AUTHOMIA

PIANO ECONOMICO

FINANCIAL PROJECTIONS

Proiezioni economiche e crescita dei ricavi
2027–2029

1,71 M €	2,16 M €	550
RICAVI COMPLESSIVI 2029	ARR A FINE 2029	CLIENTI ATTIVI 2029

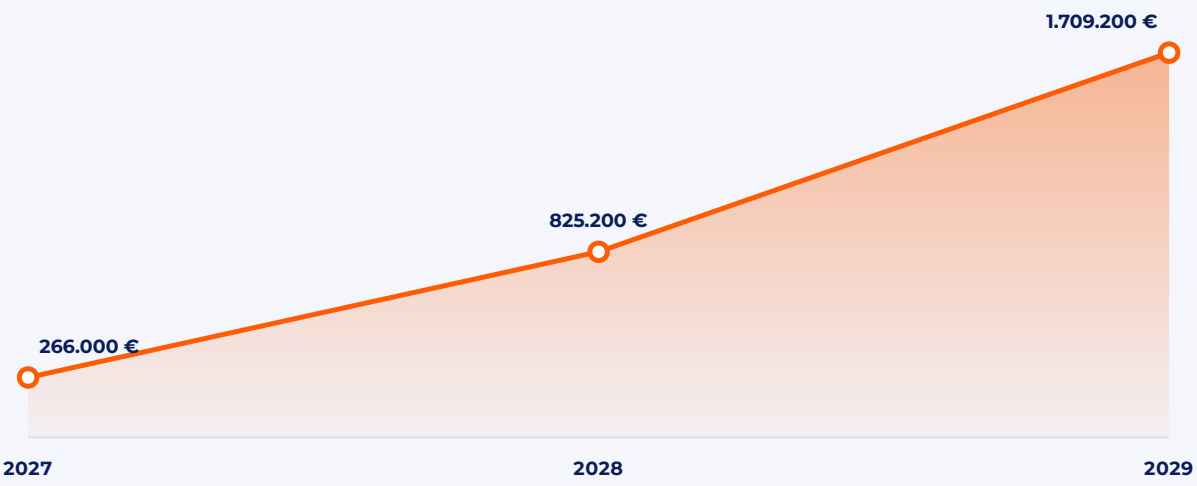
01 Premessa

Le proiezioni economiche, non garantite e non rappresentative di risultati storici, di AUTHOMIA per il triennio 2027–2029 si basano sullo sviluppo commerciale delle piattaforme proprietarie MARTY e FLUXOR e sulla progressiva crescita dei ricavi ricorrenti derivanti dagli abbonamenti SaaS.

Il piano prevede la costruzione di una rete commerciale nazionale composta da agenti, rivenditori, concessionari non esclusivi, software house e partner tecnologici, affiancata da attività di vendita diretta e marketing.

L'obiettivo è ampliare progressivamente la base clienti e consolidare un modello di business fondato prevalentemente su ricavi ricorrenti, integrati da servizi di implementazione, sviluppo e personalizzazione.

RICAVI COMPLESSIVI — TRAIETTORIA PREVISIONALE



NATURA DEI DATI

Le cifre riportate rappresentano obiettivi previsionali e uno scenario di sviluppo. Non costituiscono ricavi già acquisiti, clienti contrattualizzati o risultati garantiti.

02 Parametri economici di riferimento

Per le proiezioni sono stati individuati i seguenti ricavi medi mensili per abbonamento:

