RACCOMANDAZIONE
BUY

Target Price
€ 1,62

CastaDiva Group

Settore: Media & Advertising
Codice di negoziazione Bloomberg: CDG IM
Mercato AIM

Prezzo al 17/05/2019
€ 0,978

Capitalizzazione di Borsa:	12.436.128 €
Numero di azioni:	12.715.877
Patrimonio netto 2018:	7.817.135 €
Outstanding warrants (1:1)*:	170.289

*Vedi pag 15

Data ed ora di produzione:
20.05.2019 ore 15.00

Data ed ora di prima diffusione:
20.05.2019 ore 15.30

Ufficio Ricerca ed Analisi

Gian Franco Traverso Guicciardi (AIAF)
Tel. +39 0669933.440
Tatjana Eifrig
Tel. +39 0669933.413
Stefania Vergati
Tel. +39 0669933.228
E-mail: ufficio.studi@finnat.it

CDG rafforza il proprio business

- Casta Diva Group è attiva, a livello internazionale, nel settore della comunicazione. Realizza spot, branded content, video virali, contenuti digitali, film, serie TV ed eventi.
- Il Gruppo opera attraverso tre aree di business: "Video content production" (produzione e post produzione di spot pubblicitari, video digitali, video per eventi e corporate, documentari, film e tv); "Live Communication & Entertainment" (ideazione e creazione di eventi corporate, B2B ed incentive per aziende ed Enti pubblici e privati, live show ed entertainment) e "Communication Strategy & Digital" (creazione di piani strategici di comunicazione, produzione di creatività e realizzazione degli assets di comunicazione ideati).
- CDG, tramite la controllata Casta Diva Events, ha ottenuto da Simest un finanziamento di 988 mila euro destinato al rafforzamento della branch Casta Diva Dubai.
- District si è aggiudicata, tramite la controllata G.2 Eventi Srl, un contratto da 1,2 milioni di euro per l'organizzazione della 30sima edizione del "Summer Universiade Napoli 2019", evento sportivo che coinvolge studenti universitari da tutto il mondo.
- Per il periodo previsionale 2019-2023 stimiamo un valore della produzione in crescita ad un tasso medio annuo pari al 5%. L'Ebitda dovrebbe poter registrare un cagr 2018-2023 pari al 43,7%. Il Risultato netto di Gruppo dovrebbe passare da una perdita stimata a 660 mila euro nel 2019 a 1,5 milioni di euro a fine periodo previsionale.

Anno al 31/12 (k €)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
Valore della Produzione	34.845	35.916	38.792	41.981	43.093	44.425
Valore Aggiunto	4.367	5.815	6.648	8.016	8.787	9.706
EBITDA	837	1.875	2.513	3.606	4.288	5.140
EBIT	-667	315	980	2.009	2.622	3.696
Utile netto	-801	-660	-308	509	830	1.471
Cash Flow	496	194	1.031	1.972	2.648	3.327
PFN	-791	-2.264	-1.852	-306	1.952	4.686
ROE	-	-	-	7,44	10,61	16,27

Fonte: Casta Diva Group; Stime: Banca Finnat

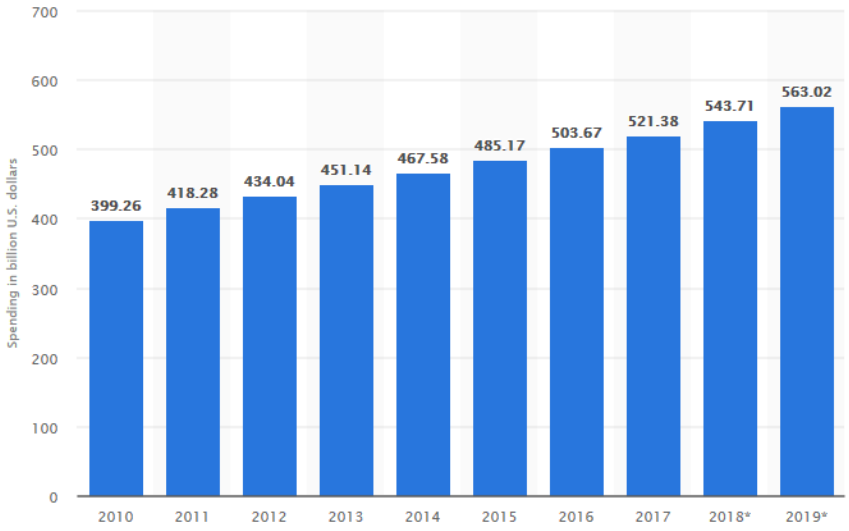
IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Il Mercato di Riferimento

CastaDiva Group è attiva, a livello mondiale, nel settore della comunicazione. In particolare, si occupa della produzione di spot, branded content, video virali, contenuti digitali, film, serie tv ed eventi aziendali.
Il Gruppo è presente in 4 continenti con sedi in 15 città.
La società è operativa attraverso tre Business Units dedicate, rispettivamente, a *"Video content production"* (produzione e post produzione di spot pubblicitari, video digitali, video per eventi e corporate, documentari, film e tv), *"Live Communication & Entertainment"* (focalizzata sulla ideazione e creazione di eventi corporate, B2B ed incentive per aziende ed Enti pubblici e privati, live show ed entertainment) e *"Communication Strategy & Digital"* (creazione di piani strategici di comunicazione, produzione di creatività e realizzazione degli assets di comunicazione ideati).

Nel 2017 il mercato globale dell'advertising ha registrato una spesa complessiva pari a 521,38 miliardi di dollari (+3,5%) rispetto ai 503,67 miliardi di dollari del 2016. Per il 2018 è prevista una crescita della spesa globale nel settore dell'advertising del 4,3% a 543,71 miliardi di dollari.

Global advertising spending from 2010 to 2019 (in billion U.S. dollars)

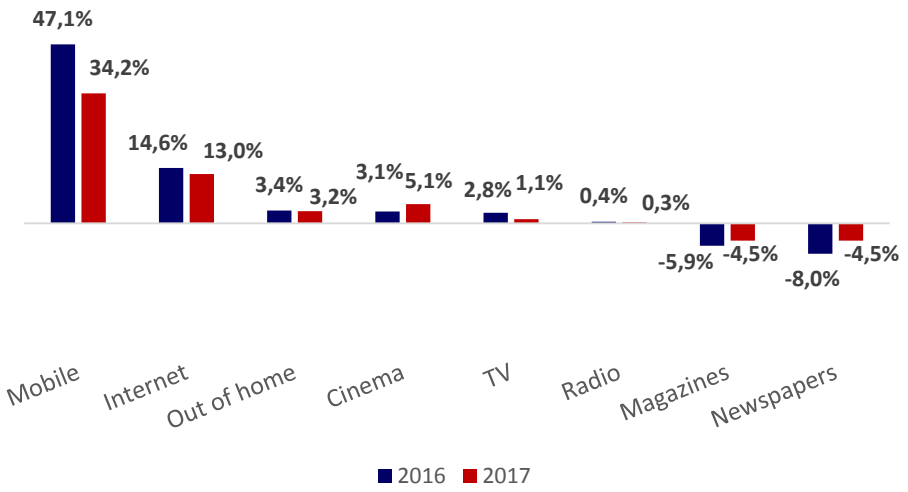


Fonte: Statista

In particolare, è risultata in forte crescita la spesa destinata ai dispositivi mobili (+34,2%), seguita da internet (+13%), cinema (+5,1%) e TV (+1,1%).
E' risultata, invece, in calo (-4,5%) la spesa destinata a riviste e quotidiani.

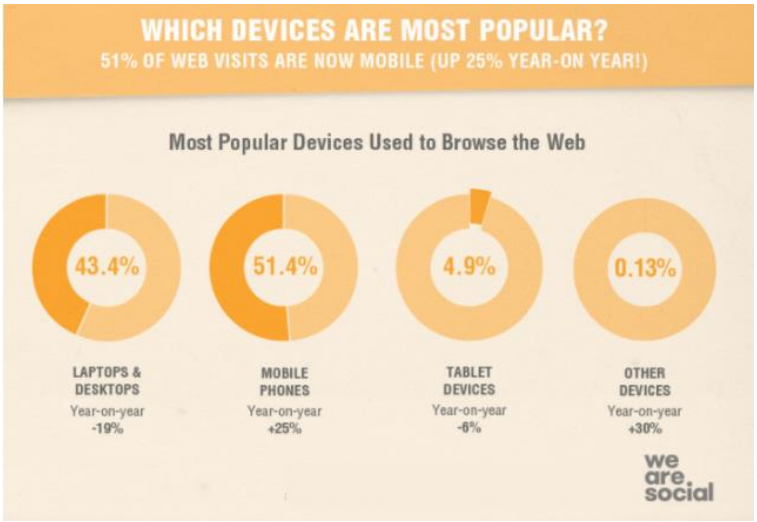
IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Change of advertising spending by category



Fonte: Statista

La "rete" oramai raggiunge un pubblico sempre più vasto attraverso, soprattutto, i canali digitali. Infatti, il settore pubblicitario risulta in continua crescita spinto sempre di più da investimenti in *digital advertising* i quali hanno raggiunto i 2,65 miliardi di euro nel 2017, con un incremento di circa il 13% rispetto all'anno precedente.
A favorire questa crescita è il comparto dell'*advertising sui social network* che rappresenta quasi la metà del *digital advertising*.
Questa tendenza è giustificata da un sempre più crescente utilizzo di internet a livello globale, sia per dispositivi fissi che mobili. Circa il 51,4% degli utenti internet utilizza oramai il cellulare per navigare sul web (+25% rispetto al 2016); il 43,4% utilizza il pc (-19%); solo il 4,9% ricorre ai tablet per la navigazione web (-6% rispetto al 2016).



