolo 2441, quinto comma, cod. civ., deliberato dall'Assemblea straordinaria dell'Emittente in data 12 ottobre 2020 per complessivi massimi Euro 1.596.864,59 (unmilione cinquecento novantaseimila ottocento sessantaquattro virgola cinquantanove) comprensivo di sovrapprezzo, mediante emissione di Azioni di Compendio.</p> <p>In esecuzione alla suddetta delibera, il Presidente del Consiglio di Amministrazione all'uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione del 19 novembre 2020, in data 24 novembre 2020 ha deliberato di determinare in 548.200,00 il numero definitivo di Warrant;</p>
<b>Azioni</b>	Indica le azioni ordinarie dell'Emittente senza indicazione del valore nominale, aventi godimento regolare e liberamente trasferibili, che saranno ammesse alle negoziazioni su AIM Italia;

<b>Azioni di Compendio</b>	<p>Indica le massime n. 805.200 (ottocentocinquemiladuecento/00) nuove Azioni, senza indicazione del valore nominale, con godimento regolare e le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie in circolazione al momento dell'emissione, deliberate dall'Assemblea straordinaria dell'Emittente in data 12 ottobre 2020, da riservare a servizio dell'esercizio dei "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" in ragione di n. 1 (una) azione di compendio ogni n. 1 (uno) "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" esercitato.</p> <p>In esecuzione alla suddetta delibera, il Presidente del Consiglio di Amministrazione all'uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione in data 19 novembre 2020, in data 24 novembre 2020, ha deliberato di determinare nel numero definitivo di 548.200,00 le Azioni di Compendio;</p>
<b>Borsa Italiana</b>	Indica Borsa Italiana S.p.A., con sede legale in Milano, Piazza degli Affari n. 6;
<b>Capitale circolante netto (CCN)</b>	Indica il capitale circolante netto, calcolato come differenza fra attività correnti e passività correnti con esclusione delle attività e passività finanziarie. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Si precisa che è stato determinato in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 "Raccomandazioni per l'attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi";
<b>Capitale investito netto</b>	Indica il capitale investito netto, calcolato come sommatoria algebrica del capitale circolante netto, delle attività immobilizzate e delle passività a lungo termine. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento;
<b>Ceramica Phoenix S.r.l.</b>	Indica la società Ceramica Phoenix S.r.l., società a responsabilità limitata ai sensi del diritto italiano, con sede legale in Gallese (VT) strada Provinciale 150 – località Felceti snc, C.F./P. IVA 02176060560, REA VT-158527, iscritta alla Camera di Commercio di Viterbo;
<b>Codice Civile o c.c.</b>	Indica il Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 262 e successive modifiche ed integrazioni;
<b>Codice di Autodisciplina</b>	Indica il Codice di Autodisciplina delle società quotate predisposto dal Comitato per la <i>corporate governance</i> delle società quotate, istituito da Borsa Italiana;
<b>Codice Privacy</b>	Indica il Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196 recante il "Codice in materia di protezione dei dati personali" e successive modifiche;
<b>Codice ISIN</b>	Indica <i>International Security Identification Number</i> vale a dire il codice internazionale utilizzato per identificare univocamente gli strumenti finanziari dematerializzati;
<b>Co-lead Manager</b>	Banca Valsabbina S.C.p.A. con sede legale in Vestone (BS), via Molino n. 4, partita IVA n. 00549950988 e codice fiscale n. 00283510170 e Directa SIM S.p.A. con sede legale in Torino, Via Buoizzi n. 5, P. IVA e codice fiscale 06837440012;
<b>Collegio Sindacale</b>	Indica il collegio sindacale dell'Emittente;
<b>Consiglio di Amministrazione</b>	Indica il consiglio di amministrazione dell'Emittente;

<b>Consob</b>	Indica Commissione Nazionale per le Società e la Borsa con sede legale a Roma, Via G.B. Martini n. 3;
<b>Data del Documento di Ammissione</b>	Indica la data di pubblicazione del Documento di Ammissione, vale a dire il 25 novembre 2020;
<b>Data di Ammissione</b>	Indica la data di decorrenza dell'ammissione degli Strumenti Finanziari dell'Emittente su AIM Italia, stabilita con apposito avviso pubblicato da Borsa Italiana;
<b>Data di Inizio delle Negoziazioni</b>	Indica la data di inizio delle negoziazioni degli Strumenti Finanziari dell'Emittente su AIM Italia, stabilita con apposito avviso pubblicato da Borsa Italiana;
<b>Dati Previsionali 2020</b>	Indica i dati previsionali economici e finanziari riferiti al 31 dicembre 2020 elaborati nell'ambito del Piano Industriale;
<b>D. Lgs. 39/2010</b>	Indica il decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39 di "Attuazione della Direttiva 2006/43/CE, relativa alle revisioni legali dei conti annuali e dei conti consolidati";
<b>D. Lgs. 231/2001</b>	Indica il decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 recante la "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica";
<b>Documento di Ammissione</b>	Indica il presente documento di ammissione alla negoziazione degli Strumenti Finanziari della Società su AIM Italia, predisposto ai sensi dell'Art. 3 del Regolamento Emittenti AIM;
<b>EBIT (<i>Earnings Before Interest and Taxes</i>)</b>	Indica il risultato prima della gestione finanziaria e delle imposte dell'esercizio. EBIT rappresenta pertanto il risultato della gestione operativa prima della remunerazione del capitale sia di terzi che proprio;
<b>EBITDA (<i>Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization</i>)</b>	Indica il risultato prima della gestione finanziaria, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, degli accantonamenti e della svalutazione dei crediti;
<b>Emittente o PROMOTICA o la Società</b>	Indica PROMOTICA S.p.A., società per azioni ai sensi del diritto italiano, con sede legale in via Generale dalla Chiesa, 1 Desenzano del Garda (BS), C.F./P. IVA 02394460980, REA n. 446561, iscritta alla Camera di Commercio di Brescia;
<b>Flottante</b>	Indica la parte del capitale sociale dell'Emittente effettivamente in circolazione nel mercato AIM Italia, con esclusione dal computo delle partecipazioni azionarie di controllo, di quelle vincolate da patti parasociali e di quelle soggette a vincoli alla trasferibilità (come clausole di lock-up) di durata superiore ai 6 mesi, nonché delle partecipazioni superiori al 5% calcolate secondo i criteri indicati nella Disciplina sulla Trasparenza richiamata dal Regolamento Emittenti AIM. Rientrano invece nel computo per la determinazione del Flottante le azioni possedute da organismi di investimento collettivo del risparmio, da fondi pensione e da enti previdenziali;
<b>GDPR</b>	Indica il regolamento (UE) del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 n. 2016/679, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione

	di tali dati e che abroga la direttiva n. 95/46/CE (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati – GDPR), applicabile in Italia a partire dal 25 maggio 2018;
<b>Gruppo o Gruppo PROMOTICA</b>	Indica l’Emittente e le società da essa controllate ai sensi dell’art. 2359, comma 1, c.c. incluse nel perimetro di consolidamento;
<b>Kiki Lab S.r.l.</b>	Indica Kiki Lab S.r.l., società a responsabilità limitata ai sensi del diritto italiano, con sede legale in Brescia (BS), via Creta n. 26, C.F./P. IVA 03611980172, REA 426862, iscritta alla Camera di Commercio di Brescia;
<b>Indebitamento Finanziario Netto</b>	Indica l’Indebitamento finanziario netto, determinato dalla Società secondo lo schema previsto dalla Raccomandazione ESMA/2013/319, determinato dalla somma algebrica di cassa e disponibilità liquide, dei debiti bancari correnti, della parte corrente dell’indebitamento non corrente, degli altri debiti finanziari correnti, dei debiti bancari non correnti e degli altri debiti finanziari non correnti;
<b>Impegni di Lock-up</b>	Indica gli impegni di lock-up assunti in data 12 novembre 2020 dall’Emittente e dal socio unico, Diego Toscani, nei confronti del Nomad;
<b>Monte Titoli</b>	Indica Monte Titoli S.p.A., con sede legale in Milano, Piazza degli Affari n. 6;
<b>Nominated Adviser o Nomad or Global Coordinator o Integrae SIM</b>	Indica Integrae Società di Intermediazione Mobiliare – Società per Azioni, con sede legale in Via Meravigli n. 13, 20123, Milano, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, codice fiscale e partita IVA n. 02931180364;
<b>Opzione di <i>Over Allotment</i></b>	Indica l’opzione di prestito di massime n. 604.000 (seicentoquattomila) Azioni corrispondenti ad una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell’Offerta, concessa dal socio unico, Diego Toscani a favore del Global Coordinator;
<b>Opzione Greenshoe/Greenshoe</b>	Indica l’opzione per l’acquisto, al Prezzo di Offerta, di massime n. 604.000 (seicentoquattomila) Azioni corrispondenti a una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell’Offerta, concessa dal socio unico, Toscani Diego, a favore del Global Coordinator;
<b>Offerta o Collocamento</b>	Indica l’offerta di sottoscrizione finalizzata alla costituzione del Flottante minimo ai fini dell’ammissione alla negoziazione su AIM Italia, avente a oggetto le Azioni rivenienti dall’Aumento di Capitale, rivolta a (i) “investitori qualificati” italiani o esteri, quali definiti dagli articoli 100, comma 1, lettera a), del TUF, 34-ter del Regolamento Emittenti CONSOB e 35, comma 1, lettera d) del Regolamento Intermediari, nonché ad altri soggetti nello spazio economico europeo (SEE) che siano “investitori qualificati” ai sensi dell’art. 2 comma 1 lett. e) del Regolamento (UE) 2017/1129 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 giugno 2017 (con esclusione degli investitori in Australia, Giappone, Canada e Stati Uniti e in ogni altro Paese estero nel quale il collocamento non sia possibile in assenza di autorizzazione delle competenti autorità) (“ <i>Collocamento Istituzionale</i> ”); nonché (ii) altre categorie di investitori, in ogni caso con modalità tali per quantità del Collocamento Istituzionale e qualità dei destinatari dello stesso da rientrare nei casi di inapplicabilità delle disposizioni in materia di offerta al pubblico di strumenti finanziari previsti dalle sopra menzionate disposizioni e delle equivalenti disposizioni di legge e regolamentari applicabili all’estero, con conseguente esclusione dalla

<b>Parti Correlate</b>	pubblicazione di un prospetto informativo (“ <i>Collocamento Retail</i> ”); Indica le “parti correlate” così come definite (i) nel Regolamento Parti Correlate; (ii) nel Regolamento Emittenti AIM; (iii) nelle disposizioni in tema di parti correlate per gli emittenti ammessi alle negoziazioni su AIM Italia, nell’ultima versione adottata da Borsa Italiana il 15 aprile 2019 e in vigore alla Data del Documento di Ammissione (le “ <i>Disposizioni OPC AIM Italia</i> ”);
<b>Piano Industriale</b>	Indica il piano industriale redatto dalla Società ed approvato dal Consiglio di Amministrazione il 4 novembre 2020 riferito agli esercizi 2020-2024;
<b>PMI Innovativa</b>	Indica la piccola e media impresa (PMI) in possesso dei requisiti di cui all’articolo 4 del Decreto legge del 24 gennaio 2015 n. 3, convertito con Legge del 24 marzo 2015, n. 33, come successivamente modificato e integrato dal Decreto del Ministero dell’Economia e delle Finanze del 7 maggio 2019;
<b>Posizione Finanziaria Netta (PFN)</b>	Ai sensi di quanto stabilito nella Comunicazione CONSOB n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, indica la Posizione Finanziaria Netta, ottenuta come somma algebrica delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle attività finanziarie correnti e delle passività finanziarie a breve e a lungo termine (passività correnti e non correnti). La PFN è stata determinata in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 “Raccomandazioni per l’attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi;
<b>Prezzo di Offerta</b>	Indica il prezzo definitivo unitario, pari a Euro 1,75, definito in data 24 novembre 2020 dal Presidente del Consiglio di Amministrazione all’uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione del 19 novembre 2020, per il collocamento delle Azioni di nuova emissione rinvenienti dall’Aumento di Capitale;
<b>Principi Contabili Nazionali o ITA GAAP</b>	Indica i principi contabili che disciplinano i criteri di redazione dei bilanci per le società italiane non quotate sui mercati regolamentati, emanati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili e dall’Organismo Italiano di Contabilità;
<b>Propris Immobiliare Srl</b>	Indica la società Propris Immobiliare S.r.l., società a responsabilità limitata ai sensi del diritto italiano, con sede legale in Desenzano del Garda (BS), via Geneale Carlo Alberto dalla Chiesa 1, C.F./P. IVA /REA BS 03043170988, iscritta alla Camera di Commercio di Brescia;
<b>Regolamento dei Titoli</b>	Il Regolamento dei Titoli “€ 4.000.000 TITOLI A TASSO FISSO CON SCADENZA 2027 CODICE ISIN IT0005416307” emessi da Promotica in data 17 luglio 2020 con valore nominale di Euro 100.000,00 (centomila/00) e scadenza nel 2027, interamente sottoscritti in sede di ammissione da Intesa Sanpaolo S.p.A.;
<b>Regolamento dei Warrant</b>	Indica il regolamento dei Warrant riportato in appendice al Documento di Ammissione;

<b>Regolamento Emittenti CONSOB</b>	Indica il Regolamento Consob n. 11971 del 14 maggio 1999 di attuazione del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 concernente la disciplina degli emittenti, come successivamente modificato e integrato, in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Regolamento Emittenti AIM</b>	Indica il Regolamento Emittenti AIM Italia approvato da Borsa Italiana ed entrato in vigore il 1° marzo 2012, nell'ultima versione adottata da Borsa Italiana il 20 luglio 2020 e in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Regolamento Intermediari</b>	Indica il Regolamento Consob n. 20307 del 15 febbraio 2018 recante norme di attuazione del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 in materia di intermediari, come successivamente modificato e integrato, in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Regolamento Nomad</b>	Indica il Regolamento <i>Nominated Adviser</i> AIM Italia approvato da Borsa Italiana ed entrato in vigore il 1° marzo 2012, nell'ultima versione adottata da Borsa Italiana il 20 luglio 2020 e in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Regolamento Parti Correlate</b>	Indica il Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010 recante disposizioni in materia di operazioni con parti correlate, come successivamente modificato e integrato, in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Società di Revisione</b>	Indica Ria Grant Thornton, con sede legale in via Melchiorre Gioia 8 – 20124 Milano, iscritta al Registro delle Imprese di Milano al n. 02342440399 ed iscritta al registro dei revisori legali e delle società di revisione tenuto presso il Ministro dell'economia e delle finanze al n. 157902;
<b>Specialista</b>	Indica Integrae SIM S.p.A.;
<b>Statuto</b>	Indica lo statuto sociale dell'Emittente, adottato con delibera dell'Assemblea straordinaria della Società in data 12 ottobre 2020, disponibile sul sito internet dell'Emittente <a href="http://www.promotica.it">www.promotica.it</a> , in vigore a partire dalla data dell'avviso di Borsa Italiana di ammissione alla negoziazione degli Strumenti Finanziari della Società;
<b>Strumenti Finanziari</b>	Indica le Azioni ed i Warrant,
<b>Testo Unico della Finanza o TUF</b>	Indica il Decreto Legislativo n. 58 del 24 febbraio 1998 - Testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, come successivamente modificato e integrato, in vigore alla Data del Documento di Ammissione;
<b>Terreno di proprietà di Propri Immobiliare</b>	Indica il terreno di proprietà di Propri Immobiliare Srl così composto: Catasto terreni del Comune di Desenzano del Garda (BS) <ul style="list-style-type: none"> <li>- foglio 39, mappale 625, seminativo, di ha 00.15.05, classe 1, R.D. Euro 9,33, R.A. Euro 9,33;</li> <li>- foglio 39, mappale 626, seminativo, di ha 00.10.81, classe 1, R.D. Euro 6,70, R.A. Euro 6,70;</li> <li>- foglio 39, mappale 627, seminativo, di ha 00.06.28, classe 1, R.D. Euro 3,89, R.A. Euro 3,89;</li> <li>- foglio 39, mappale 628, seminativo, di ha 00.00.26, classe 1, R.D. Euro 0,16, R.A. Euro 0,16;</li> <li>- foglio 39, mappale 629, seminativo, di ha 00.21.00, classe 1, R.D. Euro 13,01, R.A. Euro 13,01;</li> </ul>

- foglio 39, mappale 630, seminativo, di ha 00.09.89, classe 1, R.D. Euro 6,13, R.A. Euro 6,13;
- foglio 39, mappale 631, seminativo, di ha 00.00.11, classe 1, R.D. Euro 0,07, R.A. Euro 0,07;

## **Warrant**

Indica i “Warrant Promotica 2020-2023” deliberati dall’Assemblea straordinaria dell’Emittente in data 12 ottobre 2020 ed emessi nel numero definitivo di 548.200,00, deliberato in data 24 novembre 2020 dal Presidente del Consiglio di Amministrazione all’uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione del 19 novembre 2020, che saranno assegnati gratuitamente a favore di tutti coloro che abbiano sottoscritto le Azioni nell’ambito del Collocamento, o acquistato le Azioni nell’ambito dell’esercizio dell’Opzione Greenshoe, in rapporto di 1 (uno) Warrant ogni 5 (cinque) Azioni.

## GLOSSARIO

Si riporta di seguito un elenco dei principali termini tecnici utilizzati all'interno del Documento di Ammissione. Tali termini, salvo ove diversamente specificato, hanno il significato di seguito indicato.

<i>Brand advocacy</i>	Rappresenta l'indicatore della fedeltà al marchio.
<i>Brand awareness</i>	Identifica il grado di conoscenza del marchio da parte del pubblico.
<i>Customer Experience</i>	Indica la reazione interiore e soggettiva del cliente di fronte a qualsiasi contatto diretto o indiretto con un'impresa.
<i>GDO</i>	Indica la Grande Distribuzione Organizzata, vale a dire la tipologia di vendita al dettaglio di prodotti di largo consumo, realizzata tramite una serie di punti vendita gestiti a libero servizio, organizzati su grandi superfici e, generalmente, aderenti ad un'organizzazione o ad un gruppo che gestisce più punti vendita contrassegnati da una o più insegne commerciali comuni (la c.d. catena distributiva).
<i>Loyalty program</i>	Indica i programmi di fidelizzazione della clientela.
<i>Materiale POP</i>	E' acronimo di <i>Point of Purchase</i> , vale a dire punto d'acquisto. Indica un articolo in materiale durevole, o non durevole, che ha la capacità di evidenziare le caratteristiche di un brand e di migliorarne la sua visibilità agli occhi del consumatore finale.
<i>Redemption o Indice di Conversione</i>	Indica il risultato in termini percentuali di un'operazione promozionale vale a dire la percentuale di opportunità/bollini/premi che si convertono in premio.
<i>Rottura di Stock</i>	Indica la situazione in cui il cliente della Società si trova sfornito di premi per soddisfare le richieste di premi del consumatore finale.
<i>Self Liquidating</i>	Indica le campagne a premio immediato con durata compresa tra 4 e 8 settimane.
<i>Share of wallet</i>	Letteralmente quota di portafoglio, indica la percentuale degli acquisti che un cliente effettua da un fornitore in relazione alla sua spesa totale in una specifica categoria di prodotto o servizio.
<i>Short Collection</i>	Indica i programmi di breve durata che prevedono l'utilizzo di bollini ed eventuale contributo in denaro da parte del consumatore.
<i>Touch points</i>	Indica i punti di contatto tra insegna cliente e consumatore finale che possono essere fisici, digitali, gestiti o spontanei; nelle attività loyalty, specialmente se omnichannel, tali punti di contatto presentano contemporaneamente queste quattro nature.
<i>CRM</i>	E' acronimo di <i>Customer Relationship Management</i> ed indica la strategia di business che si avvale dell'impiego di nuove tecnologie sia per comprendere ed anticipare bisogni e desideri dei consumatori finali sia per individuare consumatori potenzialmente interessati all'acquisto di prodotti offerti.

## *DOCUMENTI ACCESSIBILI AL PUBBLICO*

I seguenti documenti sono a disposizione del pubblico presso la sede legale dell'Emittente in via Generale dalla Chiesa, 1 Desenzano del Garda (BS), nonché sul sito internet [www.promotica.it](http://www.promotica.it):

- Documento di Ammissione;
- Statuto dell'Emittente;
- Regolamento dei Warrant;
- Bilancio individuale dell'Emittente al 31 dicembre 2019 redatto secondo i principi contabili italiani e approvato dall'assemblea dei soci in data 26 giugno 2020, comprensivo della relazione della Società di Revisione emessa in data 25 giugno 2020;
- Bilancio individuale intermedio dell'Emittente al 30 giugno 2020, redatto secondo i principi contabili italiani, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 22 settembre 2020, comprensivo della relazione della Società di Revisione emessa in data 22 settembre 2020;
- Bilanci pro-forma individuali dell'Emittente e consolidati del Gruppo al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020, approvati dal Consiglio di Amministrazione in data 19 novembre 2020, comprensivi della relazione della Società di Revisione emessa in data 19 novembre 2020.

*CALENDARIO DELL'OPERAZIONE*

Data di presentazione della Comunicazione di pre-ammissione	11 novembre 2020
Data di presentazione della Domanda di Ammissione	20 novembre 2020
Data di pubblicazione del Documento di Ammissione	25 novembre 2020
Data di ammissione degli Strumenti Finanziari alle negoziazioni	25 novembre 2020
Data di Inizio delle Negoziazioni	27 novembre 2020

*SEZIONE I - DOCUMENTO DI REGISTRAZIONE*

## 1 INFORMAZIONI RELATIVE ALLE PERSONE RESPONSABILI DEL DOCUMENTO DI AMMISSIONE

### 1.1 *Persone responsabili del Documento di Ammissione*

L'Emittente, PROMOTICA S.p.A., C.F. e P.IVA 02394460980, con sede legale in via Generale dalla Chiesa, 1 Desenzano del Garda (BS), in qualità di Emittente, assume la responsabilità della veridicità e completezza dei dati e delle informazioni contenuti nel Documento di Ammissione.

### 1.2 *Dichiarazione di responsabilità*

L'Emittente dichiara che, avendo adottato tutta la ragionevole diligenza a tale scopo e per quanto a propria conoscenza, le informazioni contenute nel Documento di Ammissione sono conformi ai fatti e il Documento di Ammissione non presenta omissioni tali da alterarne il senso.

### 1.3 *Dichiarazioni o relazioni di esperti*

Il Documento di Ammissione non contiene dichiarazioni o relazioni di esperti.

### 1.4 *Informazioni provenienti da terzi*

Le informazioni contenute nel Documento di Ammissione provengono da fonti terze solo ove espressamente indicato. In relazione a tali ultime informazioni l'Emittente conferma che le medesime sono state riprodotte fedelmente e che, per quanto a conoscenza dell'Emittente o per quanto il medesimo sia in grado di accertare sulla base delle informazioni pubblicate dai terzi in questione, non sono stati omessi fatti che potrebbero rendere le informazioni riprodotte inesatte o ingannevoli. Le fonti delle predette informazioni sono specificate nei singoli Paragrafi del Documento di Ammissione in cui le stesse sono riportate.

## 2 REVISORI LEGALI DEI CONTI

### 2.1 *Revisori legali dell'Emittente*

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Assemblea dell'Emittente ha conferito l'incarico di revisione legale del bilancio individuale dell'Emittente per l'esercizio 2019, e del bilancio individuale dell'Emittente e consolidato del Gruppo per gli esercizi 2020 e 2021 nonché del bilancio intermedio individuale dell'Emittente al 30 giugno 2020 e del bilancio consolidato del Gruppo al 30 giugno 2021, ai sensi delle disposizioni legislative *pro tempore* vigenti, alla Società di Revisione Ria Grant Thornton, con sede legale in Milano, Melchiorre Gioia 8, iscritta al Registro delle Imprese di Milano, numero di iscrizione, codice fiscale e partita IVA 02342440399, iscritta al n. 157902 del Registro dei revisori legali di cui agli artt. 6 e seguenti del D. Lgs. n. 39/2010, come modificato dal Decreto Legislativo 17 luglio 2016, n.135 (la "**Società di Revisione**").

Conseguentemente, la Società di Revisione ha sottoposto a revisione contabile il bilancio annuale della Società per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 predisposto secondo i Principi Contabili Nazionali ed ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 25 giugno 2020. Il bilancio annuale della Società per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 è stato assoggettato a revisione contabile da parte del Sindaco Unico.

La Società di Revisione ha, inoltre, sottoposto a revisione contabile limitata il bilancio intermedio della Società per il semestre chiuso al 30 giugno 2020 predisposto secondo i Principi Contabili Nazionali ed ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 22 settembre 2020.

Infine, la Società di Revisione ha sottoposto a revisione contabile i prospetti pro-forma al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020 nonché i prospetti pro-forma consolidati al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020 ed ha emesso la propria relazione senza rilievi in data 19 novembre 2020.

Con riferimento alle informazioni finanziarie incluse nel Documento di Ammissione, non vi sono stati rilievi o rifiuti di attestazione da parte della Società di Revisione in merito al bilancio individuale della Società per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 sottoposto a revisione contabile completa e al bilancio individuale intermedio della Società chiuso al 30 giugno 2020 sottoposto a revisione contabile limitata.

L'Emittente ha, altresì, conferito alla Società di Revisione l'incarico di esaminare il Documento di Ammissione ed emettere *comfort letter* limitatamente alle informazioni finanziarie ivi presenti.

### 2.2 *Informazioni sui rapporti con le Società di Revisione*

Alla Data del Documento di Ammissione non è intervenuta alcuna revoca dell'incarico di revisione legale conferito dall'Emittente alla Società di Revisione, né la Società di Revisione ha rinunciato all'incarico.

### 3 INFORMAZIONI FINANZIARIE SELEZIONATE

#### 3.1 Premessa

Nel presente Capitolo vengono fornite le informazioni finanziarie selezionate relative ai dati annuali dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 e per il periodo chiuso al 30 giugno 2020.

Le selezionate sono desunte dai bilanci d'esercizio dell'Emittente chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019, e dalla relazione semestrale chiusa al 30 giugno 2020 predisposti in conformità alla normativa vigente integrata e interpretata dai Principi Contabili Italiani.

Il bilancio d'esercizio dell'Emittente al 31 dicembre 2019 è stato sottoposto a revisione contabile da parte della Società di Revisione, la cui relazione è allegata al presente Documento di Ammissione. I bilanci d'esercizio al 31 dicembre 2017 e al 31 dicembre 2018 sono stati assoggettati a revisione contabile da parte del Sindaco Unico.

Il bilancio intermedio dell'Emittente chiuso al 30 giugno 2020 è stato sottoposto a revisione contabile da parte della Società di Revisione, la cui relazione è allegata al presente Documento di Ammissione.

I prospetti pro-forma relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 sono stati predisposti ipotizzando che le operazioni di natura straordinaria quali la cessione delle quote detenute in Propriis Immobiliare S.r.l. pari al 51% (cessione avvenuta in data 11 novembre 2020), l'acquisto del terreno di proprietà di Propriis Immobiliare S.r.l. mediante compensazione del credito finanziario vantato da Promotica S.p.A. (in relazione al quale le parti in data 10 dicembre 2019 hanno sottoscritto una promessa vincolante di compravendita ai sensi della quale l'atto di compravendita dovrà avvenire entro il 15 dicembre 2020), la scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. con la precedente estinzione del saldo dovuto da Promotica S.p.A. per l'acquisto della suddetta partecipazione (scissione avvenuta in data 28 settembre 2020), fossero avvenute con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019. I prospetti pro-forma al 31 dicembre 2019 sono stati assoggettati a verifica da parte della Società di Revisione, la cui relazione è allegata al presente Documento di Ammissione.

Per maggiori informazioni sulle operazioni di natura straordinaria sopra menzionate si rinvia al alla Sezione Prima, Capitolo 17 del Documento di Ammissione.

I prospetti pro-forma per il periodo chiuso al 30 giugno 2020 sono stati predisposti ipotizzando che le operazioni di natura straordinaria esposte nel paragrafo precedente fossero avvenute con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 e che (i) l'accantonamento per rischi e oneri relativo ai contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa, sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi il fondo rischi e oneri sia classificato patrimonialmente come debito verso fornitori, (ii) il credito per imposte anticipate calcolato a seguito dell'accantonamento a fondi rischi e oneri sia stornato e quindi classificato a nettare i debiti tributari, (iii) le spese di consulenza relative alla quotazione all'AIM siano state capitalizzate al 30 giugno 2020. Di conseguenza, nei prospetti pro-forma al 30 giugno 2020, a seguito dell'assunzione dell'ipotesi di capitalizzazione dei costi di quotazione all'AIM, emerge una differenza sul risultato d'esercizio pari a 67 migliaia di Euro.

Ai fini del presente Documento di Ammissione si è proceduto alla predisposizione del bilancio consolidato

pro-forma al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020 accompagnato dalla relazione della Società di Revisione contenente il giudizio sulla ragionevolezza delle ipotesi di base per la redazione dei dati pro-forma, sulla corretta applicazione della metodologia utilizzata, nonché sulla correttezza dei principi contabili adottati per la redazione dei medesimi atti. Le informazioni finanziarie selezionate sono desunte dalle situazioni contabili delle società rientranti nel perimetro di consolidamento, i cui dettagli sono riportati nei paragrafi che seguono.

I prospetti pro-forma consolidati sono stati costruiti partendo dai prospetti pro-forma separati alla data del 31 dicembre 2019 e 30 giugno 2020 e comprendendo i prospetti di stato patrimoniale e conto economico al 31 dicembre 2019 e 30 giugno 2020 della società Kiki Lab S.r.l. (la cui partecipazione totalitaria è stata acquisita in data 23 aprile 2020), considerando gli effetti dell'acquisizione della società nell'esercizio 2019.

I prospetti pro-forma sono stati predisposti in conformità alla Comunicazione CONSOB n. DEM/1052803 del 5 luglio 2001 e in conformità ai Principi Contabili Italiani. I prospetti consentono di simulare gli effetti della creazione del Gruppo, come se la stessa fosse virtualmente avvenuta alla data di riferimento dei bilanci pro-forma. Tali informazioni non sono tuttavia da ritenersi necessariamente rappresentative dei risultati che si sarebbero ottenuti qualora la stessa fosse realmente avvenuta nel periodo preso a riferimento.

I dati consolidati pro-forma sono stati predisposti in base ai seguenti criteri:

- decorrenza degli effetti patrimoniali dalla fine del periodo oggetto di presentazione, per quanto attiene alla redazione degli stati patrimoniali consolidati pro-forma;
- decorrenza degli effetti economici dall'inizio del periodo oggetto di presentazione, per quanto attiene alla redazione dei conti economici consolidati pro-forma;
- inclusione nell'area di consolidamento pro-forma della società Kiki Lab, la cui partecipazione totalitaria è stata acquistata il 23 aprile 2020.

Le informazioni contenute nei dati pro-forma rappresentano il risultato dell'applicazione di specifiche ipotesi. Inoltre, i dati pro-forma non intendono rappresentare in alcun modo una previsione sull'andamento della situazione patrimoniale ed economica futura del Gruppo.

Le informazioni finanziarie selezionate riportate di seguito devono essere lette congiuntamente ai bilanci d'esercizio al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 e al bilancio intermedio chiuso al 30 giugno 2020. Tutti i suddetti bilanci sono a disposizione del pubblico per la consultazione, presso la sede legale dell'Emittente in Desenzano del Garda, Via Generale Dalla Chiesa n. 1.

## **3.2 Informazioni finanziarie selezionate relative agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019**

### **3.2.1 Dati economici selezionati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 e Consolidato Pro-Forma 2019**

Di seguito sono forniti i principali dati economici dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 e il Consolidato Pro-Forma al 31 dicembre 2019.

Si riporta di seguito il Conto Economico riclassificato dell'Emittente riferito al triennio 2017-2019 e Consolidato ProForma al 31 dicembre 2019.

Conto Economico (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	25.975	41.480	37.020	37.436
Costo del venduto	(19.122)	(31.808)	(26.940)	(27.045)
<b>Margine industriale</b>	<b>6.853</b>	<b>9.672</b>	<b>10.080</b>	<b>10.391</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>26,4%</b>	<b>23,3%</b>	<b>27,2%</b>	<b>27,8%</b>
Altri proventi	100	166	269	277
Costi per servizi	(3.156)	(4.839)	(4.206)	(4.332)
Costi per godimento beni di terzi	(116)	(149)	(186)	(202)
Costi per il personale	(1.476)	(1.659)	(1.796)	(2.000)
Oneri diversi di gestione	(275)	(196)	(309)	(324)
<b>EBITDA</b>	<b>1.930</b>	<b>2.996</b>	<b>3.852</b>	<b>3.810</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>7,4%</b>	<b>7,2%</b>	<b>10,4%</b>	<b>10,2%</b>
Ammortamenti immateriali	(120)	(117)	(116)	(116)
Ammortamenti materiali	(74)	(65)	(77)	(81)
Svalutazione crediti dell'attivo circolante	(288)	(159)	(151)	(151)
<b>EBIT</b>	<b>1.448</b>	<b>2.655</b>	<b>3.509</b>	<b>3.463</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>5,6%</b>	<b>6,4%</b>	<b>9,5%</b>	<b>9,2%</b>
Proventi e (Oneri) Finanziari	(156)	(146)	(143)	(132)
Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	(91)	(366)	(244)	(244)
<b>Utile ante imposte</b>	<b>1.201</b>	<b>2.143</b>	<b>3.122</b>	<b>3.087</b>
Imposte sul risultato d'esercizio	(409)	(661)	(965)	(966)
<b>Utile (perdita) d'esercizio</b>	<b>791</b>	<b>1.482</b>	<b>2.157</b>	<b>2.121</b>

(\*) EBITDA indica il risultato prima della gestione finanziaria, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, degli accantonamenti e della svalutazione dei crediti. L'EBITDA così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori dell'Emittente per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

(\*\*) EBIT indica il risultato prima della gestione finanziaria e delle imposte dell'esercizio. EBIT rappresenta pertanto il risultato della gestione operativa prima della remunerazione del capitale sia di terzi che proprio. L'EBIT così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori dell'Emittente per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBIT non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBIT non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

### 3.2.2 Ricavi delle vendite e delle prestazioni

I ricavi delle vendite e delle prestazioni al 31 dicembre 2019 sono pari a 37.020 migliaia di Euro, con un decremento rispetto all'esercizio precedente di 4.461 migliaia di Euro (-11%). Tale decremento è dovuto a un diverso mix delle campagne offerte nel corso del 2019 rispetto agli esercizi precedenti.

Come esposto in tabella i ricavi dell'Emittente derivano dalla vendita diretta di beni e di servizi di consulenza nettati dei premi su vendite riconosciuti ai clienti a fine anno.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Ricavi da vendita di beni	27.039	41.357	38.327	(3.030)	-7%	38.743
Ricavi per consulenze	766	2.067	875	(1.192)	-58%	875
Premi su vendite	(1.830)	(1.943)	(2.182)	(239)	12%	(2.182)
<b>Totale</b>	<b>25.975</b>	<b>41.480</b>	<b>37.020</b>	<b>(4.461)</b>	<b>-11%</b>	<b>37.436</b>

Principale cliente dell'Emittente è la Grande Distribuzione Organizzata che rappresenta circa il 97% del

fatturato, il restante 3% è rappresentato da clienti operanti nel settore farmaceutico, finanziario, industriale.

### 3.2.3 Costo del venduto

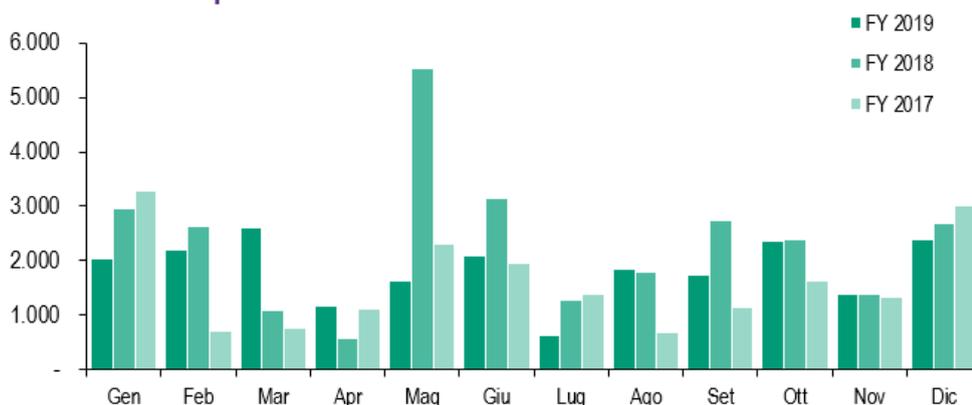
Si riporta di seguito il dettaglio del costo del venduto con riferimento agli esercizi 2017, 2018 e 2019:

Costo del venduto (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Costi merci, materiali di consumo, servizi diretti	21.603	34.870	25.326	(9.544)	-27%	25.427
Variazione delle rimanenze	(2.748)	(3.104)	1.648	4.752	-153%	1.648
Premi e sconti su acquisti	(178)	(265)	(214)	50	-19%	(214)
Royalties, brevetti, diritti	365	241	52	(189)	-78%	52
Costi per acquisto cancellaria	12	14	16	2	17%	21
Costi per carburante e autovetture	48	52	53	1	1%	53
Oneri doganali	20	0	58	58	100%	58
<b>Totale</b>	<b>19.122</b>	<b>31.808</b>	<b>26.940</b>	<b>(4.869)</b>	<b>-15%</b>	<b>27.045</b>

La componente più significativa del costo del venduto è rappresentata dai costi sostenuti per l'acquisto di merce, di servizi diretti e contributi promozionali, componente che subisce una variazione lungo il corso dei tre esercizi legata ad un efficientamento dei costi e all'andamento del fatturato.

Si rappresenta nel seguito il trend mensile del costo per acquisto di merci con riferimento ai tre esercizi:

#### Trend Costi Acquisto Merci



L'incremento nel mese di maggio 2018 è legato alla partenza di alcune campagne con inizio a giugno 2018, tra le quali Coop Alleanza Operazione Crayon, Coop DNO self tavola egan, Centrale Adriatica self coppette gelato.

### 3.2.4 Altri proventi

Gli altri proventi si riferiscono principalmente a sopravvenienze attive e ad altre poste residuali.

Altri proventi (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Sopravvenienze attive	93	156	251	95	61%	253
Rimborsi spese e addebiti a clienti	3	5	15	10	221%	18
Plusvalenze	1	2	0	(2)	-100%	3
Arrotondamenti attivi	0	0	0	(0)	-100%	0
Altri proventi	3	4	3	(1)	-18%	3
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>166</b>	<b>269</b>	<b>103</b>	<b>62%</b>	<b>277</b>

Le "sopravvenienze attive" si riferiscono alle seguenti voci:

- per 251 migliaia di Euro al 31 dicembre 2019 si riferiscono principalmente a incassi di crediti verso clienti svalutati in esercizi precedenti e a un premio concordato con un fornitore su merce in giacenza acquistata in esercizi precedenti.
- Per 156 migliaia di Euro al 31 dicembre 2018 si riferiscono al credito per R&S (88 migliaia di Euro) e all'incasso di due crediti verso clienti precedentemente svalutati (67 migliaia di Euro)
- Per 83 migliaia di Euro al 31 dicembre 2017 si riferiscono al credito per R&S (88 migliaia di Euro) e a un incasso di un credito verso cliente precedentemente svalutato.

### 3.2.5 Costi per servizi

Si riporta nel seguito la composizione dei costi per servizi per gli esercizi 2017, 2018 e 2019. Tale voce si riferisce principalmente al costo per trasporti, il quale presenta una variazione nell'arco dei tre esercizi correlata all'andamento del decremento del fatturato registrato, al costo per consulenze varie e compensi degli amministratori.

Costi per servizi (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Costi per trasporti	2.109	3.632	2.535	(1.097)	-30%	2.535
Consulenze	276	348	512	165	47%	518
Compenso amm.tori	136	156	196	40	26%	241
Spese per servizi generici	0	35	184	149	424%	184
Costi di pubblicità	55	118	121	3	3%	126
Assicurazioni	64	90	103	13	15%	104
Ristoranti e trasferta	63	74	85	10	14%	103
Altri costi	56	93	72	(20)	-22%	99
Spese di rappresentanza	33	21	71	49	234%	71
Assistenza e manutenzione	42	67	70	3	4%	71
Viaggi e trasferte	55	45	59	14	32%	67
Utenze	43	48	56	9	18%	63
Rimborso chilometrici	8	34	43	10	29%	52
Smaltimento rifiuti e pulizia	22	23	35	11	48%	35
Costi agenzia interinale	0	7	30	23	317%	30
Provvigioni	181	33	19	(14)	-42%	19
Costi per autovetture	15	15	14	(1)	-6%	16
<b>Totale</b>	<b>3.156</b>	<b>4.839</b>	<b>4.206</b>	<b>(633)</b>	<b>-13%</b>	<b>4.332</b>

### 3.2.6 Costi per godimento beni di terzi

I costi per godimento beni di terzi si riferiscono principalmente a costi per affitti, costi per autovetture dei dipendenti detenute in leasing e canoni di leasing immobili.

Costi per godimento beni di terzi (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Affitti passivi	51	57	63	6	11%	63
Leasing autovetture	21	36	37	1	2%	37
Canoni di leasing immobile	18	19	19	0	1%	35
Canoni software e licenze	5	22	55	33	155%	55
Costi per noleggi	6	2	2	0	4%	2
Altri costi di locazione	14	14	11	(4)	-25%	11
<b>Totale</b>	<b>116</b>	<b>149</b>	<b>186</b>	<b>37</b>	<b>25%</b>	<b>202</b>

### 3.2.7 Costi per il personale

Si riporta di seguito il dettaglio del "costo del personale" dell'Emittente con riferimento agli esercizi 2017,

2018 e 2019:

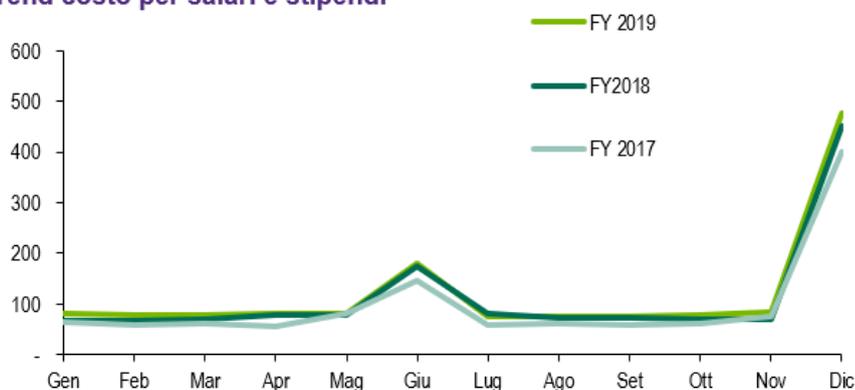
Costi per il personale (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Costi per stipendi	1.107	1.248	1.343	96	8%	1.496
Contributi INPS	279	307	341	33	11%	380
Accantonamento TFR	79	91	93	2	3%	104
Contributi INAIL	4	5	4	(0)	-8%	5
Costi fondi previdenziali	7	9	10	1	17%	12
Altri costi per il personale	0	0	4	4	100%	4
<b>Totale</b>	<b>1.476</b>	<b>1.659</b>	<b>1.796</b>	<b>136</b>	<b>8%</b>	<b>2.000</b>

Si riporta di seguito il numero medio del personale in forza presso l'Emittente con riferimento agli esercizi 2017, 2018 e 2019:

Numero medio dipendenti	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019
Quadri	4	4	4
Impiegati	15	20	23
Operai	1	1	1
Altri dipendenti	3	1	3
<b>Totale dipendenti</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>31</b>

Nel grafico che segue viene riportato il trend mensile del costo del personale per l'esercizio 2017, 2018 e 2019. Tale costo non subisce variazioni significative nel corso dei tre esercizi e si mantiene stabile durante il corso dell'anno, l'incremento nel mese di giugno è dovuto alla presenza della 14esima mensilità mentre l'incremento nel mese di dicembre è dovuto alla presenza della 13esima mensilità e del premio a dipendenti.

#### Trend costo per salari e stipendi



#### 3.2.8 Oneri diversi di gestione

Si riporta nel seguito la composizione della voce residuale degli oneri diversi di gestione per gli esercizi 2017, 2018 e 2019. Come evidenziato in tabella il saldo si riferisce principalmente al costo per omaggi alla clientela e alle sopravvenienze passive, le restanti voci sono di natura residuale.

Oneri diversi di gestione (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Omaggi per la clientela	143	81	89	8	10%	89
Sopravvenienze passive	77	44	67	23	52%	67
Oblazioni	27	9	44	35	385%	44
Costi per bolli autovetture	4	2	4	2	76%	4
Imposte e tasse	2	4	21	17	420%	22

IMU	4	5	4	(1)	-22%	6
Minusvalenze	3	22	0	(22)	-100%	0
Quote associative	8	7	6	(2)	-23%	10
Sanzioni	0	0	23	23	17836%	23
Abbuoni passivi	0	0	0	0	186%	0
Altri oneri di gestione	6	20	52	32	156%	59
<b>Totale</b>	<b>275</b>	<b>196</b>	<b>309</b>	<b>113</b>	<b>58%</b>	<b>324</b>

### 3.2.9 Ammortamenti e svalutazioni

Si riporta di seguito il dettaglio degli “ammortamenti e svalutazioni” dell’Emittente con riferimento agli esercizi 2017, 2018 e 2019. Gli ammortamenti immateriali e materiali risultano in linea durante il corso del triennio.

Ammortamenti e svalutazioni (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	120	117	116	(1)	-1%	116
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	74	65	77	12	19%	81
Svalutazione crediti	288	159	151	(9)	-5%	151
<b>Totale</b>	<b>482</b>	<b>341</b>	<b>343</b>	<b>2</b>	<b>1%</b>	<b>347</b>

### 3.2.10 Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari si riferiscono principalmente al costo per interessi passivi sui conti correnti bancari, interessi passivi sui mutui in essere e alle commissioni per la messa a disposizione dei fondi. L’incremento degli interessi passivi su mutui bancari nell’esercizio 2019 è strettamente collegato all’accensione nel corso dell’esercizio 2019 di nuovi finanziamenti.

Proventi e oneri finanziari (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Interessi passivi su conti correnti bancari	101	97	72	(25)	-25%	72
Interessi passivi su mutui bancari	25	20	38	18	92%	38
Commissioni per disponibilità fondi	30	26	28	2	9%	28
Altri oneri finanziari	1	3	4	1	50%	5
Proventi da titoli	-	-	-	-	-	(12)
Altri proventi finanziari	(0)	(0)	(0)	(0)	11%	(0)
<b>Totale</b>	<b>156</b>	<b>146</b>	<b>143</b>	<b>(3)</b>	<b>-2%</b>	<b>132</b>

### 3.2.11 Imposte dell’esercizio

Si riporta di seguito il dettaglio delle “imposte dell’esercizio” dell’Emittente con riferimento agli esercizi 2017, 2018 e 2019:

Imposte sul risultato d’esercizio (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Imposte correnti	466	710	991	281	40%	992
Imposte anticipate	(57)	(49)	(26)	23	-46%	(26)
Imposte differite	0	0	(54)	(54)	-84539%	(54)
Imposte esercizi precedenti	0	0	32	32	100%	32
Altre imposte	0	0	22	22	100%	22
<b>Totale</b>	<b>409</b>	<b>661</b>	<b>965</b>	<b>304</b>	<b>46%</b>	<b>966</b>

La voce in oggetto è riferibile al carico fiscale dell’Emittente in essere negli ultimi tre esercizi.

- Le “imposte anticipate” rilevate negli esercizi 2017, 2018 e 2019 sono riferibili all’accantonamento a fondo svalutazione crediti, alla svalutazione di crediti immobilizzati e a spese di manutenzione eccedenti la

quota fiscalmente deducibile. La voce inoltre comprende anche il reversal per imposte anticipate per l'utilizzo del fondo svalutazione crediti.

- Nel corso dell'esercizio 2019 la società ha iscritto il fondo imposte differite, non precedentemente rilevato, relativo al disavanzo di fusione imputato al fabbricato nell'esercizio 2015. La rilevazione ha rettificato i saldi di apertura dell'esercizio 2019 riducendo in contropartita la riserva straordinaria (riserva disponibile) per 54 migliaia di Euro. A seguito dell'affrancamento del disallineamento tra valore civile e fiscale il fondo imposte è stato imputato a conto economico per il medesimo importo di 54 migliaia di Euro nella voce "imposte differite".
- Le "imposte esercizi precedenti" accolgono gli interessi e le sanzioni calcolati a seguito della verifica fiscale da parte dell'Agenzia delle Entrate, conclusasi il 4 giugno 2019.
- Nel corso dell'esercizio 2019 la società si è avvalsa della facoltà di affrancare fiscalmente il disallineamento tra il valore civile e valore fiscale del fabbricato scontando sul differenziale l'imposta sostitutiva del 12%, iscritta nella voce "Altre imposte" per 22 migliaia di Euro.

### 3.2.12 Dati patrimoniali selezionati riclassificati dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019, Pro-Forma al 31 dicembre 2019 e Pro-Forma Consolidato al 31 dicembre 2019

Di seguito sono fornite le informazioni riguardanti i principali dati patrimoniali relativi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019:

Stato Patrimoniale (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Immobilizzazioni immateriali	566	449	333	333	449
Immobilizzazioni materiali	474	444	622	1.622	1.630
Immobilizzazioni finanziarie	1.575	1.513	3.223	163	417
<b>TOTALE ATTIVO FISSO NETTO</b>	<b>2.615</b>	<b>2.406</b>	<b>4.179</b>	<b>2.119</b>	<b>2.496</b>
Rimanenze	9.303	10.869	9.169	9.169	9.171
Crediti commerciali	8.291	7.477	9.893	9.893	10.045
(Debiti commerciali)	(12.090)	(14.041)	(8.219)	(8.219)	(8.255)
<b>CCO (Capitale circolante operativo)</b>	<b>5.504</b>	<b>4.305</b>	<b>10.843</b>	<b>10.843</b>	<b>10.961</b>
Altri crediti	1.190	695	378	378	428
(Altri debiti)	(1.954)	(1.785)	(1.280)	(1.280)	(1.322)
<b>CCN (Capitale circolante netto) *</b>	<b>4.741</b>	<b>3.214</b>	<b>9.941</b>	<b>9.941</b>	<b>10.067</b>
(TFR e altri fondi)	(334)	(390)	(481)	(481)	(530)
<b>CIN (CAPITALE INVESTITO NETTO) **</b>	<b>7.021</b>	<b>5.231</b>	<b>13.639</b>	<b>11.579</b>	<b>12.033</b>
Debiti finanziari - breve	4.125	1.650	4.362	4.362	4.362
Debiti finanziari - componente a breve del ML	603	397	2.905	1.878	2.182
Debiti finanziari - medio lungo (ML)	776	380	2.175	2.175	2.301
(Cassa e disponibilità)	(629)	(624)	(1.108)	(106)	(82)
<b>PFN (Posizione finanziaria netta) ***</b>	<b>4.875</b>	<b>1.804</b>	<b>8.334</b>	<b>8.309</b>	<b>8.763</b>
Capitale sociale	680	680	680	680	680
Riserve	675	1.265	2.468	433	469
Risultato d'esercizio	791	1.482	2.157	2.157	2.121
<b>PN (Patrimonio netto)</b>	<b>2.146</b>	<b>3.427</b>	<b>5.304</b>	<b>3.270</b>	<b>3.270</b>
<b>CAPITALE ACQUISITO</b>	<b>7.021</b>	<b>5.231</b>	<b>13.639</b>	<b>11.579</b>	<b>12.033</b>

(\*) Il capitale circolante netto è ottenuto come differenza fra attività correnti e passività correnti con esclusione delle attività e passività finanziarie. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Si precisa che è stato determinato in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 "Raccomandazioni per l'attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi". Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(\*\*) Il capitale investito netto è ottenuto come sommatoria algebrica del capitale circolante netto, delle attività immobilizzate e delle passività a lungo termine. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non

essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(\*\*\*) Ai sensi di quanto stabilito dalla comunicazione CONSOB n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, si precisa che la posizione finanziaria netta è ottenuta come somma algebrica delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle attività finanziarie correnti e delle passività finanziarie a breve e a lungo termine (passività correnti e non correnti). La posizione finanziaria netta è stata determinata in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 "Raccomandazioni per l'attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi".

### 3.2.13 Immobilizzazioni immateriali, materiali e finanziarie

Si riporta di seguito il dettaglio delle "immobilizzazioni immateriali" dell'Emittente per il triennio 2017-2019:

Immobilizzazioni immateriali (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Costi di impianto e ampliamento	1	0	0	0	(0)	-100%	0
Diritto di brevetto industriale e diritti utilizzo opere dell'ingegno	90	45	0	0	(45)	-100%	0
Avviamento	465	398	332	332	(66)	-17%	448
Altre	10	5	1	1	(4)	-75%	1
<b>Totale</b>	<b>566</b>	<b>449</b>	<b>333</b>	<b>333</b>	<b>(116)</b>	<b>-26%</b>	<b>449</b>

Le immobilizzazioni immateriali sono principalmente rappresentate dall'avviamento, originatosi nell'esercizio 2015 a seguito dell'operazione di fusione per incorporazione inversa con la società incorporata/controllante HO.D.T. S.r.l.

La contabilizzazione dell'operazione ha dato origine a differenze di fusione. Nello specifico è emerso un disavanzo da annullamento, originatosi a seguito del maggior valore di carico della partecipazione detenuta in HO.D.T S.r.l. rispetto alla quota posseduta (100%) di patrimonio netto di Promotica.

Il disavanzo da annullamento è stato imputato ad Avviamento per euro 664 migliaia di Euro e a Fabbricati per 217 migliaia di Euro.

A seguito della valutazione del settore di mercato e delle condizioni di operatività di Promotica è stato ritenuto adeguato un periodo di ammortamento di 10 anni. La quota annua di ammortamento risulta pari a 66 migliaia di Euro.

Il decremento delle altre voci che compongono le immobilizzazioni immateriali è interamente riconducibile alle quote di ammortamento annue.

Si riporta di seguito il dettaglio delle "immobilizzazioni materiali" dell'Emittente il per il triennio 2017-2019:

Immobilizzazioni materiali (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Terreni e fabbricati	262	255	248	1.248	(7)	-3%	1.248
Impianti e macchinari	0	0	2	2	2	3267%	2
Altri beni	212	189	172	172	(16)	-9%	180
Immobilizzazioni in corso e acconti	-	-	200	200	200	100%	200
<b>Totale</b>	<b>474</b>	<b>444</b>	<b>622</b>	<b>1.622</b>	<b>179</b>	<b>40%</b>	<b>1.630</b>

Le immobilizzazioni materiali sono composte principalmente dai terreni e fabbricati di proprietà della società. Il decremento da un esercizio all'altro è rappresentato dalla quota di ammortamento.

La voce "Altri beni" include mobili e arredi, macchine elettroniche d'ufficio e autovetture di proprietà della società.

Le "immobilizzazioni in corso e acconto" iscritte al 31/12/2019 si riferiscono all'acconto di 200 migliaia di Euro versato per l'acquisto di un immobile sito nel Comune di Desenzano del Garda, in località Cremaschina. I dati pro-forma relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 rappresentano l'ipotesi che l'operazione di acquisto del terreno di proprietà di Propriis Immobiliare S.r.l. mediante compensazione del credito finanziario vantato da Promotica S.p.A. sia avvenuta con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Si riporta di seguito il dettaglio delle “immobilizzazioni finanziarie” dell’Emittente con riferimento agli esercizi 2017, 2018 e 2019:

Immobilizzazioni finanziarie (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Partecipazioni	57	59	2.213	153	2.154	3636%	154
Crediti	1.516	1.454	1.010	10	(444)	-31%	10
Titoli	-	-	-	-	-	-	253
Strumenti finanziari derivati attivi	1	0	0	0	(0)	-97%	0
<b>Totale</b>	<b>1.575</b>	<b>1.513</b>	<b>3.223</b>	<b>163</b>	<b>1.710</b>	<b>113%</b>	<b>417</b>

La composizione delle “partecipazioni” è la seguente:

Partecipazioni (Euro/000)	Tipologia	% possesso	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Propri Immobiliare S.r.l.	Controllata	51%	26	26	26	-	-
Easy Life S.r.l.	Controllata	90%	-	-	2.034	-	-
Ceramica Phoenix S.r.l.	Collegata	11%	-	-	125	125	125
Better Side S.r.l.	Collegata	11%	4	4	-	-	-
FSA S.r.l.	Collegata	17%	-	2	-	-	-
BCC Brescia	Altre imprese		-	-	-	-	1
Banca Credito Cooperativo di Brescia	Altre imprese	minoritaria	28	28	28	28	28
<b>Totale</b>	<b>Totale</b>		<b>57</b>	<b>59</b>	<b>2.213</b>	<b>153</b>	<b>154</b>

I “crediti” sono composti principalmente dal credito verso la società Propri Immobiliare S.r.l. di nominali 1.494 migliaia di Euro. Tale credito nell’esercizio 2019 è stato svalutato al fine di adeguarlo al suo «fair value» stimato al 31/12/2019 in 1.000 migliaia di Euro. I restanti 10 migliaia di Euro che compongono il saldo al 31/12/2019 si riferiscono a depositi cauzionali.