PRODOTTO	CANONE MEDIO MENSILE	RICAVO ANNUO PER CLIENTE
MARTY	360 €	4.320 €
FLUXOR	300 €	3.600 €

MARTY

360 € /mese

Ricavo annuo per cliente **4.320 €**

FLUXOR

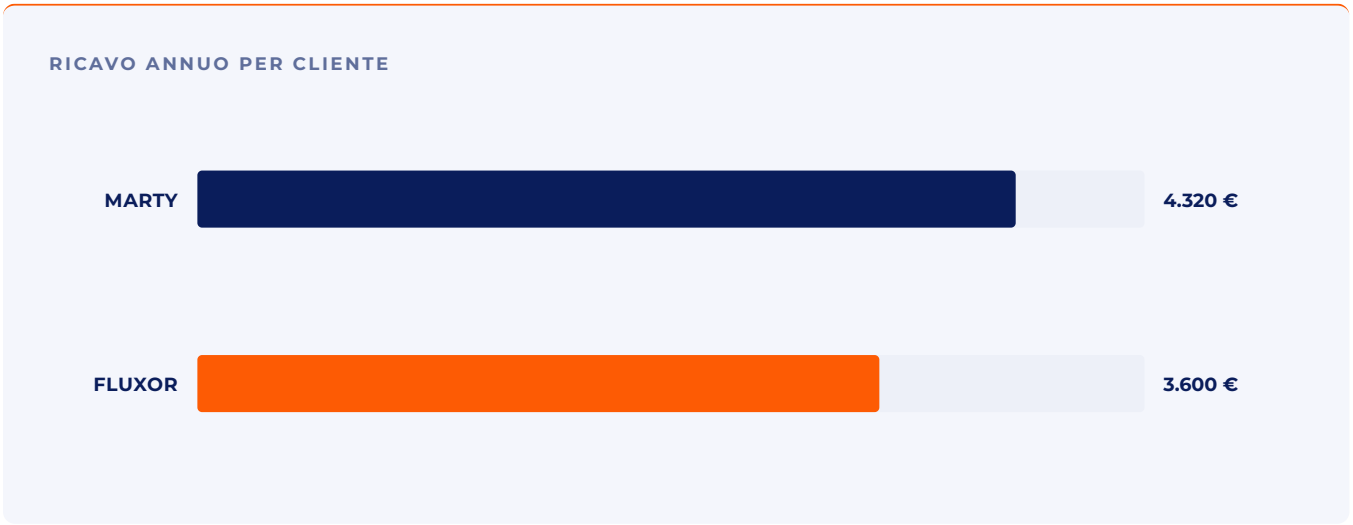
300 € /mese

Ricavo annuo per cliente **3.600 €**

Il modello commerciale non si limita a una struttura di piani tariffari predefiniti. Entrambe le piattaforme potranno prevedere anche abbonamenti personalizzati, attraverso i quali il cliente potrà selezionare moduli, funzionalità e opzioni in base alle proprie esigenze, componendo la configurazione più adatta alla propria attività.

A questi si potranno aggiungere integrazioni e personalizzazioni ad hoc, realizzate su richiesta e dimensionate sulle specifiche necessità del cliente.

I canoni indicati rappresentano pertanto valori medi previsionali di ricavo per abbonamento, al netto dell'IVA e prima delle commissioni commerciali e degli altri costi operativi. Le personalizzazioni e le integrazioni su richiesta sono considerate separatamente nella voce relativa ai servizi.



