

### BANZAI: IL CDA APPROVA I RISULTATI 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)
- **Outlook FY2015: crescita dei ricavi di circa il 25%, in linea con il consensus<sup>2</sup>**

Milano, 14 maggio 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 il Resoconto Intermedio di Gestione 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 & 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%.”*

#### Principali risultati consolidati 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	-14%	Numero di pezzi per ordine (#)	2,2	2,3	-3%
<b>Ricavi</b>	<b>44,7</b>	<b>36,8</b>	<b>+21%</b>				

La divisione e-Commerce ha registrato un incremento del 26% 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

<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.

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% rispetto al 1Q14; 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%	+9%

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).

Il **Margine Lordo** è pari a 10,2 milioni di euro, +7,5% rispetto a 9,5 milioni di euro nel 1Q14, corrispondente a un margine del 20,6% in linea con le aspettative aziendali (23,0% nel 1Q14).

Il Margine Lordo della divisione *e-Commerce* è pari al 15,1% dei ricavi; la variazione attesa rispetto al 1Q14 (17,1%) è attribuibile principalmente all'effetto del maggior ricorso a politiche promozionali di "free shipping" rivolte all'accelerazione della crescita dei ricavi delle categorie "core" a conferma della strategia delineata in sede di IPO. Si segnala il miglioramento del Margine Lordo rispetto al 4Q14 (14,6%) a dimostrazione della tenuta della marginalità lorda tendenziale.

Il Margine Lordo della divisione *Vertical Content* è pari al 68,7%; la variazione rispetto al 1Q14 (71,6%) e al 4Q14 (76,1%) è attribuibile all'incremento delle commissioni di vendita riconosciute ai centri media per la loro attività a supporto della crescita dei ricavi.

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA) adjusted** è pari a -0,9 milioni di euro; la variazione rispetto al 1Q14 (0,4 milioni di euro) è influenzata principalmente da maggiori costi commerciali e di marketing (+34,9%) per l'acquisizione della clientela della divisione e-commerce e da maggiori costi di logistica (+25,3%) legati ai maggiori volumi di vendita della categoria *Elettrodomestici* i cui ricavi sono cresciuti del 76%. Le altre voci di costo segnalano complessivamente una crescita inferiore all'incremento dei ricavi confermando la buona scalabilità della struttura operativa. Si segnala un incremento dei costi generali e amministrativi corporate di Banzai S.p.A. (+24%) dovuto principalmente ai maggiori oneri legati al nuovo assetto di governance e di controllo societario costituito a seguito della quotazione sul segmento STAR di Borsa Italiana.

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA)** è pari a -1,7 milioni di euro (0,4 milioni di euro nel 1Q14) e comprende costi non ricorrenti per 0,8 milioni di euro relativi a premi corrisposti a dipendenti e collaboratori legati al positivo raggiungimento dell'obiettivo di quotazione.

Il **Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -2,9 milioni di euro (-0,8 milioni nel 1Q14) per effetto del minore Margine Operativo Lordo; gli ammortamenti sono complessivamente in linea con il 1Q14.

Il **Risultato ante imposte** è pari a -3,0 milioni di euro (-1,0 milioni di euro nel 1Q14) dopo oneri finanziari netti in diminuzione del 27,5% grazie al minor ricorso all'indebitamento finanziario in seguito all'utilizzo dei proventi in sede di quotazione.

Il Gruppo presenta una **Liquidità Netta pari a 41,0 milioni di euro**: il significativo incremento rispetto al 31 dicembre 2014 (Liquidità Netta pari a 0,8 milioni di euro) è attribuibile ai proventi derivanti dall'operazione di

<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.

quotazione, al netto delle risorse finanziarie assorbite dalle attività di investimento (4,4 milioni di euro) e dalla gestione operativa (4,2 milioni di euro). Tale assorbimento è in parte dovuto alla strategia del Gruppo annunciata in occasione della quotazione che prevede una forte accelerazione dei ricavi e della quota di mercato anche grazie a maggiori investimenti in marketing e in parte dovuto ad oneri non ricorrenti legati al processo di IPO (0,8 milioni di euro). Nel corso del trimestre il Gruppo ha altresì rimborsato un finanziamento di 2,5 milioni giunto a scadenza, ridotto l'utilizzo di linee di credito a breve e sottoscritto nuovi contratti di finanziamento a medio/lungo termine per una più efficiente struttura finanziaria.