I “Titoli” presenti nel prospetto consolidato pro-forma pari a 253 migliaia di Euro si riferiscono a titoli detenuti da Kiki Lab alla data del 31 dicembre 2019 gestiti per il tramite della banca Credito Cooperativo Di Brescia.

I dati pro-forma relativi all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 rappresentano l’ipotesi che le operazioni di cessione delle quote detenute in Propri Immobiliare S.r.l. e la scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. siano avvenute con riferimento all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

### 3.2.14 Rimanenze

Le rimanenze di magazzino si riferiscono a prodotti finiti. Il valore di iscrizione delle rimanenze include la valutazione, secondo policy interne, dei prodotti a lenta movimentazione, effettuata sulla base dell’analisi della data di carico in magazzino.

### 3.2.15 Crediti commerciali

I crediti commerciali sono pari a 9.893 migliaia di Euro al 31 dicembre 2019 e sono composti dalle seguenti voci:

Crediti commerciali (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Crediti per fatture emesse	9.275	11.206	13.658	13.658	2.452	22%	13.785
Fondo svalutazione crediti	(558)	(460)	(455)	(455)	5	-1%	(459)
Note credito da emettere	(430)	(3.446)	(3.472)	(3.472)	(26)	1%	(3.472)
Altri crediti	4	177	161	161	(15)	-9%	191
<b>Totale</b>	<b>8.291</b>	<b>7.477</b>	<b>9.893</b>	<b>9.893</b>	<b>2.416</b>	<b>32%</b>	<b>10.045</b>

L'incremento dei crediti verso clienti come evidenziato dall'aging di seguito riportato è principalmente dovuto a un aumento della fascia "non scaduto" legata a un maggior fatturato registrato nel mese di dicembre 2019 rispetto agli esercizi precedenti.

Crediti vs clienti (Euro/000)	Non scaduto	1-30 gg	31-60 gg	61-90 gg	91-120 gg	121-180 gg	181-365 gg	over 365 gg	Totale
Esercizio 2017	8.281 89%	(78) -1%	57 1%	(74) -1%	171 2%	(57) -1%	293 3%	681 7%	9.275 100%
Esercizio 2018	6.877 61%	(238) -2%	1.340 12%	2.001 18%	272 2%	164 1%	255 2%	535 5%	11.206 100%
Esercizio 2019	11.989 88%	(594) -4%	759 6%	338 2%	256 2%	249 2%	257 2%	405 3%	13.658 100%

Con riferimento alle posizioni creditorie scadute e non ritenute recuperabili, la società effettua un'analisi puntuale, svalutandole al 100%.

Le posizioni creditorie non scadute sono valutate per ogni singola posizione in relazione all'eventuale esistenza di accordi in fase di definizione, eventuali procedure concorsuali o specifiche azioni legali.

Le note credito da emettere si riferiscono allo stanziamento annuale dei premi di fine anno riconosciuti ai clienti.

### 3.2.16 Debiti commerciali

I debiti commerciali sono pari a 8.219 migliaia di Euro al 31 dicembre 2019 e sono composti dalle seguenti voci:

Debiti commerciali (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Debiti per fatture ricevute	10.096	8.474	5.987	5.987	(2.487)	-29%	6.015
Fatture da ricevere	2.025	5.976	3.217	3.217	(2.759)	-46%	3.225
Note credito da ricevere	(31)	(385)	(919)	(919)	(534)	139%	(919)
Anticipi a fornitori	-	(24)	(92)	(92)	(67)	276%	(92)
Altri debiti	-	0	26	26	26	11325%	26
<b>Totale</b>	<b>12.090</b>	<b>14.041</b>	<b>8.219</b>	<b>8.219</b>	<b>(5.822)</b>	<b>-41%</b>	<b>8.255</b>

Il decremento dei "debiti verso fornitori" al 31 dicembre 2019 è dovuto ad un effetto combinato di un miglioramento dei DPO nell'esercizio 2019 e ad un diverso timing delle campagne promozionali rispetto all'esercizio precedente, al termine del quale sono stati effettuati maggiori acquisti in vista di campagne promozionali iniziate a inizio esercizio 2019.

Le note credito da ricevere si riferiscono principalmente a note credito per contributi o premi di fine anno riconosciuti dal fornitore sul fatturato dell'esercizio.

### 3.2.17 Altri crediti

Gli altri crediti al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 sono dettagliate nella tabella che segue:

Altri crediti (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019-2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Crediti tributari	928	446	0	0	(446)	-100%	12
Imposte anticipate	67	117	143	143	26	23%	143
Ratei e risconti	168	122	168	168	46	37%	205
Altri crediti	27	10	67	67	57	580%	67
<b>Totale</b>	<b>1.190</b>	<b>695</b>	<b>378</b>	<b>378</b>	<b>(317)</b>	<b>-46%</b>	<b>428</b>

- I crediti tributari si riferiscono principalmente al credito verso l'erario per IVA. Il saldo al 31/12/2019 risulta pari a zero in quanto a fine esercizio si rileva un debito verso l'erario per IVA iscritto di conseguenza nel 2019 tra i debiti tributari.
- Il credito per imposte anticipate è riferibili all'accantonamento a fondo svalutazione crediti, alla svalutazione di crediti immobilizzati e a spese di manutenzione eccedenti la quota fiscalmente deducibile. La voce inoltre comprende anche il reversal per imposte anticipate per l'utilizzo del fondo svalutazione crediti.
- I risconti attivi si riferiscono principalmente ad assicurazioni, spese di pubblicità a cavallo d'anno, oneri bancari pluriennali e canoni leasing di natura pluriennale.
- Gli altri crediti si riferiscono principalmente ad acconti a fornitori e altri crediti di natura residuale.

### 3.2.18 Altri debiti

Le altre passività correnti al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 sono dettagliate nella tabella che segue:

Altri debiti (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019- 2018	Var. % 2019-2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Acconti	859	978	0	0	(978)	-100%	0
Debiti tributari	415	393	839	839	446	113%	848
Debiti vs istituti di previdenza	104	129	137	137	8	6%	147
Altri debiti	344	276	294	294	17	6%	304
Ratei e Risconti attivi	233	9	11	11	2	21%	23
<b>Totale</b>	<b>1.954</b>	<b>1.785</b>	<b>1.280</b>	<b>1.280</b>	<b>(505)</b>	<b>-28%</b>	<b>1.322</b>

- I debiti tributari si riferiscono al debito per ritenute IRPEF di lavoratori dipendenti e autonomi, al debito verso l'erario per IVA e al debito per IRES/IRAP corrente. L'incremento dei debiti tributari nell'esercizio 2019 è dovuto principalmente al debito verso l'erario per IVA che nel 2017 e 2018 risulta a credito.

Debiti tributari (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019- 2018	Var. % 2019- 2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Debito per IVA	0	0	352	352	352	100%	352
Debito per ritenute dipendenti e autonomi	129	148	153	153	4	3%	162
Debiti per IRES	250	201	281	281	80	40%	281
Debiti per IRAP	35	43	0	0	(43)	-100%	0
Altri debiti tributari	1	1	53	53	51	3775%	53
<b>Totale</b>	<b>415</b>	<b>393</b>	<b>839</b>	<b>839</b>	<b>446</b>	<b>113%</b>	<b>848</b>

- I debiti verso istituti di previdenza si riferiscono al debito INPS e al debito verso i fondi previdenziali.
- Gli altri debiti si riferiscono al debito verso dipendenti per retribuzioni e ferie maturate.

### 3.2.19 TFR e altri fondi

Le passività non correnti si riferiscono al saldo dei fondi rischi e oneri e fondo TFR come segue:

TFR e altri fondi (Euro/000)	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Var. 2019- 2018	Var. % 2019- 2018	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Fondo rischi e oneri	1	1	1	1	0	13%	1
Fondo trattamento fine rapporto	334	389	480	480	91	23%	529
<b>Totale</b>	<b>334</b>	<b>390</b>	<b>481</b>	<b>481</b>	<b>91</b>	<b>23%</b>	<b>530</b>

I fondi rischi e oneri si riferiscono esclusivamente al fondo imposte differite.

### 3.2.20 Posizione finanziaria netta

Si fornisce di seguito l'informativa relativa alla Posizione Finanziaria Netta dell'Emittente per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018, 2019, Pro-Forma al 31 dicembre 2019 e Consolidato Pro-Forma al 31 dicembre 2019 secondo quanto stabilito dalla Comunicazione Consob n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006.

PFN Euro/000	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2019 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma
A. Cassa	(4)	(5)	(6)	(6)	(6)
B. Altre disponibilità liquide	(624)	(619)	(1.102)	(100)	(76)
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-	-	-	-
<b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>	<b>(629)</b>	<b>(624)</b>	<b>(1.108)</b>	<b>(106)</b>	<b>(82)</b>
<b>E. Crediti finanziari correnti</b>	-	-	-	-	-
F. Debiti bancari a breve termine	4.125	1.650	4.362	4.362	4.362
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	603	397	1.878	1.878	1.878
H. Altri debiti finanziari correnti	-	-	1.028	-	304
<b>I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)</b>	<b>4.728</b>	<b>2.048</b>	<b>7.267</b>	<b>6.240</b>	<b>6.543</b>
<b>J. Indebitamento finanziario corrente netto (D) + (E) + (I)</b>	<b>4.099</b>	<b>1.424</b>	<b>6.159</b>	<b>6.134</b>	<b>6.461</b>
K. Debiti bancari non correnti	776	380	2.175	2.175	2.175
L. Obbligazioni emesse	-	-	-	-	-
M. Altri debiti non correnti	-	-	-	-	126
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)</b>	<b>776</b>	<b>380</b>	<b>2.175</b>	<b>2.175</b>	<b>2.301</b>
<b>O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)</b>	<b>4.875</b>	<b>1.804</b>	<b>8.334</b>	<b>8.310</b>	<b>8.763</b>

- Le altre disponibilità liquide si riferiscono al saldo positivo dei conti correnti utilizzati dall'Emittente.
- I debiti bancari a breve termine si riferiscono al debito per conti anticipi aperti presso gli istituti di credito, al saldo del debito per carte di credito e al debito per interessi e competenze bancarie.
- La parte corrente dell'indebitamento non corrente si riferisce alla quota scadente entro l'esercizio dell'esposizione debitoria per mutui bancari.
- Gli altri debiti finanziari correnti per 1.028 migliaia di Euro si riferiscono al saldo dovuto per l'acquisizione della partecipazione nella società Easy Life.
- I debiti bancari non correnti si riferiscono alla quota scadente oltre l'esercizio dell'esposizione debitoria per mutui bancari.

L'incremento della posizione finanziaria netta nel corso dell'esercizio 2019 è dovuto a un maggior ricorso dell'Emittente a fonti di finanziamento bancario, attraverso l'accensione di sei nuovi finanziamenti nel corso del 2019.

### 3.2.21 Prospetto delle variazioni di patrimonio netto per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019

Il patrimonio netto al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 è dettagliato nella tabella seguente:

Patrimonio Netto (Euro/000)	Capitale Sociale	Riserva legale	Riserva straordinaria	Riserva strum. finanz.	Risultato d'esercizio	Patrimonio Netto
<b>31/12/2016</b>	<b>680</b>	<b>34</b>	<b>362</b>	-	<b>377</b>	<b>1.453</b>
Destinazione risultato d'esercizio precedente		19	358		(377)	-
Distribuzione dividendi			(100)			(100)
Adeguamento valore fair value				1		1
Risultato dell'esercizio corrente					791	791
<b>31/12/2017</b>	<b>680</b>	<b>53</b>	<b>621</b>	<b>1</b>	<b>791</b>	<b>2.146</b>
Destinazione risultato d'esercizio precedente		40	752		(791)	0

Distribuzione dividendi			(200)			(200)
Adeguamento valore fair value				(1)		(1)
Risultato dell'esercizio corrente					1.482	1.482
<b>31/12/2018</b>	<b>680</b>	<b>92</b>	<b>1.172</b>	<b>0</b>	<b>1.482</b>	<b>3.427</b>
Destinazione risultato d'esercizio precedente		44	1.438		(1.482)	-
Distribuzione dividendi			(225)			(225)
Correzione errori esercizio precedente			(54)			(54)
Adeguamento valore fair value				(0)		(0)
Risultato dell'esercizio corrente					2.157	2.157
<b>31/12/2019</b>	<b>680</b>	<b>136</b>	<b>2.332</b>	<b>0</b>	<b>2.157</b>	<b>5.304</b>

Le variazioni intervenute nella consistenza del Patrimonio Netto negli ultimi tre esercizi, si riferiscono all'allocazione del risultato degli esercizi precedenti, alla distribuzione di dividendi tramite l'utilizzo della riserva straordinaria e all'adeguamento del fair value del derivato di copertura in essere.

Nel corso dell'esercizio 2019 la società ha iscritto il fondo imposte differite, non precedentemente rilevato, relativo al disavanzo di fusione imputato al fabbricato nell'esercizio 2015. La rilevazione ha rettificato i saldi di apertura dell'esercizio 2019 riducendo in contropartita la riserva straordinaria, (riserva disponibile) per 54 migliaia di Euro.

### 3.2.22 Rendiconto finanziario per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019

Di seguito si riporta il rendiconto finanziario per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2017, 2018 e 2019 e il Pro-Forma al 31 dicembre 2019:

<b>Rendiconto Finanziario (Euro/000)</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2018</b>	<b>31/12/2019</b>	<b>31/12/2019 Proforma</b>
<b>EBIT</b>	<b>1.448</b>	<b>2.654</b>	<b>3.509</b>	<b>3.509</b>
Imposte sul reddito	(409)	(661)	(965)	(965)
<b>1. NOPAT</b>	<b>1.039</b>	<b>1.993</b>	<b>2.544</b>	<b>2.544</b>
Accantonamenti ai fondi	79	91	93	93
Ammortamenti delle immobilizzazioni	194	182	193	193
Svalutazione crediti dell'attivo circolante	288	159	151	151
<b>2. Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn</b>	<b>1.600</b>	<b>2.426</b>	<b>2.980</b>	<b>2.980</b>
Decremento/(incremento) delle rimanenze	(4.212)	(1.566)	1.701	1.701
Decremento/(incremento) dei crediti vs clienti	(4.886)	655	(2.567)	(2.567)
Decremento/(incremento) altri crediti	(586)	495	317	317
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	6.245	1.951	(5.822)	(5.822)
Incremento/(decremento) degli altri debiti	(9)	(169)	(505)	(505)
<b>3. Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn</b>	<b>(1.849)</b>	<b>3.793</b>	<b>(3.897)</b>	<b>(3.897)</b>
Altre rettifiche	(9)	(36)	(2)	(2)
<b>4. Flusso finanziario dopo le altre rettifiche</b>	<b>(1.858)</b>	<b>3.757</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(3.899)</b>
<b>FLUSSO DELLA GESTIONE REDDITUALE (A)</b>	<b>(1.858)</b>	<b>3.757</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(3.899)</b>
(Investimenti)	(425)	(339)	(2.209)	(150)
<b>FLUSSO DELL'ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO (B)</b>	<b>(425)</b>	<b>(339)</b>	<b>(2.209)</b>	<b>(150)</b>
<b>FREE CASH FLOW (A+B)</b>	<b>(2.282)</b>	<b>3.418</b>	<b>(6.109)</b>	<b>(4.049)</b>
Accensione finanziamenti (Rimborso finanziamenti)	839	(602)	4.304	3.276
(Interessi pagati) / Incasso interessi	(156)	(145)	(143)	(143)
Rettifiche patrimoniali	(99)	(201)	(279)	(2.314)
<b>FLUSSO DELL'ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO (C)</b>	<b>584</b>	<b>(948)</b>	<b>3.881</b>	<b>819</b>
<b>FLUSSO TOTALE</b>	<b>(1.698)</b>	<b>2.469</b>	<b>(2.227)</b>	<b>(3.229)</b>

Come riportato nello schema la variazione lungo il corso dei tre esercizi del CCN è dovuta principalmente al decremento dei debiti verso fornitori per un effetto combinato di un miglioramento dei DPO nell'esercizio

2019 e ad un diverso timing delle campagne promozionali rispetto all'esercizio precedente, al termine del quale sono stati effettuati maggiori acquisti in vista di campagne promozionali iniziate a inizio esercizio 2019. La variazione del "flusso dell'attività di investimento" è dovuta all'acquisizione nell'esercizio 2019 delle partecipazioni nella società Easy Life S.r.l. e nella società Ceramica Phoenix S.r.l.. I dati pro-forma relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 rappresentano l'ipotesi che l'operazione di scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. sia avvenuta con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

La variazione del "flusso dell'attività di finanziamento" è dovuta all'accensione di sei finanziamenti bancari nel corso dell'esercizio 2019.

### 3.3 Informazioni finanziarie selezionate relative al periodo chiuso al 30 giugno 2020

Di seguito sono fornite le informazioni riguardanti i principali dati patrimoniali relativi al 31 dicembre 2019 e 30 giugno 2020 pro-forma e pro-forma Consolidato:

Stato Patrimoniale (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Immobilizzazioni immateriali	333	300	333	367	449	477
Immobilizzazioni materiali	622	616	1.622	1.616	1.630	1.622
Immobilizzazioni finanziarie	3.223	3.673	163	613	417	134
<b>TOTALE ATTIVO FISSO NETTO</b>	<b>4.179</b>	<b>4.589</b>	<b>2.119</b>	<b>2.597</b>	<b>2.496</b>	<b>2.234</b>
Rimanenze	9.169	12.241	9.169	12.241	9.171	12.243
Crediti commerciali	9.893	15.710	9.893	15.710	10.045	15.834
(Debiti commerciali)	(8.219)	(13.313)	(8.219)	(14.706)	(8.255)	(14.739)
<b>CCO (Capitale circolante operativo)</b>	<b>10.843</b>	<b>14.638</b>	<b>10.843</b>	<b>13.246</b>	<b>10.961</b>	<b>13.338</b>
Altri crediti	378	910	378	527	428	571
(Altri debiti)	(1.280)	(1.854)	(1.280)	(1.471)	(1.322)	(1.499)
<b>CCN (Capitale circolante netto)</b>	<b>9.941</b>	<b>13.694</b>	<b>9.941</b>	<b>12.301</b>	<b>10.067</b>	<b>12.409</b>
(TFR e altri fondi)	(481)	(1.920)	(481)	(528)	(530)	(582)
<b>CIN (CAPITALE INVESTITO NETTO)</b>	<b>13.639</b>	<b>16.363</b>	<b>11.579</b>	<b>14.370</b>	<b>12.033</b>	<b>14.061</b>
Debiti finanziari - breve	4.362	5.100	4.362	5.182	4.362	5.187
Debiti finanziari - componente a breve del ML	2.905	3.967	1.878	2.940	2.182	2.940
Debiti finanziari - medio lungo (ML)	2.175	1.453	2.175	1.453	2.301	1.453
(Cassa e disponibilità)	(1.108)	(920)	(106)	-	(82)	(312)
<b>PFN (Posizione finanziaria netta)</b>	<b>8.334</b>	<b>9.600</b>	<b>8.309</b>	<b>9.575</b>	<b>8.763</b>	<b>9.268</b>
Capitale sociale	680	680	680	680	680	680
Riserve	2.468	4.624	433	2.590	469	2.590
Risultato d'esercizio	2.157	1.459	2.157	1.526	2.121	1.523
<b>PN (Patrimonio netto)</b>	<b>5.305</b>	<b>6.763</b>	<b>3.270</b>	<b>4.796</b>	<b>3.270</b>	<b>4.793</b>
<b>CAPITALE ACQUISITO</b>	<b>13.639</b>	<b>16.363</b>	<b>11.579</b>	<b>14.370</b>	<b>12.033</b>	<b>14.061</b>

(\*) Il capitale circolante netto è ottenuto come differenza fra attività correnti e passività correnti con esclusione delle attività e passività finanziarie. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Si precisa che è stato determinato in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 "Raccomandazioni per l'attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi". Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(\*\*) Il capitale investito netto è ottenuto come sommatoria algebrica del capitale circolante netto, delle attività immobilizzate e delle passività a lungo termine. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Il criterio di determinazione applicato dall'Emittente potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e, pertanto, il saldo ottenuto dall'Emittente potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

(\*\*\*) Ai sensi di quanto stabilito dalla comunicazione CONSOB n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, si precisa che la posizione finanziaria netta è ottenuta come somma algebrica delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle attività finanziarie correnti e delle passività finanziarie a breve e a lungo termine (passività correnti e non correnti). La posizione finanziaria netta è stata determinata in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005, rivista il 23 marzo 2011 "Raccomandazioni per l'attuazione uniforme del regolamento della Commissione Europea sui prospetti informativi".

#### 3.3.1 Immobilizzazioni immateriali, materiali e finanziarie

Si riporta di seguito il dettaglio delle “immobilizzazioni immateriali” dell’Emittente:

Immobilizzazioni immateriali (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Avviamento	332	299	332	299	(33)	-10%	-	409
Diritto di brevetto industriale e diritti utilizzo opere dell’ingegno	0	0	0	0	(0)	-97%	0	0
Altre	1	1	1	1	(0)	-24%	448	1
Immobilizzazioni in corso e acconti	-	-	-	67	-		1	67
<b>Totale</b>	<b>333</b>	<b>300</b>	<b>333</b>	<b>367</b>	<b>(34)</b>	<b>-10%</b>	<b>449</b>	<b>477</b>

Le immobilizzazioni immateriali sono principalmente rappresentate dall’avviamento. Il decremento rispetto al periodo precedente è interamente riconducibile alle quote di ammortamento annue.

Le “immobilizzazioni in corso e acconti” esposte nei dati proforma al 30 giugno 2020 si riferiscono ai costi sostenuti per servizi di consulenza per la procedura di quotazione al mercato AIM.

Si riporta di seguito il dettaglio delle “immobilizzazioni materiali” dell’Emittente:

Immobilizzazioni materiali (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Terreni e fabbricati	248	244	1.248	1.244	(4)	-1%	1.248	1.244
Impianti e macchinari	2	7	2	7	5	212%	2	7
Altri beni	172	165	172	165	(8)	-4%	180	171
Immobilizzazioni in corso e acconti	200	200	200	200	-	0%	200	200
<b>Totale</b>	<b>622</b>	<b>616</b>	<b>1.622</b>	<b>1.616</b>	<b>(6)</b>	<b>-1%</b>	<b>1.630</b>	<b>1.622</b>

Le immobilizzazioni materiali sono composte principalmente dai terreni e fabbricati di proprietà della società. Il decremento da un esercizio all’altro è rappresentato dalla quota di ammortamento.

La voce “Altri beni” include mobili e arredi, macchine elettroniche d’ufficio e autovetture di proprietà della società.

Le “immobilizzazioni in corso e acconto” si riferiscono all’acconto di 200 migliaia di Euro versato per l’acquisto di un immobile sito nel Comune di Desenzano del Garda, in località Cremaschina.

I dati pro-forma rappresentano l’ipotesi che l’operazione di acquisto del terreno di proprietà di Propri Immobiliare S.r.l. mediante compensazione del credito finanziario vantato da Promotica S.p.A. sia avvenuta con riferimento all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Si riporta di seguito il dettaglio delle “immobilizzazioni finanziarie” dell’Emittente:

Immobilizzazioni finanziarie (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Partecipazioni	2.213	2.663	153	603	450	20%	154	125
Crediti	1.010	1.010	10	10	-	0%	10	10
Titoli	-	-	-	-	-		253	-
Strumenti finanziari derivati attivi	0	0	0	0	(0)	-60%	0	0
<b>Totale</b>	<b>3.223</b>	<b>3.673</b>	<b>163</b>	<b>613</b>	<b>450</b>	<b>14%</b>	<b>417</b>	<b>134</b>

La composizione delle “partecipazioni” è la seguente:

Partecipazioni (Euro/000)	Tipologia	% possesso	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proform	30/06/2020 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Propri Immobiliare S.r.l.	Controllata	51%	26	26	0	0	0	0
Easy Life S.r.l.	Controllata	90%	2.034	2.034	0	0	0	0
Ceramica Phoenix S.r.l.	Collegata	11%	125	95	125	95	125	95
Kiki Lab	Controllata	100%	0	480	0	480	0	0
BCC Brescia	Altre imprese		0	0	0	0	1	1
Banca Credito Cooperativo di Brescia	Altre imprese	minoritaria	28	28	28	28	28	28
<b>Totale</b>	<b>Totale</b>		<b>2.213</b>	<b>2.663</b>	<b>153</b>	<b>603</b>	<b>154</b>	<b>125</b>

I "crediti" sono composti principalmente dal credito verso la società Propri Immobiliare S.r.l. di nominali 1.494 migliaia di Euro. Tale credito nell'esercizio 2019 è stato svalutato al fine di adeguarlo al suo «fair value» stimato al 31/12/2019 in 1.000 migliaia di Euro. I restanti 10 migliaia di Euro che compongono il saldo al 31/12/2019 si riferiscono a depositi cauzionali.

I dati pro-forma relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 rappresentano l'ipotesi che le operazioni di cessione delle quote detenute in Propri Immobiliare S.r.l. e la scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. siano avvenute con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

### 3.3.2 Rimanenze

Le rimanenze di magazzino si riferiscono a prodotti finiti. Il valore di iscrizione delle rimanenze include la valutazione, secondo policy interne, dei prodotti a lenta movimentazione, effettuata sulla base dell'analisi della data di carico in magazzino.

### 3.3.3 Crediti commerciali

I crediti commerciali sono pari a 15.710 migliaia di Euro al 30 giugno 2020 e sono composti dalle seguenti voci:

Crediti commerciali (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Crediti per fatture emesse	13.658	16.257	13.658	16.257	2.599	19%	13.785	16.385
Fondo svalutazione crediti	(455)	(514)	(455)	(514)	(58)	13%	(459)	(518)
Note credito da emettere	(3.472)	(33)	(3.472)	(33)	3.438	-99%	(3.472)	(33)
Altri crediti	161	0	161	0	(161)	-100%	191	0
<b>Totale</b>	<b>9.893</b>	<b>15.710</b>	<b>9.893</b>	<b>15.710</b>	<b>5.817</b>	<b>59%</b>	<b>10.045</b>	<b>15.834</b>

L'incremento dei crediti verso clienti come evidenziato dall'aging di seguito riportato è principalmente dovuto a un aumento della fascia "non scaduto" legata a un maggior fatturato registrato nel mese di giugno 2020 rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, legato a due nuove campagne.

Crediti vs clienti (Euro/000)	Non scaduto	1-30 gg	31-60 gg	61-90 gg	91-120 gg	121-180 gg	181-365 gg	over 365 gg	Totale
Esercizio 2019	11.989	(594)	759	338	256	249	257	405	13.658
	88%	-4%	6%	2%	2%	2%	2%	3%	100%
Esercizio 2020	13.141	1.451	89	381	390	308	105	393	16.257
	81%	9%	1%	2%	2%	2%	1%	2%	100%

Con riferimento alle posizioni creditorie scadute e non ritenute recuperabili, la società effettua un'analisi puntuale, svalutandole al 100%.

Le posizioni creditorie non scadute sono valutate per ogni singola posizione in relazione all'eventuale

esistenza di accordi in fase di definizione, eventuali procedure concorsuali o specifiche azioni legali. Le note credito da emettere al 31 dicembre 2019 si riferiscono allo stanziamento annuale dei premi di fine anno riconosciuti ai clienti. Al 30 giugno 2020 tale stanziamento non risulta ancora maturato.

### 3.3.4 Debiti commerciali

I debiti commerciali sono pari a 14.706 migliaia di Euro al 30 giugno 2020 e sono composti dalle seguenti voci:

Debiti commerciali (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Debiti per fatture ricevute	5.987	10.891	5.987	10.891	4.904	82%	6.015	12.318
Fatture da ricevere	3.217	2.587	3.217	3.979	(630)	-20%	3.225	2.593
Note credito da ricevere	(919)	(165)	(919)	(165)	755	-82%	(919)	(165)
Anticipi a fornitori	(92)	-	(92)	-	92	-100%	(92)	(6)
Altri debiti	26	-	26	-	(26)	-100%	26	-
<b>Totale</b>	<b>8.219</b>	<b>13.313</b>	<b>8.219</b>	<b>14.706</b>	<b>5.095</b>	<b>62%</b>	<b>8.255</b>	<b>14.739</b>

L'incremento nei "debiti verso fornitori" è connesso all'approvvigionamento di prodotti effettuato in vista di una campagna il cui svolgimento è previsto per il secondo semestre 2020.

Le note credito da ricevere si riferiscono principalmente a note credito per contributi o premi di fine anno riconosciuti dal fornitore sul fatturato dell'esercizio.

Al 30 giugno 2020 risulta iscritto a bilancio un fondo rischi e oneri per 1.392 migliaia di Euro per contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa. Nei prospetti pro-forma al 30 giugno 2020 è stato ipotizzato che l'onere relativo a tali contributi promozionali sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi classificato patrimonialmente come debito verso fornitori per fatture da ricevere.

### 3.3.5 Altri crediti

Gli altri crediti sono dettagliati nella tabella che segue:

Altri crediti (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020-2019	Var. % 2020-2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Crediti tributari	0	162	0	162	161	91110%	12	170
Imposte anticipate	143	526	143	143	383	267%	143	143
Ratei e risconti	168	122	168	122	(45)	-27%	205	157
Altri crediti	67	100	67	100	32	48%	67	100
<b>Totale</b>	<b>378</b>	<b>910</b>	<b>378</b>	<b>527</b>	<b>531</b>	<b>140%</b>	<b>428</b>	<b>571</b>

- I crediti tributari si riferiscono principalmente al credito verso l'erario per IVA. Il saldo al 31/12/2019 risulta pari a zero in quanto a fine esercizio si rileva un debito verso l'erario per IVA iscritto di conseguenza nel 2019 tra i debiti tributari.

- Il credito per imposte anticipate è riferibile all'accantonamento a fondo svalutazione crediti, alla svalutazione di crediti immobilizzati, a spese di manutenzione eccedenti la quota fiscalmente deducibile e all'accantonamento a fondo rischi e oneri per contributi promozionali afferenti il primo semestre 2020. La voce inoltre comprende anche il reversal per imposte anticipate per l'utilizzo del fondo svalutazione crediti.

- I risconti attivi si riferiscono principalmente ad assicurazioni, spese di pubblicità a cavallo d'anno, oneri bancari pluriennali e canoni leasing di natura pluriennale.

- Gli altri crediti si riferiscono principalmente ad acconti a fornitori e altri crediti di natura residuale.

### 3.3.6 Altri debiti

Le altre passività correnti al sono dettagliate nella tabella che segue:

Altri debiti (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020- 2019	Var. % 2020- 2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Acconti	0	0	0	0	0		0	2
Debiti tributari	839	1.485	839	1.102	646	77%	848	1.111
Debiti vs istituti di previdenza	137	151	137	151	14	10%	147	160
Altri debiti	294	205	294	205	(88)	-30%	304	214
Ratei e Risconti attivi	11	12	11	12	2	14%	23	12
<b>Totale</b>	<b>1.280</b>	<b>1.854</b>	<b>1.280</b>	<b>1.471</b>	<b>573</b>	<b>45%</b>	<b>1.322</b>	<b>1.499</b>

- I debiti tributari si riferiscono al debito per ritenute IRPEF di lavoratori dipendenti e autonomi, al debito verso l'erario per IVA e al debito per IRES/IRAP corrente.
- I debiti verso istituti di previdenza si riferiscono al debito INPS e al debito verso i fondi previdenziali.
- Gli altri debiti si riferiscono al debito verso dipendenti per retribuzioni e ferie maturate.

### 3.3.7 TFR e altri fondi

Le passività non correnti si riferiscono al saldo dei fondi rischi e oneri e fondo TFR come segue:

TFR e altri fondi (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Var. 2020- 2019	Var. % 2020- 2019	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Fondo rischi e oneri	1	1.393	1	1	1.392	>100%	1	1
Fondo trattamento fine rapporto	480	527	480	527	47	10%	529	582
<b>Totale</b>	<b>481</b>	<b>1.920</b>	<b>481</b>	<b>528</b>	<b>1.439</b>	<b>299%</b>	<b>530</b>	<b>582</b>

Il fondo rischi e oneri pari a 1.393 migliaia di Euro al 30 giugno 2020 si riferisce per 1.392 migliaia di Euro agli oneri per contributi promozionali afferenti il primo semestre 2020 che alla data di chiusura del periodo, non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa.

Nei prospetti pro-forma al 30 giugno 2020 è stato ipotizzato che l'onere relativo a tali contributi promozionali sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi classificato patrimonialmente come debito verso fornitori per fatture da ricevere.

### 3.3.8 Posizione finanziaria netta

Si fornisce di seguito l'informativa relativa alla Posizione Finanziaria Netta dell'Emittente al 30 giugno 2020 e Pro-Forma al 30 giugno 2020 e Consolidato Pro-Forma al 30 giugno 2020 secondo quanto stabilito dalla Comunicazione Consob n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006.

PFN Euro/000	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Consolidato 31/12/2019 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
A. Cassa	(6)	(5)	(6)	-	(6)	(5)
B. Altre disponibilità liquide	(1.102)	(915)	(100)	-	(76)	(306)
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-	-	-	-	-
<b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>	<b>(1.108)</b>	<b>(920)</b>	<b>(106)</b>	<b>-</b>	<b>(82)</b>	<b>(312)</b>
<b>E. Crediti finanziari correnti</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
F. Debiti bancari a breve termine	4.362	5.100	4.362	5.182	4.362	5.187
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	1.878	2.636	1.878	2.636	1.878	2.636
H. Altri debiti finanziari correnti	1.028	1.332	-	304	304	304

<b>I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)</b>	<b>7.267</b>	<b>9.067</b>	<b>6.239</b>	<b>8.122</b>	<b>6.543</b>	<b>8.127</b>
<b>J. Indebitamento finanziario corrente netto (D) + (E) + (I)</b>	<b>6.159</b>	<b>8.147</b>	<b>6.133</b>	<b>8.122</b>	<b>6.461</b>	<b>7.815</b>
K. Debiti bancari non correnti	2.175	1.327	2.175	1.327	2.175	1.327
L. Obbligazioni emesse	-	-	-	-	-	-
M. Altri debiti non correnti	-	126	-	126	126	126
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)</b>	<b>2.175</b>	<b>1.453</b>	<b>2.175</b>	<b>1.453</b>	<b>2.301</b>	<b>1.453</b>
<b>O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)</b>	<b>8.334</b>	<b>9.600</b>	<b>8.309</b>	<b>9.575</b>	<b>8.763</b>	<b>9.268</b>

- I debiti bancari a breve termine si riferiscono al debito per conti anticipi aperti presso gli istituti di credito, al saldo del debito per carte di credito e al debito per interessi e competenze bancarie.
- La parte corrente dell'indebitamento non corrente si riferisce alla quota scadente entro l'esercizio dell'esposizione debitoria per mutui bancari.
- Gli altri debiti finanziari correnti per 1.332 migliaia di Euro al 30 giugno 2020 si riferiscono per 1.028 migliaia di Euro al saldo dovuto per l'acquisizione della partecipazione nella società Easy Life e per 304 migliaia di Euro al saldo, per la quota scadente entro l'esercizio successivo, dovuto per l'acquisizione della partecipazione nella società Kiki Lab S.r.l.
- I debiti bancari non correnti si riferiscono alla quota scadente oltre l'esercizio dell'esposizione debitoria per mutui bancari.
- Gli altri debiti finanziari non correnti per 126 migliaia di Euro al 30 giugno 2020 si riferiscono al saldo, per la quota scadente oltre l'esercizio successivo, dovuto per l'acquisizione della partecipazione nella società Kiki Lab S.r.l.

### 3.3.9 Prospetto delle variazioni di patrimonio netto per il periodo chiuso al 30 giugno 2020

Il patrimonio netto al 30 giugno 2020 è dettagliato nella tabella seguente:

Patrimonio Netto (Euro/000)	Capitale Sociale	Riserva legale	Riserva straordinaria	riserva in sospensione d'imposta	Riserva strum. finanziari	Risultato d'esercizio	Patrimoni o Netto
<b>31/12/2019</b>	<b>680</b>	<b>136</b>	<b>2.332</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.157</b>	<b>5.304</b>
Destinazione risultato d'esercizio precedente			2.157			(2.157)	0
Riclassifica			(187)	187			0
Adeguamento valore					0		0
Risultato dell'esercizio corrente						1.459	1.459
<b>30/06/2020</b>	<b>680</b>	<b>136</b>	<b>4.301</b>	<b>187</b>	<b>0</b>	<b>1.459</b>	<b>6.763</b>

Le variazioni intervenute nella consistenza del Patrimonio Netto, si riferiscono all'allocazione del risultato dell'esercizio precedente. Nel primo semestre 2020 l'Emittente ha inoltre deciso di vincolare a riserva in sospensione di imposta parte della riserva straordinaria per 187 migliaia di Euro.

### 3.3.10 Dati economici selezionati dell'Emittente per il periodo chiuso al 30 giugno 2020, pro-forma al 30 giugno 2020 e Consolidato pro-forma al 30 giugno 2020

Di seguito sono forniti i principali dati economici riclassificati dell'Emittente per il periodo chiuso al 30 giugno 2020, pro-forma al 30 giugno 2020 e Consolidato pro-forma al 30 giugno 2020.

Conto Economico (Euro/000)	30/06/2020	30/06/2020 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	22.947	22.947	23.092
Costo del venduto	(15.872)	(17.265)	(17.292)
<b>Margine industriale</b>	<b>7.075</b>	<b>5.683</b>	<b>5.800</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>30,8%</b>	<b>24,8%</b>	<b>25,1%</b>
Altri proventi	58	58	64
Costi per servizi	(2.331)	(2.263)	(2.295)
Costi per godimento beni di terzi	(109)	(109)	(117)
Costi per il personale	(880)	(880)	(942)
Oneri diversi di gestione	(81)	(81)	(86)
<b>EBITDA</b>	<b>3.732</b>	<b>2.407</b>	<b>2.424</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>16,3%</b>	<b>10,5%</b>	<b>10,5%</b>
Ammortamenti immateriali	(34)	(34)	(39)
Ammortamenti materiali	(43)	(43)	(44)
Accantonamenti	(1.392)	-	-
Svalutazione crediti dell'attivo circolante	(81)	(81)	(81)
<b>EBIT</b>	<b>2.183</b>	<b>2.250</b>	<b>2.260</b>
<b>% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>9,5%</b>	<b>9,8%</b>	<b>9,8%</b>
Proventi e (Oneri) Finanziari	(76)	(76)	(87)
Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	(30)	(30)	(30)
<b>Utile ante imposte</b>	<b>2.077</b>	<b>2.144</b>	<b>2.142</b>
Imposte sul risultato d'esercizio	(619)	(619)	(619)
<b>Utile (perdita) d'esercizio</b>	<b>1.458</b>	<b>1.526</b>	<b>1.523</b>

(\*) EBITDA indica il risultato prima della gestione finanziaria, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, degli accantonamenti e della svalutazione dei crediti. L'EBITDA così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori dell'Emittente per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

(\*\*) EBIT indica il risultato prima della gestione finanziaria e delle imposte dell'esercizio. EBIT rappresenta pertanto il risultato della gestione operativa prima della remunerazione del capitale sia di terzi che proprio. L'EBIT così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori dell'Emittente per monitorare e valutare l'andamento operativo dell'attività aziendale. Siccome l'EBIT non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili nazionali, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi dell'Emittente. Poiché la composizione dell'EBIT non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e quindi non risultare con esse comparabile.

### 3.3.11 Ricavi delle vendite e delle prestazioni

I ricavi delle vendite e delle prestazioni al 30 giugno 2020 sono pari a 22.947 migliaia di Euro. Come esposto in tabella i ricavi dell'Emittente derivano dalla vendita diretta di beni e di servizi di consulenza. Principale cliente dell'Emittente è la Grande Distribuzione Organizzata che rappresenta circa il 97% del fatturato, il restante 3% è rappresentato da clienti operanti nel settore farmaceutico, finanziario, industriale.

Ricavi delle vendite e delle prestazioni (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Ricavi da vendita di beni	21.855	22.000

Ricavi per consulenze	1.092	1.092
<b>Totale</b>	<b>22.947</b>	<b>23.092</b>

### 3.3.12 Costo del venduto

Si riporta di seguito il dettaglio del costo del venduto con riferimento al periodo chiuso al 30 giugno 2020:

Costo del venduto (Euro/000)	30/06/2020	30/06/2020 Proforma	Diff. Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Costi merci, materiali di consumo, servizi diretti	18.767	20.159	1.392	20.185
Variazione delle rimanenze	(2.932)	(2.932)	-	(2.932)
Premi e sconti su acquisti	(5)	(5)	-	(5)
Costi per acquisto cancellaria	9	9	-	11
Costi per carburante e autovetture	20	20	-	20
Oneri doganali	12	12	-	12
<b>Totale</b>	<b>15.872</b>	<b>17.265</b>	<b>1.392</b>	<b>17.292</b>

Nel prospetto pro-forma per il periodo chiuso al 30 giugno 2020 è stato predisposto ipotizzando che l'accantonamento per rischi e oneri relativo ai contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa, sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi il fondo rischi e oneri sia classificato patrimonialmente come debito verso fornitori

### 3.3.13 Altri proventi

Gli altri proventi al 30 giugno 2020 sono pari a 58 migliaia di Euro e si riferiscono principalmente a sopravvenienze attive e ad altre poste residuali.

Altri proventi (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 31/12/2019 Proforma
Sopravvenienze attive	33	37
Rimborsi spese e addebiti a clienti	5	7
Plusvalenze	3	3
Arrotondamenti attivi	-	-
Altri proventi	17	17
<b>Totale</b>	<b>58</b>	<b>64</b>

### 3.3.14 Costi per servizi

Si riporta nel seguito la composizione dei costi per servizi per il periodo chiuso al 30 giugno 2020. Tale voce si riferisce principalmente al costo per trasporti, al costo per consulenze varie e compensi degli amministratori.

Costi per servizi (Euro/000)	30/06/2020	30/06/2020 Proforma	Diff. Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Costi per trasporti	1.420	1.420	-	1.420
Consulenze	249	249	-	253
Compenso amm.tori	104	104	-	125
Spese per servizi generici	154	154	-	154
Costi di pubblicità	73	73	-	76
Assicurazioni	64	64	-	64
Ristoranti e trasferta	10	10	-	12
Altri costi	48	48	-	46
Spese di rappresentanza	26	26	-	26
Assistenza e manutenzione	33	33	-	33
Viaggi e trasferte	15	15	-	16
Utenze	27	27	-	29

Rimborso chilometrici	10	10	-	12
Smaltimento rifiuti e pulizia	15	15	-	15
Costi agenzia interinale	11	11	-	11
Costi di quotazione AIM	67	-	(67)	-
Costi per autovetture	5	5	-	5
<b>Totale</b>	<b>2.331</b>	<b>2.263</b>	<b>(67)</b>	<b>2.295</b>

Nella rappresentazione dei dati proforma i costi connessi ai servizi di consulenza inerenti la quotazione all'AIM sono stati considerati come capitalizzati.

### 3.3.15 Costi per godimento beni di terzi

I costi per godimento beni di terzi si riferiscono principalmente a costi per affitti, costi per autovetture dei dipendenti detenute in leasing e canoni di leasing immobili.

Costi per godimento beni di terzi (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Affitti passivi	32	32
Leasing autovetture	27	27
Canoni di leasing immobile	9	18
Canoni software e licenze	37	37
Costi per noleggi	1	1
Altri costi di locazione	3	3
<b>Totale</b>	<b>109</b>	<b>117</b>

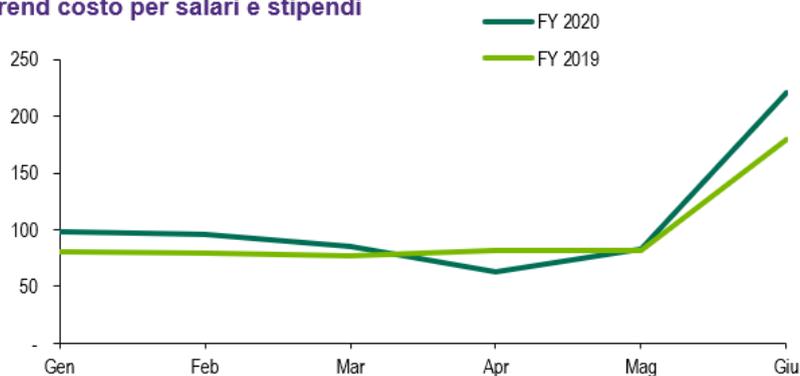
### 3.3.16 Costi per il personale

Si riporta di seguito il dettaglio del "costo del personale" dell'Emittente con riferimento al periodo chiuso al 30 giugno 2020:

Costi per il personale (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Costi per stipendi	647	691
Contributi INPS	170	181
Accantonamento TFR	47	52
Contributi INAIL	4	5
Costi fondi previdenziali	12	12
<b>Totale</b>	<b>880</b>	<b>942</b>

Nel grafico che segue viene riportato il trend mensile del costo del personale per l'esercizio 2020. Tale costo si mantiene stabile durante il corso dell'anno, l'incremento nel mese di giugno è dovuto alla presenza della 14esima mensilità.

**Trend costo per salari e stipendi**



### 3.3.17 Oneri diversi di gestione

Si riporta nel seguito la composizione della voce residuale degli oneri diversi di gestione per il periodo chiuso al 30 giugno 2020. Come evidenziato in tabella il saldo si riferisce principalmente al corso per omaggi alla clientela e alle oblazioni, le restanti voci sono di natura residuale.

Oneri diversi di gestione (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Omaggi per la clientela	42	42
Sopravvenienze passive	3	3
Oblazioni	22	22
Costi per bolli autovetture	2	2
Imposte e tasse	4	5
IMU	2	3
Quote associative	3	3
Altri oneri di gestione	4	6
<b>Totale</b>	<b>81</b>	<b>86</b>

### 3.3.18 Ammortamenti e svalutazioni

Si riporta di seguito il dettaglio degli "ammortamenti e svalutazioni" dell'Emittente con riferimento al periodo chiuso al 30 giugno 2020.

Ammortamenti e svalutazioni (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	34	39
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	43	44
Svalutazione crediti	81	81
<b>Totale</b>	<b>157</b>	<b>164</b>

### 3.3.19 Accantonamenti

Si riporta di seguito il dettaglio degli "accantonamenti" dell'Emittente con riferimento al periodo chiuso al 30 giugno 2020.

Accantonamenti (Euro/000)	30/06/2020	30/06/2020 Proforma	Diff. Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Accantonamenti	1.392	-	(1.392)	-
<b>Totale</b>	<b>1.392</b>	<b>-</b>	<b>(1.392)</b>	<b>-</b>

Gli accantonamenti iscritti al 30 giugno 2020 per 1.392 migliaia di Euro si riferiscono all'accantonamento per rischi e oneri relativo ai contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa. Nei prospetti pro-forma al 30 giugno 2020 è stato ipotizzato che tale onere sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi il fondo rischi e oneri sia classificato patrimonialmente come debito verso fornitori

### 3.3.20 Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari si riferiscono principalmente al costo per interessi passivi sui conti correnti bancari, interessi passivi sui mutui in essere e alle commissioni per la messa a disposizione dei fondi.

Proventi e oneri finanziari (Euro/000)	30/06/2020	Consolidato 30/06/2020 Proforma
Interessi passivi su conti correnti bancari	42	42
Interessi passivi su mutui bancari	22	22
Commissioni per disponibilità fondi	10	10
Altri oneri finanziari	2	15
Proventi da titoli	-	(1)
<b>Totale</b>	<b>76</b>	<b>87</b>

### 3.3.21 Rendiconto finanziario per il periodo chiuso al 30 giugno 2020

Di seguito si riporta il rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 e per il periodo chiuso al 30 giugno 2020, Pro-Forma al 30 giugno 2020 e Consolidato Pro-Forma al 30 giugno 2020:

Rendiconto Finanziario (Euro/000)	31/12/2019	30/06/2020	31/12/2019 Proforma	30/06/2020 Proforma	Consolidato 30/06/2020 Proforma
<b>EBIT</b>	<b>3.509</b>	<b>2.183</b>	<b>3.509</b>	<b>2.250</b>	<b>2.260</b>
Imposte sul reddito	(965)	(619)	(965)	(619)	(619)
<b>1. NOPAT</b>	<b>2.544</b>	<b>1.564</b>	<b>2.544</b>	<b>1.631</b>	<b>1.640</b>
Accantonamenti ai fondi	93	1.439	93	47	52
Ammortamenti delle immobilizzazioni	193	76	193	76	84
Svalutazione crediti dell'attivo circolante	151	81	151	81	81
<b>2. Flusso finanziario prima delle variazioni del ccn</b>	<b>2.980</b>	<b>3.160</b>	<b>2.980</b>	<b>1.836</b>	<b>1.857</b>
Decremento/(incremento) delle rimanenze	1.701	(3.073)	1.701	(3.073)	(3.073)
Decremento/(incremento) dei crediti vs clienti	(2.567)	(5.898)	(2.567)	(5.898)	(5.869)
Decremento/(incremento) altri crediti	317	(531)	317	(148)	(143)
Incremento/(decremento) dei debiti verso fornitori	(5.822)	5.095	(5.822)	6.487	6.484
Incremento/(decremento) degli altri debiti	(505)	573	(505)	191	177
<b>3. Flusso finanziario dopo le variazioni del ccn</b>	<b>(3.897)</b>	<b>(673)</b>	<b>(3.897)</b>	<b>(606)</b>	<b>(566)</b>
Altre rettifiche	(2)	0	(2)	(0)	0
<b>4. Flusso finanziario dopo le altre rettifiche</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(673)</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(606)</b>	<b>(566)</b>
<b>FLUSSO DELLA GESTIONE REDDITUALE (A)</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(673)</b>	<b>(3.899)</b>	<b>(606)</b>	<b>(566)</b>
(Investimenti)/Disinvestimenti	(2.209)	(517)	(150)	(584)	148
<b>FLUSSO DELL'ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO (B)</b>	<b>(2.209)</b>	<b>(517)</b>	<b>(150)</b>	<b>(584)</b>	<b>148</b>
<b>FREE CASH FLOW (A+B)</b>	<b>(6.109)</b>	<b>(1.190)</b>	<b>(4.049)</b>	<b>(1.190)</b>	<b>(418)</b>
Accensione finanziamenti (Rimborso finanziamenti)	4.304	340	3.276	340	(91)
(Interessi pagati) / Incasso interessi	(143)	(76)	(143)	(76)	(87)
Rettifiche patrimoniali	(279)	(0)	(2.314)	(0)	(0)
<b>FLUSSO DELL'ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO (C)</b>	<b>3.881</b>	<b>264</b>	<b>819</b>	<b>264</b>	<b>(178)</b>
<b>FLUSSO TOTALE</b>	<b>(2.227)</b>	<b>(926)</b>	<b>(3.229)</b>	<b>(926)</b>	<b>(596)</b>

La variazione del "flusso dell'attività di investimento" è dovuta all'acquisizione nell'esercizio 2019 delle partecipazioni nella società Easy Life S.r.l. e nella società Ceramica Phoenix S.r.l.. Tale scostamento significativo non è presente nella rappresentazione dei dati pro-forma in quanto è stata assunta l'ipotesi che l'operazione di scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. sia avvenuta con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

La variazione del "Flusso dell'attività di finanziamento" è dovuta principalmente all'accensione nell'esercizio 2019 di sei nuovi finanziamenti.

Nel prospetto del rendiconto finanziario pro-forma al 30 giugno 2020 si ipotizza che l'accantonamento per rischi e oneri relativo ai contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa, sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi il fondo rischi e oneri sia classificato patrimonialmente come debito verso fornitori e che le spese di consulenza relative alla quotazione all'AIM siano state capitalizzate al 30 giugno 2020, ricomprese di conseguenza nel rendiconto finanziario come "investimenti".

## 4 FATTORI DI RISCHIO

L'operazione descritta nel Documento di Ammissione presenta gli elementi di rischio tipici di un investimento in strumenti finanziari ammessi alla negoziazione su un mercato non regolamentato. Al fine di effettuare un corretto apprezzamento dell'investimento, gli investitori sono invitati a valutare gli specifici fattori di rischio relativi all'Emittente, al settore di attività in cui esso opera, nonché agli strumenti finanziari offerti.

L'investimento negli Strumenti Finanziari dell'Emittente comporta un elevato grado di rischio ed è destinato ad investitori in grado di valutare le specifiche caratteristiche dell'Emittente e la rischiosità dell'investimento proposto.

Il verificarsi delle circostanze descritte in uno dei seguenti fattori di rischio potrebbe avere effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente, sulle sue prospettive e sul prezzo degli Strumenti Finanziari e, conseguentemente, gli azionisti potrebbero perdere tutto o parte del loro investimento. Tali effetti negativi sull'Emittente e sul prezzo degli Strumenti Finanziari si potrebbero, inoltre, verificare qualora sopraggiungessero eventi, ad oggi non noti né prevedibili da parte dell'Emittente, tali da esporla ad ulteriori rischi o incertezze ovvero qualora fattori di rischio ad oggi ritenuti non significativi lo diventassero a causa di circostanze sopravvenute.

L'Emittente ritiene che i rischi di seguito indicati siano rilevanti ai fini della valutazione di un investimento negli Strumenti Finanziari da parte dei potenziali investitori.

I fattori di rischio descritti nel presente Capitolo 4 "Fattori di Rischio" devono essere letti congiuntamente alle altre informazioni contenute nel presente Documento di Ammissione.

I rinvii a Sezioni, Capitoli e Paragrafi si riferiscono alle Sezioni, ai Capitoli e ai Paragrafi del Documento di Ammissione.

### 4.1 *Fattori di rischio relativi all'Emittente*

#### 4.1.1. Rischi connessi all'esecuzione delle strategie e dei piani di sviluppo e crescita

La capacità dell'Emittente di consolidare e incrementare le proprie capacità di espansione e nel contempo di migliorare la propria redditività dipende, tra l'altro, dal successo nella realizzazione della propria strategia nel medio-lungo termine, come descritta al successivo Capitolo 6. Tale strategia prevede, tra l'altro, una crescita per linee interne, che si concretizza nei seguenti driver: una sempre maggiore specializzazione nelle campagne a rilevanza nazionale, il consolidamento del fatturato con la clientela fidelizzata, l'internalizzazione e il potenziamento della business intelligence, e una crescita per linee esterne, valutando opportunità di integrazione attraverso acquisizioni di realtà industriali strategiche.

A tale proposito, l'Emittente potrebbe non essere in grado di identificare ed interpretare correttamente i fenomeni e trend di mercato considerati nelle proprie strategie di crescita e le assunzioni base sulle quali si fondano tali strategie potrebbero rivelarsi non corrette, compromettendo così la propria capacità espansiva con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, le strategie di sviluppo, crescita e investimento dell'Emittente potrebbero implicare rischi e incertezze significativi e, pertanto, potrebbero non portare ai risultati auspicati ed attesi per l'Emittente. Infine, non è escluso che possano verificarsi circostanze negative, anche al di fuori del controllo

dell'Emittente, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, un andamento negativo dell'economia italiana ed estera o del mercato di riferimento, l'intensificarsi della concorrenza, l'aggravarsi della pandemia COVID-19 o l'insorgere di nuove pandemie in futuro, che potrebbero avere effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni sulla attività svolta dall'Emittente nonché sulla sua strategia di crescita e sviluppo, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, del presente Documento di Ammissione.

