

Dati Societari

Mercato	AIM Italia - MAC
Settore	Media
Reuters	PRM.MI
Factset	PRM-IT
Bloomberg	PRM IM
IPO: Data-Prezzo	26/07/12 - € 22.00
N° Azioni	1.127.929
Prezzo	€ 24,55 (4/09/2012)
Capitalizzazione	€ 27,69 mln (4/09/2012)
Sito Web	www.primisuiomotori.it

Fattori di successo

First Mover: Primi sui Motori opera come first mover in un settore che continuerà a mostrare robusti tassi di crescita negli anni a venire e ancora in corso di consolidamento, in grado di porsi come soggetto aggregatore.

Capacità di anticipare le tendenze di mercato rispondendo alle nascenti esigenze.

Rete di distribuzione territoriale capillare che permette di avvicinare al mondo del web operatori economici culturalmente lontani dalle tecnologie internet ma interessati a sviluppare business sulla «rete».

Track record significativo: PSM vuole consolidare la leadership di mercato e proseguire nella crescita dimensionale.

Presenza nell'azionariato da oltre due anni di un Investitore Istituzionale (Fondo di Private Equity Equilybra Capital Partners).

Clientela frammentata: PSM ha clienti operanti in tutti i settori e non vi è una concentrazione di clienti in uno specifico settore.

Azionariato (Fonte: Società, 26/07/12)

Syner.it Informatica SRL	58,37%
Equilybra Capital Partners	15,30%
Giuseppe Marmo	6,17%
Giorgio Valerio	1,01%
Giorgio Avanzi	0,81%
Enrico Berlingieri	0,60%
Altri Azionisti <5% (N. 5)	3,57%
Mercato	14,17%

Advisor

NOMAD	INTEGRAE
SPECIALIST	BANCA FINNAT
IR & MEDIA RELATIONS	IR TOP
REVISIONE	FAUSTO VITTOCCI & CO.

Prossimi Eventi Societari

28 Sett 2012 - CDA risultati al 30 giugno 2012

Principali dati 2011/10 (€ mln)

	2011	2010	Var.%
Valore della produzione	11,52	9,79	+18%
EBITDA	2,30	1,59	+45%
%	20%	16%	
EBIT	1,48	1,11	+33%
%	13%	11%	
	2011	2010	
PFN (Cassa)	9,68	7,25	
Patrimonio Netto	2,83	2,79	

La Società

Primi sui Motori è leader in Italia nel servizio di posizionamento sui motori di ricerca, noto anche come Search Engine Optimization (SEO). Attraverso una rete di vendita capillare, la società si rivolge a tutte le realtà imprenditoriali, dalle PMI ai grandi gruppi industriali, offrendo servizi di Web marketing studiati per incrementarne il business e la visibilità del brand. Primi sui Motori segue oltre 5.000 clienti business, attivi in tutti i settori di mercato.

Il mercato di riferimento

Secondo le stime l'economia di Internet nei Paesi del G-20 toccherà nel 2016 i 4.200.000 miliardi di dollari statunitensi (Boston Consulting Group) e ciò dimostra quanto il web sia cresciuto dal 1985, anno in cui fu registrato il primo dominio.

Secondo le stime di Boston Consulting Group, nei mercati sviluppati del G-20, l'economia Internet crescerà di circa l'8/10% all'anno, mentre nei mercati in via di sviluppo crescerà ad un tasso pari a circa il 18%. In particolare, Argentina e India cresceranno rispettivamente del 24% e del 23% all'anno, ma anche nei principali mercati sviluppati i tassi di crescita saranno elevati come ad esempio in Italia (12%) e nel Regno Unito (11%) seguite da Germania (7,8%) e Stati Uniti d'America (6,5%).

Le imprese che beneficeranno della spinta web saranno le PMI che avranno investito nei servizi online, garantendosi una crescita del loro business di circa il 22%. In particolare, analizzando solo il canale dell'advertising on-line, ZenithOptimedia (Publicis Groupe) ha stimato che a livello globale la crescita sarà del 15,7% nel 2012 (CAGR 2010-2014 del 15,4%).

In Italia, il mercato dell'advertising online ha superato nel 2010 un valore complessivo di 1 miliardo di Euro per volume d'affari e rappresenta ormai l'11% del mercato pubblicitario italiano. Nonostante la televisione raccolga ancora il 51% degli investimenti pubblicitari, si è notevolmente ridotto lo scarto nei confronti dei quotidiani (16%) e internet (11%).

Il settore trainante per tutto il segmento dell'advertising on-line nel 2010 è stato il display advertising (38%) seguito dal Search (37%). In Italia, il mercato pubblicitario nel corso del 2011 ha riportato una riduzione globale degli investimenti del -3,8%. Nonostante il calo complessivo non tutti i canali di comunicazione hanno registrato un andamento negativo: in particolare Internet rimane l'unico mezzo in crescita ottenendo un +12,3%.

Fra i siti Internet più visitati nel corso del 2011 vi sono i motori di ricerca, con un bacino di utenza pari a 25,3 milioni (in crescita del 9,7% rispetto all'anno precedente) seguiti dai portali che hanno raggiunto 23,8 milioni di visitatori e i social media che hanno superato i 23 milioni.

Linee Strategiche

- Inserimento di nuovi prodotti nell'offerta standard (offrendoli ai 5.000 clienti attuali e distribuendoli tramite il centinaio di agenti attuali)
- Sviluppo di una rete commerciale e di prodotti/servizi specifici per la clientela "local", coprendo in maniera sistematica la fascia bassa del mercato PMI
- Diffusione del marchio tramite pubblicità, eventi, ecc.
- Acquisizioni di aziende con servizi di qualità da industrializzare

Ultimi Comunicati Price Sensitive

20/09/2012 Giorgio Valerio entra nel Consiglio di Amministrazione
 26/07/2012 Primo giorno di negoziazioni sul Mercato AIM Italia-MAC
 04/05/2012 Assemblea approvazione Bilancio 2011 e Progetto di quotazione