



al 30 giugno 2019 ricavi pari a 3,52 milioni (+8%); Go Tv in crescita del +7%

di **Cecilia Bianchi**

Il Consiglio di Amministrazione di Telesia ha approvato la relazione semestrale al 30 giugno 2019. Il totale dei ricavi è aumentato dai 3,26 milioni di euro al 30 giugno 2018 ai 3,52 milioni del 30 giugno 2019 (+8%). L'incremento rispetto all'analogo periodo del 2018, che fa seguito ad una crescita del 12% registrata al 30 giugno 2018 rispetto al 30 giugno 2017, è riconducibile tanto al buon andamento dei ricavi provenienti dalla vendita di spazi pubblicitari sui diversi canali Go Tv di Telesia (+7%), quanto all'incremento dei ricavi derivanti dalla vendita di servizi tecnologici della linea Sistemi (+78%). Il 99,7% del fatturato è prodotto verso l'Italia e l'88% dello stesso, al 30 giugno 2019, è rappresentato dalla raccolta pubblicitaria Go Tv realizzata attraverso la concessionaria Class Pubblicità, mentre il 5% da ricavi della linea Sistemi e da altri ricavi per il 7%.

Il 99,7% del fatturato è prodotto verso l'Italia e l'88% dello stesso è rappresentato dalla raccolta pubblicitaria del mezzo di esterna realizzata attraverso la concessionaria Class Pubblicità



Principali progetti tecnologici

Nel corso del primo semestre 2019, in coerenza con il piano di sviluppo e in continuità con gli esercizi precedenti, le attività aziendali, in aggiunta a quelle ordinarie, si sono dedicate a progetti innovativi di ricerca & sviluppo:

- Progetto Digital Advertising (per il programmatic buying): la nuova feature realizzata da Telesia per la gestione delle campagne pubblicitarie digitali sui propri canali ha consentito di incrementare di una quota pari al 100%, rispetto all'analogo periodo del 2018, il fatturato proveniente da tale linea commerciale.
- Progetto WeCounter: è entrata a regime per la raccolta pubblicitaria tradizionale la soluzione tecnologica che permette di rilevare il numero di apparati wifi attivi in un determinato luogo e momento, che opera in sinergia e a supporto della Digital advertising. Oltre a consentire il calcolo delle audience dei canali Telesia, permette anche di effettuare le pre e post evaluation delle campagne pubblicitarie.
- Omnia Tv: specializzazione del decoder base Omnia Telesia che consente la creazione e la gestione di un canale televisivo su digitale terrestre in modalità semplificata ed economica.
- Omnia Stream: è una ulteriore, innovativa, specializzazione del decoder base Omnia Telesia

che consente la distribuzione di un segnale audio/video mediante flusso in streaming in modalità nativa. Questo innovativo progetto nasce dalla necessità di poter integrare la tecnologia Telesia con infrastrutture di terze parti già installate e operative in determinati ambienti.

Marketing, comunicazione & sostenibilità

Sono state realizzate specifiche iniziative a supporto della responsabilità sociale aziendale e della brand awareness. Il lancio di nuove rubriche informative (Boknews, MetroMusic, Citybook) dedicate alla promozione di opere artistiche e iniziative culturali e sociali di semplici cittadini, tipicamente non dotati di alcun bud-



get commerciale, nell'arco di soli sei mesi, ha prodotto oltre mille segnalazioni con invio di materiali da divulgare e un incremento di quasi il 30% dei follower delle pagine social Telesia Tv. Un palinsesto di media partnership di selezionati eventi sportivi e sociali, nazionali e territoriali, complessivamente ha coinvolto oltre 350.000 cittadini ai quali è seguito il recente accordo stipulato con la Fondazione Teletthon in occasione delle celebrazioni del proprio trentennale.

Evoluzione prevedibile della gestione

Al fine di perseguire i risultati attesi, la società è fortemente impegnata sulle principali linee di business connesse all'attuazione del piano industriale: Go Tv e Sistemi. Sulla base della crescita del fatturato nei primi sei mesi dell'esercizio, anche nel prossimo futuro, e specificamente nel corso del secondo semestre, è previsto un trend significativamente positivo dei ricavi pubblicitari della Linea Go Tv.

Strumenti / La search di Captify

Captify leader mondiale nella Search Intelligence, grazie alla sua esclusiva tecnologia semantica analizza miliardi di ricerche mensili per alimentare insight e media su tutti i canali e su tutti i dispositivi. L'azienda utilizza i suoi dati di ricerca unici per alimentare i media e gli insights di oltre 800 tra i più grandi inserzionisti mondiali come Samsung, Bayer, Amazon, Lg, Estée Lauder, Vodafone. Analizzando gli insight del periodo delle festività natalizie, Captify è in grado di supportare le aziende individuando tendenze e definendo le abitudini delle diverse tipologie di utente. "Captify è la più grande società di dati Search al mondo (dopo Google), grazie all'analisi di 35 miliardi di ricerche/mese

on-site e alla capacità di raggiungere oltre 2,2 miliardi di utenti. Per questa ragione le campagne che finalizziamo per i nostri clienti sono in grado di raggiungere come non mai il target perfetto, individuando l'utente nel momento in cui è maggiormente interessato all'acquisto e sul dispositivo che predilige. Il periodo di Natale è per sua stessa natura costellato di un picco di ricerche relative al trovare il migliore regalo da acquistare per parenti e amici. Per i brand, tali keyword (come ad esempio: "Idee regalo di Natale") sono un'ottima occasione per presidiare l'audience, influenzandola nel loro momento di buying decision", spiega Nelson Gregory Francesca, Italy Lead di Captify.