

## CARTELLA STAMPA



*"Aiutiamo le aziende a comunicare attraverso internet"*  
Alessandro Reggiani, Amministratore Delegato Primi sui Motori S.p.A.

### **INDICE**

La società

La storia

Il mercato di riferimento

Il modello di business

I fattori critici di successo

La strategia

Risultati economico-finanziari

Scheda di sintesi e contatti

## LA SOCIETA'

Primi sui Motori S.p.A., società specializzata in servizi di Web Marketing, viene fondata nel 2007 a Modena dall'Ing. Alessandro Reggiani, dopo anni di ricerca ed analisi sui criteri utilizzati dai motori di ricerca per classificare i siti Internet.

La società è leader in Italia nel servizio professionale di posizionamento sui motori di ricerca (Search Engine Optimization, "SEO"), che consiste nell'ottimizzare la visibilità dei siti internet delle aziende clienti.

Attraverso una rete di vendita capillare, Primi sui Motori si rivolge a tutte le realtà imprenditoriali, dalle PMI ai grandi gruppi industriali, offrendo servizi di *Web marketing* studiati per incrementarne il business e la visibilità del brand. I servizi offerti vanno dalla creazione ed ottimizzazione dei siti web per il posizionamento efficace all'interno dei principali motori di ricerca, alla gestione di campagne di *keyword advertising* (cd. *Pay per click*), alle attività di *web popularity*.

La Società ha un portafoglio di circa 3.000 clienti business, di cui la metà acquisita nel 2009. Nei primi sei mesi del 2009 ha realizzato circa il 150% del fatturato complessivo registrato nello scorso anno.

## LA STORIA

Nel **1998**, anno della nascita di Google, Alessandro Reggiani fonda a Modena Syner.it Informatica S.r.l. L'azienda si occupa di corsi di informatica, servizi di networking, soluzioni gestionali e realizzazione di siti internet. Iniziano, anche, le prime ricerche sul servizio di posizionamento sui motori di ricerca e in particolare sui criteri che regolano gli algoritmi per la classificazione dei siti web.

Nel **2003** viene avviato un progetto di espansione nazionale della rete di vendita, composta da imprenditori locali e web agency. Vengono proposte soluzioni di Search Engine Marketing (SEM), e in particolare di SEO per il posizionamento sui motori di ricerca.

Nel **2006** viene registrato il marchio **Primi sui Motori**<sup>®</sup>, che contraddistingue il servizio professionale di posizionamento nelle prime pagine dei motori di ricerca.

Nel **2007** nasce Primi sui Motori S.p.A.: l'offerta dei servizi SEO diventa il *core business* della nuova società.

Nel **2008**, con il passaggio dalla rivendita a imprenditori locali e *web agency* alla vendita diretta tramite agenti, Primi sui Motori si dota di una rete di vendita capillare sul territorio nazionale. Attraverso la Sales Academy propone agli agenti corsi di formazione e aggiornamento.

Nel **2009** la società lancia altri servizi innovativi e inaugura la nuova sede. Inoltre, a sostegno dell'elevata crescita del business, Primi sui Motori amplia ulteriormente la rete di vendita (oltre 100 agenti) e il numero di dipendenti. Viene avviato il processo di quotazione in Borsa Italiana.

## IL MERCATO DI RIFERIMENTO

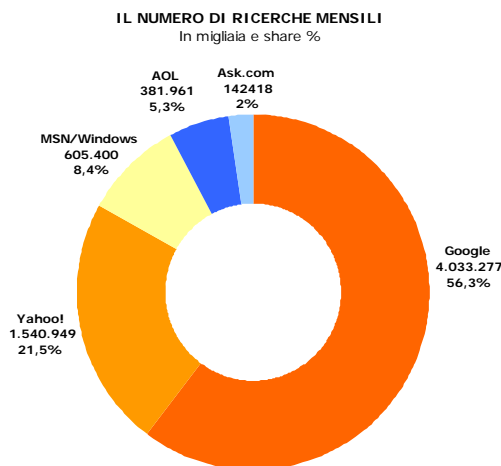
Primi sui Motori opera nel settore del Web Marketing, caratterizzato da tassi di crescita molto elevati.

Il Web Marketing comprende tutti gli strumenti che permettono di aumentare la visibilità di un sito internet e di intercettare in suo favore flussi di traffico web qualificato, canalizzando accessi e rafforzando la presenza online del brand oggetto della campagna promozionale. Per ogni strumento sono identificati specifici segmenti di mercato: Banner, Pay per Click, Search Engine Optimization (SEO) e Social Network.

