

# 1 Buongiorno Vitaminic S.p.A.<sup>1</sup>

## 1.1 La storia.

Buongiorno Vitaminic si definisce una «media company» attiva nell'ideazione, produzione e/o aggregazione e distribuzione di contenuti multimediali, principalmente nel campo dei servizi di intrattenimento, via posta elettronica e telefonia.

Buongiorno Vitaminic S.p.A. nasce dalla fusione di due società:

- Vitaminic, società operante nell'ambito della musica digitale;
- Buongiorno, società operante nell'ambito dei servizi alle imprese via mail e telefono.

Di seguito viene brevemente presentata l'origine delle due società.

**Tabella 1** I loghi di Vitaminic, di Buongiorno e di Buongiorno Vitaminic.



### 1.1.1 Vitaminic: la community della musica digitale.

Vitaminic è stata la prima società a livello europeo a creare una comunità interamente dedicata alla musica in formato digitale e a sviluppare un'ampia gamma di servizi ad essa collegati per un'utenza business.

Vitaminic è stata costituita il 21 aprile 1999 sotto forma di società a responsabilità limitata da Gianluca Dettori, Adriano Marconetto, Franco Gonella e Andrea Di Camillo. La Società ha dato inizio alla propria attività nel mese di maggio 1999, inaugurando il sito [www.vitaminic.it](http://www.vitaminic.it) il 25 giugno 1999.

La sede della Società era a Torino, città dove il gruppo di ricerca internazionale MPEG aveva coordinato lo sviluppo del formato musicale Mp3.

Nel mese di maggio 1999 Kiwi I Ventura-Serviços S.A.<sup>2</sup> ha acquisito dai soci fondatori parte dell'erispettive quote, divenendo titolare di una partecipazione pari al 45% del capitale della Società.

Vitaminic è stata la prima (12 ottobre 2000), e finora l'unica, società del settore della musica digitale quotata su un mercato azionario Europeo (Nuovo Mercato della Borsa Italiana).

L'idea originaria di Vitaminic era quella di mettere in contatto chi fa musica e chi ama la musica, consentendo alle persone di esprimersi, condividere idee, interessi ed esperienze, mettere a disposizione contenuti accessibili da altri utenti accomunati dalla stessa passione musicale, acquistare

<sup>1</sup> Di Donatella Busso.

<sup>2</sup> Società di diritto portoghese attiva nell'acquisto di partecipazioni in società ad alto potenziale di sviluppo del settore hi-tech, che si affida in Italia alla consulenza di Pino Venture Partners S.r.l.

musica online 24 ore al giorno, 365 giorni l'anno. Il nome stesso fa riferimento alla musica come condizione «energizzante» della vita ovvero la musica come «vitamina» della vita.

Inizialmente la Società acquisiva contenuti musicali da artisti unsigned (senza contratto con le case discografiche) e case discografiche mettendo loro a disposizione, senza costi di ingresso, una piattaforma per la promozione e distribuzione della musica che può essere gestita completamente online. I musicisti potevano avere un rapporto diretto con il pubblico e promuovere e vendere musica in formato digitale, caricando sul sito (*upload*) i propri brani in formato digitale che potevano essere preascoltati (*streaming*) e prelevati (*download*) da consumatori di tutto il mondo.

I contenuti e servizi presenti sui siti Vitaminic sono stati sviluppati per arricchire l'esperienza online di appassionati di musica e artisti, favorendo, soprattutto grazie alla interattività, la permanenza degli utenti sul sito. In tal modo, gli inserzionisti pubblicitari sono in grado di raggiungere in modo mirato categorie di consumatori ritenute particolarmente attraenti, come il pubblico giovanile, ed a Vitaminic di sfruttare le potenzialità del commercio elettronico, grazie all'accesso ad una vasta audience attratta dall'offerta musicale proposta.

In effetti, il modello di business originario di Vitaminic era basato, secondo i piani della Società, proprio sui ricavi derivanti dalla pubblicità e, solo in via secondaria, dalla distribuzione dei propri contenuti e della relativa infrastruttura tecnologica (mettendo a disposizione soluzioni tecniche per siti web) e dal commercio elettronico.

Per questo motivo, l'architettura dei siti del network Vitaminic è stata fondata fin dall'inizio sul concetto di *community*. Le funzionalità e i servizi disponibili online favoriscono l'aggregazione e l'interazione di appassionati di musica ed artisti, oltre che la creazione e condivisione di nuovi contenuti. Tale processo stimola la crescita del traffico sul sito, che si traduce nella possibilità di espandere i ricavi derivanti dalla pubblicità.

La disponibilità di un'audience attraente per gli inserzionisti e segmentabile consente inoltre di vendere gli spazi pubblicitari sul sito ad un prezzo unitario potenzialmente più elevato di quello che può essere ricavato da portali generalisti.

L'idea di Vitaminic era quella di sfruttare la diffusione di musica in formato digitale, differenziandosi così dalle forme di distribuzione tipiche dell'industria musicale tradizionale, offrendo una soluzione ai problemi che in passato hanno limitato la crescita del mercato discografico a svantaggio degli artisti, delle case discografiche e degli stessi consumatori.

La distribuzione della musica su supporto fisico (CD, cassette, vinile) consente attualmente solo ad una parte limitata della produzione musicale di avere accesso al mercato, poiché caratterizzata da rischi imprenditoriali di notevole entità, connessi ai costi promozionali, di produzione, trasporto e stoccaggio, e dalla scarsità di spazi espositivi disponibili presso i punti vendita. Tali fattori precludono o limitano l'offerta e la vendita della produzione di migliaia di artisti, sia di successo che emergenti, costringendo le major a concentrare i propri investimenti sulla promozione di un numero limitato di prodotti.

Vitaminic mette a disposizione la propria piattaforma su Internet gratuitamente e senza vincoli di esclusività, consentendo ad artisti *unsigned* e case discografiche di gestire direttamente online la promozione e distribuzione della musica. In tal modo la Società elimina i costi di ingresso al mercato della musica digitale online, consentendo l'accesso ad un numero potenzialmente illimitato di artisti e riducendo, nel contempo, i rischi imprenditoriali connessi al lancio di nuovi prodotti.

Secondo il fondatori della società, il modello di business avrebbe dovuto minimizzare i vincoli legati alla produzione, stoccaggio e distribuzione del prodotto fisico, consentendo la riduzione del costo finale del prodotto musicale ed il miglioramento dei margini dell'artista, dell'etichetta discografica e della Società stessa.