Gli **Investimenti** hanno riguardato principalmente l'acquisto di hardware e attrezzature per le sedi operative e il centro logistico, lo sviluppo della piattaforma *marketplace* e lo sviluppo del nuovo sistema contabile e gestionale ERP.

### **Altre delibere del Consiglio di Amministrazione**

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per la Remunerazione, ha approvato il Regolamento del Piano di Stock Option Banzai 2015-2019 (il "Piano") le cui Linee Guida erano state approvate nell'assemblea del 22 dicembre 2014.

Il Piano ha la finalità di allineare gli interessi del management con quelli della Società e degli azionisti, favorendo la fidelizzazione ed incentivando la permanenza in seno al Gruppo.

I beneficiari del Piano sono collaboratori, amministratori, dirigenti e dipendenti della Società e delle Controllate (i "Beneficiari") individuati di volta in volta nominativamente dal Consiglio di Amministrazione, su proposta del Comitato per la Remunerazione tra i soggetti inseriti fra il personale chiave della Società e delle Controllate.

Il Piano prevede l'assegnazione a titolo gratuito di stock option (le "Opzioni") che consentono, alle condizioni stabilite dal Regolamento, la successiva sottoscrizione di azioni Banzai di nuova emissione. Ogni Opzione assegnata conferisce il diritto al Beneficiario di sottoscrivere una azione, a godimento regolare, a fronte del pagamento del prezzo di esercizio.

Il Piano prevede l'assegnazione di massime 1.750.000 Opzioni, in due tranches: la prima per 1.100.000 Opzioni e la seconda per 1.650.000 Opzioni. Le Opzioni assegnate potranno essere esercitate dai Beneficiari anche in più tranches, subordinatamente al raggiungimento degli obiettivi di performance indicati dal Consiglio di Amministrazione entro il termine ultimo per ciascuna tranche indicato nel Regolamento.

Il Piano di Stock Option Banzai 2015-2019 ha durata sino al 31 luglio 2019, termine ultimo di sottoscrizione dell'aumento di capitale al servizio del Piano medesimo.

Il diritto di esercitare le Opzioni è collegato al permanere del rapporto tra i Beneficiari e la Società o le Controllate.

Le Opzioni sono attribuite ai Beneficiari a titolo personale e non possono in nessun caso essere trasferite per atto tra vivi, né sarà possibile effettuare, direttamente o indirettamente, operazioni di vendita, atti di disposizione e/o costituzione di garanzie e/o altre operazioni che abbiano per oggetto o per effetto, direttamente o indirettamente, l'attribuzione o il trasferimento a terzi, a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma, delle Opzioni a pena di decadenza di tutti i diritti relativi.

Il Consiglio di Amministrazione di Banzai ha altresì assegnato la prima tranche delle Opzioni, in particolare agli 8 Dirigenti con Responsabilità Strategiche sono state assegnate complessivamente 470.000 Opzioni.

Il Regolamento sarà messo a disposizione del pubblico presso la Sede sociale, sul sito internet della Società [www.banzai.it](http://www.banzai.it) e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info ([www.1info.it](http://www.1info.it)).

Come previsto dal Codice di Autodisciplina delle società quotate, il Consiglio di Amministrazione ha verificato, con esito positivo, la sussistenza in capo al nuovo amministratore Stefano Quintarelli, nominato dall'Assemblea del 27 aprile u.s., dei requisiti di indipendenza previsti dal Codice di Autodisciplina delle società quotate nonché dal combinato disposto dagli articoli 147-ter comma 4, e 148 comma 3, del T.U.F e più in generale ai sensi di statuto e della normativa vigente. Il consiglio ha inoltre confermato Stefano Quintarelli quale membro del *Comitato per il controllo rischi e le parti correlate* e membro del *Comitato per la remunerazione* con funzioni di Presidente.

