



DIGITAL360 – L'IMPRESA DIGITALE CHE SI AFFERMA NEL MERCATO

17 LUGLIO 2018

BY REDAZIONE WEBSIM ACTION IN IN EVIDENZA, SMALL CAP

TAGS DIGITAL360

La società si occupa di innovazione digitale; il settore, solo in Italia, ha un potenziale di 70 miliardi di euro l'anno. Considerando le aspettative di crescita, la sim Cfo ha aggiornato il rating, portandolo a BUY da neutral...

Tutti coloro che vogliono fare impresa devono necessariamente confrontarsi con le nuove tecnologie; non sempre, però, è facile capire ed individuare i sistemi più adeguati alle proprie esigenze.

Per questo motivo, chi vuole stare al passo con i tempi, può affidarsi a player qualificati che offrono alle imprese in trasformazione tutte le informazioni adeguate. Tra questi Digital360, una società che accompagna le aziende durante l'intero percorso di innovazione digitale.

Tutte le società dovranno, prima o poi, avviare la digitalizzazione, indipendentemente dal settore e dalla dimensione: *"Il mercato dell'economia digitale in Italia vale oltre 70 miliardi di euro*

l'anno; nel nostro Paese, è ancora in forte espansione, per questo motivo abbiamo deciso, per il momento, di concentrare la nostra strategia di crescita nell'ambito del territorio nazionale", ha dichiarato Andrea Rangone, amministratore delegato di Digital360.

Le potenzialità del settore sono evidenziate anche dai risultati conseguiti da Digital360 nel corso del primo semestre 2018; i ricavi e l'Ebitda preliminari presentano, incluse le nuove acquisizioni, una crescita superiore al 70% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

DIGITAL 360 | Group
LEADING DIGITAL TRANSFORMATION

La società ha anche ottenuto un giudizio positivo dalla Sim Corporate Family Office, che ha portato la raccomandazione a BUY da Neutral, e il target price a 1,6 da 1,35 euro, con un upside del 31,1%.

Digital360 si rivolge sia alle imprese che alle pubbliche amministrazioni; quest'ultime spesso risentono dell'inadeguatezza dei loro sistemi e hanno quindi bisogno di essere sottoposte ad una rapida modernizzazione. *“Per ora le PA costituiscono poco più del 5% del nostro fatturato”,* afferma Rangone.

Digital360 ha due anime, che sono il frutto di un business plan composito e nello stesso tempo ben articolato. La prima riguarda la comunicazione, il content marketing e la marketing automation; per raggiungere i potenziali clienti, la società si serve di strategie online molto efficaci, che le consentono di essere nei primi posti su Google e negli altri motori di ricerca quando gli utenti digitano una parola chiave legata al mondo dell'innovazione tecnologica. Si tratta di un metodo comunicativo molto efficace, che diversifica l'offerta in base ai vari argomenti d'interesse. Per ogni materia, Digital360 crea blog, portali e siti specifici, in modo da poter abbracciare e trattare con la giusta attenzione tutte le tematiche.

Digital360 svolge una sorta di ruolo di “intermediazione”; infatti, quando gli utenti dimostrano di essere interessati ad investire in una nuova soluzione tecnologica, Digital360 può metterli in contatto con possibili fornitori che offrono tale soluzione. *“In Italia sono circa 90mila le aziende che operano nel settore Tech, con le quali possiamo collaborare per metterle in contatto con nuovi possibili clienti.”* continua Rangone.

La seconda attività, collegata alla prima, riguarda l'advisory; Digital360 effettua, nei confronti delle aziende e delle Pubbliche Amministrazioni, un'opera di affiancamento e di aiuto, volta a far conoscere tutte le potenzialità del mondo digitale e a consigliare le strategie migliori.

Tenendo in considerazione tutti gli aspetti del business, l'azienda ha effettuato, nel corso del primo semestre del 2018, tre acquisizioni, che le hanno permesso di incrementare in maniera significativa il volume d'affari.

La prima riguarda la startup “Effetto Domino”, che si occupa di marketing automation, strategie digitali e soluzioni integrate di marketing e sales. Effetto Domino ha, in particolare, competenze chiave nell'ambito della Marketing Automation, software con il quale è possibile fornire all'utente contenuti personalizzati sulla base delle sue esigenze informative.

La seconda riguarda l'acquisto di uno spinoff universitario che svolge attività di advisory nell'ambito dell'Industria 4.0, che potrà potenziare la presenza di Digital360 in questo segmento di mercato così strategico oggi in Italia.

L'acquisizione più recente è quella relativa a “Service Pro”, un'agenzia di marketing, attiva nel settore digitale, che organizza eventi e campagne di comunicazione per i vendor tecnologici.

Digital360 si occupa naturalmente anche di intelligenza artificiale, che attualmente sta conquistando volumi di mercati sempre più ampi.

A questo proposito, ha lanciato il portale [“AI4business.it”](http://AI4business.it), che riporta in maniera completa tutte le informazioni e gli aggiornamenti sulla materia, a partire dalle conoscenze basilari. *“Stiamo anche iniziando a lavorare noi stessi su nuovi servizi basati sull'intelligenza artificiale, che saranno in grado di intercettare le esigenze del cliente ancor prima di essere esplicitate. Questi prodotti saranno pronti a partire dal 2019”,* afferma Rangone.