Nel corso del 1999 e del 2000 Vitaminic ha iniziato ad espandere la propria offerta mettendo a disposizione la propria piattaforma (contenuti e relativa infrastruttura tecnologica) a portali Internet su rete fissa e mobile. In particolare, Vitaminic stipulò accordi con numerosi portali europei e un accordo con Omnitel 2000 S.p.A., il quale prevedeva lo sviluppo di diverse tipologie di servizi musicali accessibili tramite telefoni cellulari con tecnologia SMS, WAP, GPRS e UMTS.

Nonostante alcuni dati positivi (nel 2002 il fatturato cresce del 55% rispetto all'esercizio precedente) la situazione economica/finanziaria di Vitaminic non è confortante:

- a fine 2001, con un fatturato di circa 4,5 milioni di euro si registra una perdita di circa 13,5 milioni di euro;
- a fine 2002, con un fatturato di circa 7 milioni di euro, si registra una perdita di circa 35 milioni di euro.

Secondo la società, il business dell'azienda mostra segnali di incertezza, principalmente per via del peggioramento dell'economia generale e, soprattutto, delle condizioni del mercato di riferimento, quello della musica digitale: le Majors discografiche sono ancora lente nel fornire la licenza dei propri cataloghi musicali per un'ampia e competitiva distribuzione su Internet e la pirateria continua ad essere un fenomeno di considerevoli dimensioni, che incide negativamente sui modelli di consumo legale di musica e rende difficile lo sviluppo del business di operatori che operano nella legalità rispettosi del diritto d'autore.

Nel febbraio 2003 il Consiglio di Amministrazione della Vitaminic delibera la fusione per incorporazione di Buongiorno SpA in Vitaminic SpA. L'obiettivo dell'integrazione con la società emiliana che si occupa di servizi alle imprese tramite Internet e telefoni cellulari è quello di ottenere, sinergie in termini di riduzione di costi e nuove prospettive di fatturato.

### *1.1.2 Buongiorno: la società dei servizi interattivi via mail e telefono.*

Buongiorno definisce il proprio mercato di riferimento «Interactive and Mobile Services» (IMS).

La società nasce a Parma nel 1999 anche se, in realtà, tra il 1995 ed il 1999 Buongiorno svolge già un'attività di invio di una newsletter: si tratta del periodo di «incubazione» di Buongiorno, durante il quale viene valutata la possibilità di creare un'azienda per l'invio di newsletter via mail.

Alla fine del 2001 le newsletter a disposizione dell'azienda sono diventate 200, gli utenti 25 milioni ed il fatturato raggiunge circa i 30 milioni di euro.

L'attività di Buongiorno non resta tuttavia ancorata esclusivamente alle newsletter inviate via mail. La società diventa attiva anche del campo dei servizi interattivi via telefono, soprattutto mobile creando un'infrastruttura che consente di inviare giornalmente milioni di SMS, MMS e mail.

Alla fine del 2002 Buongiorno raggiunge il pareggio dell'EBITDA (Earnings Before Interest Tax Depreciation and Amortization) consolidato con un fatturato di 40 milioni di euro e 30 milioni di utenti registrati.

All'inizio del 2003 il Consiglio di Amministrazione della Buongiorno decide di avviare le procedure per l'aggregazione con Vitaminic. L'attività delle due società è simile, anche se complementare: Vitaminic possiede gli *assets* legati alla musica mentre Buongiorno è in grado di raggiungere giornalmente milioni di utenti anche sui telefoni cellulari.

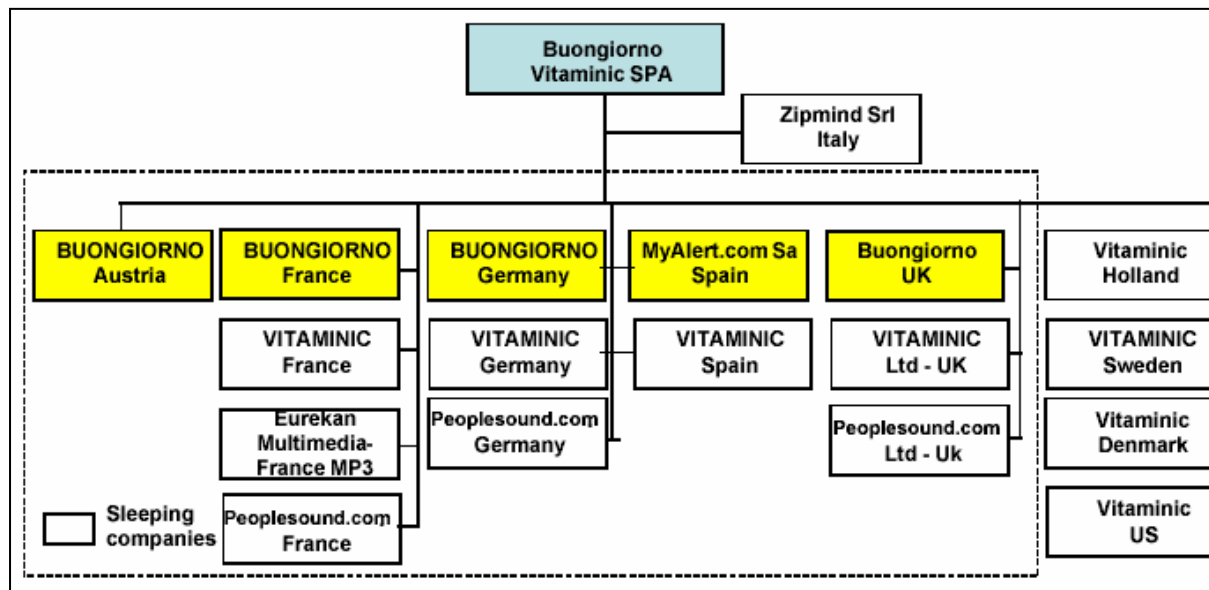
### *1.1.3 La fusione.*

Con il 16 luglio 2003 ha avuto efficacia la fusione per incorporazione di Buongiorno S.p.A. in Vitaminic S.p.A., con conseguente cambio della denominazione sociale di Vitaminic S.p.A. in Buongiorno Vitaminic S.p.A.

Dalla fusione delle due società, grazie alle sinergie tra la piattaforma distributiva e di marketing di Buongiorno e gli asset e i contenuti multimediali di Vitaminic, è nato un nuovo operatore, unico nel suo campo, che si posiziona tra le principali aziende in Europa nel settore della ideazione, produzione e/o aggregazione e distribuzione di contenuti multimediali principalmente nel campo dei servizi di intrattenimento, via posta elettronica e telefonia ed è pronto a raccogliere le opportunità offerte dall'avvento del broadband e delle reti di terza generazione.

