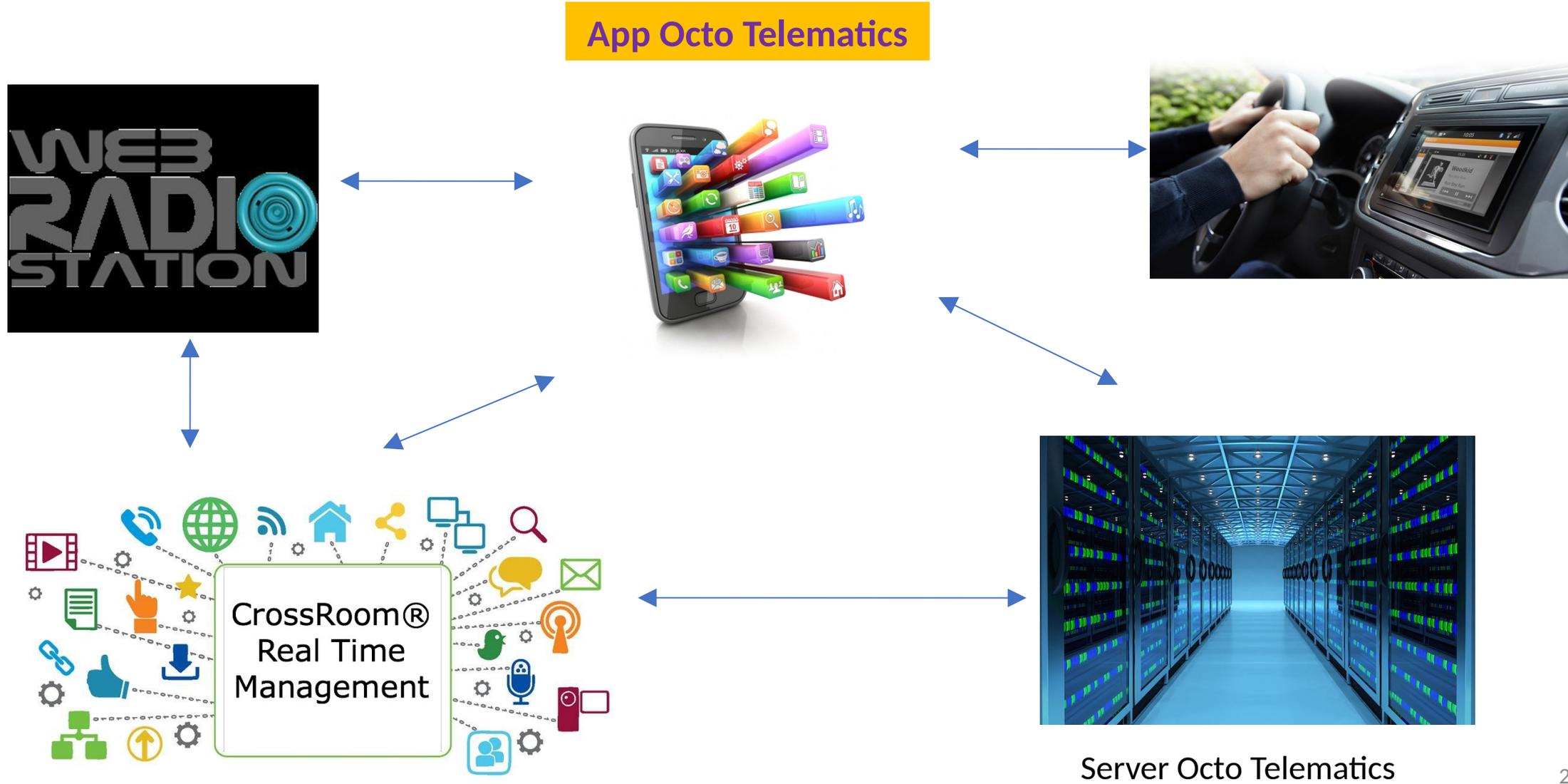




OCTO RADIO – Un’opportunità di business

OCTO

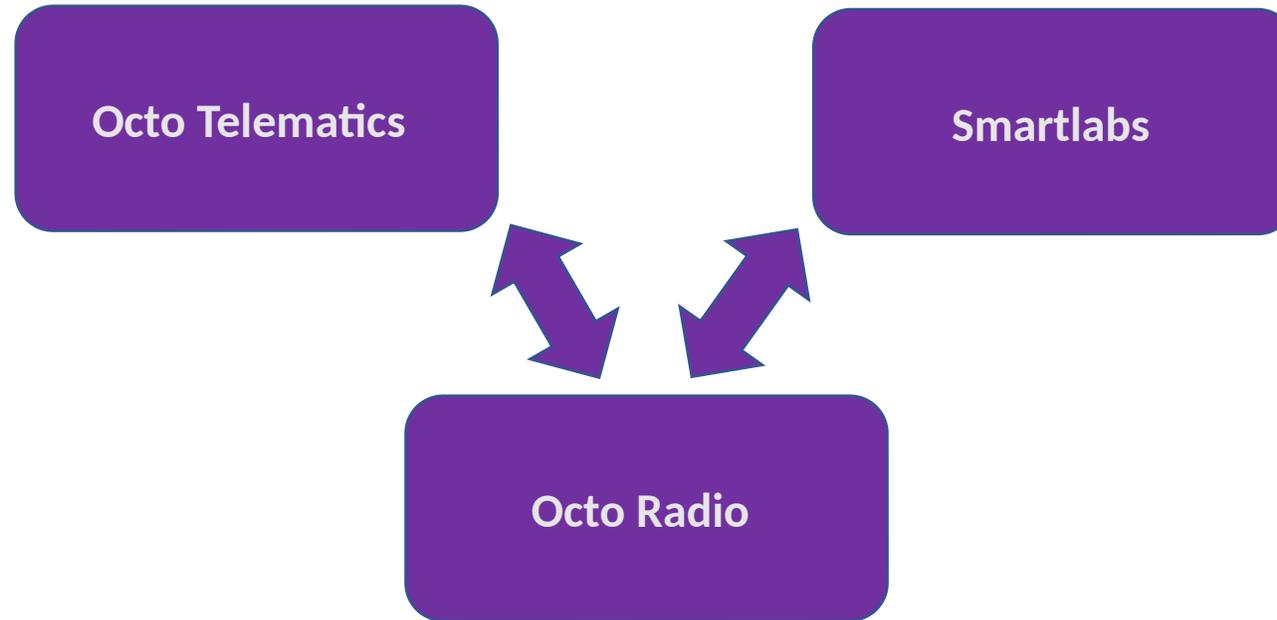
La proposta



La proposta

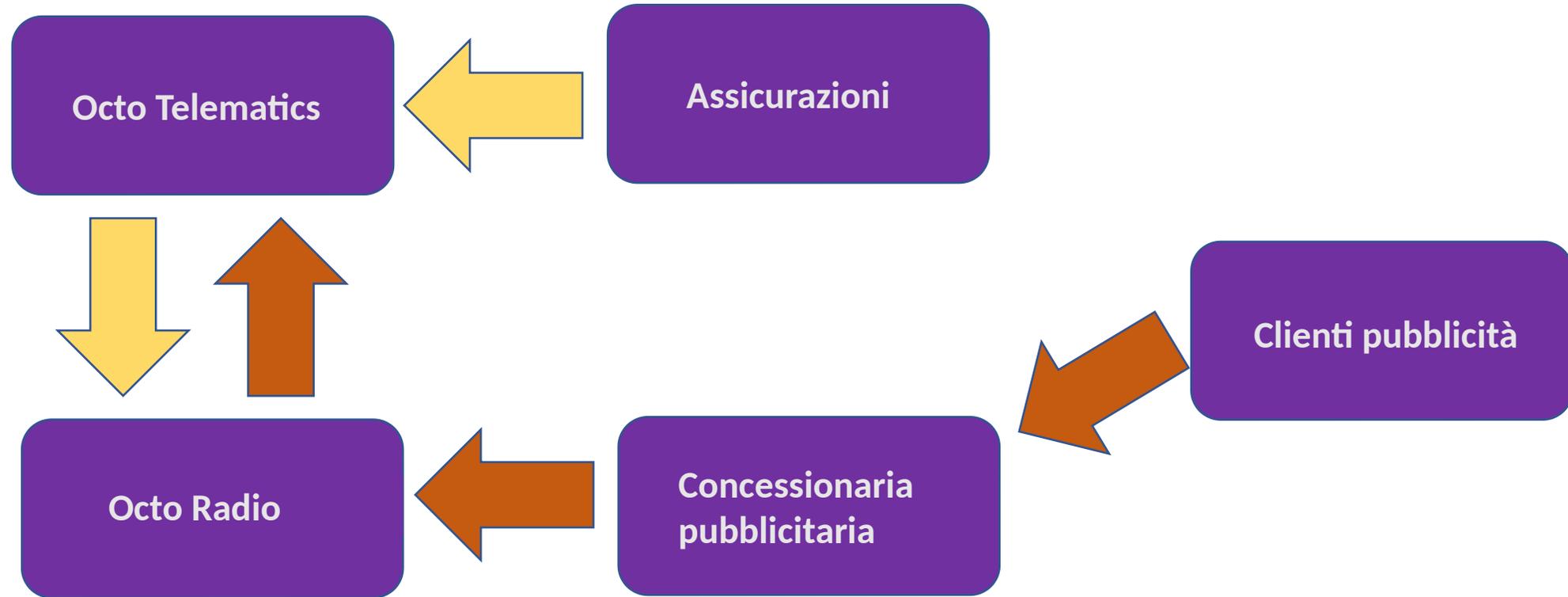
- Sviluppo di una App distribuita ai clienti Octo Telematics e a terzi che si integra con la Web Radio, la CrossRoom[®] Smartlabs, il server Octo Telematics via Internet e con la radio di bordo via bluetooth.
- Fruizione di un palinsesto personalizzato della radio e di servizi offerti sul canale radio da Octo e dalle Assicurazioni.
- La **App** determina per **Octo Telematics** significative **revenue ripetitive** ad elevata marginalità basate sulla vendita di **pubblicità** mirata agli utenti Octo e sull'erogazione di **servizi per le Assicurazioni** veicolati tramite radio, oltre a rappresentare una potenzialità di incremento della Clientela Octo