L'attuale tendenza del mercato globale dell'advertising, che evidenzia una forte crescita del settore digitale rispetto agli altri settori tradizionali, appare particolarmente trainata dal comparto dei "video content" e soprattutto dall'utilizzo dei "live video" sui social networks. Entro il 2019 i video dovrebbero pesare per l'80% sul traffico internet complessivo.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

In merito alla business unit dedicata agli eventi ed all'entertainment, il mercato di riferimento viene comunemente denominato "MICE Market" (Meetings & Conventions, Incentives, Exhibitions).
Il settore si divide in quattro aree principali: *Prodotti, Servizi, "Sector-enablers"* ("facilitatori"), come per esempio i "DMCs" (Destination Management Company/società locali che facilitano i lavori sul posto grazie alla loro conoscenza approfondita delle migliori locations e delle autorità competenti) e *"Sector-system enablers"* per i servizi ancillari quali, ad esempio, la sicurezza. Il MICE Market è previsto in crescita ad un tasso medio annuo 2017-2021 pari al 6,93%.

AREA	COMPONENTS	SAMPLE SUBCOMPONENTS		
MICE PRODUCTS	Meetings	Meetings		
	Incentives	Incentives		
	Conventions	Congresses	Conferences	
	Exhibitions	Trade shows	Consumer shows	
MICE SERVICES	Core services	Event management services	Transport & access services	Lodging & food services
	Ancillary services	Culture	Sun & beach	Nature
		Sports	Health & wellness	Urban
MICE SECTOR-ENABLERS	Industry planning			
	Destination promotion & planning (DMCs, Convention Bureaus)			
	Sales & facilitation			
	Research & statistics			
MICE SECTOR-SYSTEM ENABLERS	Security			
	Health & safety			
	Environmental sustainability			
	Infrastructure			

Fonte: CastaDiva Group

Uno dei principali drivers per lo sviluppo di questo mercato è la crescente digitalizzazione, a livello globale, dei settori che ne fanno parte (meetings e conventions, incentives, exhibitions). Con la digitalizzazione, infatti, le prenotazioni ed i pagamenti diventano più rapidi e sicuri grazie alla disponibilità di diverse opzioni tra le quali le opzioni di pagamento virtuale.

Meetings e Conventions

Nel corso degli ultimi anni i meetings a livello internazionale si sono sempre più affermati quali veri e propri eventi.
I meetings (agosto 2018), nella forma di conference/tradeshow, sono stati circa il 15% in Nord America, il 18% in Europa ed il 16% in Asia Pacific. Gli eventi di training si sono concentrati per il 30% in Nord America, per il 24% in Europa, per il 26% in Centro e Sud America e per il 23% in Asia Pacific. I meetings per il lancio di nuovi prodotti si sono svolti per un 13% ciascuno in Centro e Sud America, Europa e Nord America e per un 14% in Asia Pacific.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Meetings Activity by Type

Percentage of total meetings

	NORTH AMERICA	EUROPE	CENTRAL/S. AMERICA	ASIA PACIFIC
Internal Team Meeting/Training	30%	24%	26%	23%
Product Launch (Internal/External)	13%	13%	13%	14%
Conference/Tradeshow	15%	18%	12%	16%
Senior Leadership Meeting/Board Meeting	16%	15%	19%	16%
Client/Customer Advisory Board	15%	18%	14%	16%
Incentive/Special Event	11%	12%	17%	15%

American Express Meetings & Events North American, European, Asia Pacific, and Central/South American Surveys, 2018

I costi per partecipante si aggirano intorno ai 1.571 dollari in Europa, 1.910 dollari in Asia Pacific, 1.223 dollari in Nord America e 1.640 dollari in Centro e Sud America. Per il lancio di nuovi prodotti si stima un costo pro capite di 1.942 dollari in Centro e Sud America, 1.785 dollari in Asia Pacific e 1.434 dollari in Europa. In Nord America il costo medio è di 1.463 dollari a partecipante.

Cost per Attendee (excluding air cost)

	NORTH AMERICA	EUROPE	CENTRAL/S. AMERICA	ASIA PACIFIC
Internal Team Meeting/Training	$1,259	$1,004	$1,394	$1,576
Product Launch (Internal/External)	$1,463	$1,434	$1,942	$1,785
Conference/Tradeshow	$1,223	$1,571	$1,640	$1,910
Senior Leadership Meeting/Board Meeting	$1,434	$1,446	$1,817	$1,907
Client/Customer Advisory Board	$1,336	$1,400	$1,634	$1,757
Incentive/Special Event	$1,679	$1,590	$2,070	$1,957

American Express Meetings & Events North American, European, Asia Pacific, and Central/South American Surveys, 2018

Il numero medio di partecipanti alle conference (stima 2019) è previsto in crescita dello 0,73% in Nord America, dello 0,88% in Europa e dell'1,52% in Centro e Sud America. I partecipanti ai meetings dedicati al lancio di nuovi prodotti si stima potrebbero aumentare dell'1,08% in Europa, dell'1,37% in Centro e Sud America e dell'1,49% in Nord America.

Number of Attendees

2019 vs. 2018

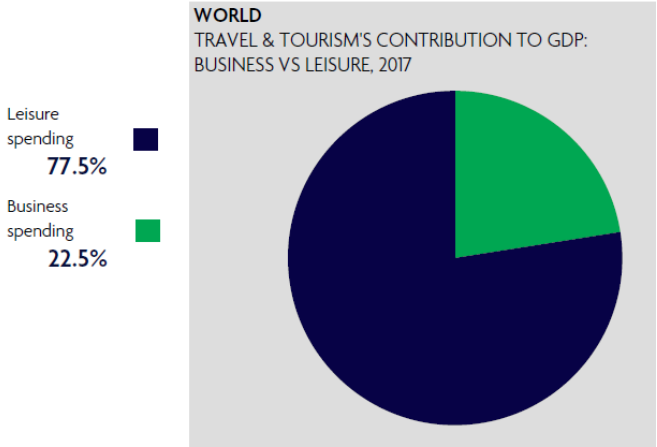
	NORTH AMERICA	EUROPE	CENTRAL/S. AMERICA	ASIA PACIFIC	GLOBAL HOTELIERS
Internal Team Meeting/Training	1.07%	0.98%	0.89%	0.12%	0.94%
Product Launch (Internal/External)	1.49%	1.08%	1.37%	0.77%	1.44%
Conference/Tradeshow	0.73%	0.88%	1.52%	0.61%	2.29%
Senior Leadership Meeting/Board Meeting	0.77%	0.62%	1.43%	1.00%	1.00%
Client/Customer Advisory Board	1.47%	1.53%	2.25%	0.79%	1.35%
Incentive/Special Event	1.31%	1.57%	2.10%	1.20%	2.35%

American Express Meetings & Events North American, European, Asia Pacific, and Central/South American Surveys, 2018

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Incentives

Il settore degli "incentives" ("business travel") ha generato, nel 2017, una spesa globale pari a 1,23 trilioni di dollari, pari al 22,5% della spesa totale in "Travel & Tourism".



Fonte: World Travel & Tourism Council

Con una spesa totale di 753,5 miliardi di dollari (61% del totale), Usa, Cina, Germania, Gran Bretagna, Giappone ed Italia sono risultati i principali Paesi per spesa corrente in "business travel".