#### 4.1.2. Rischi derivanti da potenziali future acquisizioni e/o partnership commerciali e/o operazioni straordinarie

Nell'ambito della propria strategia di crescita per linee esterne, l'Emittente intende continuare a valutare opportunità di integrazione attraverso acquisizioni di realtà industriali strategiche perseguendo (i) l'integrazione verticale con società target specializzate nella produzione di oggettistica per il settore casalinghi con un marchio conosciuto e quote consolidate nel mercato retail, con potenziale non ancora espresso in ambito Loyalty e con possibili effetti sinergici su entrambi i canali. Tale strategia consente di sviluppare prodotti di tendenza, avere un maggior controllo dei prezzi, valorizzare il brand in ambito loyalty, esercitare il controllo e l'utilizzo del marchio ed aumentare il paniere di offerta con cui concorrere nella selezione delle gare importanti; (ii) l'integrazione orizzontale con target attive nei c.d. servizi collaterali quali *Artificial Intelligence*, *big data*, competenze di elaborazione di analisi e ricerche di mercato (si vedano le acquisizioni già perfezionate di Ceramica Phoenix e Kiki Lab).

Tale politica di espansione comporta rischi determinati dalla potenziale difficoltà di reperire aziende strategiche e sinergiche rispetto agli obiettivi perseguiti dall'Emittente. L'attuazione della strategia di crescita e la sua prosecuzione in futuro dipenderanno, tra l'altro, dalla capacità di individuare società da acquisire, dalla capacità di portare a termine le operazioni di acquisizione, joint venture e altre forme di collaborazione a termini e condizioni soddisfacenti, nonché dalla capacità di integrare in modi e tempi appropriati tali società nella propria infrastruttura e nel proprio business. Ritardi nel perfezionamento delle operazioni o costi e passività inattesi potrebbero incidere negativamente sull'attività e sui risultati dell'Emittente, con conseguenti possibili effetti negativi sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Eventuali future acquisizioni potranno essere finanziate sia tramite liquidità disponibile, sia tramite assunzione di debito ovvero attraverso scambi azionari con potenziali effetti diluitivi. Tali elementi potrebbero incidere in senso negativo sull'attività, i risultati operativi o la situazione finanziaria dell'Emittente. Inoltre, sebbene l'Emittente cerchi opportunità di crescita in settori che si integrano o sono comunque sinergici rispetto al proprio core business, i processi di acquisizione danno luogo normalmente ad una pluralità di rischi, individuabili per esempio nella difficoltà di assimilazione di attività operative, tecnologie, prodotti e personale dell'entità acquisita, nonché nella deviazione di risorse manageriali a danno di altre attività, nella rischiosità di ingresso in mercati in cui l'Emittente ha una limitata esperienza e nella potenziale perdita di personale chiave dell'entità acquisita.

Inoltre, l'incapacità o la difficoltà dell'Emittente di attrarre e/o trattenere partner commerciali potrebbe comportare un effetto negativo sulla crescita dell'Emittente e sulla sua posizione concorrenziale rispetto ai competitor e condizionarne gli obiettivi previsti, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive di crescita dell'Emittente nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Per ulteriori informazioni si veda la Sezione Prima, Capitolo 6 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.3. Rischi connessi alla dipendenza della Società da alcune figure chiave

L'attività, i risultati e lo sviluppo della Società dipendono in misura significativa dal contributo offerto da alcune figure chiave, che contribuiscono, per competenza, esperienza e know-how, ad una efficace gestione dell'Emittente e del relativo business.

In particolare, si segnala la figura di Diego Toscani, che alla Data del Documento di Ammissione ricopre la carica di Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato dell'Emittente, e che, anche in veste di fondatore nonché azionista unico dell'Emittente, ha svolto e continua a svolgere per capacità, esperienza e *know-how*, un ruolo determinante nell'evoluzione e nella gestione dell'attività, nella definizione delle strategie imprenditoriali e nella cultura aziendale e ha dato e continua a dare un impulso determinante allo sviluppo e alla crescita dell'Emittente, attraverso un'attività continuativa presso la Società.

Il venire meno di tale apporto professionale da parte di tale figura chiave potrebbe pregiudicare la strategia di crescita dell'Emittente nonché la tempistica di attuazione di tale strategia. A tale proposito, si precisa che Diego Toscani ha assunto impegni di lock-up nei confronti del Nomad di durata pari a 36 mesi dalla data di inizio delle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia.

Per ulteriori informazioni sulle competenze del Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato Diego Toscani si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 11, Paragrafo 11.1 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.4. Rischi connessi alla capacità di trattenere o attrarre personale qualificato

Il settore in cui opera l'Emittente è caratterizzato dall'esigenza di avvalersi di personale specializzato e dotato di elevate competenze per riuscire a differenziarsi ed eccellere rispetto ai competitor. L'evoluzione tecnologica in ambito loyalty e l'esigenza di soddisfare una domanda di prodotti e servizi sempre più sofisticati richiedono agli operatori del settore loyalty di dotarsi di risorse capaci e qualificate.

Nonostante la valorizzazione, motivazione e sviluppo delle capacità e competenze del personale, unitamente alla definizione delle responsabilità costituiscano i principali obiettivi del modello di gestione e sviluppo delle risorse umane della Società e questa ritenga di essersi dotata di un organigramma operativo manageriale capace di assicurare la continuità e lo sviluppo delle attività, non è tuttavia possibile escludere che l'apporto professionale del personale qualificato possa interrompersi, per qualsiasi motivo, con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente laddove quest'ultimo non sia in grado di trattenerle e/o sostituirle tempestivamente con soggetti altrettanto qualificati e idonei a garantire il medesimo apporto operativo e professionale.

Per maggiori informazioni in merito alle competenze del management dell'Emittente si veda la Sezione Prima, Capitolo 11, Paragrafo 11.3 del presente Documento di Ammissione.

#### 4.1.5. Rischi connessi alla qualifica dell'Emittente come PMI Innovativa

In data 23 ottobre 2020, l'Emittente ha ottenuto la qualifica di PMI Innovativa ed è iscritta da tale data nella sezione speciale del Registro delle Imprese di Brescia. L'ottenimento della qualifica di PMI Innovativa richiede il possesso ed il mantenimento di specifici requisiti previsti dall'articolo 4 del Decreto legge del 24 gennaio 2015, n. 3 (c.d. "*Investment Compact*"). In particolare, l'Emittente ha ottenuto la qualifica di PMI Innovativa in quanto, conformemente alla normativa sopra citata, oltre ai requisiti base obbligatori, possiede i seguenti due requisiti aggiuntivi: (i) forza lavoro costituita, per almeno 1/3 del totale, da personale con laurea magistrale, oppure, per almeno 1/5 del totale, da dottori di ricerca, dottorandi o ricercatori e (ii) titolarità (anche mediante deposito o licenza) di almeno una privativa industriale o di un software registrato.

La medesima normativa prevede, altresì, che i soggetti (siano essi persone fisiche o giuridiche, in ogni caso,

in possesso di determinate caratteristiche) che investono in una PMI Innovativa abbiano diritto a determinate agevolazioni fiscali se la PMI Innovativa in cui investono si qualifica come PMI Innovativa Ammissibile, secondo la definizione di cui all'art. 1 del D.M.E.F del 7 maggio 2019 sottoscritto dal Ministro dell'Economia e delle Finanze di concerto con il Ministro dello Sviluppo Economico e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale in data 5 luglio 2019.

In ragione della novità della predetta disciplina sulla "PMI Innovativa Ammissibile", non è possibile escludere che, sebbene l'Emittente sia una PMI Innovativa, anche alla luce di valutazioni non corrette nell'interpretazione e/o nel recepimento della norma, possa non essere qualificabile come PMI Innovativa Ammissibile, con conseguente impossibilità di usufruire delle agevolazioni fiscali da parte degli investitori. In tal senso, l'investitore è invitato ad effettuare le proprie valutazioni in modo indipendente in merito alla effettiva fruibilità delle agevolazioni fiscali. Infine, si rileva che i benefici fiscali previsti per gli investitori sono incorporati solo nelle azioni di nuova emissione e non in quelle esistenti, per cui le azioni acquistate sul mercato non incorporano tali benefici fiscali.

Pertanto, la perdita da parte dell'Emittente della qualifica di PMI innovativa, anche alla luce delle attuali dimensioni dell'Emittente, così come la non riconducibilità della medesima alla definizione di "PMI Innovativa Ammissibile", potrebbero comportare la non spettanza, mancata fruibilità, o decadenza dalle agevolazioni fiscali derivanti dalla qualifica dell'Emittente quale PMI Innovativa o PMI Innovativa Ammissibile con possibili effetti negativi sulla attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente. Alla luce di quanto precede è quindi consigliabile non fondare la propria decisione di investimento sulla spettanza dei suddetti incentivi fiscali.

Per un approfondimento sulla normativa di riferimento in tema di PMI Innovative si rinvia alla sezione Prima, Capitolo 8, Paragrafo 8.2 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.6. Rischi relativi ai rapporti con Parti Correlate

L'Emittente ha concluso e intrattiene, e potrebbe in futuro nell'ambito della propria operatività concludere ed intrattenere, rapporti di natura commerciale e finanziaria con Parti Correlate.

Sebbene l'Emittente ritenga che le condizioni previste dai contratti conclusi con Parti Correlate e le relative condizioni effettivamente praticate siano in linea con le condizioni di mercato correnti, non vi è garanzia che ove tali operazioni fossero state concluse fra, o con, parti terze, le stesse avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle medesime condizioni e modalità. Non vi è, inoltre, garanzia che eventuali future operazioni con Parti Correlate vengano concluse dall'Emittente a condizioni di mercato.

Ad integrazione di quanto precede si segnala che in data 4 novembre 2020, il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato la "Procedura per operazioni con Parti Correlate" in conformità alle disposizioni di legge e regolamentari vigenti.

Per una descrizione dettagliata dei rapporti con Parti Correlate in essere si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 15 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.7. Rischi connessi all'evoluzione tecnologica in ambito loyalty dei grandi player della GDO

L'Emittente opera in un mercato che si sta evolvendo in senso sempre più tecnologico, rendendo necessario un costante aggiornamento e un continuo miglioramento dei prodotti e servizi offerti che, altrimenti, rischierebbero di diventare obsoleti, perdendo il loro potenziale commerciale.

In particolare, l'operatività in ambito loyalty dei grandi player della GDO si sta sempre più avvalendo di

tecniche sofisticate e digitalizzate che permettono di tracciare ed anticipare comportamenti ed usi dei consumatori finali anche mediante l'analisi dei Big Data.

Il successo dell'Emittente dipende, dunque, dalla capacità, da un lato, di continuare ad offrire servizi a valore aggiunto che incontrino l'interesse dei propri clienti e, dall'altro, di anticipare ed adeguarsi tempestivamente ai cambiamenti tecnologici attraverso lo sviluppo e l'aggiornamento di servizi idonei a soddisfare le esigenze della clientela attuale e potenziale nonché alle eventuali azioni dei competitors.

Nonostante la Società monitori costantemente il proprio mercato di riferimento, mantenendo sempre aggiornata la gamma di prodotti e servizi offerti e si avvalga già di strumenti digitali avanzati per la gestione delle campagne offerte ai propri clienti, non è possibile escludere che valutazioni errate, errori tecnici nei nuovi servizi o ritardi nello sviluppo prospettico degli stessi, oltre all'eventuale incapacità di innovare i servizi offerti e, quindi, di assecondare le esigenze della clientela nel frattempo mutate possano rendere le iniziative poste in essere dalla Società insufficienti con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, del presente Documento di Ammissione.

#### 4.1.8. Rischi connessi alla politica di protezione della proprietà intellettuale

Il successo dell'Emittente dipende in maniera rilevante dall'utilizzo e dall'importanza della propria proprietà intellettuale e, di conseguenza, dalla capacità di tutelarla da potenziali violazioni da parte dei terzi. In particolare, in data 14 agosto 2020 l'Emittente ha depositato i software "Promotica Estrazione (Versione 1.0)" e "Promotica Contest Manager (Versione 1.0)" a proprio nome presso la SIAE di Roma - Pubblico Registro Software, che ha attestato la relativa registrazione in data 26 agosto 2020. Tali software sono stati sviluppati dalla Società per la gestione dei concorsi a premi su scala nazionale e internazionale.

L'uso di tali software permette all'Emittente di distinguersi dai competitor per la capacità di prevedere l'andamento delle campagne promozionali e il comportamento dei consumatori finali e gestire di conseguenza in maniera ottimale la fornitura dei premi.

Tuttavia, non vi è certezza che il diritto riconosciuto dalla concessione del brevetto o dalle possibili ulteriori tutele poste in essere dall'Emittente garantisca allo stesso una protezione effettiva e benefici commerciali.

Inoltre, non si può escludere il rischio che soggetti terzi si appropriino di tutto o di parte del patrimonio di conoscenze sviluppato o comunque acquisito dall'Emittente. Nonostante la possibilità per l'Emittente di tutelarsi in sede giudiziale, quanto sopra potrebbe comportare un aumento dei costi di difesa dei propri diritti e una limitazione, anche solo temporanea, allo sfruttamento di quanto sviluppato, con conseguenti possibili effetti negativi sulla posizione economica, finanziaria e patrimoniale dell'Emittente. In caso di esito sfavorevole delle eventuali vertenze passive inerenti i diritti di proprietà intellettuale, la Società potrebbe venire privata della titolarità e dell'uso del proprio diritto di proprietà intellettuale. Tale situazione potrebbe quindi comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.5 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.9. Rischi connessi ai contratti di finanziamento in essere

La Società fa ricorso, nell'ambito dell'ordinaria attività, al finanziamento bancario. L'Indebitamento Finanziario Netto della Società era pari a Euro 1.803.832 al 31 dicembre 2018, Euro 8.334.559 al 31 dicembre 2019 e Euro 9.600.152 al 30 giugno 2020. L'aumento tra il valore al 31 dicembre 2018 e quello al 31 dicembre

2019 è dovuto all'accensione di nuovi finanziamenti nel corso dell'esercizio. L'ulteriore aumento al 30 giugno 2020 è dovuto alla combinazione di più fattori, nello specifico alla ripresa della fatturazione successiva al periodo di lock-down connesso alla Pandemia COVID-19 nell'ultima parte del semestre, all'approvvigionamento di merce per un'importante campagna svolta nel secondo semestre, nonché all'acquisto della partecipazione di Kiki Lab.

Inoltre, in data 17 luglio 2020, la Società ha emesso Titoli di debito per un importo di Euro 4.000.000 sottoscritti in sede di emissione da Intesa Sanpaolo S.p.A. ed i cui proventi di emissione serviranno a supportare nuovi investimenti e lo sviluppo del circolante. L'emissione potrà rientrare nell'ambito di una più ampia operazione denominata programma "ELITE – Intesa Sanpaolo Basket Bond". Ai sensi del regolamento dei Titoli, sono previsti impegni finanziari, obblighi informativi e obblighi relativi all'operatività futura a carico dell'Emittente al mancato rispetto dei quali tutti i pagamenti a titolo di capitale, interessi e altri importi dovuti in relazione ai Titoli diventeranno immediatamente dovuti ed esigibili. Pertanto, il mancato rispetto di tali impegni ed obblighi da parte dell'Emittente comporterebbe l'obbligo di rimborsare ai Portatori dei Titoli il 5° (quinto) Giorno Lavorativo successivo alla ricezione della relativa comunicazione, l'importo in linea capitale, pari ad Euro 4.000.00 oltre agli interessi e agli altri importi dovuti con la probabile necessità di dover ricorrere a nuovi finanziamenti per provvedervi. Per maggiori informazioni sui termini dei Titoli si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 17, Paragrafo 17.4.1, del Documento di Ammissione.

La capacità della Società di far fronte al proprio indebitamento bancario dipende dai risultati operativi nonché dalla generazione di sufficiente liquidità, circostanze queste che possono dipendere anche da eventi non prevedibili e/o al di fuori del controllo dell'Emittente. Non si può pertanto escludere che in futuro l'Emittente possa trovarsi nella posizione di non essere in grado di adempiere puntualmente in tutto o in parte le obbligazioni connesse al proprio indebitamento.

Non vi è, altresì, garanzia che in futuro l'Emittente riesca a negoziare in maniera conveniente per la stessa e/o ottenere ulteriori finanziamenti necessari per lo sviluppo della propria attività e dei propri progetti. Conseguentemente, gli eventuali aggravii in termini di condizioni economiche dei finanziamenti e l'eventuale futura riduzione della capacità di credito nei confronti del sistema bancario potrebbero avere effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Nel caso in cui la capacità di ottenere accesso al credito fosse limitata, anche in ragione del peggioramento delle condizioni economico-patrimoniali e della *performance* finanziaria, l'Emittente potrebbe essere costretto a ritardare la raccolta di capitali ovvero reperire risorse finanziarie a termini e condizioni maggiormente onerosi, con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 3, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.10. Rischi connessi alla concentrazione della clientela

I ricavi della Società sono concentrati su un numero relativamente moderato di clienti:

- i primi 10 clienti, tutti attivi nel settore della GDO, rappresentano complessivamente circa l'80,6% dei ricavi della Società al 31 dicembre 2019 e l'87,4% al 31 dicembre 2018;
- i primi 5 clienti, tutti riconducibili all'insegna Coop, rappresentano complessivamente circa il 68,2% dei ricavi della Società al 31 dicembre 2019 e il 78,89% al 31 dicembre 2018, con Coop Alleanza come primo cliente nel 2019 con il 34,2% dei ricavi.

La concentrazione dei clienti riflette il numero ristretto di grandi player attivi nella GDO che prevedono

programmi di Loyalty. Tuttavia, poiché la relazione con i clienti non si basa su clausole di esclusiva, è possibile per Promotica competere con gli altri attori del settore loyalty per l'assegnazione di ogni singola campagna organizzata dai clienti.

Sebbene i rapporti con i predetti clienti siano ormai consolidati e costituiscano il risultato di un rapporto di lunga data, non è possibile escludere che una eventuale interruzione o mancata prosecuzione dei rapporti in essere con uno o più dei principali clienti o una perdita o diminuzione di una parte di fatturato generato dagli stessi, o il mancato o ritardato pagamento dei corrispettivi dovuti dai clienti per i servizi prestati dall'Emittente possa avere un effetto negativo sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.2, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.11. Rischi connessi ai rapporti con i fornitori e i partner strategici

L'Emittente si avvale di un modello organizzativo che prevede l'approvvigionamento dei Premi presso fornitori terzi di elevato valore reputazionale e assoluto valore commerciale.

In particolare, nel 2019 Promotica ha avuto rapporti commerciali con 231 fornitori, di cui maggiormente rilevanti sono i primi cinque (Forma Italia Srl (26,1%), Alessi SpA (19,8%), Illa SpA (16,5%), Industria Vetraria Valdarnese (9,4%) e Mercati Srl (7,1%)). Dal sesto al decimo fornitore l'incidenza è invece compresa tra il 0,6% e il 2,2%. L'incidenza dei primi 10 fornitori nel 2019 è pari all'85,8% del totale degli acquisti di materie prime e servizi.

Da tale evidenza emerge una importante concentrazione nei primi 10 fornitori che è insita nel modello di business di Promotica che sviluppa con i propri fornitori rapporti di lunga data e partecipa attivamente nello scouting e nello sviluppo e progettazione di prodotti che possano essere apprezzati dal mercato. Infatti, Promotica ha in essere accordi di esclusiva con 8 (di cui una parziale solo per il mercato estero) dei primi 10 fornitori.

La strategia di sviluppo collegata ad esclusive di brand sarà portata avanti dalla Società con l'estensione della presentazione dei marchi già presenti in portafoglio ai mercati esteri e l'acquisizione di nuovi brand di prestigio attratti dalle accresciute dimensioni aziendali e dalla capacità del management aziendale di interpretare correttamente la filosofia e l'identità dei diversi brand aziendali non snaturandoli ma valorizzandoli in ambito loyalty. In tal senso, i marchi entrati nel portafoglio dell'azienda sono stati ulteriormente valorizzati con una forte attività di ricerca e sviluppo dei prodotti che oltre ad essere utilizzati per le attività di fidelizzazione sono entrati nell'assortimento base delle aziende partner.

L'Emittente sta procedendo ad una ricognizione dei contratti con i fornitori al fine di verificare quelli in scadenza al termine del corrente anno e iniziare sin da subito le trattative volte al rinnovo dei contratti medesimi, con particolare riferimento ai fornitori con i quali è stato pattuito un regime di esclusiva.

Tuttavia, qualora l'Emittente non fosse in grado di rinnovare i contratti in essere con uno o più dei partner ritenuti strategici e dovesse sostituirli in tempi brevi, o non fosse in grado di rinnovare gli accordi di esclusiva che le assicurano un vantaggio concorrenziale rilevante rispetto ai competitors, potrebbe non essere in grado di trovare altri fornitori di pari valore reputazione e pertanto altrettanto desiderabili per il Consumatore finale con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per maggiori informazioni si rinvia alla Sezione prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.3, del presente Documento di Ammissione.

#### 4.1.12. Rischi connessi alla capacità dell'Emittente di mantenere o attrarre clienti

La Società è attiva principalmente sul territorio nazionale (con il 99,3% del fatturato nel 2019) ma sta dedicando impegno e risorse sempre crescenti per guadagnare quote anche nel mercato estero. In particolare, la Società ha stipulato contratti di agenzia con società site in Serbia e a Hong Kong SAR ed ha in essere rapporti commerciali nel Nord Europa per la gestione e lo sviluppo dell'attività sui mercati esteri. Nonostante l'Emittente abbia sviluppato solidi rapporti con la propria clientela e ritenga di poter guadagnare nuove quote di mercato grazie ai suoi piani strategici di sviluppo anche all'estero, ed abbia incrementato la propria *value proposition* attraverso l'offerta alla clientela di una gamma di servizi evoluti finalizzati alla migliore conoscenza dei consumatori finali e dei loro comportamenti, che rientrano nel progetto "Promotica Academy" lanciato alla fine del 2015 e rafforzato grazie all'ingresso nel gruppo di Kiki Lab, il tasso al quale clienti esistenti e nuovi acquisteranno o rinnoveranno i servizi offerti dall'Emittente dipende da numerosi fattori, alcuni dei quali incerti e al di fuori del controllo dell'Emittente.

L'eventuale progressiva o improvvisa interruzione o mancata prosecuzione dei rapporti in essere con gli attuali clienti o l'incapacità di attrarre di nuovi anche nei mercati esteri potrebbero ridurre la capacità competitiva dell'Emittente, con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.2, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.13. Rischi connessi alla struttura contrattuale in base alla quale l'Emittente opera

La Società presta i propri servizi stipulando contratti di fornitura di Premi con i clienti.

Solitamente la Società stipula preliminarmente una Lettera di Intenti (LOI) non vincolante relativa alla futura campagna promozionale direttamente con un'entità giuridica centrale marketing e acquisti in grado di vincolare tutti i singoli punti vendita associati a cui vengono poi concretamente consegnati i Premi. Una volta impostata la progettazione della campagna promozionale, la Società procede alla stipula dello specifico contratto di fornitura dei premi e procede con il relativo approvvigionamento.

E' possibile, tuttavia, che in considerazione della particolare struttura societaria del cliente, ed al fine di rispettare le tempistiche relative in particolare alle campagne loyalty di maggiori dimensioni, la Società debba iniziare l'approvvigionamento dei premi prima della stipula dello specifico contratto di fornitura con esposizione al rischio del mancato rispetto degli accordi presi in sede di LOI non vincolante da parte del cliente e di dover smaltire i premi eventualmente già acquistati.

Sebbene l'Emittente stia attualmente procedendo ad una ricognizione delle clausole contrattuali più ricorrentemente negoziate con i clienti, nell'ambito delle attività propedeutiche alla redazione e implementazione di nuovi testi contrattuali che potranno assumere la forma di condizioni generali di vendita e solo in un caso si sia reso necessario l'avvio degli approvvigionamenti sulla base di una LOI non vincolante, poi regolarmente adempiuta da tutti i punti vendita associati, non è possibile escludere che tale schema contrattuale si verifichi nuovamente, esponendo quindi l'Emittente medesima al rischio di dover dare inizio all'approvvigionamento di premi senza le relative tutele contrattuali con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.4, del Documento di

Ammissione.

#### 4.1.14. Rischio relativo all'attivazione delle penali in caso di rottura di stock previste nei contratti fornitura con i clienti

I contratti di fornitura stipulati con i clienti possono prevedere che Promotica si occupi di tutte le attività necessaria al fine di calcolare e gestire le quantità di Premi necessari per ogni punto vendita e conseguentemente per ogni magazzino. In tali casi, laddove un ritardo nella consegna dei Premi o una errata assegnazione a un punto vendita dia luogo ad una rottura di stock presso il singolo punto vendita, è tipicamente prevista una penale a carico della Società pari ad una certa percentuale del valore medio dei premi redenti giornalmente dal singolo punto vendita relativo alle referenze mancanti.

Sebbene l'Emittente, nell'ambito delle attività aventi ad oggetto la redazione e implementazione di nuovi testi contrattuali stia conducendo ogni più opportuna valutazione circa l'opportunità di mantenere o meno siffatta clausola nonché circa le azioni di mitigazione e di temperamento degli effetti economici della stessa e la medesima si avvalga di sistemi informatici e di analisi dei big data altamente evoluti per prevedere il comportamento dei consumatori finali e le esigenze di Premi dei singoli punti vendita e ad oggi non sia mai incorsa in penali per rottura di stock, le previsioni sulle richieste dei premi da parte del consumatore finale sono per loro natura incerte e non è possibile escludere che si possano verificare rotture di stock con conseguente obbligo per la Società di esborso delle penali contrattualmente previste. Ove ciò si verificasse la società sarebbe esposta al rischio di una riduzione della marginalità sulle operazioni con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.4, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.15. Rischio relativo all'attivazione di penali in caso di mancato raggiungimento dei minimi garantiti previsti nei contratti di esclusiva con i fornitori

I contratti di esclusiva stipulati con i fornitori tipicamente prevedono dei minimi garantiti di acquisto a fronte dell'esclusiva riservata dal produttore alla Società. In caso di mancato raggiungimento di tali minimi garantiti di acquisto, tali contratti prevedono che la Società corrisponda al produttore una penale pari ad una certa percentuale del corrispettivo mancante per il raggiungimento del minimo garantito contrattualmente pattuito.

Sebbene la Società nell'ambito delle attività aventi ad oggetto la ricognizione dei contratti con i fornitori e l'implementazione di nuovi testi contrattuali stia conducendo ogni più opportuna valutazione circa l'opportunità di mantenere o meno siffatta clausola nonché circa le azioni di mitigazione e di temperamento degli effetti economici della stessa e la medesima non sia ad oggi mai incorsa in penali per mancato raggiungimento dei minimi garantiti, ogni valutazione in tal senso è per sua natura incerte e non è possibile escludere che la Società in alcune situazioni anche non prevedibili al momento della stipula dell'accordo di esclusiva o al di fuori del controllo dell'Emittente non sia in grado di soddisfare tali minimi garantiti di acquisto. Ove ciò si verificasse la società sarebbe esposta al rischio di una riduzione della marginalità sulle operazioni con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.4, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.16. Rischio relativo all'assenza di un magazzino di proprietà

La Società ha esternalizzato l'attività di magazzino, custodia e movimentazione delle merci ad un soggetto terzo, DSV SpA.

Tale esternalizzazione permette a Promotica di ridurre i costi fissi sia in termine di aree di stoccaggio che di addetti, di ottenere una maggiore flessibilità dei flussi di merci con garanzia di consegne rapide e di disporre di ampi spazi, ove ne sussista l'esigenza, con possibilità di operare e movimentare merci con elevata capacità di magazzino. Allo stesso tempo, Promotica evita il rischio di avere spazi sottosfruttati in corrispondenza di campagne di minore importanza.

A fronte di tali vantaggi, la Società è esposta al rischio che DSV possa recedere *ad nutum* con preavviso di 6 mesi dal contratto attualmente in essere tra le parti o senza preavviso, con risoluzione di diritto, nel caso in cui perdesse i requisiti di legge per lo svolgimento di tale attività, e conseguentemente al rischio di dover cercare un nuovo partner per la logistica.

Sebbene DSV faccia parte del gruppo danese DSV, tra i primi cinque fornitori di servizi di trasporto e di logistica a livello globale, in costante crescita dal 1976, anno della sua fondazione, con un'ampia selezione di combinazioni di trasporto e di soluzioni, nel caso in cui il rapporto contrattuale in essere con tale entità si dovesse interrompere, per qualsivoglia motivo durante lo svolgimento di una campagna loyalty di grossa entità, la Società potrebbe non riuscire a rispettare le previsioni dei contratti in essere con i clienti in tema di rottura di stock o con i fornitori in esclusiva in tema di minimi garantiti e dover sborsare le relative penali con relativa riduzione della marginalità sulle operazioni e possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.6, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.17. Rischi connessi ai potenziali conflitti di interesse degli amministratori

L'Amministratore Delegato e Presidente del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente, Diego Toscani, in seguito all'offerta di sottoscrizione delle Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale e dall'eventuale integrale esercizio dell'Opzione Greenshoe finalizzata alla costituzione del flottante minimo per l'ammissione delle medesime Azioni alla negoziazione su AIM Italia, deterrà una quota pari all'83,23% del capitale sociale della Società.

Alla luce di quanto precede, potrebbe trovarsi in condizioni di conflitto di interessi con la Società e le decisioni dell'Emittente potrebbero essere influenzate, in modo pregiudizievole per la medesima, dalla considerazione di interessi concorrenti o confliggenti da parte di tale soggetto.

Per ulteriori informazioni in merito ai potenziali conflitti di interesse dell'Amministratore Delegato, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 11, Paragrafo 11.5 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.18. Rischi connessi ai dati previsionali inclusi nel Documento di Ammissione

La capacità dell'Emittente di incrementare i ricavi e livelli di redditività dipende, tra gli altri fattori, anche dal successo nella realizzazione della propria strategia di crescita e di sviluppo.

Nell'ambito dell'elaborazione del Piano Industriale, l'Emittente ha redatto una situazione previsionale al 31 dicembre 2020 (i "**Dati Previsionali 2020**").

I Dati Previsionali 2020 sono stati elaborati prevalentemente sulla base (i) delle campagne promozionali già contrattualmente acquisite dalla Società, anche se non ancora portate a termine nell'esercizio e (ii) delle previsioni sulle scritture di assestamento di fine periodo alla luce dei contratti esistenti la cui stima deriva

quindi anche dagli effetti di talune informazioni che, alla Data del Documento di Ammissione, non sono ancora disponibili, quali ad esempio le performance delle campagne che determinano la quantità dei resi.

In generale, la capacità della Società di completare le azioni strategiche e di rispettare gli obiettivi di cui ai Dati Previsionali 2020, di sostenere i livelli di crescita previsti ed i relativi investimenti, nonché di ottenere il rendimento derivante dagli investimenti previsti, dipende da assunzioni e circostanze, alcune delle quali sono al di fuori del controllo dell'Emittente o comunque riferite ad eventi non completamente controllabili dal management dell'Emittente. In particolare, tali assunzioni si basano sulla realizzazione di eventi futuri e di azioni che dovranno essere intraprese dall'Emittente, che includono, tra le altre, (i) assunzioni ipotetiche soggette ai rischi e alle incertezze che caratterizzano l'attuale scenario macroeconomico; (ii) assunzioni circa l'andamento delle principali grandezze patrimoniali, economiche e finanziarie dell'Emittente; (iii) assunzioni relative a eventi futuri e azioni degli amministratori e del management che non necessariamente si verificheranno e (iv) assunzioni relative a eventi e azioni sui quali gli amministratori e il management non possono o possono solo in parte influire. Pertanto, le predette assunzioni potrebbero rivelarsi imprecise e potrebbero di conseguenza non verificarsi o potrebbero verificarsi in misura e in tempi diversi da quelli prospettati, così come potrebbero verificarsi eventi e azioni non prevedibili al tempo della redazione dei Dati Previsionali 2020 o tali eventi e azioni potrebbero verificarsi con modalità differenti rispetto a quanto ipotizzato per la predisposizione dei Dati Previsionali 2020.

Va quindi evidenziato che, a causa dell'aleatorietà connessa alla realizzazione di qualsiasi evento futuro, sia per quanto concerne il concretizzarsi dell'accadimento sia per quanto riguarda la misura e la tempistica della sua manifestazione, gli scostamenti fra valori consuntivi e valori preventivati potrebbero essere significativi, anche qualora gli eventi previsti nell'ambito delle assunzioni ipotetiche effettivamente si verificassero.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 10 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.19. Rischi correlati a dichiarazioni di preminenza, previsioni, stime ed elaborazioni interne

Il Documento di Ammissione contiene dichiarazioni di preminenza, nonché valutazioni e stime sulla dimensione e sulle caratteristiche dei mercati in cui opera l'Emittente e sul posizionamento competitivo dello stesso. Dette stime e valutazioni sono formulate, ove non diversamente specificato dall'Emittente, sulla base dei dati disponibili (le cui fonti sono di volta in volta indicate nel presente Documento di Ammissione), della specifica conoscenza del settore di appartenenza o della propria esperienza, ma, a causa della carenza di dati certi e omogenei, costituiscono in ogni caso il risultato di elaborazioni effettuate dall'Emittente dei predetti dati e fattori, con il conseguente grado di soggettività e l'inevitabile margine di incertezza che ne deriva.

Non è pertanto possibile prevedere se tali stime, valutazioni e dichiarazioni – seppur provenienti da dati e informazioni ritenuti attendibili dal Management - saranno mantenute o confermate. L'andamento dei settori in cui opera l'Emittente potrebbe risultare differente da quello previsto in tali dichiarazioni a causa di rischi noti e ignoti, incertezze e altri fattori, enunciati e non, tra l'altro, nel presente Documento di Ammissione.

#### 4.1.20. Rischi relativi ai dati pro-forma

Il Documento di Ammissione contiene prospetti pro-forma relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 che sono stati predisposti ipotizzando che le operazioni di natura straordinaria quali la cessione delle quote detenute in Propri Immobiliare S.r.l. pari al 51% (cessione avvenuta in data 11 novembre 2020), l'acquisto del terreno di proprietà di Propri Immobiliare S.r.l. mediante compensazione del credito finanziario vantato da Promotica S.p.A. (in relazione al quale le parti in data 10 dicembre 2019 hanno sottoscritto una promessa vincolante di compravendita ai sensi della quale l'atto di compravendita dovrà avvenire entro il 15 dicembre

2020), la scissione della partecipazione in Easy Life S.r.l. con la precedente estinzione del saldo dovuto da Promotica S.p.A. per l'acquisto della suddetta partecipazione (scissione avvenuta in data 28 settembre 2020), fossero avvenute con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019. I prospetti pro-forma al 31 dicembre 2019 sono stati assoggettati a verifica da parte della Società di Revisione, la cui relazione è allegata al presente Documento di Ammissione.

Inoltre, il Documento di Ammissione contiene prospetti pro-forma per il periodo chiuso al 30 giugno 2020 che sono stati predisposti ipotizzando che le operazioni di natura straordinaria esposte nel paragrafo precedente fossero avvenute con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 e che (i) l'accantonamento per rischi e oneri relativo ai contributi promozionali che alla data del 30 giugno 2020 non sono ancora giuridicamente maturati, ma la cui sussistenza è ragionevolmente certa, sia stato iscritto direttamente come costo per servizi e quindi il fondo rischi e oneri sia classificato patrimonialmente come debito verso fornitori, (ii) il credito per imposte anticipate calcolato a seguito dell'accantonamento a fondi rischi e oneri sia stornato e quindi classificato a nettare i debiti tributari, (iii) le spese di consulenza relative alla quotazione all'AIM siano state capitalizzate al 30 giugno 2020.

Infine, ai fini del presente Documento di Ammissione si è proceduto alla predisposizione del bilancio consolidato pro-forma al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020 accompagnato dalla relazione della Società di Revisione contenente il giudizio sulla ragionevolezza delle ipotesi di base per la redazione dei dati pro-forma, sulla corretta applicazione della metodologia utilizzata, nonché sulla correttezza dei principi contabili adottati per la redazione dei medesimi atti. Le informazioni finanziarie selezionate sono desunte dalle situazioni contabili delle società rientranti nel perimetro di consolidamento, i cui dettagli sono riportati nei paragrafi che seguono. I prospetti pro-forma consolidati sono stati costruiti partendo dai prospetti pro-forma separati alla data del 31 dicembre 2019 e 30 giugno 2020 e comprendendo i prospetti di stato patrimoniale e conto economico al 31 dicembre 2019 e 30 giugno 2020 della società Kiki Lab S.r.l. (la cui partecipazione totalitaria è stata acquisita in data 23 aprile 2020), considerando gli effetti dell'acquisizione della società nell'esercizio 2019.

Le informazioni finanziarie pro-forma rappresentano una simulazione, fornita a soli fini illustrativi, per rappresentare con effetto retroattivo i possibili effetti delle Operazioni sulla situazione patrimoniale-finanziaria ed economica della Società. In particolare, poiché i dati pro-forma sono predisposti per riflettere retroattivamente gli effetti di operazioni successive, nonostante il rispetto delle regole comunemente accettate e l'utilizzo di assunzioni ragionevoli, vi sono dei limiti connessi alla natura stessa dei dati pro-forma. Qualora le acquisizioni fossero realmente avvenute alle date ipotizzate, non necessariamente si sarebbero ottenuti gli stessi risultati rappresentati nelle informazioni finanziarie pro-forma. Inoltre, in considerazione delle diverse finalità dei dati pro-forma rispetto a quelli dei bilanci storici e delle diverse modalità di calcolo degli effetti, le rappresentazioni pro-forma devono essere lette e interpretate separatamente rispetto ai dati storici, evitando di ricercare collegamenti contabili e senza fare affidamento agli stessi nell'assunzione delle proprie decisioni di investimento.

Le informazioni finanziarie pro-forma non intendono in alcun modo rappresentare una previsione di risultati futuri e non devono pertanto essere utilizzate in tal senso: i dati pro-forma non riflettono dati prospettici in quanto sono predisposti per rappresentare solamente gli effetti maggiormente significativi, isolabili ed oggettivamente misurabili delle acquisizioni, senza tenere conto degli effetti potenziali dovuti a variazioni delle politiche della direzione ed a decisioni operative conseguenti all'operazioni stesse.

Per maggiori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 3 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.21. Rischi legati al mancato e/o ritardato incasso dei crediti

Al 31 dicembre 2019, la Società registrava un ammontare di crediti esigibili verso la clientela pari a Euro 13.845.451 (Euro 11.012.375 al 31 dicembre 2018), al netto del fondo svalutazione crediti. L'aumento dei crediti verso la clientela è principalmente dovuto ad una maggiore concentrazione delle vendite negli ultimi mesi dell'anno. Tale ammontare è principalmente dovuto a crediti di natura commerciale nei confronti di clienti appartenenti alla grande distribuzione organizzata.

Al 30 giugno 2020 la Società registrava un ammontare di crediti esigibili verso la clientela pari ad Euro 15.958.108 al netto del fondo svalutazione crediti. L'aumento dei crediti al 30 giugno 2020 è dovuto alla concentrazione dei ricavi nell'ultima parte del semestre, in seguito alla ripresa dell'attività successiva al lockdown.

In particolare si segnala che, al 31 dicembre 2019, l'Emittente ha registrato tempi medi di incasso di tali crediti di circa 110 giorni decorrenti dalla data di emissione della relativa fattura (78 giorni al 31 dicembre 2018). Al 30 giugno 2020 l'Emittente ha invece registrato tempi medi di incasso di tali crediti di circa 102 giorni.

Sebbene, a giudizio del *management* dell'Emittente, il fondo svalutazione crediti commerciali (Euro 513.687 al 30 giugno 2020, Euro 455.279 al 31 dicembre 2019, Euro 460.109 al 31 dicembre 2018) sia adeguato e rifletta l'effettiva probabilità di incasso dei crediti dallo stesso vantati, non è possibile escludere completamente che, anche alla luce delle attuali condizioni di mercato, una parte dei clienti dell'Emittente possa ritardare o comunque non rispettare i pagamenti nei termini e con le modalità di cui ai rispettivi contratti. Tale circostanza potrebbe incidere sulla possibilità di attuare la strategia di investimento e di sviluppo dell'Emittente, con conseguenti effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 3, Paragrafo 3.1.9 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.22. Rischi connessi a procedimenti giudiziari e tributari

Alla data del Documento di Ammissione l'Emittente non è parte di alcun procedimento giudiziario rilevante ma ha in essere attività di recupero crediti per Euro 186.000 (al netto delle svalutazioni apportate dalla Società), di cui circa Euro 140.000 aventi ad oggetto crediti nei confronti di società già fallite al momento del conferimento dell'incarico e/o di società che (sempre anteriormente al conferimento del mandato) avevano promosso una procedura di insolvenza. Sebbene il management di Promotica ritenga che tale attività di recupero crediti sia nella norma per il tipo di attività svolta, non si può tuttavia escludere che in futuro l'Emittente possa essere coinvolto in contestazioni, controversie o procedimenti giudiziari, ed in particolare instaurati da clienti per non conformità dei servizi svolti o ritardi nella prestazione degli stessi.

Nel corso del 2019 la società è stata inoltre oggetto di verifica fiscale, in relazione all'anno d'imposta 2016, da parte dell'Agenzia delle Entrate - Direzione Provinciale di Brescia - Ufficio Controlli iniziata il 10 gennaio 2019 e terminata il 7 marzo 2019 con l'emissione del Processo verbale di constatazione.

Nei confronti di quest'ultimo atto amministrativo la società ha presentato memorie difensive, con le quali è stato comunicato che, pendenti le operazioni di verifica, la società ha presentato dichiarazioni integrative Ires ed Irap relative agli anni di imposta 2016 e 2017 al fine di sanare alcuni rilievi mossi nel Pvc.

L'Agenzia delle Entrate, recependo integralmente il contenuto delle dichiarazioni integrative presentate dalla società ha notificato in data 04/06/2019 avviso di accertamento per l'anno di imposta 2016.

La società, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 15, comma 1 del D. Lgs 218/1997, ha definito l'avviso di accertamento con riduzione delle sanzioni a un terzo chiedendo il pagamento del dovuto in otto rate trimestrali.

#### 4.1.23. Rischi connessi alla raccolta, conservazione e trattamento dei dati personali

Nello svolgimento della propria attività, l'Emittente tratta dati personali dei propri dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori e terzi (consumatori finali i cui dati vengono forniti all'Emittente dai propri clienti) con l'obbligo di attenersi alle vigenti disposizioni normative e regolamentari.

Al fine di assicurare un trattamento conforme alle prescrizioni normative, nel corso del 2019 la Società ha adeguato proprio il sistema di gestione e protezione dei dati personali, adottando un Modello Organizzativo coerente con le previsioni di cui al Regolamento Europeo 2016/679 in materia di protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati ("*Regolamento*" o "*GDPR*").

In particolare, il Regolamento ha introdotto importanti modifiche ai processi da adottare per garantire la protezione dei dati personali (tra cui la nuova figura del *data protection officer*, obblighi di comunicazione di particolari violazioni dei dati e la portabilità dei dati) incrementando il livello di tutela delle persone fisiche e inasprendo, tra l'altro, le sanzioni applicabili al titolare e all'eventuale responsabile del trattamento dei dati, in caso di violazioni delle previsioni del Regolamento. Il Regolamento è direttamente applicabile in Italia dal 25 maggio 2018.

L'Emittente ha provveduto a richiedere al DPO nominato, Avv. Laura Lussu, la predisposizione di una aggiornata relazione circa lo stato di implementazione delle misure tecnico – organizzative ritenute adeguate in conformità al Reg. (UE) 679/2016 e, dunque, del modello operativo in materia di privacy individuato dall'Emittente medesima. Ciò anche al fine di individuare, nell'ambito delle attività di periodico monitoraggio e aggiornamento del predetto modello operativo, eventuali "*points of attention*" avuto riguardo ai quali porre in essere le opportune attività di *remediation*.

Nonostante l'Emittente si sia uniformata a tale normativa, adottando tutte le misure volte a disciplinare l'accesso ai dati da parte del proprio personale e il loro trattamento al fine di prevenire accessi e trattamenti non autorizzati, non si possono escludere divulgazioni non autorizzate di dati personali, causate da ragioni interne all'Emittente o alle società terze per mezzo delle quali sono detenuti tali dati (ad esempio, atti posti in essere con dolo o colpa grave dai dipendenti dell'Emittente o delle società terze), o da fattori esterni che l'Emittente o le società terze potrebbero non riuscire a fronteggiare adeguatamente (ad esempio, attacchi informatici, virus ecc.). Inoltre, non si può escludere che eventuali divulgazioni di dati personali avvengano a causa di malfunzionamenti dei sistemi informatici, con conseguenti danni all'immagine dell'Emittente ed eventuali ripercussioni sulla propria reputazione.

Peraltro, anche in ragione della novità della predetta normativa non è possibile escludere che nell'attività di adeguamento normativo siano state effettuate delle valutazioni non corrette nell'interpretazione e/o nel recepimento delle norme e dunque nell'adeguamento dell'Emittente ad esse.

Il verificarsi di tali circostanze potrebbe avere un impatto negativo sull'attività dell'Emittente, nonché comportare l'irrogazione da parte dell'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali di sanzioni, amministrative e penali, a carico dell'Emittente, con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, ogni futura modifica delle normative applicabili, anche a livello comunitario, potrebbe avere un impatto economicamente rilevante sulle attività dell'Emittente, in quanto potrebbe generare la necessità di sostenere ulteriori costi per l'adeguamento alla nuova normativa.

Per maggiori informazioni sull'attività svolta dall'Emittente si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1. e 6.2, del Documento di Ammissione.

#### 4.1.24. Rischi connessi al funzionamento e alla violazione dei sistemi informatici (*hacking*)

L'attività svolta dall'Emittente è sempre più legata alle infrastrutture informatiche da essa utilizzate per l'attività di monitoraggio della campagna promozionale e l'esame dei big data relativi ai Consumatori.

Le infrastrutture e i sistemi informativi usati dall'Emittente possono essere esposti a molteplici rischi operativi derivanti da guasti alle apparecchiature (*server*), interruzioni di lavoro o connettività, errori di programmazione e/o eventi di natura eccezionale che, qualora si verificassero, potrebbero pregiudicare il corretto funzionamento dei sistemi e produrre dati non corretti per le stime dell'Emittente o comportando un rischio di disservizio per i clienti.

L'Emittente è altresì esposto al rischio di subire attacchi di *hacking* contro i propri sistemi informatici che potrebbero comportare accessi non autorizzati ai suoi sistemi informatici con la conseguente dispersione e diffusione di dati dei clienti o dei consumatori finali o furto degli stessi.

La Emittente svolge una costante attività di manutenzione e di monitoraggio anche mediante sistemi di *backup* delle proprie infrastrutture tecnologiche, al fine di prevenire o ridurre gli effetti di eventuali furti, guasti, malfunzionamenti e/o disfunzioni tecniche, anche derivanti da eventi straordinari, dei servizi di elettricità e/o telecomunicazione.

Tali circostanze potrebbero potenzialmente causare, oltre ad un eventuale danno reputazionale, una perdita di clienti o di una parte del fatturato generato da tali clienti oltre che richieste di risarcimento di danni con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6.1.4 del Documento di Ammissione.

#### 4.1.25. Rischi connessi al sistema di controllo di gestione e al sistema di controllo interno

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente è dotata di un sistema di controllo di gestione in grado di informare tempestivamente e periodicamente il management sulla situazione economica e finanziaria della Società. Nello specifico, il sistema, attivo dal 1 gennaio 2019 parte dalla pianificazione strategica (*business plan*) per declinarla nella pianificazione operativa (*budget*) e nella conseguente analisi degli scostamenti (*financial reporting* mensile, *analytical reporting* trimestrale), con relativa riproiezione dei risultati attesi a fine anno (*rolling forecast*) ed è in grado di produrre la posizione finanziaria netta, nonché i ricavi e il margine di contribuzione per campagna promozionale, per settore di sbocco e per Key account.

Sebbene l'Emittente ritenga che, considerata la dimensione e l'attività svolta, il sistema di *reporting* sia adeguato affinché il Consiglio di Amministrazione possa formarsi un giudizio appropriato in relazione alla posizione finanziaria netta e alle prospettive dell'Emittente, possa consentire di monitorare in modo corretto i ricavi e la marginalità e sia in grado di rispondere anche a crescite di fatturato ben più importanti di quelle fino ad ora realizzate dalla Società, non è possibile escludere che con la crescita dell'Emittente si rendano necessari eventuali ulteriori interventi di sviluppo al sistema di controllo di gestione e che l'Emittente possa non riuscire a rispondere prontamente ed efficacemente a tali esigenze.

#### 4.1.26. Rischi connessi alla mancata adozione del modello organizzativo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001

Il Decreto Legislativo 231/2001 ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano il regime della responsabilità amministrativa a carico degli enti per determinati reati commessi nel loro interesse o a loro vantaggio, da parte di soggetti che rivestono posizioni di vertice o di persone sottoposte alla direzione o alla vigilanza di questi.

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente non ha adottato il modello di organizzazione e gestione previsto dal Decreto Legislativo 231/2001 ma ha avviato gli studi preliminari necessari per implementare il modello organizzativo previsto dalla normativa e sta procedendo con le valutazioni del caso per essere in grado di adottare un tale modello entro il 30 giugno 2021.

Pertanto, la Società è attualmente esposta al rischio, non coperto da specifiche ed apposite polizze assicurative, di eventuali sanzioni previste dalla normativa sulla responsabilità amministrativa degli enti, con conseguenti possibili effetti negativi sulla reputazione oltre che sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

#### 4.1.27. Rischi connessi al sistema di governo societario e all'applicazione differita di determinate previsioni statutarie

Nonostante l'Emittente non sia obbligato a recepire le disposizioni in tema di governance previste per le società quotate su mercati regolamentati, ha ugualmente deciso di introdurre nel proprio Statuto alcune disposizioni volte a favorire la trasparenza e la tutela delle minoranze azionarie.

Lo Statuto dell'Emittente prevede, infatti, un sistema di *governance* ispirato ad alcuni principi stabiliti nel TUF. Esso prevede, in particolare:

- la nomina del Consiglio di Amministrazione e del collegio sindacale tramite voto di lista;
- la nomina di almeno un consigliere di amministrazione munito dei requisiti di indipendenza stabiliti dall'art. 147-ter, comma 4, TUF.

Inoltre, l'Emittente ha nominato un soggetto dedicato alla gestione della comunicazione continua con il mercato (c.d. *Investor Relations Manager*), che si occupa di garantire flussi informativi adeguati relativamente alle vicende societarie più rilevanti.

Si evidenzia che il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente in carica alla Data del Documento di Ammissione non è stato eletto sulla base del sistema del voto di lista previsto dallo Statuto della Emittente, ma è stato nominato prima dell'Ammissione e scadrà alla data dell'Assemblea che sarà convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022. Pertanto, solo a partire da tale momento troveranno applicazione le disposizioni in materia di voto di lista contenute nello Statuto, che diverrà efficace solo a seguito del rilascio del provvedimento di inizio delle negoziazioni da parte di Borsa Italiana.

Per ulteriori informazioni sulla governance dell'Emittente si veda la Sezione Prima, Capitolo 12 del Documento di Ammissione.

## 4.2 *Fattori di rischio relativi al mercato in cui la Società opera*

### 4.2.1 Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia anche alla luce degli effetti della pandemia Covid-19

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente genera la quasi totalità dei propri ricavi in Italia e

pertanto i suoi risultati dipendono in maniera significativa dalle condizioni economiche italiane, che sono tuttavia, a loro volta, strettamente connesse all'andamento macro-economico europeo e globale.

La pandemia Covid-19 che ha colpito l'Italia, sin dalle prime settimane del 2020 per poi diffondersi più capillarmente nei primi tre mesi e che ha colpito successivamente anche le prevalenti economie europee e non, ha avuto riflessi sull'attività produttiva e sulla domanda aggregata.

Il primo semestre del 2020 ha confermato le previsioni di una significativa contrazione del commercio, anche internazionale. Il peggioramento delle prospettive di crescita si è tradotto in una decisa caduta degli indici di borsa e in un brusco innalzamento della volatilità e dell'avversione al rischio. In tutti i principali paesi le autorità monetarie e fiscali hanno posto in essere forti misure espansive a sostegno dei redditi di famiglie e imprese, del credito all'economia e della liquidità sui mercati.

In linea con la caduta dell'attività e della domanda aggregata e con il timore di conseguenze permanenti sull'economia, le attese di inflazione sono tutt'ora ridotte in modo marcato su tutti gli orizzonti. Il Consiglio direttivo della BCE ha quindi confermato l'allentamento delle condizioni monetarie, adottando un ampio pacchetto di misure tra cui operazioni di rifinanziamento più espansive per sostenere la liquidità delle imprese e un nuovo programma di acquisto di titoli per l'emergenza pandemica, volto a contrastare l'aumento dei differenziali di rendimento.

Nel nostro paese la produzione industriale è scesa del 26,10% in aprile su marzo, ed arretrata del 25,4% su febbraio; nel primo trimestre 2020 si registra una variazione congiunturale di -7,50% (-1,2% nel quarto trimestre 2019). La produzione, al netto del diverso numero di giornate lavorative, arretra in aprile del 45,2% rispetto allo stesso mese del 2019; in marzo è stimata in calo del 26,5% sui dodici mesi. Gli ordini in volume scendono del 44,6% in aprile su marzo (-42,1% annuo), quando sono diminuiti del 23,7% su febbraio (-52,7% annuo).

L'epidemia ha avuto forti ricadute anche sull'occupazione in tutti i paesi. In Italia il ricorso alla Cassa integrazione guadagni dovrebbe avere attenuato l'impatto dell'emergenza sanitaria sul numero di occupati. Ad aprile l'occupazione ha registrato un forte calo (-1,2% pari a -274mila unità) e ha coinvolto sia le donne (-1,5%, pari a -143mila), sia gli uomini (-1%, pari a -131mila), portando il tasso di occupazione al 57,9% (-0,7 punti percentuali). L'Istat ha precisato che si rafforza il calo delle persone non occupate in cerca di lavoro già registrato a marzo, con un'ulteriore crescita dell'inattività.

In tale contesto macro-economico di permanente incertezza Promotica S.p.a. è chiamata ad esplicare la propria attività prevalentemente nella filiera della GDO settore che certamente meno di altri nel contesto della pandemia ha risentito della contrazione dei volumi di ricavi, anzi espandendolo, seppur con difficoltà operative crescenti.

In questa prospettiva Promotica S.p.a. per il primo semestre 2020 ha beneficiato della propria flessibilità e della propria qualità degli stock presenti in magazzino riuscendo a mettere in campo attività tattiche di breve periodo che in questo momento di incertezza hanno sostituito le attività strategiche. Ciò ha permesso di conseguire nel primo semestre un buon livello di fatturato che, unitamente all'avvio nel secondo semestre di importanti campagne loyalty, consentirà di chiudere l'esercizio 2020 con un significativo incremento di fatturato.

Sebbene il livello dei ricavi della Società non abbia risentito della situazione riconducibile alla pandemia Covid-19 (con un fatturato nei primi sei mesi del 2020 pari ad euro 22,95 milioni, rispetto ad un fatturato

riferito al medesimo periodo dell'anno precedente pari ad euro 21,38 milioni<sup>1</sup>, quindi con un incremento del 7,34%) non si può escludere che una ripresa dei contagi in futuro possa comportare l'imposizione di nuove misure restrittive (periodi di lock-down) che comporterebbero un ulteriore peggioramento delle conseguenze della pandemia sull'economia mondiale tale da riflettersi anche sul settore della GDO, portando ad una riduzione della domanda di servizi di consumer engagement & loyalty e di marketing più in generale con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

#### 4.2.2 Rischi connessi all'operatività internazionale dell'Emittente

Nel 2018 l'Emittente ha avviato un processo di internazionalizzazione e ha all'uopo stipulato contratti di agenzia con società site a Belgrado (per lo sviluppo del mercato dell'Europa Orientale) e ad Hong Kong (per lo sviluppo del mercato Asia-Pacifico). Infine, l'Emittente ha in essere rapporti commerciali con una società sita in Lituania (per lo sviluppo del mercato nord europeo, costituito da Estonia, Lituania, Lettonia, Polonia, Norvegia).

