

# PORTOBELLO

COMPANY PROFILE

Introduzione

Identità

Sostenibilità

La Società

Il Barter

Modello di Business

Business Unit

Siamo un'azienda italiana **leader nel media bartering**: utilizziamo gli spazi pubblicitari per acquistare prodotti, così, nei nostri store trovi i migliori brand a prezzi competitivi.

La Società, **fondata a Roma nel 2016**, in poco tempo si è affermata sul mercato fino a diventare la **più giovane azienda italiana quotata in borsa**. Presenta un modello di business organizzato in tre unità strategiche, verticalmente integrate per ottenere la massima efficienza.

La Società fa del bartering pubblicitario la base del suo modello: questo, unito alla comprovata esperienza del gruppo nel settore media, ha fatto sì che si creasse un business efficace e all'avanguardia. L'azienda possiede e gestisce inoltre una **catena di negozi** a marchio Portobello, un **portale di intrattenimento** e il marketplace **ePrice**.



## Visione

Lavoriamo per potenziare il nostro modello di business **circolare, etico ed innovativo** e per estendere la nostra rete vendita su tutto il territorio nazionale. Vogliamo garantire l'accessibilità di prodotti di qualità al maggior numero di clienti e valorizzare le potenzialità dei nostri partner in un quadro di sviluppo sostenibile. Creare opportunità di sviluppo è la nostra visione ma soprattutto la nostra passione.

## Missione

Grazie a un modello di business circolare e integrato verticalmente, siamo in grado di **offrire prodotti di alta qualità a prezzi accessibili** attraverso la vendita assistita presso i nostri negozi. Vogliamo ridare ai consumatori il piacere dell'acquisto nel negozio fisico: solo prodotti di grandi marche a prezzi più bassi dei negozi online.





## Integrità

Teniamo sempre fede alle nostre promesse e ai nostri impegni. Il nostro lavoro è caratterizzato da responsabilità, etica, equità e inclusione.

Le nostre operazioni rispettano le normative vigenti e i più elevati standard di sostenibilità.



## Passione

Abbiamo una forte passione per il nostro lavoro.

Grazie all'entusiasmo, alla curiosità e alla dedizione di ognuno di noi siamo in grado di trovare le migliori soluzioni e di creare valore aggiunto in tutte le nostre operazioni.



## Innovazione

Sviluppiamo un modello di business circolare e altamente innovativo.

Le nostre Divisioni sono integrate verticalmente per un uso efficiente delle risorse e per creare valore condiviso in modo alternativo e sostenibile.



## Opportunità

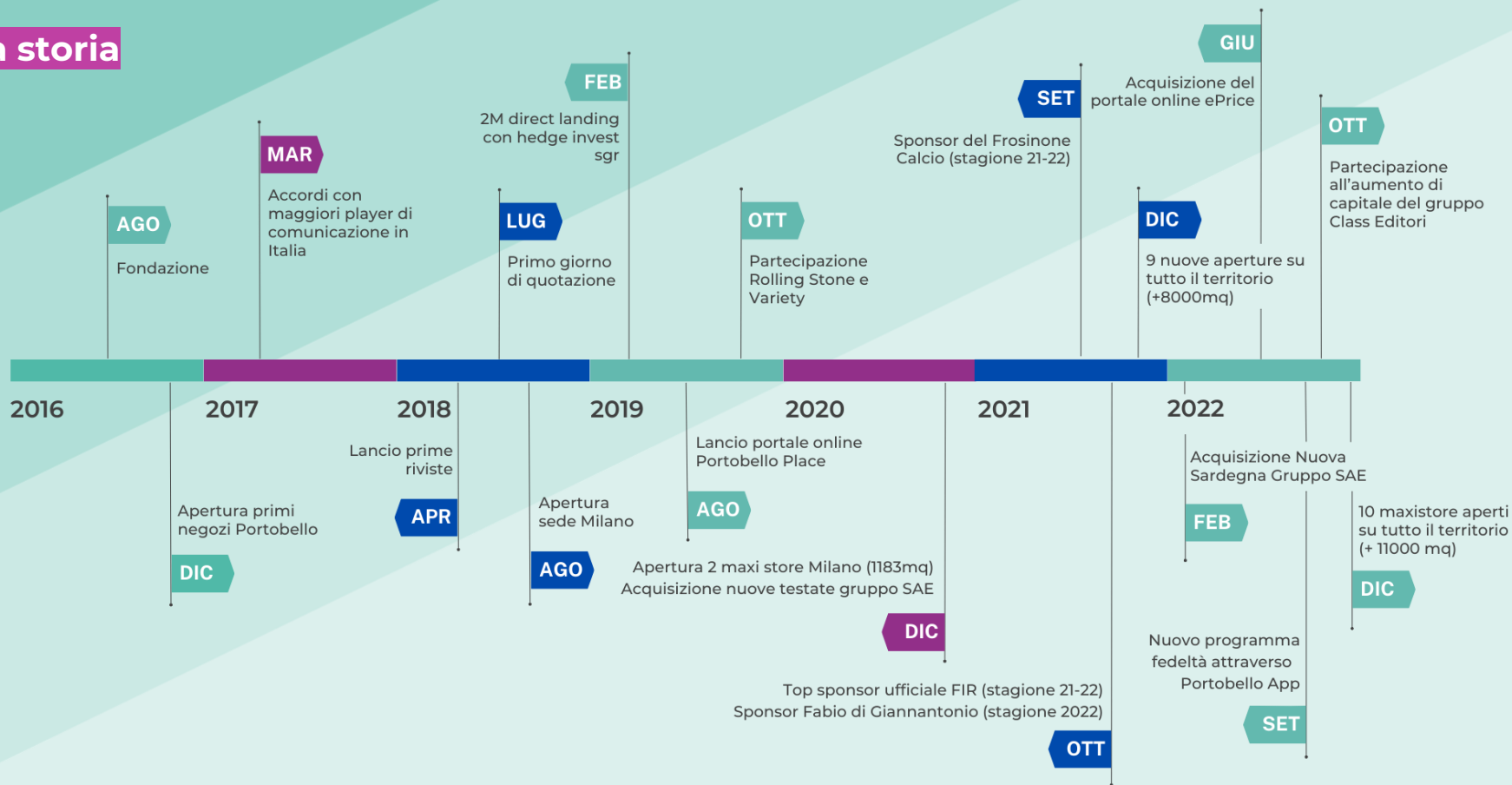
Vediamo in ogni sfida un'opportunità. La nostra ambizione è offrire sempre ai nostri clienti e ai nostri partner l'opportunità di accedere ai beni, ai servizi e alle risorse necessarie per il loro benessere e la loro crescita in un'ottica di sviluppo congiunto.

