

Comunicato stampa

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE HA APPROVATO LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2022

Principali Dati Consolidati:

- **RICAVI** pari a € 45,2 milioni, in crescita di circa il 93,3%, rispetto a € 23,4 milioni del primo semestre 2021;
- **EBITDA¹** pari a € 2,8 milioni rispetto a € 3,2 milioni del primo semestre 2021;
- **EBIT** pari a € 2,2 milioni, rispetto a € 2,0 milioni del primo semestre 2021, in crescita dell'8,2%;
- **Risultato netto** positivo per € 1,3 milioni in linea con il primo semestre 2021;
- **Indebitamento Finanziario netto** passivo (debito) per € 24,5 milioni rispetto a € 12,4 milioni registrato al 31 dicembre 2021.

Desenzano del Garda, 23 settembre 2022 – Promotica S.p.A. (EGM: PMT) - agenzia loyalty specializzata nella realizzazione di soluzioni marketing atte ad aumentare le vendite, la fidelizzazione e la brand advocacy quotata su Euronext Growth Milan – riunitosi nella tarda serata di ieri sotto la presidenza del Dott. Diego Toscani, ha esaminato e approvato la Relazione Finanziaria Semestrale Consolidata al 30 giugno 2022, redatta secondo i principi contabili italiani e sottoposta volontariamente a revisione contabile limitata.

Diego Toscani, Amministratore Delegato di Promotica, ha commentato: *“Siamo soddisfatti dei risultati del primo semestre che registrano quasi un raddoppio dei ricavi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, anche grazie alle acquisizioni finalizzate nel corso dell’esercizio 2021 e nel semestre appena concluso. Tuttavia, la marginalità oggi risente ancora dell’incremento generalizzato di tutte le maggiori voci di costo come le materie prime, i trasporti e l’energia. Solo marginalmente è stato possibile traslare queste voci di costo sul cliente finale per via della velocità di incremento dei prezzi nel corso del periodo, infatti, le misure correttive messe in atto non fanno in tempo ad avere efficacia perché vengono raggiunte e superate dalla corsa dei rincari. Nonostante le difficoltà legate a fattori esogeni, abbiamo avuto grande soddisfazione dall’aggiudicazione del ruolo di General Contractor unico per l’ideazione e gestione del catalogo premi nazionale 2022 di Selex Gruppo Commerciale a cui si aggiunge la nuova campagna nazionale realizzata a febbraio per Coop Italia e il lancio, a luglio, di due nuove campagne sempre per le insegne del Gruppo Coop. Sul fronte del prodotto siamo felici della ripresa del lavoro di creazione di nuovi servizi basati su esperienze di qualità da proporre alla clientela come sistema premiante alternativo al premio fisico, legate ad alcune grandi passioni come il cibo, il vino, i viaggi, l’automotive e la nautica, settori che purtroppo*

¹ *Indicatore Alternativo di Performance: EBITDA (Earning Before Interest Taxes Depreciations and Amortizations – Margine Operativo Lordo) rappresenta un indicatore alternativo di performance utilizzato dal management della società per monitorare e valutare l’andamento operativo della stessa, in quanto non influenzato dalla volatilità dovuta agli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall’ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché dalle relative politiche di ammortamento. Tale indicatore è definito per Promotica come il risultato prima della gestione finanziaria, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, degli accantonamenti e della svalutazione dei crediti.*

la crisi COVID-19 aveva azzerato. L'obiettivo è di continuare anche nel secondo semestre del 2022 l'incremento della value proposition attraverso l'offerta alla clientela di una gamma di servizi evoluti, senza dimenticare gli strumenti finalizzati alla migliore conoscenza dei clienti e dei loro comportamenti. Promotica oggi ha rafforzato la sua posizione di mercato grazie alle tre operazioni straordinarie che rappresentano eventi centrali nella storia di sviluppo dell'azienda. In particolare, mi riferisco all'acquisizione di Grani & Partners che ha rafforzato la posizione di Promotica rendendola azienda leader nel settore kids in Italia e all'estero, e l'integrazione del ramo d'azienda Incentive e Loyalty di Giglio Group, che ha accelerato la nostra presenza nel mercato sempre più in espansione della fidelizzazione digitale. A questo si aggiunge l'acquisizione del 100% del capitale sociale di Mercati, azienda italiana operante nel settore della produzione ed importazione di articoli per la casa, la persona ed il tempo libero. L'accordo per tale operazione è stato definito nel mese di giugno, e realizzato a settembre, pertanto l'effetto sul business sarà visibile negli ultimi mesi dell'anno. Alla luce delle operazioni messe a punto e delle numerose iniziative che verranno introdotte nei prossimi mesi, riteniamo che sussistano tutti gli elementi per procedere in coerenza con la strategia aziendale".

