

TV&TV



Quinquennio 2018 – 2022
e periodo 2023 – 2028

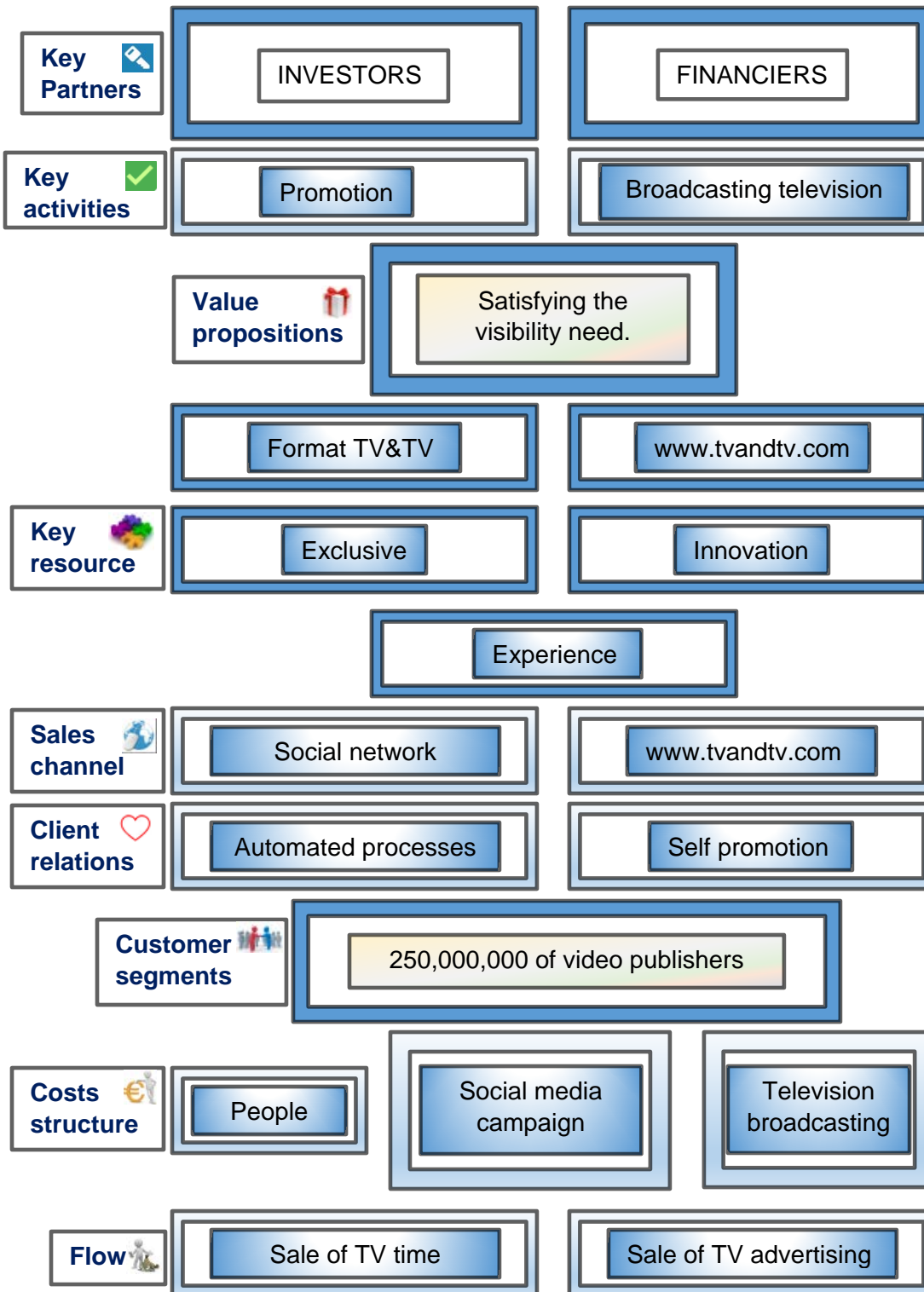
- B.E.P al 27%
- Alta remunerazione del capitale
- Capacità di autofinanziamento e di rapida espansione con mezzi propri
- Mercato privo di concorrenza
- Costi gestionali contenuti e rapidamente autofinanziati
- Gestione completamente online

3	Note preliminari
4	Rappresentazione grafica del business model
5	Individuazione della clientela potenziale
5	Previsione di penetrazione nel mercato
6	Incremento progressivo del numero dei clienti
8	Evoluzione progressiva del fatturato
11	Presentazione dell'offerta alla clientela potenziale
12	Autopromozione
13	Quantità di prodotto disponibile
13	Prezzi di vendita e massimo fatturato
14	Net sales
14	Break Even Point
15	EBITDA
15	Proiezione costi/ricavi/EBITDA
16	EBITDA/EBIT/EBITA
18	ROI
18	Valutazione Pre/Post Money
19	Details costs
23	Conto economico previsionale 2018/2022
24	Conto economico previsionale 2023/2028
25	Conto economico previsionale trimestrale 2018
25	Piano economico previsionale trimestrale 2019
26	Evoluzione trimestrale cash flow 2018/2019
26	Exit strategy
27	Calibration of activations
27	Financing calibration
27	Equity
27	Impiego dei capitali cercati

Note preliminari

- Il **prodotto** di **TV&TV** è rappresentato dai *minuti di spazio televisivo* vendibili a chi desidera trasmettere su una emittente televisiva nazionale propri video, rubriche o programmi (Il cliente) e dagli *spazi pubblicitari* che possono essere inseriti fra la trasmissione di un video ed il successivo.
- La corretta esecuzione del piano finanziario prevede finanziamenti per un importo complessivo di USD 500,000.00 con l'ipotesi di poter essere aumentato sino a USD 1,000,000.00 nel caso si intendesse accelerare l'attivazione delle emittenti o si presentassero costi maggiori del preventivato in alcune nazioni.
- Il progetto prevede l'attivazione di 65 emittenti **TV&TV** in 59 nazioni (considerando ogni singolo stati USA come nazione) nel decennio 2018/2028; le emittenti gemelle opereranno sul format di **TV&TV-Italia** trasmettendo contenuti e programmi in lingua locale e saranno tutte gestite da un'unica centrale operativa.
- Gli spazi televisivi invenduti, e gli spazi nelle ore notturne, non determineranno *costi di programmazione* e saranno occupati dalla concessione di repliche "*omaggio*" ai clienti acquirenti e da video con licenza CCO Creative Commons.

Sintesi grafica del Business model **TV&TV**



Individuazione della clientela potenziale

La clientela potenziale è rappresentata in gran parte (ma non solo) da coloro che pubblicano ripetutamente video in rete ma ottengono poche visualizzazioni; queste persone sono tendenzialmente portate ad aderire ad una proposta che consegna loro un'ampia visibilità a fronte di una spesa non influente nell'economia personale. Tali soggetti sono individuabili e raggiungibili attraverso una campagna pubblicitaria mirata su social quali YouTube, Instagram e Facebook.

Vi sono inoltre altre categorie di persone interessate ad ottenere *visibilità televisiva* sia di settore che personale, anche questi soggetti sono raggiungibili *online* (via social o mail) per invitarli a trasmettere loro video in televisione:

- Associazioni sportive
- Associazioni artistiche (pittori e/o scultori interessati a farsi conoscere)
- Scuole di calcio, basket, football o comunque dello sport nazionale
- Scuole inferiori (spettacoli di fine anno degli alunni)
- Organizzatori di sagre, fiere ed eventi sociali
- Soggetti politici

Previsione di penetrazione nel mercato

Il progetto prevede di raggiungere e stabilizzare entro il 2019 un numero di clienti sufficiente ad assicurare un'operatività mensile costante e l'autofinanziamento delle nuove attivazioni di emittenti TV&TV.

- La promozione sarà *in primis* focalizzata sul reperimento e incremento di clienti interessati a creare appuntamenti *ricorrenti*.
- Il fattore di penetrazione necessario per raggiungere il target di 1,583 clienti mensili stabili (massima capienza di clienti prevista in un mese) per ciascuna emittente (considerando attive tutte le 65 emittenti TV&TV previste) è pari allo **0,05%** del mercato potenziale.