Detto processo di internazionalizzazione è reso sempre più necessario alla luce delle fusioni e acquisizioni che hanno caratterizzato i concorrenti negli ultimi mesi del 2019 e che hanno spostato inevitabilmente la competizione sui mercati globali. In tal senso, è intenzione del management insistere sui possibili sviluppi in tutta Europa sia attraverso partnership sia con un intervento diretto su mercati che consentissero questo tipo di approccio. Lo sviluppo di mercato estero continuerà ad avere due obiettivi principali: vendere in attività di fidelizzazione della clientela i progetti sviluppati per il mercato italiano ed esitare gli stock di prodotti a fine vita.

L'Emittente sta altresì valutando la costituzione di una *legal entity* (dalla stessa direttamente controllata) a Hong Kong SAR, al fine di poter direttamente intrattenere rapporti negoziali con l'attuale (e futura) clientela asiatica.

L'espansione all'estero potrebbe esporre l'Emittente a rischi tipicamente collegati all'operatività in contesti internazionali, quali ad esempio i rischi derivanti dai rapporti tra Stati, dalla differenziazione della normativa di riferimento applicabile ai propri servizi, dalla regolamentazione sul credito e sul regime fiscale e, in generale, dalla situazione macroeconomica, politica e sociale di ciascuno dei paesi in cui l'Emittente intende espandersi. Pertanto, il verificarsi di tali rischi potrebbe incidere negativamente sui progetti di espansione e crescita dell'Emittente e con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Inoltre, condizioni economiche negative sia a livello locale che globale nei paesi esteri in cui la Società intende espandersi potrebbero avere un effetto negativo sulla richiesta dei servizi offerti dall'Emittente con possibili effetti negativi sulla sua attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

#### 4.2.3 Rischi connessi al contesto competitivo del mercato di riferimento

L'Emittente opera in un settore dominato a livello globale da competitor di grandi dimensioni che, durante il 2019, sono stati protagonisti di aggregazioni e acquisizioni societarie. Pur non avendo a livello locale competitor apprezzabili, l'Emittente si trova a competere con società e gruppi multinazionali dotati di risorse superiori alle proprie o di competenze di settore specifiche particolarmente sviluppate e tali da consentire un miglior posizionamento sul mercato di riferimento.

---

<sup>1</sup> dato non certificato

In particolare, lo specifico segmento di mercato in cui la Società opera, i.e. quello del *Consumer engagement & loyalty* nella grande distribuzione italiana, è attualmente dominato dai seguenti player internazionali: Jakala S.p.A., TCC Srl. e, in misura minore, EU. Promotions Srl.

In particolare, nel 2018, il principale player è stato Jakala S.p.A. con una quota di mercato pari al 34,6%, che a giugno 2019 ha inoltre acquisito il competitor Volponi S.p.A. che riportava una quota di mercato del 15,2%. Altro player rilevante è The Continuity Company Srl («TCC Srl») con una quota di mercato del 17,0%.

In tale contesto, Promotica vanta una quota di mercato del 8,3% anche se ha mostrato il maggiore CAGR 2015-2018 pari al 56,2%.

Laddove l'Emittente non fosse in grado, con la propria strategia di sviluppo ed espansione, di consolidare le proprie quote di mercato e conquistarne di nuove anche all'estero potrebbe perdere quote di mercato a favore dei maggiori competitor con effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2.3 del Documento di Ammissione.

#### 4.2.4 Rischio relativo al trend di aggregazione dei player della GDO ed alla corrispondente diminuzione del numero di campagne effettuate

Negli ultimi anni si sta assistendo sempre più ad una crescita dimensionale dei player della grande distribuzione tramite un processo di aggregazione tra gruppi prima distinti e con un proprio separato budget per le attività di loyalty. Su tutti valga l'esempio della recente aggregazione tra il gruppo Conad e il gruppo francese Auchan che ha portato Conad ad esse il primo player italiano della grande distribuzione.

In ambito loyalty, tale trend di diminuzione del numero di player ha corrispondentemente ridotto il numero di campagne indette, con altrettanto corrispondente aumento in termini di dimensioni delle campagne. In tal senso, si segnala che al termine del 2019 Promotica si è aggiudicata una campagna promozionale nazionale per un primario player della Grande Distribuzione Organizzata con realizzazione a cavallo tra l'esercizio 2020 e 2021 per un valore complessivo di circa Euro 40 mln.

Questa situazione comporta per la Società la possibilità di aggiudicarsi campagne di dimensioni sempre maggiori che permettono di realizzare quote di fatturato molto rilevanti, tuttavia comporta anche il rischio di non riuscire ad aggiudicarsi tali campagne e di avere a disposizione un minor numero di possibilità per realizzare i propri ricavi con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2.3 e Capitolo 10 del Documento di Ammissione.

#### 4.2.5 Rischio relativo alla riduzione del budget dedicato alle attività di loyalty basate su concorsi a premi

Secondo le stime del Management di Promotica, gli investimenti dei Player della GDO in attività di fidelizzazione sono pari circa all'1% del loro fatturato, che nel 2018 è stato di 84,3 miliardi<sup>2</sup>, con un incremento dell'1,9% rispetto al 2017, e si fondano sulla convinzione di un forte valore aggiunto nell'offerta al consumatore finale di un premio fisico o esperienziale rispetto ad un buono sconto o *gift card* o ad un

---

<sup>2</sup> Fonte: Osservatorio sulla Gdo italiana e i maggiori operatori stranieri – Mediobanca, 2020

taglio diretto dei prezzi. In tal senso, il valore percepito dal consumatore finale del premio fisico o esperienziale è molto superiore all'effettivo costo pagato dal promotore per l'approvvigionamento del premio mentre il valore del buono sconto/*gift card* percepito dal consumatore finale è perfettamente corrispondente al valore economico di tale buono sconto/*gift card*. Pertanto, l'offerta di un premio fisico o esperienziale rappresenta un incentivo maggiore per il completamento della raccolta punti e, quindi, porta ad una maggiore spesa da parte del consumatore finale nel punto vendita promotore.

Non è tuttavia possibile escludere che la crisi economica globale, ancor più aggravata dalle conseguenze della pandemia COVID-19, porti i consumatori finali, le cui disponibilità di spesa potrebbero essere considerabilmente ridotte rispetto al passato, a preferire il buono sconto/*gift card* rispetto al premio fisico o esperienziale, ancorché quest'ultimo abbia un maggiore valore percepito, e che pertanto i promotori siano indotti a preferire tale tecnica di fidelizzazione tagliando il budget dedicato alle attività di loyalty basate su concorsi a premi con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni sul mercato della GDO si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2.3 del Documento di Ammissione.

#### 4.2.6 Rischi connessi al contesto normativo, anche fiscale

L'Emittente svolge la propria attività in Italia nel rispetto della normativa italiana che disciplina i concorsi e le operazioni a premi ed è soggetto al sistema di tassazione previsto dalla normativa fiscale italiana. All'estero, l'Emittente ha iniziato a svolgere la propria attività e si propone di incrementare sempre più la sua operatività nel rispetto della corrispondente normativa applicabile nel paese rilevante.

Modifiche sfavorevoli in tali normative, o negli orientamenti adottati dalle rilevanti autorità o dalla giurisprudenza con riferimento all'applicazione ed interpretazione della rilevante normativa, anche fiscale, applicabile all'operatività italiana ed estera dell'Emittente potrebbero avere un effetto negativo sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della medesima.

Nonostante l'Emittente ritenga di aver applicato e di applicare diligentemente la normativa, anche fiscale, ad essa applicabile, in considerazione della complessità e del continuo mutamento della predetta normativa, nonché della sua interpretazione, non è possibile escludere che le autorità competenti o la giurisprudenza possano in futuro addivenire a interpretazioni, o assumere posizioni, in contrasto con quelle adottate dall'Emittente, con possibili effetti negativi sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 8 del Documento di Ammissione.

### 4.3 *Fattori di rischio relativi agli strumenti finanziari oggetto dell'Offerta*

#### 4.3.1. Rischi connessi alla negoziazione su AIM Italia

Gli Strumenti Finanziari sono state ammessi alle negoziazioni su AIM Italia, il sistema multilaterale di negoziazione dedicato primariamente alle piccole e medie imprese e alle società ad alto potenziale di crescita alle quali è tipicamente collegato un livello di rischio superiore rispetto agli emittenti di maggiori dimensioni o con *business* consolidati.

Si deve tenere presente che AIM Italia non è un mercato regolamentato e che alle società ammesse su AIM

Italia non si applicano le norme previste per le società quotate su un mercato regolamentato e in particolare le regole sulla *corporate governance* previste dal TUF, fatte salve alcune eccezioni, quali ad esempio le norme applicabili agli emittenti di strumenti finanziari diffusi tra il pubblico in misura rilevante previste dal TUF, ove ricorrano i presupposti di legge, alcune norme relative alle offerte pubbliche di acquisto che sono richiamate nello Statuto della Società ai sensi del Regolamento Emittenti AIM, ed alcune previsioni a tutela delle minoranze nell'espressione degli organi di amministrazione e controllo, quali il voto di lista e la presenza di un amministratore indipendente.

#### 4.3.2. Rischi connessi alla liquidità dei mercati e alla possibile volatilità del prezzo degli Strumenti Finanziari

Alla Data del Documento di Ammissione, gli Strumenti Finanziari non sono quotati o negoziati su alcun mercato regolamentato o sistema multilaterale di negoziazione e, dopo l'ammissione su AIM Italia, non saranno quotati su alcun mercato regolamentato.

Sebbene gli Strumenti Finanziari verranno scambiati su AIM Italia, non è possibile garantire che si formi o si mantenga un mercato attivo e liquido per gli stessi. Potrebbero infatti insorgere difficoltà di disinvestimento con potenziali effetti negativi sul prezzo al quale gli Strumenti Finanziari possono essere venduti.

Non possono essere fornite garanzie sulla possibilità di effettuare negoziazioni sugli Strumenti Finanziari in quanto le richieste di vendita potrebbero non trovare adeguate e tempestive controproposte di acquisto e le richieste di acquisto potrebbero non trovare adeguate e tempestive controproposte di vendita. Inoltre, a seguito dell'Ammissione, il prezzo di mercato degli Strumenti Finanziari potrebbe fluttuare notevolmente in relazione a una serie di fattori (tra cui un'eventuale vendita di un numero considerevole di azioni da parte dell'azionista che ha assunto impegni di lock-up, alla scadenza del termine di efficacia dei suddetti impegni), alcuni dei quali esulano dal controllo dell'Emittente, e potrebbe, pertanto, non riflettere i risultati operativi della medesima.

#### 4.3.3. Rischi connessi alla diluizione in caso di mancato esercizio dei Warrant

In data 12 ottobre 2020, l'Assemblea straordinaria della Società ha deliberato:

(i) di emettere, subordinatamente all'ammissione alle negoziazioni delle azioni ordinarie sull'AIM Italia, i warrant denominati "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" da immettere nel sistema di gestione accentrata presso Monte Titoli in regime di dematerializzazione, in numero massimo pari a 805.200 (ottocentocinquemiladuecento) da assegnare gratuitamente nel rapporto di n. 1 (uno) warrant ogni n. 5 (cinque) azioni ordinarie a favore di (a) tutti coloro che avranno sottoscritto le azioni ordinarie nell'ambito del Collocamento; (b) chi avrà acquistato le azioni ordinarie in seguito all'esercizio dell'opzione di Greenshoe; i Warrant saranno negoziabili su AIM Italia separatamente dalle Azioni a partire dalla data di inizio delle negoziazioni;

(ii) di stabilire quale rapporto di conversione dei "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" in Azioni di Compendio con le medesime caratteristiche e i medesimi diritti delle azioni ordinarie in circolazione al momento della loro emissione, il rapporto di 1 (una) Azione di Compendio ogni 1 (uno) "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" esercitato.

In caso di mancato esercizio dei Warrant da parte di alcuni azionisti, gli azionisti che non eserciteranno il proprio diritto di sottoscrizione delle Azioni di Compendio subiranno una diluizione della partecipazione dagli stessi detenuta nell'Emittente.

Per ulteriori informazioni si rinvia al Regolamento Warrant, in Appendice al presente Documento di Ammissione.

#### 4.3.4. Rischi connessi all'incertezza sul conseguimento di utili e sulla distribuzione dei dividendi

L'ammontare dei dividendi che l'Emittente sarà in grado di distribuire in futuro dipenderà, fra l'altro, dai ricavi futuri, dai risultati economici, dalla situazione finanziaria, dai flussi di cassa, dai fabbisogni in termini di capitale circolante netto (CCN), dalle spese in conto capitale e da altri fattori.

Inoltre, ai sensi del Regolamento dei Titoli emessi dall'Emittente e sottoscritti da Intesa Sanpaolo S.p.A. in data 17 luglio 2020 il pagamento di dividendi da parte dell'Emittente è condizionato ad alcuni ulteriori requisiti ivi previsti. Per ulteriori informazioni sui termini del Regolamento dei Titoli si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 17, del Documento di Ammissione.

Pertanto, non è possibile escludere che l'Emittente possa, come già avvenuto ad esempio per l'esercizio 2019, anche a fronte di utili di esercizio, decidere di non procedere alla distribuzione di dividendi negli esercizi futuri o non potervi procedere ai sensi del Regolamento dei Titoli.

Per ulteriori informazioni sulla situazione patrimoniale dell'Emittente si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 3, del Documento di Ammissione.

#### 4.3.5. Rischi connessi alla possibilità di revoca e sospensione dalla negoziazione degli Strumenti Finanziari

Ai sensi del Regolamento Emittenti AIM, Borsa Italiana potrebbe disporre la revoca dalla negoziazione degli Strumenti Finanziari, nei casi in cui:

- entro sei mesi dalla data di sospensione dalle negoziazioni per sopravvenuta assenza del Nomad, l'Emittente non provveda alla sostituzione dello stesso;
- gli Strumenti Finanziari siano stati sospesi dalle negoziazioni per almeno sei mesi;
- la revoca venga approvata da tanti soci che rappresentino almeno il 90% dei voti degli azionisti riuniti in assemblea.

Nel caso in cui venisse disposta la revoca della negoziazione degli Strumenti Finanziari, l'investitore sarebbe titolare di Strumenti Finanziari non negoziati in alcuna sede e pertanto di difficile liquidabilità.

#### 4.3.6. Rischi connessi agli impegni temporanei di indisponibilità delle Azioni dell'Emittente

Il socio unico dell'Emittente, Diego Toscani ha assunto nei confronti del NOMAD impegni di lock-up aventi ad oggetto il divieto di atti di disposizione delle proprie Azioni per un periodo di 36 mesi decorrenti dalla Data di Ammissione. Alla scadenza dei suddetti impegni di lock-up, non vi è alcuna garanzia che lo stesso non procederà alla vendita, anche solo parziale, delle Azioni con conseguente potenziale impatto negativo sull'andamento del prezzo delle Azioni stesse.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3, del Documento di Ammissione.

#### 4.3.7. Rischi connessi alla non contendibilità dell'Emittente ad esito dell'ammissione alle negoziazioni su AIM Italia

Alla Data del Documento di Ammissione il capitale sociale dell'Emittente è interamente detenuto dal socio unico, Diego Toscani, e non è pertanto contendibile.

In caso di integrale sottoscrizione delle Azioni rivenienti dall’Aumento di Capitale e di integrale esercizio dell’Opzione Greenshoe, l’Amministratore Delegato deterrà una partecipazione pari all’83,23% del capitale sociale dell’Emittente e risulterà pertanto essere ancora l’azionista di maggioranza.

In ragione di quanto precede, Diego Toscani potrà avere un ruolo determinante nell’adozione delle delibere assembleari, quali, ad esempio, l’approvazione del bilancio di esercizio, la nomina e la revoca del Consiglio di Amministrazione e dell’organo di controllo, le modifiche del capitale sociale e le modifiche statutarie.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 14 del Documento di Ammissione.

#### 4.3.8. Rischi connessi al limitato flottante delle Azioni e alla limitata capitalizzazione

Si segnala che la parte flottante del capitale sociale dell’Emittente, calcolata in applicazione delle disposizioni di cui al Regolamento Emittenti AIM, sarà pari al 16,77% del capitale sociale dell’Emittente, assumendo l’integrale collocamento delle Azioni oggetto dell’Offerta e l’integrale esercizio dell’Opzione Greenshoe. Tale circostanza comporta, rispetto ai titoli di altri emittenti con flottante più elevato o più elevata capitalizzazione, un maggiore rischio di volatilità del prezzo delle Azioni e maggiori difficoltà di disinvestimento per gli azionisti ai prezzi espressi dal mercato al momento dell’immissione di un eventuale ordine di vendita.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 14, Paragrafo 14.1, del Documento di Ammissione.

#### 4.3.9. Rischi connessi ai conflitti di interessi del Nomad e del Global Coordinator

Integrae SIM, che ricopre il ruolo di *Nominated Adviser* ai sensi del Regolamento Nomad per l’ammissione alla negoziazione degli Strumenti Finanziari della Società su AIM Italia, potrebbe trovarsi in una situazione di conflitto di interessi in quanto potrebbe in futuro prestare servizi di consulenza in via continuativa a favore dell’Emittente.

Integrae SIM, che inoltre ricopre il ruolo di *Global Coordinator* per l’ammissione alle negoziazioni degli Strumenti Finanziari, si trova in una situazione di conflitto di interessi in quanto percepirà commissioni in relazione a tale ruolo assunto nell’ambito dell’Offerta degli Strumenti Finanziari.

Alla Data del Documento di Ammissione, inoltre, Banca Valsabbina S.C.p.A., Co-lead Manager nell’ambito del Collocamento Privato, detiene una partecipazione pari al 26% nel capitale sociale di Integrae SIM.

## 5 INFORMAZIONI SULL'EMITTENTE

### 5.1 Storia ed evoluzione dell'Emittente

#### 5.1.1. Denominazione legale dell'Emittente

La denominazione legale dell'Emittente è "PROMOTICA S.p.A."

#### 5.1.2. Luogo di registrazione dell'Emittente e suo numero di registrazione

L'Emittente è iscritta al Reg. delle Imprese - Ufficio di Brescia con codice fiscale e numero di iscrizione 02394460980, R.E.A. (Repertorio Economico Amministrativo) di Brescia n. 446561.

#### 5.1.3. Data di costituzione e durata dell'Emittente

La Società è stata costituita a Brescia (BS) in data 21 maggio 2003 in forma di società a responsabilità limitata con atto a rogito del dott. Enrico Lera, notaio in Brescia, rep. n. 19.485 e raccolta n. 3.744.

Ai sensi dell'art. 4 dell'attuale statuto sociale, la durata dell'Emittente è stabilita fino all'anno 2100.

#### 5.1.4. Sede legale e forma giuridica dell'Emittente, legislazione in base alla quale opera, paese di costituzione, indirizzo e numero di telefono della sede sociale

In data 26 giugno 2020, con atto a rogito dott. Enrico Lera, Notaio in Brescia, rep. n. 51.856 e raccolta n. 16.259, l'assemblea della Società ha deliberato la trasformazione da società a responsabilità limitata in società per azioni. L'Emittente è, dunque, una "società per azioni" ed opera ai sensi della legge italiana.

L'Emittente ha sede legale in Via Generale C.A. Dalla Chiesa, 1 - 25015 - DESENZANO DEL GARDA - BS, ed il suo numero di telefono è +39 030 911801.

Il sito internet dell'Emittente è [www.promotica.it](http://www.promotica.it).

#### 5.1.5. Fatti importanti nell'evoluzione dell'attività dell'Emittente

Di seguito si riporta una rappresentazione grafica indicante le fasi più importanti della storia dell'Emittente con particolare attenzione agli eventi cardine che hanno caratterizzato l'espansione dell'Emittente nel mercato di riferimento.

#### Le origini dell'Emittente

Promotica viene costituita nel 2003 da Diego Toscani (che detiene il 100% del capitale sociale, pari ad Euro 680.000), con Sede a Desenzano del Garda (BS). Fin da subito Promotica inizia a collaborare con importanti clienti sia industriali sia operatori appartenenti alla GDO (tra questi Galbani e Gruppo VèGé) per la gestione di programmi di loyalty.

Nel 2004 la Società, attraverso investimenti in personale e supporti tecnologici, si struttura per diventare un Loyalty Program Provider full service e non più una mera agenzia di rappresentanza nel settore promozionale. Infatti, la Società è in grado di occuparsi di tutte le fasi inerenti alla campagna promozionale, dalla strutturazione, all'attività promozionale e di marketing, alla fornitura dei Premi, fino allo smaltimento dei Premi non reclamati. Inoltre, la Società si dota di *project manager* dedicati per cliente ed inizia ad offrire servizi di promozione delle campagne e strumenti di comunicazione In-Store, quali ad esempio espositori da terra e da banco direttamente posizionati all'interno del punto vendita, i c.d. "*point of purchase*".

Negli anni successivi aumentano i servizi offerti ai clienti e viene ampliata la gamma dei prodotti attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti interni. In particolare, nel 2011 Promotica acquista molteplici clienti di rilievo nazionale avviando le campagne con Coop e Crai e nel 2012 viene costituita una nuova sede a Sarezzo (BS) dedicata alla realizzazione da parte dei grafici della società del materiale pubblicitario destinato alle campagne.

Nel 2015 viene attuato un processo di riorganizzazione e strutturazione aziendale ponendo le basi per diventare uno dei principali player del settore attraverso la costituzione di un team manageriale più strutturato con un approccio proattivo e consulenziale, che prevede la realizzazione di cataloghi e campagne da proporre ai clienti in modo proattivo e non solo su richiesta dei medesimi, la ricerca di esclusive di brand per la fornitura dei prodotti e lo sviluppo di nuovi prodotti complementari.

Nel 2017 viene acquistata la licenza di sviluppo della piattaforma «Royalty One Experience» per creare, gestire e monitorare programmi di fedeltà online.

#### *Gli eventi più recenti*

Nel 2018 prende avvio un processo di internazionalizzazione con l'acquisizione di un agente esterno (Tablo Ltd) per la gestione e lo sviluppo del mercato nell'area Asia-Pacifico ad Hong Kong, e di un altro agente esterno (Smiljana Radak Pr Agencija Za Konsalting Win-Win Solutions) per la gestione e lo sviluppo del mercato nell'area Balcanica/Est Europa a Belgrado. La Società ha infine stipulato accordi commerciali con la società InChase Europe per lo sviluppo nel mercato del Nord Europa.

Nel mese di agosto 2019 viene acquisita una quota dell'11,38% nel capitale sociale della società Ceramica Phoenix Srl, azienda attiva nella produzione di ceramiche per la tavola 100% Made in Italy.

Nel mese di aprile 2020, in un ulteriore sforzo di diversificazione dei servizi offerti alla clientela, viene acquisito l'intero capitale sociale della società Kiki Lab Srl, attiva in ambito di ricerca, consulenza, formazione e servizi offerti al mondo *retail* con il fine di migliorare la conoscenza delle preferenze e delle abitudini di acquisto dei consumatori.

Sempre nel corso del 2020 la società avvia il percorso di quotazione sull'AIM Italia con la trasformazione, in data 26 giugno 2020, da società a responsabilità limitata a società per azioni e l'acquisizione, in data 23 ottobre 2020, della qualifica di PMI Innovativa.

## 6 PANORAMICA DELLE ATTIVITÀ

### 6.1 Descrizione delle attività dell'Emittente

Promotica S.p.A è una società operante nel settore dei *loyalty program* che gestisce tutte le fasi delle campagne di fidelizzazione e di incentivazione, fornendo tipicamente anche i beni a supporto delle campagne (quali premi e materiale promozionale).

L'Emittente è il partner di grandi operatori nel settore della distribuzione alimentare ed in misura minore di importanti player in ambito farmaceutico, bancario/assicurativo e petrolifero, per la realizzazione di campagne promozionali che hanno l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione del consumatore e di migliorare la *brand advocacy*, aumentare lo *share of wallet*, incrementare la frequenza di visita ed i volumi di spesa.

La Società persegue i seguenti scopi:

- realizzare campagne coinvolgenti ed efficaci, offrendo Premi capaci di aumentare le vendite dei clienti e generare brand awareness;
- selezionare e scegliere con cura Premi prestigiosi di qualità e design espressione del Made in Italy, esperienze uniche e contenuti esclusivi per creare una Customer Experience personalizzata;
- coinvolgere i consumatori finali trasformandoli da spettatori a protagonisti, per generare suggestioni positive grazie ad un costante effetto sorpresa, in un continuo processo di coinvolgimento del marchio.



Il contatto con il cliente (es. GDO) avviene nell'ambito di una gestione commerciale proattiva, proponendo le campagne di loyalty più appropriate per il singolo cliente soluzioni dopo averne analizzato le specifiche esigenze.

In particolare, la Società offre al cliente un progetto chiavi in mano che consiste in una proposta/offerta di un determinato quantitativo di prodotti (i Premi) forniti secondo una determinata tempistica che dipende dalla campagna proposta. All'interno del progetto, la Società individua la categoria merceologica ed il mix di vendita.

Promotica è in grado di fornire ai propri clienti prodotti di qualità a prezzi contenuti grazie ad un portafoglio di fornitori di eccellenze italiane, di cui Promotica non solo acquista i prodotti ma partecipa anche attivamente all'ideazione e progettazione dei medesimi, mantenendo una struttura aziendale snella e flessibile. Il principale settore merceologico di interesse della Società è quello dei prodotti casalinghi, in cui vanta una forte expertise.

La Società è in grado di far partire le campagne in tempi minori rispetto agli standard del settore in quanto dotata di una struttura interna che permette una rapida progettazione delle campagne e una quantità di

stock di merci che garantisce un rifornimento continuo di prodotti per un magazzino in pronta consegna. Le campagne vengono sviluppate e progettate sulla base di una serie di dati che nella maggior parte dei casi sono già noti alla Società grazie alla storicità e alla continuità delle campagne sviluppate con il cliente.

Inoltre, la Società è in grado di gestire in maniera ottimale le problematiche relative alla distribuzione delle merci. E' infatti spesso la società ad indicare all'insegna cliente la modalità migliore per distribuire i prodotti tra i vari punti vendita ed è in grado di garantire al cliente un costante rifornimento che permette di evitare eventuali rotture di stock.

In tal senso, la Società ha provveduto a rinforzare significativamente la struttura di analisi e monitoraggio delle campagne al fine di garantire adeguata assistenza alla clientela e ottimizzazione della gestione scorte minimizzando i resi attraverso investimenti in tecnologia per sperimentare strumenti a perfezionamento delle attività di business intelligence, funzionali al monitoraggio delle campagne e di profilazione degli utenti in tempo reale, anche attraverso l'analisi dei profili social e le interazioni tra *touch points*, pagine social, blog, web e CRM. A dimostrazione della cruciale importanza attribuita dalla Società a tali aspetti sono state inserite tre nuove figure nell'area della business intelligence.

A campagna promozionale conclusa, la merce rimasta invenduta torna dal cliente al magazzino della Società sotto forma di reso che viene riutilizzato dalla Società, insieme ad altri nuovi prodotti, in nuove campagne.

#### 6.1.1 Principali dati dell'Emittente

Nel 2019 Promotica ha realizzato ricavi netti di vendita pari a circa € 37,0 mln, con un EBITDA di € 3,85 mln (EBITDA Margin 10,4%), una Posizione Finanziaria Netta passiva (debito) di € 8,3 mln e un Patrimonio Netto di € 5,3 mln.

In particolare, la seguente tabella illustra i Ricavi, l'EBITDA, l'EBIT e l'utile dell'Emittente al 31 dicembre 2018, al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020:

In Euro mln	31 dicembre 2018	31 dicembre 2019	30 giugno 2020	31/12/2019 Proforma <sup>3</sup>	30/06/2020 Proforma <sup>3</sup>	31/12/2019 Proforma <sup>3</sup> consolidato	30/06/2020 Proforma <sup>3</sup> consolidato
Ricavi Netti	41,5	37	22,9	37	22,9	37,4	23,1
EBITDA	3	3,85	3,73	3,85	2,4	3,8	2,4
EBIT	2,7	3,5	2,18	3,5	2,25	3,5	2,3
Utile Netto	1,5	2,2	1,5	2,2	1,5	2,1	1,5
PFN	1,8	8,3	9,6	8,3	9,6	8,8	9,3
PN	3,4	5,3	6,7	3,3	4,8	3,3	4,8

I ricavi caratteristici della Società sono espressione del core business della Società, vale a dire l'organizzazione e la gestione di campagne di fidelizzazione della clientela poste in essere attraverso la progettazione delle meccaniche, lo sviluppo degli aspetti creativi, la definizione degli aspetti legali e la gestione fisica dei premi, compresa la loro fornitura e il loro ritiro.

La Società mantiene la propria sede legale e operativa a Desenzano del Garda (BS), dove operano 38 risorse qualificate al 30 giugno 2020 e si trovano la Direzione Generale, la Direzione Amministrativa, l'Agenzia

<sup>3</sup> Per maggiori informazioni sulle assunzioni relative ai dati pro-forma si rinvia alla Sezione prima, Capitolo 3, Paragrafo 3.1 del presente Documento di Ammissione.

Grafica, i dipartimenti Program Manager, Business Intelligence, Market Proposition Italia ed Estero, Marketing.

La Società ha inoltre un Agente Estero ad Hong Kong per lo Sviluppo del Mercato Asia-Pacifico ed un Agente Estero a Belgrado, Serbia, per lo Sviluppo del Mercato Est-europeo.

In particolare:

- in data 30 ottobre 2017 la Società ha stipulato un contratto di agenzia con la società TABLO Limited ai sensi del quale quest'ultima veniva incaricata dello sviluppo del business della Società in tutto il territorio Asia-Pacifico, composto da Regione Indiana, Sud Est Asiatico, Cina e Hong Kong, Corea, Giappone, Taiwan e Oceania.
- in data 31 dicembre 2019 la Società ha stipulato un contratto di agenzia con la società SMILJANA RADAK PR AGENCIJA ZA KONSALTING WIN-WIN SOLUTIONS ai sensi del quale quest'ultima veniva incaricata come Regional Manager per lo sviluppo del business della Società in Serbia, Macedonia, Montenegro, Croazia, Bosnia ed Erzegovina;

Infine, l'Emittente intrattiene rapporti commerciali con una società in Lituania, InChase UAB, grazie ai quali è attiva anche nel mercato nord europeo, costituito da Estonia, Lituania, Lettonia, Polonia, Norvegia.

In particolare, alla data del Documento di Ammissione, l'Emittente ha stipulato con InChase due contratti di fornitura di prodotti per una campagna promozionale presso distributori di benzina "VIADA" in Lituania e in Lettonia.

L'Emittente è operativo soprattutto in Italia dove, nel 2019, ha realizzato il 99,3% del fatturato.

Nel corso del 2019 la Società ha gestito in totale 325 campagne promozionali per conto di un numero complessivo di 66 clienti, per un totale di 22,2 mln di premi erogati e 60 mila pallet movimentati. Si è avvalsa di 231 fornitori di cui 8 con contratto di esclusiva (di cui una parziale per il solo mercato estero).

Al 30 giugno 2020 la Società vanta un team di 38 risorse qualificate (36 al 31 dicembre 2019) così suddivise:

<b>Risorse di cui:</b>	<b>31 dicembre 2018</b>	<b>31 dicembre 2019</b>	<b>30 giugno 2020</b>
<i>Quadri</i>	4	4	5
<i>Impiegati</i>	21	26	27
<i>Operai</i>	1	1	1
<i>Collaboratori</i>	5	5	5
<i>Totale</i>	31	36	38

Promotica è stata insignita nel 2018 del Premio per la Migliore Campagna di Comunicazione e la Menzione Speciale nella categoria Best Reward ottenuti ai Promotion Awards 2018 per la campagna "2MilioniDiPremi" realizzata per Coop Alleanza 3.0. Nel 2019, la Società è stata insignita del riconoscimento quale "Miglior catalogo fedeltà 2019" ottenuto ai Promotion Awards 2019 per il catalogo "BeAppy", il primo in Italia interamente digitale realizzato per Coop Centro Italia, a conferma dell'impegno di Promotica in tema di innovazione. Nella stessa occasione Promotica ha vinto un secondo premio per la campagna promozionale "La natura ti premia" realizzata per Unicoop Firenze, concorso la cui finalità era la sensibilizzazione dei clienti finali e dei soci a scelte di consumo ecosostenibili.

## 6.1.2 I servizi offerti dalla Società

La Società si sta strutturando in modo sempre più articolato, diversificando i servizi offerti ai propri clienti che sono rappresentati da un lato delle campagne di fidelizzazione del consumatore finale e dall'altro da una gamma di servizi evoluti finalizzati alla migliore conoscenza dei consumatori finali e dei loro comportamenti ricompresi sotto il nome "Promotica Academy".

### 6.1.2.1. Le campagne di fidelizzazione

Le campagne di fidelizzazione sviluppate dalla Società prevedono l'assegnazione di un premio al consumatore finale a fronte di una determinata spesa effettuata in un preciso arco temporale. Pertanto, al raggiungimento di un numero prestabilito di bollini (corrisposti per una specifica soglia di spesa) o più semplicemente dopo aver raggiunto un determinato quantitativo di spesa, venga corrisposto un premio in modo completamente gratuito o con un eventuale contributo in denaro da parte del consumatore finale.

In particolare l'Emittente offre le seguenti tipologie di campagne:



#### (i) Short Collection

Le campagne di tipo *Short Collection* fanno riferimento a programmi di breve durata che prevedono l'utilizzo di bollini e un eventuale contributo in denaro da parte del consumatore. Il funzionamento di tali campagne prevede che al raggiungimento di una soglia di spesa minima e di multipli di essa venga assegnato un bollino ed al raggiungimento di un numero prestabilito di bollini venga corrisposto un premio a fronte del quale il cliente può eventualmente partecipare con un contributo in denaro. In tali campagne vengono offerte generalmente una decina di referenze, ed hanno una durata media di 12 o 16 settimane.

#### (ii) Self Liquidating

Le campagne di tipo *Self Liquidating* sono campagne a c.d. premio immediato o *spend and get*, vale a dire che raggiunto un determinato quantitativo di spesa, il consumatore ha diritto ad un premio con contributo in denaro. Non vi è quindi alcuna raccolta di bollini. Queste attività, rispetto alle altre, richiedono per la Società una maggiore disponibilità di merce in pronta consegna poiché alla presentazione dello scontrino in cassa, deve essere immediatamente corrisposto il premio al consumatore finale. Questo tipo di programmi hanno una durata media di 4 o 8 settimane.

(iii) Catalogo Premi

In questo tipo di campagne, la Società offre dei prodotti a catalogo (circa 100 referenze), che il consumatore finale sceglie al raggiungimento di un relativo quantitativo di punti. Sono caratterizzate da una meccanica mista gratis/contributo, con utilizzo del punto digitale, ed un arco temporale per la raccolta punti che va da uno a cinque anni (limite di legge). A differenza delle altre campagne, è necessario mantenere limitate scorte di magazzino dei prodotti a catalogo, in quanto la Società si rifornisce solo dopo che il consumatore ha scelto il premio specifico.

In questa tipologia rientrano le «Campagne Bruciapunti» che prevedono una selezione di prodotti offerti dalla GDO al consumatore con un approccio «*now or never*». Lo scopo di tale approccio è di fare attività di rilancio su campagne, quali ad esempio i cataloghi, di lunga durata nonché drenare il maggior numero di punti con un costo per punto tipicamente inferiore al normale catalogo.

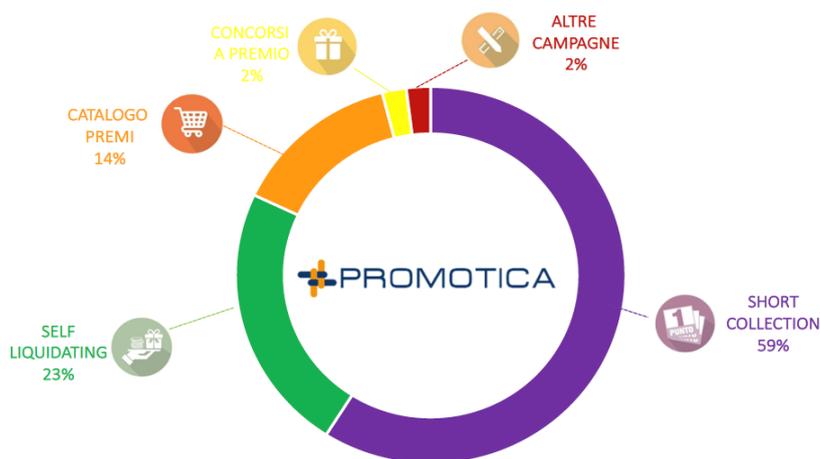
(iv) Concorsi a Premio

I concorsi a premio possono essere considerati alla stregua di una lotteria, ovvero viene assicurato un montepremi da parte del promotore, ma il suo riconoscimento dei premi al consumatore è legato alla sorte. Ad esempio, tipicamente viene dato un biglietto con un codice da grattare e viene verificata la vincita. Tali campagne hanno durata variabile tra 1 settimana e 1 anno.

(v) Altre Campagne

Le altre campagne consistono in campagne residuali sviluppate da Promotica, tra cui le principali sono le Special Promotion con premi a ridotto valore commerciale ma con un elevato valore emotivo, destinate soprattutto ai bambini (es. carte star wars in bustine), attività incentive B2B dedicate a professionisti ed affiancate alle normali routine commerciali/provvigionali soprattutto per i clienti del settore industriale, finanziario e farmaceutico.

La ripartizione dei ricavi per tipologia di campagna nel 2019 è illustrata nel seguente grafico:



6.1.2.2. *“Promotica Academy” e Kiki Lab*

La Società continua ad incrementare la propria *value proposition* attraverso l’offerta alla clientela di una

gamma di servizi evoluti finalizzati alla migliore conoscenza dei consumatori finali e dei loro comportamenti.

In particolare, alla fine del 2015 la Società ha lanciato il progetto “Promotica Academy”, che offre ai propri clienti attività di consulenza strategica e di formazione manageriale e commerciale con speciale attenzione alla catena del valore aziendale che comprendono attività di formazione per il personale della clientela, dotazione di strumenti di social intelligence e di software per l’analisi dei cosiddetti big data, sviluppo di attività di mystery shopping con sistemi di relazione automatizzati, sistemi di monitoraggio delle attività di mercato sviluppate sia dai clienti sia dalla concorrenza e focus group con i clienti e i consumatori finali anche attraverso partnership con primari operatori del settore delle ricerche di mercato.

I consulenti di Promotica Academy operano a fianco del cliente per verificare e definire strategie aziendali al fine di fornire soluzioni coerenti non solo con gli obiettivi dell’azienda ma anche con la struttura e con il livello di professionalità del personale che in essa opera. Parallelamente un forte contributo allo sviluppo di Promotica Academy è arrivato con l’acquisizione di Kiki Lab ad aprile 2020, con la possibilità di sfruttare le sinergie nei servizi di consulenza strategica, formazione del personale ed attività di ricerca presenti nel portafoglio di Kiki Lab.

Promotica Academy nasce dall’esigenza dei clienti di formare e coinvolgere il proprio personale nelle azioni di fidelizzazione del consumatore finale e di fornire leve al management per gestire le proprie risorse.

L’offerta formativa, abbinata ai servizi offerti da Kiki Lab, ha lo scopo di far comprendere i meccanismi che portano il consumatore a rivolgersi all’azienda e a sviluppare tecniche e comportamenti che consentano agli addetti di massimizzare l’efficacia di ogni azione intrapresa.

Nello specifico, il sistema proposto consente di:

- misurare le aspettative del cliente ed il livello di offerta, monitorando tutti i processi di vendita aziendali, indagando sul rispetto degli standard qualitativi del singolo punto vendita (*focus group* e *mystery shopper*);
- proporre tecniche di comunicazione e gestione del consumatore finale nei diversi momenti dell’esperienza d’acquisto, finalizzate a sviluppare la fidelizzazione (formazione professionale);
- coinvolgere tutti gli attori, valorizzando le persone e aiutandone la crescita professionale, al fine di creare team vincenti a supporto delle scelte strategiche dell’impresa (*team building*).

In particolare, negli ultimi anni, Promotica Academy ha prestato i propri servizi e organizzato attività formative per i seguenti clienti: Coop Reno, Sait, Coop Amiatina, Coop Bisenzio Ombrone, Coop Alleanza e Coop Distretto Nord Ovest.

### 6.1.3 I clienti della Società

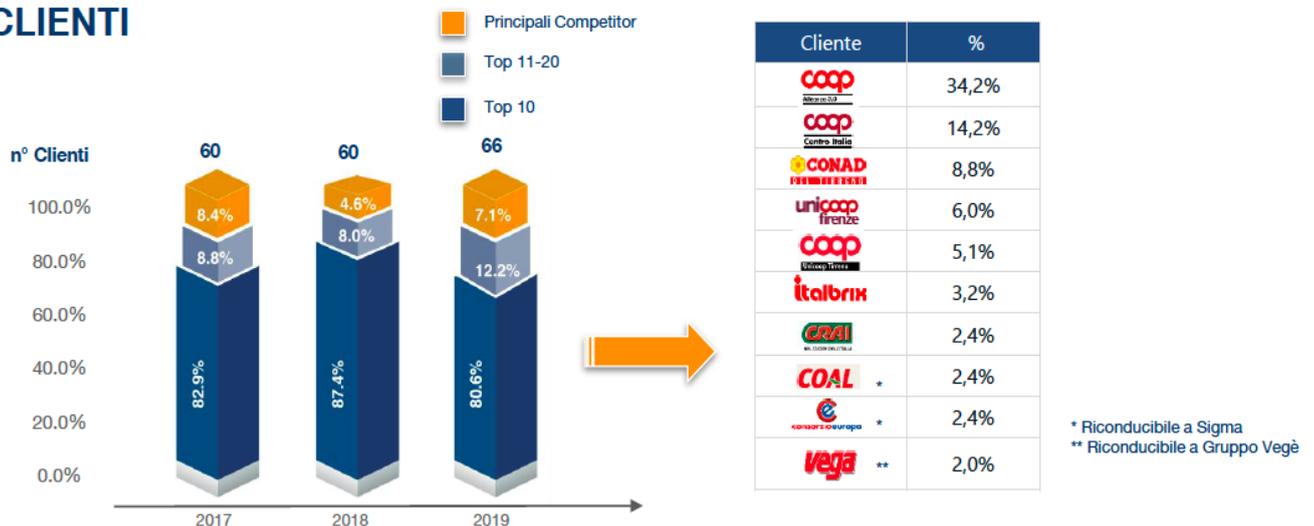
I clienti della Società sono principalmente *player* attivi nel settore della GDO e in via residuale nei settori industriale, farmaceutico, finanziario e petrolifero. Nel 2019 Promotica ha operato con 66 clienti, in crescita rispetto ai 60 del 2017 e del 2018.



I clienti vedono nella Società un partner ideale per sviluppare campagne promozionali con l’obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione del proprio consumatore e migliorare la “brand advocacy”. Promotica tende ad instaurare rapporti di fiducia e collaborazioni di lunga data, grazie ai quali è Promotica stessa a proporre proattivamente le campagne promozionali ai clienti attraverso l’interpretazione dei trend di mercato e delle specifiche esigenze dei clienti stessi.

Si illustra di seguito la percentuale di incidenza dei ricavi ottenuti da Promotica dai propri clienti negli esercizi 2017, 2019 e 2019.

## CLIENTI



L’incidenza dei ricavi dai primi 10 clienti, tutti attivi nel settore della GDO, è risultata in diminuzione nel 2019 a 80,6% mantenendo comunque sopra l’80% nel triennio. L’incidenza dei primi 20 clienti è in diminuzione al 92,9% nel 2019 rispetto al 2018 (95,4%), risultando comunque superiore al dato del 2017 (91,6%).

Risultano rilevanti i primi cinque clienti tutti riconducibili a Coop con un’incidenza pari al 68,2% (con Coop Alleanza come primo cliente 34,2%). Seguono poi dal sesto al decimo cliente con un’incidenza dal 2,0% al 3,2%.

La concentrazione dei clienti riflette il numero ristretto di grandi player attivi nella GDO che prevedono programmi di Loyalty, per tali clienti Promotica ponendosi proattivamente rappresenta il partner ideale per sviluppare campagne promozionali taylor made con l'obiettivo di incrementare le vendite attraverso la fidelizzazione del proprio consumatore e coltivando con i clienti rapporti di collaborazione da lunga data.

I restanti clienti sono attivi nei settori industriale, farmaceutico, finanziario e petrolifero e rappresentano una porzione residuale di fatturato con molto potenziale di crescita.

Al fine di razionalizzare l'attività di sviluppo e potenziamento dei mercati esteri, la Società ha individuato un nuovo referente commerciale interno con il compito di garantire continuità alle relazioni con i referenti nei vari mercati.

#### 6.1.4 I fornitori della Società

I fornitori di Promotica sono tipicamente eccellenze manifatturiere italiane attive principalmente nel settore degli articoli casalinghi e nell'arredo casa i cui prodotti sono in linea con le nuove tendenze di mercato e godono di consolidata reputazione.

Tali fornitori stipulano solitamente con Promotica un contratto di medio lungo termine e, con i brand più strategici per Promotica, clausole di esclusiva con garanzia di acquisto di volumi minimi, che permettono ai fornitori non solo importanti volumi di vendita dei loro prodotti alla Società, ma anche uno strategico strumento di marketing e pubblicità del proprio marchio e di valorizzazione dei propri prodotti.

Promotica sviluppa con i fornitori rapporti di lunga data e partecipa attivamente nello scouting e nello sviluppo/progettazione di nuovi prodotti che possano essere apprezzati dal mercato.

In particolare, il rapporto tra Promotica e il fornitore può essere di due tipi: (i) acquisto di prodotti standard o (ii) Partnership con Editing di prodotto.

##### (i) Acquisto di prodotti standard

Nel primo caso, ormai minoritario, Promotica sceglie direttamente i prodotti da proporre nelle proprie campagne da un catalogo identificato dal fornitore di riferimento.

##### (ii) Partnership con Editing di prodotto

Sempre più spesso invece, il rapporto tra Promotica e il fornitore è di vera e propria partnership, con contratto di esclusiva, che si estende dallo scouting del prodotto fino all'identificazione del produttore prima e dell'importatore poi, per la fornitura del prodotto. In particolare Promotica si occupa delle seguenti attività:

- partecipa a Fiere per identificare le referenze e le varie tendenze del mercato, e selezionare i produttori e gli importatori;
- progetta il prodotto in stretta collaborazione con il fornitore, fornendogli indicazioni sulla merce da acquistare sia in termini quantitativi che di prezzo, e sulle modalità di produzione;
- acquisisce i brand tramite contratto di esclusiva, che prevede limiti temporali e quantitativi minimi.

Nel 2019 ha progettato in partnership con i propri clienti 11 linee di prodotto.

I fornitori di Promotica sono principalmente attivi nella vendita di prodotti per la casa:



Si illustra di seguito la percentuale di incidenza sul totale degli acquisti di materie prime e servizi dei fornitori di Promotica negli esercizi 2017, 2019 e 2019.

## FORNITORI



Fornitore	Brand	Accordo	%
Forma Italia S.r.l.	EGAN ITALY	Escl.	26,1%
Alessi SpA	ALESSI	Escl. pz	19,8%
Illa SpA	BIANCHI HOME VALLE EG	Escl.	16,5%
Ind. Vetraria Valdarnese S. Coop	IW	Escl.	9,4%
Mercati Srl	WD	Escl.	7,1%
Zafferano Srl	ZAFFERANO	Escl.	2,2%
AR & CO	Baci	Escl.	1,9%
Master Casa SpA	PLY FOOD	Escl.	1,2%
De' Longhi Appliances Srl	DeLonghi	-	1,0%
Vincenzo Zucchi	ZUCCHI	-	0,6%

Nel 2019 Promotica si è avvalsa di 231 fornitori, in aumento rispetto al 2018 (205).

Nel 2019 i fornitori maggiormente rilevanti sono i primi 5, in particolare Forma Italia Srl (26,1%), Alessi SpA (19,8%), Illa SpA (16,5%), Industria Vetraria Valdarnese (9,4%) e Mercati Srl (7,1%), dal sesto al decimo fornitore l'incidenza è invece compresa tra il 0,6% e il 2,2%.

L'incidenza dei primi 10 fornitori nel 2019 è pari all'85,8% del totale degli acquisti di materie prime e servizi, inferiore rispetto al 2018 (88,4%) ma superiore rispetto al 2017 (85,0%).

Da tale evidenza emerge una importante concentrazione nei primi 10 fornitori che è insita nel modello di business di Promotica che sviluppa con i propri fornitori rapporti di lunga data e partecipa attivamente nello scouting e nello sviluppo e progettazione di prodotti che possano essere apprezzati dal mercato. Infatti, Promotica ha in essere accordi di esclusiva con 8 dei primi 10 fornitori. Tra questi, l'esclusiva con Alessi è

parziale e relativa solamente al mercato estero.

Più in dettaglio, si illustra di seguito l'evoluzione dei primi 10 fornitori di Promotica nel 2017, 2018 e 2019.

Fornitore 2017	Brand	Accordo	%
Forma Italia Srl	Egan	Escl.	36,1%
Zafferano Srl	Zafferano	Escl.	14,9%
Zani Serafino Srl	Emporio Zani	Escl.	10,0%
Tupperware Italia SpA	Tupperware	Escl.	8,2%
Mercati Srl	WD Lifestyle	Escl.	6,2%
Gruppo Bossoni	Fiat	-	3,4%
Vincenzo Zucchi	Zucchi	-	2,0%
Ind. Vetraria Valdarnese Soc. Coop	IVV	Escl.	1,6%
Brandani Gift Group Srl	Brandani	-	1,4%
Piaggio & C. S.p.A	Vespa	-	1,3%

Fornitore 2018	Brand	Accordo	%
Forma Italia Srl	Egan	Escl.	44,8%
Zafferano Srl	Zafferano	Escl.	8,5%
Ind. Vetraria Valdarnese S. Coop	IVV	Escl.	6,7%
Tupperware Italia S.p.A.	Tupperware	Escl.	6,0%
Mercati Srl	WD Lifestyle	Escl.	6,0%
Joy Distribuzione Srl	Ghepard	Escl.	5,0%
Gruppo Bossoni	Fiat	-	4,6%
Alessi SpA	Alessi	Escl.pz	4,5%
Piaggio & C. S.p.A	Guzzi	-	1,5%
De' Longhi Appliances	De' Longhi	-	0,7%

Fornitore 2019	Brand	Accordo	%
Forma Italia Srl	Egan	Escl.	26,1%
Alessi SpA .	Alessi	Escl. pz	19,8%
Illa SpA	Giannini	Escl.	16,5%
Ind. Vetraria Valdarnese S. Coop	IVV	Escl.	9,4%
Mercati Srl	WD Lifestyle	Escl.	7,1%
Zafferano Srl	Zafferano	Escl.	2,2%
AR & CO	Baci Milano	Escl.	1,9%
Master Casa SpA	Playfood	Escl.	1,2%
De' Longhi Appliances Srl	De' Longhi	-	1,0%
Vincenzo Zucchi	Zucchi	-	0,6%

### 6.1.5 Il modello di business

Promotica da un lato stringe con i propri fornitori accordi di esclusiva che garantiscono volumi di acquisto e tempi definiti, partecipando attivamente all'ideazione e progettazione dei prodotti e contribuendo ad aumentare il valore commerciale del marchio attraverso le campagne promozionali principalmente della grande distribuzione organizzata. Dall'altro si pone come partner ideale per i propri clienti e, attraverso un approccio proattivo e *taylor made*, progetta, organizza e gestisce ogni genere di operazione e campagna promozionale atta a fidelizzare la clientela, proponendosi quale consulente *full service* per la pianificazione e lo sviluppo promozionale.

#### 6.1.5.1. *Le fasi del modello di business*

Il modello di business della Società può essere suddiviso nelle seguenti fasi.

(i) Analisi Preliminari

In questa fase avviene il contatto preliminare con il potenziale cliente da parte dell'Ufficio Market Proposition che può seguire un approccio proattivo ("push") o sollecitato dal cliente ("pull").

In particolare, se attua un approccio push, l'Ufficio Market Proposition studia i trend del mercato *Loyalty* analizzando una serie di parametri (tra cui lo studio delle tendenze e dei brand, il budget e il fatturato potenziale del cliente, la copertura territoriale, i competitor) e approccia direttamente il potenziale cliente per proporre nuove campagne promozionali interpretando i trend del mercato. Promotica ha iniziato ad adottare tale approccio a partire dal 2015, interpretando il cambiamento del mercato e strutturandosi per far prevalere questo approccio, a maggior valore aggiunto rispetto all'approccio pull, e divenendo uno dei principali player del settore.

Nell'approccio pull invece, il potenziale cliente richiede ad una rosa di player lo sviluppo di una campagna promozionale con indicazione precisa delle caratteristiche, quali tipologia e durata.

Promotica non è dotata di una rete vendita composta da agenti in quanto tutti gli account addetti alla promozione dei servizi offerti dalla società sono interni.

A tale contatto preliminare con il cliente segue la presentazione del progetto al cliente. Tale fase prevede la partecipazione della Direzione Generale, dell'Ufficio Market Proposition e dei Project Manager e Responsabili Assortimento che svolgono attività diversificate a seconda che venga applicato l'approccio pull o l'approccio push.

In caso di approccio pull, che costituisce il metodo più tradizionale e tipico del loyalty fino a circa il 2015 (comunque tuttora esistente per cataloghi ed alcuni retailer), la rete commerciale riceve un brief dettagliato con indicazione del periodo, dell'investimento previsto, del target e delle categorie da presentare. L'ufficio acquisti recepisce il brief, si coordina con il commerciale per predisporre un'offerta che sia distintiva dai competitor del promotore e con un brand adeguato. La scelta del promotore si orienterà soprattutto verso il loyalty program provider che saprà offrire il miglior brand con la meccanica più aggressiva

In caso di approccio push, invece, a fronte di uno studio delle tendenze, del mercato e delle attività loyalty a livello mondiale (eseguito dalla direzione generale e dalla divisione sviluppo prodotti) Promotica predispone attività sia self sia short (questo è un approccio non utilizzabile sui cataloghi) anticipando il possibile brief del cliente. Conoscendo le finestre promozionali tipiche della GDO, Promotica porta sul territorio, attraverso la rete commerciale, le proposte che tratteranno le modalità e le tendenze dei 12 mesi successivi. L'ufficio marketing predispone esempi di POP per poter consentire alla rete commerciale di vendere un'idea (e non un prodotto) che sia completa in ogni aspetto. La proposta viene poi affinata sulle richieste del cliente che solitamente si limitano ad alcuni cambi di referenza e/o adeguamento della meccanica.

Così, Promotica presenta al cliente un progetto chiavi in mano che prevede un determinato corrispettivo e un determinato quantitativo di prodotti forniti, definiti con il cliente, con una precisa tempistica a seconda della campagna proposta che consenta di soddisfare i bisogni e raggiungere gli obiettivi del cliente. Promotica sviluppa una strategia *time to market* ponendosi in modo proattivo nei confronti dei clienti anticipando e integrando le loro richieste.

Il progetto presentato da Promotica concorre all'interno di una selezione effettuata dal cliente di agenzie

concorrenti, nell'ambito di una gara indetta dai clienti della GDO o in altri settori. L'analisi dei progetti richiede circa tre mesi, al termine dei quali il cliente seleziona il miglior progetto e negozia il prezzo e l'investimento previsto.

(ii) Kick-off

In questa fase l'Ufficio Market Proposition si occupa della stesura dei contratti di fornitura dei prodotti.

In particolare, per le campagne minori vengono stipulati direttamente contratti di fornitura dei prodotti, i cui prezzi tengono conto di tutti i servizi offerti da Promotica, che includono la consulenza per la strutturazione della campagna, la gestione della campagna e il ritiro e smaltimento degli eventuali resi.