Absolute terms In which countries was spending on business travel (absolute terms) highest in 2017?	2017
Business Travel Spending	2017 constant US$bn
1 United States	301.0
2 China	188.6
3 Germany	84.4
4 United Kingdom	71.5
5 Japan	69.0
6 Italy	39.0
7 France	34.5
8 Canada	28.6
9 Sweden	22.4
10 Philippines	18.2

Fonte: World Travel & Tourism Council

Per il 2018 la spesa in business travel, a livello globale, è prevista in crescita del 4,07% a 1,28 trilioni di dollari per raggiungere gli 1,756 trilioni di dollari nel 2028. (Fonte: Technavio)

I drivers di tale crescita risulteranno essere:

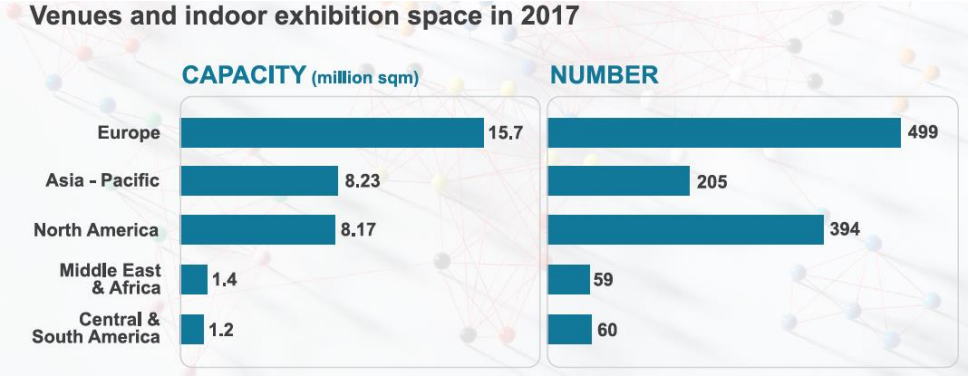
- il miglioramento tecnologico che facilita gli agenti di viaggio ed i loro clienti ad accedere ai dati di viaggio, confrontare le opzioni di prenotazione e prenotare quella più efficiente ed economica.
  La disponibilità di funzionalità tecnologicamente avanzate sta aiutando la crescita di questo mercato in quanto riduce il tempo sprecato dalle società nell'organizzare i viaggi.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

- La digitalizzazione dei pagamenti. Il pagamento virtuale consente agli utenti di addebitare all'azienda i costi del soggiorno e le spese senza la necessità di utilizzare una carta di credito, una carta di debito od un altro servizio bancario. Questo metodo di pagamento risulta sicuro in quanto le transazioni sono intese per uso individuale e scopi specifici come il pagamento della camera d'albergo.
- La disponibilità di servizi di business gratuiti negli hotel attrae sempre più clienti. Ad esempio gli hotel offrono agli utenti la connessione Wi-Fi gratuita che consente loro di rimanere in contatto con i propri uffici, contribuendo dunque ad aumentare la loro produttività.

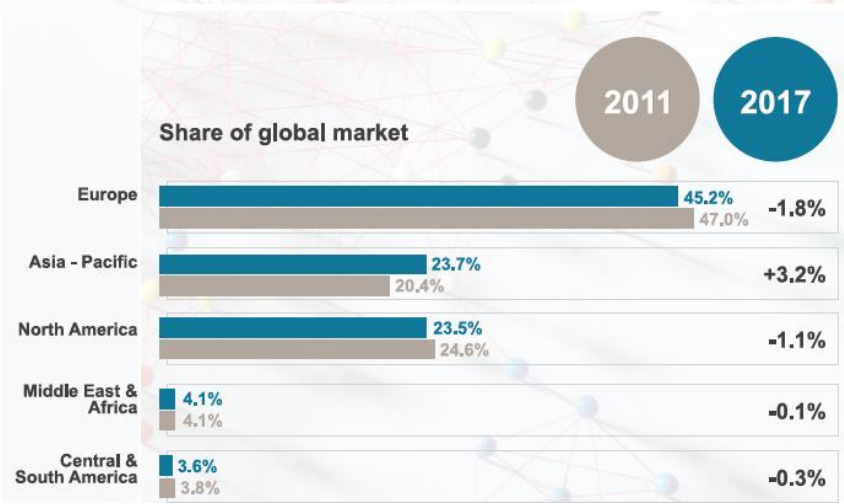
Exhibitions

In merito al segmento delle "exhibitions", nel 2017 il numero di sedi a livello globale è cresciuto dell'1,8% raggiungendo le 1.217 unità.
L'Europa si posiziona al primo posto, con 499 sedi, seguita dal Nord America con 394 ed Asia Pacific con 205 sedi. Un minor numero di locations è presente in Centro e Sud America (60) ed in Medio Oriente e Africa (59).



Fonte: UFI World Map of Exhibition Venues 2017 (Revised in June 2018)

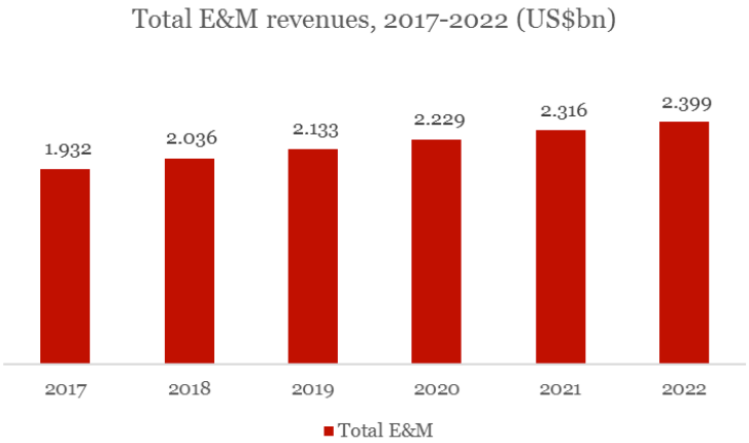
Nel 2017, di tale mercato, l'Europa ha detenuto una quota pari al 45,2% (in calo dell'1,8% rispetto al 2011); l'Asia Pacific il 23,7% (+3,2% dal 2011) ed il Nord America il 23,5% (-1,1%). Residuali le quote di Medio Oriente ed Africa (4,1%) e Centro e Sud America (3,6%).



Fonte: UFI World Map of Exhibition Venues 2017 (Revised in June 2018)

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Il mercato dell'"Entertainment & Media" (E&M) ha generato, nel 2017, a livello globale, ricavi per 1.932 miliardi di dollari. Tale mercato si prevede possa raggiungere i 2.399 miliardi di dollari nel 2022 ad un tasso medio annuo di crescita (cagr 2017-2022) pari al 4,4%.

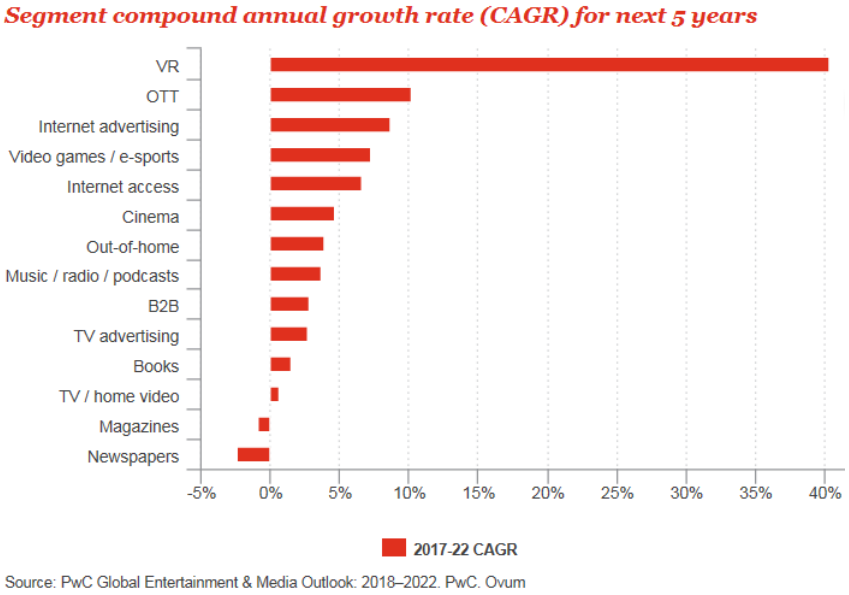


Fonte: Pwc Global Entertainment & Media Outlook 2018–2022

Nel 2018 il mercato dell'*Entertainment* si stima raggiungerà i 2.036 miliardi di dollari di ricavi e circa il 51% di questi deriveranno dal comparto digital.

In merito alla spesa degli utenti finali in *Entertainment & Media*, questa ha toccato, nel 2017, quota 824 miliardi di dollari con un incremento del 4% rispetto al 2016. Per il periodo 2018-2022 è attesa una crescita ad un tasso medio annuo del 3,1%.

In particolare, il segmento col maggior tasso di crescita è previsto possa essere quello della "virtual reality" (40,4%). Cinema ed out-of-home cresceranno a tassi inferiori al 5% mentre TV advertising e home video è previsto possano incrementarsi a cagr 2018-2022 inferiori al 2,5%.



IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

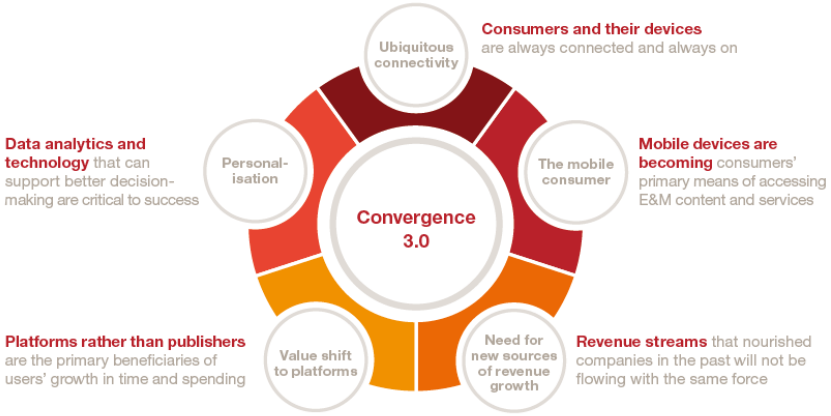
A livello geografico, i principali mercati previsti in ascesa saranno la Nigeria e l'Egitto per i quali si prevedono tassi di crescita medi annui, rispettivamente, del 21% e del 17,1%. Europa Occidentale e Nord America sono attesi in crescita ad un cagr 2018-2022 intorno al 3%.

I principali drivers del mercato dell'*Entertainment & Media* saranno rappresentati da:

- *Connettività Anytime e Anywhere:* il numero di connessioni Internet mobili ad alta velocità aumenterà di 2,2 miliardi a livello globale entro il 2022, espandendo notevolmente il mercato del consumo di contenuti mobili a velocità più elevate.
- *Consumatore mobile:* in quasi tutti i mercati il dispositivo mobile è divenuto il mezzo principale dei consumatori per accedere a contenuti e servizi. Ciò rende la connessione mobile sempre più importante per gli inserzionisti.
- *Necessità di nuove fonti di crescita dei ricavi:* le società di telecomunicazioni stanno cercando di ampliare il proprio business attraverso contenuti "Entertainment & Media" per rivitalizzare la loro crescita.
- *Maggior valore delle piattaforme:* social media e piattaforme tecnologiche stanno superando i tradizionali distributori di contenuti sia nel catturare l'attenzione dei consumatori sia nell'acquisire una quota crescente della spesa complessiva degli utenti finali. Tale dinamica ha alimentato l'ascesa dei "supercompetitor".
- *Personalizzazione:* i consumatori tendono a rifiutare esperienze di fruizione e contenuti non personalizzati. Di conseguenza, per tutte le aziende sta assumendo sempre maggiore importanza l'utilizzo di strumenti di Data Analytics ed Intelligenza Artificiale per personalizzare le proprie offerte.

Exhibit 3: Five fundamental drivers of change

A handful of factors combine to create a new style of convergence.



Source: PwC

In Italia il mercato dell'E&M ha raggiunto, nel 2017, i 32,8 miliardi di ricavi ed il tasso medio annuo di crescita previsto per il periodo 2018-2022 è stimato intorno al 4,5% per raggiungere i 41 miliardi di euro nel 2022.
Tra i paesi dell'Europa Occidentale l'Italia si colloca al secondo posto in termini di velocità di crescita preceduta solo dalla Grecia.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Attività & Strategie

Casta Diva Group S.p.A. è operativa, a livello globale, nel settore della comunicazione attraverso la realizzazione di spot, video virali, contenuti digitali, film, serie tv e corporate events.

Il Gruppo è presente, attualmente, in 4 Continenti con sedi in 15 città.

Fonte: Casta Diva Group

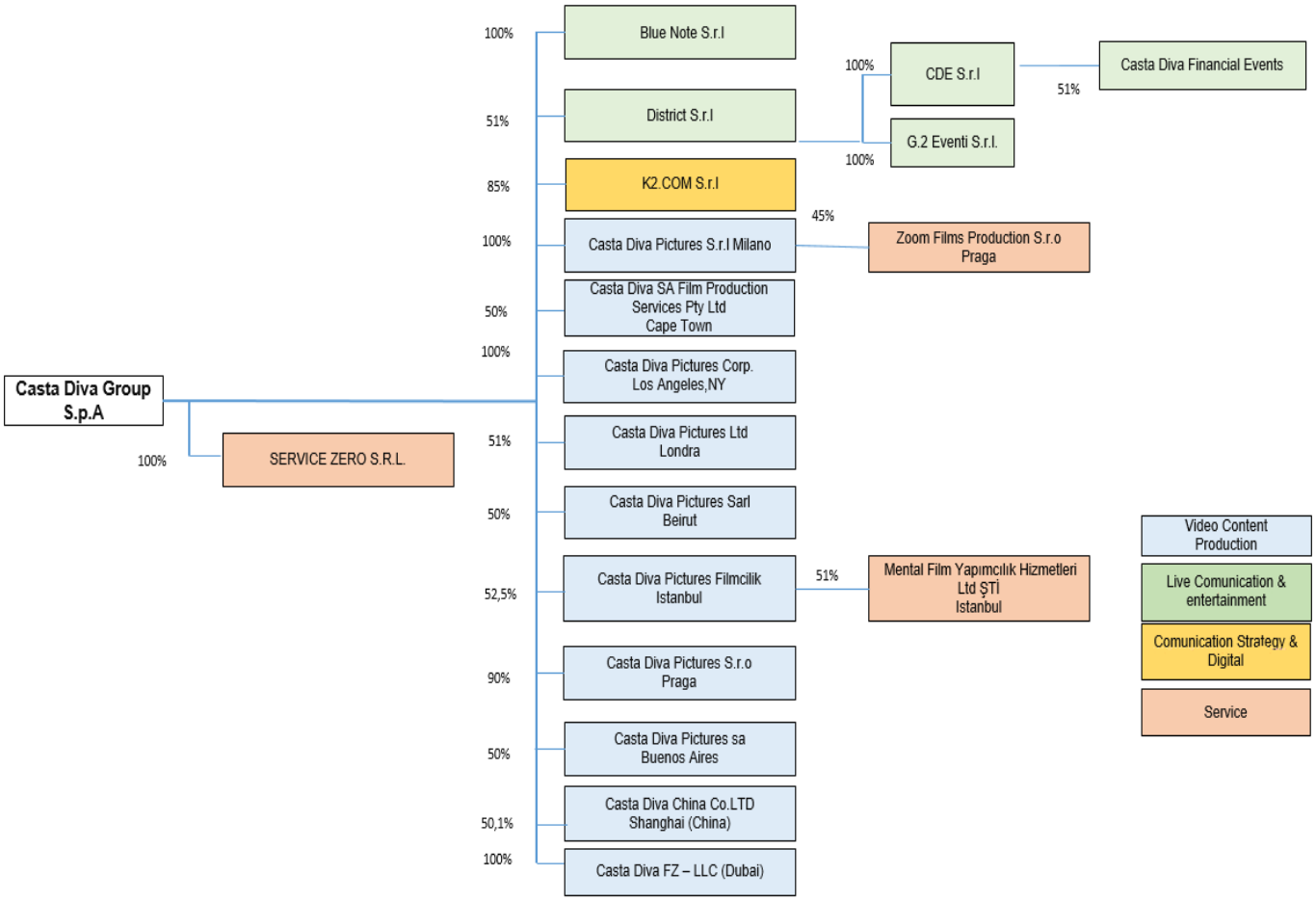
Attualmente 14 controllate fanno direttamente capo alla Holding quotata "Casta Diva Group S.p.A.".

L'azienda opera attraverso tre aree di business (BU):

- ***Video content production*** (produzione e post produzione di spot pubblicitari, video digitali, video per eventi e corporate, documentari, film e tv).
- ***Live Communication & Entertainment*** (ideazione e creazione di eventi corporate, B2B ed incentive per aziende ed Enti pubblici e privati, live show ed entertainment).
- ***Communication Strategy & Digital*** (creazione di piani strategici di comunicazione, produzione di creatività e realizzazione degli assets di comunicazione ideati).

La BU "Video Content Production" è operativa, con il brand "Casta Diva Pictures", attraverso una pletora di società operative a livello internazionale.
La Business Unit "Live Communication & Entertainment" è operativa attraverso la nuova società "District" (all'interno della quale sono presenti le società Casta Diva Events e G.2 Eventi) ed attraverso "Blue Note".
La BU "Communication Strategy & Digital" opera tramite "K2Com" la quale si occupa di tutte le attività commerciali del Gruppo nonché dei contenuti creativi delle varie entities.
Il Gruppo controlla anche tre società (Zoom Films, Mental Film e Service Zero) dedite a servizi, principalmente di natura amministrativa ed a sostegno della produzione. In particolare, Service Zero fornisce a tutte le consociate servizi di amministrazione, contabilità, IT e servizi generali ed è partecipata al 100% da CDG.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA



Fonte: Casta Diva Group

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

BU Video Content Production

La Business Unit "Video Content Production", operativa con il brand "Casta Diva Pictures", realizza, a livello internazionale, spot pubblicitari, video digitali e video content, video per eventi e corporate, documentari, film e serie tv. CDP si occupa anche dei servizi ed attività post-produzione.
Questo segmento si occupa anche di tutti i nuovi formati video tra i quali i "branded content", ovvero contenuti audiovisivi creati per attirare il pubblico a prescindere dal marchio pubblicizzato. Si tratta, per lo più, di video digitali, cortometraggi d'autore o web series.