PRINCIPALI RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI CONSOLIDATI AL 30 GIUGNO 2022

Si segnala che i dati consolidati al 30 giugno 2022 contemplano, oltre la controllata Kiki Lab S.r.l., l'integrazione contabile della società Grani & Partners S.p.A., e la sua partecipata Grani & Partners H.K., acquisita in data 30 novembre 2021.

CONTO ECONOMICO

I **Ricavi** di Vendita consolidati, espressione del core business del Gruppo ovvero l'organizzazione e la gestione di campagne di fidelizzazione, realizzate 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 la consulenza nell'ambito del retail, sono pari a **€ 45,2 milioni**, rispetto ai € 23,3 milioni di ricavi consolidati al 30 giugno 2021, in crescita del 93,3%. I ricavi del primo semestre 2022 comprendono € 11,3 milioni derivanti dall'attività sviluppata dal Gruppo Grani.

Nel corso del primo semestre 2022 la Società ha gestito in totale **107 campagne** promozionali per un totale di **premi erogati pari a 7,3 milioni di pezzi**.

Il **Margine Industriale** è pari a circa € 11,8 milioni, in crescita del 62,2%, con un'incidenza sui ricavi pari al 26,1%, rispetto a € 7,3 milioni al 30 giugno 2021.

L'**EBITDA** risulta pari a € 2,8 milioni al 30 giugno 2022, con un **EBITDA Margin** del 6,1%, rispetto a € 3,2 milioni registrato al 30 giugno 2021. La marginalità risente dell'incremento generalizzato di tutte le maggiori voci di costo (costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci, costi per servizi e costi del personale) dovuto a una situazione macroeconomica decisamente sfavorevole segnata dagli aumenti dei costi energetici, dei beni di consumo e da un forte rafforzamento del valore del dollaro, che solo marginalmente è stato possibile traslare sul cliente finale stante la velocità di incremento marginale dei prezzi nel corso del periodo.

Si segnala che l'indice di rotazione media del magazzino (pari a 2,71x) è influenzato dall'attività tipica della gestione campagne loyalty per la quale il livello di scorte è fortemente influenzato dall'inizio di significative campagne di fidelizzazione in ragione del quale è stato effettuato l'approvvigionamento delle merci.

Dopo **ammortamenti e svalutazioni per € 0,6 milioni**, il **risultato operativo (EBIT)** si attesta a **€ 2,2 milioni**, in crescita di ca. l'8% rispetto al 30 giugno 2021 e con una marginalità al 5%.

Il **Risultato Netto** è pari a circa **€ 1,3 milioni**, dopo aver speso **oneri finanziari** per € 0,3 milioni, **rettifiche di valore di attività e passività finanziarie** per € 0,02 milioni e **imposte** per circa € 0,6 milioni, sostanzialmente in linea con il dato al 30 giugno 2021.

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

L'Indebitamento Finanziario Netto al 30 giugno 2022 è passivo (debito) e pari a € 24,5 milioni, in aumento rispetto ai € 12,4 milioni registrati al 31 dicembre 2021; le **Disponibilità liquide** sono pari a circa € 4,6 milioni. L'aumento dell'Indebitamento Finanziario Netto è ascrivibile in parte al finanziamento del circolante (scorte di magazzino in aumento per far fronte all'avvio delle nuove campagne contrattualizzate) e in parte alle maggiori risorse a disposizione per il pagamento "cash" di € 4,5 milioni per l'acquisto di Mercati S.r.l. conclusosi nel mese di agosto 2022.

