

Buongiorno, lunedì i conti in attesa dell'Ipo Motricity

Secondo gli esperti di Intermonte, la quotazione sul Nasdaq del gruppo con base a Washington dimostra che il settore è in fermento. Maggiore visibilità al business

MARIA GIARDINI

Il mobile entertainment, ossia i servizi che i vari operatori offrono agli utenti di telefoni cellulari, è in subbuglio. Una conferma arriva dall'imminente quotazione del gruppo americano Motricity sul Nasdaq. La notizia in questi giorni ha riportato in auge l'italiana **Buongiorno**. Messe a confronto, infatti, secondo gli analisti di Intermonte (che su **Buongiorno** confermano l'*outperform* con target a 1,60 euro) si nota che «Motricity rispetto a **Buongiorno** sarebbe meno diversificata a livello sia geografico sia di clientela e di offerta. Il fatturato sarebbe meno di un terzo di quello di **Buongiorno** e con una marginalità inferiore». L'offerta di Motricity, inoltre, secondo indiscrezioni dovrebbe valere 250 milioni di euro. «Se le notizie sulla dimensione dell'offerta - sottolineano da Intermonte - fossero confermate, Motricity

sarebbe valutata un multiplo di quella che è oggi la capitalizzazione di mercato di **Buongiorno**, segnalando implicitamente il valore nascosto del titolo». A dimostrazione che tutto il settore dei servizi sul mobile, e non solo suonerie, è in fermento sono anche le recenti notizie dell'acquisto da parte di Google di AdMob, un colosso attivo nel mercato della pubblicità sui cellulari, e da parte di Apple di Quattro, società di online advertising. «Notizie - affermano gli esperti - che sicuramente daranno più visibilità a **Buongiorno**». E infatti il gruppo guidato da Andrea Casalini svolge quest'attività con la divisione B!digital business unit, che cura lo sviluppo e l'implementazione di campagne advertising e marketing su mobile. «Prevediamo - sottolinea l'ad di **Buongiorno** - che quest'anno a livello europeo una su quattro campagne pubblicitarie digitali saranno sul mobile. La nostra divisione è una tra le realtà italiane ed europee più specializzate e di-

namiche perché offre soluzioni di mobile advertising per i nostri clienti negli otto Paesi in cui siamo presenti». Anche le stime dell'Osservatorio del Politecnico di Milano confermano la crescente rilevanza del comparto mobile nei confronti del mercato dell'advertising. «Secondo l'Osservatorio - dice Casalini - nel 2009 gli investimenti delle aziende italiane in mobile advertising sono cresciuti del 21% raggiungendo un fatturato di oltre 15 milioni, in uno scenario in cui gli investimenti pubblicitari sui mezzi tradizionali sono scesi di oltre il 20%». Il prossimo appuntamento per la società è previsto per lunedì 1 febbraio, quando comunicherà i dati del quarto trimestre. Secondo l'ultimo report di Intermonte, infine, **Buongiorno** dovrebbe archiviare l'anno con vendite in discesa a 267 milioni dai 316 del 2008; l'ebitda si attesterà a 35 milioni (36 nel 2008). In crescita i profitti netti che si attesteranno a 10 milioni dagli 8 del 2008.

Buongiorno

Quotazioni in euro