Una possibile organizzazione



- Octo Telematics garantisce la dote finanziaria per il progetto e diviene l'azionista di maggioranza della costituenda Octo Radio
- Smartlabs mette a disposizione tutte le competenze professionali necessarie per il successo dell'iniziativa azzerandone i rischi industriali a costi predeterminati

Il flusso finanziario



- Octo Radio paga a Octo Telematics una quota della raccolta pubblicitaria per l'utilizzo dei clienti e della infrastruttura
- Octo Telematics paga a Octo Radio una quota di quanto pagato dalle Assicurazioni sui servizi aggiuntivi via radio per la loro corretta erogazione

Web Radio: le caratteristiche

- Palinsesto personalizzato che aderisce ai gusti personali mantenendo la percezione dell'ascolto di flusso.
- Messaggi pubblicitari personalizzati basati sul profilo dell'utente.
- Elevata qualità del palinsesto.

Una possibile organizzazione

CROSSROOM



Gli impatti per Octo

- Non sono richiesti sviluppi e/o personalizzazioni sul device Octo.
- Il server Octo trasmette alcuni dati di interesse per erogare il servizio (profilo utente, accensione o spegnimento autovettura).
- I dati di interesse dei servizi aggiuntivi veicolati via radio vengono raccolti tramite connessione al server Octo.
- La App per la Web Radio Octo può funzionare indipendentemente dal modello di dispositivo Octo installato sull'autovettura.

I Servizi Aggiuntivi offerti su canale Radio

- “Isoradio” personalizzato.
- Servizi per la creazione di un ecosistema per la sicurezza stradale di interesse delle assicurazioni.
- Messaggi legati ad eventuali servizi di natura commerciale di Octo geolocalizzati, targettizzati e personalizzati.
- Eventuale localizzazione di boe elettroniche fisse o mobili

Opportunità per Octo Telematics

- Erogazione di Servizi Aggiuntivi via canale radio.
- Rilevanti flussi finanziari ripetitivi determinati dalla vendita di pubblicità radiofonica “di qualità” sui propri clienti.
- Estensione del rapporto con i clienti esistenti anche all’ambito domestico e del tempo libero.
- Migliore profilazione dei propri utenti per eventuali altri mercati pubblicitari.
- Poiché la radio sarà fruita anche da utenti terzi in ambienti diversi dall’autovettura, con la web radio il mondo Octo esce dall’autovettura e si apre a utenti non automobilisti o comunque utenti non clienti.
- Possibilità di fare pubblicità molto mirata a prezzi vantaggiosi per gli altri servizi Octo Telematics.
- Con questa operazione Octo diviene un soggetto che interviene nel mondo dei media e della pubblicità, aumentando il peso specifico del gruppo.

L'impatto sul mercato pubblicitario

La sinergia tra la web radio e Octo Telematics ha un notevole impatto sul mercato pubblicitario poiché consente di:

- presentare al mondo pubblicitario modalità di palinsesto e pubblicità “liquide”
- superare la suddivisione pubblicità nazionale con quella locale ibridando la fruizione attraverso la Crossroom
- effettuare vendite geo-localizzate, fino alla personalizzazione totale
- controllare in tempo reale la fruizione del flusso pubblicitario, con la possibilità di fornire report dettagliati all'investitore

Potenzialità Octo Radio sul Mercato pubblicitario

- Collocazione della radio sul mercato pubblicitario di riferimento.
 - I budget pubblicitari legati alla radiofonia vengono in gran parte collocati con un anno di anticipo, per cui nei primi 12 mesi circa di attività si potrà accedere solo ad una quota marginale del mercato potenziale.
 - Dal secondo anno si possono prevedere le allocazioni di flussi pubblicitari tradizionali e i primi ritorni legati ai nuovi modelli “liquidi”.
- Sulla base dei dati attuali della dimensione e ripartizione del mercato pubblicitario radiofonico (per utenti non profilati al contrario di quelli di Octo Radio e quindi di minor valore commerciale), la stima della potenzialità di raccolta pubblicitaria annua è di almeno **35 milioni di euro**.
- Il modello, inoltre, può essere esportato in ogni singolo paese del mondo con costi relativi minori e possibilità di attingere ai relativi mercati pubblicitari nazionali e ad accordi internazionali con marchi globali.

