



Oportunidade de investimento
Impacting / Grupo Adclick

Outubro de 2015



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
PORTUGAL 2007-2013



PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE



Outubro 2015

Transacção:	Aumento de capital, Suprimentos e Obrigações convertíveis
Sector:	Marketing digital
Acionistas	Cláudio Fernandes, Nuno Morais e Pedro Roque (33,31% cada), Rui Campos e Ana Silva (0,02%)
Investimento:	1,5 M€

Empresa

- ∴ A Impacting foi constituída em Maio 2014, com objectivo de criar um veículo que permitisse a gestão integrada dos diferentes negócios do grupo Adclik, detendo actualmente as seguintes participações: 83,33% da Adclick Lda, 67,5% da Adclick Brasil Lda, 32,81% da Wondeotec SA e 59,5% da Smarkio Lda.
- ∴ A Adclick foi a primeira empresa do grupo, fundada em 2007, prestando serviços na área de marketing digital de performance, representando hoje uma das principais referências no mercado, com um VN de 5,2 M€ (~80% mercado externo) e um Ebitda de ~700 k€ em 2014 (margem de ~13,4%)
- ∴ Em 2011 foi criada a Adclick Brasil (Bee leads), atuando no mesmo sector que a Adclick PT, e tendo apresentado em 2014 um VN de 1,4 M€, com um Ebitda de ~400 k€ (margem 29,2%)
- ∴ Em 2014, é criada a Wondeotec (Email bidding) que surge de um spin-off da Adclick PT, e actua no âmbito do email Marketing, estando ainda numa fase inicial de investimento e desenvolvimento
- ∴ Mais recentemente, em 2015, também resultado de um spin-off, surge a Smarkio, que opera no sector da “conversão de leads”

Serviços

- ∴ Embora todas as empresas do Grupo operem na área do marketing digital, os serviços prestados distinguem-se por soluções diferenciadas que respondem a necessidades específicas dos seus clientes:
 - ∴ Adclick: oferece um conjunto de soluções geradores de “leads” (contactos que podem originar vendas) para os seus clientes, que vão desde o desenvolvimento de bases de dados com diversos potenciais clientes e seus perfis, até à criação e manutenção de sites (E-konomista.pt, vidactiva.pt, jobtitle.pt,...)
 - ∴ Email bidding: trata-se de uma plataforma *self-service* de email marketing, onde i) os *advertisers* colocam as suas campanhas direccionando-as para os subscritores mais adequados e ii) os *publishers* disponibilizam as suas bases de dados de clientes, potenciando o aumento de receitas
 - ∴ Smarkio: plataforma tecnológica que permite aos *marketeers* acompanhar o trajeto de compra de um potencial cliente e actuar sobre o mesmo através de diferentes formas (promoções específicas, produtos complementares,...) utilizando diferentes tecnologias (e.g. automated chat) no sentido de aumentar a probabilidade de venda

Clientes e Fornecedores¹

- ∴ A carteira de clientes da Adclick é diversificada e inclui, para além das próprias marcas (nomeadamente nos sectores de Finanças, Seguros, Educação e Entretenimento), as agências de Marketing que atuam como intermediários
- ∴ Em relação aos fornecedores, destacam-se os prestadores de serviços de publicidade, consultores externos e empresas de manutenção de servidores

Projeto de investimento (milhares de Euros)

Projecto Smarkio	2016 F	2017 F	2018 F	TOTAL
Custos operacionais ¹	544	597	142	1.283
Fundo de maneoio	21	45	152	217
TOTAL	565	642	294	1.500

¹O investimento na Impacting será canalizado na sua totalidade para o desenvolvimento do projecto Smarkio em Portugal, que inclui despesas com pessoal (sobretudo desenvolvimento) e FSE's (comissões das vendas, marketing&publicidade, despesas de viagens, desenvolvimento da infraestrutura de IT, parcerias para I&D,...)

