

SosTravel.com – Accelera la crescita spingendo su Online e B2B

 marketinsight.it/2019/04/16/sostravel-com-accelera-la-crescita-spingendo-su-online-e-b2b

16 aprile 2019

La Società lombarda è attiva nei servizi digitali per passeggeri aeroportuali ed è stata costituita nel dicembre 2017 tramite conferimento di ramo d'azienda da parte della controllante **Safe Bag**. Realtà approdata in Borsa all'inizio di agosto del 2018, quando ha raccolto 5,3 milioni per accelerare lo sviluppo. “Un percorso in pieno divenire ed i cui effetti sono già evidenti sui conti” come sottolinea Rudolph Gentile, Presidente e Ceo di SosTravel.com oltretutto principale azionista della controllante **Safe Bag** che ora si prepara a “distribuire ai soci a titolo di dividendo il 73,13% delle azioni di SosTravel.com in portafoglio”.



Indice:

1. [Da dove nasce SosTravel.com](#)
2. [Tre linee di business, di cui una storica: **Safe Bag** – related](#)
3. [Come accelerare sulla seconda linea di business: l'Online](#)
4. [La terza linea di business è il B2B](#)
5. [Risultati 2018: solidità patrimoniale e buoni ricavi](#)
6. [Risultati 2018: Ebitda positivo ed un sostanziale pareggio](#)
7. [Uno scenario positivo in un settore che cresce a doppia cifra](#)
8. [Il Piano Industriale](#)
9. [Il “dono” agli azionisti sarà deciso dall'assemblea di **Safe Bag** di fine aprile: ne beneficeranno tutti gli azionisti **Safe Bag** alla data del 5 agosto 2019](#)
10. [Banca Finnat consiglia il “buy” con target price 8,2 euro](#)
11. [“I margini di recupero del titolo in Borsa si confermano consistenti”](#)

“Incrementare i ricavi e la marginalità, accelerando lo sviluppo delle linee di business Online e B2B per centrare i target previsti dal piano industriale. Sono questi – ricorda Rudolph Gentile, Presidente e Ceo di SosTravel – gli obiettivi a cui stiamo lavorando”.

Più in particolare, prosegue Gentile, “vogliamo creare la più grande piattaforma digitale di servizi per il viaggiatore, stiamo ampliando la nostra value proposition, a breve includeremo le stazioni ferroviarie e la mobilità stradale, puntando a semplificare e rivoluzionare l'esperienza di tutti i viaggiatori, non solo quelli aeroportuali”.

*Nel contempo, aggiunge l'imprenditore, “focalizzeremo le energie sulla promozione e vendita Online e sul canale B2B. Due linee di business che si affiancano alla componente di ricavi legati a **Safe Bag** e che daranno una spinta significativa al fatturato, consentendo nel medio termine di superare ampiamente le stime date al mercato in fase di IPO”.*

E gli effetti di queste dinamiche saranno evidenti sulla marginalità, poiché, prosegue Gentile, “su questo tipo di business si lavora a costo variabile e una volta assorbiti i costi fissi la crescita dei margini è decisamente più rapida. L'evoluzione attesa supera infatti i dieci punti in questo 2019 poiché l'Ebitda margin passerà dal 16,7% del 2018 al 27% dell'esercizio in corso se i ricavi rispetteranno le attese”.

Ed i programmi saranno perseguiti senza affanni sul fronte della struttura poiché, completa il fondatore dell'azienda, "possiamo contare su una struttura patrimoniale solida: una liquidità di 3,27 milioni. Ricordiamo al riguardo che con l'IPO sono stati raccolti 5,23 milioni, di cui più di uno assorbito dai costi di quotazione ed un altro dalla gestione del circolante".

Una serie di iniziative di grande valenza ma che il mercato non ha ancora apprezzato tanto che il titolo tratta ben al di sotto del prezzo di collocamento: 3,1 euro rispetto a 5,6 euro. Il valore attuale dell'azienda è quindi ben lontano da quelle di nove mesi fa, quando è stato collocato il 15,7% del capitale e l'azienda è stata valutata complessivamente 28 milioni pre-money e 33,2 milioni post-money.

Una dinamica su cui hanno inciso una pluralità di fattori, molti dei quali totalmente estranei ai fondamentali dell'azienda, che però deve fare ciò che le compete mettendo in campo quella capacità di execution che gli operatori riconoscono al top management.