Smart+Labs >

Enabling your future

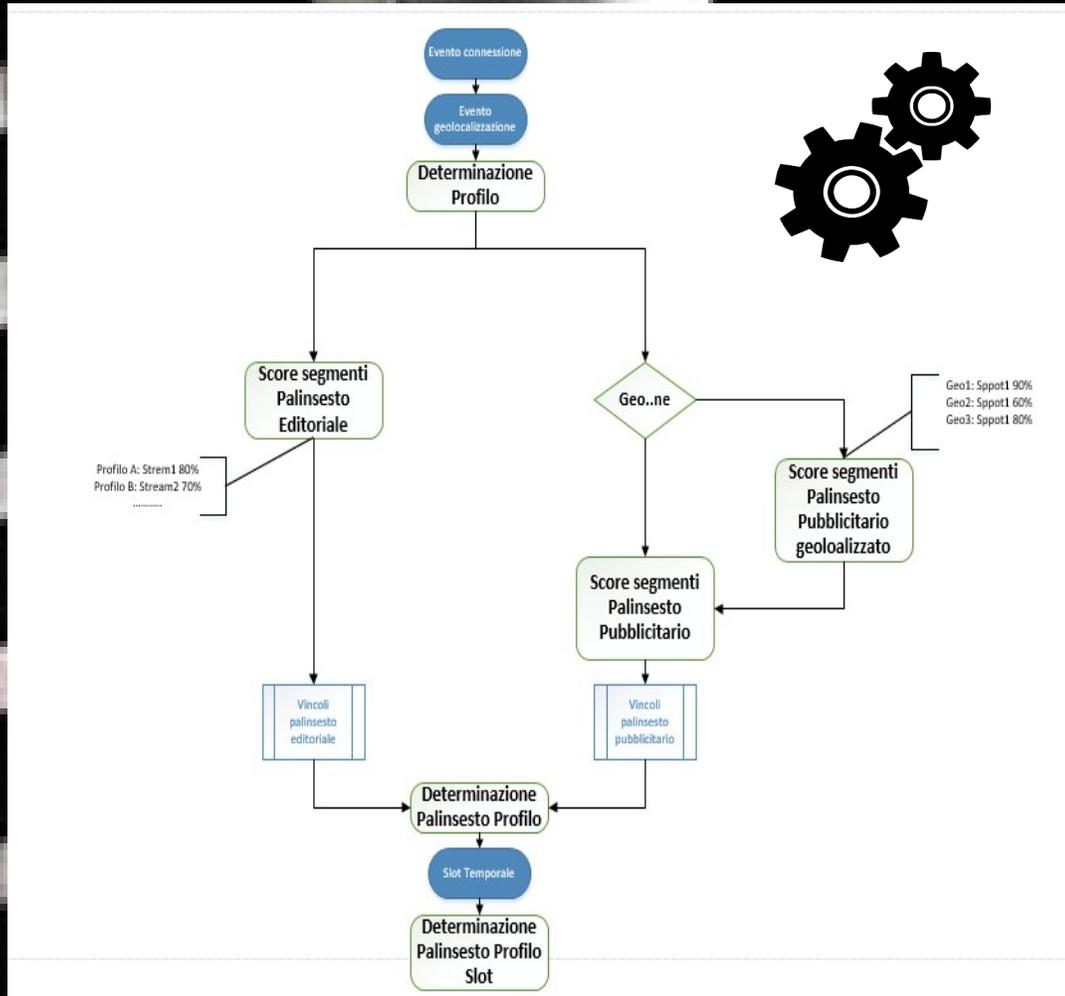
POC Web Radio – Palinsesto Liquido utenti Octo