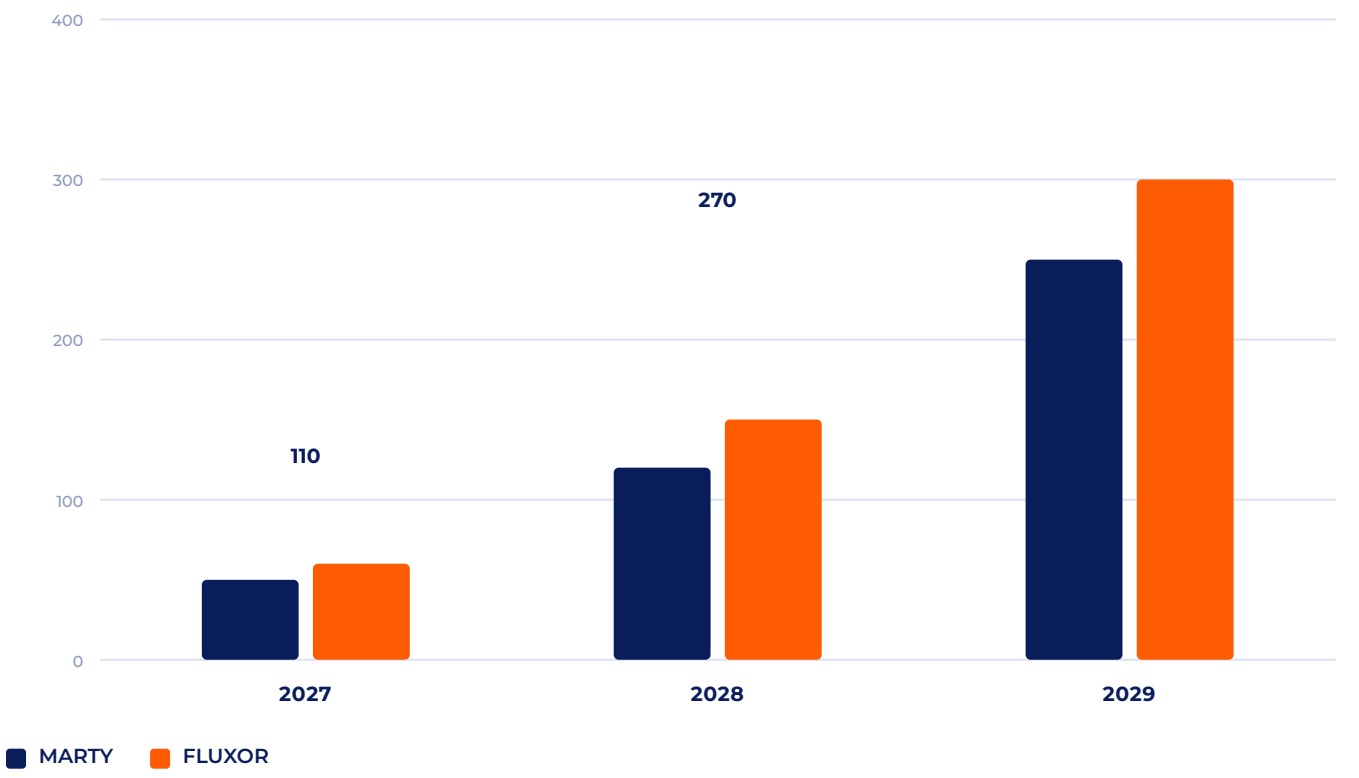
03 Obiettivi di acquisizione clienti

Il piano prevede una crescita progressiva della base clienti, sostenuta dalla vendita diretta e dall'attivazione dei canali distributivi.

Gli obiettivi di clienti attivi a fine esercizio sono:

PRODOTTO	2027	2028	2029
MARTY	50	120	250
FLUXOR	60	150	300
Totale clienti attivi	**110**	**270**	**550**

CLIENTI ATTIVI A FINE ESERCIZIO



L'obiettivo è raggiungere 110 clienti attivi entro il 2027, superare quota 250 nel 2028 e arrivare a 550 clienti complessivi entro la fine del 2029.