In Portobello abbiamo creato un modello di business sostenibile volto alla creazione di valore nel lungo termine.

- **Governance:** Abbiamo adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo predisposto ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001. Inoltre disponiamo di un Codice Etico che richiede ai dipendenti, consulenti, fornitori e terzi in genere di operare nel rispetto delle leggi vigenti, dell'etica professionale e dei valori societari.
- **Responsabilità sociale:** Le nostre attività di Responsabilità Sociale sono strettamente integrate con il core business della Società. Attraverso selezionate operazioni di media barter doniamo prodotti utili alle comunità locali vulnerabili delle aree limitrofe alla sede e ai nostri punti vendita. Inoltre, dal luglio 2022 siamo partner ufficiali di Fondazione Telethon (Programma "Malattie senza diagnosi").
- **Tutela dell'ambiente:** ci impegniamo nella tutela dell'ambiente e dell'ecosistema in cui operiamo cercando sempre di andare oltre i requisiti di legge. Per questo motivo, abbiamo aderito al progetto di compensazione carbonica «Forever Zero CO2» grazie al quale, attraverso la piantumazione di bambù in Italia, abbiamo azzerato la nostra impronta carbonica.



# La storia



## ePrice

Nel luglio 2022, Portobello ha finalizzato l'acquisizione del marketplace ePrice. Fondata a Milano nel 2000, ePrice è uno dei principali negozi online italiani, specializzato nella vendita di prodotti high-tech (elettronica) e leader nel segmento dei grandi elettrodomestici.











Attraverso questa acquisizione strategica, il Gruppo Portobello si appresta a:

- **Diventare un operatore omnichannel**, creando forti sinergie tra online (e-commerce) e offline (catena retail).
- **Ampliare la gamma prodotti sul portale ePrice** con alcune categorie della catena retail Portobello per rafforzare l'offerta online, la marginalità e la competitività del portale e-commerce.
- **Sviluppare rapidamente economie di scala** sia sui costi legati alla logistica, spedizioni, comunicazione e marketing che sui margini, riuscendo a ottenere condizioni maggiormente favorevoli dai fornitori.
- **Sviluppare un'offerta B2B competitiva** per le PMI che costituiscono la stragrande maggioranza del tessuto industriale italiano anche grazie al meccanismo del cambio merci pubblicitario.



# ePRICE

### La classifica dei migliori e-commerce per il mercato dell'elettronica

Azienda	Settore	Rilevanza	Visitatori unici	Tempo medio	Frequenza di rimbalzo
1  Samsung	Elettronica	1.000	5.867.866	08:32	62,0%
2  UniEuro	Elettronica	936	5.444.123	10:03	56,0%
3  Mediaworld	Elettronica	811	4.631.375	09:19	66,0%
4  ePrice	Elettronica	482	2.537.360	05:40	58,0%
5  Euronics	Elettronica	460	2.385.642	09:08	49,0%
6  Xiaomi	Elettronica	430	2.258.991	04:56	62,0%
7  Apple Store	Elettronica	314	1.461.352	04:04	55,0%
8  HP	Elettronica	308	1.402.028	08:50	66,0%
9  Nintendo	Elettronica	259	1.115.419	07:57	60,0%
10  Huawei	Elettronica	256	1.100.222	09:42	62,0%

Fonte: Casaleggio & Associati - Settembre 2022

## La quotazione

A soli **18 mesi** dalla sua costituzione, Portobello approda sul mercato **AIM di Borsa Italiana** il 13 luglio 2018, raccogliendo due milioni di euro e diventando la più giovane Società ad essersi quotata su tale segmento.



La Società ha ricevuto diversi premi e riconoscimenti: di seguito i principali.

