



Comunicato stampa 10/06/2015

Partenza d'anno in quarta per MailUp!

Confermata la crescita “double digit” del valore della produzione anche nel primo trimestre 2015 (+18%), avviato il nuovo business in Indonesia (www.mailup.id), lanciato su scala internazionale il nuovo prodotto BEE Plugin (www.beefree.io), cambio nel CdA della società con l'ingresso di Valerio De Molli (AD di The European House-Ambrosetti) come amministratore indipendente. Avviato il processo di crescita per linee esterne (acquisizioni) nei mercati non anglofoni.

Milano, 10 giugno 2015 – MailUp S.p.A. (MAIL.MI), società detentrici della piattaforma per l'invio di email e SMS, comunica che il Consiglio di Amministrazione, riunitosi nella giornata di oggi, ha preso atto dei principali dati economico-finanziari relativi all'andamento gestionale al 31 marzo 2015 e dei principali aggiornamenti industriali ad oggi.

Nazzareno Gorni, CEO di MailUp, dichiara: “Siamo particolarmente soddisfatti dei risultati di questo primo trimestre 2015. Siamo riusciti a mantenere il focus sulla crescita, superando le nostre migliori aspettative, in un trimestre in cui la nostra attenzione operativa si è concentrata sull'esecuzione di una serie di investimenti di medio/lungo periodo, come:

1) il rafforzamento delle nostre politiche anti-spam, conseguente al nostro ingresso nella "Certified Senders Alliance" (CSA), realtà nata dai principali Internet Service Provider europei (tra gli altri Vodafone, GMX, Web.de, T-Online, Freenet e 1&1), che mira a favorire la collaborazione tra Internet Service Provider e gli Email Service Provider che rispettano i migliori standard nella lotta contro lo spam;

2) il lancio su scala internazionale del nostro nuovo prodotto BEE Plugin, evoluzione di BEE Free, che ha avuto un grande successo oltre oceano, confermandosi tra le novità più interessanti del nostro settore secondo i dati di Product Hunt, punto di riferimento dei professionisti della tecnologia in Silicon Valley (Product Hunt è una realtà partecipata da investitori di successo come Google Ventures, SV Angels - investitori in Pinterest, Airbnb, Foursquare - e Andreessen Horowitz - investitori in Facebook, Zynga e Skype);

3) l'avvio della nostra presenza in Indonesia, una delle “fastest growing digital economies” a livello internazionale, con oltre 250 milioni di abitanti, di cui 70 milioni connessi in rete, e con una crescita della penetrazione di internet tra le più alte del continente asiatico. Con il lancio avvenuto negli scorsi giorni (rif. www.mailup.id), siamo ufficialmente il primo Email Service Provider presente nel paese, con servizio di customer care e supporto locale.

Su questo fronte, siamo inoltre contenti di aver sviluppato questo percorso in partnership con YDigital, una delle principali agenzie di marketing indonesiane, parte del gruppo svizzero Mountain Partners, investitori tra gli altri in Alando (venduta ad eBay), Ciao! (venduta a Microsoft), BuyVip (venduta ad Amazon), Scout24 (venduta a Deutsche Telekom);

4) l'avvio del percorso di crescita per linee esterne (acquisizioni) nei mercati non anglofoni, su cui contiamo di accelerare fortemente il nostro percorso di sviluppo nei prossimi mesi.

In ultimo, in questo trimestre abbiamo visto l'ingresso nel nostro CdA di un professionista di grande valore, Valerio De Molli, AD di The European House-Ambrosetti e responsabile operativo della realizzazione del forum Workshop The European House - Ambrosetti a Villa D'Este, che ha visto tra i protagonisti personalità del calibro di Bill Gates (fondatore di

Microsoft), Eric Schmidt (presidente del CdA di Google) e Larry Ellison (fondatore e CEO di Oracle).

Poco più di un anno fa, non avevamo ancora avviato il nostro percorso di quotazione in Borsa su AIM che, partito ufficialmente nel mese di maggio 2014, si è realizzato il 29 luglio 2014. A meno di un anno di distanza da questo importante evento, guardiamo a più ambiziosi traguardi da raggiungere attraverso un percorso di continua crescita da sviluppare mediante il consolidamento del nostro attuale perimetro societario ma soprattutto mediante future acquisizioni. Crediamo fermamente che la realizzazione di tali obiettivi possa rappresentare per MailUp il compimento del percorso intrapreso con la quotazione all'AIM, da finalizzarsi mediante lo sbarco su un mercato regolamentato, un progetto fortemente condiviso con la nostra comunità di amici, partner e investitori”.

Andamento gestionale, primo trimestre 2015

Con riferimento all'andamento gestionale consolidato di MailUp, nel primo trimestre 2015 si segnala che:

- cresce il valore della produzione della società (+18%): 2,5M di Euro, a fronte di 2,1M di Euro del primo trimestre 2014, supportato anche dalla crescita (+53% yoy) in termini di fatturato del business americano della MailUp Inc.;
- crescono inoltre i ricavi derivanti dalla vendita di servizi di invio Email e SMS (+15%): 2,1M di Euro, a fronte di 1,8M di Euro del primo trimestre 2014;
- migliora il margine di contribuzione di secondo livello (+27%): 801 mila Euro, a fronte di 628 mila Euro del primo trimestre 2014.

