

Risultati Finanziari al 31 dicembre 2025

Trascrizione dell'Investor Conference Call in Italiano

Data: 31/03/2026

Operatrice Chorus Call: Buongiorno, qui l'operatrice Chorus Call. Benvenuti alla presentazione dei risultati al 31 dicembre 2025 del Gruppo Datrix. Vi ricordo che tutti i partecipanti sono in modalità di solo ascolto. Dopo la presentazione iniziale ci sarà l'opportunità di porre delle domande. Per ricevere assistenza da un operatore, digitate asterisco seguito da zero se siete collegati in conference call, oppure premete sull'icona con la cuffietta in basso a sinistra se siete collegati via web. Oggi con noi: Fabrizio Milano d'Aragona, Chairman e CEO; Niccolò Bossi, General Manager; e Giuseppe Venezia, Head of M&A. Ora vorrei cedere la parola a Niccolò Bossi, General Manager di Datrix. Prego.

Niccolò Bossi: Sì, buongiorno a tutti e grazie ancora di essere qui. Allora, per la presentazione di oggi siamo voluti partire da dati actual e previsionali di mercato perché spesso, prima ancora di entrare nel merito di cosa gli operatori di intelligenza artificiale facciano, è importante qualificare il contesto in quanto non risulta sempre immediato da comprendere. Pertanto, la presentazione sarà quasi più focalizzata su aspetti di business e di mercato piuttosto che sui meri numeri di cui avete già avuto contezza grazie ai preliminari del 26 febbraio scorso. Quindi, entriamo nel vivo della presentazione. Andiamo a slide 3 e entriamo nel vivo partendo dalla roadmap evolutiva dell'AI che ha tracciato McKinsey. Oggi come vedete ci troviamo nella Fase 1, l'orizzonte a un anno che è stato definito di "Reset and Scale Up". Come vedete, i dati sono molto esplicitivi e parlano da soli: il 65% delle organizzazioni utilizza già l'AI generativa regolarmente e, come sapete, ormai è sulla bocca di tutti il fatto che ci sia una pianificazione in aumento della spesa in questo settore; il 92% degli executive risponde positivamente a questo stimolo. E quindi è il momento in cui il focus si

sposta, direi definitivamente, da progetti pilota all'implementazione su larga scala. Noi l'abbiamo vissuto, lo stiamo vivendo in maniera chiara. Come sapete, abbiamo passato gli anni dall'IPO ad oggi a lavorare con grandi clienti, spesso in un'ottica più sperimentale che di puro business commerciale, perché il mercato non era così maturo come oggi nel recepire soluzioni verticali enterprise che poi noi portiamo in produzione. E a noi serviva in ogni caso allenare i nostri modelli algoritmici con database differenti, vasti e composti di dati reali. Oggi lo scenario è decisamente più pronto ad accettare la sfida dell'implementazione di prodotti e soluzioni e di quindi superare la fase di mero test. Guardando all'orizzonte dei 5 anni, quindi siamo nella fase centrale della slide, varchiamo la cosiddetta soglia della "Productivity Frontier". In questa fase l'AI genera un valore economico globale annuo stimato in 4,4 trillion di dollari. L'impatto operativo contestuale è massiccio perché il 30% delle ore lavorative potrà essere sostanzialmente automatizzato, portando a uno spostamento dei ruoli verso attività che da più, task ripetitivi passano ad alta specializzazione. Se ci spostiamo ancora a destra, con quindi nell'arco dei prossimi 10 anni, vivremo quella che McKinsey ha definito la "Multi-Agent Decade". Quindi è un'era in cui ci sarà pressoché totale autonomia: il 60% delle funzioni operative sarà gestito direttamente dall'AI e la metà di tutte le attività lavorative potrà di fatto essere automatizzata. Quindi assisteremo a una mutazione strutturale dei modelli operativi e della tecnologia aziendale che passerà a modelli basati su agenti autonomi e squadre di lavoro multifunzionali. Spostandoci alla slide successiva, possiamo vedere come quella visione tecnologica che abbiamo visto nella slide precedente trova una precisa corrispondenza nelle proiezioni delle principali analisi finanziarie. Quindi l'orizzonte immediato caratterizzato dalla cosiddetta "Infrastructure Arms Race". Ne sentiamo parlare tutti i giorni, siamo nel bel mezzo di una "corsa agli armamenti" infrastrutturali, anche se il parallelismo è oggi un po' sfortunato, con una crescita annua composta superiore al 20%, soprattutto nella spesa rivolta a semiconduttori e data center. È fondamentale notare che questo Capex genererà una pressione temporanea sui margini, poiché i costi iniziali precedono ampiamente i guadagni futuri. Stessa cosa che noi abbiamo vissuto negli anni precedenti, come dicevo prima, quando abbiamo effettuato una serie importante di investimenti per costruire il nostro asset, ossia la nostra libreria tecnologica di moduli algoritmici di cui dopo vi darà contezza Fabrizio. Il vero punto di svolta arriverà fra 5 anni, insomma nell'arco dei prossimi 5 anni, dove si avrà un incremento della produttività del lavoro fino a un punto e mezzo percentuale ogni anno, con non solo, come abbiamo visto prima, una percentuale alta di lavori che possono essere automatizzati, ma qui si parla di espansione e quindi anche il 20-30% delle mansioni lavorative possono essere aumentate. Quindi prima parlavamo di efficienza, qui c'è un angolo invece legato all'espansione. Arrivando all'orizzonte di 10 anni, la trasformazione economica,

come vedete, sarà - sempre secondo le stime - definitivamente compiuta. Entro la metà degli anni che vanno dal 2030 al 2040 si aggiungeranno fra i 5 e i 7 trillion di dollari al PIL globale, ma soprattutto si sbloccherà un valore aziendale complessivo di quasi, insomma, di circa 200 trillion di dollari in market cap sostanzialmente. Quindi in questa fase matura l'efficienza che deriva dall'AI non sarà più di fatto un vantaggio competitivo opzionale, ma diventerà il driver primario delle performance azionarie nel tempo. Se ci muoviamo alla slide successiva, diamo un occhio ai dati dell'Italia. Come sapete, anche in Italia comunque stiamo correndo e in soli 7 anni il mercato dell'AI è passato da 210 milioni a 1,8 miliardi di euro, quindi un tasso di crescita composto del 54% negli ultimi tre anni. Ci sono un paio di dati fondamentali da sottolineare qui: l'AI oggi rappresenta solo il 4% dell'intero valore del settore ICT, come vedete nel confronto con i 44 miliardi che vedete sulla colonna di destra grigia. Questo significa che c'è un mare aperto di fronte al business AI, in parte anche di sostituzione verso gli approcci legacy tradizionali. Il mercato italiano è però ancora per il 77%, lo vedete sulla parte destra della slide, composto da progetti custom, dominato principalmente dal machine learning tradizionale. E anche qui, quindi, questo significa che c'è una prateria enorme per chi come noi siamo in grado di trasformare questi progetti in prodotti AI scalabili e integrare la generative AI, che sta crescendo del 60% come vedete, in soluzioni verticali e pronte all'uso. Se ci spostiamo su una view più company specific, quindi chi siamo noi e perché oggi di fronte a un mare di operatori di intelligenza artificiale e di software as a service, perché noi dovremmo essere diversi? Ecco, il primo punto che noi ci teniamo sempre a sottolineare è che la nostra natura è technology agnostic. Non siamo legati ad un singolo cloud provider o a uno specifico ecosistema di modelli linguistici. La nostra è un'architettura progettata per essere sostanzialmente indipendente e, come dicevo, agnostica. Questo ci permette, laddove fosse necessario farlo, di scegliere sempre il motore migliore sul mercato in termini di performance e costi, garantendo ai nostri clienti una resilienza e una scalabilità che chi è vincolato ad un solo fornitore semplicemente non può avere. Nella slide successiva, un altro punto molto importante che spesso ci viene chiesto dagli investitori ed è argomento di discussione con quando li incontriamo: l'approccio alla generative AI. Molti, come sapete, vedono gli LLM come la possibile soluzione finale. Avete visto infatti la reazione del mercato alla notizia di qualche settimana fa quando venne definito cosa poteva fare Co-work di Claude nel contesto di un'organizzazione aziendale, abbiamo visto che il mercato SaaS è di fatto crollato. Noi invece pensiamo che gli LLM siano per noi dei componenti modulari: un modello LLM puro introdotto a livello enterprise espone l'azienda a rischi di sicurezza e di compliance molto più alti di quello che si possa immaginare e soprattutto non genera un impatto reale sul business. Per loro natura, infatti, questi sono modelli orizzontali che per essere utilizzati cross-