<b>AIM Investor Day 2018</b> , categoria startup, assegnato dal Department for International Trade e IR Top Consulting.	<b>Impresa Bene Comune 2018</b> , assegnato dall'Associazione Nazionale per l'Industria e il Terziario.	<b>Crescita Primo Semestre 2019</b> , assegnato alle società AIM con la maggiore crescita.	<b>Campione della Crescita 2021</b> , assegnato dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF) in collaborazione con La Repubblica.	<b>Innovazione SMAU 2021</b> , evento di riferimento di tutte le aziende protagoniste dell'innovazione in Italia
<b>EY L'Imprenditore dell'Anno 2021</b> , categoria Sustainability, assegnato a Roberto Panfilì, Co-Founder e COO.	<b>Campione della Crescita 2022</b> , assegnato per il secondo anno consecutivo dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF) in collaborazione con La Repubblica.	<b>Forever Bamboo 2022</b> , assegnato per l'impegno profuso in ambito di sostenibilità ambientale.	<b>Campione della Crescita 2023</b> , assegnato per il terzo anno consecutivo dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF) in collaborazione con La Repubblica.	

*Per l'intuizione di un modello di business innovativo e circolare, che integra il media advertising e il retail con effetti sull'ottimizzazione del magazzino dei propri clienti, e che ha consentito all'azienda di affermarsi, dopo solo 18 mesi dalla fondazione nel 2016, come la più giovane azienda quotata presso Borsa Italiana*

*Premio EY L'Imprenditore dell'Anno 2021, categoria Sustainability*

## Le nostre sedi

Nell'agosto 2019 abbiamo trasferito la nostra sede operativa e il nostro magazzino a **Pomezia**.

Una struttura tecnologicamente innovativa, volta a ridurre l'impatto ambientale e a garantire la sicurezza di tutto il personale. Nel campus ci sono ampi spazi verdi, diversi parcheggi e agevoli zone di transito per i mezzi pesanti.

**Uffici:** 2500 mq

**Magazzino:** 7500 mq

### **Sede legale e operativa**

Piazzale della Stazione snc 00071 Pomezia (RM)

### **Sede operativa**

Corso Venezia, 45 20121 Milano (MI)



## Risultati finanziari

	2020	2021	2022
Fatturato	64,00	82,20	130,48
EBITDA	10,87	16,51	24,56*
Utile netto	5,95	8,82	14,06*

valori in M€

\*Valori adjusted ottenuti attraverso la neutralizzazione di una componente di costo straordinaria pari a circa 6,4 milioni di euro, non ripetibile, e del relativo impatto fiscale.

## Campagna nazionale: il marchio

“Quando l’impresa sembra impossibile, noi italiani facciamo di tutto per realizzarla”. **Francesco Totti** è il testimonial della prima campagna tv di Portobello: ci porta a Berlino, a rivivere la magica notte del 2006.



Forbes



sky



## Campagna nazionale: il franchising

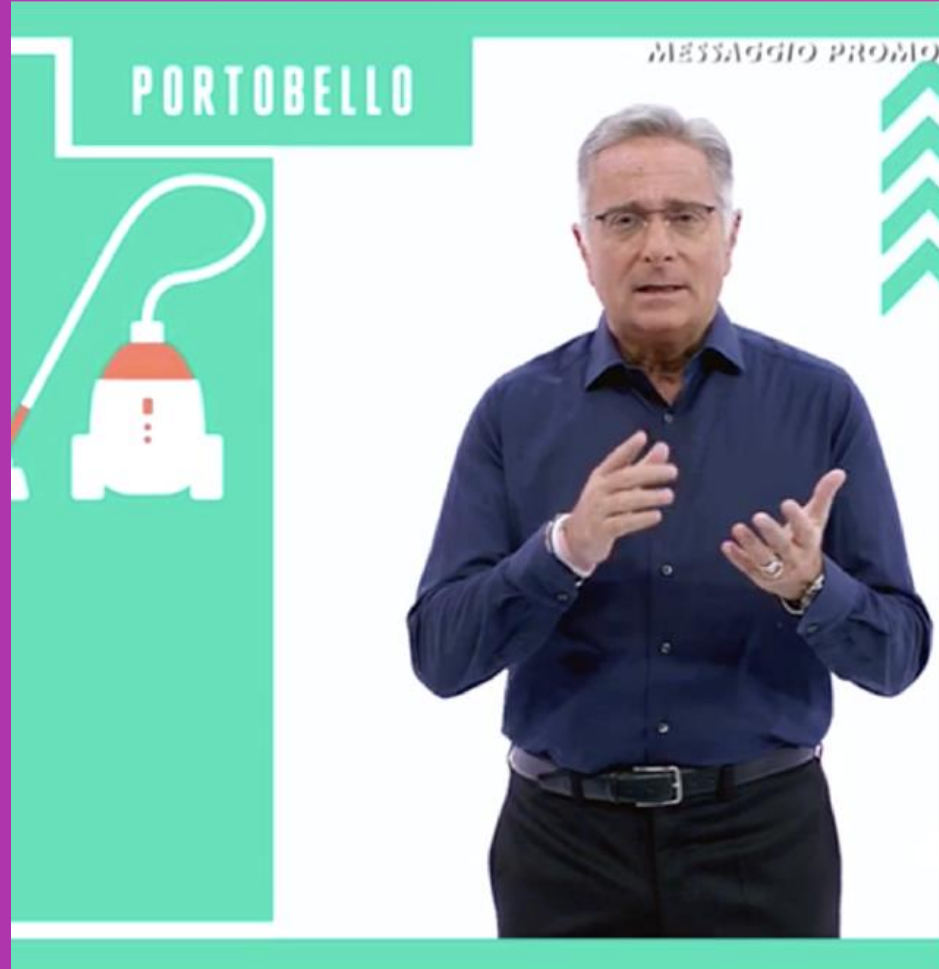
Nel 2019 **Paolo Bonolis** diventa testimonial Portobello per la campagna di comunicazione nazionale: una spiegazione fresca e leggera dei punti cardine del brand, concentrata sugli store fisici e sulla possibilità di aprire un franchising. “Gagliardo eh?”