Per favorire lo sviluppo della BU "Video Content Production" il Gruppo punta, inoltre, allo sviluppo di format proprietari in ambito cinema e serie tv.

Il peso della BU *Video Content Production* sul fatturato complessivo di Gruppo 2018 è stato pari al 34,91%.

BU Live Communication & Entertainment

La Business Unit "Live Communication & Entertainment" crea ed organizza, principalmente in Italia, convention, eventi web, road show, forums, stand fieristici, team building, lanci di prodotti ed eventi esperienziali per aziende ed Enti Pubblici. Essa si occupa anche di live shows ed entertainment.

Tale Bu è operativa attraverso la società "District". Le attività di live show ed entertainment sono, invece, gestite con il brand "Blue Note" ed il nuovo programma "Blue Note Off".

Nel 2018 il fatturato della BU *Live Communication & Entertainment* ha pesato per il 64,47% sui ricavi complessivi del Gruppo.

In aprile Casta Diva Events, controllata al 100% da District, ha ottenuto da SIMEST un finanziamento di 988 mila euro destinato al rafforzamento di Cast Diva Dubai, costituita a fine 2018 in vista dell'EXPO 2020. Tale finanziamento prevede un periodo di preammortamento di 2 anni e la restituzione nei successivi 48 mesi.

Sempre in aprile, District si è aggiudicata, tramite la controllata G.2 Eventi Srl e nell'ambito di una gara internazionale indetta dall'"Agenzia Regionale Universiadi", un contratto da 1,2 milioni di euro per l'organizzazione della 30sima edizione del "Summer Universiade Napoli 2019". Si tratta di un evento sportivo, secondo solo alle Olimpiadi, che coinvolge studenti universitari di tutto il mondo e nell'ambito di tale evento G.2 Eventi si occuperà dei servizi di progettazione, organizzazione, allestimento e gestione di tutti gli eventi in programma nonché dei servizi necessari al pieno svolgimento della manifestazione.

Le attività di live show ed entertainment sono, invece, gestite con il brand "Blue Note" ed il nuovo programma "Blue Note Off".
Il "Blue Note" di Milano si occupa, principalmente, di concerti live B2C. Esso ospita circa 350 eventi all'anno dei quali 320 si riferiscono a concerti e 30 ad eventi corporate. In media, vengono venduti 60.000 biglietti annui per assistere ai concerti della normale programmazione.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Il programma "Blue Note Off", invece, si pone come obiettivo quello di portare il jazz in location unconventional in diverse parti della città di Milano.
Sono, inoltre, in trattativa alcuni eventi che si terranno durante il periodo estivo in diverse località turistiche.

Tra i clienti del Blue Note Off troviamo:

Per favorire lo sviluppo di questa BU, il Gruppo punta a:

- l'ampliamento dei mercati UAE, Cina e USA;
- la diversificazione del business degli eventi;
- la costituzione/acquisizione di società sia in Italia che all'estero;
- l'aumento di eventi B2B e B2C con il nuovo brand "Blue Note Off".

BU Communication Strategy & Digital

La BU "Communication Strategy & Digital" si occupa della creazione di piani strategici di comunicazione, produzione di creatività e realizzazione degli assets di comunicazione ideati.
L'obiettivo è quello di analizzare il mercato, studiare il prodotto/servizio, individuare soluzioni innovative e pianificare e realizzare i progetti di comunicazione per conto dei clienti.
Tale BU si occupa di coprire tutte le attività legate all'intero comparto creativo, realizzando campagne di comunicazione integrata crossmediale, sfruttando l'interazione tra tecnologia e creatività e tenendo al centro della progettazione il cliente e le sue esigenze di vendita.
Inoltre, nel mondo della live communication, si occupa di progettare live shows, eventi corporate e consumer, oltre ad avere un comparto di graphic design totalmente interno.

Il peso della BU *Communication Strategy & Digital* sul fatturato complessivo di Gruppo 2018 è stato pari allo 0,37% (si ricorda che la costituzione di quest'area di business è avvenuta a fine 2018).

La BU "Communication Strategy & Digital" opera attraverso "K2COM", composta da professionisti locali ed internazionali provenienti dal mondo della "communication strategy" e della creatività.
K2Com offre i propri servizi a tutte le aziende clienti del Gruppo che necessitano di un nuovo approccio integrato alla comunicazione e fornisce loro risorse dedicate, coordinando tutte le offerte del Gruppo in un unico piano strategico e di produzione.

Inoltre, K2COM è in gara per un evento a Dubai e per alcuni eventi promossi da clienti target in Italia.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

La Bu Communication Strategy & Digital punta a rafforzare e coordinare tutte le iniziative di comunicazione delle società del Gruppo sia per acquisire nuova clientela sia per aumentare la propria offerta alla clientela già esistente.

K2COM al suo interno è composta dai seguenti dipartimenti:

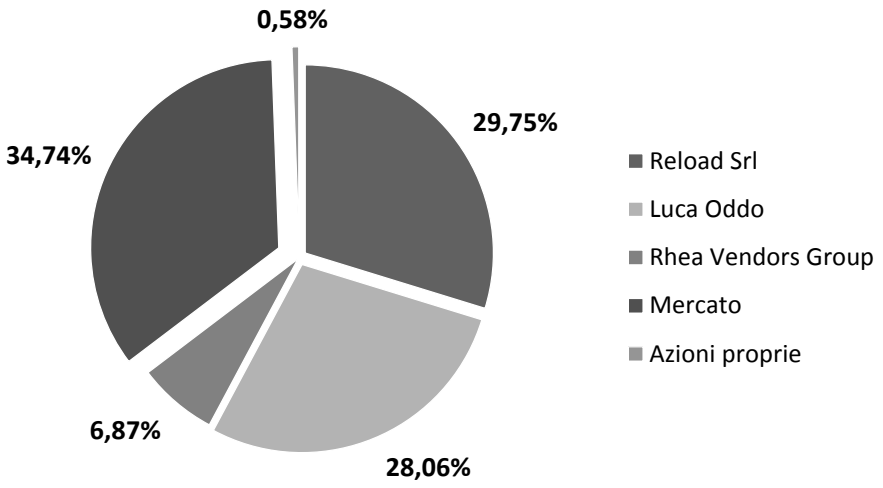
- Strategy & Media
- Ideas & Creativity
- Multi-platform Contents
- Events Lab
- Music Factory
- Digital Hub Live Entertainment
- Production House
- Cinema & TV
- Post-production Studio

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Azionariato

Il capitale sociale di Casta Diva Group è detenuto, attualmente, per il 29,75% da "Reload Srl", per il 28,06% da Luca Oddo e per il 6,87% da Rhea Vendors Group. Il 34,74% è costituito da flottante sul mercato mentre lo 0,58% è costituito da azioni proprie (pari a n. 73.500 azioni)(*).

Il capitale sociale di CDG ammonta, attualmente, a 6.121.477,50 euro suddiviso in n° 12.715.877 azioni.



Fonte: Casta Diva Group; (*) schema a tendere del Gruppo a seguito del recesso dei soci Luca Oddo e Rhea Vendors dalla società Reload Srl come da Comunicati stampa del 28 febbraio 2019 e del 3 aprile 2019.

Gli outstanding warrants, assegnati in sede di emissione delle prime due tranche del prestito obbligazionario convertibile (già interamente convertito) stipulato con Bracknor e di cui è avvenuta la risoluzione ad ottobre 2017, ammontano a n. 170.289. La loro scadenza è prevista:

- al 6 luglio 2020 per i warrants della prima tranche (n. 83.333 warrants) ad un prezzo di esercizio pari a 2,30 euro;
- al 20 settembre 2020 per i warrants della seconda tranche (n. 86.956 warrants) ad un prezzo d'esercizio pari a 2,40 euro.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Risultati al 31.12.2018

EUR (K)	2017	2018	VAR %	2018E
Ricavi netti	**24.389**	**33.112****	***35,77***	***28.226***
BU Video Content Production	*15.262*	*11.559*	*-24,26*	*11.289*
BU Live Communication & Entertainment	*9.127*	*21.346*	*133,88*	*16.657*
BU Communication Strategy & Digital	-	*124*	-	*280*
Valore della produzione	**23.525**	**34.845**	***48,12***	**30.349**
Materiali	1.158	585	*-49,48*	1.644
%	*4,92*	*1,68*		*5,42*
Servizi	17.077	29.348	*71,86*	22.583
%	*72,59*	*84,23*		*74,41*
Beni di Terzi	586	544	*-7,17*	745
%	*2,49*	*1,56*		*2,45*
VALORE AGGIUNTO	**4.704**	**4.367**	***-7,16***	**5.377**
%	*20,00*	*12,53*		*17,72*
Costo del lavoro	3.367	3.530	*4,86*	4.304
%	*14,31*	*10,13*		*14,18*
EBITDA	**1.337**	**837**	***-37,40***	**1.003**
%	*5,68*	*2,40*		*3,30*
EBITDA ADJUSTED*	-	**2.337**	-	**2.002**
Ammortamenti	914	1.223		961
Svalutazioni	1.085	281		210
EBIT	**-662**	**-667**	-	**-168**
%	-	-		-
EBIT ADJUSTED*	-	**833**	-	**831**
Oneri (Proventi) finanziari	399	552		250
Utile Ante Imposte	**-1.061**	**-1.219**	-	**-418**
%	-	-		-
Imposte	254	(605)		-
Tax rate (%)	-	-		-
RISULTATO NETTO	**-1.315**	**-614**	-	**-418**
Minorities	393	187		705
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	**-1.708**	**-801**	-	**-1.123**
%	-	-		-
RISULTATO NETTO ADJUSTED*	-	-	-	**-124**
Cash Flow	-3.279	496	-	**-1.440**
PFN	1.837	-791		-3.050