Dopo la fusione, la struttura del gruppo è quella riportata nella Tabella che segue:

**Tabella 2** La struttura del gruppo Buongiorno Vitaminic al 31 dicembre 2004.



(\*): Le *sleeping companies* sono società in corso di liquidazione.

## 1.2 L'attività.

La società articola la propria attività su due linee di business:

- i servizi a valore aggiunto per gli utenti di telefonia mobile e fissa (Consumer Services);
- i servizi di marketing digitale (Marketing Services).

Nell'ambito dei **Consumer Services** Buongiorno Vitaminic propone un ampio portafoglio di servizi e contenuti a pagamento che include, tra l'altro, servizi informativi e d'intrattenimento via SMS/MMS/video, loghi e suonerie, giochi java, video e brani musicali per ascolto e dedica. Tali servizi sono commercializzati attraverso una strategia multicanale, che include partnership con le società telefoniche e con i gruppi media, ad un target potenziale di circa 200 milioni di utenti di telefonia mobile e fissa in tutta Europa.

I servizi consumer sono commercializzati attraverso una strategia multicanale, che include partnership con le società telefoniche e con i gruppi media, ad un target potenziale di circa 200 milioni di utenti di telefonia fissa e mobile in tutta Europa.

Nell'ambito dei **Marketing Services**, Buongiorno Vitaminic si affianca alle imprese nella definizione e gestione di programmi di marketing digitale orientati sia all'acquisizione di nuovi clienti che alla fidelizzazione e alla soddisfazione dei propri clienti. Tali servizi includono l'accesso a un audience pubblicitario di 44 milioni di individui in Europa, l'utilizzo di una piattaforma sviluppata internamente di gestione di contenuti "single source" e di messaggistica in grado di supportare 100.000 invii per secondo, oltre alla realizzazione su misura di formati e programmi di comunicazione e d'intrattenimento interattivo.

Buongiorno Vitaminic può contare su un portafoglio clienti di oltre 500 compagnie in Europa, in larga parte appartenenti alle Fortune 500, tra le quali:

- i principali operatori telefonici – come il gruppo Vodafone, Tim, Telecom Italia, Telefónica, SFR, MMO2, T-Mobile, Teljoy Group e H3G;
- le più importanti compagnie d'intrattenimento e i principali gruppi media – come Warner Bros, Endemol, TVE, Prisa Group;
- le grandi corporazioni e le istituzioni come Nokia, Comverse, il Governo italiano e quello austriaco.

Le due linee di business valorizzano in modo sinergico le competenze di aggregazione di contenuti, marketing digitale e gestione della tecnologia.

**Tabella 3** L'home page del sito Internet di Buongiorno Vitaminic ([www.vitaminic.it](http://www.vitaminic.it) oppure <http://www.buongiorno.com/it>).



### 1.2.1 I servizi a valore aggiunto per gli utenti di telefonia mobile e fissa (Consumer Services).

I servizi per gli utenti di telefonia mobile e fissa sono rivolti ai consumatori privati (Consumer). I servizi offerti da Buongiorno Vitaminic sono i seguenti:

- a) ricezione di newsletter via e-mail;
- b) personalizzazione del cellulare;
- c) servizi per gli artisti;
- d) download di musica.

A) La ricezione di newsletter via mail.

Il Gruppo Buongiorno Vitaminic invia newsletter via mail a tutti gli utenti che si iscrivono on-line. L'iscrizione è gratuita e comporta unicamente l'indicazione della mail. Se chi si iscrive lo desidera, può inserire anche l'anno di nascita, il sesso e il codice di avviamento postale (CAP) della città di residenza.

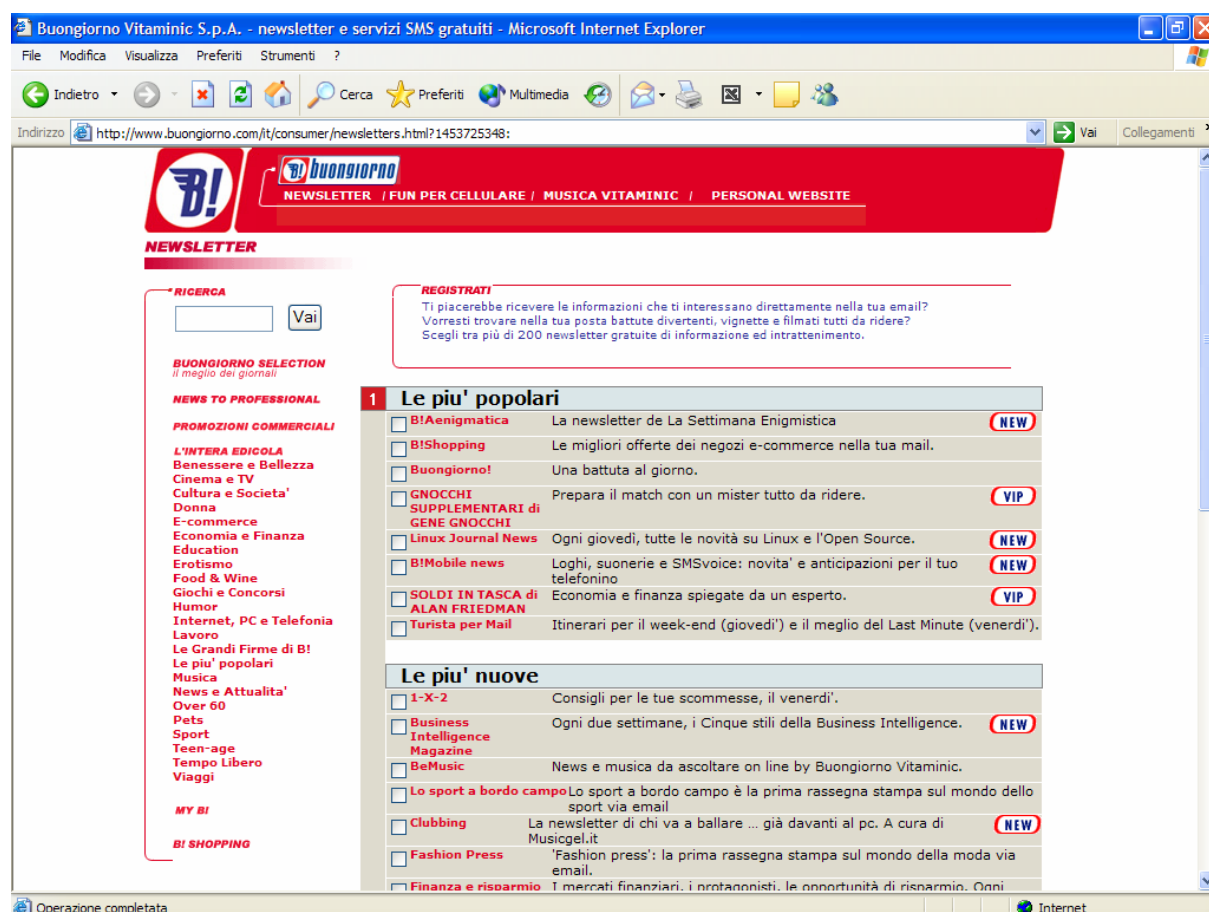
Le newsletter che Buongiorno Vitaminic può inviare ai suoi utenti sono più di 200 appartenenti a tutti i generi, anche newsletter professionali rivolte soprattutto ad operatori nel campo dell'ICT.