### **Evoluzione prevedibile della gestione**

Il Gruppo prevede per il 2015 ricavi in crescita in entrambe le aree di business e un incremento della quota sui mercati di riferimento. I proventi derivanti dalla quotazione consentiranno di accelerare il processo di crescita e il raggiungimento degli obiettivi strategici. Relativamente all'area di business e-Commerce si



## COMUNICATO STAMPA

prevede di accelerare la crescita nelle categorie di prodotti di riferimento come gli elettrodomestici e l'elettronica. Lo sviluppo del "3P Marketplace" ampliarà la gamma di prodotti offerti in grado di soddisfare una clientela sempre più vasta e articolata.

Si prevede inoltre un'ulteriore e rapida espansione della nostra rete distributiva di Pick & Pay e Lockers, in modo da raggiungere una fetta sempre più ampia della popolazione nazionale.

Un ulteriore impulso alla crescita deriverà dal nuovo "verticale" nell'ambito delle vendite private dedicato all'Uomo (Vico42, lanciato nel mese di marzo) e dal lancio di un nuovo "verticale" nell'ambito delle vendite private, dedicato alla Mamma.

Per quanto riguarda l'area di business Vertical Content si prevede una crescita più contenuta dovuta alle condizioni generali del mercato della pubblicità, incrementando comunque la quota di mercato grazie alla strategia di focalizzazione nei segmenti verticali della Cucina, della Donna, dei giovani e delle News.

*Il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2015 è a disposizione del pubblico presso la Sede sociale, sul sito internet della Società [www.banzai.it](http://www.banzai.it) e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info ([www.1info.it](http://www.1info.it)).*

*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.*

*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)

Conto Economico riclassificato Gruppo Banzai

<b>Euro migliaia</b>	<b>31-mar-15</b>	<b>%</b>	<b>31-mar-14</b>	<b>%</b>	<b>Var %</b>
<b>Totale Ricavi</b>	<b>49.732</b>	100,0%	<b>41.286</b>	100,0%	20,5%
Costo del venduto <sup>8</sup>	(39.511)	-79,4%	(31.778)	-77,0%	24,3%
<b>Margine Lordo<sup>9</sup></b>	<b>10.221</b>	<b>20,6%</b>	<b>9.508</b>	<b>23,0%</b>	<b>7,5%</b>
Costi commerciali e di marketing	(3.111)	-6,3%	(2.306)	-5,6%	34,9%
Costi di produzione contenuti	(1.557)	-3,1%	(1.467)	-3,6%	6,1%
Costi di logistica	(2.748)	-5,5%	(2.193)	-5,3%	25,3%
Costi IT	(1.017)	-2,0%	(842)	-2,0%	20,8%
Costi generali e amministrativi	(1.857)	-3,7%	(1.642)	-4,0%	13,1%
Costi generali e amministrativi Banzai SpA <sup>10</sup>	(824)	-1,7%	(662)	-1,6%	24,4%
<b>Margine Operativo Lordo rettificato (EBITDA adjusted)</b>	<b>(891)</b>	<b>-1,8%</b>	<b>396</b>	<b>1,0%</b>	<b>n.m.</b>
Costi non ricorrenti	(784)	-1,6%	0	0,0%	n.a.
<b>Margine Operativo Lordo (EBITDA)</b>	<b>(1.675)</b>	<b>-3,4%</b>	<b>396</b>	<b>1,0%</b>	<b>n.m.</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(1.204)	-2,4%	(1.229)	-3,0%	-2,0%
<b>Risultato Operativo (EBIT)</b>	<b>(2.879)</b>	<b>-5,8%</b>	<b>(833)</b>	<b>-2,0%</b>	<b>n.m.</b>
Oneri finanziari netti	(118)	-0,2%	(164)	-0,4%	-28,0%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(27)	-0,1%	0	0,0%	n.a.
<b>Risultato ante imposte (EBT)</b>	<b>(3.024)</b>	<b>-6,1%</b>	<b>(997)</b>	<b>-2,4%</b>	<b>n.m.</b>

<sup>8</sup> Il **Costo del venduto** include principalmente il costo di acquisto delle merci, e il costo di alcuni servizi fra cui, il costo del trasporto ai clienti, il costo delle commissioni d'incasso, le provvigioni e le commissioni di vendita e i costi editoriali esterni.