Da dove nasce SosTravel.com

SosTravel.com è stata costituita da [Safe Bag](#) nel dicembre 2017, mediante conferimento di ramo d'azienda in una newco controllata al 100 per cento. E la scelta di separare le due entità, come sottolinea Rudolph Gentile, Presidente e Ceo di SosTravel, "è riconducibile alla volontà di tenere ben distinti due modelli di business diversi per consentire ad entrambe di perseguire le proprie strategie di crescita".

[Safe Bag](#), infatti, "è un'azienda solida, riferimento mondiale nei servizi di protezione e rintracciamento bagagli per i passeggeri aeroportuali e segue un percorso di sviluppo organico ben definito. Percorso caratterizzato da una determinata redditività e in grado di generare utili crescenti".



SosTravel.com, invece, "è una realtà con solide radici, quelle sviluppate nell'alveo della casa madre, ma è ancora tutta da costruire nelle aree Online e B2B". Attività che, specifica Gentile, "richiedono una forte focalizzazione in una logica di medio-lungo termine, con prospettive di crescita elevate ma basate su presupposti e attività ben distinti da quelli della società madre".

È un business del futuro, per il quale il mercato è evidente ma il suo bisogno 'deve essere creato' come ama ricordare il capo azienda aggiungendo che per fare ciò è necessario "definire il posizionamento ed effettuare importanti investimenti in tecnologia e marketing".

Tre linee di business, di cui una storica: **Safe Bag** – related

L'attività di SosTravel.com si sviluppa su tre linee di business. La prima fornisce servizi di rintracciamento dei bagagli per i clienti che abbiano acquistato il Servizio **Safe Bag** 24 per proteggersi nei casi di smarrimento e/o mancata riconsegna degli stessi presso gli aeroporti di destinazione. Servizio al cui interno vi è l'assistenza tramite call center per la raccolta delle denunce di smarrimento, furto e/o danneggiamento dei bagagli.

In particolare, il servizio "Lost & found Concierge" si impegna, in caso di smarrimento, a far riconsegnare il bagaglio al suo proprietario entro 24 ore dalla denuncia presso gli uffici Lost & Found di **Safe Bag**. Inoltre, l'app informa in tempo reale su eventuali ritardi o cancellazioni dei voli, cambiamenti di gate e su dove ritirare il bagaglio a destinazione.

Questa linea di business "Safe Bag – related" cumula circa 2,5 milioni di fatturato ed è caratterizzata da un solido trend di crescita organica, grazie all'incremento dei flussi aeroportuali e all'espansione di **Safe Bag**, il cui perimetro conta attualmente 160 punti vendita dislocati in 56 aeroporti (destinati a crescere a 70 entro il 2022) di 18 Paesi, con 5 milioni di clienti annui.



Come accelerare sulla seconda linea di business: l'Online

I servizi Online prevedono la promozione e vendita tramite l'app SosTravel ed il sito web. Un'area che al 31 dicembre 2018 poteva contare su un data base di clienti con 431.404 nominativi di persone che hanno acquistato servizi lasciando i propri dati.

In sostanza questo data base rappresenta una parte dei 1.492.928 utenti che nel 2018 hanno comprato i servizi di Lost&Found Concierge dall'area "Safe Bag – related". E questi a loro volta fanno parte degli oltre 5 milioni di clienti dell'attività di wrapping di **Safe Bag**.

Un data base in costante sviluppo, che oggi cresce mediamente di circa 50.000 clienti al mese, anche se il gruppo vuole ora accelerare la parte digital e per farlo ha siglato un accordo con YOUTHQUAKE, società milanese specializzata in digital marketing, consulenza IT e data analytics.



La partnership, ricorda Gentile, “ci consentirà di incrementare la visibilità sul web, attraverso le attività di Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (SEM), migliorando nel contempo il posizionamento sugli store di applicazioni tramite un processo di App Store Optimization (ASO) ed estendere la presenza sui social network”.

Inoltre, attraverso una miglior profilazione degli utenti e delle loro abitudini digitali, SosTravel potrà lavorare sulla customer base per implementare promozioni e iniziative di marketing, aumentando sensibilmente la base clienti e i ricavi.

