

## COMUNICATO STAMPA

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

*Banzai chiude l'anno con un fatturato in crescita del 27% e supera gli obiettivi di ricavi prefissati.*

- **Ricavi in crescita del +27% nel FY15 (Euro 234,8 milioni vs Euro 185,0 milioni nel FY14) guadagnando ulteriori quote di mercato nei settori di riferimento (e-Commerce e digital advertising):**
  - +37,5% di crescita del GMV (Gross Merchandise Volume<sup>1</sup>), pari a Euro 260 milioni, grazie al contributo del “Merchant Marketplace” partito nel 2015;
  - +28,5% i Ricavi e-Commerce (ePRICE e Saldiprivati), trainati dalle categorie core<sup>2</sup>, che registrano una crescita del 33% rispetto al 2014;
  - +15,0% per i ricavi area Vertical Content (tra cui GialloZafferano, PianetaDonna, Studenti.it).
  
- **Ricavi in crescita del +27.6% nel 4Q15 (Euro 82,6 milioni vs Euro 64,7 milioni nel 4Q14)**
  - +37,4% di crescita del GMV<sup>1</sup> (Gross Merchandise Volume), pari a Euro 92 milioni;
  - +28,2% i Ricavi e-Commerce (+31,2% nelle categorie core<sup>2</sup>);
  - +22,4% per i ricavi area Vertical Content, anche grazie al contributo della neo acquisita AdKaora, che opera nel settore dell’advertising mobile.

Milano, 1 febbraio 2016

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 dicembre 2015.

*“Il primo anno di quotazione di Banzai si chiude meglio delle attese in termini di crescita di ricavi”- dichiara **Paolo Ainio, Presidente Esecutivo** - “Banzai ha incrementato in maniera significativa la quota di mercato, in particolare nella categoria elettrodomestici ed elettronica, in cui conferma la posizione di leadership sul canale online.” **Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato** commenta – “L’andamento dei ricavi del quarto trimestre conferma la straordinaria crescita dei nove mesi, anche grazie alla crescita della rete distributiva di Pick&Pay®, che hanno raggiunto quota 100 e al lancio del Merchant Marketplace. A fine trimestre ePRICE ha lanciato la sua prima campagna TV, con effetti positivi sull’awareness.”*

### **Ricavi preliminari del IV trimestre 2015**

Il 4Q15 evidenzia una forte crescita sia in termini assoluti che relativi al mercato: i ricavi si attestano a 82,6 milioni di euro, +27,6% rispetto a 64,7 milioni di euro nel 4Q14.

In particolare nelle *categorie core<sup>2</sup> dell’e-Commerce*, Banzai, attraverso le sue piattaforme ePRICE e Saldiprivati, segna una performance del +31,2% rispetto all’anno scorso (+44,5% nel 3Q15, +33,7% nel 2Q15 e +26,4% nel 1Q15), sostanzialmente confermando il trend dei 9M15, al netto del picco del terzo trimestre legato ai climatizzatori. Nel trimestre è inoltre proseguito lo sviluppo del Merchant Marketplace.

Nel 4Q15 infine la divisione Vertical Content ha realizzato una crescita superiore al mercato di riferimento in termini organici, confermando la sua leadership, corroborata dal consolidamento della neo acquisita AdKaora, operante nel settore dell’advertising mobile.

(Eu mn)	4Q15	4Q14	% Ch
e-Commerce	74,4	58,1	28,2%
Vertical Content	8,1	6,6	22,4%
<b>Revenues</b>	<b>82,6</b>	<b>64,7</b>	<b>27,6%</b>
GMV <sup>1</sup>	92,3	67,2	37,4%

<sup>1</sup> GMV Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa

<sup>2</sup> Includono i ricavi dei prodotti con esclusione dei ricavi derivanti dalle spedizioni e degli altri servizi

## Ricavi preliminari al 31 dicembre 2015

I Ricavi FY15 si attestano a 234,8 milioni di euro, +27,0% rispetto a 185,0 milioni di euro dell'anno precedente.

### Ricavi preliminari

(Eu mn)	FY15	FY14	% Ch
e-Commerce	210,6	163,9	28,5%
Vertical Content	24,2	21,1	15,0%
<b>Revenues</b>	<b>234,8</b>	<b>185,0</b>	<b>27,0%</b>
GMV <sup>1</sup>	259,6	188,8	37,5%

Con 210,6 milioni di euro di ricavi nei FY15, in crescita del 28,5% sul FY14, la divisione e-Commerce si conferma il principale driver di crescita del Gruppo, trainata dalle categorie core<sup>2</sup>.

La divisione Vertical Content, con ricavi pari a 24,2 milioni di euro derivanti principalmente da vendita di pubblicità, ha registrato una crescita del 15% rispetto al FY15, accelerando ancora il passo nel 4Q15 rispetto ai trimestri precedenti (+22,4% sul 4Q14), anche grazie all'entrata nel perimetro di AdKaora, società acquisita ad ottobre e con forti competenze nel mobile advertising.

Nel complesso, Banzai ha realizzato una performance superiore ai suoi concorrenti diretti sia nel contesto nazionale dell'e-commerce (nella categoria elettrodomestici in particolare) che del digital advertising, incrementando quindi ulteriormente la propria quota di mercato.