L'invio della richiesta di ricezione delle newsletter è subordinato all'accettazione da parte dell'utente della politica sulla *privacy* adottata dal gruppo Buongiorno Vitaminic: la società avverte che «Iscrivendoti, acconsenti al trattamento dei tuoi dati personali che Buongiorno eseguirà anche per comunicarti tutte le sue iniziative ed inviarti aggiornamenti periodici sulle sue novità editoriali.».

Infatti, Buongiorno Vitaminic utilizza le mail e qualsiasi altro dato indicato dall'utente in modo volontario (ad esempio l'anno di nascita) o automatico (cioè mediante l'utilizzo del sito) per informare i clienti di tutte le iniziative del gruppo, ma anche e soprattutto per creare delle *profilazioni* (*segmentazioni*) dei propri utenti.

Tali profilazioni servono a Buongiorno Vitaminic per offrire l'altra categoria di servizi, quelli rivolte alle imprese. Le imprese, infatti, possono utilizzare Buongiorno Vitaminic per fare pubblicità, mediante l'invio di newsletter, sms, campagne promozionali ecc. Grazie alla profilazione degli utenti effettuata da Buongiorno Vitaminic esse sono in grado di individuare meglio il target destinatario della campagna promozionale.

**Tabella 4** Le newsletter di Buongiorno Vitaminic.



## B) La personalizzazione del cellulare.

Inviando un SMS al numero 48483 il gruppo Buongiorno Vitaminic consente di personalizzare il proprio cellulare con:

- suonerie monofoniche;
- suonerie polifoniche;
- loghi;
- loghi colorati;

- picture (disegni) per sms
- sfondi colorati;
- giochi multimediali;
- sms editoriali.

Come si può vedere dalla **Tabella 5** le suonerie che vengono proposte derivano da brani musicali di successo. Il gruppo Buongiorno Vitaminic può offrire tali suonerie in quanto ha stipulato dei contratti con le case discografiche proprietarie dei diritti sui brani.

Allo stesso modo, i loghi, le picture per sms, gli sfondi, ecc. sono tutti ottenuti dal gruppo Buongiorno Vitaminic mediante accordi con le più grandi società di intrattenimento.

Tra i numerosi contenuti licenziati a catalogo da Buongiorno Vitaminic, figurano i soggetti dei fumetti Looney Tunes™ di Warner Bros (come Daffy Duck e il celebre Gatto Silvestro), e quelli della fiction animata South Park di MTV Networks International, le notizie sportive di GrandPrix, i giochi Java di Toysoft, Garfield (il noto gattone americano di Paws), le immagini dal catalogo di Corbis e 500.000 brani musicali frutto degli accordi con 1.500 case discografiche.

**Tabella 5** I servizi di personalizzazione del cellulare offerti da Buongiorno Vitaminic.




The screenshot shows the Buongiorno website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'NEWSLETTER', 'MUSICA', 'AZIENDE', 'IR', 'CHI SIAMO', and 'PRESS ROOM'. Below this, a banner for 'il catalogo Buongiorno' is displayed, along with logos for operators like TIM, WIND, and Vodafone. The main content area is titled 'Suonerie Monofoniche > invia un SMS al 48483'. A sidebar on the left contains various menu items such as 'Home', 'Suonerie', 'Suonerie Polifoniche', 'Effetti Sonori', 'Loghi', 'Loghi colorati', 'Picture SMS', 'Sfondi colorati', 'Giochi multimediali', 'SMS Editoriali', and 'Community SMS'. The central part of the page lists several ringtones with their codes and artists, each with a 'COMPRA' button. A right sidebar lists various categories like 'ASTRI', 'CARTOON', 'COLONNE SONORE', etc. The bottom of the page includes a 'Telefoni compatibili' section and a 'NEWSLETTER' sign-up form.

Il servizio di personalizzazione del proprio cellulare è un servizio a pagamento e le tariffe variano a seconda dell'operatore di telefonia mobile dell'utente, così come riportato nella **Tabella 6** per gli operatori italiani.

Il gruppo Buongiorno Vitaminic opera anche in altri Paesi Europei (Buongiorno è leader in Spagna e è presente nel Regno Unito, in Francia, in Germania, in Portogallo e in altri Paesi dell'Est Europeo) mediante accordi con 35 operatori di telefonia mobile europei.



**Tabella 6** Costo (Iva inclusa) della personalizzazione del cellulare.

Costo per ogni ...	OPERATORI DI TELEFONIA MOBILE		
			
... <b>suoneria monofonica</b> ricevuta via SMS	2 Euro	2 Euro	2 Euro
... <b>logo</b> ricevuto via SMS	2 Euro	2 Euro	2 Euro
... <b>logo colorato</b> ricevuto	2 Euro (*)	2,5 Euro (*)	2,5 Euro (*)
... <b>suoneria polifonica</b> ricevuta	3 Euro (*)	3 Euro (*)	3 Euro (*)
... <b>effetto sonoro</b> ricevuto	3 Euro	3 Euro	3 Euro
... <b>picture SMS</b> ricevuto via SMS	2 Euro	2 Euro	2 Euro
... <b>sfondo colorato</b> ricevuto	2 Euro (*)	2,5 Euro (*)	2,5 Euro (*)
... <b>gioco multimediale</b> ricevuto	5 Euro (*)	4 Euro (*)	5 Euro (*)
(*) Al costo di acquisto delle suonerie polifoniche, loghi colorati, sfondi colorati o giochi multimediali deve essere aggiunto il costo del traffico generato per scaricarli, che viene addebitato secondo quanto previsto dalla navigazione GSM o GPRS WAP del piano telefonico.			
	Il costo di ogni SMS inviato dall'Italia al numero <b>48483</b> è gratuito.	Il costo di ogni SMS inviato dall'Italia al numero <b>48483</b> è quello previsto dal piano telefonico.	Il costo di ogni SMS inviato dall'Italia al <b>48483</b> è di 0,1240 Euro (IVA incl).

