

## BANZAI: IL CDA APPROVA I RICAVI PRELIMINARI AL 31 MARZO 2015

- **Significativa crescita dei Ricavi**
  - +20% nel 1Q15 vs 1Q14 (Euro 49,7 milioni rispetto a Euro 41,3 milioni nel 1Q14) rispetto al +12%<sup>1</sup> di crescita registrato nel 1Q14 rispetto al 1Q13
  - +21% i Ricavi e-Commerce (Euro 44,7 milioni rispetto a Euro 36,8 milioni nel 1Q14)
  - +12% i Ricavi Vertical Content (Euro 5,0 milioni rispetto a Euro 4,5 milioni nel 1Q14)
- **Forte accelerazione dei Ricavi nel mese di Marzo (+30% rispetto al Marzo 2014) grazie all'iniziale utilizzo dei proventi derivanti dall'IPO**
  - +15,5% la crescita annuale a Gennaio 2015
  - +15,6% la crescita annuale a Febbraio 2015
- **Outlook FY2015: crescita dei ricavi di circa il 25%, in linea con il consensus<sup>2</sup>**

Milano, 22 aprile 2015

Il Consiglio di Amministrazione di Banzai, la prima piattaforma nazionale di e-Commerce e tra i principali editori digitali in Italia, quotato sul segmento STAR di Borsa Italiana, ha approvato in data odierna i ricavi preliminari al 31 marzo 2015.

**Paolo Ainio**, Presidente e Amministratore Delegato di Banzai, ha commentato: *"I positivi risultati del primo trimestre 2015, e in particolare la crescita del 30% registrata nel mese di marzo, dimostrano l'efficacia della strategia di crescita annunciata in IPO. Nel 2015 le risorse derivanti dalla quotazione consentiranno di accelerare il processo di crescita e il raggiungimento degli obiettivi strategici: in particolare prevediamo di sovraperformare significativamente il mercato e di incrementare la quota di mercato sia nell'e-Commerce che nel digital advertising. Relativamente all'e-Commerce puntiamo sullo sviluppo delle categorie di prodotti di riferimento a più alto "ticket" medio (elettrodomestici ed elettronica), del "3P Marketplace" (con il raggiungimento di 200 fornitori già nel secondo trimestre) e della rete distributiva di Pick and Pay e Lockers. Nell'ambito delle vendite private, al lancio di Vico42 – il sito di e-commerce dedicato all'uomo - seguirà nel secondo trimestre il nuovo "verticale" dedicato alla Mamma. In questo contesto, riteniamo che i risultati per il FY 2015 saranno in linea con il consensus che prevede ricavi in crescita di circa il 25%."*

### Ricavi preliminari al 31 marzo 2015

I Ricavi si attestano a 49,7 milioni di euro, +20% rispetto a 41,3 milioni di euro nel 1Q14.

(Euro milioni)	1Q15	1Q14	Var%
e-Commerce	44,7	36,8	+21%
Vertical Content	5,0	4,5	+12%
<b>Ricavi</b>	<b>49,7</b>	<b>41,3</b>	<b>+20%</b>

Con ricavi pari a 44,7 milioni di euro in crescita del 21%, la divisione e-Commerce rappresenta il principale driver di crescita del Gruppo; la divisione Vertical Content, con ricavi pari a 5,0 milioni di euro, ha registrato una crescita del 12%; il Gruppo ha sovra-performato nel contesto nazionale dell'e-commerce e del digital advertising e incrementato la propria quota di mercato.

e-Commerce (Ricavi per tipologia di prodotto e Indicatori di Performance)

(Euro milioni)	1Q15	1Q14	Var%	Indicatori di Performance	1Q15	1Q14	Var%
Elettronica	19,9	16,8	+18%	Numero di ordini (migliaia)	333	279	+19%
Elettrodomestici	9,3	5,3	+76%	AOV (euro) <sup>3</sup>	128	124	+3%
Abbigliamento / altro	11,7	10,2	+14%	Acquirenti (migliaia) <sup>4</sup>	220	185	+19%
Servizi	3,8	4,5	-16%	Numero di pezzi per ordine (#)	2,2	2,3	-3%
<b>Ricavi</b>	<b>44,7</b>	<b>36,8</b>	<b>+21%</b>				

<sup>1</sup> Crescita organica esclusi i ricavi derivanti dall'acquisizione del ramo d'azienda Terashop.

<sup>2</sup> Fonte: S&P Capital IQ

<sup>3</sup> Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

<sup>4</sup> Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

## COMUNICATO STAMPA

La divisione e-Commerce ha registrato un incremento del 27% nelle categorie core (Elettronica, Elettrodomestici, Abbigliamento / altro). In particolare i ricavi della categoria "Elettronica", pari a 19,9 milioni di euro, registrano un incremento del 18%, mentre i ricavi della categoria "Elettrodomestici", pari a 9,3 milioni di euro, rilevano una crescita del 76% attribuibile all'ampliamento della gamma di prodotti offerti e allo sviluppo dei servizi "premium" di consegna, installazione e ritiro dell'usato, oltre allo sviluppo della rete di Pick&Pay e Lockers, che al 31 marzo 2015 sono pari rispettivamente a n. 70 e n. 100 (n. 66 e n. 90 al 31 dicembre 2014).

In miglioramento anche i *Key Performance Indicator* della divisione: il numero complessivo di ordini si attesta a 333 migliaia, in crescita del 19%; il valore medio del singolo ordine (AOV) è pari a 128 euro, in crescita del 3%; il numero degli acquirenti è pari a 220 migliaia, in crescita del 19%.