industry e cross-function non possono sviluppare una specializzazione spinta. Noi invece come Datrix inseriamo questi modelli all'interno di soluzioni verticali proprietarie governate; quindi, li trasformiamo in abilitatori di valore. Nessuno pensa che gli LLM facciano male, ma come tutti gli elementi dotati di una potenza notevole vanno utilizzati certamente, però in maniera appropriata, imbrigliati in un perimetro tecnologico e funzionale ben preciso. Siamo vertical e business-oriented, cioè torniamo a quanto appena detto: non facciamo AI generica, le nostre soluzioni risolvono problemi operativi specifici in settori ad alto potenziale come l'energia, il marketing, la finanza, i processi industriali in generale e portiamo risultati misurabili e non solo promesse tecnologiche. Un altro punto, l'ultimo veramente secondo me fondamentale che venga compreso, un po' un asso nella manica, è l'integrazione delle nostre soluzioni in modalità non disruptive. Spesso l'adozione di tecnologie e software legacy tradizionali o anche l'AI spaventa perché si pensa che richieda di rivoluzionare dei sistemi esistenti. Mentre invece noi agiamo come un overlay che si integra perfettamente nell'infrastruttura attuale dei clienti senza richiedere modifiche o nuove implementazioni costose o rischiose. Questo significa sostanzialmente tempi di adozione rapidissimi e creazione di valore quasi immediato. Il nostro modello, che vedremo a breve con Fabrizio, prevede infatti di aumentare e ottimizzare le performance dei software esistenti e non obbligare il cliente a rivedere la propria scelta infrastrutturale o tecnologica. A mio avviso, visto che vengo da un'esperienza lunga con i system integrator nei primi anni 2000, questo è un elemento di successo cruciale e distintivo che ci aiuta a non avere frizioni nel momento in cui andiamo a proporre le nostre soluzioni. Quindi, in sintesi e poi passo la parola a Fabrizio, Datrix si muove in un mercato che cresce 10 volte più velocemente del settore ICT tradizionale. Lo facciamo con un modello di business che mitiga il rischio tecnologico grazie al fatto di essere agnostici e acceleriamo l'adozione grazie a soluzioni verticali facili da integrare. Siamo pronti per la multi-agent decade che abbiamo visto prima che ci attende, forti di una visione che mette il valore di business davanti all'hype tecnologico. Quindi direi che siamo posizionati nella maniera più opportuna possibile per affrontare quello che anche il CEO di Nvidia ha definito come i prossimi 10 anni, gli anni dell'AI applicativa. Allora lascio la parola a Fabrizio e ci sentiamo dopo per eventualmente per le Q&A.

Fabrizio Milano d'Aragona: Grazie mille Niccolò, grazie per l'introduzione. Il posizionamento che ha descritto Niccolò di fatto si riflette direttamente nel nostro modello di crescita. E l'obiettivo di Datrix è costruire il principale ecosistema italiano di software verticali, questo è un aspetto molto importante, potenziato dall'AI. Quindi questo elemento è un elemento strategico anche prospettico di crescita e che fa riferimento al fatto che le società che fanno già

attualmente parte del nostro ecosistema, comunque, e che faranno parte, sviluppano, come è stato detto appunto da Niccolò, applicazioni che noi definiamo enterprise grade. Questo è un aspetto piuttosto importante di quando parliamo del mondo ovviamente dei sistemi di intelligenza artificiale integrati all'interno del mondo del business, proprio perché stanno subentrando accanto alle normative già esistenti tutta una serie anche di normative nuove, come per esempio in Europa l'AI Act, che prevede una serie di regole di utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale, ma soprattutto, cosa per noi molto importante dato che abbiamo avuto una importantissima esperienza con tantissimi player nel mercato che avevano anche una dimensione piuttosto importante nell'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale, c'è proprio l'esigenza di creare dei sistemi che sono anche sicuri per quanto riguarda la sicurezza, proprio la protezione dei dati per esempio, che è un aspetto molto molto importante. Quindi la possibilità di lavorare con sistemi verticali dà da un lato la possibilità di poter misurare effettivamente l'impatto dell'AI perché, come descriveva Niccolò, oggi siamo in una fase nuova, una fase dove fondamentalmente le aziende escono dalla semplice sperimentazione e stanno entrando in una fase di fondamentalmente di volontà di misurazione di risultati. E quindi la verticalità dà questo tipo di prospettiva. Dall'altro lato naturalmente c'è anche molto più controllo, si capisce molto nel dettaglio dove si ferma l'AI e dove fondamentalmente ci sono poi i team che attualmente sono i team di esperti all'interno delle strutture aziendali. Quindi da questo punto di vista Datrix non è una single product company, ma appunto non è un ecosistema di realtà software verticali qualunque: le società che fanno parte del nostro gruppo operano in un dominio specifico, costruiscono e lavorano anche in una logica di integrazione e quello che per noi è molto importante è proprio fare leverage su quelle che possono essere anche delle esperienze fondamentalmente comuni. La logica con cui scaliamo questo modello quindi è molto chiara: cioè da un lato combiniamo, per noi è molto importante ovviamente la crescita organica; dall'altro lato naturalmente una un elemento importante di crescita futura sarà sempre di più l'attività di M&A che noi definiamo in una strategia che chiamiamo duale, pensata da un lato per accelerare scala, ma anche market, perché la possibilità di poter integrare sistemi verticali già esistenti permette di superare tutta una serie di problematiche di legacy nell'integrazione di questi sistemi software all'interno del tessuto industriale italiano ed europeo. Quindi il nostro focus è quello proprio di attivare meccanismi di acquisizione seriali attraverso ovviamente una selezione che viene fatta tramite il team di Datrix centrale che individua le aziende più adatte che possono essere integrate all'interno del nostro ecosistema. E naturalmente però questo tipo di approccio, quindi l'approccio dell'M&A, deve essere anche questo un approccio scalabile. Quindi il nostro focus è quello di nei prossimi anni di integrare sempre più realtà che sono presenti sul mercato. Vi do soltanto un'informazione