La terza linea di business è il B2B

Il canale di vendita B2B rappresenta la “terza linea di business ed opera attraverso l’offerta ad operatori specializzati sulla base di appositi accordi commerciali”. Questo canale, precisa il Ceo di SosTravel, “è rivolto innanzitutto agli aeroporti, in particolare quelli più piccoli per i quali costa troppo sviluppare un’applicazione di proprietà e per cui risulta più conveniente adottare una app di terzi che trasformi effettivamente un costo in una fonte di ricavi, attraverso la restituzione di un *rebate*”.

È doveroso poi ricordare che, come spiega Gentile, “nell’ambito degli aeroporti vengono racchiusi anche i servizi di handling, che comprendono tutte le attività di assistenza aeroportuale a terra e per i quali è possibile fornire una componente software e maggiormente informatizzata”. Ci sono poi le compagnie aeree; ad esempio la concorrente tedesca Flio ha venduto i servizi della propria app ad easyjet, che li fornisce attraverso la propria applicazione.



Altri progetti, completa sull’argomento il capo azienda, “riguardano le categorie dei produttori di valigie, le agenzie di viaggio (online e offline) e le compagnie telefoniche.

Risultati 2018: solidità patrimoniale e buoni ricavi

I risultati 2018 del riflettono quanto esposto sopra, con un giro d'affari ancora principalmente riconducibile ai servizi di Lost&Found Concierge e in minor parte alle vendite eseguite tramite l'app SosTravel.

Nel 2018 il valore della produzione della società si è attestato a 2,5 milioni, in miglioramento del 34,1% rispetto a 1,9 milioni di fine dicembre 2017 (dati pro-forma), beneficiando dell'incremento delle vendite sul perimetro Safe Bag-related. Il fatturato raggiunto nel 2018 si è confermato in linea con l'obiettivo annuale.



Il breakdown dei ricavi dal lato geografico evidenzia la seguente ripartizione: Francia 39%, Italia 31%, Portogallo 12%, Canada 7%, Svizzera 4%, Russia 3%, Grecia 2% e infine Brasile e Polonia 1%

Risultati 2018: Ebitda positivo ed un sostanziale pareggio

La gestione operativa del 2018 presenta un Ebitda positivo di 474mila, anche se in calo sui 915mila euro del 2017 poiché "sconta l'inserimento programmato della struttura organizzativa a servizio della crescita". Il margine, ricorda Gentile, "ha comunque superato l'obiettivo annuale di 436mila euro, grazie anche a minori costi rispetto alle ipotesi di piano".

Il conto economico sconta poi maggiori ammortamenti, fra i quali quelli riguardanti la quotazione (162mila euro sui 393 mila totali), e gli accantonamenti prudenziali per rimborsi a clienti per 178mila euro. L'Ebit presenta così un dato negativo di 97 mila euro anche se il conto economico chiude in sostanziale pareggio: meno 18 mila euro rispetto all'utile di 608mila del 2017.

CONTO ECONOMICO (€ 000)	2017 Pro-forma	2018	Var a/a
Valore della Produzione	1.861	2.496,0	34,1%
Ebitda	915	473,8	-48,2%
Ebitda margin	49,2%	19,0%	-61,4%
Ammortamenti e svalutazioni	(14)	(392,8)	n.s.
Accantonamenti	(115)	(178,2)	54,4%
Ebit	786	(97,2)	n.s.
Ebit margin	42,2%	n.s.	n.s.
Gestione finanziaria	71	66,7	-5,4%
Risultato ante imposte	856	(30,5)	n.s.
Imposte	(248)	12,5	n.s.
Tax rate	29,0%	n.s.	n.s.
Risultato netto totale	608	(18)	n.s.
Net margin	32,7%	n.s.	n.s.

Fonte: dati societari; elaborazione Market Insight

La solida la struttura patrimoniale, con cassa per 3,3 milioni, si accompagna ad un Date Base con 431.404 clienti (271.456 al 30.6.2018) su un Lost&Found Concierge "SAFE BAG-RELATED" venduti di 1,5 milioni nel 2018. Nel contempo i clienti profilati sono più che raddoppiati a 355 mila ed il download APP è passato da 17 a 49 mila con un progresso del 185% in sei mesi con un download APP complessivo oltre quota 63 mila

STATO PATRIMONIALE (€ 000)	31.12.2017	31.12.2018	Var
Indebitamento finanziario netto	44	(3,267)	(3,311)

Fonte: dati societari; elaborazione Market Insight

Uno scenario positivo in un settore che cresce a doppia cifra

“Stiamo riscuotendo un grandissimo successo in un settore che cresce a doppia cifra e buone notizie anche dall’app, dove siamo già arrivati a 75 mila download e oltre mezzo milione di web application, mente da poco è uscita la nuova release con moltissime novità”.