### C) Download di musica.

Il repertorio musicale di Buongiorno Vitaminic è pari a circa 500 mila brani.

Dal sito di Buongiorno Vitaminic è possibile scaricare (download) brani musicali di **artisti non ancora conosciuti** e, pertanto, senza contratto con le case discografiche (artisti *unsigned*).

I generi musicali presenti su Buongiorno Vitaminic sono i più diversi musicali e gli artisti arrivano da tutto il mondo.

Si tratta di band e musicisti emergenti che hanno scelto di utilizzare Internet per promuovere il proprio gruppo e la propria musica. Dall'homepage di Buongiorno Vitaminic è possibile entrare nelle varie aree fino a giungere al genere musicale che interessa, nel quale si trova un elenco di gruppi, il link per vedere il loro sito o per contattarli via email, ma soprattutto musica da ascoltare in modalità streaming (ovvero direttamente on-line, finché la connessione Internet è attiva) o da scaricare (download) sul computer in formato Mp3 o WMA.

Il download della musica presuppone che l'utente acquisti la musica stessa mediante l'inserimento dei brani che desiderati in una sorta di **carrello virtuale**.

L'acquisto è subordinato all'inserimento di una serie di dati dell'utente:

- alcuni dati sono **obbligatori**: cognome e nome, indirizzo, città, provincia, codice di avviamento postale, stato, indirizzo mail, sesso, data di nascita;
- altri dati sono **facoltativi**: numero di telefono, telefono cellulare, professione, genere musicale preferito, spesa media per acquisti su Internet, tipologia di acquisti, scopi dell'utilizzo di Internet.

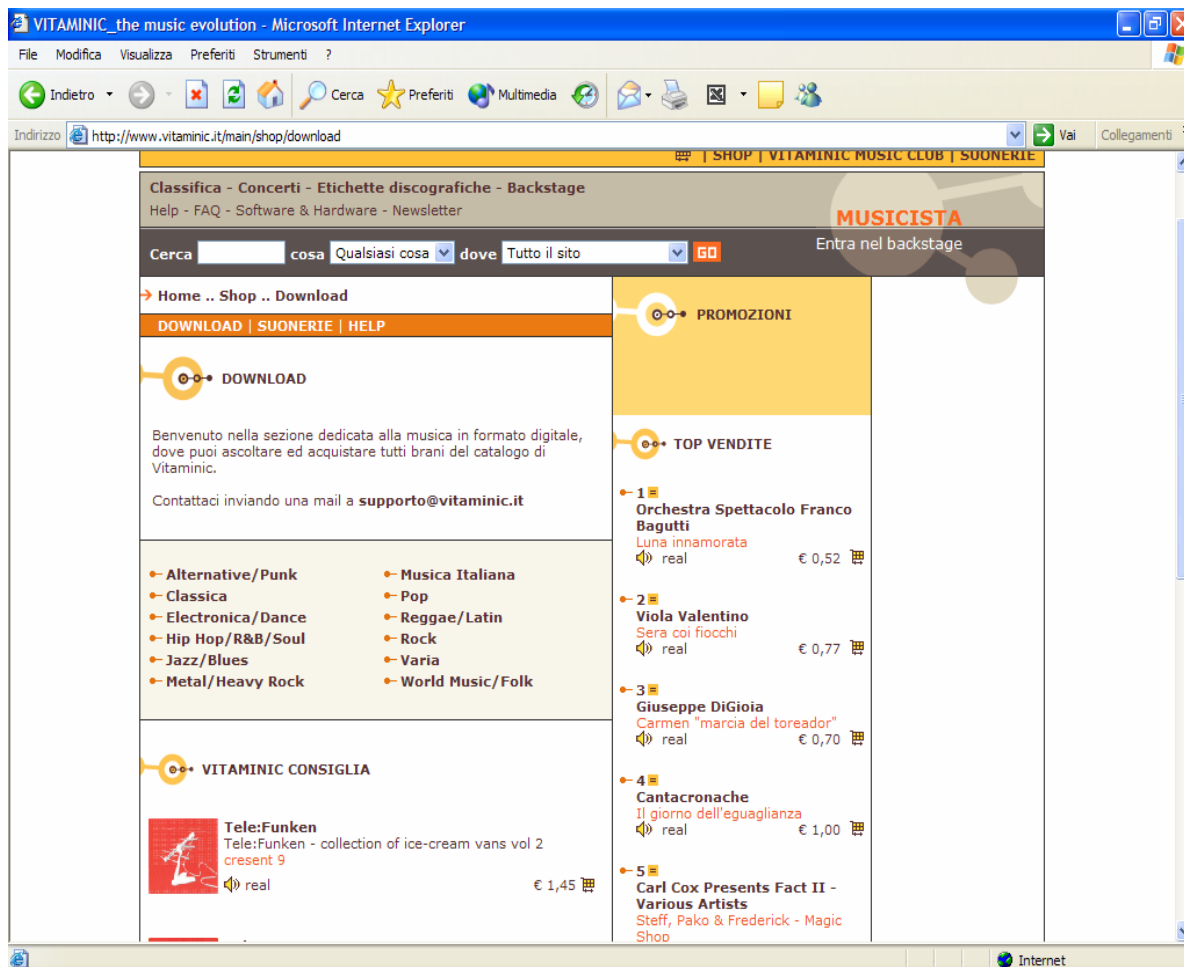
Il pagamento può avvenire con le seguenti modalità:

- carta di credito;
- Omnipay, la carta prepagata di Omnitel.

Dal sito di Buongiorno Vitaminic è anche possibile scaricare brani di **artisti famosi** (quali Vasco Rossi, Craig David, Yes, Placebo, Elastica, Jimi Hendrix, Deep Purple, Bob Marley, ecc.). Si tratta di artisti per i quali sono state le case discografiche a stipulare degli accordi con Buongiorno Vitaminic. Le modalità di acquisto della musica sono identiche a quelle previste per gli artisti sconosciuti.