che può essere interessante: attualmente sul mercato italiano ci sono oltre 56.000 aziende software di piccole dimensioni; quindi, sono piccole aziende software che sono presenti all'interno del nostro tessuto fondamentalemente industriale. Ecco come operiamo, quindi vi diamo anche un po' una vista di quello che è comunque il nostro modello operativo. Quindi da un lato c'è la parte ovviamente di M&A che ho descritto poco fa. Dall'altro lato una cosa molto importante è l'attività cosiddetta di co-pilot. Quindi noi ci occupiamo di fatto di governare queste società facendo sostanzialmente tre cose che sono le attività più importanti da un punto di vista della gestione delle company che fanno parte del nostro ecosistema. Da un lato, e questo poi appunto su questo poi ci focalizzeremo, c'è quella che noi definiamo appunto l'AI infusion, quella che descriveva poco fa Niccolò: l'integrazione non disruptive di sistemi di intelligenza artificiale all'interno di software esistenti. Quindi la possibilità di fare quello che noi definiamo una sorta di cambio genetico del software, farlo passare da una logica fondamentalemente non AI native in una logica invece di trasformazione AI. Questo aspetto è un aspetto molto importante ed esclusivo del nostro approccio al mercato. Gli altri due componenti sono componenti molto importanti di crescita e di consolidamento di queste realtà. Da una parte c'è la market growth, quindi fondamentalemente la struttura centrale supporta le aziende che fanno parte del nostro ecosistema in una logica di crescita e di scalabilità, quindi di anche di espansione per esempio internazionale. E dall'altro lato ovviamente c'è tutta la parte invece di finance e business control che viene effettuato direttamente a livello centrale. Come spiegavo poco fa, una parte molto importante, un abilitatore fondamentale per noi e che ha rappresentato anche la parte più importante di investimenti che noi abbiamo fatto nel corso degli anni e che ovviamente stiamo continuando a fare ed effettuare, è proprio la realizzazione della nostra tech stack finalizzata a quello che raccontavo poco fa, proprio all'AI infusion. Quindi abbiamo da un lato ormai centinaia di sistemi che noi abbiamo sviluppato grazie proprio alla collaborazione anche con importantissimi centri di ricerca, ma soprattutto anche alla messa in pratica di questi sistemi collaborando anche con tantissime realtà del mondo finanziario, del mondo della distribuzione, del mondo della sanità. Quindi comunque stiamo parlando comunque di realtà che oggi stanno utilizzando i nostri sistemi di intelligenza artificiale. Questa quindi questa libreria viene integrata all'interno delle applicazioni verticali che tipicamente sono anche applicazioni che noi definiamo mission critical. Quindi sono fondamentalemente applicazioni che sono importanti per il cliente e che quindi creano anche un sistema di legacy, perché il cliente le utilizza nell'ambito della produzione, nell'ambito della logistica, nell'ambito della valutazione di tutta la parte documentale. Quindi sono sistemi che in qualche modo sono integrati e sono fanno parte della dell'attività quotidiana delle aziende che in qualche modo serviamo. Ovviamente alla fine di

questo percorso ci sono le aziende strategiche che noi approcciamo all'interno del mercato. Quindi questo è un pochino come viene sviluppata fondamentalmente l'integrazione dei nostri sistemi all'interno della delle aziende che fanno parte del nostro ecosistema. Adesso vi daremo una overview di quelle che in qualche modo sono state le attività sviluppate da Datrix nei confronti delle società che fanno parte del nostro portfolio. Ovviamente faremo proprio dei brevi accenni in modo tale da potervi dare in qualche modo una serie di indicazioni di quello che è accaduto soprattutto nel 2025, ma sta accadendo anche nel corso del 2026. E partiamo inizialmente proprio da la nostra controllata negli Stati Uniti, parto proprio da Adapex perché è il caso più evidente e qui ecco si vede in maniera anche abbastanza chiara l'integrazione di quello che ho descritto poco fa: da un lato l'integrazione dell'AI, dall'altro lato anche il riposizionamento in ottica di mercato in una logica di quindi trasformazione complessiva della società grazie proprio ai sistemi di intelligenza artificiale. Adapex è una società controllata al 100% dal nostro gruppo ed opera principalmente nel mercato US, ha come mercato di sbocco principale il mercato americano. Quindi nel corso dell'anno noi abbiamo accompagnato la società in un passaggio molto netto da un modello che era basato su volumi, in una logica prettamente di advertising programmatic, ad un modello invece molto più selettivo ad alto margine e quindi che è totalmente guidato dall'AI. L'elemento chiave su cui lavoriamo è proprio l'elemento è la il mercato della cosiddetta data monetization, che è un mercato ovviamente che si sta sviluppando tantissimo negli Stati Uniti, ma che sta vedendo un suo sviluppo anche in Europa. E questo cambio che abbiamo effettuato, quindi sulla controllata Adapex, ha portato certamente un cambio di tecnologia. Dall'altro lato anche proprio un cambio di posizionamento, infatti abbiamo lanciato anche il nuovo sito, abbiamo riposizionato l'azienda a 360 gradi, ma soprattutto, cosa molto importante per supportare questa nuova fase, abbiamo anche modificato quello che è fondamentalmente il leadership team. Quindi abbiamo integrato delle nuove figure, sia l'amministratore delegato che il vice presidente del customer success, che di fatto sono entrati all'interno della dell'organizzazione Adapex per supportare questa nuova fase questa nuova fase di crescita. Vado un attimo su la seconda società che volevo descrivervi è Aramix. Aramix è la società che è specializzata nello sviluppo di soluzioni nell'ambito per l'efficientamento. Quindi soprattutto sono applicazioni che si occupano di efficientare le attività sia i processi gestionali che i processi produttivi. Anche qui è stato fatto un lavoro molto importante di anche di cambio di posizionamento di Aramix. Aramix lavora tipicamente su sistemi più quelle che vengono chiamate sistemi deep tech, quindi piuttosto avanzati di tecnologia. E la cosa molto interessante è che proprio nel corso del 2025 e soprattutto vedranno sviluppo nel 2026, abbiamo rilasciato sul mercato una serie di prodotti verticali tra cui uno molto importante che si chiama

Enermind, che si occupa di attivare meccanismi di energy optimization, quindi ottimizzazione di sistemi energetici, che è un tema ovviamente molto importante nel mercato europeo. E altro aspetto molto importante è stata anche la crescita fondamentale della base clienti, perché una cosa che comunque per noi è molto importante non è soltanto noi oggi non lavoriamo in una logica progettuale come diceva appunto Niccolò, ma il nostro elemento chiave è avere clienti ricorrenti. Quindi avere clienti che in qualche modo potranno essere accompagnati anche in futuro; quindi, nel momento in cui li acquisiamo, per poter in qualche modo anche crescere con noi nell'integrazione di sistemi di intelligenza artificiale. E quindi questo è stato un lavoro di stabilizzazione della base clienti e soprattutto anche la possibilità di acquisirne sempre di nuovi tramite dei sistemi che comunque sono molto avanzati anche da un punto di vista appunto tecnologico. Passo a Bytek, che è l'altra società del nostro gruppo. Bytek ha continuato nel 2025 un percorso di evoluzione molto preciso, diventare sempre di più una vera AI-powered product company. E in questo caso quello che per noi è stato un elemento molto importante è stata la l'espansione del nostro sistema che viene chiamata Bytek Prediction Platform, che è un software che attualmente è distribuito sia sul mercato italiano, vedete una serie di clienti ovviamente quelli che almeno possiamo citare, ma soprattutto sta vivendo anche una parte di una fase di fortissima espansione proprio nel mercato US. Nell'ultimo anno abbiamo assunto due sales negli Stati Uniti, stiamo supportando la crescita. Questa è un'azienda nata in Italia che sta vivendo una fase anche importante di sviluppo nel mercato americano. Quindi stiamo portando i nostri sistemi direttamente anche nel mercato US e questo per noi è un aspetto molto importante perché abbiamo acquisito i primi clienti negli Stati Uniti, ma vedremo soprattutto anche nei prossimi nel prossimo anno un'espansione sempre più importante su quel mercato anche perché nel corso del 2025, l'abbiamo annunciato qualche settimana fa, abbiamo chiuso un accordo con la piattaforma Google Cloud che diventerà il nostro distributore. Quindi chi oggi adotta il cloud di Google, ovviamente nell'ambito delle soluzioni marketing, potrà di fatto direttamente acquistare il nostro prodotto dalla piattaforma cloud di Google. Questo per noi ovviamente è un accordo molto importante anche che permette comunque la scalabilità. Altra azienda che fa parte del nostro gruppo è Navla fondamentale. Per noi Navla oggi è il brand che si occupa di gestire il rapporto con una serie di clienti anche soprattutto grandi brand, largo consumo, distribuzione e abbiamo tantissimi clienti attivi anche nel mondo della finanza. Attualmente stiamo lavorando su delle soluzioni che permettono in qualche modo di analizzare a 360 gradi il posizionamento di questi brand all'interno anche dei mondi dei grandi operatori LLM. Quindi stiamo parlando dei grandi operatori di AI generativa. E da questo punto di vista volevo citare due cose: da un lato, ecco qui è spiegato perché per noi è così importante mantenere i rapporti di lungo