Órgãos Sociais

Administração

Pedro Roque	Administrador	Actual
Cláudio Fernandes	Administrador	
Nuno Morais	Administrador	

A designar pelo FRN

Administrador

Futuro

A nomear de acordo com percentagem de capital final

Outras pessoas-chave: Ana Bicho (COO Adclik PT), Ana Silva (CFO), Rui Campos (CTO) e Fernando Wolff (CEO Brasil)

Estrutura acionista atual e target ⁽¹⁾

Estrutura acionista atual:

Cláudio Fernandes	33,31%
Nuno Morais	33,31%
Pedro Roque	33,31%
Rui Campos	0,02%
Ana Silva	0,02%

Target: 90,0%

FRN

Target: 10,0%

Impacting, SA

⁽¹⁾ Cenário base antes de conversão das obrigações

Modelo de negócio

- ∴ Apesar de cada uma das empresas do grupo apresentar um modelo próprio adequado ao seu negócio, existe uma base em comum, que diz respeito ao facto dos clientes pagarem um fee com base na performance:
 - ∴ Adclick: o cliente só paga os resultados que recebe, em função das leads geradas, sendo que a Adclick assume todos os custos necessários para gerar as respetivas leads
 - ∴ Email bidding: trata-se de um modelo CPC (cost per click) em que o *advertiser* paga um valor (que propõe na plataforma) por subscritor, aumentando o valor a receber por parte do *publisher* consoante a performance da campanha
 - ∴ Smarkio: neste caso, o cliente paga um fee por cada lead convertida em venda (para além de um fee mínimo de utilização da plataforma)

Mercado¹

- ∴ O mercado de marketing digital tem crescido a um ritmo elevado e ganho quota de mercado dentro do mercado global de Advertising, representando em 2014, 25,7% do total de gastos worldwide de Advertising (com um crescimento de 16,7% face a 2013)¹
- ∴ Em Portugal, as compras online registaram um aumento de 14,2% em 2014, representando cerca de 920 M€
- ∴ O Brasil situa-se no top 5 dos países com maior numero de consumidores digitais, sendo que cerca de 86% dos brasileiros já realizaram compras online
- ∴ Em 2018, projeta-se que os media digitais no mercado global vão representar cerca de 1/3 do montante aplicado em publicidade, ultrapassando em alguns Países o valor investido em televisão

Concorrentes

- ∴ Os verdadeiros concorrentes com dimensão relevante são sobretudo internacionais, sendo que para cada um dos negócios se identificam as seguintes empresas:
 - ∴ Adclick: em Portugal, o Grupo Actual Sales (VN 9M; Ebitda (mg): 30%) e a Step Value (VN: 1,5 M; Ebitda (mg): 15%) constituem os principais concorrentes².
 - ∴ Email bidding: destacam-se a LiveIntent (EUA) e PowerSpace (França)
 - ∴ Smarkio: destacam-se a Kiss-Metrics e Unified Social (EUA), embora actuem mais numa lógica de web analytics (análises de comportamentos de visitantes para conversão)

Racional de investimento

- ∴ A Adclick apresenta nos últimos 5 anos um VN com um CAGR de 27%, está entre as 50 tecnológicas com maior crescimento na região EMEA (segundo o ranking Technology Fast 500 EMEA, realizado pela Deloitte), sendo uma referência a nível nacional e internacional no sector do marketing digital
- ∴ A estratégia do Grupo, assente na aposta continua em inovação e desenvolvimento de novas tecnologias, assim como o modelo de negócio baseado na performance e *data analytics*, está alinhada com os principais desafios do mercado e necessidades dos clientes
- ∴ As tendências do sector, associadas a um forte posicionamento no mercado e estratégia do Grupo, são fatores que perspetivam a continuidade do crescimento do negócio
- ∴ Equipa multidisciplinar, com elevada experiência no sector e estabelecimento de diferentes parcerias com Universidades e centros tecnológicos, para o desenvolvimento de I&D

Demonstração de resultados (Consolidado de gestão)