**Tabella 7** Il download di musica dal sito di Buongiorno Vitaminic.



In alternativa al singolo acquisto, Buongiorno Vitaminic ha lanciato l'abbonamento *Vitaminic Music Club*: si tratta di un abbonamento (un anno 80 euro, sei mesi 60 euro) che permette all'utente abbonato di effettuare un numero illimitato di streaming e download digitali dei brani inclusi nel repertorio di Buongiorno Vitaminic. L'unica limitazione consiste nel fatto che, con riferimento ad uno stesso brano, si possono effettuare al massimo tre download.

#### D) Servizi agli artisti.

La maggior parte del repertorio di brani musicali di Buongiorno Vitaminic è relativa ad artisti poco conosciuti, senza contratto con le case discografiche, che utilizzano Buongiorno Vitaminic per far ascoltare al pubblico le proprie opere, per pubblicizzare le date dei loro concerti, ecc.

Gli artisti che vogliono inserire le proprie opere sul sito di Buongiorno Vitaminic possono scegliere tra due vie:

- servizio free;
- servizio premium.

Il *servizio free* è un servizio gratuito che consente all'artista di crearsi una sua homepage personale nella quale memorizzare al massimo 3 brani e promuovere i propri concerti.

Il **servizio premium** è a pagamento (60 euro all'anno) e permette all'artista, tra l'altro, di:

- memorizzare fino a 100 brani;
- vendere direttamente al pubblico i brani;
- essere inserito nelle classifiche di Vitaminic;
- disporre di 3.000 impression promozionali sulla pagina relativa al genere musicale dell'artista e sulla sua homepage.

Il contratto stipulato tra l'artista ed il gruppo Buongiorno Vitaminic non è esclusivo: l'artista è quindi libero di stipulare altri accordi commerciali. L'artista che sottoscrive il contratto Premium ha diritto a ricevere il 50% degli importi incassati (al netto di IVA) da Buongiorno Vitaminic sulle vendite dei brani dell'artista stesso.

Tabella 8 Le opportunità offerte agli artisti da Buongiorno Vitaminic.

	<b>SERVIZIO FREE</b>	<b>SERVIZIO PREMIUM</b>
Homepage personale	✓	✓
Storage dei propri brani	3 brani	100 brani
Promozione dei propri concerti	✓	✓
Mailing list dei propri fans		✓
Presenza nelle classifiche di vitaminic		✓
Spotlight su homepage e pagine di genere		✓
Promozione sulle newsletter musicali di Buongiorno Vitaminic		✓
Inserimento nelle promozioni B2B		✓
Vendita diretta dei propri brani		✓
<b>Costo</b>	<b>gratis</b>	<b>60 euro all'anno</b>

### 1.2.2 I servizi di marketing digitale (Marketing Services).

I servizi di marketing digitale sono rivolti alle imprese. Si tratta essenzialmente di servizi di promozione ed advertising via mail e telefonia mobile che Buongiorno Vitaminic offre alle imprese puntando sul numero molto elevato di utenti registrati (40 milioni all'inizio del 2004) e di messaggi inviati (40 milioni al mese).

I principali servizi offerti in questo campo da Buongiorno Vitaminic sono i seguenti:

- digital communication;
- digital promotions;
- digital couponing;
- digital and music gadget;
- digital research;

Il servizio di **digital communication** è il servizio più semplice: si tratta di una newsletter prodotta dalla società cliente ed inviata da Buongiorno Vitaminic al target di utenti individuato. Tramite tale servizio, tuttavia, l'azienda cliente ha la possibilità di instaurare un canale di comunicazione costante ed interattivo con il proprio cliente. Inoltre, è possibile utilizzare la newsletter per effettuare promozioni, ecc.

La comunicazione digitale può anche avvenire tramite l'invio di messaggi sulla posta elettronica (direct mailing) oppure con l'invio di messaggi sul telefono cellulare (sms mailing).

**Tabella 9** Esempi di newsletter/digital communication.



**BANCA PRIMAVERA**

**HOTEL HILTON**

Il servizio di **digital promotion** è un servizio che permette all’azienda di effettuare promozioni via web o telefono permettendo al cliente di accedere ad un benefit/premio, fisico o digitale e musicale. La promozione può avvenire con le seguenti modalità:

- promozione «one shot»: invio via web o sms della prova d’acquisto del prodotto (es. codice univoco stampato sul packing) al fine di ottenere un gadget sicuro o vincere un premio (estrazione finale o instant win);
- promozione collection: possibilità di realizzare una vera e propria raccolta punti via web o sms tramite l’invio delle prove d’acquisto di un prodotto (es: codici univoci trovati sul packing) per accedere ai premi previsti.

**Tabella 10** Esempio di digital promotion.



**FROLLIS (PAVESI)**

**FROLLIS (PAVESI)**

Il servizio di **digital couponing** consiste nell'invio di messaggi promozionali personalizzati via e-mail e/o sms ai clienti che hanno dato il consenso a ricevere offerte riservate ed esclusive.

Tabella 11 Esempio di digital couponing.

<p><u>E-MAIL</u> <b>SUPERMERCATI GS E-COUPONING</b></p>	<p><u>SMS</u> <b>SUPERMERCATI GS M-COUPONING</b></p>

Il servizio di **digital and music gadgets** consiste nel premiare i clienti (per il fatto di esserlo diventati o per aver compiuto determinate azioni), con particolare riferimento al target giovani, attraverso gadget digitali e musicali.

Buongiorno Vitaminic consente di mettere a disposizione dei propri clienti gratuitamente o a pagamento (con condizioni vantaggiose), tramite apposito mini-sito web:

- gadget digitali mobile, ossia loghi, suonerie monofoniche e polifoniche, java games;
- gadget digitali PC, ossia screen saver, sfondi, cartoline;
- musica digitale, ossia «virtual compilation» relative ad uno specifico genere musicale, con la propria copertina, scaricabili in formato MP3
- musica digitale, ossia abbonamento per un determinato periodo al Vitaminic Music Club;
- CD musicale fisico, realizzato con brani a scelta e copertina personalizzata.

Tabella 12 Esempio di digital and music gadgets.

Buongiorno Vitaminic ha un accordo con la società di ricerche di mercato Eurisko. In tal modo Buongiorno Vitaminic è in grado di offrire alle aziende clienti la possibilità di effettuare *digital research*.

Buongiorno Vitaminic ed Eurisko si impegnano a:

- realizzare il questionario, implementarlo ed informatizzarlo sul web (tale attività è svolta dai ricercatori Eurisko);
- invitare via e-mail a rispondere al questionario
- elaborare i dati raccolti presso il CED Eurisko e presentare i risultati conclusivi dell'indagine.