Forbes



sky



## Le nostre sponsorship

Sosteniamo e valorizziamo lo sport che rappresenta un importante strumento di socializzazione e di promozione di valori fondamentali come lo spirito di squadra, il rispetto, la lealtà e soprattutto l'inclusione a tutti i livelli.

Le sponsorizzazioni in essere con la **Federazione Italiana Rugby (FIR)** e la **Roma Volley Club** rientrano quindi nel quadro della strategia di comunicazione e sostenibilità di Portobello, volta a rappresentare l'identità italiana della Società e il suo radicamento sul territorio e a sostenere dunque sia le popolazioni e le attività locali, sia le eccellenze nazionali.



## Cosa è il barter

Il **barter** è una pratica commerciale tra imprese per lo scambio di beni o servizi in compensazione. Si traduce letteralmente *baratto* e il concetto fondamentale richiama quello antico dello scambio merci: un'azienda che abbia l'esigenza di pianificare una campagna media, può utilizzare le proprie merci o i propri servizi come forma di pagamento.



## Il media barter in Italia

**Il barter è uno strumento che fornisce vantaggi di cassa per tutte le società che acquistano pubblicità, migliorando la movimentazione della rotazione del magazzino.** Un cambio merce è fiscalmente equiparato ad una permuta se la compensazione tra merce e pubblicità è immediata (ai sensi del dpr 633/72 art. 6 e 11). Le fatture verranno emesse con indicazione di pagamento in compensazione, salvo gli eventuali conguagli nascenti da diverse aliquote iva. Se l'erogazione della pubblicità avviene dopo la fornitura delle merci, il barter emetterà una fattura di anticipo. Se invece la fornitura delle merci fosse posticipata rispetto al momento di utilizzo della pubblicità, l'inserzionista fornitore sarà tenuto all'emissione di una fattura di anticipo per merce da consegnare.



## I vantaggi del barter

### Credito d'imposta

Dal 2018 è stato istituito un credito d'imposta per le imprese, i lavoratori autonomi e gli enti non commerciali in relazione agli investimenti pubblicitari incrementali.

### Basso impegno di liquidità

Con la pubblicità in cambio merce, le campagne di marketing vengono finanziate senza grandi investimenti in liquidità: il barter rappresenta un sistema di pagamento alternativo in operazioni a esborso di cassa nullo.

### Aumento fatturato

Con il barter, la Società registra un aumento del fatturato, potendo scegliere quando richiedere l'inizio dell'erogazione della pubblicità e quindi registrarne a costo le competenze.

### Pubblicità sempre nuova

Le agenzie di barter detengono un know-how specifico e sono in grado di implementare nuovi metodi di marketing sempre più efficienti ed efficaci per le aziende clienti.

### Aumento performance

La Società può ottimizzare la propria gestione contabile e fiscale, a ridosso delle scadenze contabili di registrazione e svalutazione delle rimanenze di magazzino.

### Rotazione magazzino

Chi ha una sovrapproduzione invenduta può beneficiare del cambio merce per incrementare la rotazione del magazzino e rinnovarlo.

### Canale vendita

Il barter rappresenta una opportunità di vendita alternativa, sviluppata con un nuovo canale che non interferisce con quelli tradizionali.

### Possibilità di test

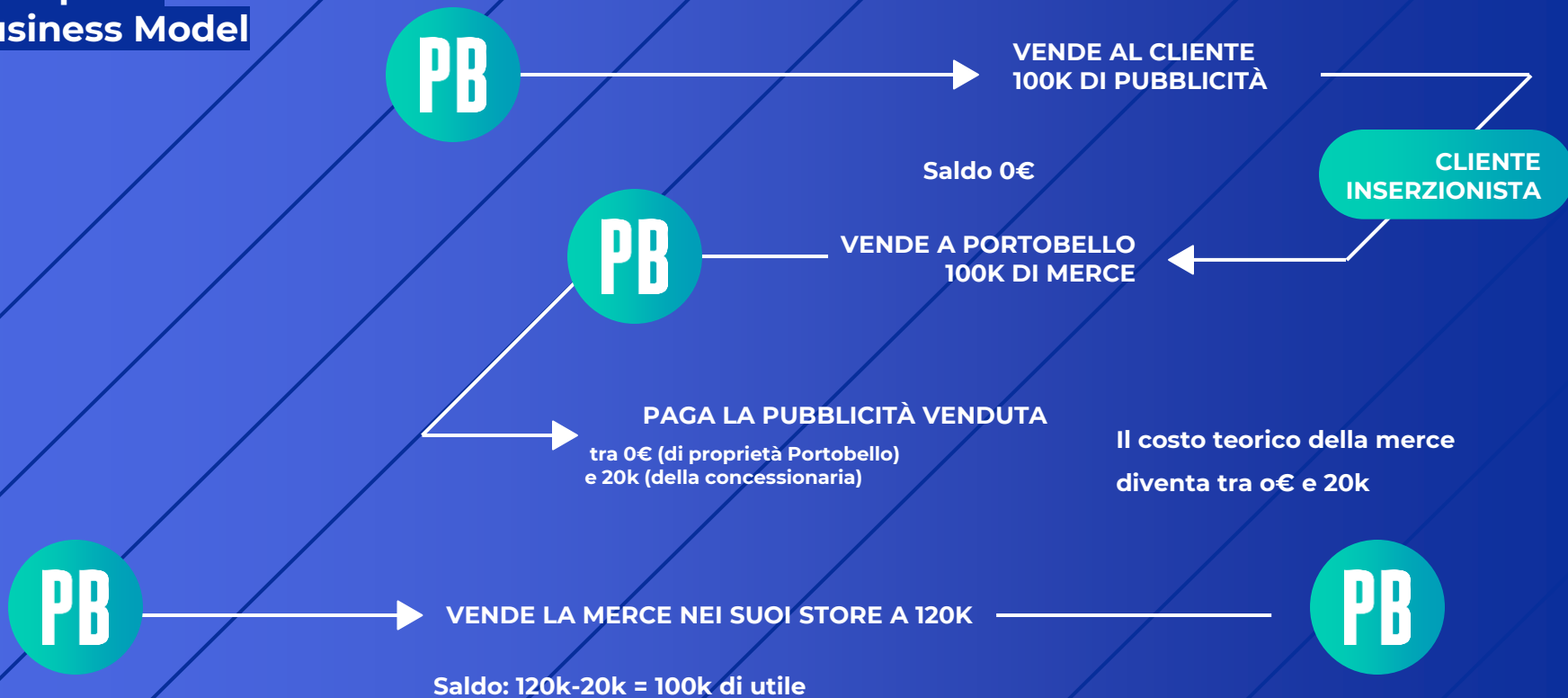
Quando un'azienda crea un nuovo prodotto può scegliere il barter trading come metodo per testarne il lancio sul mercato, proponendolo indirettamente ai tanti soggetti che acquistano nella catena retail di Portobello.