Più nello specifico, prosegue Gentile, “il trasporto aereo passeggeri negli ultimi 10 anni è quasi raddoppiato (+85% tra 2006 e 2016) e le stime per gli anni futuri implicano un tasso di crescita medio al 2036 del 3,6%, da 4,1 miliardi di passeggeri nel 2017 a 7,8 miliardi nel 2036”. Il mercato del Travel Retail, aggiunge il capo azienda, “ha una dimensione quantificata in 74,9 miliardi di dollari nel 2017, destinati a crescere a 153,7 miliardi nel 2025 con una Cagr 2017-25 del 9,4%”.



Si tratta dunque di un mercato in continua espansione, con volumi crescenti e tanti nuovi consumatori che entrano continuamente e hanno bisogno di strumenti di supporto. Dinamica favorevole per la domanda e per la capacità di SosTravel.com di vendere i propri servizi di assistenza digitale al viaggiatore.

Per quanto riguarda la concorrenza, ci sono altri operatori come la citata Flio, ma SosTravel.com si distingue per la solida crescita organica garantita dalla componente dei ricavi originata da [Safe Bag Related](#). Inoltre, in un mercato ancora tutto da costruire, la presenza di altri concorrenti può essere un aiuto e uno stimolo.

Il Piano Industriale

Il Piano Industriale di SosTravel.com, predisposto in occasione della quotazione su Aim Italia, prevede al 31 dicembre 2019 ricavi pari 4,4 milioni ed un Ebitda di 1,2 milioni, equivalente al 27% dei ricavi.

La crescita, ricorda Il Ceo di SosTravel, “sarà trainata dalle vendite realizzate tramite il canale Safe Bag-related, che nel corso del 2019 si prevede genererà circa 2,9 milioni di ricavi, rispetto a 1,7 milioni del 2017 e 2,5 milioni del 2018. Ma un impulso significativo giungerà dagli altri due canali di vendita: l'Online, per il quale nel 2019 sono previste vendite pari a 0,9 milioni, ed il B2B, per cui si stimano ricavi a 0,6 milioni”.

Significativo lo sviluppo atteso nell'Ebitda poiché il piano prevede una crescita da 0,4 milioni del 2018 a 1,2 milioni nel 2019. Dinamica trainata prevalentemente dall'incremento della clientela a fronte di un significativo aumento del flusso di passeggeri aerei negli aeroporti presidiati dal Gruppo [Safe Bag](#).

Si ricorda che il Piano è stato redatto in ottica “pre-money”, non prendendo in considerazione gli eventuali proventi originati dalla raccolta di capitali connessi al progetto di ammissione delle azioni e dei warrant della Società alle negoziazioni su AIM Italia.

Il “dono” agli azionisti sarà deciso dall'assemblea di [Safe Bag](#) di fine aprile: ne beneficeranno tutti gli azionisti [Safe Bag](#) alla data del 5 agosto 2019

Nella prossima assemblea di [Safe Bag](#), in programma il 29 aprile, il Cda proporrà la distribuzione di un dividendo in natura, attraverso l'assegnazione di azioni SosTravel.com rappresentative del 73,13% del capitale sociale di quest'ultima, pari a circa 13 milioni di euro di valore (e 20% circa di rendimento). Tale operazione consentirà lo scorporo della controllata dal gruppo, come previsto dal Piano Industriale 2018-2022 approvato a fine novembre da [Safe Bag](#).

L'assegnazione avverrà nel rapporto di 140 azioni SosTravel.com ogni 500 azioni [Safe Bag](#). Ad esito dell'operazione [Safe Bag](#), che oggi detiene l'84,26% di SosTravel.com, manterrà una quota pari all'11,13% per ragioni strategiche.