Per le campagne più grandi, a seconda delle esigenze burocratiche del cliente, possono essere previste dapprima delle lettere di intenti (LOI) stipulate con le entità centrali dei grandi sistemi di distribuzione organizzata e successivamente i singoli contratti con i punti vendita o Centri di Distribuzione Industriale (CE.DI) di riferimento della singola insegna cliente. In particolare, tale struttura contrattuale viene posta in essere con Conad, che prevede la stipula di una LOI non vincolante con il Consorzio Nazionale CONAD seguita da contratti di fornitura con le singole Cooperative sparse sul territorio nazionale.

Per quanto riguarda invece la documentazione relativa ai programmi di fidelizzazione, Promotica si avvale di una società in outsourcing, Pragmatica Plus S.r.l., che predispone i documenti amministrativi ed effettua una verifica di fattibilità legale e fiscale della campagna stessa. La rilevante normativa di settore, inoltre, prevede la stesura di un regolamento di concorso che deve essere depositato presso il Ministero dello Sviluppo Economico. L'azienda promotrice della campagna, vale a dire il loyalty provider, per legge è tenuta a versare una cauzione sotto forma di fidejussione bancaria o assicurativa pari al 20% del valore dei premi previsti all'interno della campagna nel caso delle Short Collection, 100% per tutte le altre. Per maggiori informazioni sulla normativa applicabile al settore delle manifestazioni a premio di veda il Capitolo 8, Paragrafo 8.1.

In questa fase inoltre, l'Ufficio Marketing definisce le modalità di ingaggio del consumatore finale al fine di aumentare il suo coinvolgimento all'interno della campagna attraverso la definizione dei media da utilizzare e l'identificazione di add-on al fine di massimizzare l'esperienza d'acquisto.

Parallelamente l'Ufficio Grafico lavora alla definizione dell'idea creativa della campagna e alla creazione e produzione di materiale POP («*Point of purchase*») declinato secondo le esigenze del promotore.

(iii) Gestione Campagna

La gestione della campagna viene affidata ai Program Manager, che si occupano della fornitura dei premi, del monitoraggio della campagna e della gestione dei resi.

Una volta acquistati i prodotti dai fornitori secondo quanto concordato in sede di proposta e quindi forniti i premi ai clienti, viene avviata la campagna promozionale. Durante tutta la durata della campagna la Società provvede a rifornire i magazzini di riferimento del cliente, e alla fatturazione del quantitativo di merce consegnato.

E' spesso Promotica che, sulla base delle analisi effettuate, indica all'insegna cliente come distribuire le assegnazioni per singolo punto vendita e per singola referenza, ed è in grado a livello logistico di garantire in ogni momento che il cliente abbia la disponibilità di un quantitativo di premi sufficiente per far fronte alle richieste di premi da parte dei consumatori finali e non trovarsi mai in rottura di stock. Tale risultato viene

ottenuto avvalendosi di un'interfaccia automatica con il magazzino/sistema casse del punto vendita di alcuni clienti, in grado di monitorare continuamente l'andamento della campagna.

In particolare, Promotica raccoglie i dati di vendita del cliente e predispone una serie di report, al fine di garantire al cliente un costante monitoraggio in termini di performance in corso e a consuntivo della campagna. Promotica monitora costantemente i pezzi erogati in corso di campagna e il riscatto effettivo dei premi, misurando il tasso di successo della campagna ed il feedback dei clienti confrontandoli con quelli stimati ad inizio campagna per effettuare una riproiezione degli stessi.

Questa attività è fondamentale soprattutto nel caso in cui l'erogato effettivo in corso di campagna sia superiore rispetto alle attese, consentendo a Promotica di pianificare per tempo la fornitura di merce aggiuntiva al cliente.

Al termine della campagna, gli eventuali premi non reclamati non restano a carico del cliente ma vengono resi a Promotica, che sin dalla fase di progettazione della campagna cerca di ridurli al minimo (storicamente con un tasso medio <10%). Nello specifico, se si tratta di prodotti che si avvicinano al termine del loro ciclo di vita e non sono riutilizzabili, Promotica cerca di attuare una pianificazione degli acquisti particolarmente oculata in modo che i resi siano ridotti al minimo. Se invece si tratta di prodotti che si trovano all'inizio del loro ciclo di vita, Promotica riutilizzerà eventuali resi in successive campagne per altri clienti.

Una volta effettuati i necessari controlli, Promotica provvede ad inviare una nota di credito al cliente rientrando in possesso dei premi non riscattati.

#### 6.1.6 L'infrastruttura logistica

Nella fase di gestione della campagna l'attività logistica viene esternalizzata alla società DSV S.p.A. ("DSV"), con sede ad Ancona e una disponibilità minima di magazzino di 15.000mq, in grado di contenere un minimo di 5 milioni di pezzi corrispondenti a 40.000 pallet, estendibile a volumi anche molto maggiori a seconda delle esigenze di Promotica.

DSV fa parte del gruppo danese DSV, tra i primi cinque fornitori di servizi di trasporto e di logistica a livello globale, in costante crescita dal 1976, anno della sua fondazione, con un'ampia selezione di combinazioni di trasporto e di soluzioni. In particolare, DSV su incarico di Promotica si occupa delle seguenti attività:

- ricevere le merci da parte dei fornitori di Promotica e posizionarle in magazzino;
- ricevere l'ordine da parte di Promotica di consegna delle merci al CE.DI della singola insegna cliente e predisporre l'uscita delle merci;
- movimentare la merce;
- registrare ed emettere il documento di trasporto;
- distribuire le merci sul territorio nazionale ed internazionale;
- ricevere le merci in reso da parte dei vari CE.DI;
- predisporre un inventario annuale delle merci presenti in magazzino.

Tale esternalizzazione permette a Promotica di ridurre i costi fissi sia in termine di aree di stoccaggio che di addetti, di ottenere una maggiore flessibilità dei flussi di merci con garanzia di consegne rapide e di disporre

di ampi spazi, ove ne sussista l'esigenza, con possibilità di operare e movimentare merci che richiedono elevata capacità di magazzino. Allo stesso tempo, Promotica evita il rischio di spazi sottosfruttati in corrispondenza di campagne di minore importanza.

#### 6.1.7 L'innovazione digitale

L'innovazione digitale è uno dei driver fondamentali della strategia di crescita della Società nel proprio settore di appartenenza. In tal senso, nel 2010, Promotica ha realizzato il primo concorso interamente digitale (industria/ Mionetto) con giocata e vincita online grazie ad un algoritmo, certificato dal ministero dello sviluppo economico, che assegna le vincite in modo casuale all'interno del periodo prefissato e dettagliato a regolamento.

Nel 2016, Promotica ha adottato il sistema Syneto, una infrastruttura IT iperconvergente e ad alta affidabilità appositamente progettata per tutte le attività core della Società, tra le quali l'attività di monitoraggio della campagna promozionale. Rispetto alle infrastrutture informatiche tradizionali, l'infrastruttura iperconvergente consente la combinazione di server, storage e rete in un'unica piattaforma integrata, assicurando inoltre una protezione dati sempre attiva e una funzionalità di disaster recovery geografica. Syneto ha infatti permesso a Promotica di virtualizzare tutti i suoi server fisici.

Dal 2017, Promotica è in grado di personalizzare l'esperienza d'acquisto di ciascun consumatore finale grazie alla business intelligence. Attraverso strumenti in grado di raccogliere i dati provenienti da tutti i touchpoints (tradizionali come il punto vendita o digitali come le app e le pagine social) è infatti possibile definire cluster comportamentali utili per avviare un dialogo personalizzato con ogni singolo consumatore finale e per arricchire la propria base dati.

Infine, nel 2019 è stato avviato un progetto di ripensamento delle modalità di inserimento e gestione delle referenze. È stato creato un sistema di classificazione «AI/ML – Friendly» così che gli algoritmi di AI possano agevolmente trovare al loro interno pattern e trend che permettano di migliorare la gestione delle campagne diminuendo il rischio di rotture di stock a parità di livello di magazzino.

Per ulteriori informazioni sui software di titolarità dell'Emittente si veda il successivo Paragrafo 6.5 del Documento di Ammissione.

#### 6.1.8 La Business Intelligence e la piattaforma Loyalty Web

L'esperienza acquisita da Promotica, dimostra come la raccolta e l'analisi dei dati, anche attraverso lo studio dei big data, consenta una lettura più puntuale e profonda delle campagne, di fornire al cliente GDO strumenti di misura più efficaci, ed infine di consolidare il legame con il consumatore finale rendendolo sempre più coinvolto e partecipe.

Royalty One Experience è la piattaforma utilizzata da Promotica per creare, gestire e monitorare cataloghi e concorsi online. Promotica ne ha acquisito la licenza perpetua nel corso del 2017. Oltre alle funzionalità standard, l'elemento innovativo consiste nell'offerta di funzionalità digitali e Social, capaci di aumentare le vendite del cliente e di profilare gli utenti in base agli interessi manifestati. Il consumatore, incentivato sulla base di reward vari (punti, badge, premi fisici etc), è chiamato a superare alcune c.d. missioni digitali disponibili sulla piattaforma, quali a titolo d'esempio effettuare mini survey con una serie di domande a risposte predefinite, visualizzazione di un video con il quale apprendere le peculiarità del cliente, condivisione di un prodotto attraverso la propria pagina social Facebook.

Attraverso queste missioni digitali, Promotica riesce a realizzare attività di *brand awareness* ed *engagement* del consumatore. A livello macro i dati sono categorizzati per fascia d'età, per sesso, per area geografica, andando a costruire dei cluster/ campioni con cui estrapolare dei report e ad evincere insight. Ad esempio capire gli ambiti di maggiore interesse (ambiente/ecologia, style and fashion, fitness, leisure etc.) con cui progettare le varie campagne, non solo quelle online

Attraverso lo staff IT interno dedicato allo sviluppo della piattaforma, la Società è in grado di progettare programmi di fedeltà online personalizzati. Sulla base delle informazioni raccolte, è possibile costruire un profilo molto dettagliato per ogni singolo consumatore finale e personalizzare la piattaforma sulla base dei suoi interessi (ad es. l'ordine dei prodotti sul catalogo può essere impostato in base agli interessi che il consumatore finale ha espresso sui social).

#### 6.1.9 L'intelligenza artificiale

I computer, capaci nelle loro configurazioni moderne di milioni di calcoli al secondo, hanno da sempre grosse difficoltà a risolvere problemi difficilmente descrivibili da processi logici come il riconoscimento delle immagini e il collegamento di informazioni che afferiscono a contesti diversi.

Questi compiti, apparente semplici per gli esseri umani, non possono essere svolti dai computer inserendo regole sul come fare: sarebbe troppo arduo definire queste istruzioni. Entra quindi in gioco l'Intelligenza Artificiale (in particolare il c.d. Machine Learning), che consente alle macchine di apprendere in autonomia un determinato compito mostrando alla macchina stessa la medesima azione svolta però da esseri umani (es mostrando insieme all'immagine un'etichetta che indica se vi sia o meno una persona al suo interno).

Un computer legge i dati in modo diverso rispetto al cervello umano (es. un'immagine viene letta come scala di grigio di ognuno dei pixel che la compongono) ed è pertanto fondamentale trovare il metodo di conversione dei dati aziendali - patrimonio della sua storia dell'azienda ma raccolti e catalogati affinché fossero fruibili da persone - in un formato che possa permettere all'Intelligenza Artificiale di effettuare analisi molto più sofisticate e rapide rispetto a quelle condotte manualmente.

Promotica ha avviato nel 2019 questo progetto di conversione di tutte le referenze presenti nel database aziendale in un formato più strutturato, definendo le categorie ad alta entropia che possono descrivere il prodotto. L'obiettivo di questo progetto è quello di riuscire a trovare pattern comuni tra prodotti diversi nelle varie collezioni in modo da prevederne con precisione la velocità di uscita.

#### 6.1.10 La formazione del prezzo di vendita dei prodotti offerti dalla Società

La Società stipula con i propri clienti un contratto di fornitura di premi per le campagne di loyalty, il cui prezzo viene ottenuto tenendo in considerazione le seguenti componenti:

- (i) costo di acquisto dei prodotti dal fornitore, che è definito con gli stessi in virtù degli accordi contrattuali, anche in esclusiva, e delle partnership di sviluppo e progettazione prodotti;
- (ii) costo del materiale di comunicazione e promozionale realizzato dall'ufficio grafico di Promotica;
- (iii) costo delle componenti di servizio per la progettazione, il monitoraggio e la gestione della campagna che sono prezzate considerando al loro interno un mark up e che tengono conto di tutti i costi e i corrispettivi per il servizio di consulenza e la struttura offerti da Promotica per la realizzazione della campagna nella sua interezza.

La somma di tali tre componenti di prezzo remunera tutti i servizi forniti da Promotica e che complessivamente considerati permettono di ottenere una campagna promozionale “chiavi in mano”.

#### 6.1.11 Fattori distintivi caratterizzanti l’Emittente

La Società ritiene che i principali vantaggi competitivi del proprio modello di *business* siano rappresentati dai seguenti fattori.

##### a. Esperienza quasi ventennale nel settore

La Società è attiva da quasi 20 anni nel mercato Loyalty, con un importante bagaglio di esperienze e competenze del proprio management e forti relazioni con gli attori operanti nel settore loyalty, sia lato clienti sia lato fornitori.

##### b. Ampio portafoglio di servizi offerti, approccio Taylor Made

La Società opera attraverso un approccio personalizzato taylor made e flessibile fornendo un portafoglio di campagne promozionali personalizzate sulla base delle specifiche richieste ed esigenze dei clienti e proponendosi come loro consulente per incrementare la loro base clienti e la fedeltà all’insegna.

##### c. Sviluppo di partnership con clienti di elevato standing

La Società sta proseguendo nello sviluppo di un portafoglio clienti che annovera primarie insegne attive principalmente nel settore della GDO, industriale, farmaceutico, finanziario e petrolifero e ampiamente conosciute a livello internazionale, e con la quale ha sviluppato un rapporto di partnership proponendo campagne ideate e progettate sulla base delle specifiche esigenze delle stesse ed interpretando i trend di mercato.

##### d. Fornitori quali eccellenze manifatturiere italiane con partnership nella progettazione dei prodotti

La Società vanta un portafoglio di fornitori di lunga data rappresentati da marchi di fama internazionale ed eccellenze manifatturiere italiane, che mettono a disposizione delle campagne loyalty i prodotti e i design più esclusivi. Promotica partecipa inoltre attivamente nella progettazione e nello scouting di nuovi prodotti fornendo valore aggiunto non solo ai clienti ma anche ai fornitori.

##### e. Capacità di integrarsi a monte attraverso acquisizioni

La Società ha dimostrato capacità di crescere integrandosi a monte attraverso acquisizioni da un lato di fornitori strategici che le permettono di internalizzare la produzione dei premi destinati alle campagne loyalty (si veda Ceramica Phoenix) e dall’altro di società che apportano le competenze di elaborazione di analisi e ricerche di mercato finalizzate all’ottimizzazione delle campagne loyalty (si veda Kiki Lab).

##### f. Capacità di riutilizzo dei prodotti resi riducendo al minimo gli invenduti

Grazie ad algoritmi proprietari per lo sviluppo della business intelligence interna, la Società cerca di ridurre al minimo i premi non redenti dai consumatori e conseguentemente i resi dai clienti a Promotica a fine campagna, pianificando il loro riutilizzo e valorizzandoli in nuove campagne, riducendo al minimo gli invenduti.

##### g. Business Intelligence interna a supporto della brand awareness delle insegne ed dell’engagement del consumatore

La Società dispone di una struttura di Business Intelligence, attraverso la piattaforma Royalty One Experience, il sistema informatico Syneto e l’analisi di big data, capace di migliorare la progettazione e l’andamento delle campagne oltre che profilare gli utenti e personalizzare la loro customer experience con l’obiettivo di supportare la brand awareness dell’insegna e il coinvolgimento del consumatore.

#### 6.1.12 Nuovi prodotti e/o servizi introdotti

Nell'ambito della propria operatività ordinaria Promotica dedica costante attenzione all'innovazione dei servizi e prodotti offerti, proponendo sempre nuove tipologie di campagne e puntando sempre più sulla digitalizzazione dei cataloghi per soddisfare le esigenze dei propri clienti, oltre che ideando e realizzando, in stretta collaborazione con i propri fornitori, nuovi premi che incontrino i gusti e le esigenze del consumatore finale.

Inoltre, a seguito della recente acquisizione di Kiki Lab, la Società ha rafforzato la propria offerta di servizi di consulenza strategica, formazione del personale ed attività di ricerca al fine di incrementare le vendite e le performance di aziende clienti attive nel retail di settori vari.

## 6.2 Principali mercati in cui opera la Società e posizione concorrenziale

### 6.2.1 Mercato di riferimento

#### 6.2.1.1 Il settore dei programmi Loyalty

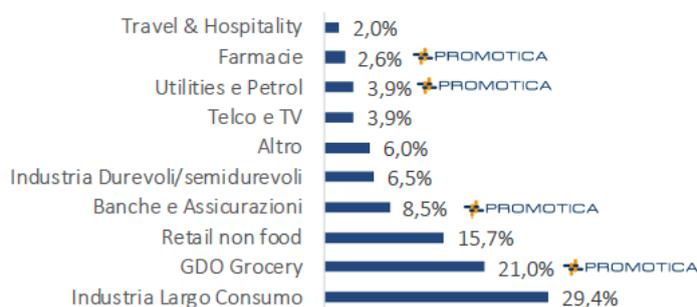
Il mercato di riferimento di Promotica è quello dei programmi di loyalty, che rappresentano un sottoinsieme della più generica attività di marketing. Il 53% delle aziende italiane ha un programma fedeltà.

Le aziende italiane che realizzano attività di Loyalty (con o senza un programma fedeltà formalizzato), sono costituite da 153 aziende che appartengono al settore industriale (per il 36%), al settore retail (per il 39%) e ad altri settori (per il 25%) con distribuzione per il 75% nel B2C e per il 25% nel B2B.

I principali attori che realizzano attività di Loyalty per i loro clienti sono attivi nel settore del largo consumo (per il 29,4%), nel settore della GDO alimentare (per il 21%) e nel settore Retail non Food (per il 15,7%).

Una misura della "salute" del programma loyalty è rappresentata dal tasso di attività dei suoi membri, vale a dire la percentuale di iscritti che è risultata attiva nel periodo di riferimento. Il tasso medio di attività dei programmi fedeltà italiani è del 40%.

Si include di seguito un grafico che rappresenta la distribuzione del fatturato Loyalty tra i vari settori merceologici con indicazione dei settori in cui è attiva Promotica, ed in particolare principalmente il settore della GDO alimentare, il settore bancario/assicurativo, il settore delle utility e petrolifero e il settore farmaceutico.



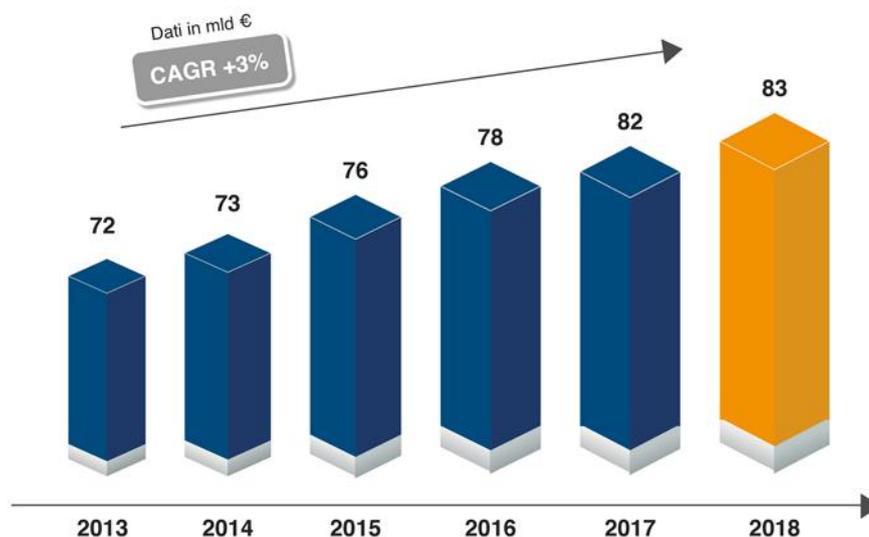
Fonte: Ricerca Dati, Valori e Fedeltà nelle aziende Italiane, 2019  
 Osservatorio Fedeltà, Università di Parma  
 Campione di 153 Brand Retailer Italiani

I clienti di Promotica sono principalmente attivi nella Grande Distribuzione Organizzata (con il 97% del fatturato) e per la restante parte (3%) nel settore industriale, farmaceutico, finanziario e petrolifero.

#### 6.2.1.2 La Grande Distribuzione Organizzata

Nel 2018 i ricavi aggregati dei maggiori operatori della GDO italiana, rappresentativi di circa il 95% del mercato della GDO nazionale a prevalenza alimentare, si sono assestati a 84,3 miliardi di euro, segnando un

incremento dell'1,9% sul 2017. Tale mercato ha mostrato una crescita solida con un tasso annuo composto nel periodo compreso tra il 2013 e il 2018 pari al 3%.



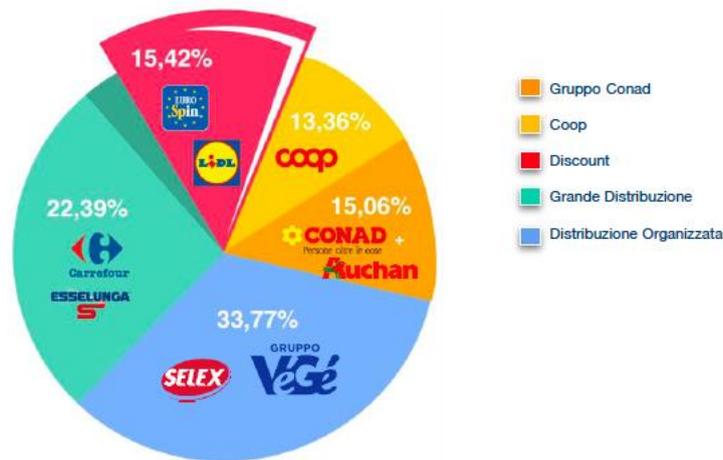
La GDO alimentare si suddivide in Distribuzione Organizzata (DO), costituita da punti vendita giuridicamente distinti ma legati da un rapporto di tipo associativo, e la Grande Distribuzione (GD), ossia catene di punti di vendita riconducibili a un unico soggetto giuridico. All'interno della DO, meritano trattazione distinta le due cooperative (Coop e Conad), mentre nella GD si segnalano operatori con specializzazione nei discount.

Coop è un sistema di Cooperative di consumatori, formato da 7 grandi Cooperative (con rete vendita presente su gran parte del territorio nazionale), 5 medie (operano su scala provinciale) e numerose piccole (1/2 punti vendita). Ciascuna Cooperativa ha ampio potere decisionale, ad eccezione di Nova Coop, Coop Lombardia, Coop Liguria che hanno autonomia limitata e sono sotto il controllo di Distretto Nord Ovest.

Conad è una società cooperativa, costituita da 7 Cooperative operanti in diverse aree d'Italia e da un Consorzio Nazionale, che insieme offrono un servizio mutualistico ai soci titolari dei punti vendita, al fine di favorire la loro affermazione sul mercato. Le Cooperative, tra cui le principali sono PAC 2000, Conad Nord Ovest, Conad Centro Nord, Conad Adriatico, Conad Sicilia, sostengono l'attività commerciale, amministrativa e logistica dei punti vendita associati, pur mantenendo quest'ultimi la propria responsabilità ed autonomia. Il Consorzio Nazionale presidia la strategia ed il marketing per tutto il sistema.

La GDO alimentare in Italia resta uno tra i mercati più atomizzati in Europa. I primi cinque operatori si spartiscono poco più della metà del mercato (55,5%).

La DO, che comprende le unioni volontarie ed i consorzi Selex, Végé, Despar, Agorà, Sun, Crai, C3 e D.It, rappresenta il 33,8% del mercato. Coop e Conad, rappresentano il 23,8% del mercato, quota destinata a salire al 28,4% per effetto della cessione nel 2019 delle attività italiane di Auchan a Conad; la GD (Esselunga, Carrefour, Gruppo Pam, Finiper-Unes) vale il 22,4% del totale; infine i discount Eurospin Italia, Lidl Italia, LilloMD, rappresentano il residuo 15,4% del mercato.



Le previsioni formulate prima dell'emergenza sanitaria COVID-19, indicavano fino al 2023 una crescita media annua per il settore della GDO dell'1,7% per l'Italia.

Durante la pandemia, la GDO italiana ha dovuto fronteggiare una fase di intensa attività. Fino a tutta la prima metà di aprile 2020 le vendite della GDO hanno segnato una crescita attorno al 10%. Gli incrementi maggiori hanno riguardato il traffico on-line, con punte del 200% tra marzo e aprile del 2020 rispetto al 2019.<sup>4</sup>

Secondo le stime del Management di Promotica gli Investimenti dei Player della GDO in Fidelizzazione sono pari circa all'1% del loro Fatturato.

### 6.2.1.3 I servizi e prodotti di Loyalty

La seguente tabella illustra le tipologie di servizi e prodotti in ambito Loyalty, con indicazione delle tipologie che vengono offerte anche da Promotica.



Fonte: Ricerca Dati, Valori e Fedeltà nelle aziende Italiane, 2019  
Osservatorio Fedeltà, Università di Parma  
Campione di 113 fornitori in ambito Loyalty Italiani

Tali servizi e prodotti mirano a soddisfare i seguenti bisogni della clientela:

- **Loyalty Strategy**, vale a dire le attività di definizione della strategia di fidelizzazioni: ricerche di mercato, financial modeling e Program Design (21% dei fornitori del campione);
- **Loyalty Management**, vale a dire la gestione del back office delle iniziative e dei programmi di Loyalty,

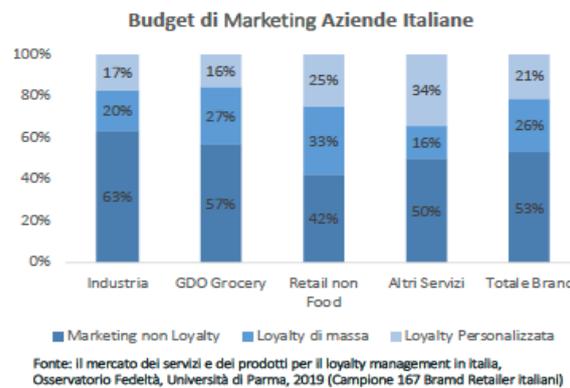
<sup>4</sup> Fonte: Osservatorio sulla Gdo italiana e i maggiori operatori stranieri – Mediobanca, 2020

tra queste gestione dati, CRM, Customer Intelligence, Call Center, Fulfillment dei premi, integrazione sistemi gestionali, rapporti con fornitori prodotti e servizi (21% dei fornitori del campione)

- **Loyalty Communication**, vale a dire la comunicazione ai clienti fidelizzati attraverso specifici canali, campaign management, creazione di contenuti, delivery dei messaggi nei canali, gestione e integrazione degli strumenti a supporto di tali attività (58% del campione)

#### 6.2.1.4 Gli investimenti in Loyalty e in programmi di fedeltà

Il seguente grafico riporta la suddivisione del Budget di Marketing per le 167 aziende italiane oggetto del campione (167), suddiviso tra attività di loyalty rivolte a tutta la clientela, di loyalty personalizzate, e marketing “non loyalty”.



Il seguente grafico riporta invece la suddivisione delle aziende italiane oggetto del campione (153), per percentuale investita in Programmi Fedeltà, in particolare:

- la maggior parte delle aziende (52,6%) tra lo 0,1 e lo 0,9% del proprio fatturato nel 2019;
- il 26,30% delle aziende investe tra l'1 e l'1,5%;
- il 18,2% investe più dell'1,6% del proprio fatturato, di queste il 3,90% investe oltre il 4% del proprio fatturato.

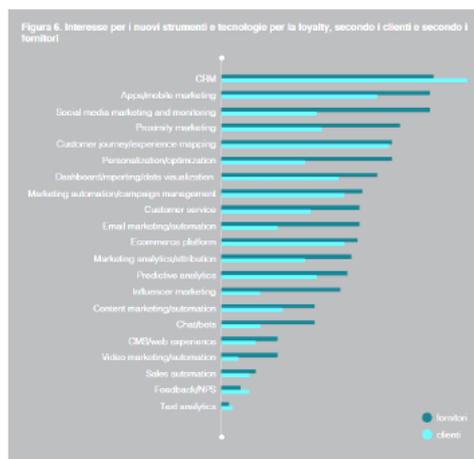


La percentuale di budget per la loyalty dedicata al ricorso ai fornitori esterni di SPF rimarrà stabile nei prossimi 2-3 anni, considerando il mercato nel suo complesso. Peraltro saranno soprattutto gli investimenti della GDO a rimanere stabili, mentre l'Industria ed il Retail non food dichiarano che spenderanno di più (4-5 punti percentuali) per l'outsourcing, mentre gli altri servizi investiranno meno (- 6 punti percentuali). Tutti confermano che continueranno a rivolgersi ad agenzie di comunicazione, fornitori di reward e premi e agenzie digital (Promotica). Aumenterà il ricorso a fornitori di soluzioni di marketing automation e strumenti di analytics e alle piattaforme di social e digital engagement (Promotica).

Una terza categoria di fornitori si affermerà nel mercato dei SPF nei prossimi anni: si tratta degli strumenti e servizi per la gestione del customer feedback, oggi presenti nel 42% delle aziende. Anch'essi saranno richiesti

in tutti i settori, ma decisamente dall'Industria e dal Retail non food.

In conclusione, presentiamo la visione dei fornitori circa gli strumenti e le tecnologie per la loyalty che più interessano ai propri clienti, confrontandola con l'opinione espressa dai clienti stessi, in generale vi è corrispondenza.



Fonte: il mercato dei servizi e dei prodotti per il loyalty management in Italia, Osservatorio Fedeltà, Università di Parma, 2019 (Campione 167 Brand Retailer italiani e 196 aziende fornitrici)

Area prioritaria di interesse rimane il CRM, seguita dal nuovo ambito del “customer journey/ experience mapping”. App/mobile marketing e social media monitoring sono al centro dell’attenzione ma la percezione è più forte presso i fornitori. Le applicazioni algoritmiche più avanzate (text analytics, video automation, chat/bots, content marketing/automation, marketing analytics) sono ancora esigenze isolate di alcuni clienti, mentre come è comprensibile, sono più marcatamente all’attenzione dei fornitori<sup>5</sup>.

## 6.2.2 Posizionamento competitivo

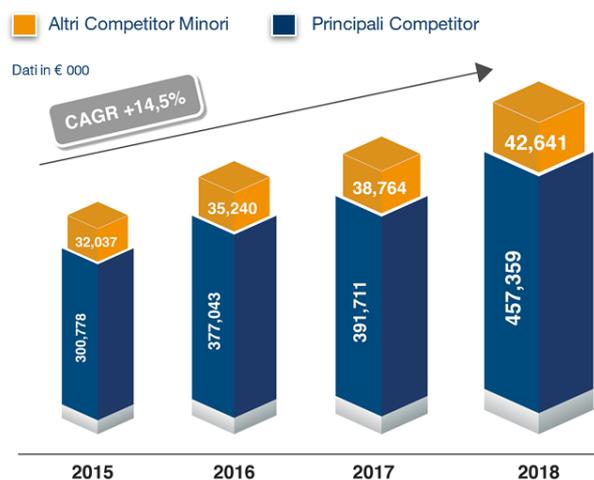
### 6.2.2.1 Contesto competitivo

L’Emittente opera in un contesto competitivo che vede la presenza di diversi player internazionali con un valore di mercato (pari alla somma dei fatturati dei competitor) pari a € 500 mln nel 2018 e un CAGR 2015-2018 pari al 14,5%.

In particolare, sulla base delle elaborazioni e delle valutazioni del Management di Promotica, i competitor attivi in Italia nel mercato Loyalty sono i seguenti: Jakala S.p.A., TCC Srl., Volponi S.p.A., Promotica Srl, EU Promotions Srl, Payback Italia Srl, Coro Marketing Srl e Brand Loyalty Italia S.p.A. oltre ad altri competitor minori.

La seguente tabella indica ricavi di vendita, CAGR e Quota di mercato di ognuno di tali principali player del mercato Engagement & Loyalty.

<sup>5</sup> Fonte: il mercato dei servizi e dei prodotti per il loyalty management in Italia, Osservatorio Fedeltà, Università di Parma, 2019 (Campione 167 Brand Retailer italiani e 196 aziende fornitrici)



PLAYER	Ricavi di Vendita	CAGR 2015-2018	Quota di mercato %
Jakala S.p.A.	173.103	+11,6%	34,6%
TCC Srl.	85.223	+13,7%	17,0%
Volponi S.p.A.	76.163	+35,5%	15,2%
<b>Promotica S.p.A.</b>	<b>41.480</b>	<b>+56,2%</b>	<b>8,3%</b>
EU. Promotions Srl	38.451	+23,0%	7,7%
Payback Italia Srl	19.070	+8,8%	3,8%
Coro Marketing Srl	12.526	-3,4%	2,5%
Brand Loyalty Italia S.p.A.	11.344	-25,4%	2,3%
Altri Competitor minori	42.641	+10,0%	8,5%
<b>Totale</b>	<b>500.000</b>	<b>+14,5%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Elaborazioni e valutazione del Management

DATI 2019 ad oggi disponibili:

TCC al 31.07.19: 78.681K€

Payback. Al 31.12.19: 19.583K

Eu Promotions al 31.12.19: 47.990K

Coro Marketing al 31.12.19: 13.476K

Brand Loyalty Italia 31.12.19: 17.919K

Il principale player è Jakala S.p.A., con una quota di mercato pari al 34,6%, che nel giugno 2019 ha acquisito il competitor Volponi S.p.A. che riportava una quota di mercato del 15,2% nel 2018. Segue The Continuity Company Srl («TCC Srl») con una quota di mercato del 17,0%. Promotica è al terzo posto con una quota di mercato dell'8,3%, ma evidenzia una crescita superiore ai peers: CAGR 2015-2018 pari al 56,2%.

La seguente tabella riassume i principali dati finanziari dei primi 10 player del mercato Engagement & Loyalty italiano secondo le stime del management della Società.

SOCIETÀ	FINANCIALS ('000 €)						
	RICAVI NETTI	CAGR RICAVI 2015-18	RICAVI PER ADDETTO	EBITDA	EBITDA %	PFN	PN
PROMOTICA*	37.020	+56,2%	1.481	3.851	10,4%	7.307	5.304
Seri Jakala	173.103	+11,6%	346	16.938	9,8%	78.975	32.465
tcc**	85.223	+13,7%	1.444	5.454	6,4%	-780	19.557
Volponi***	76.163	+35,5%	1.249	2.672	3,5%	-24.057	21.637
eu promotions	38.451	+23,0%	938	2.753	7,2%	2.940	6.054
PAYBACK	19.070	+8,8%	397	3	0,02%	-6.625	6.230
CORO MARKETING	12.526	-3,4%	626	548	4,4%	-2.125	3.855
brandloyalty	11.348	-25,4%	709	738	6,5%	2.580	4.417

Fonte: elaborazione del management

\* dati al 31/12/2019

\*\* Bilancio 1y al 31/07/2018

\*\*\* Acquisita a giugno 2019 da Jakala S.p.A.

### 6.3 Fatti importanti nell'evoluzione dell'attività dell'Emittente

La pandemia Covid-19 che ha colpito l'Italia, sin dalle prime settimane del 2020 per poi diffondersi più

capillarmente nei primi tre mesi e che ha colpito successivamente anche le prevalenti economie europee e non, ha avuto effetti anche sull'attività della Società.

Sin dal 22 febbraio 2020, la Società ha attuato tutte le disposizioni operative ed infrastrutturali per consentire ai dipendenti il lavoro in *smart working* attivando un adeguato flusso informativo per i dipendenti sulle misure anti contagio previste dai provvedimenti governativi e regionali.

Dal giorno 17 marzo 2020 tutte le sedi ed il magazzino della società sono rimasti chiusi con effettuazione del lavoro in *smart working* per le mansioni possibili e necessarie a garantire il contatto con clienti e fornitori; per gli altri dipendenti è stata attivata la cassa integrazione a ferie e permessi esauriti.

In data 04 maggio 2020, le sedi ed il magazzino della Società hanno riaperto con la presenza fisica di tutti i dipendenti per la sede di Desenzano del Garda e con la presenza solo in parte per la sede di Sarezzo; i dipendenti non rientrati in opera hanno proseguito con il ricorso alla cassa integrazione e, ove possibile, con l'utilizzo dei permessi e delle ferie.

Più in generale, durante la pandemia, la GDO italiana ha dovuto fronteggiare una fase di intensa attività. Fino a tutta la prima metà di aprile 2020 le vendite della GDO hanno segnato una crescita attorno al 10%. Gli incrementi maggiori hanno riguardato il traffico on-line, con punte del 200% tra marzo e aprile del 2020 rispetto al 2019.

In tale contesto il livello dei ricavi della Società non ne ha risentito; infatti, il fatturato dei primi sei mesi del 2020 ammonta ad euro 22,95 milioni, rispetto ad un fatturato riferito al medesimo periodo dell'anno precedente di euro 21,38 milioni<sup>6</sup>, quindi con un incremento del 7,34%.

#### **6.4 Strategie ed obiettivi**

Le linee guida strategiche della Società sono incentrate sia sulla crescita per linee interne sia sulla crescita per linee esterne.

##### Crescita per linee interne

In particolare, con riferimento alla crescita per linee interne i driver sono rappresentati dalla sempre maggiore specializzazione nelle campagne di rilevanza nazionale, dal consolidamento del fatturato con la clientela fidelizzata, dall'internalizzazione e dal potenziamento della business intelligence.

##### *Specializzazione nelle campagne di rilevanza nazionale*

In particolare, la Società intende incrementare l'offerta e la partecipazione a gare destinate all'assegnazione di campagne che per copertura territoriale e tipologia di promozione (come le *short collection*) hanno maggiore rilevanza nel mercato loyalty. Attraverso:

- una strategia commerciale push, con una serie di attività tattiche che consentono all'insegna potenziale cliente di testare le capacità della Società;
- lo sviluppo di esclusive di brand con cui incrementare la propria offerta ed aumentare le possibilità di aggiudicazione delle gare.

##### *Consolidamento del fatturato con la clientela fidelizzata*

---

<sup>6</sup> dato non certificato

In particolare, la Società intende:

- consolidare il fatturato attraverso le *short collection* storicamente realizzate verso il cliente Coop, facendo leva sulle relazioni industriali di lungo termine con le cooperative più grandi e sulla loro diversificazione territoriale che consente di frazionare il rischio su base annua;
- consolidare la quota di fatturato storicamente realizzata attraverso campagne di minore complessità, alcune delle quali promosse a favore di singoli CE.DI. dislocati a livello provinciale o locale.

#### *Internalizzazione*

La Società intende perseguire l'obiettivo di internalizzazione attraverso:

- l'inserimento di un nuovo referente commerciale interno per i mercati esteri;
- l'accordo con un nuovo agente plurimandatario posto a presidio del mercato tedesco;
- la concretizzazione dei primi contatti derivanti dall'attività di marketing svolta sul mercato dell'area Balcanica/Est Europa e sul mercato Asia-Pacifico.

#### *Potenziamento della business intelligence*

La Società intende perseguire il potenziamento dei processi di *big data analytics*, al fine di migliorare la conoscenza delle decisioni d'acquisto del consumatore (*customer engagement*), incrementare la capacità di progettazione e di monitoraggio delle campagne attraverso:

- l'acquisizione di specifiche piattaforme software;
- l'inserimento di nuove figure nell'area della Business Intelligence;
- la partnership con primari operatori del settore delle ricerche di mercato (si veda la recente acquisizione di Kiki Lab).

#### **Crescita per linee esterne (M&A)**

Con riferimento alla crescita per linee esterne, la Società intende valutare opportunità di integrazione attraverso acquisizioni di realtà industriali strategiche perseguendo:

- l'integrazione verticale con società target specializzate nella produzione di oggettistica per il settore casalinghi con un marchio conosciuto e quote consolidate nel mercato retail, con potenziale non ancora espresso in ambito Loyalty e con possibili effetti sinergici su entrambi i canali. Tale strategia consentirebbe di sviluppare prodotti di tendenza, avere un maggior controllo dei prezzi, valorizzare il brand in ambito loyalty, esercitare il controllo e l'utilizzo del marchio ed aumentare il paniere di offerta con cui concorrere nella selezione delle gare importanti; e
- l'integrazione orizzontale con target attive nei c.d. servizi collaterali quali *Artificial Intelligence*, *big data*, competenze di elaborazione di analisi e ricerche di mercato.

#### **6.5 Dipendenza dell'Emittente da brevetti o licenze, da contratti industriali, commerciali o finanziari, o da nuovi procedimenti di fabbricazione**

Fatta eccezione per quanto sotto riportato, alla Data del Documento di Ammissione non si segnala, da parte dell'Emittente, alcuna dipendenza da brevetti, marchi o licenze, da contratti industriali, commerciali o

finanziari.

In data 31 ottobre 2017, Promotica ha stipulato con Roialty S.r.l. un accordo di licenza di sviluppo e servizi di manutenzione, ai sensi del quale, a fronte del pagamento del corrispettivo dovuto per l'acquisto della licenza, ROIALTY ha concesso a Promotica un diritto d'uso personale, perpetuo, non esclusivo per l'uso e l'installazione del Software ROIALTY nella piattaforma «Royalty One Experience», la piattaforma utilizzata da Promotica per creare, gestire e monitorare cataloghi e concorsi online, con possibilità di cedere poi tale soluzione in sub-licenza ai clienti finali, fornendo altresì i relativi servizi di assistenza e manutenzione.

Infine, in data 14 agosto 2020 l'Emittente ha depositato i software "Promotica Estrazione (Versione 1.0)" e "Promotica Contest Manager (Versione 1.0)" a proprio nome presso la SIAE di Roma - Pubblico Registro Software, che ha attestato la relativa registrazione in data 26 agosto 2020.

#### *"Promotica Estrazione (Versione 1.0)"*

Promotica Estrazione è un software per computer che assolve la funzione di effettuare l'estrazione casuale di singole righe da un file di testo. Lo scopo principale per il quale è progettato è l'esecuzione delle estrazioni nell'ambito di concorsi a premio come alternativa all'utilizzo di metodi tradizionali (es. pallottoliere, urna). Il software una volta avviato mostra una finestra che permette di indicare le seguenti informazioni, compilando gli appositi campi di testo, preimpostati di default con il numero "1":

1. Il numero di righe da estrarre (A)
2. Il numero di estrazioni di riserva da effettuare (B)
3. Il numero di righe da estrarre per ogni estrazione di riserva (C)
4. Il numero di righe iniziali da saltare (D)

Una volta effettuata la selezione del file di input, il software mostra in un apposito campo di testo il numero dei "dati" ovvero delle righe contenute del file in modo da permettere il controllo sulla corretta lettura/interpretazione del file.

Quindi cliccando sul pulsante "Estrai!" il software inizia il processo di estrazione. Ripete per il numero di volte indicato nel campo prima denominato "A" i seguenti passaggi:

1. estrazione casuale di un numero compreso tra il numero "D" ed il numero totale di righe del file.
2. se il numero estratto non è già stato inserito nell'elenco degli estratti allora lo aggiunge a tale elenco e immediatamente aggiunge al file Microsoft Excel predisposto per l'output il contenuto della riga del file di input corrispondente al numero estratto. Se invece il numero estratto è già stato precedentemente inserito nell'elenco degli estratti allora effettua nuova estrazione e ripete il punto 2 (fino a che non viene individuato un numero non ancora estratto)

Quindi ripete per il numero di volte prima denominato "B" crea un nuovo foglio nel file Excel di output e l'estrazione di un numero di righe pari al numero prima denominato "C" allo stesso modo prima descritto per l'estrazione principale, il contenuto delle righe del file di input così individuate vengono aggiunte al nuovo foglio di volta in volta creato.

#### *"Promotica Contest Manager (Versione 1.0)"*

Il software in oggetto è un web service progettato per gestire il backend di più concorsi a premi come definiti

nel D.P.R. 430/2001. Il software gestisce i concorsi secondo quanto previsto dalla normativa italiana ed è stato progettato tenendo in considerazione le linee guida indicate dal MISE.

Le funzionalità disponibili sono le seguenti:

1. Attivazione di un contest impostando le variabili richieste come ad esempio la data di partenza, la data termine, ecc.
2. Gestione degli utenti: creazione, aggiornamento e cancellazione degli utenti che partecipano al singolo concorso. L'oggetto utente è versionato per cui ogni modifica apportata all'utente non comporta la perdita delle informazioni contenute nel passato consentendo di poter risalire in qualsiasi momento ai dati associati dall'utente al momento della partecipazione.
3. Gestione del titolo di partecipazione al concorso sotto forma di codice univoco alfanumerico. Le funzionalità sono:
  - verificare la validità di un codice
  - verificare se il codice non è stato ancora giocato;
  - "obliterare" un codice per renderlo inutilizzabile una seconda volta.
4. Tracciamento delle attività eseguite da un utente in un determinato concorso con la possibilità di estrarre tale registro.

Il software è stato progettato per essere utilizzato in un'architettura a microservizi consentendone la scalabilità orizzontale e permettendone l'utilizzo in concorsi su scala nazionale e internazionale.

Il software consente di memorizzare i dati anagrafici pseudonimizzati in modo da proteggere i dati rilevanti salvati in caso di data breach.

## 6.6 *Informazioni relative alla posizione concorrenziale dell'Emittente nei mercati in cui opera*

Il Documento di Ammissione contiene dichiarazioni di preminenza sul posizionamento dell'Emittente, valutazioni di mercato e comparazioni con i concorrenti, formulate, ove non diversamente specificato, dalla stessa Emittente sulla base della specifica conoscenza del settore di appartenenza, della propria esperienza nonché di dati pubblici.

Per maggiori dettagli sul posizionamento concorrenziale dell'Emittente e del Gruppo, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2.2.

## 6.7 *Investimenti*

### 6.7.1. Investimenti effettuati dall'Emittente fino al 30 giugno 2020

Il presente Paragrafo riporta l'analisi degli investimenti effettuati dall'Emittente in immobilizzazioni materiali, immateriali e finanziarie nell'esercizio 2018, nell'esercizio 2019 e nel corso del primo semestre 2020.

Investimenti in:	31/12/2018	31/12/2019	30/06/ 2020
Immobilizzazioni immateriali	448.812	333.238	299.718

Immobilizzazioni materiali	443.756	622.482	616.450
Immobilizzazioni finanziarie	1.513.400	3.222.917	3.672.911
Totale investimenti	2.405.971	4.178.637	4.589.079

Al 31 dicembre 2019 le immobilizzazioni immateriali sono principalmente rappresentate dall'avviamento, originatosi nell'esercizio 2015 a seguito dell'operazione di fusione per incorporazione inversa con la società incorporata/controlante HO.D.T. S.r.l.. Il decremento delle altre voci che compongono le immobilizzazioni immateriali è interamente riconducibile alle quote di ammortamento annue.

Le immobilizzazioni materiali sono composte principalmente dai terreni e fabbricati di proprietà della società. Il decremento da un esercizio all'altro è rappresentato dalla quota di ammortamento. La voce include altresì «Altri beni», costituiti da mobili e arredi, macchine elettroniche d'ufficio e autovetture di proprietà della società e le «immobilizzazioni in corso e acconto» che si riferiscono all'acconto di 200 migliaia di Euro versato per l'acquisto di un immobile sito nel Comune di Desenzano del Garda in località Cremaschina.

Le immobilizzazioni finanziarie includono le partecipazioni, crediti finanziari, crediti per depositi cauzionali e attività per strumenti finanziari derivati attivi (OTC a copertura di tassi variabili).

Al 30 giugno 2020 le variazioni nelle immobilizzazioni immateriali e materiali sono connesse con i processi di ammortamento a cui esse sono sottoposte a alle acquisizioni del periodo.

L'andamento dei crediti e debiti commerciali è connessa con il mantenimento dei ricavi ad un livello in linea con l'incremento registrato nell'esercizio in precedente. La variazione positiva delle scorte di magazzino è invece connessa all'approvvigionamento di beni per un'importante campagna loyalty il cui avvio è previsto nel secondo semestre.

Di seguito si illustra la percentuale delle immobilizzazioni immateriali, materiali e finanziarie rispetto al totale degli impieghi e al totale delle immobilizzazioni al 31/12/2019 e al 30/06/2020:

	31/12/2019	30/06/2020
Immobilizzazioni immateriali su totale impieghi	1,12%	0,86%
Immobilizzazioni immateriali su totale immobilizzazioni	7,97%	6,53%
Immobilizzazioni materiali su totale impieghi	2,09%	1,77%
Immobilizzazioni materiali su totale immobilizzazioni	14,90%	13,43%
Immobilizzazioni finanziarie su totale impieghi	10,81%	10,53%
Immobilizzazioni finanziarie su totale immobilizzazioni	77,13%	80,04%

#### 6.7.2. Investimenti dell'Emittente in corso di realizzazione

Alla data del Documento di Ammissione gli investimenti in corso di realizzazione che l'Emittente ha posto in essere ammontano a circa Euro 500 migliaia e sono principalmente riconducibili all'acquisto di un'autovettura (per Euro 20.000) e della partecipazione in Kiki Lab (per Euro 480.000).

Per maggiori informazioni sull'acquisto della partecipazione in Kiki Lab si veda il Capitolo 17, Paragrafo 17.4 del presente Documento di Ammissione.

#### 6.7.3. Investimenti futuri dell'Emittente

Con riferimento agli investimenti futuri si segnala che l'Emittente ha sottoscritto un accordo preliminare di compravendita con Propri Immobiliare Srl avente ad oggetto un appartamento con relativa autorimessa nell'ambito del complesso realizzato nel Comune di Desenzano del Garda in località Cremaschina per un

importo di Euro 430.000, di cui Euro 200.000 già versati alla firma del preliminare. Il pagamento del restante importo di Euro 230.000 dovrà essere effettuato entro il 31/12/2020. Tale immobile sarà destinato ad uso foresteria a disposizione dei clienti di Promotica.

Inoltre l'Emittente ha sottoscritto un contratto relativo alla ripresa ed al completamento nel secondo semestre del 2020 dell'implementazione del software SAP Business One, un software di gestione aziendale progettato per le piccole e medie imprese, che mira ad automatizzare le funzioni aziendali chiave in ambito finanziario, operativo e delle risorse umane. L'importo relativo a tale progetto è pari ad Euro 50.000.

#### **6.8** *Problematiche ambientali*

Alla Data del Documento di Ammissione, la Società non svolge un'attività tale da costituire un rischio potenziale per l'ambiente e non sussistono problematiche ambientali tali da influire in maniera significativa sull'utilizzo delle immobilizzazioni materiali.

## 7 STRUTTURA ORGANIZZATIVA

### 7.1 *Gruppo di appartenenza*

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è soggetta all'attività di direzione e coordinamento da parte di alcuna altra società.

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente è interamente detenuto da Diego Toscani, che ricopre altresì la carica di Amministratore Delegato e Presidente del Consiglio di Amministrazione.

### 7.2 *Società partecipate dall'Emittente*

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente detiene l'intera quota del capitale sociale della società Kiki Lab S.r.l., una società a responsabilità limitata costituita ai sensi del diritto italiano, con sede legale in Brescia (BS), via Creta n. 26, C.F./P. IVA 03611980172, REA 426862, iscritta alla Camera di Commercio di Brescia, capitale sociale pari ad Euro 50.000 i.v., che offre servizi di consulenza strategica, formazione del personale ed attività di ricerca al fine di incrementare le vendite e le performance di aziende clienti attive nel retail di settori vari. Nel 2019 il valore della produzione di Kiki Lab è stato di 430 migliaia di Euro, con un EBITDA pari a -42 migliaia di Euro e un Risultato Netto di - 36 migliaia di Euro; la PFN è stata di -26 migliaia di Euro con un Patrimonio Netto di 364 migliaia di Euro.

Inoltre, dal mese di agosto 2019, la Società detiene una partecipazione pari all'11,38% nella società Ceramica Phoenix S.r.l., una società a responsabilità limitata costituita ai sensi del diritto italiano, con sede legale in Gallese (VT) strada Provinciale 150 - località Felceti snc, C.F./P. IVA 02176060560, REA VT-158527, iscritta alla Camera di Commercio di Viterbo, capitale sociale pari ad Euro 1.098.600,00 i.v., che produce ceramiche per la tavola interamente made in Italy.

Alla data del Documento di Ammissione, l'Emittente non detiene partecipazioni in altre società o enti.

## 8 CONTESTO NORMATIVO

### 8.1 *La disciplina a livello europeo*

#### Normativa in materia di manifestazioni a premio

Il settore delle manifestazioni a premio in Italia è normato dal D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 “*Regolamento concernente la revisione organica della disciplina delle operazioni e dei concorsi a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali ai sensi dell’art. 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449*”.

In particolare, ai sensi dell’art. 1 del citato provvedimento i concorsi e le operazioni a premi consistono nella promessa di premi al pubblico diretta a favorire, nel territorio italiano, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne o marchi o la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi, aventi, comunque, fini anche in parte commerciali. Per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari si applicano le disposizioni degli articoli 1989, 1990 e 1991 del codice civile (Promessa al Pubblico).

I concorsi e le operazioni a premio non possono avere durata superiore, rispettivamente, a uno e a cinque anni dalla data di inizio degli stessi, in cui sono compresi, rispettivamente, le fasi relative all'individuazione dei vincitori e il termine ultimo per richiedere il premio. I premi messi in palio sono consegnati agli aventi diritto entro il termine di sei mesi dalla conclusione della manifestazione o dalla data di richiesta dei premi stessi ( a seconda della fattispecie).

Le manifestazioni a premio possono essere svolte a favore dei consumatori finali, clienti, prospect, o di altri soggetti quali i rivenditori, gli intermediari, i concessionari, i collaboratori e i lavoratori dipendenti.

Le attività relative allo svolgimento delle manifestazioni a premio sono effettuate nel territorio dello Stato ad eccezione delle attività connesse al confezionamento dei prodotti realizzate al di fuori del detto territorio; viene concessa, con determinate condizioni, la partecipazione attraverso sistemi informatici allocati al di fuori del territorio nazionale.

L’Emittente, in particolare, è attivo nell’organizzazione e gestione, per conto dei promotori, sia di Concorsi a Premi, che di Operazioni a premio.

Le operazioni a premi sono, ai sensi dell’art. 3 del succitato DPR, le manifestazioni pubblicitarie che prevedono: (i) le offerte di premi a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato quantitativo di prodotti o di servizi e ne offrono la documentazione raccogliendo e consegnando un certo numero di prove documentali di acquisto, anche su supporto magnetico ed eventualmente, qualora la meccanica lo preveda, aggiungendo un contributo in denaro (non superiore al 75% del costo del prodotto o servizio, sostenuto dalla ditta promotrice, al netto dell’imposta sul valore aggiunto; (ii) le offerte di un regalo a tutti i coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio.

I concorsi a premi hanno natura diversa dalle operazioni a premi in quanto sono quelle attività nelle quali solo alcuni hanno accesso ai premi, sulla base della sorte, abilità o graduatoria; i concorsi a premi, a differenza delle operazioni a premi, possono anche non prevedere l’acquisto (o vendita) di prodotti/servizi ai fini della partecipazione.

I premi messi in palio dai promotori possono consistere in beni, servizi, sconti di prezzo e documenti di legittimazione di cui all’articolo 2002 del codice civile, suscettibili di valutazione economica, escluso il denaro, i

titoli dei prestiti pubblici e privati, i titoli azionari, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento e le polizze di assicurazione sulla vita.

I concorsi e le operazioni a premio possono essere effettuati soltanto da imprese produttrici o commerciali fornitrici o distributrici dei beni o dei servizi promozionati e dalle organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico tra imprese costituite sotto forma di consorzi e di società anche cooperative. I soggetti promotori possono delegare agenzie di promozione od operatori professionali a rappresentarli in tutti gli adempimenti relativi alle manifestazioni, compresa la domiciliazione e la conservazione di tutta la documentazione nel territorio dello Stato, nonché a prestare la dovuta cauzione, ove necessaria.