## Business Model



L'innovativo business model di Portobello prevede la vendita in diretta o in barter degli spazi media all'azienda cliente: le merci ottenute vengono vendute a prezzi competitivi negli store, mentre le rimanenze vengono distribuite ai rivenditori.

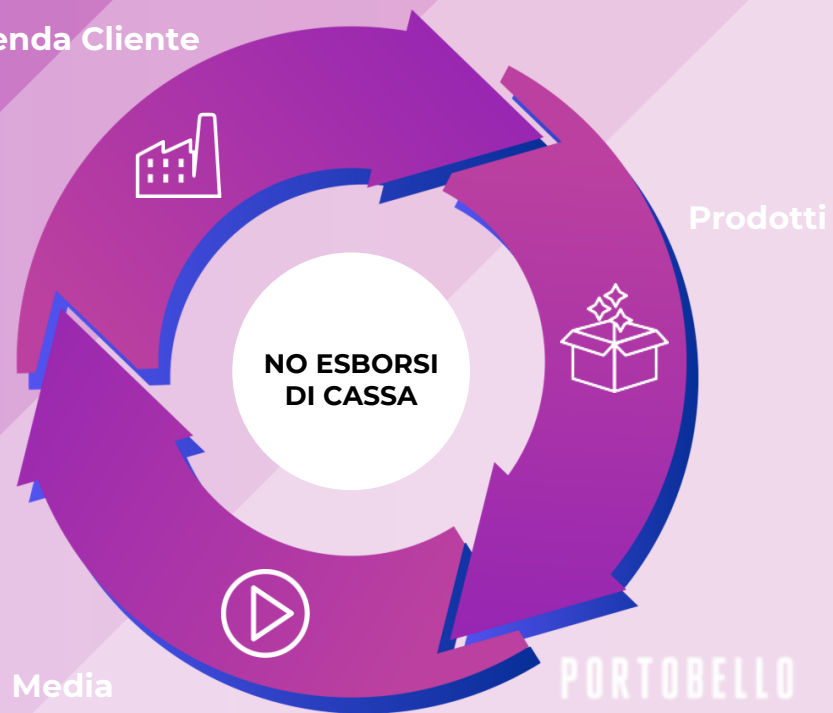
## Esempio di Business Model



## Value proposition

Grazie al suo modello di **business circolare**, Portobello è in grado di acquisire e poi offrire al mercato prodotti di altissima qualità a prezzi competitivi. In questo senso, Portobello fornisce attraverso un format appealing ed efficiente, la possibilità ai consumatori di comprare tali prodotti a prezzi più bassi di qualunque altro player sul mercato. Ciò viene ottenuto attraverso un modello efficiente e scalabile che genera cassa e margini a qualsiasi livello di volumi di vendita. La struttura della Società, inoltre, permette di crescere in maniera organica nelle aree media, retail e B2B.

Azienda Cliente



## Business Unit

Portobello presenta un modello di business organizzato in tre unità strategiche, verticalmente integrate per ottenere la massima efficienza.



### Media

La business unit media si occupa di vendere spazi Pubblicitari, proprietari o di terzi, in diretta o in barter. Portobello mette a disposizione dei suoi inserzionisti spazi in aree di alto traffico, videowall, magazine e tanto altro.



### Retail

I prodotti ottenuti grazie al barter o acquistati vengono venduti negli store Portobello: questo ci permette di avere sugli scaffali merci sempre diverse. Grandi brand a prezzi imbattibili, con un'esperienza di acquisto in store completa.