Incremento progressivo del numero di clienti

È prevista una crescita graduale del flusso di clientela sostenuto da una campagna pubblicitaria continua finalizzata a rendere familiare al mercato la rete televisiva e il prodotto.

La crescita sarà supportata anche dall'*autopromozione* realizzata dai clienti/autori i quali, segnalando sui social i propri programmi televisivi, concorreranno alla promozione della rete televisiva.

Nel rappresentare il previsto flusso della *clientela* (persone che acquistano uno spazio televisivo per trasmettere propri video o rubriche) si è considerato che:

- L'investimento in pubblicità sui social (in crescita progressiva da usd 10,000 mensili sino a 1,500,000 mensili in ragione dell'incremento del numero di emittenti TV&TV attivate).
- Il CAC previsto per l'acquisizione di un cliente che spenda mediamente 20 USD settimanali per l'acquisto di spazi televisivi (CAC= USD 30)
- Un fattore di fidelizzazione previsto intorno al 40%.
- Ulteriore incremento di nuova clientela pari circa il 10% mensile determinato dall'opera di autopromozione social da parte dei clienti.

Il numero massimo di clienti si raggiungerà nel 2028. Al termine del **2022** è previsto un fatturato di esercizio pari a circa 63,000,000 di dollari in crescita progressiva negli esercizi successivi. Per l'esercizio 2028 il fatturato previsto è di circa 170,000,000 di dollari (inclusa la vendita di spots pubblicitari da inserire fra i video).

Il fatturato complessivo previsto per il quinquennio 2018/2022 è pari a 149 milioni di dollari con un profit margin di 53 milioni; nel periodo 2018/2028 il fatturato previsto complessivamente avvicina i 902 milioni di dollari con un profit margin di 342 milioni (37,92%).

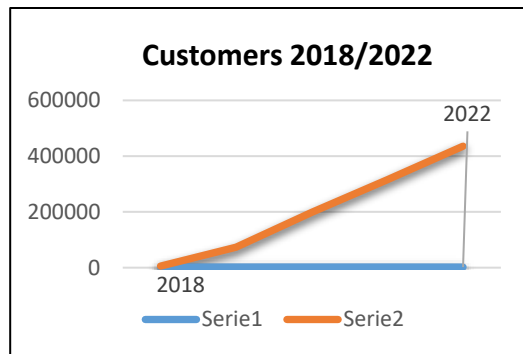
Previsione dei flussi di clientela per mese (Clienti attivi nel corso del mese).

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Jan		1,431	11,457	21,372	31,362
Feb		1,716	12,989	22,942	32,932
Mar		1,858	13,122	23,093	33,083
Apr		3,395	14,654	24,635	34,625
Maj		4,796	14,787	24,773	34,763
Jun		5,063	16,319	25,041	35,031
Jul		6,462	16,452	25,176	35,166
Ago	200	7,994	17,984	27,974	37,964
Sep	500	8,127	18,117	28,107	38,097
Oct	650	9,659	19,649	29,639	39,629
Nov	925	9,792	19,782	29,772	39,762
Dec	1,263	11,324	21,314	31,304	41,294

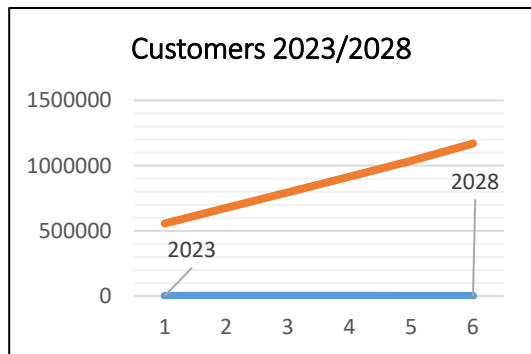
2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jan	41,427	51,417	61,407	71,397	81,387	91,752
Feb	42,959	52,949	62,939	72,929	82,919	93,297
Mar	43,092	53,082	63,072	73,062	83,052	93,436
Apr	44,624	54,614	64,604	74,594	84,584	94,971
Maj	44,757	54,747	64,737	74,727	84,717	95,106
Jun	46,289	56,279	66,269	76,259	86,249	97,904
Jul	46,422	56,412	66,402	76,392	86,382	98,037
Ago	47,954	57,944	67,934	77,924	87,914	99,569
Sep	48,087	58,077	68,067	78,057	88,047	99,702
Oct	49,619	59,609	69,599	79,589	89,779	101,234
Nov	49,752	59,742	69,732	79,722	90,012	101,367
Dec	51,284	61,274	71,264	81,254	91,594	102,899

Evoluzione dei clienti complessivamente serviti nel corso di ogni esercizio.

2018/2022



2023/2028



Previsione di evoluzione progressiva del fatturato

TV&TV realizza il suo fatturato attraverso:

- **62%** Vendita di spazi televisivi (a chi vuole trasmettere propri video o rubriche)
- **38%** Vendita di spot pubblicitari e altre forme di pubblicità (banner etc)

Previsione di fatturato da vendita di spazi televisivi

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Jan		128,813	1,031,147	1,923,497	2,822,597
Feb		154,406	1,169,044	2,064,769	2,963,869
Mar		167,203	1,180,997	2,078,409	2,977,509
Apr		305,522	1,318,894	2,217,150	3,116,250
Maj		431,606	1,330,847	2,229,525	3,128,625
Jun		455,653	1,468,744	2,253,713	3,152,813
Jul		581,597	1,480,697	2,265,806	3,164,906
Ago	18,000	719,494	1,618,594	2,517,694	3,416,794
Sep	45,000	731,447	1,630,547	2,529,647	3,428,747
Oct	58,500	869,344	1,768,444	2,667,544	3,566,644
Nov	83,250	881,297	1,780,397	2,679,497	3,578,597
Dec	113,625	1,019,194	1,918,294	2,817,394	3,716,494
Year	318,375	6,445,575	17,696,644	28,244,644	39,033,844

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jan	3,728,447	4,627,547	5,526,647	6,425,747	7,324,847	8,257,697
Feb	3,866,344	4,765,444	5,664,544	6,563,644	7,462,744	8,396,719
Mar	3,878,297	4,777,397	5,676,497	6,575,597	7,474,697	8,409,234
Apr	4,016,194	4,915,294	5,814,394	6,713,494	7,612,594	8,547,413
Maj	4,028,147	4,927,247	5,826,347	6,725,447	7,624,547	8,559,506
Jun	4,166,044	5,065,144	5,964,244	6,863,344	7,762,444	8,811,394
Jul	4,177,997	5,077,097	5,976,197	6,875,297	7,774,397	8,823,347
Ago	4,315,894	5,214,994	6,114,094	7,013,194	7,912,294	8,961,244
Sep	4,327,847	5,226,947	6,126,047	7,025,147	7,924,247	8,973,197
Oct	4,465,744	5,364,844	6,263,944	7,163,044	8,080,144	9,111,094
Nov	4,477,697	5,376,797	6,275,897	7,174,997	8,101,097	9,123,047
Dec	4,615,594	5,514,694	6,413,794	7,312,894	8,243,494	9,260,944
Year	50,064,244	60,853,444	71,642,644	82,431,844	93,297,544	105,234,834

Fatturato da vendita di Spot e banner pubblicitari

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Jan		80,508	644,467	1,202,186	1,764,123
Feb		96,504	730,652	1,290,480	1,852,418
Mar		104,502	738,123	1,299,006	1,860,943
Apr		190,951	824,309	1,385,719	1,947,656
Maj		269,754	831,779	1,393,453	1,955,391
Jun		284,783	917,965	1,408,570	1,970,508
Jul		363,498	925,436	1,416,129	1,978,066
Ago	11,250	449,684	1,011,621	1,573,559	2,135,496
Sep	28,125	457,154	1,019,092	1,581,029	2,142,967
Oct	36,563	543,340	1,105,277	1,667,215	2,229,152
Nov	52,031	550,811	1,112,748	1,674,686	2,236,623
Dec	71,016	636,996	1,198,934	1,760,871	2,322,809
Year	198,984	4,028,484	11,060,402	17,652,902	24,396,152

