



ALFIO BARDOLLA
TRAINING GROUP

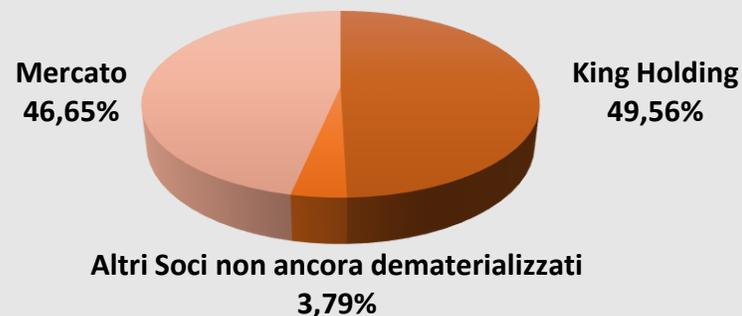
AIM Retail Investor Day

IR Top Consulting – 19 maggio 2021

Highlights

- Leader in Italia nel **digital financial and business training**, Alfio Bardolla Training Group (ABTG) crea e sviluppa **corsi di formazione on line e off line** e coaching individuali
 - Alfio Bardolla, il fondatore, è il **primo Financial Coach italiano**, autore best-seller della finanza personale e imprenditore
- Tematiche verticali:
 - **Finance**, trading su Forex, Commodities, Criptovalute e Opzioni
 - **Real Estate** per investire nel settore immobiliare
 - **Business** per supportare gli imprenditori a riprogettare ed evolvere le proprie aziende
 - **Wake Up Call**, per identificare gli obiettivi e definire il piano per raggiungerli
- **PMI Innovativa**, con sedi in Italia, Spagna e **oltre 100 collaboratori**, ha supportato **oltre 43.000 clienti** tra manager, imprenditori e sportivi su tematiche economiche, finanziarie e patrimoniali. ABTG è quotata sul mercato AIM Italia da luglio 2017
- Nel 2020, per reagire alla pandemia COVID-19, ha avviato una **strategia di digital transformation** del proprio modello di business che ha consentito di generare **importanti efficienze** e risultati economici in crescita con **EBITDA margin al 25%** (vs 6% nel 2019) e situazione finanziaria in sostanziale pareggio.

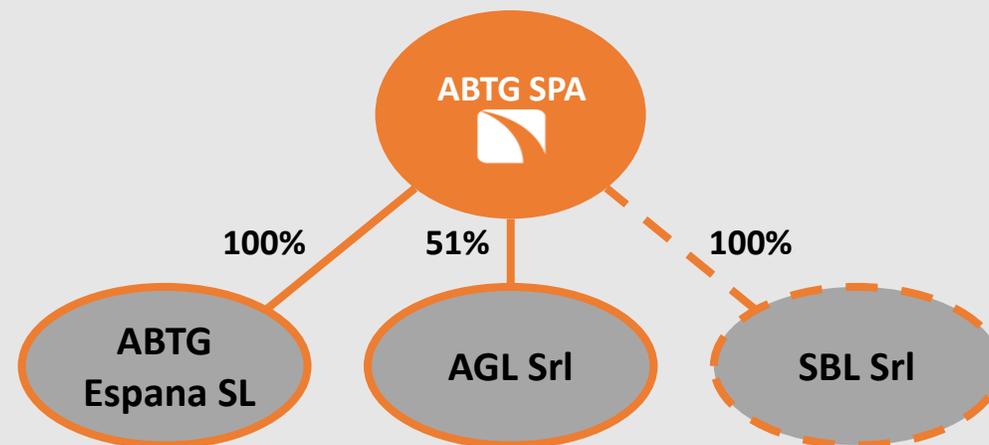
Azionariato



CdA

- Alfio Bardolla – *Presidente*
- Nicola De Biase- *Consigliere*
- Federica Parigi – *Consigliere*
- Robert Allen – *Consigliere*
- Vittorio Rocchetti – *Consigliere Indipendente*

Gruppo ABTG



Struttura organizzativa

- **20 dipendenti** tra manager e impiegati amministrativi e **45 commerciali**, retribuiti in relazione alle vendite effettuate.
- Il team di ABTG è un **gruppo coeso** che lavora insieme da molti anni e gode di un ottimo Know-how del business della formazione non formale.
- Un'altra figura chiave di ABTG sono i **coach** supportano i clienti e sono retribuiti in base alle lezioni svolte.

Risultati FY 2020 e Budget 2021

Conto Economico Consolidato (€ 000)	2020	2019
Ricavi	9.430	12.172
Altri ricavi	264	124
Totale Ricavi	9.694	12.295
EBITDA	2.405	759
EBITDA margin	25%	6%
EBIT	1.214	(1.110)
EBIT margin	13%	(9%)
Utile (perdita) ante imposte	1.181	(1.193)
Imposte	(471)	(10)
Utile netto (perdita) consolidato *	709	(1.202)
Utile netto (perdita) di gruppo	484	(1.249)
Utile netto (perdita) di terzi	226	47