### Il World Wide Web

I motori di ricerca rappresentano, a livello mondiale, la principale fonte di informazioni; il loro utilizzo è cresciuto del 50% negli ultimi sei anni.

Ad oggi, infatti, le pagine web catalogate dai principali motori di ricerca ammontano a circa 20 miliardi mentre le ricerche mensili via Internet raggiungono gli 8 miliardi.



Fonte: Nielsen Online e Nielsen-Netratings

Google, con il 56,3% del mercato, occupa il primo posto nella classifica dei “motori di ricerca” per numero di ricerche mensili, seguito da Yahoo!, che detiene una quota del 21,5%. Altre fonti di informazioni sono le Social Community e i Video, il cui utilizzo è cresciuto rispettivamente dell’11% e dell’8% tra il 2008 e i primi mesi del 2009.

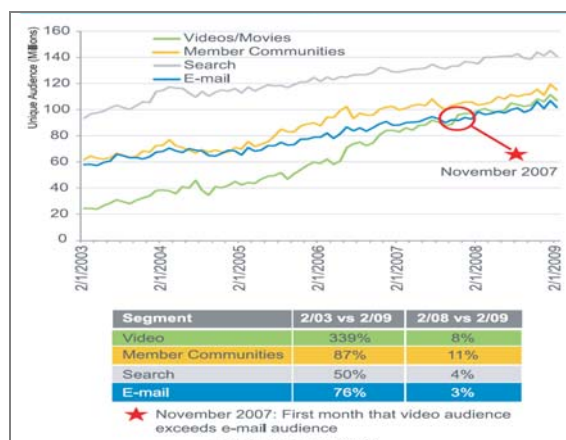


Figura 1: Audience utilities, video and social media (Fonte: Nielsen NetView)

Secondo i più recenti dati Nielsen (*The global online media Landscape*, aprile 2009), la navigazione su internet continua a seguire un trend di crescita significativo in tutto il mondo,

considerando gli accessi da casa, uffici e luoghi pubblici. Gli Stati Uniti registrano il più elevato consumo medio mensile per utente con oltre 60 ore, sono seguiti da Francia e Giappone con 59 ore e Regno Unito con 56 ore.

	Active Digital Media Universe (millions)	Time Per Person	Web Pages Viewed Per Person (000)	Sessions Per Person	Total Minutes (billions)	Total Page Views (billions)
Australia	12	41:22:41	1.3	41	30	15
Brazil*	25	33:50:13	1.7	28	50	41
China**	298**	11:08:38	0.7	33	199	207
France	34	59:19:09	2.6	57	120	83
Germany*	36	37:48:29	1.8	36	82	63
Italy	21	46:14:59	2.2	39	58	44
Japan	56	59:01:37	2.1	48	197	111
Spain	24	50:37:52	2.2	44	72	51
Switzerland*	4	31:27:47	1.3	33	7	5
UK	35	56:04:48	2.3	46	119	78
US	167	61:11:56	2.4	57	613	386

Figura 2: Fonte: Nielsen (legenda: \* accesso da casa)

In Italia, nel mese di marzo 2009, a parità di utenti rispetto al 2008 è stato registrato un incremento sia nel tempo medio trascorso on-line da ciascun utente (37%) che nel numero di siti visitati per utente (20%).

	Marzo 2009	03/2009 VS 03/2008
Sessioni per persona	36	20%
Tempo medio giornaliero	56 minuti	37%
Pagine per persona	2.135	34%

Tabella 1: Fonte: Nielsen Online – Panel Casa e Ufficio – Marzo 2009, Italia

Il 59,7% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni possiede almeno un accesso alla Rete; di questi, 10 milioni (il 46,4% delle famiglie italiane) si collegano da casa (fonte: Audiweb).

## Il mercato della pubblicità online in Italia

Negli ultimi anni il mercato della pubblicità digitale ha segnato un trend di crescita sostenuto grazie all'aumento degli utenti Internet e all'introduzione di tecnologie innovative di segmentazione dei navigatori / consumatori in base alle loro caratteristiche e preferenze. Nel 2008 il fatturato pubblicitario sul web è cresciuto del 14% rispetto al 2007, a fronte di una contrazione complessiva del 3% sugli altri mezzi pubblicitari (radio, stampa, TV, cinema, affissioni).