In particolare, ai sensi dell'art. 7, al fine di garantire l'effettiva corresponsione dei premi promessi, i soggetti che intendono svolgere una manifestazione a premio prestano cauzione a favore del MISE in misura pari, in caso di operazioni a premi, al 20% del valore complessivo del montepremi stimato, ed in caso di concorsi a premi, al 100% del montepremi; la cauzione non è dovuta esclusivamente nel caso di operazione a premi qualora il premio sia corrisposto contestualmente all'atto dell'acquisto del prodotto o del servizio promozionato. Nei casi in cui non sia possibile stabilire sin dall'origine il valore complessivo dei premi da assegnare, lo stesso è determinato in via presuntiva sulla base dei risultati di analoghe manifestazioni effettuate in precedenza e della stima delle vendite attese dei beni o dei servizi promozionati e delle adesioni dei promissari calcolate in base a criteri statistici.

La cauzione solitamente viene prestata a mezzo di fideiussione bancaria o assicurativa, su format testuale fornito dal Ministro dello Sviluppo Economico, la quale va redatta in bollo con autentica della firma del fideiussore.

Nei soli concorsi a premi, la parte del montepremi non erogata per mancanza o irreperibilità dei vincitori, deve essere obbligatoriamente devoluta ad una ONLUS; è possibile (qualora il promotore lo ritenga opportuno, e senza alcun obbligo in tale senso a suo carico) devolvere alla ONLUS materiale alternativo al montepremi non assegnato, che dovrà comunque consistere in beni o servizi (non denaro, anche per le ONLUS vige tale veto).

Nelle operazioni a premi, e nei rari casi di concorsi con montepremi presunto, nei quali il montepremi è frutto di una stima, la cauzione prestata va adeguata in corso di manifestazione qualora, in base all'andamento della manifestazione stessa, l'importo originario si riveli non sufficiente a garantire la corresponsione dei premi.

Al termine di scadenza della fideiussione, la stessa si svincola; qualora la manifestazione a premi venga definita vietata, è possibile che il MISE disponga l'incameramento della cauzione.

Ai sensi dell'art. 10, i soggetti che intendono svolgere una manifestazione a premio ne danno comunicazione diretta, o attraverso soggetto delegato, prima dell'inizio, al Ministero dello Sviluppo Economico mediante compilazione e trasmissione di apposito modulo, dallo stesso predisposto, fornendo quanto la fattispecie richiede:

- per i concorsi il regolamento, eventuale documentazione necessaria documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione
- per le operazioni a premi con premio con collezionamento o premio differito solo la documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione;

Per le operazioni a premi con premio immediato, non essendo sottoposte ad obbligo di cauzione, non è dovuta alcuna comunicazione al MISE.

Per le operazioni a premio in generale, il regolamento NON va mai inviato al MiSE, ma deve essere redatto ed autenticato da notaio ai fini della definizione della data certa e conservato presso il promotore o il soggetto delegato per un anno dopo la fine dell'attività.

Eventuali modifiche al regolamento dei concorsi sono notificate al Ministero dello Sviluppo Economico, mentre per le operazioni a premi va redatta una modifica al regolamento originario, predisposta con le medesime modalità di redazione del documento originale (autentica firma da notaio).

Laddove le modifiche prevedano un allungamento del periodo, dovrà essere adeguata anche la relativa cauzione (ove dovuta) ed effettuata la notifica di notifica al MiSE.

Le modifiche al regolamento, sia in caso di concorsi che di operazioni a premi, vanno comunicate al pubblico con le stesse modalità della comunicazione del regolamento originario.

E' vietato pubblicizzare e svolgere concorsi a premio prima dell'effettuazione di quanto previsto dalla norma, ed in difformità dal regolamento, e sue eventuali modifiche.

Ai sensi dell'art. 11, il regolamento delle operazioni e dei concorsi a premio è messo a disposizione del consumatore per una corretta informazione. Esso contiene l'indicazione del soggetto o dei soggetti promotori, della durata, dell'ambito territoriale, delle modalità di svolgimento della manifestazione, della natura e del valore indicativo dei singoli premi messi in palio, del termine della consegna degli stessi, nonché (per i soli concorsi a premi) delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10, comma 5, alle quali devolvono i premi non richiesti o non assegnati, diversi da quelli rifiutati.

Nei soli concorsi a premi, tutte le fasi di assegnazione dei premi (estrazioni, assegnazioni, giurie etc) devono avvenire in presenza di Funzionario a tutela della fede pubblica della CCIAA competente, o Notaio

A fine manifestazione a premi:

- per i concorsi a premi va redatto apposito verbale di chiusura in presenza di Funzionario a tutela della fede pubblica della CCIAA competente, o Notaio; il verbale va poi notificato al MiSE tramite Prema On Line
- per le sole operazioni a premi con collezionamento o con premio differito va redatta apposita dichiarazione di chiusura che va poi notificata al MiSE tramite Prema On Line.

Ai sensi dell'art. 12, il Ministero dello Sviluppo Economico esercita l'attività di controllo sui concorsi e sulle operazioni a premio. Tale attività è svolta d'ufficio sui concorsi a premi in fase di notifica, a campione sulle operazioni a premio in fase di notifica, e su entrambi in caso di segnalazione di soggetti interessati.

La gestione di una manifestazione a premi comporta per il Promotore anche:

- una precisa e complessa gestione contabile e fiscale dei premi, sia in termini di contabilizzazione degli stessi, che per gli oneri fiscali (a carico del promotore o del vincitore, a seconda della fattispecie) che ne derivano
- una particolare gestione dei dati ai quali il promotore e chi per esso accede per le fasi di gestione operativa
- una puntuale e chiara comunicazione ai destinatari delle modalità di svolgimento e di consultazione del

regolamento.

## 8.2 Normativa in tema di Piccole Medie Imprese (PMI) Innovative

Il D.L. 24 gennaio 2015, n. 3 (c.d. “**Investment Compact**”), convertito dalla Legge 24 marzo 2015, n. 33, definisce le PMI Innovative come le piccole e medie imprese, ai sensi della raccomandazione 2003/361/CE, in possesso dei seguenti requisiti:

- occupano meno di 250 persone (lavoratori dipendenti) e il cui fatturato annuo (Ricavi della produzione) non supera Euro 50 milioni oppure il cui totale di stato patrimoniale attivo non supera Euro 43 milioni. Si evidenzia che nel calcolo dimensionale della PMI rientrano anche i dati relativi alle imprese in cui la società detiene delle partecipazioni qualificate;
- hanno la residenza in Italia o in uno degli Stati membri dell’Unione Europea o in Stati aderenti all’accordo sullo Spazio Economico Europeo, purché abbiano una sede produttiva o una filiale in Italia;
- hanno sottoposto a certificazione l’ultimo bilancio e l’eventuale bilancio consolidato redatto da un revisore contabile o da una società di revisione iscritti nel registro dei revisori contabili;
- sono società non quotate nel mercato regolamentato; sono società non quotate nel mercato regolamentato;
- non sono iscritte al registro imprese nella sezione speciale delle Start Up Innovative previsto dal D.L. n. 179/2012;
- posseggono almeno due dei seguenti requisiti:
  - volume di spesa in ricerca, sviluppo e innovazione in misura uguale o superiore al tre per cento della maggiore entità fra totale dei costi e valore della produzione della PMI Innovativa, le cui spese risultano dall’ultimo bilancio approvato e sono descritte in nota integrativa;
  - impiego come dipendenti o collaboratori a qualsiasi titolo, in percentuale uguale o superiore al quinto della forza lavoro complessiva, di personale in possesso di titolo di dottorato di ricerca o che sta svolgendo un dottorato di ricerca presso un’università italiana o straniera, oppure in possesso di laurea e che abbia svolto, da almeno tre anni, attività di ricerca certificata presso istituti di ricerca pubblici o privati, in Italia o all’estero, ovvero, in percentuale uguale o superiore a un terzo della forza lavoro complessiva, di personale in possesso di laurea magistrale;
  - titolarità, anche quale depositaria o licenziataria di almeno una privativa industriale, relativa a una invenzione industriale, biotecnologica, a una topografia di prodotto a semiconduttori o a una nuova varietà vegetale ovvero titolarità dei diritti relativi ad un programma per elaboratore originario registrato presso il Registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore, purché tale privativa sia direttamente afferente all’oggetto sociale e all’attività di impresa. Le PMI Innovative, ricevuta la relativa registrazione, sono iscritte in una apposita sezione speciale presso il competente Registro delle Imprese.

Al fine di ottenere e mantenere la qualifica di PMI Innovativa, l’Emittente, tra le altre cose, deve rispettare almeno due dei requisiti di cui all’articolo 4, comma 1, lettera e), del D.L. 24 gennaio 2015, n. 3. A tal riguardo l’Emittente ha ottenuto la qualifica di PMI Innovativa in quanto, conformemente alla normativa sopra

citata, oltre ai requisiti base obbligatori, possiede i seguenti due requisiti aggiuntivi: (i) forza lavoro costituita, per almeno 1/3 del totale, da personale con laurea magistrale e (ii) titolarità (anche mediante deposito o licenza) di due software registrati.

#### *Incentivi fiscali per investimenti in PMI Innovative*

In forza del rinvio effettuato dall'art. 4, comma 9, del D.L. 24 gennaio 2015, n. 3, convertito dalla Legge 24 marzo 2015, n. 33, all'art. 29 del D.L. 18 ottobre 2012, n. 179, convertito, con modificazioni, dalla Legge 17 dicembre 2012, n. 221 e secondo quanto disposto dall'art. 4 del decreto attuativo del Ministero dell'economia e delle Finanze del 7 maggio 2019, a decorrere dal periodo d'imposta successivo al 31 dicembre 2016, gli investimenti agevolati (così come definiti dall'art.3 del decreto attuativo del Ministero dell'economia e delle Finanze del 7 maggio 2019) - diretti o indiretti (tramite OICR o altra società di capitali che investa prevalentemente in PMI Innovative) - in una o più "PMI Innovative Ammissibili":

(i) se effettuati da soggetto passivo IRPEF, sono detraibili dall'imposta lorda nella misura del 30% dell'investimento fino a un massimo investito - in ciascun periodo di imposta - pari a Euro 1 milione e

(ii) se effettuati da un soggetto passivo IRES, sono deducibili ai fini del calcolo dell'imposta nella misura del 30% dell'investimento fino a un massimo investito - in ciascun periodo di imposta - pari a Euro 1,8 milioni.

Qualora le detrazioni (o deduzioni IRES) spettanti siano di ammontare superiore all'imposta lorda (o al reddito complessivo dichiarato), l'eccedenza può essere riportata in avanti in detrazione dalle imposte dovute (o computata in aumento dell'importo deducibile dal reddito complessivo) nei periodi di imposta successivi ma non oltre il terzo, fino a concorrenza del suo ammontare.

Ai sensi dell'art. 1 del Decreto del Ministero dell'economia e delle Finanze del 7 maggio 2019, sono definite "PMI Innovative Ammissibili" le PMI Innovative che: (i) rientrano nella definizione di PMI Innovativa di cui all'art. 4, comma 1, del D.L. 24 gennaio 2015, n. 3, anche non residenti in Italia purché in possesso dei medesimi requisiti, ove compatibili, a condizione che le stesse siano residenti in Stati membri dell'Unione europea o in Stati aderenti all'Accordo sullo Spazio Economico Europeo e abbiano una sede produttiva o una filiale in Italia; (ii) ricevono l'investimento iniziale a titolo della misura anteriormente alla prima vendita commerciale su un mercato o entro sette anni dalla loro prima vendita commerciale. Le PMI Innovative, dopo il periodo di sette anni dalla loro prima vendita commerciale, sono considerate ammissibili in quanto ancora in fase di espansione o nelle fasi iniziali di crescita: 1) fino a dieci anni dalla loro prima vendita commerciale, se attestano, attraverso una valutazione eseguita da un esperto esterno, di non aver ancora dimostrato a sufficienza il loro potenziale di generare rendimenti; 2) senza limiti di età, se effettuano un investimento in capitale di rischio sulla base di un business plan relativo ad un nuovo prodotto o a un nuovo mercato geografico che sia superiore al 50 per cento del fatturato medio annuo dei precedenti cinque anni, in linea con l'art. 21, paragrafo 5, lettera c), del Regolamento (UE) n. 651/2014.

Le agevolazioni spettano fino ad un ammontare complessivo dei conferimenti ammissibili nei periodi d'imposta di vigenza del regime agevolato non superiore a Euro 15 milioni per ciascuna PMI Innovativa Ammissibile. Ai fini del calcolo di tale ammontare massimo rilevano tutti i conferimenti agevolabili ricevuti dalla PMI Innovativa Ammissibile nei periodi di imposta di vigenza del regime agevolativo.

L'art. 5 del citato decreto attuativo riporta le condizioni per beneficiare delle agevolazioni:

1. ricevimento e conservazione, da parte dell'investitore, di una certificazione della PMI Innovativa Ammissibile, che attesti di non avere superato il limite massimo di conferimenti ammissibili di Euro 15 milioni, ovvero, se superato, l'importo per il quale spetta la deduzione o detrazione, da rilasciare entro sessanta giorni dal conferimento ovvero entro novanta giorni dalla pubblicazione del Decreto nella Gazzetta Ufficiale;
2. ricevimento e conservazione, da parte dell'investitore, di copia del piano di investimento della PMI Innovativa Ammissibile, contenente informazioni dettagliate sull'oggetto della prevista attività della medesima impresa, sui relativi prodotti, nonché sull'andamento, previsto o attuale, delle vendite e dei profitti.

Per la PMI Innovativa Ammissibile, dopo il periodo di sette anni dalla prima vendita commerciale, al piano di investimento si deve allegare: (i) per un'impresa fino a dieci anni dalla prima vendita commerciale, una valutazione eseguita da un esperto esterno che attesti che l'impresa non ha ancora dimostrato il potenziale di generare rendimenti o l'assenza di una storia creditizia sufficientemente solida e di non disporre di garanzie; (ii) per un'impresa senza limiti di età, un *business plan* relativo ad un nuovo prodotto o a un nuovo mercato geografico che sia superiore al 50 per cento del fatturato medio annuo dei precedenti cinque anni, in linea con l'art. 21, paragrafo 5, lettera c), del Regolamento (UE) n. 651/2014. Si rimanda all'art. 5 del citato decreto attuativo per un'elencazione di tutte le fattispecie coperte dalla normativa in esame.

La cessione, anche parziale, a titolo oneroso, della partecipazione nella PMI Innovativa prima del decorso di tre anni, così come la riduzione del capitale, il recesso, l'esclusione o la perdita dei requisiti, comportano la decadenza dal beneficio e l'obbligo per il contribuente (i) di restituire l'importo detratto, unitamente agli interessi, se l'investitore è un soggetto passivo IRPEF, e (ii) di recuperare a tassazione l'importo dedotto maggiorato degli interessi legali, se l'investitore è un soggetto passivo IRES.

Per maggiori dettagli circa l'applicazione della normativa in esame si rimanda al decreto attuativo del Ministero dell'economia e delle Finanze del 7 maggio 2019.

Per maggiori informazioni sulla spettanza o fruibilità delle agevolazioni fiscali previste dalla normativa sopra descritta, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 4, Paragrafo 4.1.4 del Documento di Ammissione.

## 9 INFORMAZIONI SULLE TENDENZE PREVISTE

### 9.1 *Tendenze nell'andamento della produzione, delle vendite e delle scorte e nell'evoluzione dei costi e dei prezzi di vendita.*

Dalla data di chiusura dell'esercizio al 31 dicembre 2019 alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è a conoscenza di particolari informazioni su tendenze che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive dell'Emittente medesimo.

### 9.2 *Tendenze, incertezze, richieste, impegni o fatti noti che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive della Emittente almeno per l'esercizio in corso*

Oltre a quanto indicato nella Sezione Prima, Capitolo 4 "Fattori di Rischio", alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è a conoscenza di tendenze, incertezze, richieste, impegni o fatti noti che potrebbero ragionevolmente avere ripercussioni significative sulle prospettive dell'Emittente.

## 10 PREVISIONI O STIME DEGLI UTILI

### 10.1 *Dati previsionali relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020*

Nell'ambito dell'elaborazione del Piano Industriale, l'Emittente ha redatto una situazione previsionale al 31 dicembre 2020 (i "Dati Previsionali 2020")<sup>7</sup>.

I Dati Previsionali 2020 sono stati predisposti in conformità ai Principi Contabili Italiani, omogenei a quelli utilizzati dall'Emittente per la redazione del bilancio chiuso al 31 dicembre 2019 e della situazione semestrale al 30 giugno 2020, da cui sono tratte le informazioni finanziarie selezionate contenute nella Sezione Prima, Capitolo 3, del Documento di Ammissione.

I Dati Previsionali 2020 sono basati su ipotesi concernenti eventi futuri per loro natura soggetti ad incertezza e quindi non controllabili da parte degli Amministratori. I Dati Previsionali 2020 sono stati elaborati in ottica "pre-money", non prendendo quindi in considerazione i flussi rivenienti dall'Aumento di Capitale.

I Dati Previsionali 2020 sono, inoltre, basati su un insieme di azioni già intraprese i cui effetti però si manifesteranno nel futuro e su un insieme di stime ed ipotesi relative alla realizzazione di eventi futuri e di azioni che dovranno essere intraprese da parte degli amministratori dell'Emittente. Tali stime e ipotesi includono, tra le altre, assunzioni ipotetiche, soggette ai rischi e alle incertezze che caratterizzano l'attuale scenario macroeconomico, relative ad eventi futuri ed azioni degli amministratori che non necessariamente si verificheranno, e ad eventi ed azioni sui quali gli amministratori non possono, o possono solo in parte, influire circa l'andamento delle principali grandezze patrimoniali, economiche e finanziarie o di altri fattori che ne influenzano l'evoluzione (nel complesso le "Assunzioni Ipotetiche"), presentate in maggior dettaglio nel successivo paragrafo.

### 10.2 *Principali Linee Guida e Assunzioni Ipotetiche dei Dati Previsionali 2020*

I Dati Previsionali 2020 prevedono il raggiungimento di ricavi pari a circa Euro 55.260 migliaia, un valore di Ebitda di circa Euro 6.323 migliaia con un'incidenza percentuale pari a circa 11,4% rispetto al valore dei ricavi previsti e una Posizione Finanziaria Netta di circa Euro 8.209 migliaia.

In Euro mln	31 dicembre 2018	31 dicembre 2019	31 dicembre 2020
<i>Ricavi delle Vendite e delle Prestazioni</i>	41,5	37,0	55,3
<i>EBITDA</i>	3,0	3,85	6,32
<i>EBITDA Margin</i>	7,2%	10,4%	11,4%
<i>PFN (Posizione Finanziaria Netta)</i>	1,8	8,3	8,2

In particolare, si segnala che i ricavi al 31 dicembre 2020, sono rappresentati per una percentuale pari a circa il 45% da una unica campagna nazionale con un primario player della Grande Distribuzione Organizzata che è attualmente in corso e terminerà nel corso del 2021.

Con riferimento alla Posizione Finanziaria Netta, si precisa che tale dato è fortemente legato alle dinamiche

<sup>7</sup> Si segnala che non sono stati inseriti i dati previsionali consolidati al 31.12.2020 in quanto i valori economici e patrimoniali espressi da Kiki Lab Srl non sono significativi per l'esercizio in oggetto.

del capitale circolante netto, che a loro volta risentono particolarmente delle caratteristiche del mercato in cui opera Promotica.

In particolare, essendo l'attività di Promotica legata all'acquisizione di campagne promozionali di valore anche molto rilevante in termini di fatturato, può accadere che la Società debba approvvigionarsi di un quantitativo di premi molto significativo in vista della partenza di una campagna promozionale.

Alla luce di quanto precede, il valore della Posizione Finanziaria Netta ad una certa data risente in modo molto significativo delle tempistiche con cui la Società procede rispettivamente, all'approvvigionamento dei premi, allo scarico del magazzino, al pagamento dei fornitori e all'incasso dei crediti verso i clienti.

Le ipotesi sottostanti ai Dati Previsionali 2020 sono state elaborate ed approvate dal management della Società prevalentemente sulla base (i) delle campagne promozionali già contrattualmente acquisite dalla Società, anche se non ancora portate a termine nell'esercizio e (ii) delle previsioni sulle scritture di assestamento di fine periodo alla luce dei contratti esistenti la cui stima deriva quindi anche dagli effetti di talune informazioni che, alla Data del Documento di Ammissione, non sono ancora disponibili, quali ad esempio le performance delle campagne che determinano la quantità dei resi.

Alla Data del Documento di Ammissione, si ritiene che non vi siano elementi tali che possano far pensare che l'Emittente, in assenza di discontinuità che si potrebbero presentare nella finalizzazione delle operazioni relative al secondo semestre 2020, non sia nelle condizioni di raggiungere le stime di cui ai Dati Previsionali 2020.

Tuttavia, i Dati Previsionali 2020 sono caratterizzati da connaturati elementi di soggettività ed incertezza ed in particolare dalla rischiosità che eventi preventivati ed azioni dai quali traggono origine possano verificarsi in misura e tempi diversi da quelli prospettati, mentre potrebbero verificarsi degli effetti non prevedibili al tempo della predisposizione dei medesimi. Pertanto, non è possibile garantire il raggiungimento di tali obiettivi nei tempi previsti né il conseguente mantenimento degli stessi e gli scostamenti fra valori consuntivi e valori preventivati potrebbero essere significativi.

### ***10.3 Dichiarazione degli Amministratori e del Nomad ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia (Scheda due, punto (d)) sugli obiettivi stimati***

Tenuto conto delle assunzioni esposte nei paragrafi che precedono, gli amministratori dell'Emittente dichiarano che i Dati Previsionali 2020 sopra illustrati sono stati formulati dopo aver svolto le necessarie ed approfondite indagini.

A tal riguardo si segnala che, ai fini di quanto previsto nella Scheda Due, lett. (d) punto (iii) del Regolamento Emittenti AIM Italia, il Nomad ha confermato, mediante dichiarazione inviata alla Società in data 19 novembre 2020, di essere ragionevolmente convinto che i Dati Previsionali 2020 sono stati formulati dopo attento ed approfondito esame da parte degli amministratori dell'Emittente, delle prospettive economiche e finanziarie.

Fermo restando quanto precede, in ogni caso, in considerazione dell'incertezza che caratterizza qualunque dato previsionale, gli investitori non dovrebbero farvi affidamento nelle proprie decisioni di investimento. Al riguardo si raccomanda inoltre di leggere con attenzione la Sezione Prima, Capitolo 4 del Documento di Ammissione in quanto il verificarsi anche di uno solo dei fattori di rischio ivi descritti potrebbe impedire il raggiungimento dei Dati Previsionali 2020 riportati nel Documento di Ammissione.

## 11 ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DI DIREZIONE O DI VIGILANZA E ALTI DIRIGENTI

### 11.1 Consiglio di Amministrazione

#### 11.1.1. Composizione

L'Emittente adotta un sistema di amministrazione tradizionale composto da Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale.

Ai sensi dell'articolo 20 dello Statuto, la Società è amministrata da un consiglio di amministrazione composto da un numero di membri non inferiore a 3 (tre) e non superiore a 7 (sette). L'assemblea determina il numero dei componenti il consiglio di amministrazione e la durata della nomina, salvi i limiti massimi di legge. Gli amministratori durano in carica per il periodo fissato dalla deliberazione assembleare di nomina, sino ad un massimo di 3 (tre) esercizi, e sono rieleggibili. Essi scadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica, salve le cause di cessazione e di decadenza previste dalla legge e dal presente statuto.

Ai sensi dell'articolo 21 dello Statuto tutti gli amministratori devono essere in possesso dei requisiti di eleggibilità previsti dalla legge e da altre disposizioni applicabili e dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 147-*quinquies* del TUF. Inoltre, almeno 1 (uno) dei componenti del consiglio di amministrazione deve possedere i requisiti di indipendenza ai sensi dell'art. 148, comma 3, del TUF, come richiamato dall'art. 147-*ter*, comma 4, del TUF e deve essere scelto tra i candidati che siano stati preventivamente individuati o valutati positivamente dal *Nominated Adviser*.

Il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente in carica alla Data del Documento di Ammissione è composto da 5 membri. Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato con delibera dell'assemblea degli azionisti in data 14 settembre 2020 e rimarrà in carica sino alla data in cui l'Assemblea sarà convocata per l'approvazione del bilancio di esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

I componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente sono indicati nella tabella che segue:

Carica	Nome e Cognome	Luogo di nascita	Data di nascita
Presidente del Consiglio di Amministrazione	Diego Toscani	Brescia (BS)	10/07/1971
Vice-Presidente del Consiglio di Amministrazione	Gabriele Maifredi	Brescia (BS)	21/09/1980
Consigliere	Alvise Gnutti	Brescia (BS)	17/12/1964
Consigliere	Michele Grazioli	Calcinate (BG)	16/05/1995
Consigliere Indipendente*	Michele Andreaus	Trento (TN)	27/03/1966

\*Amministratore dotato dei requisiti di indipendenza di cui all'articolo 148, comma 3, del TUF, come richiamato dall'articolo 147-*ter*, comma 4, del TUF, valutato positivamente dal Nomad ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia.

Tutti i componenti del Consiglio di Amministrazione sono in possesso dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 147-*quinquies* del TUF.

I componenti del Consiglio di Amministrazione sono domiciliati per la carica presso la sede legale dell'Emittente.

Viene di seguito riportato un breve *curriculum vitae* dei membri del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente:

#### ***Diego Toscani (Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1996 presso l'Università degli Studi di Brescia. Parallelamente agli

studi inizia attività professionale negli anni '90 come pubblicitista e conduttore televisivo per emittenti bresciane e sommelier ad eventi. Dopo la Laurea, nel 1996 è Junior Marketing Manager presso Groupe Couzon a Thiers (Francia) fino al 1997, anno in cui diventa Responsabile Commerciale di Pintinox S.p.A. a Sarezzo (BS) per la gestione del canale GDO e promozionale. Nel 1998 fonda il «micro birrificio» HOPS! a Desenzano del Garda, in seguito dal 2000 al 2003 è Direttore Commerciale di Recom S.p.A. a Trento. Nel 2003 arriva la fondazione di Promotica, della quale diventa amministratore unico e la porta ad essere oggi uno dei primari player attivi nel mercato Loyalty in Italia. Parallelamente, dal 2008 al 2014 è Presidente di ASVT S.p.A. (settore multiutility), dal 2009 all'11 novembre 2020 è presidente di Propri Immobiliare (real estate) e Consigliere di Amministrazione di Better Side Srl (settore fonti rinnovabili).

È inoltre Founder e Presidente di Buongusto Italiano (settore promozionale F&B) e Presidente di Easy Life Srl (produzione e commercio articoli casalinghi).

#### ***Gabriele Maifredi (Vice-Presidente del Consiglio di Amministrazione e Direttore Generale)***

Laureato in Lettere e Filosofia nel 2004 presso l'Università Cattolica di Brescia. Inizia la sua carriera nel 2002 come Inventory Manager presso Nike Retail Italy a Brescia, successivamente dal 2004 al 2009 è Category Manager presso la società Stilnovo, del Gruppo Italmark, nell'ambito retail specializzato nel mondo del casalingo, occupandosi di gestione degli acquisti e dei rapporti con le altre società del gruppo; dal 2009 al 2012 è General Manager della medesima società rafforzando le proprie mansioni e responsabilità nell'area loyalty di gruppo affiancando l'AD nella definizione della strategia. Nel 2013 è Direttore dell'Area Market Proposition in Promotica, occupandosi della progettazione delle campagne di Loyalty e della definizione degli accordi di fornitura e di sviluppo prodotti. Oggi ricopre il ruolo di Direttore Generale di Promotica. Dal 2020 è inoltre Consigliere Delegato di Easy Life Srl.

#### ***Alvise Gnutti (Consigliere di Amministrazione)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1991 presso l'Università degli Studi di Brescia, consegue nell'anno 1992 l'abilitazione all'esercizio della professione di Dottore Commercialista (n. 832/A Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Brescia), l'anno 1996 ottiene l'iscrizione al Registro dei Revisori Contabili (n. 68811 – G.U. 28/bis 04/04/1996 – D.M. 26/03/1996) e l'anno 2012 ottiene l'iscrizione al Registro dei Revisori degli Enti Locali (D.M. 15/02/2012 n. 23). Durante l'esercizio della professione ha svolto incarichi di Consulente Tecnico d'Ufficio del Tribunale di Brescia in materia contabile e fiscale, è stato pubblicitista per testate a diffusione locale e componente dell'Osservatorio fiscale della Camera di Commercio di Brescia.

E' stato presidente del Consiglio di Amministrazione di società controllate da società quotate alla Borsa Italiana, nonché componente del collegio sindacale di società italiane e di branch italiane di società internazionali. Ha maturato una vasta esperienza nel campo della ristrutturazione aziendale assistendo, in qualità di global advisor, società nel percorso di risanamento e ristrutturazione.

#### ***Michele Grazioli (Consigliere di Amministrazione)***

Michele Grazioli è un imprenditore di lungo corso nell'ambito delle applicazioni di intelligenza artificiale ed è considerato tra i massimi esperti nell'ambito dell'Intelligenza Artificiale applicata al Proactive Decision Making. Nel 2019 entra nella classifica Forbes Under30 nella top 5 dei 100 giovani innovatori italiani più influenti d'Italia. Scopre il mondo dell'intelligenza artificiale a 13 anni, creando un software per la gestione del cantiere del padre e scontrandosi con la necessità di colmare alcune lacune riguardo alla conoscenza del settore con algoritmi in grado di aggiornarsi da soli. Laureatosi in Economia e Management all'Università

Bocconi, oggi è Presidente e Amministratore Delegato di Vedrai Spa, startup innovativa che si occupa dello sviluppo di piattaforme per il miglioramento del processo decisionale, Amministratore Unico del gruppo Divisible, tra le realtà di riferimento per l'Intelligenza Artificiale in Italia, e gestore del fondo Mival Capital, che investe in PMI dall'alto potenziale con un approccio ibrido che prevede sia conferimento di tecnologia che di capitale di rischio.

### ***Michele Andreus (Amministratore Indipendente)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1990 presso l'Università di Trento, consegue il Dottorato in Economia Aziendale nel 1994 presso l'Università Ca' Bembo di Venezia. Dal 2006 è Professore Ordinario di Economia Aziendale presso la Facoltà di Economia dell'Università di Trento, dove tra il 2008 e il 2012 è anche Direttore del Dipartimento di Informatica e Studi Aziendali. Dal 2016, la sua carriera accademica si spinge oltre i confini nazionali, ricoprendo il ruolo di Visiting Professor presso business schools rinomate, come la RMIT University di Melbourne. Ad oggi vanta più di 50 pubblicazioni a livello sia nazionale che internazionale, nonché premiati progetti di ricerca sui temi dell'innovazione sociale nei settori for e non profit, del management della sostenibilità, della relazione tra responsabilità sociale, rendicontazione e cambiamenti organizzativi, e della ricerca di modelli di business sostenibili. Parallelamente all'attività accademica, è stato membro del Consiglio di Amministrazione e del comitato esecutivo di Banca di Trento e Bolzano nonché consigliere e vice presidente di Cassa del Trentino e di Casa Girelli S.p.A.. Attualmente, è consigliere di La Finanziaria Trentina S.p.A., Fratelli Poli S.p.A., e di Banca Fide, nonché membro del collegio sindacale della Fondazione San Patrignano.

#### 11.1.2. Poteri del Consiglio di Amministrazione e dell'amministratore delegato

##### *Poteri conferiti al Consiglio di Amministrazione*

L'organo amministrativo è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società, con facoltà di compiere tutti gli atti ritenuti opportuni per il conseguimento dell'oggetto sociale, esclusi soltanto quelli riservati all'assemblea dalla legge e dallo statuto. Il consiglio di amministrazione – con l'esclusione dei poteri relativi alle materie non delegabili per disposizione di legge di cui all'articolo 2381, comma 4, Codice Civile o dello Statuto di cui all'articolo 20.4 – può delegare le proprie attribuzioni ad uno o più amministratori, i quali assumono la carica di amministratore delegato ovvero ad un comitato esecutivo, determinando contestualmente mansioni, poteri di gestione e attribuzioni.

##### *Poteri conferiti al Presidente ed agli Amministratori Delegati*

In data 22 settembre 2020, il Consiglio di Amministrazione della Società ha conferito con firma singola e disgiunta, al Presidente del Consiglio di Amministrazione Diego Toscani, i seguenti poteri:

- i. firma sociale: firmare la corrispondenza della Società.
- ii. contratti in genere: stipulare i contratti di acquisto e di vendita relativi alla gestione ordinaria della Società.
- iii. compravendite: acquistare, vendere, permutare, importare ed esportare materiali, beni di consumo, macchinari e altri beni mobili, ivi compresi quelli per i quali è prevista la registrazione presso pubblici registri, merci e prodotti relativi fissando prezzi, termini e condizioni, concedendo, se del caso abbuoni o sconti.

- iv. poteri in materia giuslavoristica: assumere e licenziare dipendenti, con esclusione di quadri e dirigenti, stabilendo e modificando le rispettive incombenze e retribuzioni; amministrare il personale della Società con espressa autorizzazione a compiere tutto quanto richiesto dalle disposizioni in materia sindacale, assicurativa, previdenziale, mutualistica ed infortunistica; rappresentare la Società nei confronti dell'ispettorato del lavoro, degli istituti previdenziali, mutualistici, assicurativi, infortunistici e delle organizzazioni sindacali per tutti i rapporti in materia di lavoro; trattare, sottoscrivere e dare esecuzione ad accordi collettivi di lavoro con le organizzazioni sindacali, le rsu, le associazioni sindacali di categoria a livello provinciale, regionale e nazionale e ogni qualsivoglia autorità preposta alla regolamentazione del lavoro, inclusi i ministeri, e definire qualsiasi controversia con gli stessi, anche ai sensi e per gli effetti di cui agli articoli 410 e 411 c.p.c. nelle controversie in materia di lavoro; rappresentare la Società in sede giudiziale e stragiudiziale, sindacale, arbitrale ed altro, con tutti i più ampi poteri, compresi quelli di nominare e revocare avvocati, procuratori e difensori, conciliare e transigere le controversie, curare l'esecuzione dei giudicati e fare quant'altro necessario ed opportuno, nulla escluso o eccettuato, anche con specifico riferimento agli articoli 410, 411, 412, 420 c.p.c.
- v. attività aziendali: esercitare in modo permanente il controllo sul rispetto da parte del personale di tutte le vigenti disposizioni di legge o aventi forza di legge in ordine all'igiene ed in modo particolare all'igiene alimentare; provvedere e controllare che le attività aziendali siano svolte correttamente secondo tutte le vigenti normative, in particolare le seguenti:
- a. quelle relative alla sicurezza;
  - b. quelle relative al corretto utilizzo dei locali;
  - c. quelle riferite alle disposizioni in materia di pubblica sicurezza;
  - d. quelle in materia di somministrazione di alimenti e bevande.
- vi. gestione degli immobili ed altri cespiti: curare le manutenzioni sia ordinarie che straordinarie con particolare riferimento agli immobili di proprietà della Società; esercitare in modo diretto e permanente il controllo sull'integrità degli immobili, di proprietà della Società ovvero ove vengono svolte le attività della Società stessa, e degli altri cespiti in genere, provvedendo agli interventi che dovessero risultare necessari per l'integrità degli immobili e/o degli altri cespiti in genere nonché la sicurezza del personale e dei terzi. Qualora emergessero necessità di spese di manutenzione, acquisti e adeguamenti ai fini predetti, nel periodo intercorrente tra l'accertamento della necessità delle spese stesse e il momento della concreta realizzazione degli interventi relativi, l'intervento consisterà in tutti i provvedimenti cautelativi necessari anche se comportanti spese ed oneri eccedenti i limiti precedentemente indicati con obbligo di ratifica al primo consiglio di amministrazione.
- vii. assicurazioni: stipulare contratti con società o istituti di assicurazione, firmando le relative polizze, con facoltà di svolgere qualsiasi pratica inerente o di addivenire, in caso di sinistro, a liquidazione di danno od indennità.
- viii. riscossioni, quietanze, ritiro documenti e pagamenti: esigere e riscuotere qualunque somma, a qualsiasi titolo e per qualunque ragione dovuta alla Società, rilasciando le relative ricevute e quietanze in acconto o a saldo; ritirare dalle poste, ferrovie, società o ditte di trasporto, lettere raccomandate e assicurate, pieghi, pacchi e titoli vari rilasciando ricevute con i relativi scarichi; procedere al

pagamento dei fornitori, dei dipendenti e di terzi in genere per quanto dovuto.

- ix. poteri bancari: aprire, mantenere e chiudere conti correnti bancari nell'interesse della Società, chiedere nuovi affidamenti e sottoscrivere contratti di mutuo, anche di natura ipotecaria sino ad un valore massimo per singola operazione pari al maggiore tra euro 2.000.000 e il 20% del patrimonio netto dell'ultimo bilancio d'esercizio approvato; versare assegni sui conti correnti; compiere qualsiasi altra operazione bancaria nonché concedere ipoteca volontaria a garanzia delle stesse, sempre nei limiti di cui al precedente periodo.
- x. rapporti con la pubblica amministrazione e altri enti: rappresentare la Società nei confronti della pubblica amministrazione e degli enti locali; fare qualsiasi pratica od operazione, firmando e presentando domande, ricorsi e documenti di qualsiasi genere, stipulando atti e contratti, presso ogni ufficio ed ente pubblico; rappresentare la Società innanzi a qualsiasi ente sindacale, previdenziale o associazioni di categoria.
- xi. poteri amministrativi e fiscali: curare la gestione amministrativa della Società in tutti i suoi aspetti e con specifico riferimento a tutti gli adempimenti civilistici, fiscali e previdenziali; rappresentare la Società in qualsiasi pratica relativa a tasse, imposte e contributi, firmando e presentando dichiarazioni e istanze, accettando o respingendo accertamenti, presentando ricorsi, reclami, memorie e documenti innanzi a qualsiasi autorità o commissione.
- xii. controversie giudiziarie: stare in giudizio in qualunque grado di giurisdizione, compresa la suprema corte di cassazione, la corte costituzionale ed il consiglio di stato, sia in prima sia in ulteriore istanza, nominando e revocando avvocati, procuratori e consulenti tecnici; accettare, deferire, riferire e prestare giuramenti, anche decisori; richiedere pignoramenti e sequestri, conservativi o giudiziari a mano dei debitori o di terzi; curarne la revoca, curare l'esecuzione dei giudicati; stare in giudizio di fronte ad arbitri, stipulando compromessi arbitrali e nominando arbitri; transigere e conciliare qualunque vertenza in qualunque stato e grado; rappresentare la Società nei fallimenti, nei concordati preventivi nelle procedure concorsuali fino alla definizione delle stesse, accettando e riscuotendo percentuali di pagamento in acconto o a saldo.
- xiii. qualità: curare che tutti i servizi della Società siano esercitati ad adeguati livelli di qualità e proporre al consiglio di amministrazione ogni eventuale intervento migliorativo in merito.
- xiv. datore di lavoro: è conferito al Presidente, in quanto datore di lavoro ai sensi dell'art. 2 comma 1 lett b) d. lvo 81/2008, i necessari poteri affinché, in nome e per conto della Società medesima, compia, assumendone diretta responsabilità, tutti gli atti ed espleti tutte le funzioni per provvedere direttamente ed autonomamente a quanto ritenuto necessario ed utile per il costante, puntuale rispetto, adeguamento ed aggiornamento alla normativa ed alle regole di buona tecnica in materia di sicurezza ed igiene del lavoro, di salvaguardia dell'ambiente e di prevenzione degli incendi, con riferimento a tutte le normative vigenti ed ai campi di applicazione delle medesime. In particolare al Presidente, quale datore di lavoro ai sensi dell'art. 2 comma 1 lett b) d. lvo 81/2008, vengono conferiti nella specifica materia della sicurezza sul lavoro, della prevenzione degli infortuni, della tutela dell'ambiente:
  - a. la facoltà di nominare una o più persone tecnicamente qualificate per investirle delle specifiche funzioni, anche di controllo e di sorveglianza connesse alla tutela antinfortunistica

e di igiene sui luoghi di lavoro, nonché alla prevenzione in materia di inquinamento al fine della migliore salvaguardia dell'ambiente. In particolare, si sollecita tale determinazione per l'adempimento delle funzioni tecniche di costante adeguamento alla normativa vigente, di controllo, di sorveglianza, di manutenzione e di verifica delle strutture aziendali e del livello di formazione e informazione dei dipendenti. una volta individuate la persona o le persone competenti, il procuratore potrà delegare alle medesime tutti i poteri che si renderanno necessari, utili ed opportuni ai fini del rispetto delle normative vigenti e della tutela della Società;

- b. la rappresentanza, ad ogni effetto, della Società stessa avanti a tutti gli enti ed organi pubblici e privati preposti all'esercizio delle funzioni di vigilanza, verifica e controllo, previste dalle normative generali e particolari relativamente alla prevenzione degli infortuni, all'igiene del lavoro, alla tutela dell'ambiente ed alla prevenzione incendi, compreso l'istituto nazionale di assicurazione contro gli infortuni sul lavoro (i.n.a.i.l.), anche ai fini e per gli effetti di cui al d.p.r. n. 1124/1965, nonché, salva diversa disposizione da parte del consiglio di amministrazione, la facoltà di sottoporre e far sottoscrivere a quest'ultimo le polizze per la copertura assicurativa della Società contro i danni da responsabilità civile per terzi e per dipendenti e quante altre opportune e necessarie per manlevare la Società da qualsiasi danno;
- c. la facoltà di consultare, quando ne ravvisasse la necessità, consulenti tecnici di fiducia della Società;
- d. tutti i più ampi poteri decisionali e di firma, con autonomia di spesa, nell'ambito dei criteri amministrativi della Società, disponendo dei relativi supporti finanziari, necessari all'espletamento delle attività delegate al procuratore, inclusi, tra gli altri, quelli che a titolo meramente esemplificativo, sono qui di seguito elencati:
  - 1. provvedere autonomamente alla programmazione, organizzazione, gestione, verifica e controllo di tutte le attività intese a dare attuazione ed adempimento alle norme previste in materia di sicurezza ed igiene ambientale, nonché di tutela dell'aria, dell'acqua e del suolo per quanto necessario in ragione delle attività di impresa. In particolare, il predetto, cui viene conferito ogni potere di determinazione ed iniziativa, potendo così egli agire con le stesse prerogative del suo dante causa ed in sostituzione dello stesso quanto a funzioni ed autonomia decisionale e patrimoniale, nell'ambito dei criteri amministrativi della Società, si dovrà occupare, con l'ausilio dei servizi allo scopo istituiti ed esistenti, di tutte le problematiche connesse e conseguenti all'applicazione delle norme di legge emanate ed emanande in materia. Egli dovrà, pertanto, effettuare le spese di pronto intervento, di ordinario consumo e di necessità connesse al presente mandato, nonché tutti gli investimenti necessari, anche determinando i rapporti contrattuali, le spese e gli oneri relativi con altre imprese ed enti specializzati preposti alla salvaguardia dell'incolumità della salute;
  - 2. dovrà rivolgere particolare attenzione, per l'assolvimento dell'incarico affidatogli, alla normativa vigente riguardante, a titolo meramente esemplificativo: a) l'igiene e sicurezza nei luoghi di lavoro anche con riferimento ai cantieri temporanei o mobili; b) la tutela in materia ambientale; c) la prevenzione incendi; d) la gestione dei rifiuti;

3. predisporre ed applicare una adeguata normativa interna di disposizioni generali e di ordini di servizio conformi alla legislazione vigente;
4. provvedere affinché, nell'ambito dell'organigramma e delle rispettive responsabilità dei sottoposti, si osservi un costante e rigoroso adempimento delle misure previste, nonché l'osservanza delle stesse disponendo opportune ispezioni;
5. provvedere a valutare i rischi aziendali e ad elaborare il relativo documento nelle forme di cui agli artt. 28 e 29 d. lvo 81/2008, curando che venga indetta, secondo le modalità e i termini stabiliti dall'art. 35 d. lvo 81/2008, la riunione periodica;
6. svolgere tutti i necessari adempimenti per individuare le misure di prevenzione e predisporre conseguentemente i programmi di attuazione delle stesse;
7. organizzare, all'interno dell'azienda ovvero dell'unità produttiva, il servizio di prevenzione e protezione, in particolare individuandone e nominandone - se del caso e se consentito dagli artt. 31 co. 6 e 34 d. lvo 81/2008 anche nella propria persona - il responsabile, preventivamente accertandone attitudini e capacità adeguate nel rispetto della normativa regolatrice della materia e previa consultazione del rappresentante dei lavoratori;
8. provvedere a consultare, secondo i casi e le modalità previsti dalla legge, una volta eletto o designato, il rappresentante per la sicurezza, nonché fornire al servizio di prevenzione e protezione informazioni in merito alla natura dei rischi, all'organizzazione del lavoro, alla programmazione ed attuazione delle misure preventive e protettive, alla descrizione degli impianti e dei processi produttivi ai dati del registro infortuni e delle malattie professionali, alle prescrizioni degli organi di vigilanza;
9. consentire ai lavoratori di verificare, nei modi previsti dalla legge, mediante il loro rappresentante istituzionale, l'applicazione delle misure di sicurezza e di protezione della salute;
10. provvedere a fornire, promuovere, organizzare e sovrintendere alla massima informazione dei lavoratori presenti in azienda circa gli eventuali rischi specifici cui possono essere esposti in quanto connessi alla lavorazione, con riferimento alle peculiari mansioni in concreto esercitate, nonché in ordine ai rischi per la sicurezza e la salute connessi all'attività dell'impresa in generale, diffondendo le norme di prevenzione, sicurezza ed igiene con ogni idoneo mezzo che ne possa rendere più utile, immediata ed esauriente la conoscenza; attendere alla formazione particolare e generale dei singoli lavoratori, anche mediante l'organizzazione e la tenuta di specifici corsi, se del caso con incarico a una o più società di servizi;
11. aggiornare costantemente le misure di prevenzione, in relazione ai mutamenti organizzativi e produttivi che abbiano rilevanza ai fini della salute e della sicurezza del lavoro, ovvero in relazione al grado di evoluzione della tecnica della prevenzione e della protezione;

12. disporre, controllare ed esigere, anche in applicazione delle norme disciplinari, che tutti osservino le norme di legge e le disposizioni interne in materia di sicurezza, igiene e tutela ambientale, utilizzando in modo appropriato tutto quanto messo a loro disposizione;
13. nell'ambito della corretta attività di formazione dei lavoratori, provvedere a vigilare affinché tutti i dispositivi di sicurezza ed i mezzi personali di protezione siano sempre adeguati ai rischi, vengano correttamente utilizzati e siano in perfetto stato di efficienza, avvalendosi per tale controllo di personale preposto, deputato a tale funzione per disposizione di legge o per organigramma aziendale, che dovrà segnalare per i provvedimenti disciplinari del caso quei dipendenti che non utilizzino o impieghino irregolarmente o manomettano i mezzi personali di protezione;
14. organizzare la predisposizione delle cautele di carattere generale relative agli ambienti e posti di lavoro e passaggio, e quelle di carattere particolare per quanto attiene specificatamente alla costruzione, manutenzione e destinazione delle scale fisse e mobili, dei ponti sospesi, dei parapetti, degli impianti di illuminazione, delle difese antincendio, contro le scariche atmosferiche, ecc.;
15. adottare tutte le misure preventive, tecniche, organizzative e di informazione necessarie per lo svolgimento delle attività che comportino la movimentazione manuale dei carichi, nonché quelle di equivalente natura e portata previste dalle normative vigenti;
16. in relazione alle necessità della sicurezza del lavoro, se necessario previo ottenimento delle autorizzazioni e concessioni richieste dalla legge, curare le operazioni di manutenzione e riparazione degli edifici e delle opere destinate ad ambienti o posti di lavoro, compresi i servizi accessori, gli impianti, le macchine, gli apparecchi, le attrezzature, gli utensili e gli strumenti, nonché gli apprestamenti di difesa;
17. provvedere alla predisposizione ed adozione dei mezzi personali di protezione generica e specifica dei lavoratori ed all'approntamento e funzionamento dei soccorsi di urgenza;
18. in generale, provvedere alla tenuta in efficienza e al costante miglioramento dei dispositivi e dei mezzi di protezione;
19. predisporre i piani di emergenza per i casi di pericolo grave ed immediato previsti dalla normativa vigente, dando piena e concreta attuazione a tutte le prescrizioni ivi contenute;
20. conservare e compilare secondo i dettami di legge il registro degli infortuni sul lavoro;
21. verificare costantemente la rispondenza alle disposizioni di legge di tutte le macchine, strumenti, utensili e quanto altro, adeguandoli alle nuove tecnologie in materia di sicurezza, igiene ed ecologia, nonché a quanto richiesto dalla normativa di prevenzione incendi;
22. assicurare l'adozione delle necessarie misure di protezione riguardanti le macchine in

generale, e particolarmente il funzionamento e la dislocazione di motori, trasmissioni ed ingranaggi, e comunque predisporre le prescritte protezioni di ciascuna determinata operazione o macchina, apparecchiatura o impianto o attività di utilizzazione di materie o prodotti pericolosi o nocivi;

23. disporre le necessarie misure di prevenzione per i mezzi, gli apparecchi e le modalità di sollevamento, di trasporto ed immagazzinamento, anche per quanto concerne la sicurezza delle macchine, dei ganci, dei freni, delle funi e delle catene, degli arresti e dei dispositivi di segnalazione, ecc.;
24. attuare ogni misura necessaria di igiene nei locali e negli spazi di proprietà o in uso alla Società, curando che siano approntati e forniti gli opportuni mezzi di prevenzione, facendo sì che le condizioni degli ambienti di lavoro siano e rimangano rispondenti alle prescrizioni di legge e che le lavorazioni implicanti l'utilizzazione di agenti nocivi siano svolte secondo le prescritte misure di igiene del lavoro, nonché nel rispetto della normativa relativa allo smaltimento, allo scarico ed alla emissione degli agenti inquinanti;
25. adottare tutte le idonee misure preventive, valutative, tecniche, igieniche, sanitarie, protettive, organizzative, procedurali e di formazione-informazione relative alla protezione da eventuali agenti cancerogeni e biologici, per il costante adeguamento a tutti gli obblighi previsti in materia dalla legge;
26. curare che i presidi sanitari di pronto soccorso ed i servizi igienico assistenziali siano conformi alle previsioni di legge ed organizzare la sorveglianza fisica e medica dei lavoratori, attraverso accertamenti preventivi e periodici eseguiti sotto il controllo di esperti qualificati e medici autorizzati;
27. richiedere l'osservanza da parte del medico competente degli obblighi previsti dal d.lvo 81/2008, informandolo sui processi e sui rischi connessi all'attività produttiva;
28. curare le attribuzioni previste e disciplinate dalle norme in tema di ambiente ed ecologia, rifiuti ed emissioni in atmosfera, dovendo agire il procuratore al fine di evitare ogni possibile forma di inquinamento dell'acqua, dell'aria e del suolo. in tale ambito, verificare che i reflui dell'insediamento produttivo siano autorizzati e conformi ai limiti tabellari in vigore, predisponendo in ogni caso le necessarie misure di adeguamento e controllo periodico; avendo comunque cura di richiedere o di rinnovare tutti quei provvedimenti autorizzativi che dovesse imporre la normativa antinquinamento relativa a reflui e residui di qualsiasi genere, siano essi allo stato solido, liquido o gassoso;
29. disporre e curare la realizzazione, l'esercizio e la manutenzione di impianti di abbattimento fumi, così che sia garantito il rispetto dei limiti di legge di volta in volta vigenti;
30. curare che lo smaltimento dei rifiuti, di qualsiasi genere e specie, avvenga nella osservanza delle specifiche norme che regolano la materia, nel rispetto delle autorizzazioni eventualmente richieste o da richiedere e comunque attraverso

l'impiego di imprese o enti regolarmente autorizzati. in tale ambito, provvedere a richiedere, a rinnovare e far rispettare tutti quei provvedimenti autorizzativi che la materia in oggetto dovesse prescrivere, effettuando le dovute comunicazioni alle autorità;

31. disporre ed attuare tutte le misure necessarie per il rispetto della normativa di prevenzione incendi ed attivare le procedure per richiedere le necessarie autorizzazioni al fine dell'ottenimento dei certificati di prevenzione incendi;
32. curare ogni adempimento di carattere amministrativo connesso all'ecologia ed alle materie oggetto della presente delega;
33. prendere appropriati provvedimenti per evitare che le misure tecniche adottate possano causare rischi per la salute della popolazione e deteriorare l'ambiente esterno;
34. provvedere all'esecuzione ed all'osservanza di tutti gli obblighi di legge relativi all'uso di attrezzature munite di videoterminali, con particolare riferimento a quanto disposto nel titolo vii del d. lvo 81/2008;
35. in ossequio a quanto prescritto dall'art. 26 d. lvo 81/2008, verificare l'idoneità tecnico-professionale delle imprese appaltatrici o dei lavoratori autonomi in relazione ad eventuali attività da realizzarsi in appalto o contratto d'opera, all'interno dell'azienda o dell'unità produttiva. in tale ambito: a) fornire dettagliate informazioni sui rischi specifici e sulle misure di prevenzione ed emergenza; b) cooperare alla attuazione delle misure di protezione dai rischi sul lavoro, incidenti sulla attività lavorativa oggetto dell'appalto; c) coordinare i relativi interventi; d) esigere dalle imprese appaltatrici o dai lavoratori autonomi corrispondenti informazioni sulle loro modalità di intervento in azienda. In relazione a tali attività il Presidente dovrà predisporre, in ossequio all'art. 26 co. 3 d. lvo 81/2008, uno specifico documento di valutazione dei rischi che indichi le misure adottate per ridurre al minimo i rischi da interferenze fra le attività della Società e quelle degli appaltatori e/o dei lavoratori autonomi operanti all'interno dell'azienda del committente, curando che tale documento venga allegato al contratto di appalto o d'opera nel quale dovranno essere specificatamente indicati i costi relativi alla sicurezza del lavoro con particolare riferimento a quelli connessi allo specifico appalto;
36. in ottemperanza al d. lvo 81/2008, con particolare riferimento al titolo iv (cantieri temporanei o mobili), curare l'adempimento di tutti gli obblighi di organizzazione delle misure, la verifica dei piani di sicurezza e coordinamento equipollenti alla valutazione dei rischi, l'individuazione delle metodiche, la verifica circa la regolare compilazione delle denunce, nonché la vigilanza sull'attuazione delle stesse, il coordinamento degli addetti, l'adeguamento tecnologico, la formazione ed informazione dei lavoratori. in particolare assumere il ruolo e la funzione di committente per conto della Società, e così svolgere adeguata istruttoria per la scelta e l'identificazione dei soggetti tra cui nominare le figure professionali di cui all'art. 89 d. lvo 81/2008 ed in particolare il responsabile dei lavori, il coordinatore per la

progettazione dell'opera ed il coordinatore per la realizzazione della stessa, ed inoltre verificare, in caso di appalto diretto, l'esistenza di adeguate caratteristiche tecniche e prerogative di legge in capo alle imprese cui affidare i lavori. in tale ambito, svolgere ogni necessario controllo affinché il mandato conferito ai professionisti si svolga nel pieno rispetto della normativa vigente ed in particolare delle previsioni di cui al richiamato titolo iv d. lvo 81/2008;

37. curare i rapporti con gli enti pubblici e privati, preposti alla vigilanza ed al controllo nelle materie sopraindicate, rappresentando la Società in tutte le sedi ed occasioni anche nei confronti delle autorità di polizia giudiziaria, nelle fasi procedurali e processuali di accertamento di eventuali illeciti, con particolare riferimento a quanto previsto dalle normative speciali in materia e dal d. lvo 758/94;
38. rappresentare la Società in tutti i rapporti con le pp.aa. competenti nonché con gli enti di controllo, verifica ed accertamento deputati;
39. riferire periodicamente al consiglio di amministrazione, relazionandolo, se del caso per iscritto, in ordine all'andamento dell'attività nella materia antinfortunistica e di salute e sicurezza sul lavoro, anche al fine di consentire al consiglio di amministrazione stesso, o a chi per esso, la eventuale predisposizione degli incumbenti di competenza, con specifico riferimento al controllo formale sull'attività svolta;
40. segnalare al consiglio di amministrazione ogni specifica circostanza o situazione con riferimento alla quale egli non sia in grado di adempiere agli obblighi previsti ai precedenti punti;
41. designare un sostituto in ogni circostanza in cui il procuratore sia temporaneamente impossibilitato ad esercitare le proprie funzioni, per malattia o per altra assenza giustificata, previa segnalazione al consiglio di amministrazione dell'impedimento e del nominativo del proprio vicario.