periodo con i clienti e questo permette anche di migliorare gli elementi di marginalità, poi lo vedremo da un punto di vista dei risultati economici. Per noi è stato molto importante rinnovare e avere nuovamente fiducia da parte di L'Oreal e di Nestlé, che sono due sono due nostri clienti storici che ci hanno rinnovato la fiducia per i prossimi anni. Quindi abbiamo con questi clienti contratti pluriennali e questo ci dà la possibilità di evolvere sempre di più i nostri sistemi. Ma cosa molto importante, abbiamo appena acquisito nel da pochissimo anche Volkswagen come che utilizza i nostri sistemi software per analizzare i canali, appunto, generativi. A questo punto lascio la parola a Giuseppe Venezia, il nostro responsabile M&A, per quanto riguarda invece i risultati economici.

Giuseppe Venezia: Grazie Fabrizio. Allora vediamo quindi ai numeri. In questa slide ci tenevamo molto a ribadire il nostro focus sulla creazione di valore e il fatto che noi crediamo che l'adozione dell'AI possa essere fatta in maniera sostenibile dal punto di vista economico e finanziario. In particolare, dal 2021, quindi dall'anno della quotazione, noi abbiamo costantemente aumentato il nostro livello di marginalità che nel 2025 è cresciuto di circa l'80%. Questo in particolar modo è collegato alla nostra focalizzazione sulle attività ad alto valore aggiunto e alla decisione di discontinuare una parte del business negli Stati Uniti, quindi che veniva gestito dalla società Adapex nel segmento AdTech. Questo percorso quindi abbiamo realizzato un EBITDA di 1.800.000 contro un milione nel 2024. Questo percorso andrà avanti e si rafforzerà nell'esercizio 2026. Dal punto di vista delle revenue, qui troviamo un po' la traduzione di quello che è stato citato sia da Niccolò sia da Fabrizio negli anni. Quello che abbiamo fatto dopo l'IPO è stato sviluppare e testare e stressare la nostra tecnologia sui nostri clienti. Quindi i progetti avevano anche questo scopo e ovviamente ce l'hanno consentito. Gran parte dello stack che ha mostrato Fabrizio è stato sviluppato grazie alla possibilità di testare in produzione su larga scala con sfide complesse su grandi clienti la nostra tecnologia. Inoltre, come abbiamo visto per quanto riguarda il mercato, sicuramente eravamo in delle fasi in cui la maturità e la capacità di adottare da parte delle organizzazioni a cui ci rivolgevamo queste tecnologie era ben differente da quella attuale e da quella che ci aspettiamo nei prossimi anni. Quindi l'evoluzione delle revenue si spiega un po' con queste due dinamiche: sia una che riguarda lo sviluppo tecnologico, sia una altra che riguarda la capacità del mercato di digerire e fare proprie queste queste innovazioni. Dal 2025 il focus è stato pieno su attività ad alto margine e ovviamente questo sarà per noi un punto di partenza e di sviluppo per gli anni successivi. Venendo ai dati del '25, guardando una vista più completa, abbiamo realizzato ricavi consolidati per 13 milioni e 6 contro i 18 e 2 dell'anno precedente. E qui ribadisco ha inciso la decisione di discontinuare una parte del business. Questo ha avuto un effetto molto positivo dal punto di vista dell'EBITDA, che, come abbiamo visto, si è

attestato a un milione e 8 e, come vedete, anche l'EBITDA margin al 13% è raddoppiato rispetto più che raddoppiato rispetto a quello realizzato nel '24 che era pari al 6%. Il risultato netto è una perdita di 2 milioni e 100, anche questo in miglioramento rispetto ai 2 milioni e mezzo di perdita realizzati nel '24. Dal punto di vista della cassa, passiamo a un indebitamento netto di 2 milioni e 4 contro una cassa disponibile di 700.000 euro nell'anno precedente. Per capire meglio questa dinamica, va certamente considerato che ci sono state delle uscite straordinarie nel corso del '25 che in particolar modo hanno riguardato per un milione e 8 il completamento dei pagamenti relativi all'acquisizione della società americana Adapex e per 400.000 euro, quindi l'importo complessivo di 2 milioni e 2, attività straordinarie relative alla riorganizzazione del gruppo. Quindi questo spiega un po' la dinamica della cassa che ha avuto forti elementi di straordinarietà per circa 2 milioni e 2. Ok, io direi che possiamo passare alle Q&A adesso.

Operatrice Chorus Call: Grazie. Qui è l'operatrice Chorus Call. Cominceremo ora la sessione domande e risposte. Chiunque voglia porre una domanda, se collegato in conference call, digiti asterisco seguito da uno sul proprio telefono utilizzando il ricevitore. Se si è collegati via web, se scegliete l'opzione voce, vi sarà richiesto di autorizzare l'attivazione dell'audio tramite un pop-up che comparirà sullo schermo quando verrete chiamati. Vi preghiamo di assicurarvi che il microfono non sia disattivato localmente. Se scegliete l'opzione testo, sarà sufficiente digitare la domanda che desiderate porre. Un istante per la prima domanda. La prima domanda è di Kristi Koliçi, KT & Partners.

Kristi Koliçi: Ciao, buongiorno, mi sentite?

Niccolò Bossi: Sì.

Kristi Koliçi: Sì, sì, colgo l'occasione per salutarvi. Ciao, buongiorno. Allora, volevo chiedervi riguardo al verticale healthcare che avete visto avete lanciato recentemente, basandovi sulle vostre attività di ricerca e sviluppo di progetti che avete fatto negli anni passati. Volevo chiedervi qual è la vostra strategia operativa riguardo a questo nuovo verticale e come intendete aggredire il mercato healthcare operativamente, se c'è qualche nuovo marchio che verrà lanciato a breve che coprirà questo verticale o se verrà coperto già da società che sono nel vostro portfolio, come Aramix per esempio, e qual è la strategia di distribuzione dei prodotti in questo nuovo verticale. Grazie.

Fabrizio Milano d'Aragona: Grazie mille, grazie per la domanda. Sì, sicuramente allora questo il verticale che citavi per noi è un verticale molto importante che ci

ha visto tra l'altro nel corso degli anni, grazie anche a delle progettualità che abbiamo sviluppato con la con alcune risorse della Commissione Europea, quindi in particolare con i programmi Horizon, una serie di sistemi molto avanzati che abbiamo messo proprio a disposizione di primarie realtà del mondo dell'healthcare. Abbiamo tantissime collaborazioni attive e questo ci ha permesso anche di entrare e capire meglio le logiche della di integrazione dell'AI all'interno di queste strutture. Quindi per noi è stato un elemento molto importante anche di apprendimento. In questo momento abbiamo deciso di di entrare in questo mercato grazie al fatto che oggi queste soluzioni sono diventate soluzioni di fatto mature. Quindi abbiamo la possibilità di lavorare direttamente avendo anche visto, perché questo è un aspetto molto importante che citavo durante la mia presentazione, quelli che sono gli elementi collegati alle normative. Perché qui stiamo parlando quando parliamo di healthcare parliamo di un settore che anche da un punto di vista dell'AI Act è un settore fortemente normato, proprio perché comunque ci sono una serie di questioni legate soprattutto alle informazioni legate per esempio alla privacy. Cito soltanto quelle, ma come potete immaginare stiamo parlando di livello di protezione massima protezione dei dati sensibili. E quindi la possibilità, soprattutto la maturazione da un punto di vista anche delle normative, ci ha dato la possibilità di capire sempre meglio come poter agire e cosa poter portare fundamentalmente sul mercato in una logica molto più estesa. Quindi da questo punto di vista lavoreremo sui due fronti: quindi sia da un punto di vista organico, e quindi portare, proporre queste soluzioni, le soluzioni che abbiamo già in pancia tramite appunto, come citavi giustamente, la controllata Aramix, ma siamo anche molto attenti ad intercettare realtà software specializzate all'interno del mercato. Quindi un settore che monitoriamo con molta attenzione. Siamo convinti che nel corso degli anni sarà un settore strategico per l'Europa, dove ci sarà anche un tema, lo dico qui anche in riferimento ad altri settori, un tema molto importante di sovranità europea. Quindi riteniamo che un player come oggi siamo noi, un player totalmente validato in quel settore perché appunto abbiamo collaborazioni con tantissime realtà europee, ci dà un vantaggio competitivo. Quindi nei prossimi anni lavoreremo sia sulla parte organica che sulla parte M&A.