Il margine di contribuzione di secondo livello esprime la marginalità residua dopo la copertura dei costi caratteristici del business di MailUp, quindi i costi variabili, tipicamente costo di acquisto degli invii SMS, altri costi per servizi esterni rivenduti ai clienti e i compensi variabili del personale commerciale, e i costi fissi diretti, ovvero i costi della struttura commerciale e tecnica;

- migliora anche l'EBITDA (+14%): 228 mila Euro, a fronte di 200 mila Euro del primo trimestre 2014;
- la posizione finanziaria netta è attiva per 3,3M di Euro; le disponibilità liquide sono pari a 3,3M di Euro e permane la situazione di sostanziale assenza di indebitamento finanziario (i debiti finanziari a medio-lungo termine sono pari a 50 mila Euro, mentre non ci sono debiti finanziari a breve termine);
- Si precisa che i dati esposti sono consolidati e sono di natura gestionale, pertanto non sono soggetti a revisione contabile.

MailUp: www.mailup.com

MailUp (MAIL.MI) è una società tecnologica che ha sviluppato una piattaforma digitale di cloud computing (Software as a Service - SAAS) scelta da PMI e grandi imprese per creare, inviare e monitorare newsletter, email e SMS. Con oltre 25 miliardi di messaggi inviati ogni anno e 8.200 clienti (diretti e indiretti), MailUp è leader in Italia nel settore ESP sia per numero di email inviate sia per numero di clienti. La piattaforma è completa di un'ampia libreria di web service gratuiti per collegare database esterni, CRM, CMS, ecommerce, ERP, sistemi di web analytics e di business intelligence. 700 rivenditori, di cui molti all'estero, hanno scelto di condividere insieme a MailUp una cultura dell'email marketing professionale e responsabile, alimentato da competenza, scambio e ricerca costante. MailUp non vende e non affitta indirizzi email. Fondata più di 10 anni fa a Cremona, MailUp ha sede anche a Milano e San Francisco tramite la controllata MailUp Inc.

PER INFORMAZIONI

MailUp Investor Relation
Giandomenico Sica
investor.relations@mailup.com

CONTO ECONOMICO	31/03/2015	%	31/03/2014	%	Delta	Delta %
Ricavi delle vendite mail	1.630	64,61%	1.394	65,53%	236	16,90%
Ricavi delle vendite sms	501	19,88%	455	21,40%	46	10,14%
Ricavi delle prestazioni	10	0,40%	70	3,30%	(60)	-85,73%
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	369	14,63%	204	9,58%	165	81,17%
Altri ricavi	12	0,48%	4	0,19%	8	202,32%
VALORE DELLA PRODUZIONE	2.522	100,00%	2.127	100,00%	395	18,57%
Costi variabili	467	18,52%	457	21,49%	10	2,20%
Costi commerciali	480	19,03%	424	19,91%	56	13,32%
Costi industriali	774	30,71%	618	29,07%	156	25,23%
MARGINE DI CONTRIBUZIONE DI 2° LIVELLO	801	31,74%	628	29,53%	173	27,47%
Costi generali	573	22,71%	428	20,14%	144	33,72%
EBITDA	228	9,04%	200	9,39%	28	14,08%
Ammortamenti materiali	66	2,63%	60	2,82%	6	10,64%
Ammortamenti immateriali	152	6,04%	76	3,57%	76	100,48%
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	219	8,67%	136	6,39%	83	60,88%
EBIT	9	0,37%	64	3,00%	(55)	-85,41%
Gestione finanziaria	1	0,02%	(1)	-0,05%	2	152,77%
EBT	10	0,39%	63	2,95%	(53)	-84,23%

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO MAILUP SPA AL 31/03/2015

Valori in €/000

STATO PATRIMONIALE	31/03/2015	31/12/2014	Delta	Delta %
ATTIVO				
Immobilizzazioni Materiali	667	716	(48)	-6,78%
Immobilizzazioni Immateriali	2.931	2.404	527	21,93%
Immobilizzazioni Finanziarie	50	47	3	7,43%
Immobilizzazioni	3.649	3.167	482	15,23%
Rimanenze	68	39	29	75,37%
Crediti vs clienti	1.612	1.394	218	15,65%
Debiti vs fornitori	(693)	(773)	80	10,32%
Capitale Circolante Commerciale	987	659	327	49,61%
Crediti e Debiti Tributari	(212)	(129)	(83)	64,65%
Ratei e risconti Attivi/passivi	(2.801)	(2.476)	(326)	13,16%
Altri crediti e debiti	(948)	(731)	(217)	29,68%
Capitale Circolante Netto	(2.974)	(2.676)	(299)	11,16%
Fondo rischi e oneri	(96)	(87)	(9)	9,81%
Fondo TFR	(468)	(425)	(43)	10,03%
Capitale Investito Netto	111	(21)	132	-620,17%
PASSIVO				
Capitale Sociale	200	200	-	0,00%
Altre riserve	3.212	2.995	217	7,24%
Utile/Perdita dell'Esercizio	10	68	(59)	-85,54%
Patrimonio Netto	3.422	3.264	158	4,85%
Debiti a breve/(cassa)	(3.361)	(3.335)	(26)	0,78%
Debiti a MLT	50	50	-	0,00%
Posizione Finanziaria Netta	(3.311)	(3.285)	(26)	0,79%
Totale Fonti	111	(21)	132	620,17%