### **1.3 Analisi di bilancio.**

La fusione di Buongiorno S.p.A. in Vitaminic S.p.A. non permette una comparazione tra i dati dei diversi bilanci.

Di conseguenza, nella trattazione che segue si sono considerati i seguenti dati:

- esercizio 2001: dati del bilancio consolidato Vitaminic;
- esercizio 2002: dati del bilancio consolidato Vitaminic e dati consolidati pro-forma del Gruppo Buongiorno Vitaminic così come risultanti dalla relazione semestrale al 30/6/2003 della società Buongiorno Vitaminic;
- esercizio 2003: dati consolidati risultanti dalla relazione trimestrale al 31/12/2003 della società Buongiorno Vitaminic. Tali dati risultano completi per ciò che concerne il conto economico, mentre per quanto riguarda i dati di stato patrimoniale sono disponibili solo alcune grandezze.

Nei paragrafi che seguono verranno analizzati i seguenti aspetti:

1. stato patrimoniale e indicatori di struttura e situazione finanziaria e patrimoniale;
2. conto economico e indicatori di redditività.

Per quanto riguarda i dipendenti, alla fine del 2003 i dipendenti risultano essere 292.

#### **1.3.1 Stato patrimoniale ed indicatori di struttura e situazione finanziaria e patrimoniale.**

Nelle e **Tabella 14** sono riportati gli stati patrimoniali riclassificati con il criterio finanziario a valori assoluti ed a valori percentuali.

Nella **Tabella 15** sono riportati i principali indicatori di situazione finanziaria e patrimoniale.

**Tabella 13** Stato patrimoniale riclassificato: gli investimenti (migliaia di euro).

	2003		2002		2002		2001	
	Gruppo Buongiorno Vitaminic (*)		Gruppo Buongiorno Vitaminic (**)		Gruppo Vitaminic (***)		Gruppo Vitaminic (***)	
		%		%		%		%
<b>ATTIVO IMMOBILIZZATO (I)</b>								
Immobilizzazioni Immateriali	12.776		14.321	32%	6.387	40%	26.424	51%
Immobilizzazioni Materiali	1.547		2.184	5%	1.519	9%	1.365	3%
Immobilizzazioni Finanziarie	n.d.		675	1%	306	2%	351	1%
<b>Totale Attivo Immobilizzato (I)</b>			<b>17.180</b>	<b>38%</b>	<b>8.212</b>	<b>51%</b>	<b>28.140</b>	<b>54%</b>
<b>ATTIVO CIRCOLANTE (C)</b>								
Rimanenze	n.d.		5	0%	5	0%	6	0%
Liquidità differite (Ld)	n.d.		21.751	48%	5.595	35%	5.967	12%
Liquidità immediate (Li)	1.699		6.213	14%	2.193	14%	17.573	34%
<b>Totale Attivo Circolante (C)</b>			<b>27.969</b>	<b>62%</b>	<b>7.793</b>	<b>49%</b>	<b>23.546</b>	<b>46%</b>
<b>Totale capitale investito (K)</b>			<b>45.149</b>	<b>100%</b>	<b>16.005</b>	<b>100%</b>	<b>51.686</b>	<b>100%</b>

(\*) Dati consolidati ricavati dalla relazione trimestrale al 31/12/2003

(\*\*) Dati consolidati pro-forma ricavati dalla relazione semestrale al 30/6/2003

(\*\*\*) Dati consolidati ricavati dai bilanci della società Vitaminic

**Tabella 14** Stato patrimoniale riclassificato: i finanziamenti (migliaia di euro).

	2003		2002		2002		2001	
	Gruppo Buongiorno Vitaminic (*)		Gruppo Buongiorno Vitaminic (**)		Gruppo Vitaminic (***)		Gruppo Vitaminic (***)	
<b>PATRIMONIO NETTO (N)</b>								
Capitale sociale (n)	n.d.		17.481	39%	1.810	11%	1.789	3%
Riserve	n.d.		53.159	118%	43.260	270%	55.483	107%
Utile d'esercizio	n.d.		-54.453	-121%	-35.557	-222%	-13.480	-26%
<b>Totale Patrimonio Netto (N)</b>	<b>n.d.</b>		<b>16.187</b>	<b>36%</b>	<b>9.513</b>	<b>59%</b>	<b>43.792</b>	<b>85%</b>
<b>PASSIVITÀ CONSOLIDATE (II)</b>								
	1.500 (1)		2.705	6%	1.838	11%	1.195	2%
<b>PASSIVITÀ CORRENTI (p)</b>								
	4.669 (2)		26.257	58%	4.654	29%	6.699	13%
<b>Totale capitale acquisito (K)</b>		<b>100%</b>	<b>45.149</b>	<b>100%</b>	<b>16.005</b>	<b>100%</b>	<b>51.686</b>	<b>100%</b>

(\*) Dati consolidati ricavati dalla relazione trimestrale al 31/12/2003

(\*\*) Dati consolidati pro-forma ricavati dalla relazione semestrale al 30/6/2003

(\*\*\*) Dati consolidati ricavati dai bilanci della società Vitaminic

(1) Nell'esercizio 2003 la voce comprende unicamente l'indebitamento finanziario a medio/lungo termine

(2) Nell'esercizio 2003 la voce comprende unicamente l'indebitamento finanziario a breve termine.

**Tabella 15** Principali indicatori di situazione finanziaria e patrimoniale.

	<b>2002</b>	<b>2002</b>	<b>2001</b>
	<i>Gruppo Buongiorno Vitaminic (**)</i>	<i>Gruppo Vitaminic (***)</i>	<i>Gruppo Vitaminic (***)</i>
<b>Margini</b>			
Patrimonio Netto Tangibile	1.866	3.126	17.368
Margine di struttura	-993	1.301	15.652
Capitale Circolante Netto	1.712	3.139	16.847
Margine di tesoreria	1.707	3.134	16.841
<b>Indici</b>			
Indice di autocopertura delle immobilizzazioni	0,94	1,16	1,56
Indice di copertura delle immobilizzazioni	1,10	1,38	1,60
Indice di disponibilità	1,07	1,67	3,51
Indice di liquidità	1,07	1,67	3,51

(\*\*) Dati consolidati pro-forma ricavati dalla relazione semestrale al 30/6/2003

(\*\*\*) Dati consolidati ricavati dai bilanci della società Vitaminic

### 1.3.2 Conto economico ed indicatori di redditività.

Nella



**Tabella 16** è riportato il conto economico riclassificato, mentre nella **Tabella 17** è riportata la ripartizione dei ricavi tra le attività di Buongiorno Vitaminic.