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jan	2,330,279	2,892,217	3,454,154	4,016,092	4,578,029	5,161,061
Feb	2,416,465	2,978,402	3,540,340	4,102,277	4,664,215	5,247,949
Mar	2,423,936	2,985,873	3,547,811	4,109,748	4,671,686	5,255,771
Apr	2,510,121	3,072,059	3,633,996	4,195,934	4,757,871	5,342,133
Maj	2,517,592	3,079,529	3,641,467	4,203,404	4,765,342	5,349,691
Jun	2,603,777	3,165,715	3,727,652	4,289,590	4,851,527	5,507,121
Jul	2,611,248	3,173,186	3,735,123	4,297,061	4,858,998	5,514,592
Ago	2,697,434	3,259,371	3,821,309	4,383,246	4,945,184	5,600,777
Sep	2,704,904	3,266,842	3,828,779	4,390,717	4,952,654	5,608,248
Oct	2,791,090	3,353,027	3,914,965	4,476,902	5,050,090	5,694,434
Nov	2,798,561	3,360,498	3,922,436	4,484,373	5,063,186	5,701,904
Dec	2,884,746	3,446,684	4,008,621	4,570,559	5,152,184	5,788,090
Year	31,290,152	38,033,402	44,776,652	51,519,902	58,310,965	65,771,771

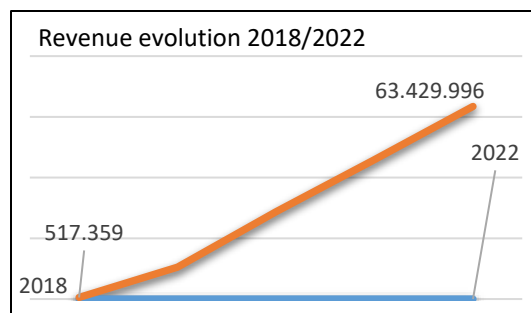
Previsione di fatturato complessivo

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Jan		209,320	1,675,614	3,125,682	4,586,720
Feb		250,910	1,899,696	3,355,249	4,816,287
Mar		271,705	1,919,120	3,377,415	4,838,453
Apr		496,473	2,143,202	3,602,869	5,063,906
Maj		701,360	2,162,626	3,622,978	5,084,016
Jun		740,436	2,386,709	3,662,283	5,123,320
Jul		945,095	2,406,132	3,681,935	5,142,973
Ago	29,250	1,169,177	2,630,215	4,091,252	5,552,290
Sep	73,125	1,188,601	2,649,639	4,110,676	5,571,714
Oct	95,063	1,412,684	2,873,721	4,334,759	5,795,796
Nov	135,281	1,432,107	2,893,145	4,354,182	5,815,220
Dec	184,641	1,656,190	3,117,227	4,578,265	6,039,302
Year	517,359	10,474,059	28,757,046	45,897,546	63,429,996

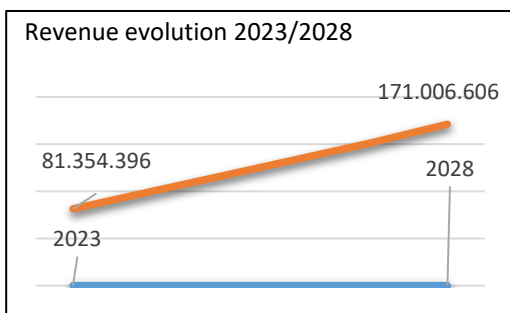
2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jan	6,058,726	7,519,764	8,980,801	10,441,839	11,902,876	13,418,757
Feb	6,282,809	7,743,846	9,204,884	10,665,921	12,126,959	13,644,668
Mar	6,302,232	7,763,270	9,224,307	10,685,345	12,146,382	13,665,006
Apr	6,526,315	7,987,352	9,448,390	10,909,427	12,370,465	13,889,545
Maj	6,545,739	8,006,776	9,467,814	10,928,851	12,389,889	13,909,198
Jun	6,769,821	8,230,859	9,691,896	11,152,934	12,613,971	14,318,515
Jul	6,789,245	8,250,282	9,711,320	11,172,357	12,633,395	14,337,939
Ago	7,013,327	8,474,365	9,935,402	11,396,440	12,857,477	14,562,021
Sep	7,032,751	8,493,789	9,954,826	11,415,864	12,876,901	14,581,445
Oct	7,256,834	8,717,871	10,178,909	11,639,946	13,130,234	14,805,527
Nov	7,276,257	8,737,295	10,198,332	11,659,370	13,164,282	14,824,951
Dec	7,500,340	8,961,377	10,422,415	11,883,452	13,395,677	15,049,034
Year	81,354,396	98,886,846	116,419,296	133,951,746	151,608,509	171,006,606

Previsione grafica di evoluzione del fatturato

2018/2022



2022/2028



Previsione di fatturato complessivo nel periodo 2018/2022 USD 149,076,007.00

Previsione di fatturato complessivo nel periodo 2018/2028 USD 902,303,406.00

(Nel conteggio non è stato considerato il fatturato potenziale che potrebbe provenire dalla eventuale vendita di *banner* pubblicitari da inserire nei video dei clienti e dalla vendita di spazi nel night time).

Presentazione dell'offerta alla clientela potenziale

Campagna di social marketing

Considerata la novità del prodotto offerto (acquistare e gestire in autonomia un proprio spazio in televisione) le campagne pubblicitarie iniziali sono concentrate nel rendere familiare al pubblico il prodotto **TV&TV**. Nel pianificare tale processo si è assunto un *Costo Acquisizione Cliente* (CAC) pari a USD 30,00 superando la media del settore.

La campagna marketing viene inizialmente focalizzata verso la presentazione del prodotto attraverso due tipologie di piattaforme online:

- Piattaforme primarie, tra cui YouTube, Vimeo e Google video.
- Piattaforme secondarie, tra cui Facebook, Instagram e Twitter.



Vi sono molte persone nelle quali è latente il desiderio di apparire in televisione, ma sono convinte di non poterlo fare. Una situazione simile si presentò negli anni 2004, 2005 (nascita di FB, e di YouTube) quando il concetto di “riservatezza nella sfera personale” era assolutamente predominante: i propri atteggiamenti, i propri momenti, i propri sentimenti erano considerati come qualcosa di “*assolutamente riservato a sé stessi*”, ma la nascita e soprattutto la persistenza dei social offrì alle persone una “*possibilità*” che prima della sua insorgenza pareva inaccettabile in quanto nessuno avrebbe voluto farsi vedere da sconosciuti “*mentre mangiava o si vestiva*” e nessuno avrebbe voluto “*mettere in piazza le immagini della propria famiglia*”... eppure dopo qualche anno condividere tutto con tutti era già un fenomeno fenomeno di massa.


I risultati della *modifica sociale* avvenuta sono evidenti; per farla penetrare nella società fù sufficiente *intuirla, proporla e sostenerla* quanto bastava.

Sono trascorsi molti anni da quelle novità e oggi a molte persone non basta più postare un video su internet sapendo che avranno poche visualizzazioni; queste persone *vogliono di più* e il progetto **TV&TV** consegna loro la possibilità *di avere di più*, di andare “*oltre*” con l’esposizione di sé stessi e di ciò che realizzano.


Autopromozione

Nell'attività di promozione di TV&TV, così come accade per le principali piattaforme di condivisione video e social, gli autori che pubblicano video sviluppano nel proprio interesse un'opera di promozione/social dei loro contenuti; questa azione promozionale è progressiva e si incrementa in misura pressochè esponenziale con il crescere del numero dei clienti.

*Esempio di autopromozione della trasmissione televisiva di un proprio video su Facebook posto in essere da un cliente reale nel corso dei test su **TV&TV** in Italia.*

 **Yuri ElDiablo Grisendi** ha aggiunto 2 nuove foto. ...
6 ottobre alle ore 11:07 · 🌐

VI RICORDO che stasera alle ore 20:00 andrà in onda il quarto video di [Catfish World](#) sul digitale terrestre canale 824 TV&TV (MATRIX TV), e in replica alle ore 02:00. LA RAZZA GIGANTE THAIANDESE !!
Buona visione



"Don't miss the forth episode of the adventure of Catfish World "The giant Thai breed!" tonight at 20:00 on DTT 824, and on repeat at 02:00. Good vision!"