P&L ('000)	2012 R	2013 R	2014 R	2015 F	2016 F	2017 F	2018 F	2019 F	2020 F	
Vendas e Serviços Prestados	3.250	4.151	6.022	7.855	11.909	15.778	20.134	24.257	27.415	①
% de crescimento			45,1%	30,4%	51,6%	32,5%	27,6%	20,5%	13,0%	
Custo de Mercadoria Vendida	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Margem Bruta	3.250	4.151	6.022	7.855	11.909	15.778	20.134	24.257	27.415	
% do volume de negócios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Fornecimentos e Serviços Externos	(2.159)	(2.873)	(3.608)	(5.141)	(7.691)	(9.862)	(12.177)	(13.924)	(15.135)	②
Gastos com Pessoal	(1.061)	(1.535)	(2.349)	(2.966)	(3.530)	(4.578)	(5.836)	(7.282)	(8.765)	
Outros Gastos e Perdas	(4)	(5)	(1)	-	-	-	-	-	-	
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	(60)	(68)	(62)	(78)	(94)	(108)	(118)	(130)	(137)	
Resultado não recorrente (Novos negócios)	-	462	665	1.119	498	237	-	-	-	
Trabalhos para a própria entidade	281	390	102	100	100	100	100	100	100	③
Subsídios (IEFP)	52	91	100	100	100	100	100	100	100	
EBITDA Recorrente	298	614	869	988	1.292	1.666	2.202	3.121	3.578	
% do volume de negócios	9,2%	14,8%	14,4%	12,6%	10,8%	10,6%	10,9%	12,9%	13,1%	
Outros Rendimentos e Ganhos	2	49	120	12	-	-	-	-	-	
Outros Gastos e Perdas	(0)	(16)	(31)	(3)	-	-	-	-	-	
Subsídios	37	57	61	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
Trabalhos para a própria entidade	45	171	410	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
Resultado novos negócios	-	(462)	(665)	(1.119)	(498)	(237)	-	-	-	
Outros			(114) ¹							
EBITDA Reportado	383	413	650	(321)	594	1.230	2.002	2.921	3.378	②
% do volume de negócios	11,8%	10,0%	10,8%	-4,1%	5,0%	7,8%	9,9%	12,0%	12,3%	

- ① O VN de 2015 reflete o real a 31/08 + estimado até ao final do ano; A evolução para os anos seguintes, está relacionada com i) projeções de consumo online e respetivos gastos das empresas em marketing digital e ii) o investimento em desenvolvimento de novos negócios, que oferecem soluções inovadoras no mercado, nomeadamente ao nível do Email bidding e Smarkio (ver em anexo a desagregação por negócio)
- ② Numa primeira fase (2016-2018) verifica-se um forte investimento em virtude do desenvolvimento dos novos negócios, sendo que a partir desse período assiste-se a uma redução do peso sobre o VN, decorrente dos efeitos de escala e respetiva diluição dos custos fixos (refletindo-se no aumento da margem Ebitda)
- ③ Os trabalhos para a própria entidade dizem respeito ao desenvolvimento projetos de I&D (recorrentemente aprovados pelo SIFIDE e com o respetivo incentivo fiscal) enquanto que os subsídios IEFP são utilizados para a contratação de estagiários. Para além da sua recorrência, refira-se que, caso os incentivos não existissem, a contrapartida dos custos seriam reduzidos proporcionalmente

Demonstração de resultados (Smarkio PT)



P&L ('000)	2014 R	2015 F	2016 F	2017 F	2018 F	2019 F	2020 F	
Vendas e Serviços Prestados	-	46	202	605	1.814	3.629	5.443	①
% de crescimento	n.a.	n.a.	336,0%	200,0%	200,0%	100,0%	50,0%	
Custo de Mercadoria Vendida	-	-	-	-	-	-	-	
Margem Bruta	-	46	202	605	1.814	3.629	5.443	
% do volume de negócios	n.a.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Fornecimentos e Serviços Externos	-	(140)	(171)	(304)	(604)	(1.078)	(1.521)	②
Gastos com Pessoal	-	(518)	(575)	(898)	(1.447)	(2.365)	(3.548)	
Resultado imputado na Adclick	(377)							
EBITDA Recorrente	(377)	(612)	(544)	(597)	(237)	185	374	②
% do volume de negócios	n.a.	-1322,8%	-269,7%	-98,7%	-13,0%	5,1%	6,9%	
Outros Rendimentos e Ganhos	-	12	-	-	-	-	-	
Resultado imputado na Adclick	377	-	-	-	-	-	-	
EBITDA Reportado	-	(599)	(544)	(597)	(237)	185	374	
% do volume de negócios	n.a.	-1296,2%	-269,7%	-98,7%	-13,0%	5,1%	6,9%	
Amortizações	-	(2)	(3)	(5)	(5)	(5)	(5)	
EBIT	-	(601)	(547)	(602)	(242)	180	369	
% do volume de negócios	n.a.	-1300%	-271%	-100%	-13%	5%	7%	
Rendimentos e ganhos de financiamento	-	-	-	-	-	-	-	
Gastos e perdas de financiamento	-	-	(10)	(10)	(10)	(19)	(32)	
EBT	-	(601)	(557)	(612)	(251)	161	338	
% do volume de negócios	n.a.	-1300%	-276%	-101%	-14%	4%	6%	
Imposto do exercício	-	-	-	-	-	(11)	(22)	
% Efectiva	n.a.	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,6%	6,6%	
Net Income	-	(601)	(557)	(612)	(251)	151	315	
% do volume de negócios	n.a.	-1300%	-276%	-101%	-14%	4%	6%	