Nella **Tabella 18** sono riportati alcuni indicatori di redditività.

**Tabella 16** Conto economico riclassificato.

	2003		2002		2002		2001	
	Gruppo Buongiorno Vitaminic (*)		Gruppo Buongiorno Vitaminic (**)		Gruppo Vitaminic (***)		Gruppo Vitaminic (***)	
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>								
RICAVI DI VENDITA	52.672	95,12%	45.466	95,27%	6.925	99,86%	4.464	97,83%
ALTRI	2.704	4,88%	2.258	4,73%	10	0,14%	99	2,17%
<b>TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>55.376</b>	<b>100,00%</b>	<b>47.724</b>	<b>100,00%</b>	<b>6.935</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.563</b>	<b>100,00%</b>
<b>COSTI ESTERNI</b>								
ACQUISTI E SERVIZI	-38.906	-70,26%	-43.026	-90,16%	-11.054	-159,39%	-11.477	-251,52%
ALTRI	-708	-1,28%	-705	-1,48%	-179	-2,58%	-178	-3,90%
<b>TOTALE COSTI ESTERNI</b>	<b>-39.614</b>	<b>-71,54%</b>	<b>-43.731</b>	<b>-91,63%</b>	<b>-11.233</b>	<b>-161,98%</b>	<b>-11.655</b>	<b>-255,42%</b>
<b>VALORE AGGIUNTO</b>	<b>15.762</b>	<b>28,46%</b>	<b>3.993</b>	<b>8,37%</b>	<b>-4.298</b>	<b>-61,98%</b>	<b>-7.092</b>	<b>-155,42%</b>
COSTO LAVORO	-15.952	-28,81%	-20.632	-43,23%	-7.260	-104,69%	-5.592	-122,55%
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO - EBITDA</b>	<b>-190</b>	<b>-0,34%</b>	<b>-16.639</b>	<b>-34,87%</b>	<b>-11.558</b>	<b>-166,66%</b>	<b>-12.684</b>	<b>-277,98%</b>
AMMORTAMENTI, SVALUTAZIONI e ACCANTONAMENTI	-7.782	-14,05%	-33.109	-69,38%	-21.585	-311,25%	-1.294	-28,36%
<b>REDDITO OPERATIVO - EBIT</b>	<b>-7.972</b>	<b>-14,40%</b>	<b>-49.748</b>	<b>-104,24%</b>	<b>-33.143</b>	<b>-477,91%</b>	<b>-13.978</b>	<b>-306,33%</b>
<b>TOTALE GESTIONE FINANZIARIA</b>	<b>-742</b>	<b>-1,34%</b>	<b>-558</b>	<b>-1,17%</b>	<b>-523</b>	<b>-7,54%</b>	<b>985</b>	<b>21,59%</b>
<b>GESTIONE STRAORDINARIA</b>								
<b>TOTALE GESTIONE STRAORDINARIA</b>	<b>-2.005</b>	<b>-3,62%</b>	<b>-3.964</b>	<b>-8,31%</b>	<b>-1.891</b>	<b>-27,27%</b>	<b>-487</b>	<b>-10,67%</b>
<b>REDDITO ANTE IMPOSTE</b>	<b>-10.719</b>	<b>-19,36%</b>	<b>-54.270</b>	<b>-113,72%</b>	<b>-35.557</b>	<b>-512,72%</b>	<b>-13.480</b>	<b>-295,42%</b>
IMPOSTE SUL REDDITO	0	0,00%	-183	-0,38%	0	0,00%	0	0,00%
<b>UTILE/PERDITA D'ESERCIZIO</b>	<b>-10.719</b>	<b>-19,36%</b>	<b>-54.453</b>	<b>-114,10%</b>	<b>-35.557</b>	<b>-512,72%</b>	<b>-13.480</b>	<b>-295,42%</b>

**Tabella 17** Ripartizione dei ricavi per attività.

RICAVI PER LINEA DI BUSINESS				
(migliaia di Euro)	31/12/2003 (3 mesi)	31/12/ 2003 (12 mesi)	31/12/ 2002 (3 mesi)	31/12/ 2002 (12 mesi)
Marketing Services	7.725	26.562	9.671	34.110
Consumer Services	8.038	26.110	4.482	11.460
<b>Totale Ricavi</b>	<b>15.763</b>	<b>52.672</b>	<b>14.153</b>	<b>45.570</b>

**Tabella 18** Indicatori di redditività.

	2003 <i>Gruppo Buongiorno Vitaminic (*)</i>	2002 <i>Gruppo Buongiorno Vitaminic (**)</i>	2002 <i>Gruppo Vitaminic (***)</i>	2001 <i>Gruppo Vitaminic (***)</i>
<b>ROI</b>		-130,02%	-245,39%	-41,40%
<b>ROS</b>	-15,14%	-109,42%	-166,90%	-313,13%
<b>Rotazione del Capitale Investito operativo</b>		1,19	0,51	0,13
<b>ROE</b>		-336,40%	-373,77%	-30,78%
<b>Grado di indebitamento</b>		1,56	2,47	6,55

#### 1.4 Andamento del titolo.

La società Vitaminic è stata ammessa alla quotazione al Nuovo Mercato il 12 ottobre 2000.

La quotazione al Nuovo Mercato era stata preceduta da una IPO (Initial Public Offering) di 1.200.000 azioni del valore nominale di 0,26 euro sottoscritte dal pubblico dei risparmiatori ad un prezzo di 26,00 euro l'una.

Il primo giorno di quotazione l'azione chiude ad un prezzo di 26,25 euro.

Il picco massimo toccato dal titolo Vitaminic è pari a circa 44,00 prezzo raggiunto nel mese di gennaio 2001.

Nel corso del 2003, in seguito alla fusione, il titolo quotato è diventato Buongiorno Vitaminic (simbolo di borsa: BVIT).

Il prezzo dell'azione all'inizio del 2004 è circa 1,5 euro, la capitalizzazione è pari a circa 127 milioni di euro e sono in circolazione circa 67 milioni di azioni.

**Tabella 19** La quotazione del titolo Buongiorno Vitaminic dal 12 ottobre 2000 al 13 febbraio 2004.



**Tabella 20** La composizione dell'azionariato di Buongiorno Vitaminic.