OCTO

Roma, 27 Febbraio 2018

SL

La determinazione del Palinsesto liquido



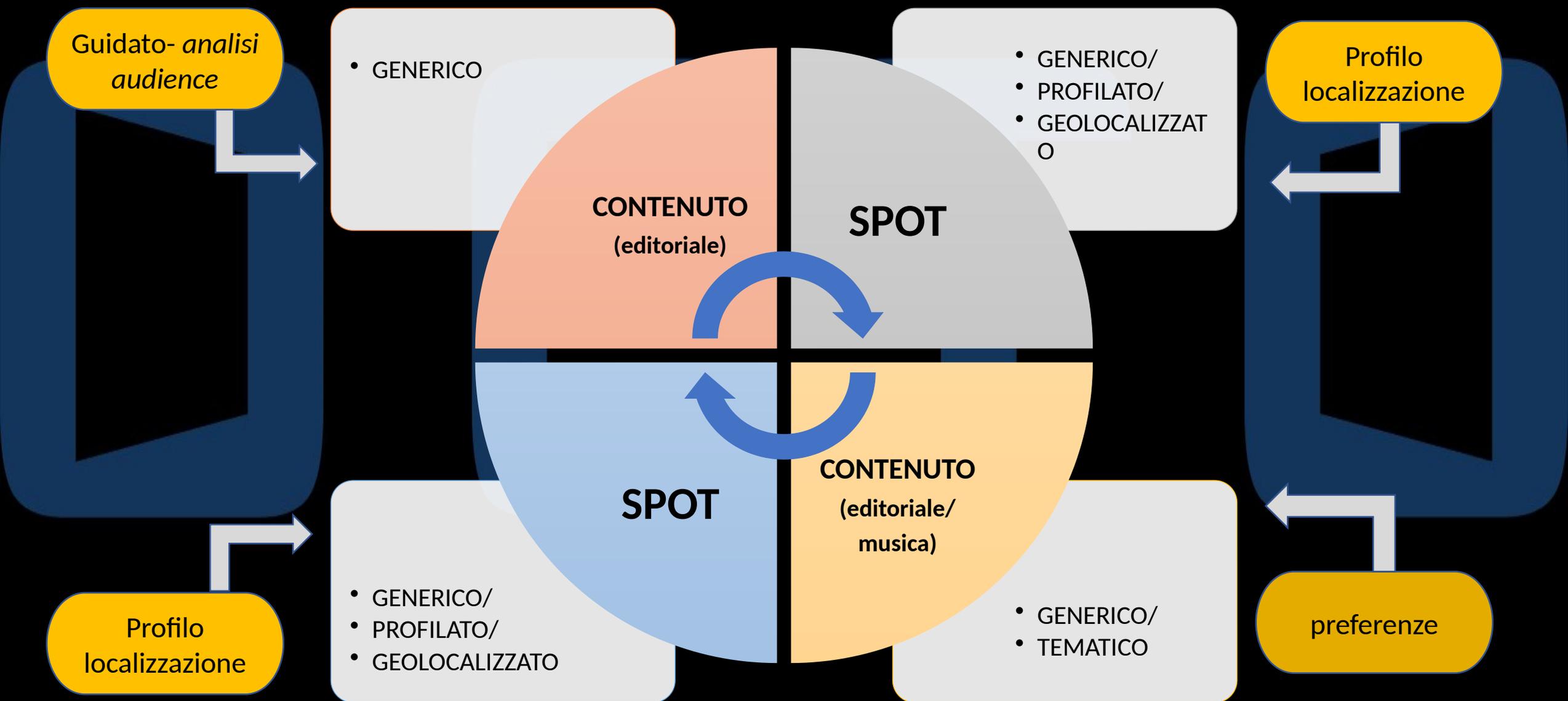
ON AIR

Gli utenti

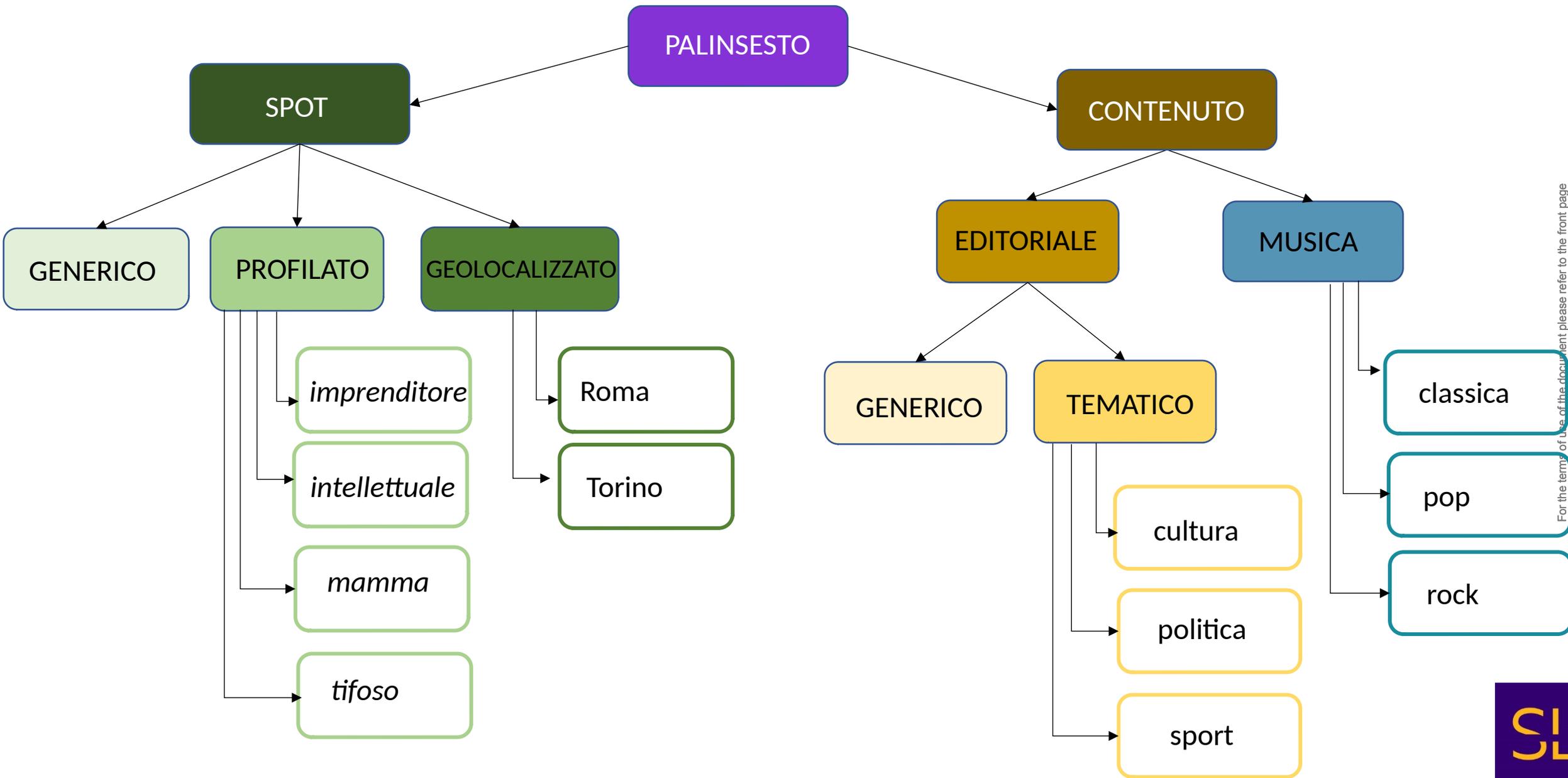


UTENTE	PERSONAS	GEOLOCALIZZAZIONE	PREFERENZE (TEMI)
giorgio.fornara@italymail.com GIORGIO	<i>Imprenditore</i>	TORINO	Classica <input checked="" type="checkbox"/> Pop Rock Cultura Politica <input checked="" type="checkbox"/> Sport
c.camporeale@mclink.it CLAUDIO	<i>Tifoso</i>	ROMA	Classica Pop Rock Cultura Politica Sport <input checked="" type="checkbox"/>
claudia.poddighe@gmail.com CLAUDIA	<i>Mamma</i>	ROMA	Classica Pop Rock Cultura Politica Sport