Stato Patrimoniale Consolidato (€ 000)	2020	2019
Imm. immateriali	3.971	3.715
Imm. materiali	2.740	2.594
Imm. finanziarie	116	104
Capitale immobilizzato netto	6.828	6.413
Rimanenze	99	753
Crediti commerciali	690	808
Altri crediti	1.230	1.862
Debiti commerciali	(1.101)	(1.612)
Altre passività	(2.968)	(4.272)
Capitale circolante gestionale	(2.045)	(2.460)
Totale fondi	(289)	(250)
Capitale investito netto	4.494	3.703
Disponibilità liquide	1.112	1.084
Passività finanziarie	(661)	(550)
PFN	451	533
Patrimonio netto consolidato	4.945	4.236
Fonti	4.494	3.703

	FY2020	→	Budget 2021
Ricavi	€9,5m	+34%	€12,9m
EBITDA	€2,4m	+58%	€3,8m
EBITDA margin	25%	+400bps	29%

(*) L'Utile Netto consolidato e l'EBIT sono influenzati dagli effetti derivanti dalla parziale sospensione di alcuni ammortamenti di periodo fatti nel bilancio civilistico della Capogruppo, in linea con le disposizioni previste dal D.L. N. 104/20 c.d. "decreto agosto", art.60, comma 7-quater come meglio specificato nella nota integrativa nel paragrafo "Sospensione degli Ammortamenti".

Digital transformation

La crisi generata dal COVID-19 ha accelerato il processo di trasformazione digitale pianificato dal management

Dal «fisico»...

- Seminari e corsi fisici in aula
- Modello organizzativo complesso
- Alti costi variabili

***Evoluzione
disruptive***

...al digitale

- **nuova offerta commerciale e prodotti digitali** (Master online, eventi Livestream)
- **Maggiore flessibilità**
- **Minori costi variabili**

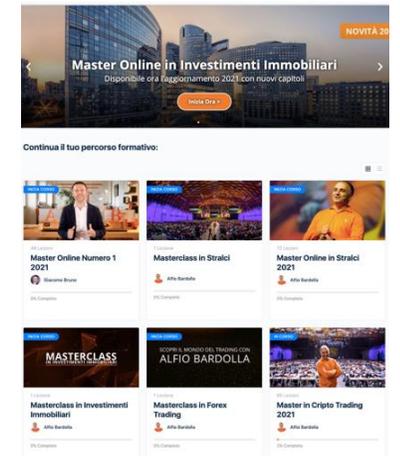
La strategia digitale ha riguardato anche la **trasformazione della struttura organizzativa** con l'adozione di nuovi:
ERP, CRM e BI

La **maggiore efficienza** raggiunta dal nuovo business model è evidenziata dal **significativo incremento della marginalità**

EBITDA margin:

dal **6%** del 2019 → al **25%** del 2020

Corsi Online



Buddy in BreakOut Room



AGL

AGL ASTE IMMOBILIARI - PER LO SVILUPPO DEL MERCATO REAL ESTATE

2 le linee di business basate sulla **piattaforma proprietaria di mappatura delle aste** che permette la ricerca di opportunità immobiliari all'asta: **I) CONSULENZA PER AGGIUDICAZIONE ASTE GIUDIZIARIE; II) VENDITA METODO AGL**

Nel 2020 AGL ha realizzato **ricavi in crescita del +288%** e un **Utile netto in crescita del +988%** e nel 2021 proseguirà la sua strategia di crescita attraverso l'espansione della rete dei partners e lead generation, con lo sviluppo della piattaforma proprietaria digitale

ABTG ESPANA

ABTG ESPANA – PER LO SVILUPPO DEL MERCATO ESTERO SPANISH SPEAKING

Come la Capogruppo ABTG, ABTG ESPANA organizza e promuove **corsi di formazione** e attività di **coaching** sulle tematiche **Finance, Real Estate e Sviluppo del Business**, con l'obiettivo di sviluppare l'offerta attuale nel mercato estero spanish speaking.

Nel 2021 sarà concentrata nella conversione e sviluppo verso un modello di business **digital oriented**

SBL

NEW

SMART BUSINESS LAB (SBL) – PER L'INTEGRAZIONE B2B

Annunciato il 17 maggio 2021 l'accordo di acquisizione da parte di AGTG del 100% del capitale di SBL. SBL è leader nel mercato italiano nel **mentoring per la PMI**, propone un'offerta basata su un programma completo di **40 moduli digitali** organizzati per le macro aree **Gestione finanziaria, Leadership & Management, Marketing, Lead generation, Sales, Delivery**.

Con SBL il Gruppo punta a completare la propria gamma di offerta, attualmente rivolta al B2C, integrando l'offerta B2B. L'operazione consentirà di raggiungere sinergie di costo e di sviluppare il nuovo business grazie alle conoscenze in ambito digital maturate da ABTG, e di condurre SBL sulla crescita anche verso i mercati esteri.



- La Società ha intrapreso lo studio, ed in alcuni casi già lo sviluppo, di nuove linee di business in grado di consentirle un vero e proprio salto dimensionale. Le due direttive su cui si basa questo percorso sono:
 - **Consolidamento Nazionale:** rafforzamento del brand tramite attività di marketing e commerciali
 - **Sviluppo Estero:** Declinazione dell'offerta attuale per il mercato *spanish speaking e english speaking*. (nel 2021 si prevede di completare l'offerta digitale per il mercato *spanish speaking* attualmente al 70% rispetto a quella italiana)
- Ottimizzazione dei costi di marketing
- Sfruttamento delle risorse interne alla Società, quali ad esempio l'ampio database di contatti e le attività svolte di fronte ad un numero elevato di soggetti, per realizzare ulteriori ricavi (es. pubblicità)