Il **Patrimonio netto** è pari a € 13,7 milioni, in miglioramento rispetto ai € 12,3 milioni registrati al 31 dicembre 2021.

Il **Capitale Circolante Netto** è pari a € 28,0 milioni.

PRINCIPALI FATTI DI RILIEVO DEL SEMESTRE

In data **17 gennaio 2022**, Promotica ha comunicato che Giochi Preziosi S.p.A. ha acquisito, mediante operazione ai blocchi fuori mercato, n. 500.000 azioni ordinarie di Promotica S.p.A. da Dieci.Sette S.r.l., socio di maggioranza di Promotica, rappresentative di circa il 3,11% del capitale sociale di Promotica.

In data **24 gennaio 2022**, Promotica ha inaugurato la collaborazione con Selex Gruppo Commerciale grazie all'aggiudicazione del ruolo di General Contractor unico per l'ideazione e gestione del catalogo premi nazionale 2022. La commessa di Selex Gruppo Commerciale ha un valore di oltre € 7,5 milioni e rappresenta per Promotica la prima collaborazione con Selex su scala nazionale.

In data **25 gennaio 2022**, il CdA ha adottato una delibera quadro ai sensi dell'art. 7 della Procedura OPC di Promotica vigente e ha approvato, in tale ambito, il nuovo contratto quadro con la parte correlata Easy Life S.r.l., avente ad oggetto la fornitura da parte di Easy Life di prodotti per la tavola realizzati in porcellana ed altri materiali per l'importo complessivo massimo nell'arco di 12 mesi di € 3 milioni (oltre Iva).

In data **10 febbraio 2022**, Promotica ha comunicato l'avvio della nuova campagna nazionale realizzata per Coop Italia. La campagna, che ha un valore indicativo tra i 18 e 21 milioni di euro di giro d'affari complessivo per Promotica, è la prima a livello nazionale per il cliente Coop.

In data **4 marzo 2022**, Promotica ha perfezionato l'acquisizione del Ramo d'Azienda Incentive & Loyalty di proprietà della società E-commerce Outsourcing S.r.l., interamente controllata da Giglio Group S.p.A., società quotata sul segmento Euronext STAR Milan di Borsa Italiana dal 2018.

In data **19 maggio 2022**, Promotica e Maps hanno annunciato la sottoscrizione di un contratto di licenza a favore di PROMOTICA per l'utilizzo esclusivo a livello mondiale della piattaforma *Royalty* nel settore della fidelizzazione e del *loyalty*. Il contratto ha una durata biennale per un valore complessivo di € 50.000.

In data **3 giugno 2022**, Promotica ha comunicato di aver pubblicato il Bilancio di Sostenibilità 2021, il primo nella storia aziendale, redatto su base volontaria e approvato dal Consiglio di Amministrazione del 18 maggio 2022. La scelta di redigere il Bilancio di Sostenibilità testimonia il forte senso di responsabilità e trasparenza di Promotica relativamente alle tematiche ESG.

In data **13 giugno 2022**, Promotica ha sottoscritto un accordo quadro con l'azionista venditore Di Silvio Guglielmo per l'acquisizione del 100% del capitale sociale di Mercati S.r.l., azienda italiana operante nel settore della produzione ed importazione di articoli per la casa, la persona ed il tempo libero.

In data **30 giugno 2022**, Promotica ha comunicato che Grazioli Holding S.r.l. ha acquisito, mediante operazione ai blocchi fuori mercato, n. 175.000 azioni ordinarie di Promotica S.p.A. da Dieci.Sette S.r.l., socio di maggioranza di Promotica, rappresentative di circa l'1,09% del capitale sociale di Promotica, ad un prezzo di € 3,00 cadauna per un controvalore complessivo di € 525.000,00.

EVENTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL SEMESTRE

In data **13 luglio 2022**, Promotica ha comunicato il lancio di due nuove campagne di fidelizzazione per le insegne del Gruppo Coop, con un'operazione commissionata da Coop Alleanza 3.0 ed una realizzata per Unicoop Firenze.