sergio.bellucci@gmail.com SERGIO	<i>Intellettuale</i>	ROMA	Classica <input checked="" type="checkbox"/> Pop Rock Cultura Politica <input checked="" type="checkbox"/> Sport <input checked="" type="checkbox"/>

Il draft del palinsesto



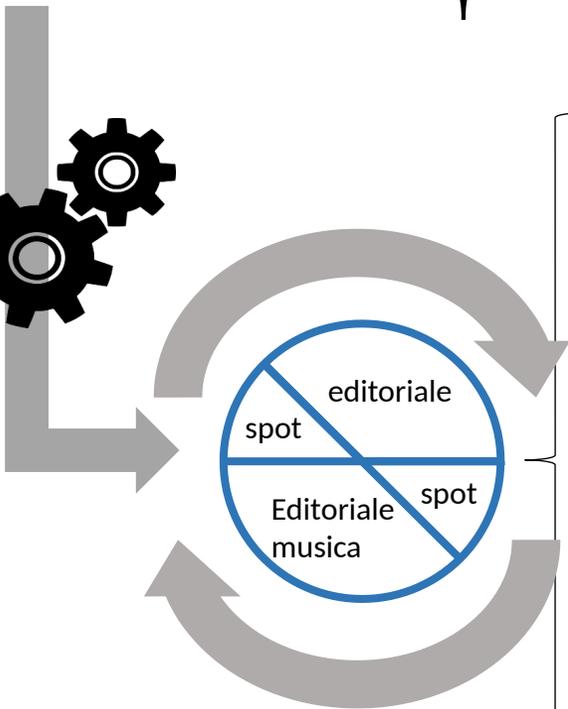
Il palinsesto: le casistiche



For the terms of use of the document please refer to the front page

Il palinsesto liquido

3 min	1 min	3 min	1 min
contenuto editoriale	spot	editoriale/ musica	spot



podcastRAI	Baci Perugina BirraPeroni	La maggica	Negronetto Cucine De Gregorio
podcastRAI	Baci Perugina Kinder	Dire Straits	J'ador Dior Cucine De Gregorio
podcastRAI	Baci Perugina CNA	Chopin	Zucchetti Gianduiotti Talmone
podcastRAI	Baci Perugina Urbano Cairo RCS Editore	Radio24	Rocher Cedrata Tassoni