- ① Crescimento do VN alinhado com i) a tendência e perspetiva de evolução do sector, ii) aceitação da plataforma junto de clientes já existentes e com dimensão relevante (EDP, Galp El Corte Inglés,...) e iii) resultado esperado do investimento previsto em publicidade e desenvolvimento da plataforma para conquista de novos clientes (tendo em linha de conta o retorno de referência do mercado de marketing digital e alinhado com o histórico da Adclick)
- ② A evolução dos FSE's e custos com pessoal está relacionada com os efeitos de escala associados ao crescimento do VN e respetiva diluição dos custos fixos, traduzindo-se num aumento gradual da margem Ebitda

Balanço (Smarkio PT)



BS ('000)	2015 F	2016 F	2017 F	2018 F	2019 F	2020 F
Activo não corrente	3	5	5	5	5	5
Activo Fixo tangível	3	5	5	5	5	5
Activo Corrente	1.576	1.022	633	632	903	1.134
Cientes	8	34	101	302	605	907
Caixa e equivalentes	1.568	989	532	329	298	227
Total do Activo	1.579	1.027	638	637	908	1.139
Capital Próprio						
Capital Social	10	10	10	10	10	10
Prémio de emissão	197	197	197	197	197	197
Outros instrumentos de CP	250	250	250	250	250	250
Resultados Transitados	-	(601)	(1.158)	(1.769)	(2.020)	(1.870)
Aumento de Capital FRN	550	550	550	550	550	550
Resultado líquido do exercício	(601)	(557)	(612)	(251)	151	315
Total	406	(151)	(763)	(1.014)	(863)	(548)
Passivo não corrente	1.150	1.150	1.350	1.550	1.592	1.433
Financiamentos obtidos	200	200	400	600	800	800
Obrigações Convertíveis FRN	950	950	950	950	792	633
Passivo corrente	23	28	51	101	180	254
Fornecedores	23	28	51	101	180	254
Total do Passivo	1.173	1.178	1.401	1.651	1.771	1.687
Total do Capital Próprio+Passivo	1.579	1.027	638	637	908	1.139

Cash Flow (Smarkio PT)



MAPA DE CASH FLOW ('000)	2015 F	2016 F	2017 F	2018 F	2019 F	2020 F
Volume de negócios	46	202	605	1.814	3.629	5.443
% crescimento	n.a.	336%	200%	200%	100%	50%
EBITDA	(612)	(544)	(597)	(237)	185	374
% Margem	-1323%	-270%	-99%	-13%	5%	7%
Resultado não recorrente	12	-	-	-	-	-
Impostos	-	-	-	-	(11)	(22)
CF Operacional	(599)	(544)	(597)	(237)	175	352
Investimento em fundo de maneo	16	(21)	(45)	(152)	(223)	(229)
Investimento em activos fixos	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)	(5)
FCF	(589)	(570)	(647)	(393)	(54)	118
Encargos financeiros líquidos	-	-	-	-	-	-
Amortização/subscrição de dívida	200	-	200	200	200	-
Cash-Flow disponível para accionistas	(389)	(570)	(447)	(193)	146	118
Aumento de Capital FRN	550	-	-	-	-	-
Obrigações Convertíveis FRN	950	(10)	(10)	(10)	(177)	(190)
Outros	457 ^②	-	0	0	-	-
Aumento de Capital+Prémio de emissão (participação Impacting)	207	-	-	-	-	-
Prestações suplementares	250	-	0	0	-	-
Tesouraria Acumulada	1.568	989	532	329	298	227