In data **27 luglio 2022**, il Consiglio di Amministrazione di Promotica ha deliberato l'aumento di capitale sociale mediante conferimento in natura con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'articolo 2441, comma 4, codice civile, propedeutico al perfezionamento dell'acquisizione di Mercati S.r.l., azienda italiana operante nel settore della produzione ed importazione di articoli per la casa, la persona ed il tempo libero.

In data **5 settembre 2022**, Promotica ha comunicato che, con riferimento all'aumento di capitale deliberato in data 27 luglio 2022 e propedeutico all'acquisizione di Mercati S.r.l., si è avverata la condizione sospensiva che rende efficace il conferimento delle azioni, già ammesse alla quotazione ma non ancora negoziabili, effettuato dall'azionista venditore Di Silvio Guglielmo.

In data **9 settembre 2022**, Promotica ha comunicato di aver ricevuto da parte dell'azionista Di Silvio Guglielmo la comunicazione di cambiamento sostanziale della partecipazione, con la quale quest'ultimo ha informato la Società di avere superato in data 5 settembre 2022, anche a seguito dell'avveramento della condizione sospensiva sull'efficacia del conferimento della quota di capitale della società Mercati srl, la soglia rilevante del 5% del capitale sociale di Promotica rappresentativo di azioni che conferiscono diritto di voto, detenendo n. 1.006.333 azioni (di cui 833.333 sottoposte a Lock-up) pari al 5,95% del capitale sociale.

PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELL'ATTIVITÀ PER L'ESERCIZIO IN CORSO

Il primo semestre del 2022 si è caratterizzato per un significativo miglioramento dei risultati rispetto all'esercizio precedente, nel quadro di una situazione macroeconomica decisamente sfavorevole segnata dagli aumenti dei costi energetici, dei beni di consumo e da un forte rafforzamento del valore del dollaro, potenziale beneficio per le esportazioni ma certo danno per le importazioni in valuta. Tutto ciò si ripercuote ancora sull'intera catena di fornitura e il combinato disposto di dollaro forte e costi logistici ancora sostenuti ha determinato una contrazione dei margini dovuta alla difficoltà di trasferire gli aumenti alla clientela. In tale contesto, Promotica è chiamata ad esplicitare la propria attività nell'ambito della GDO e, nel contempo, si sta confrontando con l'industria per contenere gli inevitabili aumenti.

In questa seconda parte dell'anno si assiste ad una progressiva riduzione dei costi logistici ed, in particolare, dei noli marittimi dal far East, mentre si mantiene sostenuto il costo della logistica nazionale a causa del caro energia. Tuttavia, le attività di fidelizzazione sono riprese con maggiore regolarità, e Promotica ha ulteriormente valorizzato l'impegno verso le produzioni italiane, impegno che continuerà nel corso della seconda parte dell'anno con il lancio di nuovi prodotti realizzati in Italia in tutto o in parte.

In questo contesto una riflessione che Promotica è chiamata a fare nel corso della seconda parte del 2022 attiene alla valorizzazione dello stock di magazzino che sarà convenientemente utilizzabile per effettuare attività da qui alla fine dell'anno, con una prevedibile riduzione e monetizzazione dello stesso.

Continuerà il forte impegno verso la sostenibilità e le strategie di ESG. Da sempre l'azienda è attenta alle tematiche in oggetto con particolare attenzione alla sostenibilità delle proprie attività, ai riflessi sociale del proprio operato, e al benessere dei propri collaboratori.

La possibilità nel corso del 2021 di tornare ad effettuare attività commerciale ha consentito nel primo semestre 2022 una crescita del fatturato e del numero di operazioni poste in essere. Sono state raccolte significative soddisfazioni in nuovi mercati, come quelli B2B legati al nuovo ramo derivante in buona parte dalla acquisizione del ramo Incentive e Loyalty di Giglio Group. All'estero nuove attività sono state sviluppate in tutti i paesi dell'Est e del Nord Europa ed è intenzione del management perseguire possibili sviluppi in tutta Europa sia attraverso partnership, sia attraverso acquisizioni, sia con un intervento diretto su mercati che consentano questo tipo di approccio. In particolare, si prevede di raddoppiare l'incidenza delle esportazioni sul fatturato aziendale entro la fine dell'anno.