L'opera di autopromozione dei propri video da parte del cliente, con la conseguente promozione della rete TV&TV e del suo prodotto, potrà essere amplificata nella consistenza e nel risultato dall'attivazione di iniziative che prevedono *vantaggi* per il cliente che si autopromuove, quali il regargli (a costo 0 per il Network) una *replica* nelle ore notturne e altri beneficts promuovendo iniziative del tipo *"porta un amico"*.

Quantità di prodotto disponibile

Nelle 24 ore vi sono 1,440 minuti fra *Standard time* (08:00 - 01:00) e *Night time* (01:00 - 08:00). Il *Night time* viene utilizzato (in attesa della attivazione di iniziative quali la TV criptata per video "hot" non prevista in questa sede) per offrire "*repliche gratuite*" agli acquirenti ricorrenti o che svolgano una intensa promozione sui propri social. Nello *Standard time* (17 ore vi sono 31,025 minuti medi mese (60 min x 17h x 365d: 12 m).

La durata media di uno spazio televisivo acquistato per trasmettere un video è di circa 4 minuti (dato rilevato sia dai test di vendita in Italia che dai dati della rete), considerando 4 minuti di video ed 1 minuto di pubblicità (3 spot da 20 secondi), sono disponibili per ciascuna emittente TV&TV, mediamente:

- **24.820** minuti (medi) al mese per trasmettere video degli autori
- **6.205** minuti (medi) al mese per (media) 18.615 spot pubblicitari da 20 sec.

Prezzi di vendita e massimo fatturato possibile

- 1 *minuto di spazio televisivo* viene venduto a USD **6,00** (oltre VAT) generando un potenziale *massimo* fatturato annuo (VAT esclusa) di USD **1,787,040** per ogni emittente_TV&TV.
- 1 *spot da 20 secondi* viene venduto a USD 5,00 (oltre VAT) generando un potenziale *massimo* fatturato annuo (VAT esclusa) di USD **1,116,900** per ogni emittente TV&TV.
- 1 *banner da 20 secondi* (inserimento di una striscia pubblicitaria nel filmato del cliente che ha acquistato lo spazio e al quale viene riconosciuto, in spazi televisivi gratuiti, il 50% del ricavato da tale forma di pubblicità) viene venduto a USD 0.50 generando ulteriore fatturato e appagando il cliente che ha acquistato lo spazio nel quale il banner viene ad essere visualizzato.

(Nel conteggio dei massimi fatturati possibili non è stato considerato il fatturato potenziale proveniente dalla eventuale vendita di *banner* da inserire nei video dei clienti).

Sintesi delle previsioni finanziarie

Net sales

Il pagamento degli spazi televisivi viene sempre fatto dai clienti in modo anticipato rispetto alla trasmissione dei loro video ma è stato comunque previsto un *return* sulle vendite pari all'1% ed allowances pari al 2% del fatturato.

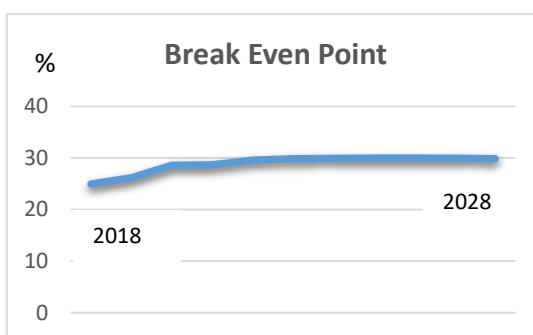
2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gross revenue	517,359	10,474,059	28,757,046	45,897,546	63,429,996
Sales on return (1%)	5,174	104,741	287,570	458,975	634,300
Allowances (2%)	10,347	209,481	575,141	917,951	1,268,600
NET SALES	501,839	10,159,838	27,894,335	44,520,620	61,527,096

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gross revenue	81,354,396	98,886,846	116,419,296	133,951,746	151,608,509	171,006,606
Sales on return	813,544	988,868	1,164,193	1,339,517	1,516,085	1,710,066
Allowances	1,627,088	1,977,737	2,328,386	2,679,035	3,032,170	3,420,132
NET SALES	78,913,764	95,920,241	112,926,717	129,933,194	147,060,253	165,876,408

Break Even Point

Il Break Even Point considera la percentuale di “venduto” rispetto al massimo vendibile, necessaria per coprire i costi (costi operativi + costi variabili + oneri finanziari).

	Max Possible revenue	B.E.P.
2018	2,904,000	24.95%
2019	20,328,000	26.18%
2020	37,752,000	28.60%
2021	56,176,000	28.68%
2022	72,600,000	29.58%
2023	90,024,000	29.85%
2024	107,448,000	29.93%
2025	124,872,000	29.97%
2026	142,296,000	29.99%
2027	160,440,000	29.94%
2028	180,048,000	29.87%



È previsto il raggiungimento del B.E.P. entro il secondo trimestre 2019.

EBITDA

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
EBITDA	- 198,132	4,306,256	15,217,353	25,282,146	35,643,770

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
EBITDA	46,318,225	56,748,849	67,193,473	77,657,097	88,125,615	99,777,651

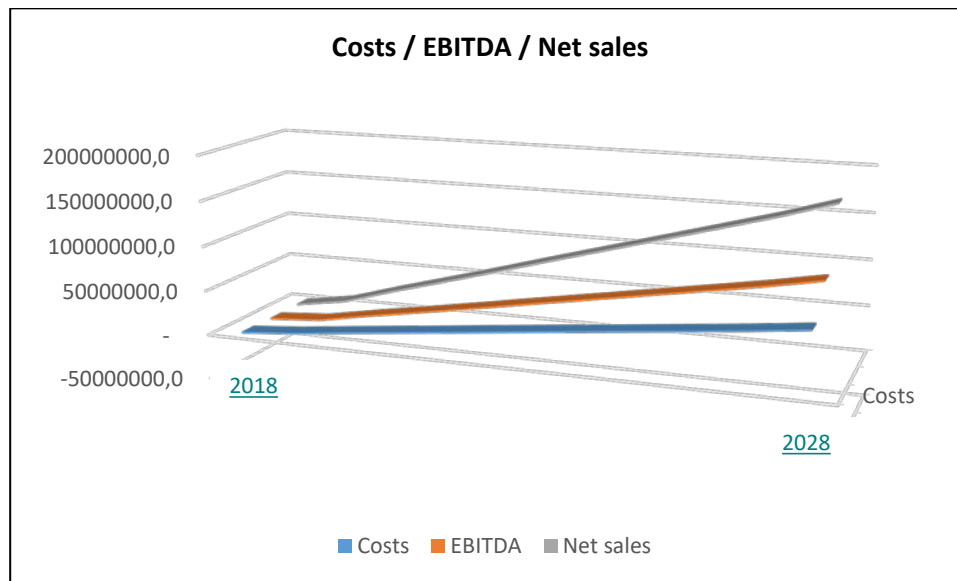
COSTI / RICAVI / EBITDA

Il raffronto tra net sales, costi (costi operativi + costi variabili + costo del venduto) e EBITDA evidenzia come a seguito di un incremento dei costi proporzionalmente inferiore all'incremento della quantità di prodotto venduto si rileva comunque un aumento costante dei ricavi a cui corrisponde un aumento costante dei margini.