① O “financiamento” é proveniente das outras empresas do Grupo, nomeadamente Smarkio BR (detida a 100% pela Smarkio PT), uma vez que ~90% dos custos de desenvolvimento da plataforma estão alocados na Smarkio PT

② Movimentos já ocorridos em 2015, entre a Adclick PT, Impacting e Smarkio PT

Entrada e estrutura da transação



Entrada:

:: Investimento de 1,5 M€ realizado através dos seguintes instrumentos:

:: Aumento de Capital de 550 k€, ao qual corresponde uma participação de 10,0%

:: Obrigações Convertíveis: 950 k€

- :: 8 anos de maturidade com 4 anos de carência de capital
- :: Reembolso em 12 prestações semestrais de igual montante
- :: Remuneração anual fixa de 1,0% mais uma componente variável de 1,0% por cada 100k€ de EBITDA, com um valor máximo variável de 6,0%
- :: O valor de conversão das obrigações é o que resultar da seguinte fórmula de cálculo:

:: $\text{Equity Value de conversão} = \text{Max} (\text{EBITDA de referência} \times 4 - \text{Dívida Financeira Líquida na data de conversão}; 10 \text{ M€})$. O Equity Value terá de ser calculado para cada empresa e ter em linha de conta a % participação da Impacting SA na data da conversão

Valorização de referência ('000 Eur)

EBITDA mínimo recorrente da Adclick PT (31/12/2014)	850
Múltiplo EV/EBITDA	7,0
Enterprise Value	5.950
Net Debt (Adclick PT + Adclick BR)	1.000
Equity Value	4.950
Money FRN	550
% FRN	10,0%
<u>Equity Post-Money</u>	<u>5.500</u>

Análise de sensibilidade

		Incremento do volume de vendas				
		-5,0%	-2,5%	0,0%	+2,5%	+5,0%
Melhoria margem bruta ¹	-2,0%	11,0%	13,1%	14,9%	16,6%	18,1%
	-1,0%	11,6%	13,6%	15,5%	17,2%	18,6%
	0,0%	12,2%	14,2%	16,0%	17,7%	19,2%
	+1,0%	12,8%	14,8%	16,6%	18,3%	19,8%
	+2,0%	13,4%	15,4%	17,2%	18,9%	20,3%

¹O custos das vendas dizem respeito às comissões das vendas e gastos com publicidade; Contudo, dada a sua natureza, em termos contabilísticos, estas rubricas encontram-se refletidas nos FSE's



EXPLORER INVESTMENTS
AV. ENG.º DUARTE PACHECO, N.7 – 7ºA 1070-100 LISBOA
TEL: +351 213 241 820
FAX: +351 213 241 829
WEBSITE: WWW.EXPLORERINVESTMENTS.COM

Anexo (Top 10 clientes e fornecedores Adclick)



Cliente	Cliente final	Valor (€)	%
WONDEOTEC, S.A.		710.833	13,7%
Ouverture Consulting SA		596.090	11,5%
Kwanko Group	Carte Zero (FR), Beobank (BE), Cofidis (BE)	561.705	10,8%
ASTROWAY - UNIT 2605		359.474	6,9%
Zanox.de AG	Cetelem (BE), Auxifina (FR) e Sol Credito (ES)	236.100	4,5%
Mediaweb ltd		224.282	4,3%
Public-Idées	LCL (FR), Credissima (FR) e 3 Suisses (BE)	148.978	2,9%
Mediasoft Polska Sp.z o.o.		148.171	2,8%
Databroker Lda		143.475	2,8%
EFIA Sarl		115.600	2,2%
Outros		1.955.339	37,6%
Total		5.200.048	100,0%