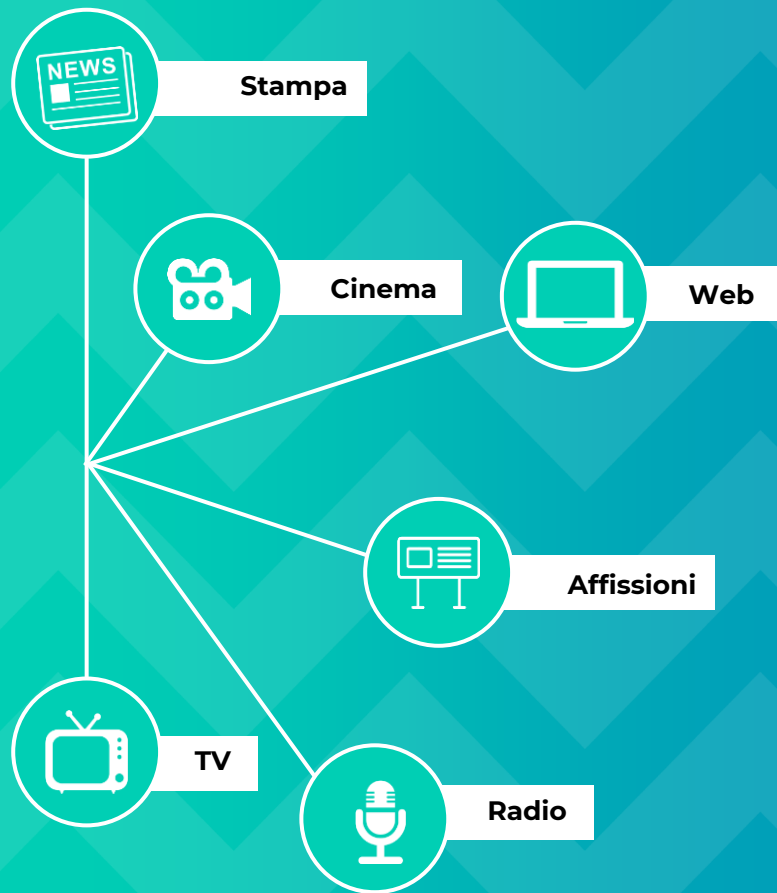


### B2B

Per garantire il miglior turnover delle merci, parte delle rimanenze vengono vendute attraverso canali B2B: questo porta da un lato ad accordi con players internazionali, dall'altro ad un'alta rotazione di prodotti negli store.

## Media

L'**Unità Media** si occupa della rivendita di spazi pubblicitari, sia proprietari che acquistati da terzi. È una delle unità strategiche di Portobello, formata da professionisti in grado di proporre un media mix personalizzato su qualsiasi mezzo **a livello locale, nazionale e internazionale** in base agli obiettivi di marketing e comunicazione dei propri clienti inserzionisti. Parte indispensabile del processo di media planning è la gestione continuativa del rapporto con le concessionarie.



## Testate e magazine

Il **settore editoriale** di Portobello offre ai propri inserzionisti i magazine più venduti nelle edicole, per articoli tematici, approfondimenti, box, consigli per l'acquisto e inserzioni pubblicitarie.

Sulla base degli obiettivi di marketing del singolo cliente, Portobello riesce a individuare il target e il magazine più adatto.

### Nuove acquisizioni:

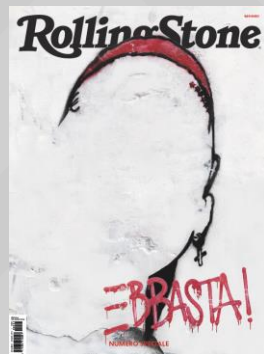
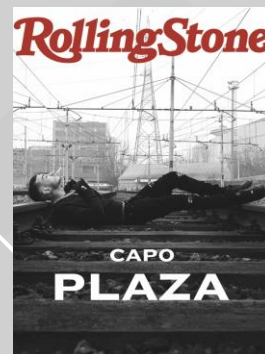
- Il Tirreno
- La Nuova Ferrara
- La Gazzetta di Reggio
- La Gazzetta di Modena
- La Nuova Sardegna



## Magazine internazionali

Portobello è, insieme a RS Productions, proprietaria di Web Magazine Makers, casa editrice che ha in concessione per l'Italia il marchio Rolling Stone.