- xv. Normativa in materia di privacy: implementazione presso la Società della normativa in materia di protezione dei dati e, conseguentemente, delle misure di sicurezza tecniche e organizzativa adeguate al fine di garantire la liceità e la sicurezza del trattamento dei dati, in relazione a tutti i trattamenti di dati personali eseguiti nella Società e con delega specifica alla cura ed esecuzione dei vari adempimenti previsti dalla predetta normativa. In particolare e a mero titolo esemplificativo, sono conferiti al Presidente i seguenti poteri nella specifica materia del trattamento e della protezione dei dati personali: a) la rappresentanza della Società in ogni atto, documento, relazione con terzi e pubbliche autorità in relazione alla tematica inerente il corretto trattamento dei personali in ossequio a quanto previsto dal d. lgs 196/2003 e relativi decreti attuativi e successive modifiche e integrazioni; b) tutti i poteri adeguati e necessari, tali da consentirgli la predisposizione di tutte le cautele e l'adozione ed attuazione di ogni misura e provvedimento, sia di carattere formale che sostanziale, previsto dalla normativa suddetta, nonché da ogni altro provvedimento legislativo o regolamentare in materia.

#### 11.1.3. Cariche ricoperte dai membri del Consiglio di Amministrazione in società diverse dall'Emittente

La seguente tabella indica le principali società di capitali o di persone, diverse dall'Emittente, in cui i componenti del Consiglio di Amministrazione siano membri degli organi di amministrazione, direzione o vigilanza, ovvero soci, attualmente e negli ultimi cinque anni dalla Data del Documento di Ammissione:

Nome e Cognome	Società	Carica o partecipazione detenuta	Status alla Data del Documento di Ammissione
<b>DIEGO TOSCANI</b>	IL BUON GUSTO ITALIANO S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 49%	IN ESSERE
	O.P.S. SRL	PARTECIPAZIONE DEL 25% LEGALE RAPPRESENTANTE EX ART.2 L. 25/8/91 N.287 dal 23/09/1998 e CONSIGLIERE DELEGATO dal 16/01/1998	IN ESSERE
	BETTER SIDE S.R.L.	PARTECIPAZIONE DELL'11,11%	IN ESSERE
	EASY LIFE SRL	CONSIGLIERE DELEGATO dal 19/12/2019 E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 16/12/2019	IN ESSERE
	PROPRIS IMMOBILIARE S.R.L.	CONSIGLIERE E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 22/09/2008	CESSATA
	HO.D.T. SRL	SOCIO UNICO dal 10/09/2013	IN ESSERE
	PLAY GREEN S.R.L.	CONSIGLIERE E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 03/11/2015 fino al 02/05/2016	CESSATA
	<b>GABRIELE MAIFREDI</b>	ALGACHIETA S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 30%
	EASY LIFE SRL	CONSIGLIERE dal 16/12/2019	IN ESSERE
<b>ALVISE GNUTTI</b>	FSA SRL	PARTECIPAZIONE DEL 27,78% AMMINISTRATORE UNICO dal 06/11/2018	IN ESSERE
	BETTER SIDE S.R.L.	PARTECIPAZIONE DELL'11,11%	IN ESSERE
	PRAGMATICA PLUS S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 10% AMMINISTRATORE UNICO dal 28/06/2017	IN ESSERE
	AZIENDA SERVIZI FARMACEUTICI S.R.L. – A.S.F. S.R.L.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 21/04/2009	IN ESSERE
	ISVAL S.P.A.	SINDACO EFFETTIVO dal 27/04/2012	IN ESSERE
	NORMALIEN S.P.A.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 29/06/2011	IN ESSERE
	RACCORDERIE BORGHESI BORTOLO SRL	REVISORE UNICO dal 16/12/2019	IN ESSERE
	SAFRA S.P.A.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 26/06/2009	IN ESSERE
	CRONO SRL	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 28/10/2009	IN ESSERE
	AZIENDA SERVIZI VALTROMPIA S.P.A.	CONSIGLIERE E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 20/04/2017 fino al 13/05/2020; SINDACO EFFETTIVO dal 23/04/2010 fino al 02/05/2017 E PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 06/06/2016 fino al 02/05/2017	CESSATA
	CASTELLINI OFFICINE MECCANICHE S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 28/06/2013 fino al 13/07/2016	CESSATA
	FORMAGGERIA ARIASI E REGGIA S.R.L. (FORMAGGERIA S.R.L.)	REVISORE UNICO dal 16/12/2019 fino al 25/07/2020	CESSATA
	LINEA AMBIENTE S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 29/11/2016 fino al 17/03/2020	CESSATA

	LINEA GREEN S.P.A.	SINDACO SUPPLENTE dal 29/11/2016 fino al 17/03/2020	CESSATA
<b>MICHELE GRAZIOLI</b>	DIVISIBILE GROUP S.R.L.	NUDA PROPRIETA' DEL 100% PARTECIPAZIONE DEL 90% AMMINISTRATORE UNICO E SOCIO UNICO dal 06/12/2016	IN ESSERE
	VEDRAI S.P.A.	PARTECIPAZIONE DEL 70% AMMINISTRATORE DELEGATO dal 19/05/2020; CONSIGLIERE E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 07/05/2020	IN ESSERE
	DIVISIBILE ODD SRLS	PARTECIPAZIONE DEL 57,50% NUDA PROPRIETA' DEL 10% AMMINISTRATORE UNICO dal 12/05/2014	IN ESSERE
	MIVAL CAPITAL S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 50% AMMINISTRATORE UNICO dal 07/02/2020	IN ESSERE
	BUETO DI GRAZIOLI PRIMO E C. S.A.S.	SOCIO ACCOMANDANTE dal 23/12/2014	IN ESSERE
	WHERE I GO S.R.L.	CONSIGLIERE dal 17/01/2020	IN ESSERE
<b>MICHELE ANDREAUS</b>	MAEC S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 20%	IN ESSERE
	F.LLI POLI S.P.A.	CONSIGLIERE dal 03/09/2018	IN ESSERE
	FIDE S.P.A.	CONSIGLIERE dal 26/06/2020	IN ESSERE
	FONDAZIONE TRENINO UNIVERSITA'	PRESIDENTE dal 26/07/2002	IN ESSERE
	LA FINANZIARIA TRENINA S.P.A.	CONSIGLIERE dal 07/05/2010	IN ESSERE
	SAN PATRIGNANO SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA SOCIALE	SINDACO EFFETTIVO dal 27/04/2018	IN ESSERE
	CASA GIRELLI S.P.A. ('CAGI S.P.A. - GI S.P.A. O S.P.A. GI')	CONSIGLIERE E VICE PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 23/11/2018 fino al 12/12/2019	CESSATA
	CASSA DEL TRENINO S.P.A.	CONSIGLIERE dal 27/04/2009 fino al 01/06/2018 e VICE PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 13/11/2015 fino al 01/06/2018	CESSATA

#### 11.1.4. Condanne dei membri del consiglio

Per quanto a conoscenza dell'Emittente negli ultimi cinque anni, nessuno dei membri del Consiglio di Amministrazione (i) ha riportato condanne in relazione a reati di frode o bancarotta; (ii) è stato dichiarato fallito o sottoposto a procedure concorsuali o è stato associato a procedure di bancarotta, amministrazione controllata o procedura di liquidazione; (iii) è stato ufficialmente incriminato e/o è stato destinatario di sanzioni da parte di autorità pubbliche o di regolamentazione (comprese le associazioni professionali designate) nello svolgimento dei propri incarichi, né è stato interdetto dalla carica di amministrazione, direzione o vigilanza dell'Emittente o dalla carica di direzione o gestione di altre emittente.

## 11.2 *Organo di controllo*

### 11.2.1. Composizione

Ai sensi dell'articolo 27 dello Statuto, la gestione sociale è controllata da un Collegio Sindacale, costituito da 3 (tre) membri effettivi e 2 (due) supplenti, in possesso dei requisiti di professionalità e onorabilità di cui

all'articolo 148, comma 4, del TUF e degli ulteriori requisiti di legge. I sindaci durano in carica tre anni con scadenza alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della carica e sono rieleggibili.

Il Collegio Sindacale dell'Emittente è stato nominato dall'Assemblea dei Soci del 29 giugno 2019 e resterà in carica fino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2021.

Alla data del Documento di Ammissione il Collegio Sindacale risulta composto come indicato nella tabella che segue:

Carica	Nome e Cognome	Luogo di nascita	Data di nascita
Presidente del Collegio Sindacale	Marco Giacomo Inverardi	Rovato (BS)	30/08/1965
Sindaco	PierFederico Carrozzo	Vicenza (VI)	22/06/1961
Sindaco	Claudio Massaroli Perani	Sarezzo (BS)	10/04/1965
Sindaco Supplente	Silvano Mombelli	Castrezzato (BS)	15/03/1965
Sindaco Supplente	Angiolino Zanni	Capriolo (BS)	31/10/1962

Tutti membri del Collegio Sindacale sono in possesso dei requisiti di professionalità e onorabilità di cui all'articolo 148, comma 4, del TUF.

I componenti del Collegio Sindacale sono domiciliati per la carica presso la sede dell'Emittente.

Viene di seguito riportato un breve *curriculum vitae* dei componenti del Collegio Sindacale:

#### ***Marco Giacomo Inverardi (Presidente del Collegio Sindacale)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1993 presso l'Università degli Studi di Brescia. Intraprende la professione di dottore commercialista nel 1996 (iscritto al n. 1214/A dell'Ordine dei Dottori e degli Esperti Contabili di Brescia - iscritto al Registro dei Revisori Contabili G.U 50 25.06.1999 – D.M. 07.06.1999) e negli anni sviluppa una specifica esperienza in operazioni di M&A, gestione del passaggio generazionale e di advisor nella gestione della crisi aziendale. E' associato senior dello studio "Beltrami Carrozzo Inverardi Mombelli Zanni & Associati" con sede in Rovato (BS) e filiale in Pontoglio (BS). Ricopre incarichi di sindaco e revisore in diverse società ed è stato membro di organismi di vigilanza in istituti bancari. Recentemente (2017-2019) ha acquisito esperienze in operazioni di *private debt* e di *private equity*.

Ha partecipato, tra i numerosi corsi di formazione e aggiornamento professionale, al corso in Economia e Finanza d'Impresa organizzato dal 2016 al 2018 dalla Scuola di Alta Formazione della Lombardia.

#### ***PierFederico Carrozzo (Sindaco Effettivo)***

Dopo essersi laureato in Economia e Commercio nel 1986 presso l'Università degli Studi di Brescia (vincitore del premio "Palazzoli" quale migliore tesi di laurea discussa nell'anno accademico 1986 in Scienza delle Finanze e Diritto Finanziario) consegue nell'anno 1988 l'abilitazione all'esercizio della professione di Dottore Commercialista (per la quale risulta ad oggi iscritto al n.485/A dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Brescia). Nell'anno 1995 ottiene l'iscrizione al Registro dei Revisori Contabili (n. 67047 – G.U. 97/bis 19/12/1995 – D.M. 4/12/1995). In oltre 30 anni di attività professionale opera anche quale Consulente Tecnico d'Ufficio del Tribunale di Brescia con specializzazione contabile e fiscale e rappresenta l'Ordine dei Dottori Commercialisti di Brescia all'interno della Commissione di certificazione dei contratti di

lavoro e appalto istituita presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Direzione Provinciale del Lavoro di Brescia. Nel corso di questi anni partecipa come relatore a convegni organizzati dall’Ordine dei Dottori Commercialisti di Brescia ed è tutt’ora membro del comitato di redazione della rivista economica “Brescia & Futuro” quale responsabile della rubrica dedicata alle problematiche fiscali.

Ha partecipato, tra i numerosi corsi di formazione e aggiornamento professionale, al corso in Economia e Finanza d’Impresa organizzato dal 2016 al 2018 dalla Scuola di Alta Formazione della Lombardia.

Attualmente esercita la professione quale associato senior di “Studio Associato Beltrami-Carrozzo-Inverardi-Mombelli-Zanni & Associati” con specializzazione nel contenzioso tributario.

#### ***Claudio Massaroli Perani (Sindaco Effettivo)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1990 presso l’Università degli Studi di Brescia. Contemporaneamente agli studi svolge attività di gestione presso le Aziende di Famiglia. Dopo la Laurea, nel 1991, superato l’Esame di Stato si iscrive all’Albo dei Dottori Commercialisti di Brescia iniziando la professione. Durante la propria carriera professionale riveste molteplici cariche di Consigliere ed assume partecipazioni in diverse Società operanti in diversi settori economici che spaziano dall’immobiliare, all’edile, settore del Lusso, settore Turistico e produttivo Agricolo.

Si specializza in consulenze in operazione straordinarie quali: fusioni, scissioni, trasformazioni, liquidazioni e dotato di buone capacità comunicative, organizzative e relazionali, ha l’opportunità di assistere Società Clienti in attività di sviluppo commerciale in paesi del Middle East Asiatico quali Turchia e Emirati Arabi.

#### ***Silvano Mombelli (Sindaco Supplente)***

Laureato in Economia e Commercio nel 1991 presso l’Università degli Studi di Brescia. Intraprende la professione di dottore commercialista nel 1992 (iscritto al n. 631/A dell’Ordine dei Dottori e degli Esperti Contabili di Brescia - iscritto al Registro dei Revisori Contabili G.U 50 25.06.1999 – D.M. 07.06.1999) specializzandosi nella gestione del contenzioso tributario e nella gestione dei rapporti con le pubbliche amministrazioni. E’ socio senior dello studio “Beltrami Carrozzo Inverardi Mombelli Zanni & Associati” e ha ricoperto incarichi di sindaco e di revisore in diverse società.

#### ***Angiolino Zanni (Sindaco Supplente)***

Laureato in Economia e Commercio nell’anno 1992 presso l’Università degli Studi di Brescia con tesi sperimentale in matematica finanziaria con la dott.ssa Silvana Stefani intitolata “La valutazione dei futures finanziari. Modelli di previsione dei prezzi in presenza di ambienti stocastici e deterministici.”, chiude la carriera ultradecennale da dipendente bancario iniziando un breve periodo come assistente universitario presso la cattedra di matematica finanziaria I presso l’Università degli Studi di Brescia. Nell’anno 1993 intraprende la professione di dottore commercialista e revisore contabile (iscritto al n. 932/A presso l’Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Brescia e al n. 80258 presso il Registro dei Revisori Legali Mef, abilitato anche per la revisione legale negli enti pubblici ed iscritto presso l’apposito albo al livello 3, il più alto) inizialmente con studio con unico titolare sino al 31.12.2001 e dal 01.01.2002 è associato senior dello studio associato “Beltrami, Carrozzo, Inverardi, Mombelli, Zanni & Associati”. Negli oltre trentacinque anni di attività lavorativa sviluppa una specifica esperienza in ambito bancario (già presidente e membro del collegio sindacale di tre BCC, una delle quali ininterrottamente dal 1996 ad oggi, operanti nelle provincie di Brescia e di Bergamo e di altrettanti O.d.V. delle BCC per l’applicazione della legge n. 231/2001) , ha inoltre ricoperto presso il Tribunale di Brescia incarichi quali curatore fallimentare, consulente tecnico d’ufficio nei

ruoli degli esperti contabili e fiscali, redattore di perizie di trasformazione, fusione e scissione societarie, di valutazione e di affrancamento di quote societarie, della ristrutturazione dei debiti e del concordato preventivo. Infine è, alternativamente in varie società, presidente e/o membro di collegi sindacali e di Organismi di Vigilanza per l'applicazione della legge n. 231/2001 e/o revisore legale (di enti privati e pubblici quali comuni e/o consorzi tra enti pubblici) o amministratore di società aventi ad oggetto, tra gli altri, la detenzione di partecipazioni societarie e la formazione professionale.

#### 11.2.2. Cariche ricoperte dai membri del Collegio Sindacale in società diverse dall'Emittente

La seguente tabella indica le principali società di capitali o di persone aventi rilevanza per l'Emittente in cui i membri del Collegio Sindacale siano stati membri degli organi di amministrazione, direzione o vigilanza, ovvero soci negli ultimi cinque anni, con l'indicazione circa il loro status alla Data del Documento di Ammissione.

Nome e Cognome	Società	Carica o partecipazione detenuta	Status alla Data del Documento di Ammissione
<b>MARCO GIACOMO INVERARDI</b>	GOLF DI FRANCIACORTA S.P.A.	PARTECIPAZIONE DELLO 0,14%	IN ESSERE
	"IL GIRASOLE SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS"	SINDACO EFFETTIVO dal 13/12/2019	IN ESSERE
	ATENA SPA	SINDACO SUPPLENTE dal 22/05/2020	IN ESSERE
	BUGATTI AUTORICAMBI - SOCIETA' PER AZIONI	SINDACO SUPPLENTE dal 21/05/2020	IN ESSERE
	INDUSTRIE POLIECO-M.P.B. S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 26/06/2019	IN ESSERE
	PROGETTO - SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS	SINDACO EFFETTIVO dal 22/11/2004	IN ESSERE
	SAEF S.R.L.	REVISORE DEI CONTI dal 16/12/2019	IN ESSERE
	TEST INDUSTRY S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 07/08/2019	IN ESSERE
	VETRARIA BERGAMASCA - TECNOVETRO S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 21/01/2002	IN ESSERE
	COGEME - SERVIZI PUBBLICI LOCALI S.P.A. IN BREVE COGEME S.P.A.	SINDACO SUPPLENTE dal 19/10/2015 fino al 07/01/2019	CESSATA
	TEST INDUSTRY S.R.L.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 24/07/2017 fino al 07/08/2019	CESSATA
	MPM S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 27/04/2010 fino al 27/05/2019	CESSATA
	EUROVIX S.P.A.	SINDACO EFFETTIVO dal 23/06/2016 fino al 02/08/2018	CESSATA
	B.R.R. S.R.L. - IN LIQUIDAZIONE	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 14/10/2016 fino al 27/04/2018	CESSATA
<b>PIERFEDERICO CARROZZO</b>	GOLF DI FRANCIACORTA S.P.A.	PARTECIPAZIONE DEL 0,14% SINDACO SUPPLENTE dal 11/07/2020	IN ESSERE
	CONSUL-DATA DI LANCINI STELIO E LOZZA ANNA S.D.F	SOCIO AMMINISTRATORE dal 04/06/1993 LEGALE RAPPRESENTANTE dal 04/06/1993	IN ESSERE
	FD FIDUCIARIA DIGITALE S.R.L.	CONSIGLIERE E PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE dal 01/12/2017	IN ESSERE

	NETWORK COMMERCIALISTI ARC S.P.A.	CONSIGLIERE DELEGATO E VICE PRESIDENTE CONSIGLIO AMMINISTRAZIONE dal 22/11/2018	IN ESSERE
	SILICONITON S.R.L.	CONSIGLIERE dal 14/12/2011 CONSIGLIERE DELEGATO dal 27/06/2015 fino al 28/06/2016	IN ESSERE  CESSATA
	STUDIO GOZZINI DI DOTT. BELTRAMI ALBERTO, DOTT. CARROZZO PIER FEDERICO & C. S.A.S.	SOCIO ACCOMANDATARIO dal 22/02/1990	IN ESSERE
	STUDIO SERVIZI AZIENDALI DOTT. LANCINI STELIO & C. SNC	SOCIO AMMINISTRATORE Dal 03/10/1989	IN ESSERE
	"IL GIRASOLE SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS"	SINDACO SUPPLENTE dal 13/12/2019	IN ESSERE
	ALBA S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 14/12/2017	IN ESSERE
	PROGETTO - SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS	SINDACO SUPPLENTE dal 22/11/2004	IN ESSERE
	SANDRINI METALLI S.P.A.	SINDACO EFFETTIVO dal 01/07/2020	IN ESSERE
	VETRARIA BERGAMASCA - TECNOVETRO S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 21/01/2002	IN ESSERE
	C M O - S.R.L.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 01/12/1996 fino al 05/08/2020 SINDACO EFFETTIVO dal 20/03/2013 fino al 30/05/2019	CESSATA
	EUROVIX S.P.A.	SINDACO SUPPLENTE dal 22/10/2010 fino al 02/08/2018	CESSATA
<b>CLAUDIO MASSAROLI PERANI</b>	IMMOBILTRE S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 35,15%	IN ESSERE
	INOXDEP SRL	PARTECIPAZIONE DEL 22,22%	IN ESSERE
	FOUR PALACE S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 13/12/2005	IN ESSERE
	GALILEI SRL	AMMINISTRATORE UNICO dal 14/11/2002	IN ESSERE
	GENNANATES S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 28/02/2020	IN ESSERE
	IMMOBILTRE S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 10/04/2019 CONSIGLIERE DELEGATO dal 05/11/2001 fino al 10/04/2019 CONSIGLIERE dal 05/11/2001 fino al 10/04/2019	IN ESSERE
	INOXDEP SRL	SOCIO UNICO dal 21/04/2020	IN ESSERE
	SOCIETA' AGRICOLA CASAL DI PARI S.R.L.	PRESIDENTE CONSIGLIO AMMINISTRAZIONE dal 31/01/2012 CONSIGLIERE DELEGATO dal 31/01/2012 CONSIGLIERE DAL 31/01/2012	IN ESSERE
	UNOPUNTOTRE SRL	CONSIGLIERE DELEGATO dal 19/07/2019 CONSIGLIERE dal 19/07/2019	IN ESSERE

		AMMINISTRATORE UNICO dal 08/10/2004 fino al 19/07/2019	
	UNOPUNTOUNO SRL	AMMINISTRATORE UNICO	IN ESSERE
	NORMALIEN S.P.A.	SINDACO SUPPLENTE dal 29/06/2011	IN ESSERE
	SAFRA S.P.A.	SINDACO SUPPLENTE dal 06/07/2011	IN ESSERE
	VAL.FER S.R.L.	REVISORE DEI CONTI dal 09/12/2019	IN ESSERE
	BELLENTANI F.LLI S.R.L. IN LIQUIDAZIONE	SINDACO EFFETTIVO dal 26/07/2013	IN ESSERE
	CRONO SRL	SINDACO SUPPLENTE dal 17/03/2010	IN ESSERE
	E.R.P. S.R.L.	REVISORE DEI CONTI dal 23/12/2019 fino al 23/07/2020	CESSATA
	IMMOBILIARE ZETA 5 S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 23/07/2018 fino al 15/11/2019	CESSATA
	CANTIERI EDILI BERGAMELLI S.R.L. - IN LIQUIDAZIONE	PRESIDENTE CONSIGLIO AMMINISTRAZIONE dal 03/02/2014 fino al 15/01/2018 CONSIGLIERE DELEGATO dal 03/02/2014 fino al 15/01/2018 CONSIGLIERE dal 09/01/2014 fino al 15/01/2018	CESSATA
<b>SILVANO MOMBELLI</b>	OFFICINE MECCANICHE LODA S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 26/05/2020	IN ESSERE
	GALVANICA S & L SRL IN LIQUIDAZIONE	LIQUIDATORE dal 24/02/2020	IN ESSERE
	"IL GIRASOLE SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS"	SINDACO SUPPLENTE dal 13/12/2019	IN ESSERE
	ATENA SPA	SINDACO SUPPLENTE dal 23/05/2012	IN ESSERE
	C M O - S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 01/12/1999	IN ESSERE
	COGEME NUOVE ENERGIE SRL	SINDACO SUPPLENTE dal 22/07/2019	IN ESSERE
	FPS HOLDING S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 28/06/2016	IN ESSERE
	NETWORK COMMERCIALISTI ARC S.P.A.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 15/10/2018	IN ESSERE
	PROGETTO - SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS	SINDACO SUPPLENTE dal 22/11/2004	IN ESSERE
	SPARTA S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 09/02/2018	IN ESSERE
	VETRARIA BERGAMASCA - TECNOVETRO S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 21/01/2005	IN ESSERE
	CALVETTI - S.R.L., IN LIQUIDAZIONE	SINDACO SUPPLENTE dal 29/04/2004	IN ESSERE
	MPM S.R.L.	SINDACO EFFETTIVO dal 27/04/2010 fino al 27/05/2019	CESSATA
	ACQUE OVEST BRESCIANO DUE S.R.L. IN BREVE ANCHE A.O.B. DUE S.R.L. - IN LIQUIDAZIONE	SINDACO SUPPLENTE dal 29/04/2011 fino al 10/06/2020	CESSATA
<b>ANGIOLINO ZANNI</b>	2A S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 50% AMMINISTRATORE UNICO dal 11/01/2016	IN ESSERE
	EMMA S.R.L.	PARTECIPAZIONE DEL 25% PRESIDENTE CONSIGLIO AMMINISTRAZIONE dal 06/06/1997	IN ESSERE
	GOLF DI FRANCIACORTA S.P.A.	PARTECIPAZIONE DELLO 0,14%	IN ESSERE
	AUTOTECH S.R.L.	AMMINISTRATORE UNICO dal 07/02/2007	IN ESSERE
	GESTIMMOBILIARE DI CARUNA FABRIZIO & C. S.A.S.	SOCIO ACCOMANDANTE dal 06/02/2002	IN ESSERE
	"IL GIRASOLE SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS"	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 13/12/2019 REVISORE DEI CONTI dal 20/09/2006 fino	IN ESSERE

		al 03/01/2020	
	ATENA SPA	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 14/04/2015	IN ESSERE
	BANCA DI CREDITO COOPERATIVO DEL BASSO SEBINO-SOCIETA' COOPERATIVA	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 09/05/1998	IN ESSERE
	BUGATTI AUTORICAMBI - SOCIETA' PER AZIONI	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 22/06/2017	IN ESSERE
	EUROPE TRACTOR PARTS S.R.L.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 20/04/2017	IN ESSERE
	MECHATRONICS AND DYNAMIC DEVICES S.R.L.	REVISORE DEI CONTI dal 31/12/2016	IN ESSERE
	NUOVA EDIL-COOP COOPERATIVA EDILIZIA DI ABITAZIONE SOCIETA' COOPERATIVA	REVISORE DEI CONTI dal 29/05/2011	IN ESSERE
	PROGETTO - SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE - ONLUS	SINDACO EFFETTIVO dal 18/05/2003	IN ESSERE
	SPARTA S.R.L.	PRESIDENTE DEL COLLEGIO SINDACALE dal 09/02/2018	IN ESSERE
	CALVETTI - S.R.L., IN LIQUIDAZIONE	SINDACO EFFETTIVO dal 29/04/2004	IN ESSERE
	MPM S.R.L.	SINDACO SUPPLENTE dal 27/04/2010 fino al 27/05/2019	CESSATA

### 11.3 Principali dirigenti

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente non ha dirigenti alle proprie dipendenze, tuttavia, l'Emittente si avvale, a vario titolo, di persone chiave altamente qualificate, di cui si include di seguito un breve curriculum vitae:

#### **Diego Toscani (Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato)**

Per il curriculum vitae del Dott. Toscani si rinvia a quanto indicato al precedente Paragrafo 11.1.1.

#### **Gabriele Maifredi (Vice-Presidente del Consiglio di Amministrazione e Direttore Generale)**

Per il curriculum vitae del Dott. Maifredi si rinvia a quanto indicato al precedente Paragrafo 11.1.1.

#### **Flavio Marzani (Consulente Finanza e Controllo)**

Laureato in Economia e Commercio nel 1998 presso l'Università degli Studi di Brescia. Inizia la sua carriera nel 1998 come revisore contabile presso EY S.p.A., in seguito matura esperienze pluriennali nella Direzione Amministrativa e Generale presso Gruppo Alfa Acciai dal 2001 al 2006 (Settore Siderurgico), presso Gruppo IG Holding dal 2007 al 2012 (Automotive), di Lidl Italia nel xx (GDO), di Gruppo Linea Verde dal 2012 al 2015 (Energie Rinnovabili). In queste esperienze ha mostrato un forte senso pratico diventando un manager capace di raggiungere obiettivi concreti e sviluppando competenze multidisciplinari nelle aree amministrative, HR, Produzione e logistica, commerciale ed investimenti.

Dal 2018 mette a disposizione la sua esperienza e le sue competenze in Promotica con il ruolo di Consulente dell'Area Amministrazione Finanza e controllo.

#### **Patrizia Sambinelli (Responsabile Amministrativo)**

Consegue il diploma in ragioneria nel 2001. Inizia la sua carriera nel 2002 presso il Gruppo Golden Lady S.p.A. Dal 2004 al 2007 ricopre la carica di impiegata presso A&T Europe S.p.A.. Dal 2007 inizia la sua esperienza in Promotica come responsabile dell'ufficio amministrativo e della tesoreria, seguendo direttamente tutto il

percorso di crescita della Società e dando un significativo contributo al miglioramento delle procedure e del software gestionale. Durante la sua carriera professionale ha sviluppato importanti competenze in ambito amministrativo, di pianificazione, controllo e di gestione della finanza.

#### ***Katia Guidi (Responsabile Agenzia Grafica)***

Ha ottenuto il Diploma di Maestro d'Arte in grafica pubblicitaria nel 1996 e di Grafico Pubblicitario nel 1997 presso l'Istituto d'Arte Caravaggio di Brescia. Inizia la sua esperienza professionale come Graphic Designer presso Clerici & Associati nel 1999, fonda poi nel 2006 Demo Adv della quale diviene Art Director occupandosi di Ideazione, realizzazione e coordino creativo di campagne pubblicitarie, brand image e corporate identity, consulenza sulle strategie di comunicazione più efficaci.

Dal 2008 entra in Promotica come Art Director e coordinatrice dell'Ufficio Grafico occupandosi di direzione creativa e coordino del reparto creativo, sviluppo strategie creative, ideazione e realizzazione creativa di campagne pubblicitarie, loghi, brand image, corporate identity, su servizi richiesti sia direttamente da Promotica che da clienti esterni.

#### ***Alessandro Tiefenthaler (Direzione Market Proposition Italia)***

Laureato nel 2000 in Economia e Commercio presso l'università di Trento.

Inizia la sua esperienza professionale nel 2001 in Recom S.p.A (Consulenza Marketing e Incentivazione). come Project Manager Junior e Key Account, dal 2005 al 2006 è in Sparkasse Bolzano (Istituto di Credito) come consulente della direzione marketing nella progettazione in un programma Loyalty. Dal 2006 al 2008 in Dolomatic Srl è Responsabile Commerciale occupandosi di gestione della forza vendita, pianificazione strategia e attività di Marketing e Comunicazione.

Dal 2008 in Promotica dapprima come Project Manager per iniziative Loyalty oltre che sviluppo di Partnership con alcuni Brand, in seguito dal 2015 ricopre la posizione di Direttore Vendite.

#### ***Chiara Fossati (Direzione Market Proposition Estero)***

Dopo un breve periodo all'estero per perfezionare gli studi in Lingue, inizia la sua carriera nel 1996 presso una multinazionale francese come ADV (Administrateur des ventes) e in seguito, nel 2001 come Account Manager presso Baimex a Rodano (MI), occupandosi di Loyalty e promozioni al trade; successivamente è Category Manager presso la Multinazionale Brandloyalty, che si occupa di loyalty di breve periodo nel mondo della GDO; dal 2010 Sourcing & Licensing Manager sempre per Brandloyalty, occupandosi dello studio, acquisto e progettazione di campagne Loyalty e Special Promotions, attraverso la stretta collaborazione con aziende del mondo dell'intrattenimento, come la Multinazionale Walt Disney Company. Dal gennaio 2020 responsabile Market Proposition Estero per Promotica.

#### ***Massimo Eccher (Direzione Business Intelligence)***

Laureato nel 1996 in Statistica con specializzazione in «Ricerche in ambito economico ed aziendale» presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Inizia la sua esperienza professionale come Logistic Manager dal 1994 al 1997 in C.E.C. electronics (Logistica per GDO), successivamente dal 1997 al 2001 è Responsabile di Programmi e Sviluppo Software presso «The Continuity Company Srl» (Consulenza Marketing e Loyalty Promotions»). Dal 2001 al 2007 è in Dream Team Srl (Consulenza Marketing/Loyalty Promotions) come IT Manager e figura di supporto per il reparto Program Manager. Dal 2007 al 2011 passa poi in Brand Loyalty

Italia S.p.A. dopo l'acquisizione di Dream Team Srl come IT Manager, Efficiency Manager e Operation/Analyst Support.

Dopo una breve esperienza in Zucchetti Informatica come consulente per progetti Statistico-Informatici, arriva in Promotica nel 2012 assumendo la direzione e lo sviluppo della Business Intelligence.

#### ***Matteo Mutti (IT Manager)***

Laureato in Ingegneria dell'Informazione con indirizzo informatico presso l'Università degli Studi di Brescia nel 2009. Inizia la sua esperienza professionale nel 2000 come Sistemista Sviluppatore presso l'Istituto Superiore V. Capirola a Leno (BS) fino al 2013, dal 2003 al 2009 è anche docente di Informatica sempre nello stesso Istituto. Dal 2009 è in Promotica inizialmente come IT Manager e Developer, in seguito dal 2014 anche Project Delivery Manager, occupandosi di Progettazione di Sistemi IT per la Loyalty full stack e di gestione e delivery manager delle commesse IT.

#### ***11.4 Rapporti di parentela tra i soggetti indicati ai par. 11.1.1 – 11.2.1***

Non si ravvisano rapporti di parentela tra i membri del Consiglio di Amministrazione, né tra questi e i membri del Collegio Sindacale e i principali dirigenti.

#### ***11.5 Conflitti di interessi degli organi di amministrazione, di direzione e di vigilanza e degli alti dirigenti***

Si segnala che l'Amministratore Delegato Diego Toscani possiede il 100% del capitale sociale dell'Emittente.

Salvo quanto sopra indicato, per quanto a conoscenza dell'Emittente, alla Data del Documento di Ammissione nessuno dei membri del Consiglio di Amministrazione, del Collegio Sindacale ovvero dei Principali Dirigenti è portatore di interessi in conflitto con i propri obblighi derivanti dalla carica o qualifica ricoperta nell'Emittente stesso.

Per maggiori informazioni in merito alle cariche ricoperte dai membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale in società diverse dall'Emittente, si rinvia ai precedenti Paragrafi 11.2.1.3 e 11.2.2.

## 12 PRASSI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

### 12.1 *Durata della carica dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale*

Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato con delibera dell'assemblea degli azionisti del 14 settembre 2020 e rimarrà in carica sino alla data dell'assemblea degli azionisti convocata per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2022.

Il Collegio Sindacale dell'Emittente è stato nominato con delibera dell'assemblea degli azionisti del 21 giugno 2019 e rimarrà in carica sino alla data dell'assemblea degli azionisti convocata per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2021.

### 12.2 *Informazioni sui contratti di lavoro stipulati dai membri degli organi di amministrazione, di direzione o di vigilanza con l'Emittente o con le società controllate che prevedono indennità di fine rapporto*

Alla Data del Documento di Ammissione non esistono contratti con l'Emittente che prevedano il pagamento di somme – né a titolo di indennità di fine rapporto né ad altro titolo – ai membri del Consiglio di Amministrazione e/o del Collegio Sindacale per il caso di cessazione del rapporto da questi intrattenuto con la Società.

### 12.3 *Dichiarazione che attesti l'osservanza da parte dell'Emittente delle norme in materia di governo societario vigenti nel paese di costituzione*

In data 12 ottobre 2020, l'Assemblea dell'Emittente, in sede straordinaria, ha approvato il testo dello Statuto avente efficacia con decorrenza dalla data dell'avviso di Borsa Italiana di ammissione alla negoziazione degli Strumenti Finanziari della Società su AIM Italia.

Nonostante l'Emittente non sia obbligato a recepire le disposizioni in tema di *corporate governance* previste per le società quotate su mercati regolamentati, la Società ha applicato al proprio sistema di governo societario alcune disposizioni volte a favorire la trasparenza e la tutela delle minoranze azionarie. In particolare, l'Emittente ha:

- a. previsto statutariamente il voto di lista per l'elezione del Consiglio di Amministrazione prevedendo, altresì, che hanno diritto di presentare liste gli azionisti che da soli o insieme ad altri azionisti siano complessivamente titolari di Azioni rappresentanti almeno il 5% del capitale sociale avente diritto di voto nell'assemblea ordinaria;
- b. previsto statutariamente l'obbligatorietà del possesso in capo ai membri del Consiglio di Amministrazione, dei requisiti di eleggibilità previsti dalla legge e da altre disposizioni applicabili e dei requisiti di onorabilità di cui all'articolo 147-*quinquies* del TUF. Inoltre, almeno 1 (uno) dei componenti del Consiglio di Amministrazione deve possedere i requisiti di indipendenza ai sensi dell'art. 148, comma 3, del TUF, come richiamato dall'art. 147-*ter*, comma 4, del TUF;
- c. previsto statutariamente il voto di lista per l'elezione del Collegio Sindacale prevedendo, altresì, che hanno diritto di presentare liste gli azionisti che da soli o insieme ad altri azionisti siano complessivamente titolari di Azioni rappresentanti almeno il 5% del capitale sociale avente diritto di voto nell'assemblea ordinaria;
- d. previsto statutariamente che, a partire dal momento in cui le Azioni siano ammesse alle negoziazioni su

AIM Italia, si rendono applicabili per richiamo volontario e in quanto compatibili le disposizioni in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio obbligatoria relative alle società quotate di cui al TUF anche con riferimento ai regolamenti Consob di attuazione e agli orientamenti espressi da Consob in materia, limitatamente alle disposizioni richiamate nel Regolamento AIM Italia come successivamente modificato;

- e. previsto statutariamente un obbligo di comunicazione da parte degli azionisti al raggiungimento, superamento, o riduzione al di sotto delle soglie pro tempore applicabili dettate dal Regolamento AIM Italia e in particolare, del 5% (cinque per cento), 10% (dieci per cento), 15% (quindici per cento), 20% (venti per cento), 25% (venticinque per cento), 30% (trenta per cento), 50% (cinquanta per cento), 66,6% (sessantasei virgola sei per cento) e 90% (novanta per cento) del capitale sociale, ovvero delle diverse soglie di volta in volta previste dalla normativa e dai regolamenti applicabili;
- f. previsto statutariamente la competenza assembleare per operazioni di *reverse take over*, cambiamento sostanziale del *business* e revoca dalla negoziazione su AIM Italia delle Azioni;
- g. nominato Patrizia Sambinelli quale *Investor Relations Manager*;
- h. approvato le procedure in materia di operazioni con parti correlate, di comunicazione delle informazioni privilegiate e tenuta del registro delle persone che hanno accesso a informazioni privilegiate, di *internal dealing* e degli obblighi di comunicazione al Nomad.

#### **Modello ex D.Lgs. 231/2001**

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non ha adottato le procedure interne richieste ai fini dell'adeguamento alle disposizioni di cui al D.Lgs. 8 giugno 2001, n. 231, ma prevede di adottarle entro il 30 giugno 2021.

#### **Sistema di controllo di gestione**

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente è dotata di un sistema di controllo di gestione (*reporting*) in grado di informare tempestivamente e periodicamente il management sulla situazione economica e finanziaria della Società. Nello specifico, il sistema, attivo dal 1 gennaio 2019, favorisce il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- una corretta definizione degli scenari futuri a supporto delle decisioni strategiche e dei piani previsionali;
- la coerenza tra strategia e azione e l'allineamento dell'organizzazione aziendale alla strategia di impresa;
- una corretta valutazione della performance attuale, intesa come raggiungimento degli obiettivi aziendali, in rapporto agli andamenti storici e alle aspettative;
- la possibilità di decidere con tempestività le necessarie azioni correttive in rapporto ai piani prospettici.

Il sistema implementato parte dalla pianificazione strategica (*business plan*) per declinarla nella pianificazione operativa (*budget*) e nella conseguente analisi degli scostamenti (*financial reporting* mensile, *analytical reporting* trimestrale), con relativo riproiezione dei risultati attesi a fine anno (*rolling forecast*). I processi che costituiscono il CdG sono costituiti da:

- 1) elaborazione del Budget, che copre un periodo di dodici mesi, volto a monitorare l'andamento dei risultati aziendali e la loro coerenza con il Piano Strategico;

- 2) elaborazione della contabilità analitica, per la determinazione della redditività di commessa;
- 3) reporting mensile e trimestrale, per consentire un'immediata evidenza dei dati di interesse necessari per effettuare un esame degli indicatori di performance;
- 4) analisi degli scostamenti, per valutare l'andamento degli indicatori nel tempo al fine di poter intraprendere eventuali azioni correttive.

Il management aziendale (Amministratore Delegato e Direttore Generale) si riunisce ogni mese (indicativamente il giorno 20) per analizzare il bilancio di verifica del mese precedente, predisposto dall'area Amministrazione Finanza e Controllo e rielaborato secondo un modello di financial reporting che permette di garantire coerenza tra conto economico, piano, budget e rolling forecast.

L'attenzione è rivolta agli scostamenti rispetto al budget, con particolare riferimento al margine di contribuzione complessivo, calcolato come differenza tra il fatturato netto ed i costi riferiti agli acquisti di merce ed ai servizi direttamente imputabili alle operazioni promozionali.

Ogni trimestre, la riunione di cui sopra è integrata con l'analisi del bilancio di contabilità analitica, predisposto dall'area Amministrazione Finanza e Controllo e rielaborato secondo un modello di analytical reporting, che evidenzia la redditività di ogni commessa in termini di margine di contribuzione, oltre ad ulteriori indicatori di efficienza ed efficacia gestionale (redditività per commerciale di riferimento, per tipologia di operazione promozionale, per cliente promotore, per settore, nonché l'incidenza de resi su vendite per ogni commessa).

In considerazione della dimensione e dell'attività aziendale, l'Emittente ritiene che il sistema in essere consenta all'organo amministrativo di formarsi un giudizio appropriato in relazione al proprio Indebitamento Finanziario Netto nonché ai ricavi e alla marginalità per le varie aree di *business* nonché di misurarne le *performance*.

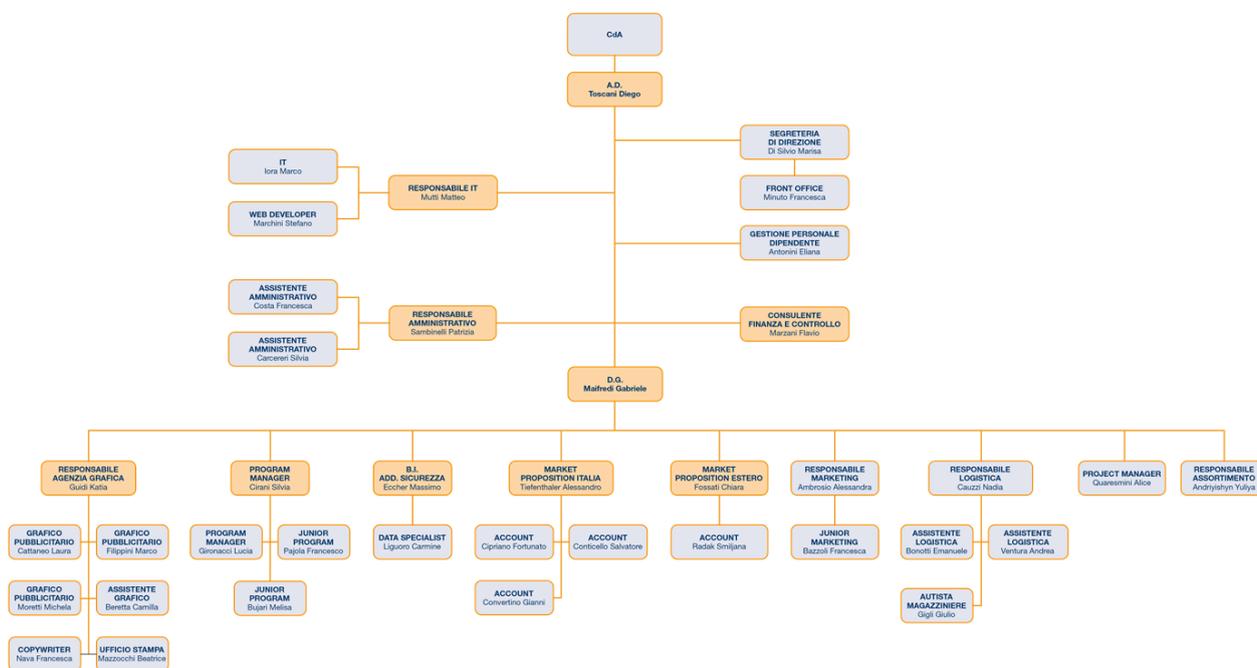
#### **12.4 Potenziali impatti significativi sul governo societario**

Alla Data del Documento di Ammissione, non sono state assunte delibere da parte degli organi societari dell'Emittente che prevedono cambiamenti nella composizione del Consiglio di Amministrazione ovvero in generale impatti significativi sul proprio governo societario.

## 13 DIPENDENTI

### 13.1 Organigramma aziendale

Di seguito si riporta l'organigramma aziendale della Società alla data del Documento di Ammissione.



### 13.2 Numero di dipendenti

Si riporta di seguito la tabella riassuntiva del personale dell'Emittente nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018, 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020:

Risorse di cui:	31 dicembre 2018	31 dicembre 2019	30 giugno 2020
Quadri	4	4	5
Impiegati	21	26	27
Operai	1	1	1
Collaboratori	5	5	5
<b>Totale</b>	<b>31</b>	<b>36</b>	<b>38</b>

### 13.3 Partecipazioni azionarie e stock option

#### 13.1.1. Partecipazioni azionarie

Alla Data del Documento di Ammissione, Diego Toscani è titolare direttamente dell'intero capitale sociale dell'Emittente.

#### 13.1.2. Stock Option

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente non ha deliberato alcun piano di *stock option* in favore

di dirigenti e/o dipendenti.

#### ***13.4 Descrizione di eventuali accordi di partecipazione dei dipendenti al capitale dell'Emittente***

Alla Data del Documento di Ammissione non risultano accordi contrattuali o norme statutarie che prevedono forme di partecipazione dei dipendenti al capitale o agli utili della Società.

## 14 PRINCIPALI AZIONISTI

### 14.1 Principali azionisti

Secondo le risultanze del libro soci, nonché sulla base delle altre informazioni a disposizione della Società, alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente, pari ad Euro 680.000,00 i.v. e rappresentato da n. 13.600.000 Azioni, è detenuto dai soggetti indicati nella seguente tabella:

Azionista	Numero di Azioni	Percentuale del capitale sociale
Diego Toscani	13.600.000,00	100,00%
Totale	13.600.000,00	100,00%

Alla data di inizio delle negoziazioni delle Azioni su AIM Italia, il capitale sociale dell'Emittente, a seguito della sottoscrizione delle n. 2.400.000,00 Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale, ma prima dell'eventuale esercizio dell'Opzione Greenshoe, sarà detenuto come segue:

Azionista	Numero di Azioni	Percentuale del capitale sociale
Diego Toscani	13.600.000,00	85,00%
Mercato	2.400.000,00	15,00%
Totale	16.000.000,00	100,00%

Il capitale sociale dell'Emittente, a seguito (i) della sottoscrizione delle n. 2.400.000,00 Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale e (ii) dell'integrale esercizio della Opzione Greenshoe, sarà detenuto come segue:

Azionista	Numero di Azioni	Percentuale del capitale sociale
Diego Toscani	13.600.000,00	83,23%
Mercato	2.741.000,00	16,77%
Totale	16.341.000,00	100,00%

Il capitale sociale dell'Emittente, a seguito (i) della sottoscrizione delle n. 2.400.000,00 Azioni rivenienti dall'Aumento di Capitale, (ii) dell'integrale esercizio della Opzione Greenshoe, nonché (ii) dell'integrale esercizio dei Warrant e correlata integrale sottoscrizione delle Azioni di Compendio da parte di tutti i portatori dei Warrant, sarà detenuto come segue:

Azionista	Numero di Azioni	Percentuale del capitale sociale
Diego Toscani	13.600.000,00	80,52%
Mercato	3.289.200,00	19,48%
Totale	16.889.200,00	100,00%

#### **14.2 Diritti di voto di cui sono titolari i principali azionisti**

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente ha emesso solamente azioni ordinarie; non esistono azioni portatrici di diritti di voto o di altra natura diverse dalle azioni ordinarie.

#### **14.3 Soggetto che esercita il controllo sulla società**

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non è soggetta al controllo di alcuna altra società.

#### **14.4 Accordi che possono determinare una variazione dell'assetto di controllo dell'emittente**

Alla Data del Documento di Ammissione, fatto salvo per il diritto di recesso dei soci, per quanto a conoscenza dell'Emittente, non sono stati sottoscritti accordi dai quali possa scaturire una variazione dell'assetto di controllo dell'Emittente.

##### **14.4.1. Patti Parasociali**

Alla Data del Documento di Ammissione, per quanto a conoscenza dell'Emittente, non sono stati sottoscritti patti parasociali dai quali possa scaturire una variazione dell'assetto di controllo dell'Emittente.

##### **14.4.2. Impegni Di Lock -Up**

Alla Data del Documento di Ammissione, il socio unico Diego Toscani, ha assunto specifici Impegni di lock-up per un periodo pari a 36 mesi a decorrere dalla Data di Ammissione delle Azioni dell'Emittente su AIM Italia.

Per ulteriori informazioni e una puntuale descrizione degli Impegni di lock-up assunti, si rinvia alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3, del Documento di Ammissione.

## 15 OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

### 15.1 Operazioni infragruppo e operazioni con parti correlate

In data 4 novembre 2020, il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente, previo parere favorevole degli amministratori indipendenti e del Collegio Sindacale, ha approvato il "Regolamento per le operazioni con parti correlate e soggetti collegati" (il "Regolamento OPC"). Il Regolamento OPC disciplina le regole relative all'identificazione, all'approvazione e all'esecuzione delle operazioni con Parti Correlate e con soggetti collegati poste in essere dall'Emittente al fine di assicurare la trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale delle stesse.

L'Emittente ha adottato il Regolamento OPC al fine di individuare e formalizzare i presupposti, gli obiettivi e i contenuti delle soluzioni adottate e ne valuta l'efficacia e l'efficienza in modo da perseguire obiettivi di integrità e imparzialità del processo decisionale, rispetto degli interessi della generalità degli azionisti e dei creditori, efficiente funzionamento degli organi societari e della sua operatività.

Il Regolamento OPC è disponibile sul sito internet dell'Emittente [www.promotica.it](http://www.promotica.it).

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente intrattiene rapporti commerciali infragruppo nell'ambito della propria operatività ordinaria con la controllata Kiki Lab, relativi a servizi di formazione e crescita professionale resi ai manager di Promotica, programmati per l'ultimo trimestre dell'esercizio in corso, e con la partecipata Ceramica Phoenix, relativi all'acquisto di prodotti nell'ambito delle campagne promozionali.

Il management di Promotica ritiene che tali rapporti commerciali siano intrattenuti a normali condizioni di mercato.

Inoltre, la società ha effettuato operazioni con le seguenti parti correlate:

- Propri Immobiliare S.r.l., in cui Diego Toscani è stato Presidente del Consiglio di Amministrazione fino all'11 novembre 2020, cui Promotica, in virtù di una partecipazione del 51% al 27 novembre 2008, ha concesso tra il 2008 e il 2017 una serie di finanziamenti infruttiferi rilevanti e non conclusi a normali condizioni di mercato per un importo complessivo residuo pari a euro 1.417.708 al 31 dicembre 2019, svalutato complessivamente alla medesima data per euro 417.708, pari al residuo importo di Euro 1.000.000. In data 11 novembre 2020, con atto a Rogito del Notaio Enrico Lera di Brescia, Rep. n. 52.201 e Racc. n. 16.472, Promotica ha venduto l'intera partecipazione detenuta in Propri alla società GIELLE COSTRUZIONI SRL, con sede in Via Galileo Galilei, 54, 25068 Sarezzo (BS) P.IVA 01547590982 per un corrispettivo pari a Euro 25.500 e la Società prevede che il finanziamento in essere verrà rimborsato contestualmente all'acquisto, per pari importo, da parte di Promotica del terreno di proprietà di Propri. In forza di una promessa vincolante di compravendita sottoscritta dalle parti in data 10 dicembre 2019, l'atto di compravendita e il contestuale rimborso del finanziamento in essere dovranno avvenire entro il 15 dicembre 2020;
- Easy Life Srl, in cui Diego Toscani è Consigliere Delegato e Presidente del Consiglio di Amministratore, da cui Promotica acquista prodotti da utilizzarsi nell'ambito delle campagne promozionali. Il management di Promotica ritiene che tali acquisti siano conclusi a normali condizioni di mercato.

Si indica di seguito l'importo relativo alle operazioni commerciali effettuate da Promotica con le società sopra menzionate e consistenti esclusivamente nell'acquisto di prodotti.

Si precisa che l'Emittente non realizza alcun fatturato costituito da operazioni con tali soggetti né esistono altre poste pendenti tra le menzionate società.

Acquisto di Prodotti da (in Euro)	31/12/2018	31/12/2019	30/06/2020
Ceramica Phoenix Srl	-	29.588	640
Easy Life Srl	153.034	37.061	47.805

## 15.2 Crediti e garanzie rilasciate a favore di amministratori e membri dell'organo di controllo

Alla Data del Documento di Ammissione non vi sono garanzie rilasciate a favore di amministratori e membri dell'organo di controllo.

## 16 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

### 16.1 Capitale azionario

#### 16.1.1. Capitale emesso

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente sottoscritto e versato è pari a Euro 680.000,00, diviso in n. 13.600.000 azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale. Le azioni sono nominative, indivisibili e sono emesse in regime di dematerializzazione.

#### 16.1.2. Azioni non rappresentative del capitale

Alla Data del Documento di Ammissione, non sussistono strumenti finanziari partecipativi non rappresentativi del capitale dell'Emittente.

#### 16.1.3. Azioni proprie

Alla Data del Documento di Ammissione, l'Emittente non detiene azioni proprie.

#### 16.1.4. Obbligazioni convertibili, scambiabili o cum Warrant, con indicazione delle condizioni e delle modalità di conversione, di scambio o di sottoscrizione

Alla Data del Documento di Ammissione l'Emittente non ha emesso obbligazioni convertibili in azioni, scambiabili o cum Warrant.

#### 16.1.5. Diritti e/o obblighi di acquisto su capitale autorizzato, ma non emesso o di un impegno all'aumento del capitale.

Fatta eccezione per l'Aumento di Capitale, l'Aumento di Capitale Warrant e il conferimento al Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 2443 del codice civile, della delega, esercitabile entro il termine di cinque anni dalla delibera e pertanto fino al 12 ottobre 2025, di aumentare - in una o più volte - il capitale sociale, a pagamento, in via scindibile, da eseguire anche in più tranches, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, quinto comma, del codice civile, per un ammontare massimo di Euro 6.000.000 (seimilioni), comprensivo del sovrapprezzo, mediante emissione di nuove azioni ordinarie, prive dell'indicazione del valore nominale, con godimento regolare e le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie in circolazione, alla Data del Documento di Ammissione, non sussistono diritti e/o obblighi di

acquisto su capitale autorizzato, ma non emesso o di un impegno all'aumento del capitale.

Per una descrizione dettagliata dell'Aumento di Capitale nonché dell'Aumento Capitale Warrant si rinvia al successivo Paragrafo 15.1.6 del Documento di Ammissione.

#### 16.1.6. Evoluzione del capitale azionario

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale dell'Emittente sottoscritto e versato è pari a Euro 680.000,00, diviso in n. 13.600.000 Azioni Ordinarie, senza indicazione del valore nominale.