Kristl Koliçi: Perfetto, grazie.

Operatrice Chorus Call: La prossima domanda è di Davide Zappa, Banca Akros.

Davide Zappa: Ciao a tutti, mi sentite?

Niccolò Bossi: Sì.

Davide Zappa: Ok, grazie per la presentazione. Io avrei due domande. La prima: a valle del riposizionamento strategico di Adapex avvenuto nel 2025 e quello che era stato fatto negli anni passati su Bytek, volevo chiedervi ad oggi a che punto vi trovate nella vostra fase di transazione per quanto riguarda il business model e che impatto possiamo aspettarci a livello di di profittabilità da qui all'anno a venire e gli anni a venire. E mentre la seconda domanda mi ricollego anch'io per quanto riguarda i verticali, in particolare quali ritenete saranno i verticali che rappresenteranno i principali driver di crescita per il 2026, in particolare se sarà una crescita trainata più dalla data monetization o da industrial and business process. Grazie.

Fabrizio Milano d'Aragona: Sì, allora per quanto riguarda Adapex, la prima domanda quindi, nel 2025 la cosa sicuramente molto positiva è che quindi anche con l'innesto del nuovo leadership team abbiamo completato tutta la fase di transizione fondamentale. Quindi tant'è vero che proprio all'inizio del 2026 abbiamo anche rilanciato il posizionamento da un punto di vista marketing, il posizionamento di Adapex, quindi sia da un punto di vista organizzativo ma soprattutto anche da un punto di vista, come raccontavo durante la presentazione, da un punto di vista del cambio di proposition oggi tutto basato sui criteri di data monetization. Quindi noi ci aspettiamo già quest'anno, perché è una cosa su cui appunto stiamo lavorando, la possibilità di acquisire sempre più clienti ad alto valore aggiunto. Quindi fondamentale oggi ogni euro che acquisiamo, o dollaro in questo caso perché comunque molti clienti sono negli Stati Uniti, comunque di fatto su questo dollaro marginiamo, che è un aspetto molto importante. Quindi è finita la fase di training dei sistemi, che è un po' una dinamica che abbiamo visto come citavi giustamente anche nel 2023 proprio su Bytek, lo si vedeva anche un po' dal grafico che ha fatto vedere Giuseppe. E questo aspetto è un aspetto per noi molto importante; quindi, noi ci aspettiamo che oggi c'è proprio un focus molto forte sulla commercializzazione. Anche lì è stato abbiamo iniziato ad assumere altri sales, soprattutto stiamo chiudendo partnership di distribuzione, questo è un aspetto molto importante, quindi delle nostre tecnologie. Quindi stiamo anche lavorando ad una logica il team di Adapex sta lavorando a una logica soprattutto anche di scalabilità sul mercato. Quindi focus è: aumento della top line, ma con una attenzione molto importante agli elementi di marginalità. Ovviamente da un punto di vista dei volumi complessivi si vedrà questo tipo di effetto soprattutto nel 2027-2028, quindi in termini proprio di crescita più significativa della top line. Però il 2026 è un anno dove il focus sulla marginalità è un focus molto molto importante. Per quanto riguarda invece la la seconda domanda, noi ci aspettiamo allora dei tassi di crescita importanti sull'area AI for industrial and business process perché comunque di fatto è una realtà certamente in questo momento più piccola in termini proprio percentuali

sul volume complessivo del nostro fatturato, ma proprio grazie all'accordo e alle attività di distribuzione che stiamo facendo sia nell'ambito Adapex ma soprattutto nell'ambito della quella che descrivevo prima della BPP, della nostra Bytek Prediction Platform che oggi è rivendibile anche da operatori esterni, ho citato poco fa Google Cloud. Quindi è possibile oggi acquistare direttamente la piattaforma su quel tipo di sistema. In termini proprio di di crescita noi ci aspettiamo una crescita importante anche all'interno di quel di quel segmento. Quindi la data monetization rimarrà ovviamente l'area più importante in termini di fatturato complessivo, motivo per cui sulla parte anche di M&A siamo siamo molto attenti ad intercettare invece realtà che lavorano un po' più sulla parte di efficientamento, quindi la parte di ottimizzazione di processi e di sia industriali che gestionali.

Davide Zappa: Grazie mille.

Niccolò Bossi: Ecco, magari aggiungo io una cosa se sei d'accordo Fabrizio, in particolare su Bytek che era stata citata. Tu hai detto molto bene il fatto che Bytek oggi è di fatto un'azienda che dopo aver sviluppato per un paio d'anni, direi, la sua tecnologia è riuscita a convogliare la competenza di questi sviluppi in un prodotto di fatto. Quindi per rispondere un po' a metà alla domanda sull'evoluzione della marginalità, c'è da attendersi che al di là del nostro focus su attività valore aggiunto, che è un focus che va in assoluto, Bytek più di prima evidentemente si configurerà sempre di più come una società prodotto e quindi riportando delle marginalità che noi ci aspettiamo siano più tipiche di un mondo di una società prodotto piuttosto che di un mondo di una società di servizi. Quindi senza avere dei target specifici, direi che la tendenza che ci dobbiamo aspettare, ma questo in generale da parte di tutto il gruppo, però in particolare magari per chi già ha a portafoglio delle soluzioni che oggi sono vendibili come tali, e anche Aramix per esempio con Enermind di cui parlava prima Fabrizio, ecco il profilo di conto economico tipico di una società del genere ha delle caratteristiche un po' diverse da quelle che sono state magari fino all'altro ieri le stesse società ma che avevano più un DNA da società di servizi che non di prodotto. Volevo solo aggiungere questo.

Davide Zappa: Grazie mille per il chiarimento Niccolò.

Operatrice Chorus Call: Per porre una domanda digitate asterisco seguito da uno, oppure se siete collegati via web potete premere sull'icona Q&A a sinistra. Signori, al momento non ci sono altre domande prenotate, cedo a voi la parola per i saluti finali.

Niccolò Bossi: Sì, allora grazie. Direi che vi ringraziamo per l'attenzione. Secondo noi è stato molto utile ripercorrere un po' tutte le fasi non soltanto quantitative ma anche qualitative del nostro business dopo un anno di transizione come quello del 2025 e dopo di fatto un passaggio epocale negli ultimi anni all'intelligenza artificiale in maniera tale che fosse anche l'occasione per chiarire certi concetti davanti alle dinamiche di mercato in assoluto. Quindi grazie mille. La prossima istanza in cui andremo a fare una release sarà la semestrale e ci sentiremo in quell'occasione. Grazie.

Fabrizio Milano d'Aragona: Grazie, grazie a tutti.

Giuseppe Venezia: Grazie a tutti.

Operatrice Chorus Call: Qui l'operatrice Chorus Call, la conferenza è terminata. Potete scollegare i vostri devices. Grazie.