Ad esito dello scorporo, i soci di [Safe Bag](#) si troveranno ad essere azionisti diretti di SosTravel.com. Pertanto, RG Holding sarà titolare del 41,36%, [Safe Bag](#) manterrà l'11,13%, AC Holding Investments avrà il

sostravel.com S.p.A. - Business Plan 18 - 19

(dati in Mil. €)	2018	2019
Ricavi	2,5	4,4
EBITDA	0,4	1,2
<i>Ebitda %</i>	16%	27%
EBIT	0,2	0,8
P&L	n.a.	n.a.
PFN (Cassa) (*)	(0,6)	(1,5)

(*) Non include i proceeds della IPO pari a € 5,2 mil lordo spese

Fonte: dati societari



6,72%, Marchin Investments il 4,72% e Alessandro Notari il 3,2%, mentre il flottante sarà pari al 32,87 per cento.

Un'operazione decisamente vantaggiosa per gli azionisti di **Safe Bag** che, sulla base dell'attuale valutazione di SosTravel.com pari a circa 3 euro per azione e del rapporto di assegnazione, otterranno un dividendo di circa 0,84 euro per ogni azione **Safe Bag**, attualmente valutata 4,6 euro.

Per quanto riguarda SosTravel, lo scorporo consentirà una migliore separazione tra i due business, aumentando il flottante e assegnando gratuitamente agli attuali azionisti di **Safe Bag** una partecipazione in una Società con elevato potenziale di sviluppo, supportata dalla solida crescita

organica determinata dalla componente **Safe Bag** – related.

Banca Finnat consiglia il “buy” con target price 8,2 euro

Lo scorso 9 aprile Banca Finnat ha aggiornato la ricerca sul titolo SosTravel.Com assegnando il rating “Buy” e un target price di 7,8 euro.

Gli analisti sottolineano innanzitutto la progressiva crescita del mercato di riferimento, con un numero di viaggiatori aeroportuali previsto in aumento da 3,7 miliardi del 2016 a 7,2 miliardi nel 2035. SOS Travel, spiegano gli esperti, “intende aggredire il 10% di questo mercato globale, focalizzandosi su Paesi target quali Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Svizzera, Polonia e Russia”.



Ma c'è pure altro in quanto, come scrivono gli analisti di Banca Finnat, “la piattaforma digitale è innovativa ed integrata, ma anche caratterizzata da un'ampia semplicità d'uso, in grado di configurarsi quale ‘aggregatore’ di servizi ed informazioni a supporto del viaggio e a beneficio del viaggiatore”.

Gli analisti stimano quindi per il periodo 2019-2022 una crescita media dei ricavi superiore al 50% per giungere a fine piano ad un fatturato di 15,74 milioni rispetto ai 2,5 del 2018. Analogo lo sviluppo dell'Ebitda, che nel 2022 dovrebbe portarsi a 8 milioni circa rispetto agli 0,4 milioni del 2018.

“I margini di recupero del titolo in Borsa si confermano consistenti”

SosTravel quota oggi in area 3 euro e quindi si colloca ben al di sotto del prezzo di collocamento, avvenuto nove mesi fa a 5,6 euro. Una penalizzazione su cui si sono riflessi una pluralità di fattori, “molti dei quali estranei a quei fondamentali che si confermano oggi positivi”.



E fra i tanti motivi, come sottolinea Gentile, “non deve essere sottovalutato anche quello correlato alla necessità di far comprendere agli investitori il modello di business e le sue potenzialità di sviluppo. Uno sforzo che deve essere ora esteso anche all’operazione di scorporo da [Safe Bag](#), che forse non è stata pienamente capita dal mercato”.

Questa iniziativa si pone si pone infatti anche “l’obiettivo di contrastare la penalizzazione inferta ai titoli quotati all’Aim per la scarsa liquidità strutturale del mercato. In assenza di un numero adeguato di compratori si determina infatti un forte calo dei prezzi quando un investitore decide di uscire dall’investimento anche per questioni indipendenti dall’andamento del business”.

Siamo quindi convinti che “la capacità di centrare i target fissati dal piano e di confermare le stime dovrebbe consentire al titolo un graduale recupero, grazie anche ad una maggiore comprensione delle linee di business e alla chiarezza, anche in termini di lettura di conto economico, determinata dallo scorporo da Safe Bag”.