Fonte: Casta Diva Group; Rielaborazioni: Banca Finnat; (**) nei ricavi netti di vendita sono compresi 83 mila euro realizzati dalla capogruppo; (*) al lordo di oneri straordinari e non ricorrenti relativi a: distribuzione di bonus agli amministratori; integrazione di G.2 e MeTe; cessione di Anteprima Video in Casta Diva Pictures; implementazione di un nuovo sistema IT; trasferimento delle sedi delle società CDE, CDP, K2COM E CDG; impatto della svalutazione di Lira Turca e Peso Argentino ed oneri relativi all'avvio delle filiali estere di Shangai, Dubai e Los Angeles.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Il Gruppo CDG chiude il 2018 con ricavi netti in crescita del 35,77% a 33,1 milioni di euro (28,2 milioni di euro le nostre stime), spinti principalmente dalla BU *"Live Communication & Entertainment"* (+133,88%) la quale ha beneficiato degli apporti da parte della nuova costituita District. La BU *"Video Content Production"* ha sofferto di un calo del fatturato del 24,26% per effetto sia della variazione dell'area di business rispetto all'esercizio precedente sia del decremento dei ricavi delle controllate in Turchia ed Argentina a causa delle crisi valutarie che hanno interessato tali Paesi.
Il valore della produzione si è attestato a 34,8 milioni di euro, in crescita del 48,12% rispetto ai 23,5 milioni di euro dell'esercizio precedente e del 14,8% rispetto a quanto da noi stimato (30,3 milioni di euro).
Un sensibile incremento dei costi per servizi (+71,86%) ed in misura minore dei costi del personale (+4,86%) ha influito sull'Ebitda risultato in calo a 837 mila euro rispetto agli 1,3 milioni di euro al 31.12.2017 (-37,40%) e rispetto al milione di euro da noi stimato.
L'Ebitda adjusted, al lordo delle componenti straordinarie e non ricorrenti per 1,5 milioni di euro, si è però attestato a 2,3 milioni di euro, in crescita del 16,7% rispetto ai 2 milioni di euro da noi previsti.
L'Ebit adjusted è risultato pari a 833 mila euro, sostanzialmente in linea con le nostre stime (831 mila euro) mentre l'Ebit al netto delle poste straordinarie e non ricorrenti è risultato negativo per 667 mila euro rispetto alla perdita operativa di 662 mila euro del 2017.
Il risultato netto di Gruppo, al netto delle componenti straordinarie e non ricorrenti, è risultato negativo per 801 mila euro rispetto alla perdita pari a 1,7 milioni di euro del periodo di confronto 2017 e rispetto alla perdita pari a 1,1 milioni di euro da noi stimata.
L'indebitamento finanziario netto al 31.12.2018 è pari a 791 mila euro rispetto alla posizione di cassa pari a 1,8 milioni di euro al 31.12.2017.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Outlook 2019-2023

Old estimates

EUR (K)	2017	2018E	2019E	2020E	2021E	2022E	CAGR 17/22
VALORE DELLA PRODUZIONE	**23.525**	**30.349**	**34.186**	**37.808**	**41.981**	**43.093**	***12,87***
BU Film Content Production	*15.262*	*11.289*	*12.088*	*14.507*	*15.890*	*16.011*	*0,96*
BU Live Communication & Entertainment	*9.127*	*16.657*	*18.650*	*20.250*	*22.650*	*23.622*	*20,95*
BU Communication Strategy & Digital	-	*280*	*1.086*	*1.621*	*2.330*	*2.660*	
Materiali	1.158	1.644	1.753	1.916	2.061	2.001	*11,56*
%	*4,92*	*5,42*	*5,13*	*5,07*	*4,91*	*4,64*	
Servizi	17.077	22.583	24.855	27.351	30.112	30.785	*12,51*
%	*72,59*	*74,41*	*72,71*	*72,34*	*71,73*	*71,44*	
Beni di Terzi	586	745	760	790	811	845	*7,59*
%	*2,49*	*2,45*	*2,22*	*2,09*	*1,93*	*1,96*	
VALORE AGGIUNTO	4.704	5.377	6.818	7.751	8.997	9.462	*15,00*
%	*20,00*	*17,72*	*19,94*	*20,50*	*21,43*	*21,96*	
Costo del lavoro	3.367	4.304	4.560	4.981	5.526	5.595	*10,69*
%	*14,31*	*14,18*	*13,34*	*13,17*	*13,16*	*12,98*	
Oneri diversi di gestione	-	70	91	95	100	156	
%	-	*0,23*	*0,27*	*0,25*	*0,24*	*0,36*	
EBITDA	**1.337**	**1.003**	**2.167**	**2.675**	**3.371**	**3.711**	***22,65***
%	*5,68*	*3,30*	*6,34*	*7,08*	*8,03*	*8,61*	
EBITDA ADJUSTED*	-	2.002	-	-	-	-	
Ammortamenti & Accantonamenti	914	961	1.038	938	943	966	
Svalutazioni	1.085	210	-	-	-	-	
EBIT	**-662**	**-168**	**1.129**	**1.737**	**2.428**	**2.745**	**-**
%	-	-	*3,30*	*4,59*	*5,78*	*6,37*	
EBIT ADJUSTED*	-	831	-		-	-	
Oneri (Proventi) finanziari	399	250	250	300	350	350	
UTILE ANTE IMPOSTE	-1.061	-418	879	1.437	2.078	2.395	-
%	-	-	*2,57*	*3,80*	*4,95*	*5,56*	
Imposte	254	-	-	287	416	479	
Tax rate (%)	-	-	-	*20*	*20*	*20*	
RISULTATO NETTO	**-1.315**	**-418**	**879**	**1.150**	**1.662**	**1.916**	**-**
Minorities	393	705	736	805	858	891	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	**-1.708**	**-1.123**	**143**	**345**	**804**	**1.025**	**-**
%	-	-	*0,42*	*0,91*	*1,92*	*2,38*	
RISULTATO NETTO ADJUSTED*	-	-124	-	-	-	-	
Cash Flow	684	753	1.917	2.088	2.605	2.882	*33,33*
PFN	1.833	-3.050	-1.876	-1.163	-321	1.552	
ROI	-	-	12,56	19,53	26,26	32,06	
ROE	-	-	2,96	6,65	13,43	14,62	

Fonte: Casta Diva Group; Stime: Banca Finnat

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

New estimates

EUR (K)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E	CAGR 18/23
VALORE DELLA PRODUZIONE	**34.845**	**35.916**	**38.792**	**41.981**	**43.093**	**44.425**	***5,00***
BU Video Content Production	*11.559*	*12.088*	*14.507*	*15.890*	*16.011*	*16.288*	*7,10*
BU Live Communication & Entertainment	*21.346*	*20.049*	*21.103*	*22.650*	*23.622*	*24.331*	*2,65*
BU Communication Strategy & Digital	*124*	*1.086*	*1.621*	*2.330*	*2.660*	*3.006*	*89,20*
Materie prime	585	753	809	875	880	886	*8,67*
%	*1,68*	*2,10*	*2,09*	*2,08*	*2,04*	*1,99*	
Servizi	29.349	28.588	30.475	32.191	32.525	32.922	*2,32*
%	*84,23*	*79,60*	*78,56*	*76,68*	*75,48*	*74,11*	
Beni di terzi	544	760	860	899	901	911	*10,86*
%	*1,56*	*2,12*	*2,22*	*2,14*	*2,09*	*2,05*	
VALORE AGGIUNTO	4.367	5.815	6.648	8.016	8.787	9.706	*17,32*
%	*12,53*	*16,19*	*17,14*	*19,09*	*20,39*	*21,85*	
Costo del lavoro	3.530	3.940	4.135	4.410	4.499	4.566	*5,28*
%	*10,13*	*10,97*	*10,66*	*10,51*	*10,44*	*10,28*	
EBITDA	**837**	**1.875**	**2.513**	**3.606**	**4.288**	**5.140**	***43,75***
%	*2,40*	*5,22*	*6,48*	*8,59*	*9,95*	*11,57*	
Ammortamenti & Svalutazioni	1.505	1.560	1.533	1.596	1.666	1.444	
EBIT	**-667**	**315**	**980**	**2.009**	**2.622**	**3.696**	**-**
%	*-*	*0,88*	*2,53*	*4,79*	*6,08*	*8,32*	
Oneri (Proventi) finanziari	552	258	308	358	356	324	
UTILE ANTE IMPOSTE	-1.219	57	672	1.652	2.266	3.372	-
%	*-*	*0,16*	*1,73*	*3,93*	*5,26*	*7,59*	
Imposte	(605)	474	652	717	883	1.181	
Tax rate (%)	-	-	-	-	-	-	
RISULTATO NETTO	**-614**	**-417**	**20**	**935**	**1.383**	**2.191**	**-**
Minorities	187	243	328	426	554	720	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	**-801**	**-660**	**-308**	**509**	**830**	**1.471**	**-**
%	*-*	*-*	*-*	*1,21*	*1,93*	*3,31*	
Cash Flow	496	194	1.031	1.972	2.648	3.327	*46,33*
PFN	-791	-2.264	-1.852	-306	1.952	4.686	
CIN	8.608	9.706	9.313	9.031	8.311	7.513	
ROI	-	3,24	10,52	22,25	31,55	49,20	
ROE	-	-	-	7,44	10,61	16,27	