# Rolling Stone



## Online: Portobello Place

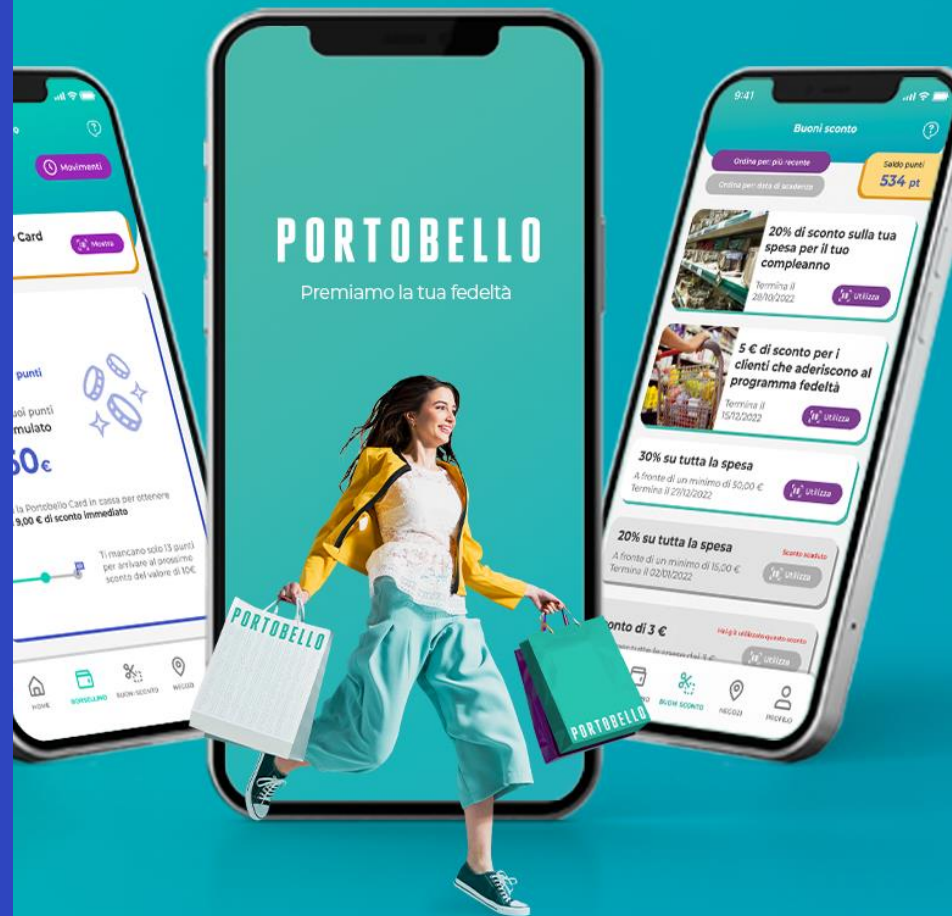
Come ulteriore veicolo per la distribuzione pubblicitaria, Portobello dispone di una **piattaforma proprietaria e di un'App**: Portobello Place. Questo canale si aggiunge agli spazi a disposizione degli inserzionisti.



## Online: Portobello App

Con l'obiettivo di incrementare il processo di **fidelizzazione della clientela** e migliorarne l'esperienza d'acquisto, abbiamo sviluppato e messo a disposizione dei nostri clienti **un'App per smartphone**, scaricabile sui principali store (Android e iOS), puntando su una strategia che favorisca il cliente ad una **spesa più semplice e vantaggiosa**.

Il programma fedeltà Portobello, infatti, offre una serie di **vantaggi esclusivi** ai suoi iscritti, come promozioni e sconti dedicati, raccolta punti e cashback.



## Media outdoor

Le soluzioni per i **media outdoor** sono diverse e raggiungono più di **15 città in tutta Italia**. A seconda delle esigenze comunicative infatti, gli inserzionisti possono scegliere se utilizzare un digital wall in vari formati, apposti su edifici o pareti urbane, il circuito rotor edicole o gli infopad nei centri commerciali.



## Media outdoor

### Digital outdoor

Soluzioni digitali in vari formati apposti su edifici o pareti urbane in location di grande passaggio. Rappresentano una modalità di comunicazione innovativa, perché conferisce al brand un ruolo nella città.

### Infopad

Piattaforme di comunicazione interattive localizzate nei maggiori centri commerciali, in grado di ampliare il proprio piano media.

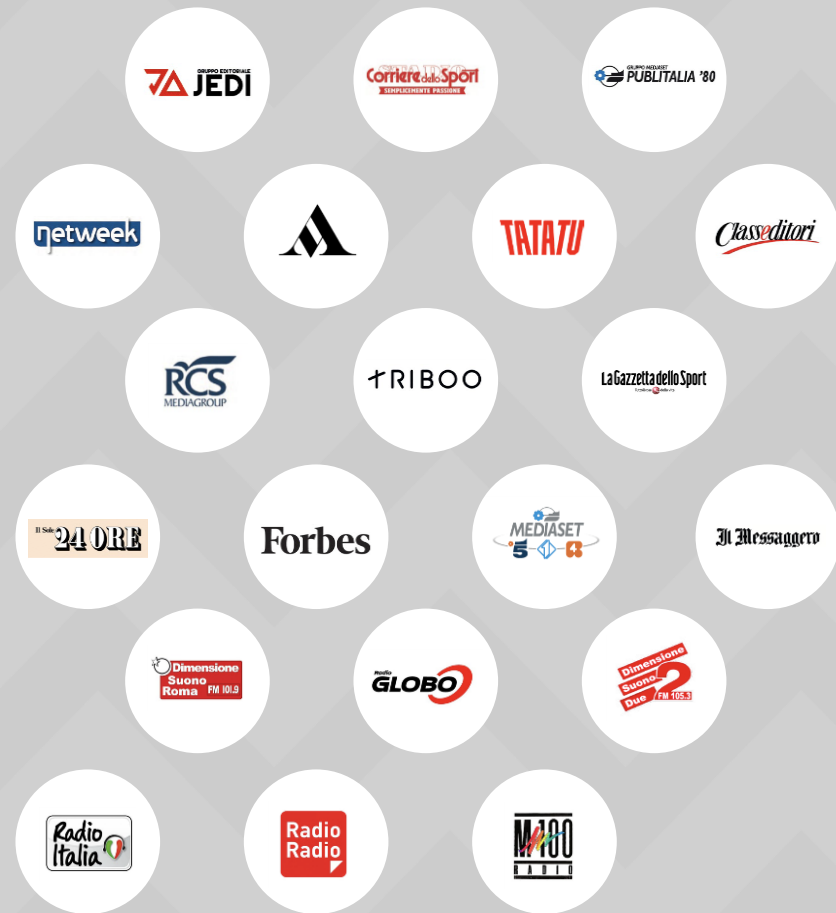
### Rotor

Il circuito rotor edicole è un sistema di diffusione del messaggio di grande impatto: 160 impianti pubblicitari monofacciali e retroilluminati posti in concomitanza delle maggiori edicole.