Sul fronte dei clienti attuali e potenziali operanti nel settore farmaceutico continuerà il lavoro teso ad affermare la leadership di Promotica. A questo proposito è stata ulteriormente rafforzata la struttura commerciale al seguito di questi mercati per sviluppare nuovi progetti con una forte base digitale e verranno valutate attività promozionali e formative, quali ad esempio convegni. Inoltre, è stato approcciato il mercato delle utilities, che potrebbe presentare interessanti opportunità di sviluppo presente e futuro.

Nel mercato di riferimento, quello della grande distribuzione, continueranno ad essere sviluppati nuovi progetti di fidelizzazione, in grado di combinare sempre di più elementi di prodotto con fattori di comunicazione e di animazione dei punti vendita, in ossequio ai più recenti dettami del marketing che indicano di lavorare sulla customer *experience* e sul consolidamento della relazione con il cliente per incrementare il *lifetime value* del cliente stesso in un'ottica di lungo periodo.

In questi mesi è ripreso il lavoro per realizzare nuovi prodotti e servizi basati su esperienze di qualità da proporre alla clientela, in sostituzione del premio fisico, legate ad alcune grandi passioni come il cibo, vino, auto, viaggi, nautica, attività sociali che il COVID-19 aveva azzerato. L'obiettivo è continuare nel secondo semestre del 2022 l'incremento della *value proposition* attraverso l'offerta alla clientela di una gamma di servizi evoluti, senza dimenticare gli strumenti finalizzati alla migliore conoscenza dei clienti e dei loro comportamenti.

Per questi approfondimenti le leve utilizzate sono: 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 che dalla concorrenza e focus group con i clienti e i consumatori finali anche attraverso partnership con primari operatori del settore delle ricerche di mercato.

DEPOSITO DELLA DOCUMENTAZIONE

La documentazione relativa al Bilancio al 30 giugno 2022, prevista dalla normativa vigente, sarà messa a disposizione del pubblico presso la sede legale (Via Generale dalla Chiesa n.1, Desenzano del Garda) oltre che mediante pubblicazione sul sito internet della Società www.promotica.it, sezione "Investor Relations/Bilanci e Relazioni" nei termini di legge, nonché sul sito www.borsaitaliana.it, sezione Azioni/Documenti.

Si segnala infine che il conto economico e lo stato patrimoniale allegati al presente comunicato rappresentano schemi riclassificati e come tali non oggetto di verifica da parte dei revisori.

Il presente comunicato stampa è disponibile nella sezione Investitori del sito www.promotica.it. Si rende altresì noto che, per la diffusione delle informazioni regolamentate, la Società si avvale del circuito IINFO-SDIR gestito da Computershare S.p.A.

About Promotica

Promotica S.p.A. è una delle società leader in Italia nel settore loyalty, quotata dal 27 novembre 2020 sul mercato Euronext Growth Milan, La Società ha una lunga esperienza maturata nei settori Retail, Food, farmaceutico e servizi. Fondata nel 2003 da Diego Toscani, la Società vanta 107 clienti attivi nel 2021, con la realizzazione di 249 programmi, mentre nel corso della propria attività ha lavorato con oltre 1.800 clienti. Promotica offre un servizio completo di consulenza per la pianificazione e lo sviluppo promozionale, gestendone ogni fase: progettazione delle operazioni promozionali, realizzazione della campagna di comunicazione, approvvigionamento dei premi, servizi di logistica, monitoraggio dei dati ed infine misurazione dei risultati. Promotica ha chiuso il 2021 con un fatturato pari a € 39,6 milioni di euro ed un'EBITDA di € 2,0 milioni. Per ulteriori informazioni: <https://www.promotica.it/>

Promotica S.p.A.