### Vertical Content (Indicatori di performance)

Indicatori di Performance (dati medi mensili) <sup>5</sup>	Feb 2015	Feb 2014	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	18.327	17.254	+6%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) <sup>6</sup>	27	21	+29%
Active Reach <sup>7</sup>	64,5%	59,0%	+10%

Anche la divisione *Vertical Content* ha registrato un miglioramento dei *Key Performance Indicator*: secondo Audiweb, a febbraio 2015 l'*audience* dei Visitatori Unici Mensili si attesta a 18,3 milioni, in crescita del 6% rispetto al febbraio 2014; il *Time Spent* per Visitatore Unico Mensile è pari a 27 minuti, in crescita del 29% rispetto al Febbraio 2014, l'*Active Reach* si attesta al 64,5% (59,0% a febbraio 2014).

## Fatti di rilievo del I trimestre 2015

### Big Data Media-Commerce

Nel marzo 2015 Banzai ha lanciato un'offerta pubblicitaria valorizzata dai big data e-Commerce derivanti dalla navigazione degli utenti. Il progetto, realizzato in partnership con Krux, società americana con clienti quali NBC Universal, Financial Times e The Wall Street Journal, fa leva sugli asset strategici del Gruppo, beneficiando di una presenza primaria sia in ambito e-Commerce che in ambito Verticali Editoriali.

### Lancio di Vico42

Il lancio di Vico42 si inserisce all'interno della strategia di verticalizzazione dell'offerta messa in atto dal Gruppo con l'obiettivo di raggiungere target sempre più specifici. Vico42 rappresenta una novità all'interno del panorama italiano delle vendite online che, fino ad oggi, aveva trascurato l'offerta dedicata al pubblico maschile, un target che gode certamente di un forte potenziale. Vico42 offre una gamma attentamente selezionata di prodotti per l'uomo (tra cui abbigliamento e accessori, gadget e vini) a prezzi convenienti ogni settimana. Grazie alle competenze di Banzai nell'elaborazione dei contenuti, il sito presenta immagini accattivanti e in alta definizione e dettagliate descrizioni dei prodotti per un'offerta che mira ad essere ricca, ricercata e mai banale.

I dettagli di Vico42 saranno illustrati giovedì 23 aprile alle ore 11:00 nell'ambito di una conferenza stampa che si terrà in via Gian Battista Vico 42 – Milano.

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Emanuele Romussi, dichiara, ai sensi del comma 2 dell'articolo 154-bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

## CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi si terrà una conference call durante la quale il management di Banzai presenterà i ricavi preliminari al 31 marzo 2015 e l'outlook 2015. Per partecipare alla *conference call* è necessario comporre uno dei seguenti numeri:

- Italia: +39 02 802 09 11
- UK: +44 1 212818004
- USA (numero locale internazionale): +1 718 7058796

<sup>5</sup> Per Visitatori Unici Mensili, Time Spent e Active Reach la fonte è Audiweb Srl, powered by Nielsen; per Pagine Viste la fonte è Google Analytics.

<sup>6</sup> Tempo trascorso da ciascun utente su una determinata pagina web.

<sup>7</sup> Percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un'applicazione, sul totale degli utenti internet in Italia.



## COMUNICATO STAMPA

- USA (numero verde): 1 855 2656958
- Stampa: +39 02 8020927

La presentazione potrà essere scaricata prima dell'inizio della *conference call* dalla sezione Investor Relations / Risultati e presentazioni del sito [www.banzai.it](http://www.banzai.it).

Il presente comunicato è disponibile sui siti internet [www.banzai.it](http://www.banzai.it) e [www.1info.it](http://www.1info.it)

**Banzai** è la prima piattaforma nazionale di e-Commerce e tra i principali editori digitali in Italia. Fondata da Paolo Ainio, uno dei pionieri di Internet in Italia, oggi conta oltre 440 tra dipendenti e collaboratori e, con ricavi 2014 pari a 185 milioni di euro, è una delle più importanti *Internet Company* del Paese. Ogni mese, 18 milioni di utenti unici visitano i siti e-Commerce e media di Banzai, che comprendono, tra l'altro, ePRICE, SaldiPrivati, Giallo Zafferano, Pianeta Donna, Studenti, ilPost e Liquidia. ePRICE è uno dei principali negozi online italiani, specializzato nella vendita di prodotti high-tech (elettronica) e grandi elettrodomestici. Con oltre due milioni di clienti registrati, SaldiPrivati è uno dei più importanti outlet online di abbigliamento, calzature, accessori e prodotti per la casa e la famiglia. I due brand condividono un network di 70 Pick&Pay distribuiti in 60 città, punti di ritiro e di pagamento che uniscono i vantaggi di acquistare online con la comodità e la sicurezza del negozio sotto casa. Grazie ad un'offerta unica e innovativa, Banzai rappresenta un canale distributivo per migliaia di brand e un canale di comunicazione per oltre 450 investitori pubblicitari. È una realtà in forte crescita e focalizzata al 100% nello sviluppo digitale del nostro Paese.

### Per maggiori informazioni:

**Banzai S.p.A.**  
**Emanuele Romussi**  
*Chief Financial Officer*  
Tel. +39 02.00643801  
[investor.relations@banzai.it](mailto:investor.relations@banzai.it)

**IR Top Consulting**  
**Maria Antonietta Pireddu**  
*Investor Relations*  
Tel. +39 02 45473884  
[m.pireddu@irtop.com](mailto:m.pireddu@irtop.com)

**Community Strategic Communication Advisers**  
**Marco Rubino di Musebbi**  
*Media Relations*  
Tel. +39 0289404231  
[marco@communitygroup.it](mailto:marco@communitygroup.it)