<sup>9</sup> Il **Margine Lordo** è rappresentato dai ricavi netti dedotti i costi del venduto e rappresenta una misura utilizzata dal controllo di gestione dell'Emittente per monitorare e valutare l'andamento commerciale della stessa. Il Margine Lordo non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello dei principi contabili internazionali IFRS e, pertanto, non deve essere considerata misura alternativa per la valutazione dell'andamento del margine commerciale del Gruppo. Poiché la composizione del Margine Lordo non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri e quindi non comparabile. La percentuale di incidenza del Margine Lordo sui ricavi viene calcolata dal Gruppo come rapporto tra il Margine Lordo ed il Totale Ricavi netti.

<sup>10</sup> I **costi generali e amministrativi Banzai SpA** rappresentano il valore aggregato delle seguenti voci di conto economico: ricavi intra-settoriali, altri proventi, costi delle materie prime e merci, costi per servizi, costi per il personale e altri oneri, non allocabili negli altri settori in cui opera il Gruppo, come da colonna "Altro" presente nell'informativa di settore, redatta secondo IFRS 8.

**Conto Economico Gruppo Banzai**

<b>Euro migliaia</b>	<b>31 marzo 2015</b>	<b>31 marzo 2014</b>
<b>Ricavi</b>	<b>49.732</b>	<b>41.286</b>
Altri proventi	46	22
Costi per materie prime e merci	(36.006)	(28.916)
Costi per servizi	(10.999)	(8.574)
Costi per il personale	(4.166)	(3.228)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.203)	(1.229)
Altri oneri	(283)	(194)
<b>Risultato Operativo (EBIT)</b>	<b>(2.879)</b>	<b>(833)</b>
Oneri finanziari	(137)	(173)
Proventi finanziari	19	9
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(27)	-
Perdite di valore di attività finanziarie	-	-
<b>Risultato ante Imposte</b>	<b>(3.024)</b>	<b>(997)</b>

### Stato Patrimoniale riclassificato Gruppo Banzai

<b>Euro migliaia</b>	<b>31 marzo 2015</b>	<b>31 dicembre 2014</b>
Capitale Circolante Netto <sup>11</sup>	(3.165)	(5.746)
Immobilizzazioni <sup>12</sup>	47.274	43.548
Attività a lungo termine <sup>13</sup>	9.126	7.837
Fondo del personale	(3.400)	(3.315)
Passività a lungo termine <sup>14</sup>	(450)	0
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO<sup>15</sup></b>	<b>49.385</b>	<b>42.324</b>
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto <sup>16</sup>	40.952	790
Patrimonio Netto	(90.337)	(43.114)
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>(49.385)</b>	<b>(42.324)</b>

<sup>11</sup> Il **Capitale Circolante Netto** è calcolato come somma di rimanenze, crediti commerciali ed altre attività correnti non finanziarie al netto dei debiti commerciali e delle altre passività correnti ad esclusione delle attività e passività finanziarie. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello dei principi contabili internazionali IFRS.

<sup>12</sup> Le **Immobilizzazioni** rappresentano la somma di impianti e macchinari, attività immateriali, partecipazioni in società collegate e attività finanziarie non correnti.

<sup>13</sup> Le **Attività a lungo termine** sono composte da altre attività non correnti e attività per imposte differite. Le passività a lungo termine sono composte dalle passività per imposte differite e dai fondi per rischi ed oneri.

<sup>14</sup> Le **Passività a lungo termine** sono composte dalle passività per imposte differite e dai fondi per rischi ed oneri.

<sup>15</sup> Il **Capitale Investito Netto** è calcolato come somma di capitale circolante netto, immobilizzazioni e altre attività a lungo termine al netto di fondi del personale, dei fondi rischi ed oneri e delle passività per imposte differite. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello dei principi contabili internazionali IFRS.

<sup>16</sup> Ai sensi di quanto stabilito dalla comunicazione CONSOB n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, si precisa che l'**Indebitamento Finanziario Netto** è calcolato come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle passività finanziarie correnti e non correnti, del valore equo degli strumenti finanziari di copertura ed è stato determinato in conformità a quanto stabilito nella Raccomandazione ESMA/2013/319 del 20 marzo 2013.