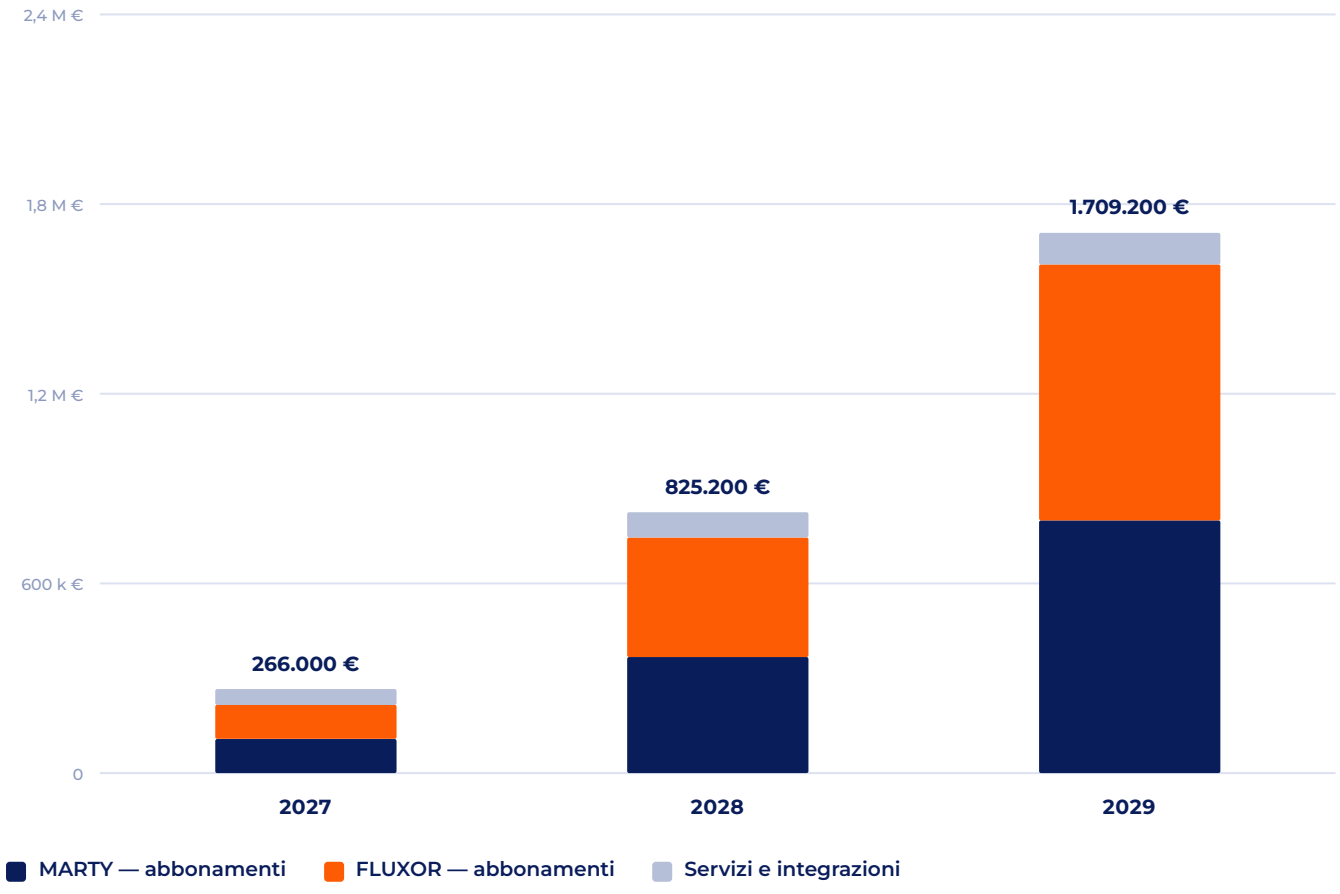
I valori si riferiscono alla base clienti attiva al termine di ciascun esercizio, al netto degli eventuali abbandoni. La crescita sarà sostenuta dall'ampliamento della rete commerciale, dalla maggiore copertura territoriale e dal progressivo consolidamento delle attività di marketing e lead generation.

04 Proiezione dei ricavi

I ricavi da abbonamento sono calcolati sulla base del numero medio di clienti attivi durante ciascun esercizio. Questo criterio tiene conto dell'acquisizione progressiva dei clienti nel corso dell'anno, evitando di considerare tutti gli abbonamenti come attivi per dodici mesi.