Via Generale dalla Chiesa n. 1
25015 Desenzano del Garda (BS)
www.promotica.it

Euronext Growth Advisor

Integrae Sim S.p.A.
Piazza Castello, 24, 20121 Milano
Tel. +39 02 96 84 68 64

Investor Relations Manager

Patrizia Sambinelli
Email: patrizia.sambinelli@promotica.it
Tel: + 39 030 911 80 221

Media Relations

CDR Communication SRL
Angelo Brunello
Email: angelo.brunello@cdr-communication.it
Tel. +39 329 21 17 752
Lorenzo Morelli
Email: lorenzo.morelli@cdr-communication.it
Tel. +39 347 76 40 744

Investor Relations Advisor

CDR Communication SRL
Vincenza Colucci
Email: vincenza.colucci@cdr-communication.it
Tel. +39 335 69 09 547
Marika Martinciglio
Email: marika.martinciglio@cdr-communication.it
Tel. +39 388 75 45 208

Allegati gli schemi di Conto Economico, Stato Patrimoniale, Rendiconto Finanziario e Indebitamento Finanziario Netto del Gruppo Promotica al 30 giugno 2022.

Conto Economico (Euro/000)	Consolidato 30/06/2022	Consolidato 30/06/2021
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	45.169	23.364
Costo del venduto	-33.392	-16.102
Margine industriale	11.777	7.262
% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni	26,1%	31,1%
Altri proventi	170	96
Costi per servizi	-5.567	-2.590
Costi per godimento beni di terzi	-463	-167
Costi per il personale	-2.475	-1.145
Oneri diversi di gestione	-673	-295
EBITDA	2.769	3.162
% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni	6,1%	13,5%
Ammortamenti immateriali	-321	-127
Ammortamenti materiali	-254	-36
Accantonamenti	0	-901
Svalutazione crediti dell'attivo circolante	0	-68
EBIT	2.195	2.029
% sui Ricavi delle vendite e delle prestazioni	4,9%	8,7%
Proventi e (Oneri) Finanziari	-263	-89
Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	-20	-10
Utile ante imposte	1.911	1.930
Imposte sul risultato d'esercizio	-636	-553
Utile (perdita) d'esercizio	1.275	1.377
Utile (perdita) d'esercizio di Terzi	-55	0
Utile (perdita) d'esercizio del Gruppo	1.330	1.377

Stato Patrimoniale (Euro/000)	Consolidato 30/06/2022	Consolidato 31/12/2021
Immobilizzazioni immateriali	3.947	2.653
Immobilizzazioni materiali	2.375	2.552
Immobilizzazioni finanziarie	5.303	3.620
TOTALE ATTIVI FISSO NETTO	11.625	8.825
Rimanenze	17.870	18.843
Crediti commerciali	30.218	11.740
(Debiti commerciali)	-17.576	-13.829
CCO (Capitale circolante operativo)	30.512	16.754
Altri crediti	2.425	4.121
(Altri debiti)	-4.906	-3.624
CCN (capitale circolante netto)	28.031	17.251
(TFR e altri fondi)	-1.382	-1.228
CIN (CAPITALE INVESTITO NETTO)	38.274	24.848
Debiti finanziari - breve	19.765	9.759
Debiti finanziari - componente a breve del ML	2.826	1.702
Debiti finanziari - medio lungo (ML)	6.474	3.855
(Cassa e disponibilità)	-4.601	-2.911
PFN (Posizione finanziaria netta)	24.464	12.405
Capitale sociale	803	803
Riserve	11.584	10.132
Risultato d'esercizio	1.330	1.381
PN (Patrimonio netto) del Gruppo	13.717	12.316
PN (Patrimonio netto) di Terzi	92	127
CAPITALE ACQUISITO	38.274	24.848