**Stato Patrimoniale Gruppo Banzai**

<b>Euro migliaia</b>	<b>31 marzo 2015</b>	<b>31 dicembre 2014</b>
Impianti e Macchinari	2.549	2.540
Attività immateriali	42.141	38.547
Partecipazioni in società collegate	823	779
Attività finanziarie non correnti	1.761	1.682
Altre attività non correnti	117	125
Attività per imposte differite	9.009	7.712
<b>TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI</b>	<b>56.400</b>	<b>51.385</b>
Rimanenze	14.816	13.027
Crediti commerciali e altri crediti	12.055	13.081
Altre attività correnti	4.994	5.634
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	50.798	9.379
<b>TOTALE ATTIVITA' CORRENTI</b>	<b>82.663</b>	<b>41.121</b>
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>139.063</b>	<b>92.506</b>
Capitale sociale	807	647
Riserve	92.555	44.543
Risultato del periodo	(3.025)	(2.076)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>90.337</b>	<b>43.114</b>
Debiti verso banche e altri finanziatori	6.704	152
Fondi del personale	3.400	3.315
Altre Passività non correnti	450	-
<b>TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI</b>	<b>10.554</b>	<b>3.467</b>
Debiti commerciali e altri debiti	25.946	28.781
Debiti verso banche e altri finanziatori	3.528	8.725
Altre passività correnti	8.698	8.419
<b>TOTALE PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>38.172</b>	<b>45.925</b>
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>48.726</b>	<b>49.392</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>139.063</b>	<b>92.506</b>



**Posizione Finanziaria Netta Gruppo Banzai**

<b>Euro migliaia</b>	<b>31 marzo 2015</b>	<b>31 dicembre 2014</b>
(A) Cassa	(114)	(128)
(B) Altre disponibilità liquide	<b>(50.684)</b>	(9.250)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
<b>(D) Liquidità (A)+(B)+(C)</b>	<b>(50.798)</b>	<b>(9.379)</b>
(E) Crediti finanziari correnti	(386)	(288)
(F) Debiti finanziari correnti	2.720	8.510
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	756	159
(H) Altri debiti finanziari correnti	51	56
<b>(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)</b>	<b>3.527</b>	<b>8.725</b>
<b>(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)</b>	<b>(47.657)</b>	<b>(942)</b>
(K) Debiti bancari non correnti	6.589	23
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	114	129
<b>(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)</b>	<b>6.703</b>	<b>152</b>
<b>(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)</b>	<b>(40.954)</b>	<b>(790)</b>

Rendiconto Finanziario Gruppo Banzai

Euro migliaia	31 marzo 2015	31 marzo 2014
Risultato netto dall'attività di funzionamento	(3.024)	(997)
Risultato netto derivante da attività destinate alla dismissione	0	0
Risultato dell'esercizio	(3.024)	(997)
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile d'esercizio al flusso di cassa generato dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	1.204	1.179
Svalutazione crediti	0	50
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	174	177
Svalutazione magazzino	(3)	23
Variazione fondo benefici dipendenti	(101)	(19)
Variazione imposte anticipate e differite	0	122
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	27	0
<i>Variazioni nel capitale circolante</i>		
Variazione delle rimanenze	(1.787)	175
Variazione dei crediti commerciali	1.151	940
Variazione delle altre attività correnti	737	(899)
Variazione dei debiti commerciali	(2.882)	(5.248)
Variazione degli altri debiti	280	738
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE</b>	<b>(4.225)</b>	<b>(3.759)</b>
Acquisizione attività materiali	(229)	(115)
Variazione Altre attività non correnti	7	(7)
Acquisizione attività immateriali	(2.423)	(1.508)
Erogazione finanziamenti attivi	(150)	(35)
Acquisizione di società controllate	(1.642)	0
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO</b>	<b>(4.437)</b>	<b>(1.665)</b>
Debiti finanziari	1.354	1.704
Aumento di capitale	48.824	0
Crediti finanziari correnti	(98)	37
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO</b>	<b>50.080</b>	<b>1.741</b>
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	41.419	(3.682)
Differenze di cambio nette sulle disponibilità liquide		
<b>DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO</b>	<b>9.379</b>	<b>9.379</b>
<b>DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO</b>	<b>50.798</b>	<b>5.697</b>