Fonte: Casta Diva Group; Stime: Banca Finnat

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

In merito al periodo previsionale 2019/2023 abbiamo effettuato alcuni aggiustamenti, rispetto alle nostre precedenti stime, che hanno interessato i ricavi 2019 e 2020 per tener conto degli effetti derivanti dal recente accordo siglato per la 30sima edizione dell'"Universiade Napoli 2019" nonché del finanziamento erogato da Simest per lo sviluppo della branch Casta Diva Dubai la quale, nel 2020, parteciperà agli eventi di "EXPO 2020". I costi operativi sono stati, invece, riclassificati tenendo conto del nuovo perimetro di consolidamento.
Per il periodo previsionale stimiamo una crescita media annua (2018-2023) del valore della produzione pari al 5%, dai 34,8 milioni di euro del consuntivo 2018 ai 44,4 milioni di euro previsti a fine periodo previsionale.
In particolare, la Bu "Live Communication & Entertainment" dovrebbe poter crescere ad un cagr 2018-2023 pari al 2,7%, la BU "Video Content Production" ad un tasso medio annuo del 7,1% mentre la nuova Bu "Communication Strategy & Digital" prevediamo possa crescere ad un tasso dell'89,2%.
Il margine operativo lordo (Ebitda) lo stimiamo in crescita ad un tasso medio annuo del 43,7%, da € 837 migliaia del consuntivo 2018 a € 5,1 milioni nel 2023, con una marginalità, calcolata sul valore della produzione, in forte aumento dal 2,4% nel 2018 all'11,6% nel 2023.
Il risultato operativo netto (Ebit) dovrebbe portarsi a € 3,7 milioni nel 2023 dalla perdita operativa pari a € 667 mila del 2018, con un'incidenza sul valore della produzione che prevediamo possa raggiungere l'8,3% nel 2023 dallo 0,9% nel 2019.
Il risultato netto di Gruppo, stimato ancora negativo per € 308 migliaia nel 2020 (da una perdita pari a € 660 migliaia che prevediamo possa emergere a consuntivo 2019), dovrebbe raggiungere € 1,5 milioni a fine periodo previsionale.
Nel periodo previsionale 2019-2023 prevediamo che il Gruppo possa passare da un indebitamento netto pari a € 791 migliaia nel 2018 ad una posizione di cassa pari a 4,7 milioni di euro nel 2023.

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

Valuation

Ai fini della valutazione, applichiamo la metodologia del Discounted cash flow con previsione esplicita dei flussi di cassa generati nel quinquennio 2019/2023.
Il tasso di crescita perpetua è stato fissato allo 0,5% ed il Wacc è stato determinato all'11,70%, con un free risk rate al 2,75%, un coefficiente Beta pari all'unità ed un market risk premium al 9,75%. La struttura patrimoniale della Società vede un equity al 90% del capitale investito ed un indebitamento medio al 10%.
Otteniamo un Enterprise Value pari a 21,4 milioni di euro ed un **Valore ad Equity** pari a **1,62 Euro**/azione. In base ai prezzi attuali, la nostra raccomandazione si conferma di acquisto.

Cash Flow Model (K €)

	2019E	2020E	2021E	2022E	2023
EBIT	315	980	2.009	2.622	3.696
Imposte	474	652	717	883	1.181
NOPAT	-159	327	1.293	1.739	2.515
D&A	1.560	1.533	1.596	1.666	1.444
CNWC	1.207	829	916	757	631
Capex	300	300	300	300	300
FCFF	-106	731	1.672	2.348	3.027

Stime: Banca Finnat

DCF Model Valuation (k €)	
Perpetual Growth Rate (%)	0,5
WACC (%)	11,70
Discounted Terminal Value	16.295
Cum. Disc. Free Operating Cash Flow	5.153
Enterprise Value	21.448
Net financial position as of 31/12/2018	-791
Equity Value	20.657
Nr. Azioni	12.715.877
Value per share	**1,62**

Stime: Banca Finnat

WACC Calculation (%)	
Risk free rate	2,75
Market risk premium	9,75
Beta (x)	1
Cost of Equity	12,50
Equity/(Equity+ Debt)	0,90
Net cost of debt	4,51
Debt/(Equity+Debt)	0,10
Wacc	**11,70**

Stime: Banca Finnat

Historical recommendations and target price trend

Date	Rating	Target Price	Market Price
09.01.2019	Buy	1,60 €	0,934 €
04.05.2018	Buy	2,90 €	1,395 €
27.11.2017	Buy	3,12 €	1,513 €
26.06.2017	Buy	3,00 €	2,20 €

Key to Investment Rankings (12 Month Horizon)

BUY: Upside potential at least 15%

HOLD: Expected to perform +/- 10%

REDUCE: Target achieved but fundamentals disappoint

SELL: Downside potential at least 15%

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

INCOME STATEMENT (Eur k)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
Valore della produzione	34.845	35.916	38.792	41.981	43.093	44.425
Materie prime	585	753	809	875	880	886
Servizi	29.349	28.588	30.475	32.191	32.525	32.922
Beni di terzi	544	760	860	899	901	911
Valore Aggiunto	4.367	5.815	6.648	8.016	8.787	9.706
Costo del lavoro	3.530	3.940	4.135	4.410	4.499	4.566
EBITDA	837	1.875	2.513	3.606	4.288	5.140
Ammortamenti & Svalutazioni	1.505	1.560	1.533	1.596	1.666	1.444
EBIT	-667	315	980	2.009	2.622	3.696
Oneri (Proventi) finanziari	552	258	308	358	356	324
Utile Ante Imposte	-1.219	57	672	1.652	2.266	3.372
Imposte	(605)	474	652	717	883	1.181
Tax-rate (%)	-	-	-	-	-	-
Risultato Netto	-614	-417	20	935	1.383	2.191
Minorities	187	243	328	426	554	720
Risultato netto di Gruppo	-801	-660	-308	509	830	1.471
Cash Flow	496	194	1.031	1.972	2.648	3.327
BALANCE SHEET (Eur k)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
Patrimonio Netto di Gruppo	6.924	6.306	5.998	6.837	7.820	9.037
Totale Patrimonio Netto	7.817	7.441	7.461	8.725	10.263	12.199
PFN	-791	-2.264	-1.852	-306	1.952	4.686
Capitale Investito Netto	8.608	9.706	9.313	9.031	8.311	7.513
FINANCIAL RATIOS (%)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
EBITDA margin	2,40	5,22	6,48	8,59	9,95	11,57
EBIT margin	-	0,88	2,53	4,79	6,08	8,32
Net margin	-	-	-	1,21	1,93	3,31
ROI	-	3,24	10,52	22,25	31,55	49,20
ROE	-	-	-	7,44	10,61	16,27
GROWTH (%)	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
Value of Production	48,12	3,07	8,01	8,22	2,65	3,09
EBITDA	-	123,92	34,03	43,47	18,94	19,85
EBIT	-	-	211,30	105,06	30,50	40,95
Net Profit	-	-	-	-	63,11	77,28
Cash Flow	-	-	432,04	91,23	34,29	25,63
VALUATION METRICS	2018	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E
P/E	-	-	-	13,23	8,94	5,64
P/CF	24,93	63,78	11,99	6,27	4,67	3,72
P/BV	1,79	1,96	2,06	1,81	1,58	1,37
EV/SALES	0,40	0,44	0,38	0,31	0,25	0,18
EV/EBITDA	15,71	7,80	5,66	3,51	2,43	1,49
EV/EBIT	-	46,47	14,51	6,31	3,97	2,08