Disclaimer: La presentazione, alla quale il presente transcript dell'Investor Call fa riferimento, contiene dichiarazioni previsionali. Tali dichiarazioni si basano sulle attuali aspettative e proiezioni della Società riguardo a eventi futuri e sono, per loro natura, soggette a rischi e incertezze. Poiché tali dichiarazioni dipendono da eventi e circostanze future, non è opportuno fare eccessivo affidamento su di esse. I risultati effettivi potrebbero differire in modo significativo a causa di molteplici fattori.

Financial Results as of December 31, 2025

Translation of the Investor Conference Call from Italian

Date: 31/03/2025

Chorus Call Operator: Good morning, this is the Chorus Call operator. Welcome to the presentation of the results as of 31 December 2025 for the Datrix Group. Please note that all participants are in listen-only mode. Following the initial presentation, there will be an opportunity to ask questions. For assistance from an operator, dial star followed by zero if you are connected via conference call, or click the headset icon in the bottom left if you are connected via web. Joining us today: Fabrizio Milano d'Aragona, Chairman and CEO; Niccolò Bossi, General Manager; and Giuseppe Venezia, Head of M&A. I will now hand over to Niccolò Bossi, General Manager of Datrix. Please go ahead.

Niccolò Bossi: Good morning, everyone, and thank you for joining us. For today's presentation, we wanted to start with actual and forecast market data, because before addressing what AI operators do, it is important to contextualise the landscape, as this is not always straightforward to grasp. Accordingly, this presentation will focus more on business and market dynamics than on the financial figures themselves, which you will already be familiar with from the preliminary results released on 26 February. Let us get into the substance of the presentation. Turning to slide 3, we begin with the AI evolutionary roadmap outlined by McKinsey. As you can see, we are currently in Phase 1, the near-term horizon described as "Reset and Scale Up." The data speaks for itself: 65% of organizations are already using generative AI on a regular basis and, as is well known, planned spending in this sector is rising sharply, with 92% of executives responding positively to this trend. The focus has definitively shifted from pilot projects to large-scale implementation, something we have experienced first-hand and are continuing to see very clearly. As you know, in the years since our IPO we have been working with large clients, often in a more experimental than purely commercial capacity, because the market was not yet as mature as it is today in its ability to absorb vertical enterprise solutions of the kind we bring to production. We also needed to train our algorithmic models using diverse, large-scale datasets of real-world data. Today, the environment is far more ready to embrace the challenge of deploying products and solutions, and to move beyond the pure testing phase. Looking to the five-year horizon, the central section of the slide, we cross what is referred to as the "Productivity Frontier." At this stage, AI is projected to generate an estimated USD 4.4 trillion in annual global economic value. The operational impact is substantial: up to 30% of working hours could be effectively automated, driving a shift in roles away from repetitive tasks and towards high-specialization activities. Moving further to the right, the ten-year horizon, we enter what McKinsey has termed the "Multi-Agent Decade." This is an era of near-total autonomy, in which 60% of operational functions will be managed directly by AI, and half of all working activities could in effect be automated. We will witness a structural transformation in operating models and corporate technology, transitioning to models based on autonomous agents and cross-functional teams. Moving to the next slide, the technological vision outlined in the previous slide finds a precise counterpart in projections from leading financial analysts. The near-term horizon is characterized by what is being called an "Infrastructure Arms Race," a phrase that carries some unfortunate connotations today, with a compound annual growth rate of over

20%, driven primarily by investment in semiconductors and data centers. It is important to note that this capital expenditure will exert temporary pressure on margins, as upfront costs substantially precede future returns. This is entirely analogous to our own experience in prior years, when we made a significant series of investments to build our asset base, namely the proprietary technology library of algorithmic modules that Fabrizio will describe shortly. The real inflection point will come over the next five years, when labor productivity is expected to increase by up to 1.5 percentage points per year. Moreover, not only could a high proportion of jobs be automated, as mentioned earlier, but 20-30% of roles could also be augmented. So whereas the previous point was about efficiency, this dimension speaks to expansion. Over a ten-year horizon, the economic transformation will, according to estimates, be effectively complete. By the mid-2030s, between USD 5 and USD 7 trillion will have been added to global GDP, and crucially, approximately USD 200 trillion in aggregate enterprise market capitalisation could be unlocked. At that point of maturity, efficiency derived from AI will no longer be an optional competitive advantage but will have become the primary driver of equity performance over time.

Turning to the next slide, let us look at the Italian market data. Italy is also moving at considerable pace: in just seven years, the domestic AI market has grown from EUR 210 million to EUR 1.8 billion, a compound annual growth rate of 54% over the past three years. There are two key figures worth highlighting here. First, AI currently accounts for just 4% of the total ICT sector value, as illustrated by the comparison with the EUR 44 billion figure shown in the grey column on the right. This underscores the vast untapped opportunity ahead for AI businesses, including the potential for displacement of traditional legacy approaches. However, the Italian market remains 77% comprised, as shown on the right-hand side of the slide, of custom projects, predominantly driven by traditional machine learning. This too represents an enormous opportunity for players such as ourselves, who are capable of transforming these projects into scalable AI products and integrating generative AI, which is growing at 60% as shown, into vertical, ready-to-deploy solutions. Moving to a more company-specific perspective: who are we, and why, in a crowded landscape of AI operators and SaaS providers, should we be considered different? The first point we always emphasise is that our nature is technology-agnostic. We are not tied to any single cloud provider or specific large language model ecosystem. Our architecture is designed to be genuinely independent and, as mentioned, agnostic. This allows us, where appropriate, to always select the best-performing, most cost-effective engine available on the market, providing our clients with the resilience and scalability that those locked into a single vendor simply cannot offer. On the next slide, another crucial point that investors frequently raise and that features prominently in our conversations with them: our approach to generative AI. Many, as you know, view LLMs as the ultimate end-state solution. Indeed, you will have seen the market's reaction a few weeks ago when it became clear what Claude's Cowork product could do within a corporate environment: the SaaS market essentially collapsed. We, by contrast, view LLMs as modular components. A pure LLM deployed at enterprise level exposes the organisation

to security and compliance risks far greater than typically appreciated, and above all, it does not generate a tangible business impact. By their very nature, these are horizontal models that, in order to be used cross-industry and cross-function, cannot develop deep specialisation. Datrix, by contrast, embeds these models within proprietary, governed vertical solutions and transforms them into value enablers. No one disputes that LLMs are powerful, but like any tool of considerable potency, they need to be used appropriately, constrained within a well-defined technological and functional perimeter. We are vertical and business-oriented: we do not build generic AI. Our solutions address specific operational challenges in high-potential sectors such as energy, marketing, finance and industrial processes, delivering measurable outcomes rather than mere technological promises. A final point, and in my view perhaps the most important one to understand, is what I would call a key differentiator: our non-disruptive integration approach. Technology adoption, whether of legacy software or AI, is often viewed with apprehension because it is assumed to require a wholesale overhaul of existing systems. We, by contrast, act as an overlay that integrates seamlessly into the client's current infrastructure, requiring no costly or risky modifications or new implementations. This translates into extremely rapid adoption timelines and near-immediate value creation. Our model, which Fabrizio will walk through shortly, is designed to enhance and optimise the performance of existing software, rather than compelling clients to reconsider their infrastructure or technology choices. Having spent many years working with system integrators in the early 2000s, I regard this as a critical and distinctive success factor that enables us to minimise friction when bringing our solutions to market. In summary, and then I will hand over to Fabrizio: Datrix operates in a market growing ten times faster than the traditional ICT sector. We do so with a business model that mitigates technology risk through our agnostic positioning, and we accelerate adoption through vertical solutions that are straightforward to integrate. We are well positioned for the Multi-Agent Decade ahead, underpinned by a vision that places business value above technology hype. We believe we are as well-positioned as possible to capitalise on what the CEO of Nvidia himself has described as the next ten years, the decade of applied AI. I will now hand over to Fabrizio, and we will be available for Q&A shortly.