Di seguito sono illustrate le operazioni che hanno riguardato il capitale sociale dell'Emittente dalla data di costituzione sino alla Data del Documento di Ammissione:

- la Società è stata costituita in data 12 marzo 2003 con un capitale sociale iniziale di Euro 10.800;
- in data 7 luglio 2011 l'Assemblea della Società ha deliberato di aumentare gratuitamente il capitale sociale da Euro 10.800 ad Euro 110.000,00 mediante parziale imputazione a capitale per il corrispondente importo di euro 99.200 della voce "Altre Riserve". A seguito di tale delibera, il capitale sociale interamente sottoscritto, versato ed esistente nel patrimonio sociale ammontava ad Euro 110.000,00.
- in data 27 maggio 2013 l'Assemblea della Società ha deliberato di aumentare gratuitamente il capitale sociale da Euro 110.000,00 ad Euro 600.000,00 mediante parziale imputazione a capitale per il corrispondente importo di Euro 490.000 della voce "Altre Riserve". A seguito di tale delibera, il capitale sociale interamente sottoscritto, versato ed esistente nel patrimonio sociale ammontava ad Euro 600.000,00.
- infine in data 24 febbraio 2015, nell'ambito dell'operazione di fusione inversa della società Ho.D.T srl (Incorporata) in Promotica, interamente partecipata dalla prima (Incorporante), ricevono piena esecuzione le rispettive delibere adottate dalle società coinvolte nella fusione in data 18 dicembre 2014. In particolare, in forza dell'atto di fusione si procedeva con l'annullamento della partecipazione di Promotica, con conseguente azzeramento del capitale sociale della società Incorporante e contestuale ricostituzione del capitale sociale della stessa ad Euro 680.000, attribuito interamente a favore dell'unico socio della Incorporata, sig. Diego Toscani.

In data 26 giugno 2020, l'assemblea straordinaria dell'Emittente ha deliberato la trasformazione da società a responsabilità limitata a società per azioni stabilendo, *inter alia*, di mantenere inalterato il capitale sociale ad Euro 680.000, diviso in n. 680.000 azioni, senza indicazione del valore nominale, attribuite al socio unico Diego Toscani.

In data 12 ottobre 2020, l'assemblea straordinaria dell'Emittente ha deliberato, *inter alia*:

- di approvare la proposta di frazionamento delle numero 680.000 (seicentottantamila) azioni ordinarie totali di PROMOTICA S.P.A., prive di valore nominale, in numero 13.600.000 (tredicimilioneisecentomila) azioni ordinarie di nuova emissione, aventi le stesse caratteristiche delle azioni ordinarie emesse, mediante frazionamento del loro valore contabile ed assegnazione di n. 20 (venti) azioni di nuova emissione in sostituzione di ogni azione ordinaria emessa, c.d. operazione di stock split in applicazione di un rapporto di assegnazione di 20 (venti) nuove azioni ordinarie per ciascuna azione esistente e di disporre l'emissione delle azioni in regime di dematerializzazione ai sensi dell'art. 83-bis e seguenti del TUF;

- di aumentare il capitale sociale a pagamento, in via scindibile, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma quinto, Codice Civile, con richiesta di un importo massimo di euro 6.000.000 (seimilioni) importo inclusivo del sovrapprezzo, mediante emissione di massime n. 4.026.000 (quattromilioniventiseimila) nuove azioni ordinarie senza indicazione del valore nominale, aumento da liberarsi con conferimento in denaro, e da offrirsi, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 5, codice civile, stante l'interesse della società, a servizio dell'operazione di Quotazione su AIM Italia e quindi sono da riservare agli Investitori destinatari dell'Offerta. Il prezzo unitario delle azioni di nuova emissione e, di conseguenza, il numero delle stesse verrà stabilito dall'organo amministrativo in prossimità dell'offerta, di guisa che il prezzo unitario di emissione sia almeno pari al valore unitario per azione del patrimonio netto della Società e, comunque, non inferiore ad ogni limite disposto da disposizioni normative o regolamentari applicabili. L'efficacia delle sottoscrizioni raccolte sarà sospensivamente condizionata al raggiungimento di tante sottoscrizioni che consentano la costituzione del flottante minimo richiesto per il rilascio del provvedimento di inizio delle negoziazioni da parte di Borsa Italiana;
- di emettere, subordinatamente all'ammissione alle negoziazioni delle Azioni sull'AIM Italia, i warrant denominati "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" da immettere nel sistema di gestione accentrata presso Monte Titoli in regime di dematerializzazione, in numero massimo pari a 805.200 (ottocentocinquemiladuecento) da assegnare gratuitamente nel rapporto di n. 1 (uno) warrant ogni n. 5 (cinque) azioni ordinarie a favore di (a) tutti coloro che avranno sottoscritto le azioni ordinarie nell'ambito del Collocamento; (b) chi avrà acquistato le azioni ordinarie in seguito all'esercizio dell'opzione di Greenshoe; il rapporto di conversione dei Warrant in Azioni di Compendio con le medesime caratteristiche e i medesimi diritti delle azioni ordinarie in circolazione al momento della loro emissione, sarà di 1 (una) azione di compendio ogni 1 (uno) "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" esercitato;
- di aumentare il capitale sociale, a pagamento, in via scindibile, da eseguire anche in più tranche, con esclusione del diritto di opzione dei soci ai sensi dell'articolo 2441, quinto comma, del codice civile, stante l'interesse della Società, per complessivi massimi Euro 1.596.864,59 (unmilione cinquecentonovantaseimilaottocentosessantaquattro virgola cinquantanove) comprensivo di sovrapprezzo, mediante emissione di Azioni di Compendio, senza indicazione del valore nominale, con godimento regolare e le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie in circolazione al momento dell'emissione, da riservare a servizio dell'esercizio dei "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" secondo quanto previsto nel Regolamento dei Warrant;
- di conferire al Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 2443 del codice civile, la delega, esercitabile entro il termine di cinque anni dalla delibera e pertanto fino al 12 ottobre 2025, di aumentare - in una o più volte - il capitale sociale, a pagamento, in via scindibile, da eseguire anche in più tranche, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, quinto comma, del codice civile, per un ammontare massimo di Euro 6.000.000 (seimilioni), comprensivo del sovrapprezzo, mediante emissione di nuove azioni ordinarie, prive dell'indicazione del valore nominale, con godimento regolare e le medesime caratteristiche delle azioni ordinarie in circolazione, eventualmente abbinando, gratuitamente o meno, alle azioni emesse, Warrant che diano il diritto di ricevere azioni ordinarie della Società.

In data 19 novembre 2020, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di delegare al Presidente del

Consiglio di Amministrazione, ogni più ampio potere di determinare il valore finale dell'aumento di capitale a servizio del collocamento finalizzato all'ammissione alle negoziazioni sull'AIM Italia delle azioni e dei Warrant della Società, nonché il prezzo di offerta per azione e il relativo sovrapprezzo nonché ogni più ampio potere al fine di determinare il numero di Warrant da emettere e il numero massimo di azioni di compendio da emettersi in esecuzione dell'aumento di capitale a servizio dei Warrant.

In data 24 novembre 2020, il Presidente del Consiglio di Amministrazione, in esecuzione della sopra menzionata delibera ha determinato in Euro 4.796.750,00 il valore finale dell'aumento di capitale a servizio del collocamento finalizzato all'ammissione alle negoziazioni sull'AIM Italia delle azioni e dei Warrant della Società, nonché in Euro 1,75 il prezzo di offerta per azione e in Euro 1,70 il relativo sovrapprezzo nonché in Euro 548.200,00 il numero di Warrant da emettere e in Euro 548.200,00 il numero massimo di azioni di compendio da emettersi in esecuzione dell'aumento di capitale a servizio dei Warrant.

## **16.2 Atto costitutivo e statuto**

### **16.2.1. Oggetto sociale e scopi della società**

Ai sensi dell'Art. 3 dello Statuto, la Società ha per oggetto le seguenti attività economiche d'impresa:

- a) l'ideazione, l'esecuzione e la gestione di operazioni promozionali, pubblicitarie e di servizi a favore di enti e società e privati finalizzati alla incentivazione delle vendite e dei consumi anche attraverso la presentazione ed il lancio di nuove linee di prodotti;
- b) l'organizzazione e la gestione di attività culturali, sportive, di spettacolo e di intrattenimento in genere;
- c) il commercio, anche in via telematica, di hardware, di software e di articoli informatici ed elettronici in genere;
- d) il commercio, anche al dettaglio, attraverso qualunque canale di distribuzione ed anche in via telematica, di materiali e supporti promo-pubblicitari;
- e) il commercio, anche al dettaglio, attraverso qualunque canale di distribuzione ed anche in via telematica, di oggettistica, articoli casalinghi e prodotti tessili, confezionati e non;
- f) il commercio, anche al dettaglio, attraverso qualunque canale di distribuzione ed anche in via telematica, di prodotti alimentare in genere, confezionati e non, comprese le bevande;
- g) l'elaborazione di dati di marketing e di piani di sviluppo aziendale, il monitoraggio di attività promozionali nei settori industriale, commerciale e di servizi.

La società potrà assumere mandati di agenzia, rappresentanza, commissione e concessione nei settori sopraindicati o ad essi complementari.

Ai fini del conseguimento dell'oggetto sociale, la Società può inoltre effettuare tutte le operazioni mobiliari ed immobiliari ed ogni altra attività che sarà ritenuta necessaria o utile, contrarre mutui ed accedere ad ogni altro tipo di credito e/o operazione di locazione finanziaria, prendere e concedere in affitto aziende, prendere e concedere in locazione commerciale immobili.

La Società potrà, inoltre, sempre in misura non prevalente ed ai fini del conseguimento dell'oggetto sociale, assumere partecipazioni sociali nei limiti dell'art. 2361 Codice Civile, rilasciare garanzie reali e personali sia a favore di società controllate, controllanti e collegate, sia a favore di terzi, precisandosi che tale attività non potrà essere svolta nei confronti del pubblico.

Sono espressamente escluse dall'oggetto sociale le attività finanziarie nei confronti del pubblico ed ogni altra

attività riservata ai sensi di legge.

16.2.2. Descrizione dei diritti, dei privilegi e delle restrizioni connessi a ciascuna classe di azioni esistenti.

Alla Data del Documento di Ammissione, il capitale sociale della società sottoscritto e versato è di Euro 680.000,00, diviso in n. 13.600.000 Azioni Ordinarie, senza indicazione del valore nominale.

Le Azioni Ordinarie sono emesse in regime di dematerializzazione e attribuiscono uguali diritti ai loro portatori, ciascuna di esse dà diritto ad un voto nelle Assemblee ordinarie e straordinarie dell'Emittente, nonché agli altri diritti patrimoniali e amministrativi, secondo le norme di legge e di Statuto applicabili.

Le Azioni sono nominative, indivisibili e liberamente trasferibili sia per atto tra vivi sia *mortis causa*, ai sensi di legge.

16.2.3. Descrizione di eventuali disposizioni dello statuto dell'Emittente che potrebbero avere l'effetto di ritardare, rinviare o impedire una modifica dell'assetto di controllo dell'Emittente.

Salvo quanto di seguito specificato, lo Statuto dell'Emittente non contiene disposizioni, che potrebbero avere l'effetto di ritardare, rinviare o impedire una modifica dell'assetto di controllo dell'Emittente.

Ai sensi dell'art. 12 dello Statuto dell'Emittente, a partire dal momento in cui le Azioni emesse dalla Società sono ammesse alle negoziazioni sull'AIM Italia, si rendono applicabili per richiamo volontario ed in quanto compatibili le disposizioni in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio obbligatoria relative alle società quotate di cui al TUF anche con riferimento ai regolamenti Consob di attuazione e agli orientamenti espressi da Consob in materia limitatamente alle disposizioni richiamate nel Regolamento AIM Italia come successivamente modificato. Resta inteso che l'obbligo di offerta previsto dall'articolo 106, comma 3, lettera b) TUF non troverà applicazione, alle condizioni previste dal comma 3-quater della medesima disposizione, sino alla data dell'assemblea convocata per approvare il bilancio relativo al quinto esercizio successivo all'ammissione delle Azioni della Società su AIM Italia.

Qualsiasi determinazione opportuna o necessaria per il corretto svolgimento della offerta (ivi comprese quelle eventualmente afferenti la determinazione del prezzo di offerta) sarà adottata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1349 c.c., su richiesta della Società e/o degli azionisti, dal Panel di cui al Regolamento Emittenti AIM Italia predisposto da Borsa Italiana, che disporrà anche in ordine a tempi, modalità, costi del relativo procedimento, ed alla pubblicità dei provvedimenti così adottati in conformità al Regolamento stesso.

Fatto salvo ogni diritto di legge in capo ai destinatari dell'offerta, il superamento della soglia di partecipazione prevista dall'art. 106, commi 1, 1-bis, 1-ter, 3 lettera (a), 3 lettera (b) – salva la disposizione di cui al comma 3-quater – e 3-bis del TUF, ove (ciò anche a seguito di eventuale maggiorazione dei diritti di voto) non accompagnato dalla comunicazione al consiglio di amministrazione e dalla presentazione di un'offerta pubblica totalitaria nei termini previsti dalla disciplina richiamata e da qualsiasi determinazione eventualmente assunta dal Panel con riferimento alla offerta stessa, nonché qualsiasi inottemperanza di tali determinazioni comporta la sospensione del diritto di voto sulla partecipazione eccedente.

16.2.4. Disposizioni dello statuto dell'Emittente che disciplinano la soglia di possesso al di sopra della quale vige l'obbligo di comunicazione al pubblico della quota di azioni posseduta.

Ai sensi dell'art. 13 dello Statuto dell'Emittente, in dipendenza della negoziazione delle Azioni su AIM Italia – e in ossequio a quanto stabilito nel Regolamento Emittenti AIM Italia, si rendono applicabili altresì per richiamo volontario e in quanto compatibili le disposizioni relative alle società quotate di cui al TUF ed ai regolamenti CONSOB di attuazione in materia di obblighi di comunicazione delle partecipazioni rilevanti

(anche con riferimento agli orientamenti espressi da CONSOB in materia). In particolare, il socio che venga a detenere partecipazioni nel capitale della Società con diritto di voto in misura pari o superiore alle soglie stabilite ai sensi del Regolamento Emittenti AIM Italia (la “Partecipazione Significativa”) è tenuto a darne comunicazione al consiglio di amministrazione della Società e il raggiungimento, il superamento o la riduzione della Partecipazione Significativa costituiscono un “Cambiamento Sostanziale” (come definito nel Regolamento Emittenti AIM Italia) che deve essere comunicato al consiglio di amministrazione della Società nei termini e con le modalità di cui al Regolamento Emittenti AIM Italia.

Nel caso in cui venga omessa la comunicazione, il diritto di voto inerente le Azioni e gli strumenti finanziari per i quali la comunicazione è stata omessa è sospeso.

## 17 CONTRATTI IMPORTANTI

Il presente Capitolo riporta una sintesi di ogni contratto importante, diverso dai contratti conclusi nel corso del normale svolgimento dell'attività, di cui sono parti l'Emittente o le società del Gruppo, per i due anni immediatamente precedenti la pubblicazione del Documento di Ammissione; nonché i contratti, conclusi nel corso del normale svolgimento dell'attività, stipulati dall'Emittente o dalle società del Gruppo, contenenti obbligazioni o diritti rilevanti per i medesimi.

### **17.1 *Acquisizione del 90% del capitale sociale della società Easy Life S.r.l. e successiva cessione***

In data 16 dicembre 2019, con atto a rogito del Dott. Andrea Magnocavallo, Notaio in Chiari (BS), Rep.no. 4892, Racc. n. 2893, Promotica ha acquistato dalla società Easy Life S.p.A. parte della sua quota nel capitale di Easy Life SRL pari a nominali Euro 9.900,00, pari al 90% del capitale sociale della medesima. Il prezzo della cessione, salvo eventuali conguagli, veniva determinato in Euro 2.418.007,00. Una parte del prezzo pari ad euro 1.000.000 veniva versata contestualmente al rogito, mentre con riferimento all'importo di euro 1.418.007,00 veniva prevista una dilazione di pagamento entro e non oltre il 31 luglio 2020.

A garanzia del pagamento della parte di prezzo dilazionata, Promotica costituiva a favore della cedente pegno ai sensi degli artt. 2784 e ss. e 2352 c.c., su parte delle quote alla medesima spettanti nella società Easy Life srl, e precisamente sul 60% del capitale sociale pari a nominali Euro 6.600.

Successivamente, in data 28 settembre 2020, con atto a rogito del Dott. Enrico Lera, notaio in Brescia (BS) Rep. n. 52.041, Racc. n. 16.375, Promotica ha trasferito, mediante scissione parziale ai sensi e per gli effetti del primo comma dell'art. 2506 cod. civ., alla costituenda società HoDT SRL immobilizzazioni finanziarie composte dalla quota di partecipazione pari al 90,00% (novanta per cento) del capitale sociale di Easy Life, trasferita al valore di carico, cioè per euro 2.034.301,41 (duemilionitrentaquattromilatrecentouno e quarantuno centesimi). A seguito della scissione, viene attribuito alla nuova società HoDT SRL un patrimonio netto di Euro 2.034.301,41, precisandosi che lo stesso spetta per l'intero all'unico socio della società beneficiaria, altresì unico socio della scissa, senza conguaglio in denaro. Detto patrimonio è costituito dalla partecipazione di nominali Euro 9.900,00 (novemilanovecento e zero centesimi), pari al 90% (novanta per cento) del capitale sociale della società "EASY LIFE SRL". Unico socio della società beneficiaria "HoDT SRL" è pertanto il signor Toscani Diego, titolare dell'intero capitale sociale..

### **17.2 *Acquisizione del 100% del capitale sociale della società Kiki Lab S.r.l.***

In data 23 aprile 2020, con atto a rogito del Dott. Enrico Lera, Notaio in Brescia, Rep.no. 51688, Racc.n. 16159, Promotica ha acquistato dalla Sig.ra Paoletta Paola la partecipazione di nominali Euro 50.000, pari all'intero capitale sociale della società a responsabilità limitata denominata Kiki Lab SRL. Il prezzo convenuto era di euro 480.000, di cui Euro 50.000 corrisposto in sede di rogito, mentre l'importo di Euro 430.000 in modo dilazionato mediante pagamento: (i) quanto ad Euro 241.000 entro e non oltre il 30 giugno 2020 e, (ii) quanto ad Euro 189.000 mediante 6 rate da Euro 31.500 cadauna alle scadenze del 31 ottobre 2020, 30 aprile 2021, 31 ottobre 2021, 30 aprile 2022, 31 ottobre 2022 e 30 aprile 2023.

### **17.3 *Acquisizione dell'11,38% del capitale sociale della società Ceramica Phoenix S.r.l***

In data 2 agosto 2019, l'assemblea straordinaria della società CERAMICA PHOENIX S.r.l. ha deliberato all'unanimità di aumentare il capitale sociale a pagamento in danaro da Euro 600.000,00 (seicentomila virgola zero zero) ad Euro 1.098.00,00 (centonovemilaottocento virgola zero zero) e così per Euro 498.600,00 (quattrocentonovantottomila seicento virgola zero zero), scindibilmente e senza sovrapprezzo, da offrirsi in opzione/ prelazione ai soci in proporzione delle partecipazioni da essi possedute e per la parte di aumento non sottoscritta, ai terzi.

In data 17 settembre 2019 e 1 ottobre 2019, Promotica ha provveduto alla sottoscrizione mediante versamento dell'importo complessivo di Euro 125.000,00 corrispondente ad una quota del capitale sociale di Ceramica Phoenix pari all'11,38%.

#### **17.4 Costituzione della società Propri Immobiliare S.r.l. e successiva cessione delle quote**

In data 22 settembre 2008, con atto a rogito del Dott. Fabrizio Santosuosso, Notaio in Brescia, Rep.n. 40225, Racc.n. 17411, Promotica e la società PRISMA Srl costituivano la società a responsabilità limitata "Propri Immobiliare S.r.l." con capitale sociale di Euro 50.000 sottoscritto per il 49% da Prisma e per il 51% da Promotica.

Tra il 2008 e il 2017 Promotica concedeva a Propri una serie di finanziamenti infruttiferi per un importo complessivo residuo pari a euro 1.417.708 al 31 dicembre 2019, svalutato complessivamente alla medesima data per euro 417.708, pari al residuo importo di Euro 1.000.000.

In data 11 novembre 2020, con atto a Rogito del Notaio Enrico Lera di Brescia, Rep. n. 52.201 e Racc. n. 16.472, Promotica ha venduto l'intera partecipazione detenuta in Propri alla società GIELLE COSTRUZIONI SRL, con sede in Via Galileo Galilei, 54, 25068 Sarezzo (BS) P.IVA 01547590982, per un corrispettivo pari a Euro 25.500 e la Società prevede che il finanziamento in essere verrà rimborsato contestualmente all'acquisto, per pari importo, da parte di Promotica del terreno di proprietà di Propri. In forza di una promessa vincolante di compravendita sottoscritta dalle parti in data 10 dicembre 2019, l'atto di compravendita e il contestuale rimborso del finanziamento in essere dovranno avvenire entro il 15 dicembre 2020.

#### **17.5 Contratti di finanziamento in essere con istituti finanziari**

##### **17.5.1 Titoli di debito "ELITE – Intesa Sanpaolo Basket Bond"**

In data 17 luglio 2020, la Società ha emesso Titoli di debito per un importo di Euro 4.000.000 sottoscritti in sede di emissione da Intesa Sanpaolo S.p.A. ed i cui proventi di emissione serviranno a supportare nuovi investimenti e lo sviluppo del circolante. L'emissione potrà rientrare nell'ambito di una più ampia operazione denominata programma "ELITE – Intesa Sanpaolo Basket Bond".

Ai sensi del Regolamento dei Titoli, questi vengono emessi per un ammontare massimo complessivo pari ad Euro 4.000.000,00 (quattromilioni/00), suddivisi in 40 Titoli del valore nominale di Euro 100.000 (centomila) ciascuno, in forma dematerializzata e accentrati presso Monte Titoli (Codice ISIN IT0005416307). Il prezzo di emissione è pari al 100% (cento per cento) del relativo ammontare in linea capitale al momento dell'emissione. Il tasso di interesse applicabile ai Titoli per ciascun Periodo di Interessi, incluso il primo Periodo di Interessi, è pari al 3,10% (tre virgola dieci per cento) per anno. Il rimborso dei Titoli avverrà alla pari, insieme ad ogni interesse maturato ma non pagato, in 14 rate semestrali di cui le prime 4 di preammortamento e una ultima rata residua il 10 luglio 2027.

Il Regolamento prevede la possibilità di rimborso anticipato a ciascuna Data di Pagamento che cade il, o successivamente al 48° (quarantottesimo) mese (incluso) dalla Data di Emissione da parte dell'Emittente. Il rimborso anticipato dei Titoli potrà avvenire (in tutto ma non in parte), al loro Importo Capitale da Rimborsare, insieme agli interessi maturati, a condizione che l'Emittente abbia rispettato le rilevanti modalità di comunicazione ai Portatori, come segue:

- (a) ad un prezzo pari al 103% (cento tre per cento) dell'Importo Capitale da Rimborsare, ove tale rimborso avvenga ad una Data di Pagamento che cada tra il 48° (quarantottesimo) mese (incluso) ed il 60° (sessantesimo) mese (escluso) successivi alla Data di Emissione;
- (b) ad un prezzo pari al 101,5% (cento uno virgola cinque per cento) % dell'Importo Capitale da Rimborsare, ove tale rimborso avvenga ad una Data di Pagamento che cada tra il 60° (sessantesimo) mese (incluso) ed il 72° (settantaduesimo) mese (escluso) successivi alla Data di Emissione; e
- (c) ad un prezzo pari al 100% (cento per cento) dell'Importo Capitale da Rimborsare, ove tale rimborso avvenga ad una Data di Pagamento che cada tra il 72° (settantaduesimo) mese (incluso) e l'84° (ottantaquattresimo) mese (escluso) successivi alla Data di Emissione.

Il Regolamento dei Titoli prevede i seguenti impegni finanziari:

- il rispetto del *Leverage Ratio* che non potrà superare (i) il 3,75x alle Date di Verifica nell'anno 2020; (ii) il 3,50x alle Date di Verifica nell'anno 2021; e (iii) il 3,25x a partire dalle Date di Verifica dell'anno 2022 in avanti)
- il rispetto del *Interest Cover Ratio* che non potrà essere inferiore a: (i) 10x alle Date di Verifica negli anni 2020, 2021 e 2022; (ii) 10,5x alle Date di Verifica nell'anno 2023; e (iii) 11x a partire dalle Date di Verifica dell'anno 2024 in avanti;
- il rispetto del *Gearing Ratio* che non potrà superare: (i) il 2,5x alle Date di Verifica negli anni 2020, 2021 e 2022; (ii) il 2,4x alle Date di Verifica nell'anno 2023; e (iii) il 2,3x a partire dalle Date di Verifica dell'anno 2024 in avanti.

Il Regolamento dei Titoli prevede inoltre ulteriori obblighi informativi e relativi all'operatività futura a carico dell'Emittente al mancato rispetto dei quali tutti i pagamenti a titolo di capitale, interessi e altri importi dovuti in relazione ai Titoli diventeranno immediatamente dovuti ed esigibili, senza necessità di ulteriori azioni o formalità e dovranno essere pagati dall'Emittente il 5° (quinto) Giorno Lavorativo successivo alla ricezione della relativa Comunicazione di Evento Rilevante.

Infine, il Regolamento dei Titoli prevede che il pagamento di dividendi da parte dell'Emittente sia condizionato al fatto che non sia in atto alcun Evento Rilevante cui non sia stato ancora posto rimedio o che risulti non autorizzato. In particolare, tali Eventi Rilevanti sono costituiti, tra gli altri, dai seguenti:

- i) mancato pagamento di qualsiasi importo dovuto ai sensi dei Titoli,
- ii) inadempimento ai sensi di qualsiasi altro indebitamento finanziario dell'Emittente (c.d. *Cross Defalut*),
- iii) dismissione dell'attività,
- iv) inadempimento degli impegni assunti nell'ambito del Regolamento,
- v) insolvenza,
- vi) sopravvenuta illegittimità dell'adempimento delle obbligazioni di cui al Regolamento,
- vii) sentenze di condanna al pagamento di importi superiori ad Euro 100.000, ove non soddisfatto per un periodo di 90 giorni dall'emissione della sentenza,
- viii) cambio di controllo,
- ix) mancata certificazione dei documenti contabili,
- x) mancato rispetto dei parametri finanziari,
- xi) utilizzo dei proventi dell'emissione dei Titoli per rimborsare il proprio Indebitamento Finanziario, e

xii) mancato reintegro del Patrimonio Netto.

#### 17.5.2 Altri Finanziamenti in essere

Oltre al basket bond sopra descritto la Società ha in essere 5 contratti di finanziamento con istituti di credito di seguito brevemente illustrati:

- in data 15 settembre 2017, Promotica ha stipulato con Banco BPM un finanziamento per scorte/magazzino n. 3761936 per un importo capitale erogato di Euro 500.000, tasso di interesse fisso all'1,55% e durata di 37 mesi, di cui 1 di preammortamento e 36 rate di ammortamento con periodicità mensile e scadenza il 30 settembre 2020, senza prestazione di garanzie a favore della Banca. L'importo residuo al 30 giugno 2020 è di Euro 43.000;
- in data 21 novembre 2017, Promotica ha stipulato con Unicredit SpA un mutuo chirografario a tasso variabile n.7867911 con scopo di pagamento fornitori per un importo capitale erogato di Euro 500.000, tasso di interesse fisso pari allo 0,85% fino al 28 febbraio 2018 e, successivamente, tasso variabile pari all'Euribor a 3 mesi maggiorato di uno spread dell'1,15%, durata di 48 mesi e scadenza il 30 novembre 2021. Il mutuo gode della garanzia del Fondo Centrale di Garanzia Per le Piccole Medie Imprese rilasciata dalla Banca del Mezzogiorno Mediocredito Centrale Spa per una percentuale pari all'80% del suo ammontare. L'importo residuo al 30 giugno 2020 è di Euro 190.000;
- in data 21 marzo 2019, Promotica ha stipulato con Unicredit SpA un mutuo chirografario a tasso variabile n.8212300 con scopo di finanziamento del capitale circolante relativo all'attività di impresa per un importo capitale erogato di Euro 1.000.000, tasso di interesse fisso pari allo 0,7% fino al 30 giugno 2019 e, successivamente, tasso variabile pari all'Euribor a 3 mesi maggiorato di uno spread dell'1,00%, durata di 36 mesi e scadenza il 31 marzo 2022. Il mutuo gode della garanzia del Fondo Centrale di Garanzia Per le Piccole Medie Imprese rilasciata dalla Banca del Mezzogiorno Mediocredito Centrale Spa per una percentuale pari all'80% del suo ammontare. L'importo residuo al 30 giugno 2020 è di Euro 586.000;
- in data 27 marzo 2019, Promotica ha stipulato con Banca Intesa Sanpaolo SpA, un finanziamento n. 0L73048791785 per un importo capitale erogato di Euro 1.000.000, tasso di interesse variabile pari all'Euribor a 1 mese maggiorato di uno spread dell'1,80%, e durata di 46 mesi, di cui 10 di preammortamento e le restanti 36 rate di ammortamento e scadenza il 30 aprile 2022. Il finanziamento gode della garanzia del Fondo Centrale di Garanzia Per le Piccole Medie Imprese rilasciata dalla Banca del Mezzogiorno Mediocredito Centrale Spa. L'importo residuo al 30 giugno 2020 è di Euro 809.000;
- in data 16 aprile 2019, Promotica ha stipulato con Banco BPM un finanziamento per riequilibrio finanziario a sostegno dell'attività aziendale n. 04252783 per un importo capitale erogato di Euro 1.000.000, tasso di interesse fisso all'1,65% e durata di 37 mesi, di cui 1 di preammortamento e 36 rate di ammortamento con periodicità mensile e scadenza il 30 aprile 2022, senza prestazione di garanzie a favore della Banca. L'importo residuo al 30 giugno 2020 è di Euro 809.000;

#### **17.6 Strumenti finanziari derivati OTC a copertura di tassi variabili**

L'Emittente ha attualmente in essere due contratti OTC a copertura di tassi di interesse variabili su mutui con l'istituto di credito Unicredit S.p.A.. In particolare:

- in data 21 novembre 2017 la Società ha stipulato con Unicredit un'operazione in strumenti finanziari derivati OTC con n. 1315610153, data iniziale 28 febbraio 2018 e scadenza finale 30 novembre 2021, importo di riferimento iniziale di Euro 469.245,05, Tasso Parametro Banca pari alla differenza (se positiva) tra Euribor 3M e 0,00%.
- in data 22 marzo 2019 la Società ha stipulato con Unicredit un'operazione in strumenti finanziari derivati

OTC con n. 1406403363, data iniziale 26 marzo 2019 e scadenza finale 31 marzo 2022, importo di riferimento iniziale di Euro 1.000.000, Tasso Parametro Banca pari all'Euribor 3M se Euribor 3M  $\geq$  -1,00% o -1,00% se Euribor 3M > -1,00 e Tasso Parametro Cliente 0,10%;

Alla data del 31 luglio 2020, il Mark to Market dei suddetti contratti derivati è di seguito esposto:

Numero di riferimento operazione	Controparte	Nozionale di riferimento (quota capitale residua dei finanziamenti)- Divisa dell'operazione	Tipologia Contratto	Data operazione	Data iniziale - Data finale	Mark to Market
1406403363	Unicredit	558.146,36 Euro	IRS Protetto Payer	22/03/2019	26/03/2019 - 31/03/2022	-2.789,21 Eur
1315610153	Unicredit	189.492,84 Euro	Interest rate CAP/FLOOR	21/11/2017	28/02/2018 - 30/11/2021	+2,62 Eur

*SEZIONE II - NOTA INFORMATIVA*

## **1 PERSONE RESPONSABILI**

### **1.1 *Persone responsabile delle informazioni***

Per le informazioni relative alle persone responsabili si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 1, Paragrafo 1.1 del Documento di Ammissione.

### **1.2 *Dichiarazione di responsabilità***

Per le informazioni relative alle persone responsabili si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 1, Paragrafo 1.2 del Documento di Ammissione.

### **1.3 *Dichiarazioni o relazioni di esperti***

Per le informazioni relative alle dichiarazioni o relazioni di esperti si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 1, Paragrafo 1.3 del Documento di Ammissione.

### **1.4 *Informazioni provenienti da terzi***

Per le informazioni relative alle informazioni provenienti da terzi si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 1, Paragrafo 1.4 del Documento di Ammissione.

### **1.5 *Autorità competente***

Il presente Documento di Ammissione non è stato approvato da Borsa Italiana né da Consob.

L'investitore deve essere consapevole dei rischi derivanti dall'investimento proposto nel presente Documento di Ammissione e deve prendere una decisione di investimento soltanto dopo attenta ed indipendente valutazione.

## 2 FATTORI DI RISCHIO

Per una descrizione dettagliata dei fattori di rischio relativi all'Emittente nonché al settore in cui l'Emittente opera ed alla quotazione su AIM degli Strumenti Finanziari dell'Emittente, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 4 del Documento di Ammissione.

### 3 INFORMAZIONI ESSENZIALI

#### 3.1 *Dichiarazione relativa al capitale circolante*

Gli amministratori, dopo aver svolto tutte le necessarie ed approfondite indagini, sulla scorta della definizione di capitale circolante – quale mezzo mediante il quale l’Emittente ottiene le risorse liquide necessarie a soddisfare le obbligazioni in scadenza – contenuta nelle Raccomandazioni “*ESMA update of the CESR recommendations. The consistent implementation of Commission Regulation (EC) No 809/2004 implementing the Prospectus Directive*” del 20 marzo 2013 (già Raccomandazione del CESR 05-054b del 10 febbraio 2005), ritengono che il capitale circolante a disposizione dell’Emittente sia sufficiente per le esigenze attuali, intendendosi per tali quelle relative ad almeno dodici mesi dalla Data di Ammissione.

Si precisa che le analisi effettuate dagli amministratori a tali fini sono state comunque riferite a un orizzonte temporale sino al 31 dicembre 2024.

#### 3.2 *Ragioni dell'offerta e impiego dei proventi*

La Società ritiene che la quotazione degli Strumenti Finanziari su AIM Italia le consentirà di ottenere ulteriore visibilità sui mercati di riferimento. I proventi derivanti dall’Aumento di Capitale saranno utilizzati al fine di dotare l’Emittente di ulteriori risorse finanziarie per il perseguimento della propria strategia di crescita, descritta nella Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.4, nonché contribuire a rafforzare la sua struttura patrimoniale e finanziaria.

## 4 INFORMAZIONI RIGUARDANTI GLI STRUMENTI FINANZIARI DA OFFRIRE/DA AMMETTERE ALLA NEGOZIAZIONE

### 4.1 *Descrizione del tipo e della classe degli strumenti finanziari offerti al pubblico e/o ammessi alla negoziazione*

Gli strumenti finanziari per i quali è stata richiesta l'Ammissione alla negoziazione sono costituiti dalle Azioni e dai Warrant dell'Emittente.

#### 4.1.1 Descrizione delle Azioni

Le Azioni sono prive di indicazione del valore nominale e le Azioni di nuova emissione avranno il medesimo godimento e le medesime caratteristiche delle Azioni in circolazione.

Le Azioni negoziate su AIM Italia sono identificate con codice ISIN (*International Security Identification Number*) IT0005425365.

#### 4.1.2 Descrizione dei Warrant

I Warrant sono emessi in attuazione della delibera dell'Assemblea straordinaria della Società del 12 ottobre 2020 che ha disposto, inter alia, l'emissione, subordinatamente all'ammissione alle negoziazioni delle azioni ordinarie sull'AIM Italia, dei warrant denominati "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" da immettere nel sistema di gestione accentrata presso la Monte Titoli S.p.A. in regime di dematerializzazione, in numero massimo pari a 805.200 (ottocentocinquemiladuecento) da assegnare gratuitamente nel rapporto di n. 1 (uno) warrant ogni n. 5 (cinque) azioni ordinarie a favore di (a) tutti coloro che avranno sottoscritto le azioni ordinarie nell'ambito del Collocamento; (b) chi avrà acquistato le azioni ordinarie in seguito all'esercizio dell'opzione di Greenshoe.

I Warrant saranno negoziabili su AIM Italia separatamente dalle azioni a partire dalla data di inizio delle negoziazioni e sono validi per sottoscrivere le Azioni di Compendio in ragione di n. 1 (una) Azione di Compendio per n. 1 (uno) Warrant alle condizioni e secondo le modalità di cui al Regolamento Warrant.

Le Azioni di Compendio avranno il medesimo godimento e le medesime caratteristiche delle Azioni in circolazione negoziate sull'AIM alla data di efficacia dell'esercizio dei Warrant.

I Warrant sono denominati "Warrant Promotica S.p.A. 2020-2023" e sono identificati con codice ISIN IT0005425340.

### 4.2 *Legislazione in base alla quale gli strumenti finanziari sono stati emessi*

Gli Strumenti Finanziari sono emessi ai sensi della legge italiana.

### 4.3 *Caratteristiche degli strumenti finanziari*

#### 4.3.1 Caratteristiche delle Azioni

Le Azioni sono nominative, indivisibili, liberamente trasferibili, senza indicazione del valore nominale ed hanno godimento regolare.

#### 4.3.2 Caratteristiche dei Warrant

I Warrant sono al portatore, circolano separatamente dalle Azioni alle quali erano abbinati e sono liberamente trasferibili.

Le Azioni e i Warrant sono emessi in regime di dematerializzazione, in gestione accentrata presso Monte Titoli. Fino a quando saranno gestiti in regime di dematerializzazione presso Monte Titoli, il trasferimento e l'esercizio dei relativi diritti potranno avvenire esclusivamente per il tramite degli intermediari aderenti al sistema di gestione accentrata presso quest'ultima società.

#### **4.4 Valuta di emissione degli strumenti finanziari**

La valuta di emissione degli Strumenti Finanziari è l'Euro.

#### **4.5 Descrizione dei diritti, compresa qualsiasi loro limitazione, connessi alle Azioni e procedura per il loro esercizio**

##### 4.5.1 Diritti delle Azioni

Tutte le Azioni avranno le stesse caratteristiche e attribuiranno ai loro portatori i medesimi diritti delle azioni ordinarie della Società. Ciascuna Azione attribuisce il diritto a un voto in tutte le assemblee ordinarie e straordinarie della Società, nonché gli altri diritti amministrativi previsti dalle applicabili disposizioni di legge e dello Statuto.

##### 4.5.2 Diritti dei Warrant

I Warrant circoleranno separatamente dalle Azioni a cui erano abbinati a partire dalla data di emissione e saranno liberamente trasferibili.

I titolari dei Warrant hanno la facoltà di sottoscrivere le Azioni di Compendio, nel rapporto di n. 1 (una) Azione di Compendio per ogni n. 1 (uno) Warrant posseduto.

Le Azioni di Compendio potranno essere sottoscritte, in qualsiasi momento, nel corso dei Periodi di Esercizio (come definiti nel Regolamento Warrant). Le richieste dovranno essere presentate all'intermediario aderente a Monte Titoli presso cui sono depositati i Warrant. Il prezzo di sottoscrizione delle Azioni di Compendio a servizio dei Warrant dovrà essere integralmente versato all'atto della presentazione delle richieste di sottoscrizione, senza aggravio di commissioni e di spese a carico dei richiedenti.

Per maggiori informazioni si rinvia al Regolamento Warrant, disponibile in Appendice al presente Documento di Ammissione.

#### **4.6 Indicazione delle delibere, delle autorizzazioni e delle approvazioni in virtù delle quali gli strumenti finanziari sono stati o saranno creati e/o emessi.**

Per informazioni in merito alle delibere dell'assemblea straordinaria dell'Emittente del 12 ottobre 2020 nonché alla delibera del 24 novembre 2020 del Presidente del Consiglio di Amministrazione, all'uopo specificamente delegato dal Consiglio di Amministrazione del 19 novembre 2020, relativamente all'emissione degli Strumenti Finanziari si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 16, Paragrafo 16.1.6 del Documento di Ammissione.

#### **4.7 Data prevista per l'emissione degli strumenti finanziari**

Contestualmente al pagamento del relativo prezzo di sottoscrizione, le Azioni di nuova emissione e i Warrant verranno messi a disposizione degli aventi diritto entro la Data di Inizio delle Negoziazioni su AIM Italia, in forma dematerializzata, mediante iscrizioni contabili sui conti di deposito intrattenuti presso Monte Titoli S.p.A.

#### **4.8 Restrizioni alla libera trasferibilità degli strumenti finanziari**

Non sussistono limitazioni alla libera trasferibilità degli Strumenti Finanziari ai sensi di legge e di Statuto.

Il socio unico, Diego Toscani, che alla Data del Documento di Ammissione è titolare di n. 13.600.000 Azioni della Società ha assunto impegni di *lock-up* contenenti divieti di atti di disposizione delle proprie azioni per un periodo di 36 mesi decorrenti dalla Data di Ammissione.

Per maggiori informazioni sugli impegni di *lock-up* si rinvia alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3 del Documento di Ammissione.

#### **4.9 Norme in materia di obbligo di offerta al pubblico di acquisto e/o di offerta di acquisto e di vendita residuali in relazione agli strumenti finanziari**

Poiché l'Emittente non è una società con titoli ammessi alla negoziazione in mercati regolamentati italiani ad essa non si applicano le disposizioni di cui agli artt. 105 e seguenti del Testo Unico della Finanza in materia di offerte pubbliche di acquisto obbligatorie.

Tuttavia, l'Emittente ha previsto statutariamente che, a partire dal momento in cui le Azioni emesse dalla Società sono ammesse alle negoziazioni sull'AIM Italia, si rendono applicabili per richiamo volontario ed in quanto compatibili le disposizioni in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio obbligatoria relative alle società quotate di cui al TUF, anche con riferimento ai regolamenti Consob di attuazione limitatamente alle disposizioni richiamate nel Regolamento AIM Italia come successivamente modificato. Resta inteso che l'obbligo di offerta previsto dall'articolo 106, comma 3, lettera b) TUF non troverà applicazione, alle condizioni previste dal comma 3-quater della medesima disposizione, sino alla data dell'assemblea convocata per approvare il bilancio relativo al quinto esercizio successivo all'ammissione delle Azioni della Società su AIM Italia.

Qualsiasi determinazione opportuna o necessaria per il corretto svolgimento della offerta (ivi comprese quelle eventualmente afferenti la determinazione del prezzo di offerta) sarà adottata ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1349 c.c., su richiesta della Società e/o degli azionisti, dal Panel di cui al Regolamento Emittenti AIM Italia predisposto da Borsa Italiana, che disporrà anche in ordine a tempi, modalità, costi del relativo procedimento, ed alla pubblicità dei provvedimenti così adottati in conformità al Regolamento Emittenti AIM Italia stesso.

Fatto salvo ogni diritto di legge in capo ai destinatari dell'offerta, il superamento della soglia di partecipazione prevista dall'art. 106, commi 1, 1-bis, 1-ter, 3 lettera (a), 3 lettera (b) – salva la disposizione di cui al comma 3-quater – e 3-bis del TUF, ove non accompagnato dalla comunicazione al consiglio di amministrazione e dalla presentazione di un'offerta pubblica totalitaria nei termini previsti dalla disciplina richiamata e da qualsiasi determinazione eventualmente assunta dal Panel con riferimento alla offerta stessa, nonché qualsiasi inottemperanza di tali determinazioni comporta la sospensione del diritto di voto sulla partecipazione eccedente.

Le disposizioni di cui all'art. 12 dello Statuto si applicano esclusivamente nei casi in cui l'offerta pubblica di acquisto e di scambio non sia altrimenti sottoposta ai poteri di vigilanza della Consob e alle disposizioni in materia di offerta pubblica di acquisto e di scambio previste dal TUF.

Per maggiori informazioni si rinvia all'art. 12 dello Statuto.

#### **4.10 *Precedenti offerte pubbliche di acquisto o scambio sulle Azioni***

Per quanto a conoscenza dell'Emittente, le Azioni non sono mai state oggetto di alcuna offerta pubblica di acquisto e/o di scambio.

#### **4.11 *Profili fiscali***

Si segnala che la normativa fiscale dello Stato dell'investitore e quella del paese di registrazione dell'Emittente possono avere un impatto sul reddito generato dalle Azioni (nonché dai titoli o dai diritti attraverso cui possono essere acquisite le predette azioni).

Gli investitori sono pertanto tenuti a rivolgersi ai propri consulenti in merito al regime fiscale proprio dell'acquisto, della detenzione e della cessione delle Azioni (nonché dei titoli o dei diritti attraverso cui possono essere acquisite le predette azioni) e a verificare la natura e l'origine delle somme percepite come distribuzioni sulle Azioni della Società (dividendi o riserve), avendo a riguardo anche alla legislazione fiscale dello Stato dell'investitore in presenza di soggetti non residenti in Italia.

Alla Data del Documento di Ammissione, l'investimento proposto non è soggetto a un regime fiscale specifico.

#### **4.12 *Identità e dati di contatto dell'Offerente degli Strumenti Finanziari, se diverso dall'Emittente***

Gli Strumenti Finanziari sono offerti dall'Emittente.

Per maggiori informazioni sull'Emittente, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 5, del presente Documento di Ammissione.

## 5 POSSESSORI DI STRUMENTI FINANZIARI CHE PROCEDONO ALLA VENDITA

### 5.1 *Possessori che offrono in vendita le Azioni*

Fatta eccezione per la vendita delle Azioni oggetto dell'Opzione Greenshoe, alla Data del Documento di Ammissione non sussistono possessori di strumenti finanziari che abbiano ceduto la propria partecipazione azionaria a terzi.

Per informazioni sull'evoluzione dell'azionariato in seguito al Collocamento, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 14, paragrafo 14.1.

### 5.2 *Numero e classe degli strumenti finanziari offerti da ciascuno dei possessori degli strumenti finanziari che procedono alla vendita*

Fatta eccezione per quanto segue, alla Data del Documento di Ammissione non esistono portatori di strumenti finanziari che abbiano ceduto la propria partecipazione azionaria a terzi.

Nell'ambito degli accordi stipulati per il Collocamento, il socio unico, Diego Toscani, ha concesso al *Global Coordinator* un'opzione di prestito di massime n. 604.000 (secentoquattomila) Azioni corrispondenti ad una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell'Offerta, al fine di una eventuale sovra allocazione nell'ambito della medesima (l'**"Opzione di Over Allotment"**).

Il *Global Coordinator* sarà tenuto alla eventuale restituzione di un numero di Azioni pari a quello complessivamente ricevuto in prestito entro il 30° (trentesimo) giorno successivo alla Data di Inizio delle Negoziazioni delle Azioni su AIM Italia.

Il socio unico, Diego Toscani, ha altresì concesso al *Global Coordinator* un'opzione per l'acquisto, al Prezzo di Offerta, di massime n. 604.000 (secentoquattomila) Azioni corrispondenti a una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell'Offerta, al fine di una eventuale sovra allocazione nell'ambito della medesima (l'**"Opzione Greenshoe"**).

L'Opzione Greenshoe potrà essere esercitata, in tutto o in parte, fino ai 30 giorni successivi alla Data di Inizio delle Negoziazioni delle Azioni dell'Emittente su AIM Italia.

Le Azioni eventualmente prese in prestito sulla base dell'Opzione di *Over Allotment*, saranno restituite al socio unico Diego Toscani, facendo ricorso a (i) le Azioni eventualmente acquistate sul mercato nell'ambito dell'attività di stabilizzazione dal *Global Coordinator* ovvero (ii) la corresponsione del prezzo delle Azioni rivenienti dall'esercizio, anche parziale, dell'Opzione *Greenshoe*.

Per informazioni sull'evoluzione dell'azionariato in seguito al Collocamento, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 14, paragrafo 14.1.

### 5.3 *Impegni di lock-up*

Fatta eccezione per le limitazioni di seguito indicate, non sussistono limiti alla trasferibilità e disponibilità delle Azioni.

In data 12 novembre 2020, la Società e il socio unico, Diego Toscani, hanno sottoscritto un accordo di *lock-up* con Integrae SIM in qualità di Nomad e di *Global Coordinator*.

Ai sensi dell'accordo di *lock-up*, la Società si è impegnata nei confronti di Integrae SIM, dalla data di sottoscrizione dell'Accordo di Lock-up e fino alla scadenza di 36 mesi decorrenti dalla Data di Inizio delle Negoziazioni delle Azioni su AIM Italia (il "**Periodo di Lock-up**"), a:

- (a) non effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni di vendita, trasferimento, atti di disposizione o comunque operazioni che abbiano per oggetto o per effetto l'attribuzione o il trasferimento a terzi, a qualunque titolo e sotto qualsiasi forma, in via diretta o indiretta, di Azioni emesse dalla Società che dovessero essere dalla stessa detenute (ovvero di altri strumenti finanziari, inclusi tra l'altro quelli partecipativi, che attribuiscono il diritto di acquistare, sottoscrivere, convertire in, o scambiare con, Azioni o altri strumenti finanziari, inclusi quelli partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali azioni o strumenti finanziari), fatta eccezione per l'esecuzione dell'Aumento di Capitale;
- (b) non emettere né collocare (anche tramite terzi) sul mercato titoli azionari né direttamente né nel contesto dell'emissione di obbligazioni convertibili in Azioni da parte della Società o di terzi o nel contesto dell'emissione di warrant da parte della Società o di terzi né in alcuna altra modalità, fatta eccezione per gli aumenti di capitale effettuati ai sensi degli articoli 2446 e 2447 cod. civ., sino alla soglia necessaria per il rispetto del limite legale, fatta eccezione per l'Aumento di Capitale;
- (c) non emettere e/o collocare sul mercato obbligazioni convertibili o scambiabili con Azioni della Società o in buoni di acquisto o di sottoscrizione in Azioni della Società, ovvero altri strumenti finanziari, anche partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali azioni o strumenti finanziari;
- (d) non apportare, senza aver preventivamente informato il Nomad, alcuna modifica alla dimensione e composizione del proprio capitale;
- (e) non approvare e/o effettuare operazioni su strumenti derivati, che abbiano i medesimi effetti, anche solo economici, delle operazioni sopra richiamate.

Gli impegni che precedono, nel caso in cui siano inerenti le Azioni, riguarderanno le Azioni Promotica eventualmente possedute e/o eventualmente acquistate dalla Società nel Periodo di Lock-Up.

Gli impegni assunti dalla Società potranno essere derogati solamente (i) con il preventivo consenso scritto del Nomad, consenso che non potrà essere irragionevolmente negato o ritardato, ovvero (ii) in ottemperanza a obblighi di legge o regolamentari ovvero a provvedimenti o richieste di Autorità competenti.

Il socio unico, Diego Toscani, con riferimento alle Azioni dallo stesso possedute alla Data di Ammissione, si è impegnato per un periodo di 36 mesi successivi alla Data di Ammissione, nei confronti di Integrae SIM a:

- non effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni di vendita, trasferimento, atti di disposizione o comunque operazioni che abbiano per oggetto o per effetto, direttamente o indirettamente, l'attribuzione o il trasferimento a terzi, a qualunque titolo e sotto qualsiasi forma delle Azioni della Società (ovvero di altri strumenti finanziari, inclusi tra l'altro quelli partecipativi, che attribuiscono il diritto di acquistare, sottoscrivere, convertire in, o scambiare con, Azioni della Società o altri strumenti finanziari, inclusi quelli partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali azioni o strumenti finanziari);
- non approvare e/o effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni su strumenti derivati, che abbiano i medesimi effetti, anche solo economici, delle operazioni sopra richiamate;
- non promuovere e/o approvare operazioni di aumento di capitale o di emissione di prestiti

obbligazionari convertibili in (o scambiabili con) azioni o in buoni di acquisto/sottoscrizione in Azioni della Società ovvero di altri strumenti finanziari, anche partecipativi, che attribuiscono diritti inerenti o simili a tali Azioni o strumenti finanziari, fatta eccezione per gli aumenti di capitale effettuati ai sensi degli articoli 2446 e 2447 cod. civ., sino alla soglia necessaria per il rispetto del limite legale, anche per il tramite di conferimenti in natura,

Gli impegni assunti dal socio unico potranno essere derogati solamente con il preventivo consenso scritto del Nomad, consenso che non potrà essere irragionevolmente negato.

## 6 SPESE LEGATE ALL'EMISSIONE/ALL'OFFERTA

### 6.1 *Proventi netti totali e stima delle spese totali legate all'emissione/all'offerta*

I proventi netti derivanti dal Collocamento, al netto delle spese relative al processo di ammissione della Società sull'AIM, (comprese le commissioni di collocamento) sono pari a circa Euro 3,8 milioni.

L'Emittente stima che le spese relative al processo di ammissione alle negoziazioni degli Strumenti Finanziari dell'Emittente, ivi incluse le commissioni spettanti a Integrae SIM, quale intermediario incaricato del collocamento delle Azioni e Global Coordinator, ammontano a circa Euro 1,0 milione interamente sostenute dall'Emittente.

Per informazioni sulla destinazione dei proventi dell'Aumento di Capitale, si rinvia alla Sezione Seconda, Capitolo 3, Paragrafo 3.2, del presente Documento di Ammissione.

## 7 DILUIZIONE

### 7.1 *Ammontare e percentuale della diluizione immediata derivante dall'offerta*

L'Aumento di Capitale è stato offerto in sottoscrizione a terzi al Prezzo di Collocamento di Euro 1,75 per Azione, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, comma quinto, Codice Civile. Pertanto, per effetto della sottoscrizione dell'Aumento di Capitale si verificherà un effetto diluitivo in capo agli attuali soci dell'Emittente.

Per maggiori informazioni, si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 14, Paragrafo 14.1, del Documento di Ammissione.

### 7.2 *Informazioni in caso di offerta di sottoscrizione destinata agli attuali azionisti*

Non applicabile.

## 8 INFORMAZIONI SUPPLEMENTARI

### 8.1 Informazioni sui consulenti

Di seguito sono riportati i soggetti che partecipano all'operazione:

Soggetto	Ruolo
PROMOTICA S.p.A.	<i>Emittente</i>
Integrae SIM S.p.A.	<i>Nominated Adviser e Global Coordinator</i>
Arpe Group	<i>Financial Adviser</i>
Banca Valsabbina S.C.p.A	<i>Co-lead Manager</i>
DIRECTA SIM S.p.A.	<i>Co-lead Manager</i>
Ria Grant Thornton	<i>Società di Revisione</i>
Bernoni Grant Thornton	<i>Consulente Fiscale</i>
Zaglio-Orizio e Associati	<i>Consulente Legale</i>

A giudizio dell'Emittente, il Nomad opera in modo indipendente dall'Emittente e dai componenti del Consiglio di amministrazione dell'Emittente.

### 8.2 Indicazione di altre informazioni contenute nella nota informativa sugli strumenti finanziari sottoposte a revisione o a revisione limitata da parte di revisori legali

La Sezione Seconda del Documento di Ammissione non contiene informazioni che siano state sottoposte a revisione contabile (completa o limitata).

Si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 3, del Documento di Ammissione per quanto riguarda i dati contabili estratti dal bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2019 ed alla situazione infrannuale al 30 giugno 2020, assoggettati a revisione contabile da parte della Società di Revisione, inclusi nel presente Documento di Ammissione.

### 8.3 Luoghi ove è reperibile il documento di ammissione

Il presente Documento di Ammissione è disponibile nella sezione *Investor Relation* del sito internet [www.promotica.it](http://www.promotica.it).

### 8.4 Documentazione incorporata mediante riferimento

La seguente documentazione è incorporata mediante riferimento nel Documento di Ammissione e disponibile sul sito internet [www.promotica.it](http://www.promotica.it):

– Statuto dell'Emittente.

### 8.5 Appendice

La seguente documentazione è allegata al Documento di Ammissione:

- Regolamento Warrant;
- Bilancio individuale dell'Emittente al 31 dicembre 2019 redatto secondo i principi contabili italiani e approvato dall'assemblea dei soci in data 26 giugno 2020, comprensivo della relazione della Società di Revisione emessa in data 25 giugno 2020;
- Bilancio individuale intermedio dell'Emittente al 30 giugno 2020, redatto secondo i principi contabili italiani, approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 22 settembre 2020, comprensivo della relazione della Società di Revisione emessa in data 22 settembre 2020;
- Bilanci pro-forma individuali dell'Emittente e consolidati del Gruppo al 31 dicembre 2019 e al 30 giugno 2020, approvati dal Consiglio di Amministrazione in data 19 novembre 2020, comprensivi della relazione della Società di Revisione emessa in data 19 novembre 2020.