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Costs	699,971	5,853,582	12,676,982	19,238,474	25,883,326
EBITDA	- 198,132	4,306,256	15,217,353	25,282,146	35,643,770
Net sales	501,839	10,159,838	27,894,335	44,520,620	61,527,096

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Costs	32,595,539	39,171,392	45,733,244	52,276,097	58,934,638	66,098,757
EBITDA	46,318,225	56,748,849	67,193,473	77,657,097	88,125,615	99,777,651
Net sales	78,913,764	95,920,241	112,926,717	129,933,194	147,060,253	165,876,408

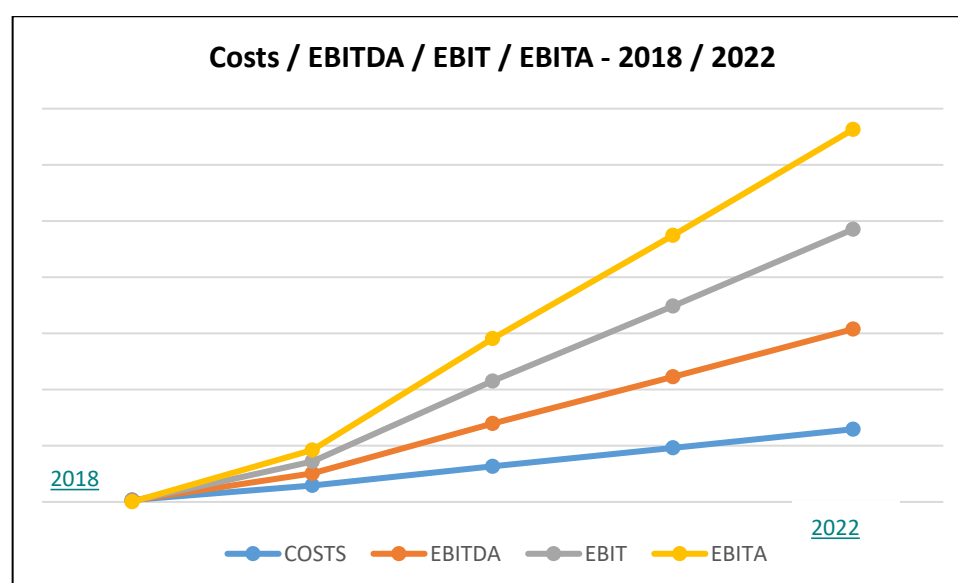
Proiezione grafica del rapporto fra Costs / EBITDA / Net sales (2018/2028/)



EBITDA (MOL) / EBIT / EBITA

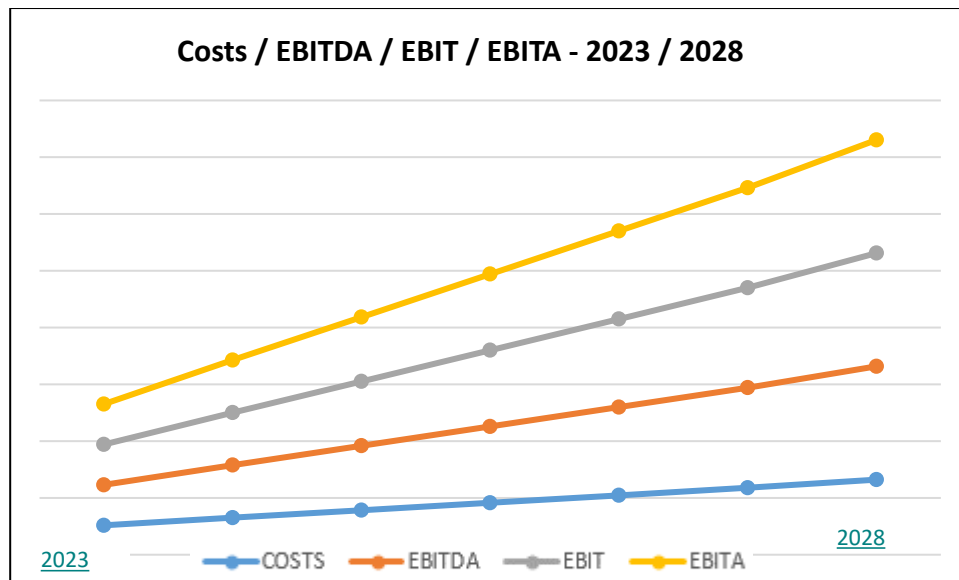
2018/2022

2018/2023	2018	2019	2020	2021	2022
Revenue	517,359	10,474,059	28,757,046	45,897,546	63,429,996
Sales on returns (1%)	5,174	104,741	287,570	458,975	634,300
Alloances (2%)	10,347	209,481	575,141	917,951	1,268,600
Net sales	501,839	10,159,838	27,894,335	44,520,620	61,527,096
Costs of TV Signal	330,000	2,310,000	4,290,000	6,270,000	8,250,000
Gross Margin	171,839	7,849,838	23,604,335	38,250,620	53,277,096
Operating costs					
Legal fee	14,000	84,000	156,000	228,000	300,000
Advertising	92,000	1,225,191	3,099,291	4,857,291	6,655,491
Lease & services	36,000	87,000	123,000	159,000	195,000
Administration	16,769	71,809	134,315	192,915	252,855
Consum., comm., travel	19,000	96,000	168,000	240,000	312,000
Cloud, server, software	7,000	42,000	78,000	114,000	150,000
Total operating costs	184,769	1,605,999	3,758,605	5,791,205	7,865,345
ADDED VALUE	- 12,930	6,243,839	19,845,730	32,459,415	45,411,751
Staff costs	130,000	820,000	1,560,000	2,280,000	3,000,000
Copyright fee (8%)	40,147	812,787	2,231,547	3,561,650	4,922,168
Staff bonus (1%)	5,018	101,598	278,943	445,206	615,271
Promotion activit. (2%)	10,037	203,197	557,887	890,412	1,230,542
MOL/ EBITDA	- 198,132	4,306,256	15,217,353	25,282,146	35,643,770
Amortizations	23,351	55,352	87,353	98,021	98,022
EBIT	- 221,483	4,250,904	15,130,000	25,184,125	35,545,748
Borrowing costs	=	175,000	=	=	=
EBITA	- 221,483	4,075,904	15,130,000	25,184,125	35,545,748



20123/2028

2018/2023	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Revenue	81,354,396	98,886,846	116,419,296	133,951,746	151,608,509	171,006,606
Sales on returns	813,544	988,868	1,164,193	1,339,517	1,516,085	1,710,066
Allowances	1,627,088	1,977,737	2,328,386	2,679,035	3,032,170	3,420,132
Net sales	78,913,764	95,920,241	112,926,717	129,933,194	147,060,253	165,876,408
Costs of TV Signal	10,230,000	12,210,000	14,190,000	16,170,000	18,232,500	20,460,000
Gross Margin	68,683,764	83,710,241	98,736,717	113,763,194	128,827,753	145,416,408
Operating costs						
Legal fee	356,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
Advertising	8,493,891	10,292,091	12,090,291	13,888,491	15,704,691	17,708,714
Lease & services	231,000	267,000	303,000	339,000	375,000	411,000
Administration	314,135	374,075	434,015	493,955	554,320	620,638
Cons. comm., travel	384,000	455,000	516,000	558,000	600,000	600,000
Cloud, server, softw.	186,000	222,000	258,000	294,000	331,500	372,000
Total oper. costs	9,965,025	11,970,165	13,961,305	15,933,445	17,925,510	20,072,352
ADDED VALUE	58,718,739	71,740,076	84,775,412	97,829,749	110,902,243	125,344,056
Staff costs	3,720,000	4,440,000	5,160,000	5,880,000	6,600,000	7,320,000
Copyright fee	6,313,101	7,673,619	9,034,137	10,394,656	11,764,820	13,270,113
Staff bonus	789,138	959,202	1,129,267	1,299,332	1,470,603	1,658,764
Promotion act.	1,578,275	1,918,405	2,258,534	2,598,664	2,941,205	3,317,528
MOL/ EBITDA	46,318,225	56,748,849	67,193,473	77,657,097	88,125,615	99,777,651
Amortizations	98,023	98,024	98,025	98,026	101,333	101,333
EBIT	46,220,202	56,650,825	67,095,448	77,559,071	88,024,282	99,676,318
Borrowing costs	=	=	=	=	=	=
EBITA	46,220,202	56,650,825	67,095,448	77,559,071	88,024,282	99,676,318



ROI

La formula utilizzata in questa sede è:

$$\frac{\text{Operating result}}{\text{income from sales}} \times \frac{\text{income from sales}}{\text{invested capital}}$$

Il Return on Investment presenta dati previsionali elevati in quanto la struttura è stata concepita per autofinanziarsi. Il ROI viene calcolato sull'investimento complessivo (USD 500,000) sulla base del *Net profit margin after taxes*.