## Internet è la principale fonte di informazione sia per i consumatori che per gli operatori professionali

Secondo un'indagine condotta da Audiweb-Doxa, internet è il canale principale attraverso il quale ricercare informazioni di qualsiasi tipo (46,1% degli intervistati), semplificare pratiche e procedure usufruendo di servizi a distanza (26,8% degli intervistati), essere aggiornati in tempo reale sui fatti di cronaca (22,4% degli intervistati) o mantenere i contatti con persone di tutto il mondo (18,5% degli intervistati). In particolare, nel mese di aprile 2009, circa l'87% dei navigatori ha fatto uso di motori di ricerca o di altri strumenti.

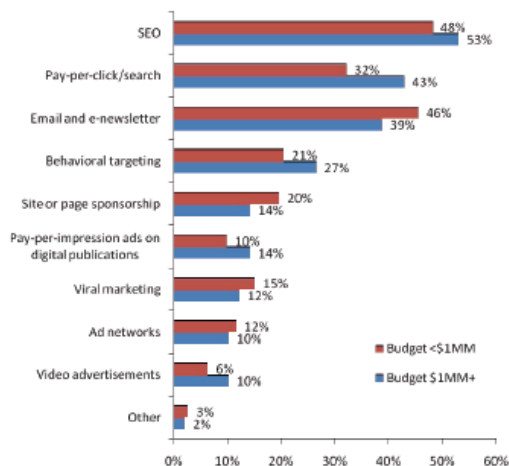
Tabella 2: Internet Application esclusi accessi da casa e ufficio

Categoria di analisi	Utenti unici (mln)	Navigatori attivi	Visite / utente	Tempo / utente
<b>Search</b>	<b>18,93</b>	<b>86,7%</b>	<b>21</b>	<b>0.55.39</b>
General Interest Portals & Communities	17,94	82,2%	19	0.38.30
Member Communities	16,36	75,0%	18	4.24.05
E-mail	14,02	64,2%	17	1.24.55
Video/Movies	12,47	57,1%	7	0.52.35
Software Manufacturers	12,36	56,6%	6	0.11.41
Internet Tools/Web Services	11,60	53,2%	7	0.18.31
<b>Research Tools</b>	<b>11,31</b>	<b>51,8%</b>	<b>5</b>	<b>0.16.31</b>
Current Events & Global News	11,21	51,4%	10	0.42.20
Government	10,63	48,7%	7	0.28.40

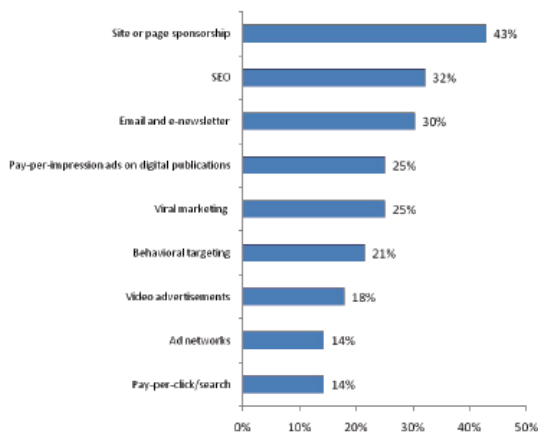
Fonte: Audiweb powered by Nielsen Online, aprile 2009

Una recente ricerca condotta da Forbes nel febbraio-aprile 2009 e rivolta agli esponenti più senior del dipartimento marketing di società con sede in US indica nel SEO il miglior strumento sia per la generazione di cassa (in particolare il 48% degli intervistati con budget inferiore ad 1 milione di dollari) che per creare *brand awarness* on line (circa il 32%).

Most effective digital marketing tools for generating conversions, by budget



Most effective digital marketing tools for affecting brand perceptions



Questo trend è confermato dall'Osservatorio Multicanalità Nielsen, secondo il quale è in atto un cambiamento nelle abitudini dei consumatori relative alla scelta delle fonti di informazione sui prodotti e servizi: internet prevale sui media tradizionali (televisione e radio) offrendo agli inserzionisti un maggiore ritorno sull'investimento. I consumatori che vengono a conoscenza di un prodotto tramite Internet effettuano l'acquisto con una probabilità del 45% superiore rispetto ai consumatori totali, del 25% superiore rispetto alla stampa e del 75% superiore rispetto alla televisione.