Fabrizio Milano d'Aragona: Many thanks, Niccolò, and thank you for the introduction. The positioning Niccolò has described is directly reflected in our growth model. Datrix's objective is to build Italy's leading ecosystem of vertical software, powered by AI. This is a critically important point, both strategically and in terms of our forward-looking growth prospects. It speaks to the fact that the companies currently forming part of our ecosystem, and those that will join it in the future, develop what we describe as enterprise-grade applications. This is a particularly important distinction when discussing AI systems integrated into the business environment, precisely because alongside existing regulatory frameworks, a series of new regulations is now emerging, most notably in Europe the AI Act, which introduces a range of rules governing the use of artificial intelligence systems. But above all, and this is something we feel strongly about given our extensive experience working with a wide range of players, including

some of considerable scale in deploying AI systems, there is a genuine imperative to build systems that are also secure from a data protection standpoint, an aspect of the utmost importance. The ability to work with vertical systems provides, on the one hand, the means to actually measure the impact of AI, because, as Niccolò outlined, we are now entering a new phase in which companies are moving beyond mere experimentation and into a phase of demanding measurable results. Verticality enables precisely this. On the other hand, it also affords significantly greater control: it becomes very clear at a granular level where AI ends and where the expert teams within corporate structures take over. From this perspective, Datrix is not a single-product company, nor is it just any ecosystem of vertical software businesses. The companies within our group operate in specific domains, develop and work in a logic of integration, and what is particularly important to us is the ability to leverage shared learnings and experiences. The logic underpinning our scaling strategy is clear: on one hand, organic growth remains very important to us; on the other, M&A will increasingly serve as a significant driver of future growth. We describe this as a dual strategy, designed on one side to accelerate scale, and on the other to expand market access, since the ability to integrate already-existing vertical systems allows us to bypass many of the legacy integration challenges that come with embedding software into the Italian and European industrial fabric. Our focus is therefore on activating a serial acquisition mechanism through a selection process conducted by Datrix's central team, which identifies the most suitable companies for integration into our ecosystem. This approach to M&A must itself be scalable. Our aim is, over the coming years, to integrate an increasing number of businesses currently active in the market. To give you a sense of scale: there are currently over 56,000 small software companies in the Italian market alone, small software firms embedded in our industrial fabric. Let me outline how we operate, giving you a view of our operating model. On one hand, there is the M&A activity I have just described. On the other, a very important element is what we call the co-pilot function. In managing the companies within our ecosystem, we focus on three key activities. First, and this is where we will focus, what we refer to as AI infusion: the non-disruptive integration of artificial intelligence systems into existing software, as described by Niccolò. This is what we call a genetic transformation of the software, moving it from a non-AI-native logic to a transformed, AI-native one. This is a highly distinctive element of our market approach. The other two components are equally important for the growth and consolidation of these businesses. One is market growth: the central structure supports ecosystem companies in scaling their operations, including international expansion. The other is the finance and business control function, managed directly at the central level. As I mentioned, the development of our technology stack, the key enabler of the AI infusion process I described, has represented the most significant portion of the investments we have made over the years and continue to make. We now have hundreds of systems developed in collaboration with leading research institutions, and above all tested in production alongside a broad range of clients in financial services, distribution and healthcare. These are systems that are actively in use today. This library is integrated into vertical applications, typically

mission-critical applications, that are important to the client and therefore create a degree of stickiness, since they are used day-to-day in production, logistics, document processing and other core business processes. They are embedded in, and form part of, the daily operations of the companies we serve. At the end of this pipeline are the strategic companies we approach in the market. This is broadly how our integration model works. We will now give you an overview of the activities Datrix has undertaken across its portfolio companies. We will keep these brief, but aim to provide meaningful insight into what has been happening, particularly through 2025 and into 2026. Let us begin with our US subsidiary Adapex, the most illustrative case of what I described above: the integration of AI on one side, and the strategic repositioning of the business on the other, together amounting to a comprehensive transformation. Adapex is 100% owned by the Group and operates primarily in the US market. During the course of the year, we guided the company through a decisive transition from a volume-based model grounded in programmatic advertising to a far more selective, high-margin model entirely driven by AI. The key element we are developing is the data monetisation market, which is growing rapidly in the United States and increasingly in Europe as well. This transformation encompassed not only a change in technology, but also a full repositioning: we relaunched the website and repositioned the business across all dimensions. Crucially, to support this new phase, we also strengthened the leadership team, bringing in a new Chief Executive Officer and a Vice President of Customer Success to drive the next phase of growth. Moving to the second company I wanted to highlight, Aramix. Aramix specialises in developing solutions for process optimisation, primarily applications designed to improve efficiency across both managerial and production processes. Here too, significant work has been done to reposition the company. Aramix typically operates at the deep-tech end of the spectrum. A particularly important development is that during 2025, with further rollout in 2026, we brought to market a series of vertical products, most notably Enermind, focused on energy optimisation, which is clearly a high-priority theme in the European market. Also significant was the growth in our client base. A key focus for us is not project-based work in the traditional sense, but securing recurring clients, clients who can be accompanied over time as they progressively integrate AI systems and who can grow with us. This has been a process of stabilising the client base while continuing to acquire new clients through technologically advanced solutions. Turning to Bytek, another Group company. Bytek continued on a very defined evolutionary path throughout 2025, becoming an increasingly genuine AI-powered product company. A major milestone was the expansion of the Bytek Prediction Platform, now distributed both in the Italian market and, importantly, experiencing a period of strong growth in the US market. Over the past year, we have hired two sales professionals in the United States and are actively supporting that expansion. This is an Italian-born company that is developing a meaningful presence in the American market: we have already secured our first US clients, and we expect to see continued expansion there in the coming year. Notably, as announced a few weeks ago, during 2025 we signed an agreement with Google Cloud, which will act as a distribution partner, meaning that clients already on the

Google Cloud platform will be able to purchase our product directly within the Google Cloud marketplace. This is a highly significant partnership in terms of scalability. Another company in our Group is Navla. Navla is currently the brand managing relationships with a number of key clients, particularly large consumer goods brands, retail and financial services, with a significant and active client base. We are currently developing solutions that allow these brands to comprehensively analyse their positioning across the major generative AI platforms. On this front, I want to highlight two things. First, the importance of long-term client relationships for improving margin quality, as we will see shortly in the financial results. It has been particularly meaningful to renew and retain the trust of L'Oréal and Nestlé, two longstanding clients who have extended their commitment to us for the coming years through multi-year contracts, which enables us to continue developing our systems alongside them. And we have also very recently acquired Volkswagen as a new client, using our software systems to analyse generative AI channels. I will now hand over to Giuseppe Venezia, our Head of M&A, to cover the financial results.