Fonte: Casta Diva Group; Stime: Banca Finnat

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA

BANCA FINNAT S.p.A. E' STATA AUTORIZZATA DALLA BANCA D'ITALIA ALLA PRESTAZIONE DEI SERVIZI DI INVESTIMENTO DI CUI AL D.LGS.N.58/1998 ED E' SOTTOPOSTA ALLA SUA VIGILANZA NONCHE' A QUELLA DELLA CONSOB.
CIO' PREMESSO, IL PRESENTE DOCUMENTO RIENTRA, PER CONTENUTI E FINALITA', NELL'AMBITO DELLE DISPOSIZIONI FISSATE DAL REGOLAMENTO DELEGATO UE 2016/958 DEL 9 MARZO 2016 E TIENE CONTO DI QUANTO DISPOSTO DAGLI ARTICOLI 34, 36 E 37 DEL REGOLAMENTO DELEGATO UE 2017/565.
IL DOCUMENTO E' STATO REDATTO, SU MANDATO DELLA SOCIETA' OGGETTO DELL'ANALISI, DALL'UFFICIO STUDI E RICERCHE DI BANCA FINNAT NELLA PERSONA DELL'ANALISTA STEFANIA VERGATI. PERTANTO, LA BANCA PERCEPISCE COMPENSI DALLA REDAZIONE DELLO STESSO.
BANCA FINNAT AGISCE IN QUALITA' DI NOMAD E SPECIALIST SUL TITOLO CASTA DIVA GROUP S.P.A. QUOTATO SUL MERCATO AIM DI BORSA ITALIANA.
I MODELLI DI VALUTAZIONE SONO DISPONIBILI PRESSO IL DIPARTIMENTO DI RICERCA ED ANALISI DELLA BANCA.
L'EMITTENTE NON DETIENE PARTECIPAZIONI NELLA BANCA SUPERIORI AL 5% DEL SUO CAPITALE AZIONARIO TOTALE.
L'UFFICIO STUDI DELLA BANCA E' UN DIPARTIMENTO A SE' STANTE ED E' INQUADRATO NELL'AMBITO DELLA VICE DIREZIONE GENERALE FINANZA CUI RISPONDE DIRETTAMENTE.
NESSUN ANALISTA DELL'UFFICIO STUDI E RICERCHE DELLA BANCA HA INTERESSI NELLA SOCIETA' OGGETTO DELL'ANALISI NE' SVOLGE RUOLI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE O CONSULENZA PER IL SOGGETTO STESSO.
L'ANALISTA DICHIARA DI NON ESSERE A CONOSCENZA DI PERSONE APPARTENENTI ALLA BANCA O AL GRUPPO DELLA BANCA CHE ABBIANO INTERESSI IN CONFLITTO CON UNA VALUTAZIONE OBIETTIVA DELL' OGGETTO DELL'ANALISI.
NESSUNA RICOMPENSA DIRETTA E/O INDIRETTA E' STATA, NE' SARA', RICEVUTA DALL'ANALISTA A SEGUITO DELLE OPINIONI ESPRESSE NELL'ANALISI.
LA REMUNERAZIONE DELL'ANALISTA NON DIPENDE DIRETTAMENTE DALLO SPECIFICO SERVIZIO OFFERTO, DALLE COMMISSIONI DI NEGOZIAZIONE NE' DA ALTRE OPERAZIONI SVOLTE DALLA BANCA O DA SOCIETA' APPARTENENTI ALLO STESSO GRUPPO.
I RESPONSABILI DEI SERVIZI DELLA BANCA CHE POSSONO AVERE INTERESSE AD INFLUENZARE LA VALUTAZIONE DELL' OGGETTO DELL'ANALISI HANNO SOTTOSCRITTO APPOSITA DICHIARAZIONE NELLA QUALE SI OBBLIGANO A NON INTERFERIRE IN ALCUN MODO CON L'ATTIVITA' DI VALUTAZIONE DELL'ANALISTA.
NESSUNA PERSONA DIVERSA DALL'ANALISTA HA AVUTO ACCESSO AI CONTENUTI DELL'ANALISI PRIMA DELLA SUA DIFFUSIONE.
LA BANCA VIETA AI PROPRI DIPENDENTI DI:

I. RICEVERE COMUNQUE INCENTIVI DA PARTE DELLA SOCIETA' OGGETTO DELL'ANALISI O
II. PROMETTERE TRATTAMENTI DI FAVORE NEI CONFRONTI DEL MEDESIMO OGGETTO DELL'ANALISI.

DAL MOMENTO IN CUI L'UFFICIO STUDI INIZIA LA PREDISPOSIZIONE DEL DOCUMENTO E FINO A QUANDO ESSO NON E' PUBBLICATO SUL SITO DI BORSA ITALIANA E' INOLTRE FATTO DIVIETO A TUTTI I DIPENDENTI DELLA BANCA, IVI COMPRESI I COMPONENTI DELL'UFFICIO STUDI, DI COMPIERE QUALSIASI OPERAZIONE PERSONALE RIGUARDANTE LO STRUMENTO FINANZIARIO OGGETTO DEL DOCUMENTO STESSO.
QUALSIASI OPINIONE, PREVISIONE O STIMA CONTENUTA NEL PRESENTE DOCUMENTO E' ESPRESSA SULLA BASE DELLA SITUAZIONE CORRENTE ED E' QUINDI POSSIBILE CHE I RISULTATI O GLI AVVENIMENTI FUTURI SI DISCOSTINO RISPETTO A QUANTO INDICATO IN TALI OPINIONI, PREVISIONI E STIME.
L'ATTENDIBILITA' DELLE FONTI, ALLA DATA DEL PRESENTE DOCUMENTO, NON RISULTA ESSERE OGGETTO DI ACCERTAMENTI, PROVVEDIMENTI O PUBBLICHE SMENTITE DA PARTE DI AUTORITA' GIUDIZIARIE O DI VIGILANZA.
E' PRASSI SOTTOPORRE LA BOZZA DELL'ANALISI EFFETTUATA, SENZA VALUTAZIONE O PREZZO DI RIFERIMENTO, ALLA SOCIETA' OGGETTO DI ANALISI, ESCLUSIVAMENTE AL FINE DI VERIFICARE LA CORRETTEZZA DELLE INFORMAZIONI IVI CONTENUTE E NON DELLA VALUTAZIONE.
IL PRESENTE DOCUMENTO E' ESCLUSIVAMENTE INFORMATIVO E NON COSTITUISCE IN ALCUN MODO UNA PROPOSTA DI CONCLUSIONE DI CONTRATTO, NE' UN'OFFERTA AL PUBBLICO DI PRODOTTI FINANZIARI, NE' UN CONSIGLIO O UNA RACCOMANDAZIONE DI ACQUISTO O VENDITA DI UN QUALSIASI PRODOTTO FINANZIARIO. INOLTRE, NON DEVE SOSTITUIRE IL GIUDIZIO PROPRIO DI CHI LO RICEVE.
LA RIPRODUZIONE, ANCHE PARZIALE, DI QUESTO DOCUMENTO E' CONSENTITA PREVIA CITAZIONE DELLA FONTE. IL PRESENTE DOCUMENTO, O COPIA O PARTI DI ESSO, NON POSSONO ESSERE PORTATI, TRASMESSI, DISTRIBUITI O COMUNQUE UTILIZZATI NEGLI USA O DA PERSONA STATUNITENSE, NE' IN CANADA, AUSTRALIA, GIAPPONE O DA ALCUNA PERSONA IVI RESIDENTE.
LA DISTRIBUZIONE DEL PRESENTE DOCUMENTO IN ALTRI STATI POTRA' ESSERE OGGETTO DI RESTRIZIONI NORMATIVE E LE PERSONE CHE SIANO IN POSSESSO DEL PRESENTE DOCUMENTO DOVRANNO INFORMARSI SULL'ESISTENZA DI TALI RESTRIZIONI ED OSSERVARLE.
CON L'ACCETTAZIONE DELLA PRESENTE ANALISI FINANZIARIA SI ACCETTA DI ESSERE VINCOLATI DALLE RESTRIZIONI SOPRA ILLUSTRATE.

BANCA FINNAT EURAMERICA S.p.A.
Palazzo Altieri – Piazza del Gesù, 49 – 00186 – Roma
Tel (+39) 06 69933.1 – Fax (+39) 06 6784950
www.bancafinnat.it - banca@finnat.it
Capitale Sociale: Euro 72.576.000,00 i.v.
ABI 3087.4

R.E.A. n. 444286 – P.IVA n. 00856091004
C.F. e Reg. Imprese di Roma n. 00168220069
Iscritta all'albo delle banche – Capogruppo del gruppo bancario
Banca Finnat Euramerica, iscritta all'albo dei gruppi bancari
Aderente al fondo interbancario di tutela dei depositi

IL PRESENTE DOCUMENTO NON PUO' ESSERE DISTRIBUITO NEGLI STATI UNITI, IN CANADA, GIAPPONE E AUSTRALIA