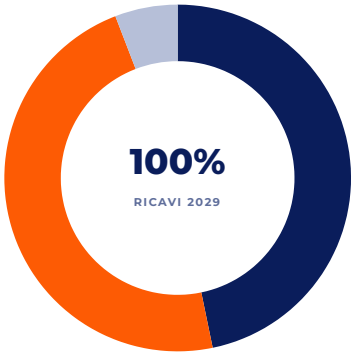
RICAVI	2027	2028	2029
MARTY – Abbonamenti	108.000 €	367.200 €	799.200 €
FLUXOR – Abbonamenti	108.000 €	378.000 €	810.000 €
Servizi e integrazioni	50.000 €	80.000 €	100.000 €
Ricavi complessivi	**266.000 €**	**825.200 €**	**1.709.200 €**

COMPOSIZIONE DEI RICAVI COMPLESSIVI



04 Composizione e basi di calcolo

MIX DEI RICAVI — ESERCIZIO 2029



MARTY	46,8%
FLUXOR	47,4%
Servizi	5,9%

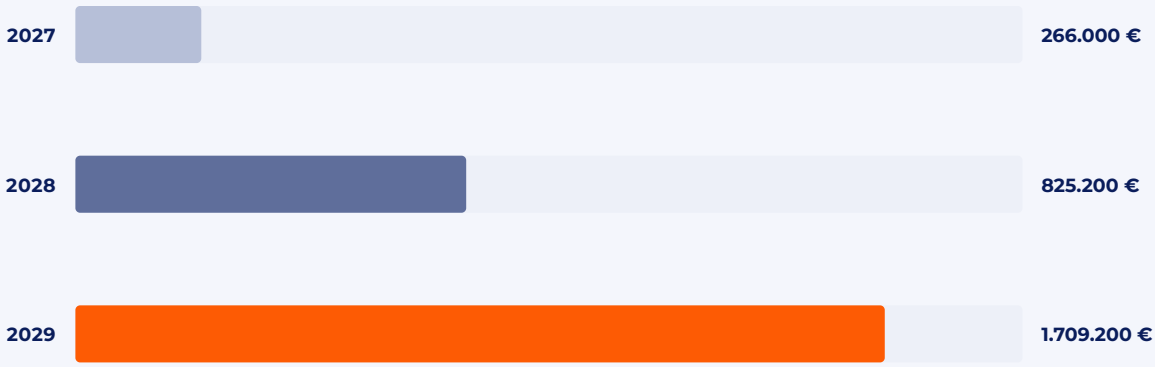
Per il calcolo dei ricavi SaaS sono state utilizzate le seguenti medie previsionali di clienti attivi durante l'anno:

PRODOTTO	2027	2028	2029
MARTY	25	85	185
FLUXOR	30	105	225

Le medie presuppongono una crescita progressiva della base clienti durante ciascun esercizio, coerente con gli obiettivi di fine anno.

La voce Servizi e integrazioni comprende attività di implementazione, sviluppo software, integrazione con sistemi esterni e consulenza tecnologica, oltre alle personalizzazioni specifiche richieste dai clienti. Si tratta di una componente complementare rispetto al modello SaaS, il cui sviluppo è principalmente legato alla crescita degli abbonamenti.

RICAVI COMPLESSIVI PER ESERCIZIO



Crescita del volume dei ricavi: 2027 → 2029 pari a circa 6,4 volte.

05 Ricavi ricorrenti annualizzati (ARR)

L'Annual Recurring Revenue (ARR) rappresenta il valore annualizzato dei canoni ricorrenti associati agli abbonamenti attivi a una determinata data. È uno degli indicatori principali per misurare la dimensione e la crescita della base di ricavi ricorrenti.