<Claudio>



<Claudia>



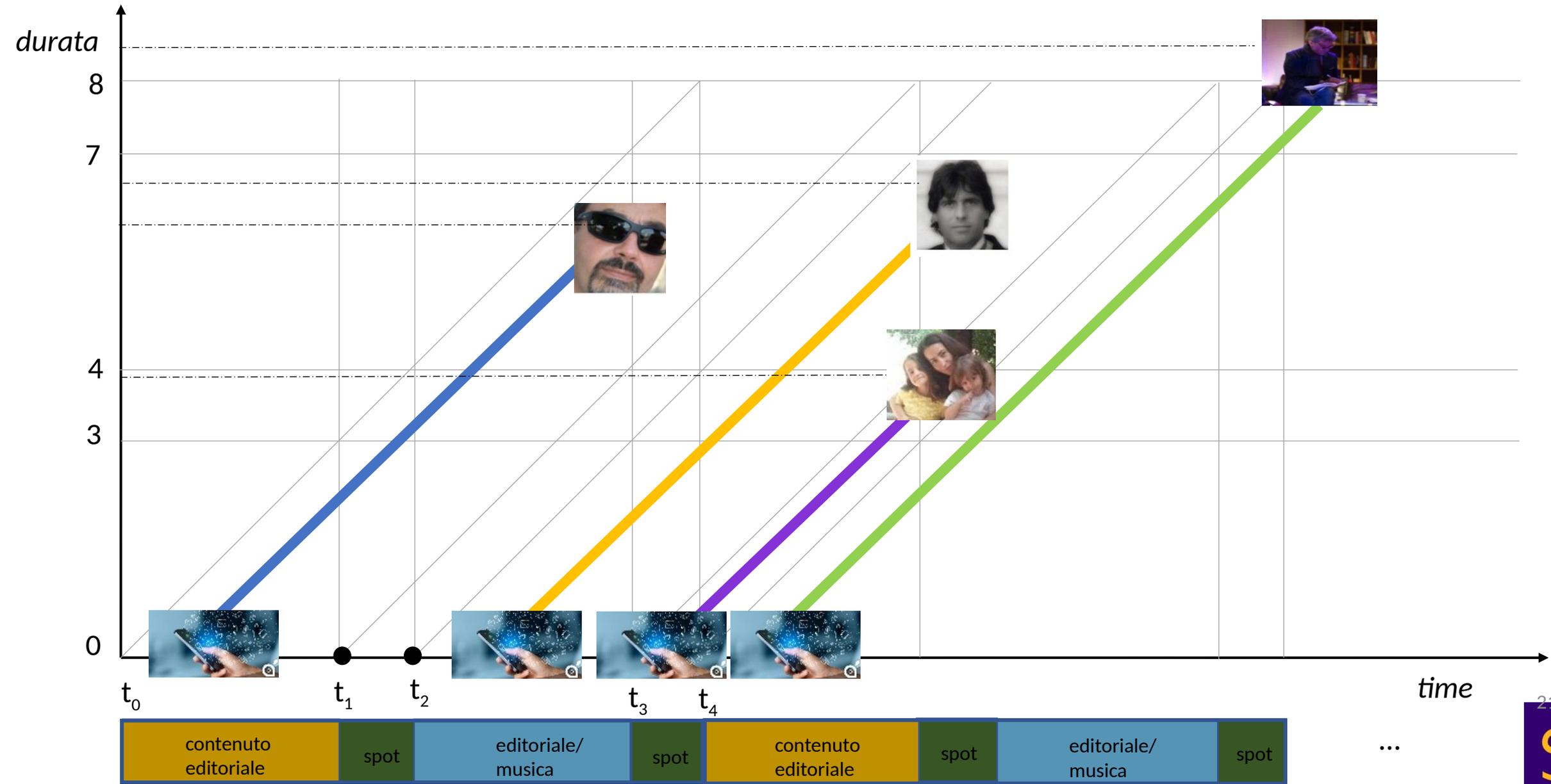
<Giorgio>



<Sergio>

For the terms of use of the document please refer to the front page

La simulazione



For the terms of use of the document please refer to the front page

Il monitoraggio



a bellucci sergio (sergio.bellucci@gmail.com)
Profilo: Intellettuale
Interessi: Cultura Politica
Telefono: iPhone10,4
Ora ultima segnalazione: 23/02/2018 13:59
Posizione: Indirizzo non disponibile

🔍 Posizioni

OCTO
WEB RADIO

Statistiche

Utenti

Numero di utenti connessi 4
Numero di utenti (ultime 24h) 11

Servizi

Numero di richieste: 3

Profili

Imprenditore	18%	2/11
Intellettuale	18%	2/11
Mamma	45%	5/11
Tifoso	18%	2/11

Preferenze

Musica

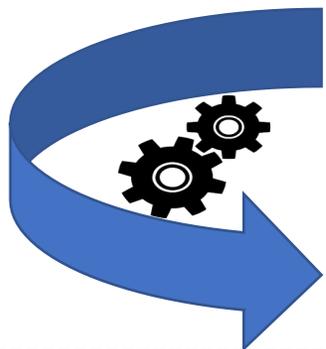
Classica	0%	0/11
Pop	0%	0/11
Rock	18%	2/11

Interessi

Cultura	9%	1/11
Politica	18%	2/11
Sport	9%	1/11



Il palinsesto liquido: Claudio



<Claudio>

Tifoso

Classica Cultura

Pop Politica

Rock Sport

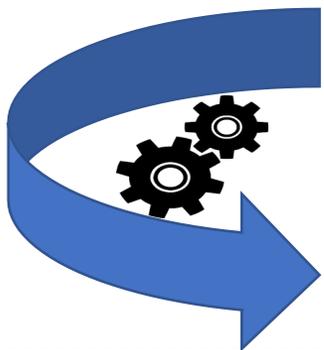


<loop>

For the terms of use of the document please refer to the front page



Il palinsesto liquido: Claudia



<Claudia>

Mamma

- | | |
|--|----------|
| Classica | Cultura |
| Pop | Politica |
| Rock <input checked="" type="checkbox"/> | Sport |