Rendiconto Finanziario - Metodo indiretto (Euro/000)	30/06/2022	31/12/2021
A) Flussi finanziari derivanti dall'operatività (metodo indiretto)		
Utile (perdita) dell'esercizio	1.275.133	1.427.885
Imposte su reddito	636.292	180.835
Interessi passivi/(attivi)	192.667	221.784
(Dividendi)	0	0
(Plusvalenze)/Minusvalenze derivanti dalla cessione di attività	0	-14.580
1) Utile (perdita) dell'esercizio prima d'imposte sul reddito, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	2.104.092	1.815.924
Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto		
Accantonamenti ai fondi	145.689	1.060.790
Ammortamenti delle immobilizzazioni	574.659	501.143
Altre rettifiche in aumento/(in diminuzione) per elementi non monetari	-1.204.765	-327.137
Totale rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel capitale circolante netto	-484.417	1.234.796
2) Flusso finanziario prima delle variazioni del capitale circolante netto	1.619.675	3.050.720
Variazioni del capitale circolante netto		
Decremento/(Incremento) delle rimanenze	2.166.855	-8.313.000
Decremento/(Incremento) dei crediti verso clienti	-18.456.050	9.161.690
Incremento/(Decremento) dei debiti verso fornitori	4.622.940	-2.259.379
Decremento/(Incremento) dei ratei e risconti attivi	133.871	-675.571
Incremento/(Decremento) dei ratei e risconti passivi	387.102	-25.007
Altri decrementi/(Altri incrementi) del capitale circolante netto	1.015.225	-2.195.689
Totale variazioni del capitale circolante netto	-10.130.057	-4.306.956
3) Flusso finanziario dopo le variazioni del capitale circolante netto	-8.510.382	-1.256.236
Altre rettifiche		
Interessi incassati/(pagati)	2.803	-68.402
(Imposte sul reddito pagate)	0	-1.313.825
Dividendi incassati	0	0
(Utilizzo dei fondi)	20.868	425.740
Totale altre rettifiche	23.671	-956.487
Flusso finanziario dell'attività operativa (A)	-8.486.711	-2.212.723
B) Flussi finanziari derivanti dall'attività d'investimento		
Immobilizzazioni materiali		
(Investimenti)	-76.389	-2.114.625
Disinvestimenti		29.786
Immobilizzazioni immateriali		
(Investimenti)	-1.615.619	-1.902.301
Disinvestimenti	0	0
Immobilizzazioni finanziarie		
(Investimenti)	-1.683.563	-1.803.982
Disinvestimenti	0	1.000.000
Attività finanziarie non immobilizzate		
(Investimenti)	12.782	0
Disinvestimenti	0	0
Acquisizione rami d'azienda	0	-1.619.263
Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)	-3.362.789	-6.410.385
C) Flussi finanziari derivanti dall'attività di finanziamento		
Mezzi di terzi		
Incremento/(Decremento) debiti a breve verso banche	10.005.506	9.075.665
Accensione finanziamenti	3.773.852	824.106
(Rimborso finanziamenti)	-258.106	-1.584.993
Mezzi propri		
Aumento di capitale a pagamento	1	135.079
(Rimborso di capitale)	0	-5.682
(Dividendi e acconti su dividendi pagati)	0	-960.000
Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)	13.521.253	7.484.175

Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)	1.671.753	-1.138.933
Disponibilità liquide a inizio esercizio		
Depositi bancari e postali	2.813.985	4.013.210
Danaro e valori in cassa	64.455	4.163
Totale disponibilità liquide a inizio esercizio	2.878.440	4.017.373
Disponibilità liquide a fine esercizio		
Depositi bancari e postali	4.540.714	2.813.985
Danaro e valori in cassa	9.711	64.455
Totale disponibilità liquide a fine esercizio	4.550.425	2.878.440

INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO (Euro/000)	Consolidato 30/06/2022	Consolidato 31/12/2021
A. Cassa	-10	-64
B. Altre disponibilità liquide	-4.591	-2.847
C. Titoli detenuti per la negoziazione	0	0
D. Liquidità (A) + (B) + (C)	-4.601	-2.911
E. Crediti finanziari correnti	0	0
F. Debiti bancari a breve termine	19.765	9.759
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	1.389	675
H. Altri debiti finanziari correnti	1.437	1.026
I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)	22.591	11.461
J. Indebitamento finanziario corrente netto (D) + (E) + (I)	17.990	8.550
K. Debiti bancari non correnti	3.237	218
L. Obbligazioni emesse	4.000	4.000
M. Altri debiti non correnti	-763	-363
N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)	6.474	3.855
O. Indebitamento finanziario netto (J) + (N)	24.464	12.405