Sulla base dei clienti previsti a fine esercizio e dei canoni medi indicati, l'ARR stimato è il seguente:

ARR A FINE ESERCIZIO	2027	2028	2029
MARTY	216.000 €	518.400 €	1.080.000 €
FLUXOR	216.000 €	540.000 €	1.080.000 €
ARR complessivo	**432.000 €**	**1.058.400 €**	**2.160.000 €**

ARR COMPLESSIVO A FINE ESERCIZIO



Il piano punta quindi a superare 1 milione di euro di ARR nel 2028 e a raggiungere 2,16 milioni di euro entro la fine del 2029.

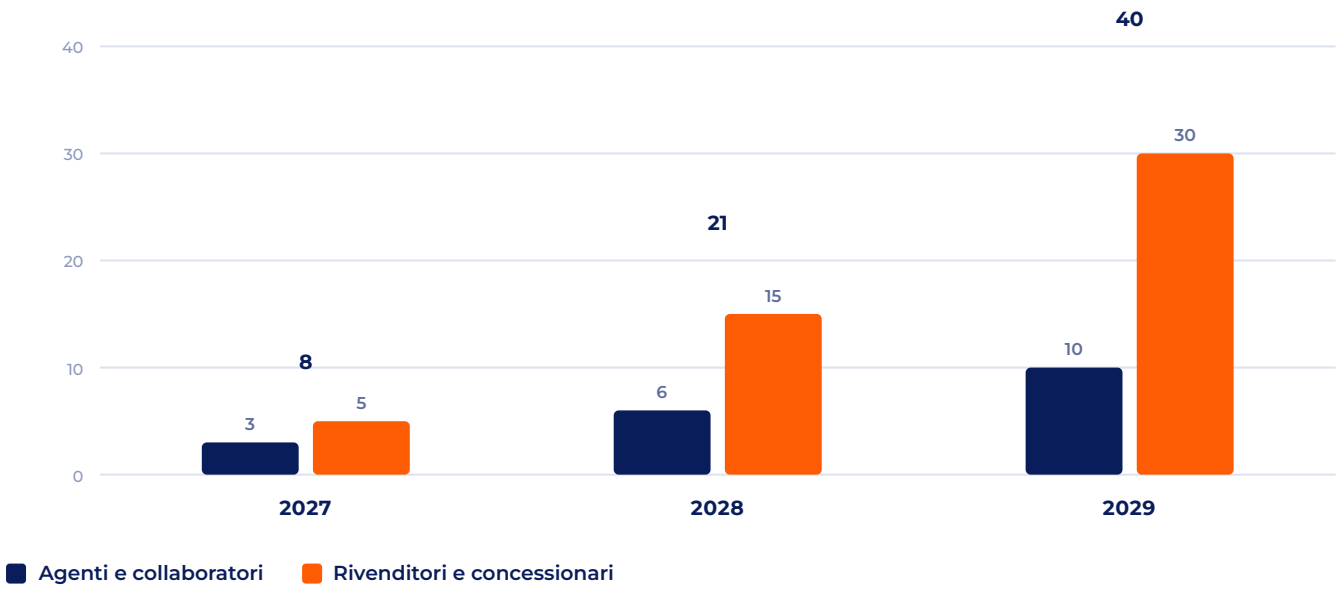
L'ARR non coincide con i ricavi contabilizzati nell'esercizio: rappresenta il valore annualizzato degli abbonamenti attivi alla data di riferimento, mentre i ricavi effettivi dipendono dalle date di attivazione e dalla durata dei contratti.

06 Sviluppo della rete commerciale

La crescita prevista sarà sostenuta dall'ampliamento progressivo della rete commerciale diretta e indiretta.

STRUTTURA COMMERCIALE	2027	2028	2029
Agenti e collaboratori commerciali attivi	3	6	10
Rivenditori e concessionari attivi	5	15	30
Totale operatori attivi	**8**	**21**	**40**

OPERATORI ATTIVI PER TIPOLOGIA



I valori rappresentano obiettivi previsionali, non accordi già sottoscritti.

Per operatore attivo si intende un soggetto che abbia avviato concretamente attività di promozione, presentazione o vendita delle piattaforme. Non vengono quindi conteggiati i semplici contatti o le manifestazioni di interesse.