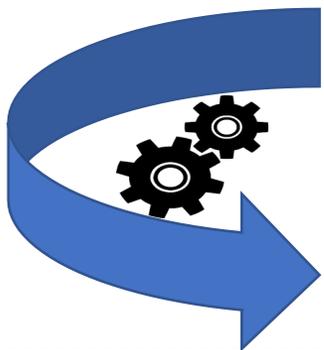
Contenuto editoriale 3 min	Spot 1 min	Editoriale musica 3 min	Spot 1 min

<loop>

For the terms of use of the document please refer to the front page



Il palinsesto liquido: Giorgio



<Giorgio>

Imprenditore

- | | |
|--|--|
| Classica <input checked="" type="checkbox"/> | Cultura |
| Pop | Politica <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rock | Sport |



<loop>

For the terms of use of the document please refer to the front page



Smart+Labs >

Enabling your future

POC Web Radio - Dati di Business Plan

OCTO

SL

La struttura dell'ascolto radiofonico

- A fronte di un totale degli ascoltatori radio di **35.611.000** unità ([dati 1° semestre 2016](#)), 962.000 utenti (cioè quasi 1 milione) ascoltano i contenuti radiofonici tramite PC/tablet (streaming), 1.933.000 (cioè quasi 2 milioni) con cellulare/smartphone (in questo caso streaming e FM), 12.500.000 con l'apparecchio fisso (radio tradizionale FM e DAB+), **24.734.000** con l'autoradio (FM e DAB+) e 2.396.000 tramite tv (DTT, sat, smart tv).
- **Da ciò si desume che quelli che ascoltano la radio in automobile sono il doppio di quelli che ne fruiscono con classico ricevitore da tavolo.**
- L'ascolto della radio via Web è un trend in rapida crescita soprattutto fra i giovani

Struttura dell'ascolto e raccolta pubblicitaria

- Questo dato consegna la strategicità dell'ascolto in auto di questo media. Un posizionamento in questo segmento è rivoluzionario per l'intero mondo pubblicitario radiofonico.
- Quasi **25 milioni** di ascoltatori medi giornalieri su un totale di quasi **36 milioni comporta circa i 2/3 degli ascolti**, quindi della potenzialità di raccolta pubblicitaria.
- Il valore approssimativo della raccolta pubblicitaria che si determina con l'ascolto della radio dall'auto, in ragione di ciò, si attesta intorno ai **256 milioni di euro**.

Octo Radio: Ipotesi di ricavi

- La prima radio italiana è RTL 102.5 con circa 6.000.000 di ascoltatori al giorno e ricava 60.000.000 di Euro l'anno.
- Dal secondo anno, dal momento della certificazione degli ascolti da parte di audiradio, per Octo Radio è ragionevole ipotizzare una raccolta pubblicitaria superiore ai 20 milioni
- Dal terzo anno si prevede la possibilità di essere la prima radio italiana e non solo in mobilità.
- La raccolta pubblicitaria a regime si prevede possa assestarsi tra un minimo di 35 e un massimo di 60 milioni annui (valore della raccolta attuale di RTL 102.5).
- A questi dati di ricavi vanno aggiunti i ricavi derivanti dall'erogazione di servizi aggiuntivi su canale radio, al momento di difficile quantificazione.

Octo Radio: Ipotesi di costi

- I costi complessivi di OctoRadio, nell'ipotesi di trasmissione nella sola lingua italiana, nella sua configurazione completa che prevede le analisi in tempo reale delle persone connesse e la differenziazione del canale per utente è prevedibile in:
 - Realizzazione delle sede radiofonica professionale: 2,5 milioni
 - Sviluppo completo della App, dei servizi aggiuntivi su canale radio e Integrazione con la Crossroom® di Smartlabs: 0,5 milioni
- Gestione approssimativa del palinsesto: 7-8 milioni/anno, inclusivi dei costi legati alla gestione informatica e della struttura di telecomunicazione. Questo è il costo a regime della gestione del palinsesto, ma la necessità di offrire un prodotto di qualità fin dall'inizio per attrarre gli ascolti dei clienti non consente di comprimerlo eccessivamente nella fase iniziale di sviluppo
- Gestione Crossroom: 1,8 milioni/anno
- A questi valori devono essere aggiunti i costi amministrativi e gestionali (affitti, pulizie, assicurazioni, vigilanza, ecc...) che si stimano in 0,3 milioni annui
- Si prevedono quindi **investimenti** complessivi per **3 milioni** di Euro, e di costi di **gestione annua** di circa **10 milioni** di Euro a fronte di ricavi di circa **2 milioni** il primo anno, **20 milioni** il secondo e circa **35 milioni** a partire dal terzo.