Fornecedor		Valor (€)	%
Google Ireland Limited	Compra de publicidade	1.257.074	35,8%
Wondeotec, S.A.	Utilização plataforma	639.164	18,2%
Eurl Miguel Freire Consultant France	Consultor - Comercial da ADCLICK em França	131.348	3,7%
Facebook Ireland Limited	Compra de publicidade	116.770	3,3%
Texto Sentido, C.C.C.P, S.U. Lda	Prestação de conteudo	88.080	2,5%
SARL 2-30 MEDIA	Campanhas	80.863	2,3%
Amazon Web Services	Custos de informatica - servidores	76.927	2,2%
CALOGA SAS	Campanhas	71.790	2,0%
ALEXANDRE R.O. - CONSULTORIA PREST. SERVIÇOS, LDA	Consultor	60.529	1,7%
UPTEC	Renda	50.408	1,4%
Outros		934.615	26,6%
Total		3.507.567	100,0%

Anexo (Evolução clientes)



Cliente	2012	2013	2014
WONDEOTEC, S.A.	0	0	710.833
Ouverture Consulting SA	0	0	596.090
Kwanko Group	103.867	510.763	561.705
ASTROWAY - UNIT 2605	258.278	187.554	359.474
Zanox.de AG	244.110	173.094	236.100
Mediaweb ltd	134.220	177.005	224.282
Public-Idées	72.545	93.245	148.978
Mediasoft Polska Sp.z o.o.	0	96.831	148.171
Databroker Lda	0	0	143.475
EFIA Sarl	0	0	115.600
Outros	2.165.704	2.191.168	1.955.339
Total	2.978.725	3.429.660	5.200.048

2012	2013	2014
0%	0,0%	14%
0%	0,0%	11%
3%	14,9%	11%
9%	5,5%	7%
8%	5,0%	5%
5%	5,2%	4%
2%	2,7%	3%
0%	2,8%	3%
0%	0,0%	3%
0%	0,0%	2%
73%	64%	38%
100%	100%	100%

Anexo (Evolução de vendas por negócio)



	2012 R	2013 R	2014 R	dez-2015 F	dez-2016 F	dez-2017 F	dez-2018 F	dez-2019 F	dez-2020 F
Unid: Milhares de Euros									
Receitas Grupo	3.250	4.151	6.022	7.855	11.909	15.778	20.134	24.257	27.415
% crescimento	51%	28%	45%	30%	52%	32%	28%	20%	13%
Receitas Adclick PT	2.979	3.430	5.200	6.502	7.803	8.973	9.870	10.857	11.400
% crescimento	42%	15%	52%	25%	20%	15%	10%	10%	5%
% total	92%	83%	86%	83%	66%	57%	49%	45%	42%
Receitas Adclick BR	272	721	1.427	1.334	1.728	2.159	2.591	2.980	3.278
% crescimento	418%	165%	98%	-7%	30%	25%	20%	15%	10%
% total	8%	17%	24%	17%	15%	14%	13%	12%	12%
Receitas Smarkio	--	--	27	209	724	1.911	4.036	6.294	8.375
% crescimento	n.a.	n.a.	n.a.	662%	247%	164%	111%	56%	33%
% total	0%	0%	0%	3%	6%	12%	20%	26%	31%
"Smarkio PT"	--	--	27	46	202	605	1.814	3.629	5.443
% crescimento	n.a.	n.a.	n.a.	69%	336%	200%	200%	100%	50%
% total	n.a.	n.a.	100%	22%	28%	32%	45%	58%	65%
"Smarkio BR"	--	--	--	163	523	1.307	2.221	2.665	2.932
% crescimento	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	221%	150%	70%	20%	10%
% total	n.a.	n.a.	0%	78%	72%	68%	55%	42%	35%
Receitas Wondeotec	--	--	745	1.896	3.792	4.930	5.915	6.507	6.832
% crescimento	n.a.	n.a.	n.a.	155%	100%	30%	20%	10%	5%
% total	0%	0%	12%	24%	32%	31%	29%	27%	25%
Intragrupo	--	--	(1.350)	(2.086)	(2.138)	(2.196)	(2.279)	(2.381)	(2.470)