Giuseppe Venezia: Thank you, Fabrizio. Let us turn to the numbers. In this slide, we wanted to reaffirm our focus on value creation and our conviction that AI adoption can be pursued in a financially sustainable manner. Specifically, since 2021, the year of our listing, we have consistently improved our margin profile, which in 2025 increased by approximately 80%. This has been driven primarily by our focus on high-value-added activities and the decision to discontinue a portion of the US business managed by Adapex in the AdTech segment. Through this process, we generated EBITDA of EUR 1.8 million, compared to EUR 1 million in 2024. This improvement will continue and accelerate in the 2026 financial year. On revenues: this slide reflects the translation of what both Niccolò and Fabrizio described in their remarks. Following our IPO, our primary focus was developing, testing and stress-testing our technology with clients. That was also the purpose of the projects undertaken during that period and they served it well. The majority of the technology stack Fabrizio presented was built through the ability to test in production at scale, tackling complex challenges with major clients. Moreover, as we have seen in terms of market dynamics, we were operating in a period when the maturity and ability of our target organisations to adopt these technologies was substantially different from what it is today and from what we expect going forward. The revenue trajectory therefore reflects two concurrent dynamics: one relating to technology development, and the other to the market's capacity to internalise and operationalise these innovations. Since 2025, our focus has been squarely on high-margin activities, and this will serve as our starting point for growth in the years ahead. Looking at the full-year 2025 figures: consolidated revenues came in at EUR 13.6 million, compared to EUR 18.2 million in the prior year. I would reiterate that the discontinuation of a portion of the business was a deliberate choice, and one that has had a very positive effect on EBITDA, which, as noted, reached EUR 1.8 million. The EBITDA margin of 13% more than doubled compared to the 6% reported in 2024. Net result showed a loss of EUR 2.1 million, also an improvement from the EUR 2.5 million loss recorded in 2024. On cash: we moved from a net cash position of EUR 700,000

at the end of 2024 to a net debt position of EUR 2.4 million. To understand this dynamic, it is important to note that there were significant one-off cash outflows during 2025, specifically EUR 1.8 million relating to the completion of deferred payments associated with the acquisition of Adapex in the United States, and EUR 400,000 in extraordinary reorganisation costs at Group level, for a total non-recurring outflow of approximately EUR 2.2 million. This substantially accounts for the cash movement, which was heavily influenced by these exceptional items. I believe we can now open the floor for Q&A.

Chorus Call Operator: Thank you. We will now begin the question-and-answer session. Any participants wishing to ask a question via conference call should dial star followed by one. If connected via web and using the voice option, you will be prompted to enable your audio via a pop-up when called upon. Please ensure your microphone is not locally muted. If using the text option, simply type your question. One moment for the first question. The first question is from Kristi Koliçi, KT & Partners.

Kristi Koliçi: Hello, good morning, can you hear me?

Niccolò Bossi: Yes.

Kristi Koliçi: Good morning and thank you for the opportunity. I wanted to ask about the healthcare vertical you recently launched, building on your R&D and project work over the past few years. Specifically: what is your operational strategy for this new vertical, and how do you intend to address the healthcare market in practice? Will there be a new brand launched shortly to cover this vertical, or will it be served by companies already in your portfolio, such as Aramix for example, and what is your distribution strategy for this segment? Thank you.

Fabrizio Milano d'Aragona: Thank you very much, that is a great question. Yes, the vertical you mentioned is one that is very important to us. It is also one where, over the years, in part through projects developed with support from the European Commission, specifically under Horizon programmes, we have built a range of highly advanced systems that we have deployed with leading healthcare organisations. We have a large number of active collaborations, and this has also been invaluable in terms of deepening our understanding of the dynamics of AI integration within those institutions. It has been a significant learning experience for us. We have now chosen to enter this market at scale because the solutions have reached genuine maturity. We are also well-positioned because, and this is a point I emphasised during my remarks, we have closely tracked the regulatory dimension. Healthcare, as you will appreciate, is a sector that is highly regulated under the AI Act, precisely because it involves significant data privacy and sensitivity considerations. I mention those specifically, but as you can imagine, we are dealing with the highest tier of personal data protection requirements. The progressive maturation of the regulatory framework has therefore given us clearer visibility into what can be brought to market responsibly and at scale. We

will therefore pursue this on two fronts: organically, offering the solutions we already have in-house through our subsidiary Aramix, as you rightly mentioned, but we are also actively monitoring the market for specialised software companies in this space. This is a sector we are tracking with great attention. We are firmly of the view that in the coming years it will be of strategic importance for Europe, with a significant component around European technological sovereignty, a theme I would flag as relevant to several other sectors as well. We believe that a player like Datrix, which is already fully validated in this domain through its collaborations with a wide network of European organisations, holds a meaningful competitive advantage. In the years ahead, we will pursue both the organic and M&A dimensions of this opportunity.

Kristi Koliçi: Perfect, thank you.

Chorus Call Operator: The next question is from Davide Zappa, Banca Akros.

Davide Zappa: Hi, good morning, can you hear me?

Niccolò Bossi: Yes.

Davide Zappa: Thank you for the presentation. I have two questions. The first: following the strategic repositioning of Adapex in 2025 and the work done in prior years on Bytek, I would like to understand where you currently stand in your business model transition and what impact on profitability we should expect from now through the coming years. My second question also relates to verticals: which do you expect will be the primary growth drivers in 2026, and specifically whether that growth will be led more by data monetisation or by industrial and business process? Thank you. Fabrizio Milano d'Aragona: Thank you. On the first question, Adapex: the positive news is that, including with the help of the new leadership team, we completed the full transition phase in 2025. Indeed, at the start of 2026 we also relaunched Adapex's market positioning, both in organisational terms and, as I described, in terms of its proposition, which is now entirely anchored in data monetisation. We therefore expect to see increasing volumes of high-value client acquisition this year. Effectively, every euro, or dollar, since many of our clients are in the US, that we generate today is a euro on which we are earning a margin, which is an important step forward. The technology training phase is now complete, a dynamic similar to what you rightly observed on Bytek in 2023, which is also visible in the chart Giuseppe presented. This makes the current focus very clearly commercial: we have started additional sales hires, and above all we are closing distribution partnerships for our technologies, which is a critical point. The Adapex team is working towards a scalability-first logic in the market. The focus is on growing the top line while maintaining very strong attention to margin quality. In terms of aggregate volume impact, we expect this to become most visible in 2027-2028, in the form of more significant top-line growth. But 2026 is very much a year in which margin focus is paramount. On your second question: we expect strong growth rates in the AI for Industrial and Business Process segment. It is admittedly a smaller

share of our total revenue at present, but precisely through the distribution initiatives we are executing, both at Adapex and above all around the Bytek Prediction Platform, which is now available through third-party distribution partners including Google Cloud as mentioned, we expect meaningful growth in that segment as well. Data monetisation will remain the largest revenue area overall, which is also why our M&A focus is on identifying businesses that operate more specifically in the process optimisation space, both industrial and managerial.

Daide Zappa: Thank you very much.

Niccolò Bossi: I would just add one point on Bytek specifically, since it was mentioned. You made a very apt observation: Bytek, having spent a couple of years developing its technology, has now successfully consolidated that expertise into a genuine product. To partially address the question on margin evolution: beyond our broader focus on high-value-added activities, Bytek will increasingly present the profile of a product company, with the margin characteristics we would typically associate with that type of business rather than with a services company. Without providing specific targets, the trend we should expect, both across the Group generally and in particular for companies that now have solutions that are commercially distributable as standalone products, including Aramix with Emermind as Fabrizio mentioned, is that the P&L profile will look rather different from what it has been for these same companies when they operated with more of a services DNA than a product DNA. I simply wanted to add that point.

Daide Zappa: Thank you for the clarification, Niccolò.

Chorus Call Operator: To ask a question, please dial star followed by one, or if connected via web, click the Q&A icon on the left. There are currently no further questions in the queue. I hand back to you for closing remarks.

Niccolò Bossi: Thank you. We appreciate your attention. We felt it was important to walk through not only the quantitative but also the qualitative dimensions of our business following what was a year of transition in 2025, and in the context of a broader, epochal shift towards artificial intelligence over recent years, so as to take the opportunity to clarify certain concepts against the backdrop of current market dynamics. Thank you all very much. Our next scheduled release will be the half-year results, at which point we look forward to speaking again. Thank you.

Fabrizio Milano d'Aragona: Thank you, thank you all.

Giuseppe Venezia: Thank you all.

Chorus Call Operator: This is the Chorus Call operator. The conference has now concluded. You may disconnect your devices. Thank you.

Disclaimer: The presentation to which this Investor Call transcript refers contains forward-looking statements. These statements are based on the Company's current expectations and projections regarding future events and are, by their nature, subject to risks and uncertainties. Since these statements depend on future events and circumstances, undue reliance should not be placed on them. Actual results may differ materially due to multiple factors.