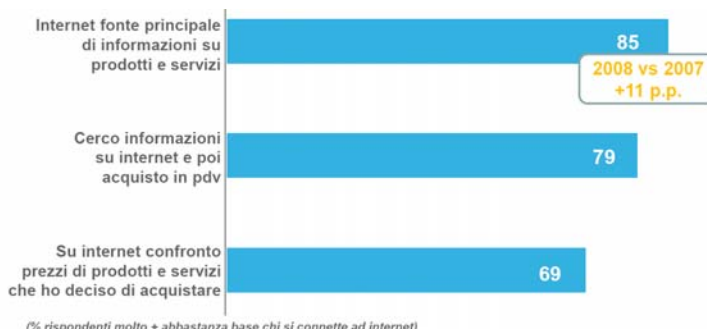


Figura 3: Indagine Nielsen Consumer, Osservatorio Multicanalità, 2008

Le stime di Forrester Research indicano una crescita esponenziale dei servizi di marketing digitale in Italia entro il 2012. In tale contesto, i motori di ricerca assumeranno un ruolo sempre più rilevante e sempre più indipendente da *device*, tempo e luogo, in un'ottica di "search-centrismo".

## IL MODELLO DI BUSINESS

L'attività di Primi sui Motori è riconducibile a tre aree di business:

**1) Search Engine Optimization (SEO) - 70% fatturato.** Il posizionamento sui motori di ricerca consiste nel visualizzare il sito internet del cliente ai primi posti nelle ricerche effettuate attraverso i principali motori di ricerca (es. Google, Yahoo, ecc). Il posizionamento avviene tramite l'utilizzo di un software di proprietà. L'erogazione del servizio avviene mediante: l'analisi preliminare del sito web del cliente, la scelta di un set di parole chiave con cui posizionare il sito stesso, lo svolgimento di tutte le attività necessarie per posizionare il sito. Primi sui Motori è leader in Italia nell'offerta di servizi SEO.

**2) Creazione di siti web – 11% fatturato.** Si occupa della realizzazione di siti internet di ogni tipologia, dal semplice sito vetrina ai portali più complessi offrendo anche un servizio di *hosting*.

**3) Altri servizi di web marketing - 19% fatturato.** I principali servizi di SEM (Search Engine Marketing) appartenenti a quest'area di attività consistono in inserzioni a pagamento sui motori di ricerca. Tra i servizi offerti: "Volantino on line" e "Sito Entra in rete", Servizi che integrano un SEO di livello avanzato con altri servizi complementari di web marketing quali "PSM Target", "PSM Target Estero" e "PSM Target Pro" e infine servizi di email marketing e web popularity.

A supporto di tutte le attività Primi sui Motori ha sviluppato un software proprietario che permette di monitorare i logaritmi sottostanti i motori di ricerca, di valutare, caso per caso, il grado di complessità delle parole-chiave, e, infine, di soddisfare le esigenze di visibilità dei clienti sui motori di ricerca.

## IL PORTAFOGLIO CLIENTI

Primi sui Motori segue oltre 3.000 clienti business, attivi in tutti i settori di mercato. Di seguito se ne riportano i principali.

Società	Sito internet	Settore
AZ Franchising	<a href="http://www.azfranchising.it">www.azfranchising.it</a>	Editoria
Careerbuilder	<a href="http://www.careerbuilder.it">www.careerbuilder.it</a>	Servizi
Colacem	<a href="http://www.colacem.it">www.colacem.it</a>	Edilizia
Giusti (Aceto Balsamico)	<a href="http://www.giusti.it">www.giusti.it</a>	Alimentari
Nara Camicie	<a href="http://www.naracamicie.it">www.naracamicie.it</a>	Abbigliamento
Radio LatteMiele	<a href="http://www.lattemiele.com">www.lattemiele.com</a>	Entertainment

## I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO

Il modello di business di Primi sui Motori si basa sul presidio di tre fattori chiave.

### 1. Rete Commerciale

La rete di vendita garantisce l'accesso diretto al cliente contribuendo ad accrescere la redditività aziendale. Il progetto di espansione della forza commerciale continuerà a sostenere la crescita dei volumi di vendita.

## **2. Efficacia dei servizi**

Le soluzioni e le continue novità proposte da Primi sui Motori sono il frutto della professionalità e delle competenze raggiunte nell'ambito del web marketing e dell'advertising on-line.

L'elevata qualità del servizio di vendita è attestata dalla verifica periodica dei risultati raggiunti dal cliente in termini di posizionamento e dalle alte percentuali di rinnovo dei contratti, anche grazie ad un'efficace assistenza in fase di post vendita.