ROI

2018	2019	2020	2021	2022
-14%	271%	1,008%	1,678%	2,369%

2023	2024	2025	2026	2027	2028
3,081%	3,776%	4,473%	5,170%	5,868%	6,645%

Valutazione pre-money e post-money

Viene applicato sia il *Berkus Method* che il *Ventura Capital Method* e *Metodo dei multipli*, comunemente utilizzati per la valutazione di *pre-revenue start-ups*.

Berkus method (From 100,000 to 500,000 USD)

Qualità manageriali del team (Rischio di esecuzione)	300,000
Proposta di valore (Rischio prodotto)	500,000
Prototipo funzionante (rischio tecnologico)	500,000
Relazioni strategiche (rischio di mercato competitivo)	400,000
Prodotto lanciato (rischio finanziario o di produzione)	500,000
Valutazione pre-money	2,200,000
Valutazione post-money	2,700,000

Venture capital method

Terminal value	\$ 35,545,748	Previsione di ricavi per il 5° anno di operatività
In anni	5	In the year 2022
P/E (multiplo)	5	Price/Earnings media di settore
Tasso di ritorno richiesto all'investimento complessivo effettuato	100%	Su un investimento complessivo (financing) di USD 500,000
Investimento Iniziale	\$ 500,000	
Valutazione post-money	\$ 5,554,023	
Valutazione pre-money	\$ 5,054,023	

La *media* dei due metodi utilizzati indica una valutazione **pre-money di USD 3,627,012** e **post-money di 4,127,012**.

Details costs

Operating costs

I costi operativi si sostanziano in:

- Costi di irradiazione del segnale (satelliti e piattaforme di ripetizione)
- Costi per pubblicità e marketing
- Costi di locazione e servizi (locazione sede, luce, acqua, servizi)
- Costi vari, costi generali (consumer, viaggi, spese di comunicazione)
- Costi consulenze legali
- Costi di gestione del prodotto (server, cloud, software)
- Costi amministrativi (incluso organi di revisione)

Staff costs

I costi del personale si incrementano in ragione delle TV&TV progressivamente attivate.

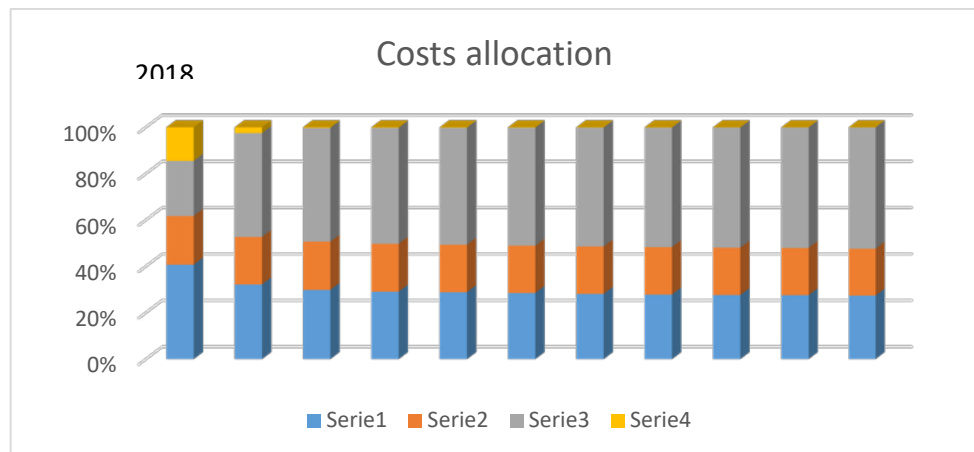
Variable costs

I costi derivati sono rapportati al fatturato e nel caso di TV&TV si sostanziano in:

- Diritti sui format
- Bonus e incentivi al personale
- Accantonamento per iniziative promozionali (incontri con i clienti, meeting etc)

Amortizations and borrowing costs

- Ammortamenti in 36 mesi (costo attrezzature USD 4.000 per un posto lavoro in sede)
- Oneri finanziari (Interessi su finanziamento = 17,15% fisso su base annua. I costi sono stati considerati su un finanziamento di USD 1,000,000 anche se l'erogazione richiesta e ritenuta necessaria è di USD 500,000. La differenza di USD 500,000 è stata prevista nel caso si riscontrassero delle maggiorazioni dei costi operativi in alcune nazioni rispetto alle previsioni riferite ai costi in Italia utilizzati come parametri nel presente documento.)



Details Operating costs

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
TV Signal	330,000	2,310,000	4,290,000	6,270,000	8,250,000
Advertising	92,000	1,225,191	3,099,291	4,857,291	6,655,491
Lease & services	36,000	87,000	123,000	159,000	195,000
Legal fee	14,000	84,000	156,000	228,000	300,000
Administration	16,769	71,809	134,315	192,915	252,855
Consum, comm., travel	19,000	96,000	168,000	240,000	312,000
Cloud, server, software	7,000	42,000	78,000	114,000	150,000

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
TV Signal	10,230,000	12,210,000	14,190,000	16,170,000	18,232,500	20,460,000
Advert.	8,493,891	10,292,091	12,090,291	13,888,491	15,704,691	17,708,714
Lease-Ser	231,000	267,000	303,000	339,000	375,000	411,000
Legal fee	356,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
Admin.	314,135	374,075	434,015	493,955	554,320	620,638
Cons. etc	384,000	455,000	516,000	558,000	600,000	600,000
Cloud, etc	186,000	222,000	258,000	294,000	331,500	372,000

- **TV signal**

Attivazioni progressiva delle **TV&TV**. Costo medio per emittente USD 27,500

- **Advertinsig**

Calcolato sulla base del C.A.C. e della necessità mensile di nuovi clienti, considerando il fattore di fidelizzazione e l'autopromozione da parte dei clienti.

- **Lease & services**

Calcolato sulla base dello spazio necessario alla sede operativa, in progressivo aumento parallelamente al numero di TV&TV attivate.

- **Legal fee**

Supporto e consulenza legale e civilistica nelle varie nazioni.

- **Administration**

Contabilità, bilanci, organi di verifica, previsione di costo pari a 3,000 USD per ogni TV&TV sommato al numero di fatture moltiplicato per USD 0.50.

- **Consumer, Communications, Travels**

Materiali da ufficio, costi delle comunicazioni e periodici viaggi di verifica presso i collaboratori esterni operanti nelle varie nazioni.

- **Cloud, Server, Software**

Canoni mensili per l'uso dei software, dei server e dei cloud necessari; costo mensile delle connessioni di rete (fibra).

Details staff costs

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Staff costs	130,000	820,000	1,560,000	2,280,000	3,000,000

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Staff costs	3,720,000	4,440,000	5,160,000	5,880,000	6,600,000	7,320,000

Note sulla formazione dei costi

- Staff costs**

Costo medio mensile USD 2,708 per dipendente di sede o collaboratore esterno, inclusa la 13a mensilità e gli oneri fiscali.

Details variable costs

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Copyright fee (8%)	40,147	812,787	2,231,547	3,561,650	4,922,168
Staff bonus (1%)	5,018	101,598	278,943	445,206	615,271
Promotion activities (2%)	10,037	203,197	557,887	890,412	1,230,542

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Copyright fee (8%)	6,313,101	7,673,619	9,034,137	10,394,656	11,764,820	13,270,113
Staff bonus (1%)	789,138	959,202	1,129,267	1,299,332	1,470,603	1,658,764
Promotion activities (2%)	1,578,275	1,918,405	2,258,534	2,598,664	2,941,205	3,317,528

Note sulla formazione dei costi

- Copyright fee**

Importo dovuto ai titolari dei copyright sul format di TV&TV (8% net sales)

- Staff bonus**

Premi di produzione ai collaboratori maggiormente meritevoli (1% net sales)

- Promotion activities**

Iniziative promozionali e meeting periodici con i clienti (2% net sales)

Details amortization and borrowing costs

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Amortizations	23,351	55,352	87,353	98,021	98,022
Borrowing costs	=	175,000	=	=	=

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Amortizations	98,023	98,024	98,025	98,026	101,333	101,333
Borrowing costs	=	=	=	=	=	=

Note sulla formazione dei costi

- **Amortizations**

Ammortamento dei posti lavoro per i dipendenti; scrivania, computer, scaffali; altri arredi della sede operativa con una previsione di costo pari a USD 4,000 per ogni posto lavoro.