L'attivazione della rete sarà accompagnata da accordi commerciali, programmi commissionali, formazione, materiali di vendita e strumenti di supporto. La priorità sarà sviluppare partner realmente produttivi, capaci di generare opportunità e acquisire clienti con continuità.

07 Principali driver di crescita

Le proiezioni si basano su cinque fattori principali:

1. **Espansione della rete distributiva:** ampliamento della presenza commerciale attraverso agenti, rivenditori e partner con una propria base clienti.
2. **Produttività commerciale:** standardizzazione dei processi di vendita, formazione e disponibilità di strumenti dedicati alla rete.
3. **Crescita dei ricavi ricorrenti:** incremento degli abbonamenti, dei rinnovi e del valore medio dei contratti.
4. **Ampliamento dei segmenti raggiunti:** distribuzione di MARTY nel mercato e-commerce e commercio digitale e di FLUXOR nel mercato delle imprese e dei professionisti, anche attraverso gli stessi canali commerciali.
5. **Sviluppo del valore per cliente:** adozione di moduli aggiuntivi, piani personalizzati, funzionalità evolute e servizi di integrazione.

08 Monitoraggio delle performance

L'andamento del piano sarà monitorato attraverso indicatori economici e commerciali, confrontando periodicamente i risultati effettivi con gli obiettivi previsionali.

I principali KPI saranno:

Partner attivi e produttivi
operatori che generano concrete opportunità o vendite.

Nuovi clienti acquisiti
abbonamenti attivati, suddivisi per prodotto e canale.

MRR
valore dei ricavi ricorrenti mensili.

ARR
valore annualizzato dei ricavi ricorrenti.

ARPU
ricavo medio per cliente.

CAC
costo di acquisizione di un nuovo cliente.

Churn rate
percentuale di clienti che interrompono il servizio.

Customer Lifetime Value (LTV)
valore economico generato da un cliente nel corso del rapporto commerciale.

Conversion rate
rapporto tra opportunità commerciali e contratti sottoscritti.

Il monitoraggio consentirà di individuare tempestivamente eventuali scostamenti e intervenire sulla strategia commerciale, sulla produttività dei canali e sull'allocazione delle risorse.

09 Considerazioni sulle previsioni

Lo scenario presentato prevede una crescita commerciale significativa nel triennio, con ricavi complessivi pari a circa 1,71 milioni di euro nel 2029 e un ARR stimato di 2,16 milioni di euro a fine esercizio.

Il raggiungimento di questi obiettivi dipenderà principalmente dalla capacità di AUTHOMIA di consolidare le piattaforme, attivare una rete commerciale produttiva, generare contatti qualificati e convertirli in abbonamenti, mantenendo nel tempo un adeguato livello di fidelizzazione.

Le proiezioni costituiscono uno scenario obiettivo e saranno aggiornate periodicamente sulla base dei risultati effettivi e dell'andamento dei diversi canali distributivi.

RICAVI E ARR PER ESERCIZIO — SINTESI DEL TRIENNIO



SINTESI DEGLI OBIETTIVI AL 2029

1,71 M€	2,16 M€	550	40
RICAVI COMPLESSIVI 2029	ARR A FINE 2029	CLIENTI ATTIVI 2029	OPERATORI ATTIVI 2029

NOTA SULLA NATURA DELLE PROIEZIONI

Le presenti stime descrivono l'evoluzione prevista dei ricavi e dell'ARR. Non costituiscono un conto economico previsionale completo e non includono ancora la quantificazione analitica dei costi di struttura, delle commissioni commerciali, del marketing, dello sviluppo tecnologico, dell'infrastruttura, delle imposte e degli altri oneri di gestione.

La valutazione della redditività, del fabbisogno finanziario e della sostenibilità complessiva del piano richiederà pertanto un prospetto economico-finanziario integrato.