## **3. Know-how**

Primi sui Motori ha accumulato un'esperienza decennale nella ricerca di servizi innovativi acquisendo un know-how decisivo per conquistare la leadership di mercato: grazie al monitoraggio dei metodi di indicizzazione e degli algoritmi dei motori di ricerca in costante evoluzione, può garantire ai propri clienti la rintracciabilità sui motori di ricerca.

Inoltre, i programmatori di Primi sui Motori hanno messo a punto un software di proprietà attraverso il quale i singoli agenti supportano i clienti nell'individuare le combinazioni di parole chiave più efficaci e redigono report periodici sul posizionamento da loro raggiunto.

## **4. Crescita di Internet**

Internet è al centro dell'attività di Primi sui Motori: l'offerta di servizi di web marketing si rivolge ad un numero crescente di clienti sul territorio nazionale.

La vendita basata su listino e le conseguenti economie di scala permettono alla società di applicare tariffe competitive, rendendo le potenzialità di internet accessibili anche alle aziende di piccole dimensioni.

## LA STRATEGIA

Primi sui Motori si propone di affiancare le aziende italiane nella crescita del business attraverso il canale internet. Per le piccole-medie imprese si tratta di una vera e propria rivoluzione culturale: la rintracciabilità su internet oggi non è più un *optional* ma un modo certo di garantire lo sviluppo dell'impresa.

Linee-guida della strategia di Primi sui Motori sono:

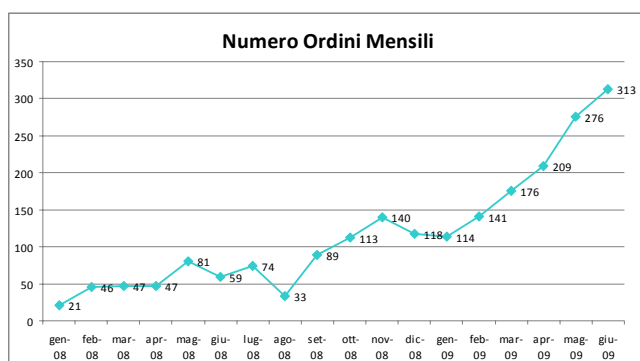
- costante **investimento in ricerca e sviluppo** per esplorare le modalità più avanzate di comunicazione attraverso il web e ampliare il portafoglio di servizi offerti;
- sviluppo di una **massiccia rete commerciale** per il raggiungimento delle oltre 5.000.000 di imprese che costituiscono il tessuto vitale dell'economia italiana;
- **crescita per linee esterne.**

## RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI

La società ha registrato i seguenti risultati economico finanziari nel 2008 e nei primi 6 mesi del 2009:

(€/milioni)	FY 2008	1H 2009
<b>Fatturato</b>	3,0	4,1
<b>Margine Operativo Lordo (EBITDA)</b>	0,5	1,2
<b>Margine Operativo Netto (EBIT)</b>	0,4	1,0
<b>Utile netto</b>	0,01	0,4

Tra il 2008 e i primi mesi del 2009 la Società ha registrato una **crescita esponenziale del numero di ordini**: a giugno ha raggiunto 313 ordini mensili, rispetto ai 59 nuovi contratti del giugno 2008.



## SCHEDA DI SINTESI E CONTATTI

<b>Denominazione</b>	Primi sui Motori® S.p.A.
<b>Sede legale</b>	Viale M. Finzi, 587 - 41122 Modena Tel +39 059 3167411 - Fax +39 059 88.53.45 <a href="http://www.primisuimotori.it">www.primisuimotori.it</a>
<b>Settore</b>	Servizi rete internet
<b>Fatturato al 30 giugno 2009</b>	€ 4,1 milioni
<b>Dipendenti al 30 giugno 2009</b>	60
<b>Presidente</b>	Alessandro Reggiani
<b>Società di revisione</b>	F.V. Fausto Vittucci & C. S.A.S.
<b>Advisor finanziario</b>	Studio Baldi
<b>Advisor di comunicazione</b>	IR TOP

### Contatti

#### Primi sui Motori® S.p.A.

via Marcello Finzi, 587 - 41122 Modena (Mo)  
Tel +39 059 3167411 - Fax +39 059 885345  
[www.primisuimotori.it](http://www.primisuimotori.it)  
[info@primisuimotori.it](mailto:info@primisuimotori.it)

#### IR TOP Media & Investor Relations

Luca Macario  
via S. Prospero, 4 – 20121 Milano (MI)  
tel. +39 02 45473884/3  
[www.irtop.com](http://www.irtop.com)  
e-mail: [ir.psm@irtop.com](mailto:ir.psm@irtop.com)