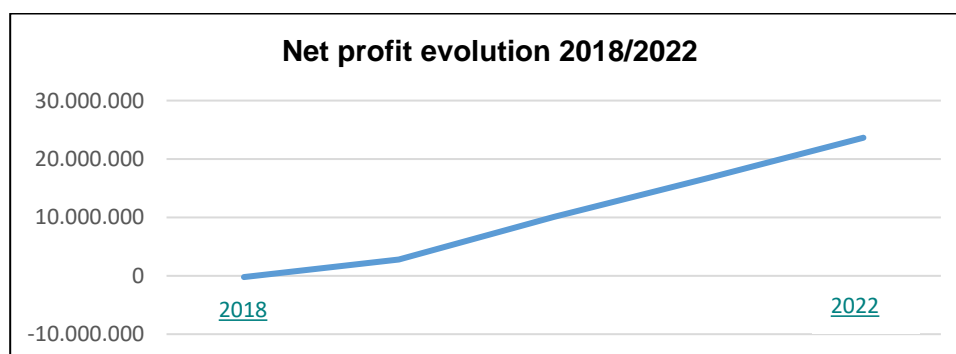
- **Borrowing costs**

Oneri finanziari (Interessi su finanziamento = 17,15% fisso su base annua). I costi sono stati considerati su un finanziamento di USD 1,000,000 anche se l'erogazione richiesta e ritenuta necessaria è di USD 500,000. La differenza di USD 500,000 è stata prevista nel caso si riscontrassero delle maggiorazioni dei costi operativi in alcune nazioni rispetto alle previsioni riferite ai costi in Italia utilizzati come parametri nel presente documento. La restituzione integrale del finanziamento è stata pianificata per il terzo trimestre del 2019.

Previsioni finanziarie

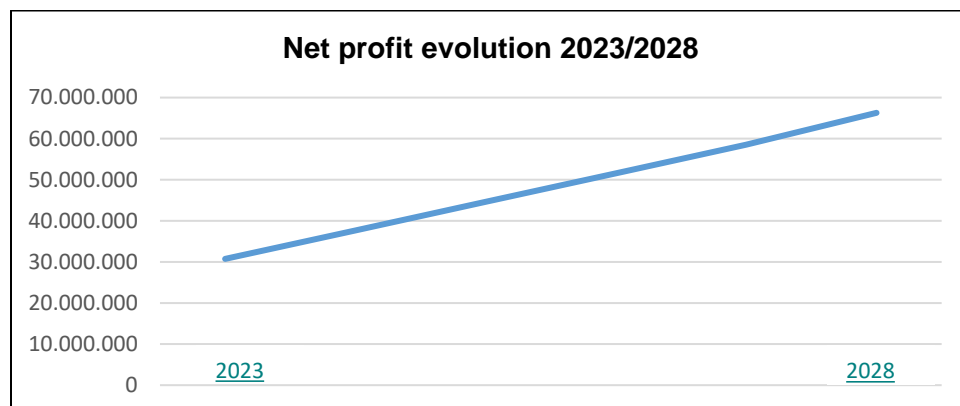
Conto economico previsionale 2018 -2022

2018/2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gross revenue	517,359	10,474,059	28,757,046	45,897,546	63,429,996
Sales on return	5,174	104,741	287,570	458,975	634,300
Allowances	10,347	209,481	575,141	917,951	1,268,600
Net sales	501,838	10,159,837	27,894,335	44,520,620	61,527,096
Cost of sales					
TV Signal	330,000	2,310,000	4,290,000	6,270,000	8,250,000
COGS	330,000	2,310,000	4,290,000	6,270,000	8,250,000
Gross margin	171,838	7,849,837	23,604,335	38,250,620	53,277,096
Operating Costs					
Legal fee	14,000	84,000	156,000	228,000	300,000
Advertising	92,000	1,225,191	3,099,291	4,857,291	6,655,491
Lease & Services	36,000	87,000	123,000	159,000	195,000
Administrational	16,769	71,809	134,315	192,915	252,855
Consumer. Comm.Travel	19,000	96,000	168,000	240,000	312,000
Cloud, server, software	7,000	42,000	78,000	114,000	150,000
Operating costs	184,769	1,606,000	3,758,606	5,791,206	7,865,346
Variable costs					
Copyrights fee	40,147	812,787	2,231,547	3,561,650	4,922,168
Bonus & incentives	5,018	101,598	278,943	445,206	615,271
Promotional activities	10,037	203,197	557,887	890,412	1,230,542
Variable costs	55,202	1,117,582	3,068,377	4,897,268	6,767,981
Staff costs					
Staff costs	130,000	820,000	1,560,000	2,280,000	3,000,000
COSTS + COGS	699,971	5,853,582	12,676,983	19,238,474	25,883,327
MOL (EBITDA)	-198,133	4,306,255	15,217,352	25,282,146	35,643,769
Amortizations	23,351	55,352	87,353	98,021	98,022
EBIT	-221,484	4,250,903	15,129,999	25,184,125	35,545,747
Borrowing costs	0	175,000	0	0	0
Profit before taxes (EBITA)	-221,484	4,075,903	15,129,999	25,184,125	35,545,747
Taxes (30%)	0	1,156,326	4,539,000	7,555,238	10,663,724
Profit after taxes	-221,484	2,919,577	10,590,999	17,628,888	24,882,023
Legal reserve (5%)	0	145,979	529,550	881,444	1,244,101
Net profit	-221,484	2,773,599	10,061,449	16,747,443	23,637,922



Conto economico previsionale 2023 -2028

2023/2028	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gross revenue	81,354,396	98,886,846	116,419,296	133,951,746	151,608,509	171,006,606
Sales on return	813,544	988,868	1,164,193	1,339,517	1,516,085	1,710,066
Allowances	1,627,088	1,977,737	2,328,386	2,679,035	3,032,170	3,420,132
Net sales	78,913,764	95,920,241	112,926,717	129,933,194	147,060,254	165,876,408
Cost of sales						
TV Signal	10,230,000	12,210,000	14,190,000	16,170,000	18,232,500	20,460,000
COGS	10,230,000	12,210,000	14,190,000	16,170,000	18,232,500	20,460,000
Gross margin	68,683,764	83,710,241	98,736,717	113,763,194	128,827,754	145,416,408
Operating Costs						
Legal fee	356,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
Advertising	8,493,891	10,292,091	12,090,291	13,888,491	15,704,691	17,708,714
Lease & Serv.	231,000	267,000	303,000	339,000	375,000	411,000
Administration	314,135	374,075	434,015	493,955	554,320	620,638
Consumer etc	384,000	455,000	516,000	558,000	600,000	600,000
Cloud, etc.	186,000	222,000	258,000	294,000	331,500	372,000
Oper. costs	9,965,026	11,970,166	13,961,306	15,933,446	17,925,511	20,072,352
Variable costs						
Copyrights fee	6,313,101	7,673,619	9,034,137	10,394,656	11,764,820	13,270,113
Bonus & inc.	789,138	959,202	1,129,267	1,299,332	1,470,603	1,658,764
Promotional act.	1,578,275	1,918,405	2,258,534	2,598,664	2,941,205	3,317,528
Variable costs	8,680,514	10,551,226	12,421,938	14,292,652	16,176,628	18,246,405
Staff costs						
Staff costs	3,720,000	4,440,000	5,160,000	5,880,000	6,600,000	7,320,000
COSTS+COGS	32,595,540	39,171,392	45,733,244	52,276,098	58,934,639	66,098,757
MOL (EBITDA)	46,318,224	56,748,849	67,193,473	77,657,096	88,125,615	99,777,651
Amortizations	98,023	98,024	98,025	98,026	101,333	101,333
EBIT	46,220,201	56,650,825	67,095,448	77,559,070	88,024,282	99,676,318
Borrowing costs	0	0	0	0	0	0
Profit before taxes (EBITA)	46,220,201	56,650,825	67,095,448	77,559,070	88,024,282	99,676,318
Taxes	13,866,060	16,995,248	20,128,634	23,267,721	26,407,284	29,902,895
Profit after taxes	32,354,141	39,655,578	46,966,814	54,291,349	61,616,997	69,773,423
Legal reserve	1,617,707	1,982,779	2,348,341	2,714,567	3,080,850	3,488,671
Net profit	30,736,434	37,672,799	44,618,473	51,576,782	58,536,147	66,284,751