## Partnership

Per garantire ai nostri clienti inserzionisti un media mix efficace per ogni esigenza, negli anni abbiamo stretto numerose partnership con aziende, piattaforme online, magazine e radio.



## Retail

Attualmente la rete retail di Portobello è presente in diverse Regioni italiane (**Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia e Veneto**) con una **previsione di espansione su tutto il territorio nazionale**.

I negozi Portobello sono posizionati in zone ad alto traffico pedonale e gli allestimenti all'interno seguono la stessa linea fresca e semplice dell'identità visiva della Società, con un design studiato per rendere unica l'esperienza di acquisto.



## Retail: panoramica

### Prodotti

I nostri negozi offrono diverse categorie merceologiche: casalinghi, igiene della persona e cura della casa, piccoli elettrodomestici, abbigliamento, gift e bigiotteria. I prodotti derivano da cambi merce o vengono acquistati dalla Società, ma devono appartenere a brand riconosciuti come di qualità.

### Assortimento

Ogni negozio dispone di un vasto assortimento di prodotti, al fine di soddisfare le esigenze di ogni consumatore. I negozi vengono riforniti ogni settimana di merci esaurite o di nuovi prodotti, contribuendo ad alimentare la curiosità dei consumatori e a generare un buon flusso in ogni store.

### Layout negozi

Al loro interno, tutti i negozi rispettano lo stesso allestimento: le categorie merceologiche sono disposte sempre nello stesso ordine, l'arredamento è studiato per enfatizzare la qualità dei prodotti. Vista l'offerta altamente competitiva, i prezzi più convenienti sono sempre posti in evidenza.

### Strategia di vendita

Ogni mese, Portobello crea e distribuisce un volantino cartaceo dove evidenzia le migliori offerte. I clienti vengono raggiunti in base alla loro ubicazione rispetto al punto vendita. Il volantino indica offerte per 10-24 giorni: serve ad aumentare le vendite e migliorare la brand awareness.

### Location

Ogni punto vendita è ubicato in strade con buona pedonabilità e ad alta densità popolare.

Gli store hanno una metratura di circa 250 mq, mentre i maxi store vanno dai 500 ai 1000 mq.

## Franchising

Entrare a far parte della famiglia Portobello è un investimento che diventa redditizio in tempi brevi. Attraverso il progetto di espansione della **rete franchising** mettiamo a disposizione la nostra esperienza e il format collaudato dei nostri negozi e del nostro business model. Portobello garantisce assistenza nella ricerca del locale e nella sua progettazione, nell'implementazione del software di gestione, nella formazione continua, nelle spese promozionali di lancio e tanto altro.



# Elenco Negozi

## MILANO

Corso Genova, 20 - 20123

## MILANO

C.C. Merlata Bloom, Via Gottlieb Wilhelm Daimler, 61 - 20156

## TORINO

C.C. Porte di Torino, Corso Romania, 460 - 10156

## BOLOGNA

C.C. Centro Borgo, Via Marco Emilio Lepido, 186, 40132

## ANCONA

C.C. Grotte Center, Via del Campo d'Aviazione, 17 - 60021 Camerano

## FORLÌ

C.C. Punta di Ferro, Piazzale della Cooperazione, 2 - 47122

## ROMA CASTANI

Via dei Castani, 173 - 00172

## ROMA CAPENA

C.C. Il Cubo, via Tiberina Km 17.000 - 00060

## ROMA LIBIA

Viale Libia, 204 - 00199

## ROMA OSTIA

Via delle gondole, 20 - 00121

## ROMA TUSCOLANA

Via Tuscolana, 1048 - 00174

## ROMA EST

C.C. RomaEst, Via Collatina, Km 12.800 - 00132

## ROMANINA

C.C. La Romanina, Via Enrico Ferri, 8 - 00173

## FROSINONE

C. C. Centro Città, Piazzale Europa, 2 - 03100

## CATANIA

C.C. Porte di Catania, Via Gelso Bianco - 95121

## RIMINI

C.C. I Malatesta, Via Emilia, 150 - 47921

## PORTOGRUARO

C.C. Adriatico 2, Via Prati Guori, 29 - 30026

## CARPI

C.C. Il Borgogioioso, Viale dell' Industria, 31 - 41012

## UDINE

C.C. Città Fiera, Via Antonio Bardelli, 4 - 33035

## S. BENEDETTO DEL TRONTO

C.C. Porto Grande, Via Pasubio, 144 - 63074

## RAVENNA

C.C. ESP, Via M. Bussato, 74 - 48124

## CATANIA

C.C. Etnapolis, Contrada Valcorrente, 23 - 95032

## CATANIA

C.C. Katanè, Via Salvatore Quasimodo 1 - 95030

## BARI

C.C. Mongolfiera Japigia, Via Arturo Toscanini, 20 - 70126

## SARZANA

C.C. CentroLuna, Via Variante Cisa, 40 - 19038

## CURNO

C.C. Curno, Via Enrico Fermi, 1 - 24035

## TORINO

C.C. To Dream, Corso Romania, 460 - 10156

## FERRARA

CC Il Castello, Via Giusti 4 - 44124

## VERONA

C.C. Le Corti Venete, Viale del Commercio, 1 - 37036



GRAZIE