Conto economico previsionale trimestrale 2018

	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
		Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
Gross revenue			102,375	414,984
Sales on return-Allow.			3,071	12,450
Net sales			99,304	402,535
Cost of sales				
<i>TV Signal</i>			82,500	247,500
COGS			82,500	247,500
Gross margin			16,804	155,035
Operating Costs				
Legal fee		1,000	4,000	9,000
Advertising		10,000	28,000	54,000
Lease & Services		5,000	15,000	16,000
Administrationl		0	6,350	10,419
Consumer. Comm.Travel		1,000	6,000	12,000
Cloud, server, softw.		500	2,000	4,500
Operating costs		17,500	61,350	105,919
Variable costs				
Copyrights fee			7,944	32,203
Bonus & incentives			993	4,025
Promotional activities			1,986	8,051
Variable costs			10,923	44,279
Staff costs				
Staff costs		10,000	40,000	80,000
COSTS + COGS		27,500	194,773	477,698
<i>Amortizations</i>				23,351
<i>Borrowing costs</i>				
Profit before taxes (EBITA)		-27,500	-95,470	-75,163

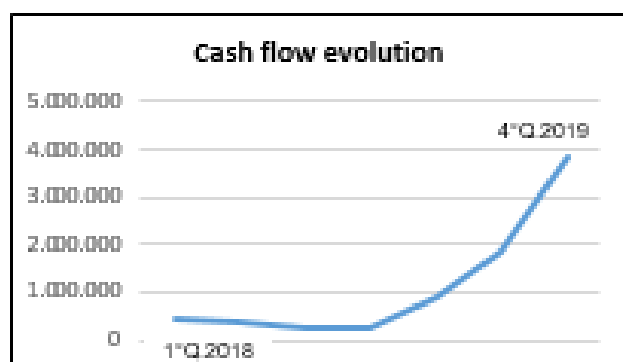
Conto economico previsionale trimestrale 2019

	1° Q	2° Q	3° Q	4° Q
	Gen / Feb / Mar	Apr / Maj / Jun	Jul / Ago / Sep	Oct / Nov / Dec
Profit / Loss 2018	-221,483			
Gross revenue	731,936	1,938,270	3,302,873	4,500,981
Sales on return-Allow.	21,958	58,148	99,086	135,029
Net sales	709,977	1,880,121	3,203,787	4,365,951
Cost of sales				
<i>TV Signal</i>	385,000	522,500	632,500	770,000
COGS	385,000	522,500	632,500	770,000
Gross margin	324,977	1,357,621	2,571,287	3,595,951
Operating Costs				
Legal fee	14,000	19,000	23,000	28,000
Advertising	84,000	246,872	384,722	509,597
Lease & Services	18,000	21,000	23,000	25,000
Administrationl	11,502	15,627	20,292	24,388
Consumer. Comm.Travel	17,000	22,000	26,000	31,000
Cloud, server, softw.	7,000	9,500	11,500	14,000
Operating costs	151,502	333,998	488,514	631,985
Variable costs				
Copyrights fee	56,798	150,410	256,303	349,276
Bonus & incentives	7,100	18,801	32,038	43,660
Promotional activities	14,200	37,602	64,076	87,319
Variable costs	78,098	206,813	352,417	480,255
Staff costs				
Staff costs	130,000	190,000	230,000	270,000
COSTS + COGS	744,600	1,253,312	1,703,430	2,152,240
<i>Amortizations</i>				55,352
<i>Borrowing costs</i>				175,000
Profit before taxes (EBITA)	-34,622	626,810	1,500,357	1,983,360

Evoluzione progressiva del cash flow – 2018 / 2019

L'analisi progressiva dei flussi di cassa viene redatta nella previsione di ricevere entro il maggio 2018 tutto o parte del finanziamento preventivato.

	Working capital Progressive	Financing		Cash flow Progressive
1° Q. 2018				
2° Q. 2018	27,500	500,000	<<< Financing	472,500
3° Q. 2018	95,470			377,030
4° Q. 2018	98,514			278,517
1° Q. 2019	34,622			243,894
2° Q. 2019	626,810			870,704
3° Q. 2019	1,500,357	500,000	<<< Out financing	1,871,061
4° Q. 2019	1,933,360			3,854,421



Exit strategy

Attivate le prime 8/10 emittenti televisive TV&TV in altrettante nazioni, la società potrà scegliere fra tre possibili strategie:

- Proseguire nella esecuzione del piano finanziario così come pianificato.
- Riduzione o incremento del programma di attivazione delle ulteriori emittenti televisive TV&TV, anche aumentando (o diminuendo) il numero di TV&TV previste nelle varie nazioni.
- Partnership o acquisizione da parte di strutture operanti nel settore televisivo o del web, quali (a solo di titolo di esempio non limitativo) Google, Apple o Amazon le quali hanno evidenziato un sempre maggiore interesse ad allargare la propria influenza oltre il solo mondo online, soprattutto in direzione del mercato televisivo.
- Quotazione del titolo in una borsa ufficiale USA e/o Europea.

Calibration of activations

Pur se si ritiene assolutamente realistica la tempistica di attivazioni rappresentata nel presente piano finanziario è facilmente possibile apportare modifiche “*in work progress*”, nel caso la comparazione dei risultati con il piano finanziario consigli di rallentare o di accelerare le attivazioni.

Financing calibration

I finanziamenti effettivamente necessari (usd 500,000) sono inferiori a quelli per i quali è stato calcolato il costo degli interessi e per i quali viene chiesta la teorica disponibilità (USD 1,000,000); questo al fine di proteggere il progetto nel caso in alcune nazioni i costi operativi (staff, ripetizione del segnale satellitare da parte dei bouquet terrestri o altro) si rivelassero superiori ai costi italiani utilizzati come parametro.

Equity

La percentuale di capitale sociale posta a disposizione dei finanziatori viene determinata applicando la formula: $\% \text{ Equity} = \text{Funding} / \text{Pre-money valuation}$.

Considerando il dato di pre-money valuation inferiore (ottenuto utilizzando il Berkus method), determina una percentuale di equity pari al 23% del capitale sociale.

Impiego dei capitali cercati

Il finanziamento per il quale si chiede l'erogazione è di USD 500,000.00 (con restituzione nel 2019). Nel caso i costi in alcune nazioni si rivelino superiori al preventivato potrebbe essere necessario richiedere una successiva disponibilità non superiore ad ulteriori USD 500,000. I capitali ricercati hanno la funzione di garantire la corretta operatività del progetto fino al B.E.P. (Second quarter in 2019).

2018 / 2019 Utilizzo delle risorse finanziarie cercate
Attivazione di 12 emittenti TV&TV entro il 2019
Pubblicità e Marketing
Inserimento del personale necessario
Adeguamento strutture logistiche, hardware e software
Affitto sede e servizi sede
Legal fee, general cost

Particolari situazioni, favorevoli o sfavorevoli, potrebbero determinare scostamenti dalle previsioni.

Firenze 2018

I diritti sulle informazioni contenute nel presente fascicolo sono riservati.

Non ne è autorizzata la pubblicazione o la diffusione senza autorizzazione specifica del titolare.