### e-Commerce (Ricavi per tipologia di prodotto e Indicatori di Performance)<sup>3</sup>

(Euro milioni)	4Q15	4Q14	Var%	Indicatori di Performance <sup>3</sup>	4Q15	4Q14	Var%
<i>Elettronica ed Elettrodomestici</i>	53,5	39,4	35,6%	GMV (euro milioni) <sup>4</sup>	92,3	67,2	37,4%
<i>Abbigliamento / altro</i>	16,7	14,0	18,8%	Numero di ordini (migliaia)	485	383	26,6%
<i>Servizi</i>	4,3	4,6	-6,5%	AOV (euro) <sup>5</sup>	156	146	6,6%
<b>Ricavi</b>	<b>74,4</b>	<b>58,1</b>	<b>28,2%</b>	Acquirenti (migliaia) <sup>6</sup>	321	245	31,0%
<b>Ricavi "core"</b>	<b>70,1</b>	<b>53,5</b>	<b>31,2%</b>	Numero di pezzi per ordine (#)	2,1	2,2	-7,6%

  

(Euro milioni)	FY15	FY14	Var%	Indicatori di Performance <sup>7</sup>	FY15	FY14	Var%
<i>Elettronica ed Elettrodomestici</i>	147,6	107,0	38,0%	GMV (euro milioni) <sup>8</sup>	259,6	188,8	37,5%
<i>Abbigliamento / altro</i>	48,6	40,5	20,0%	Numero di ordini (migliaia)	1,489	1,161	28,3%
<i>Servizi</i>	14,3	16,3	-12,2%	AOV (euro) <sup>9</sup>	143	135	6,2%
<b>Ricavi</b>	<b>210,6</b>	<b>163,9</b>	<b>28,5%</b>	Acquirenti (migliaia) <sup>10</sup>	707	545	29,8%
<b>Ricavi "core"</b>	<b>196,3</b>	<b>147,6</b>	<b>33,0%</b>	Numero di pezzi per ordine (#)	2,1	2,3	-8,7%

La divisione e-Commerce ha registrato nei FY15 un incremento del 33,0% dei ricavi nelle categorie core<sup>2</sup> (Elettronica ed Elettrodomestici, Abbigliamento / altro) rispetto ai FY14. In particolare i ricavi della categoria "Elettronica ed Elettrodomestici", pari a 147,6 milioni di euro nei FY15, registrano un incremento del 38,0% attribuibile principalmente all'ampliamento della gamma di prodotti offerti e allo sviluppo dei servizi "premium" (consegna, installazione e ritiro dell'usato), oltre allo sviluppo della rete di Pick&Pay® e Lockers, che al 31 dicembre erano pari rispettivamente a n. 100 e n. 305 (n. 87 e n. 280 al 30 settembre 2015).

<sup>3</sup> Comprendono il 3P marketplace.

<sup>4</sup> Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa.

<sup>5</sup> Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

<sup>6</sup> Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

<sup>7</sup> Comprendono il 3P marketplace.

<sup>8</sup> Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa.

<sup>9</sup> Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

<sup>10</sup> Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

Nel mese di dicembre infine è partita la prima campagna TV di ePRICE, in onda sulle principali reti TV italiane, con oltre 2,500 passaggi sulle principali reti terrestri e satellitari, tra le quali Mediaset, RAI, Sky e La7. Le prime evidenze della campagna sono positive permettendo di accelerare la notorietà del brand.

In accelerazione anche i *Key Performance Indicator*: il GMV<sup>1</sup> (Gross Merchandise Volume) mostra nei FY15 una crescita del 37,5%, grazie anche al buon andamento dei volumi realizzati nel periodo attraverso il Merchant Marketplace, dove i merchants hanno superato i n. 330.

Nel 2015 la divisione ha gestito quasi 1,5 milioni di ordini, +28,3% rispetto al FY14, con un valore medio (AOV<sup>5</sup>) pari a Eu 143, in crescita del 6,2%, grazie al mix di crescita spostato su Elettronica ed Elettrodomestici, categorie ad alto ticket. Infine il numero degli acquirenti è pari a 707 migliaia, in crescita del 29,8% rispetto al 2014. Decresce invece il numero di pezzi per ordine (-8,7% YoY nei 2015), per il medesimo effetto ricordato sopra e legato al mix di crescita, in cui pesano in maniera sempre più rilevante Elettronica ed Elettrodomestici.

## Vertical Content (Indicatori di performance)

Indicatori di Performance (dati medi mensili) <sup>11</sup>	4Q15 <sup>12</sup>	4Q14	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	18,1	18,4	-2,0%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) <sup>13</sup>	24	27	-10,4%
Active Reach <sup>14</sup>	62,0%	63,9%	-3,0%

Indicatori di Performance (dati medi mensili) <sup>11</sup>	FY15 <sup>12</sup>	FY14	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	17,5	17,5	0,4%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) <sup>13</sup>	24	23	6,3%
Active Reach <sup>14</sup>	60,9%	61,2%	-0,5%

Secondo comScore (che include gli accessi provenienti dalle applicazioni mobili dei social network), a novembre 2015, Banzai è la seconda property digitale in Italia, dopo Google, con 23,8 milioni di utenti mese. Secondo Audiweb (che non include gli accessi provenienti dalle applicazioni mobili dei social network) la divisione *Vertical Content* registra 18,1 milioni di Visitatori Unici Mensili a novembre 2015, confermando Banzai come la più importante fra le digital property italiane; il *Time Spent* per Visitatore Unico Mensile nel mese è pari a 24 minuti. Infine, sempre secondo Audiweb, l'*Active Reach* si attesta al 61% della popolazione Internet italiana.

## Fatti di rilievo

- **Aperto il 100° Pick&Pay®**

A dicembre è stata completata la prima fase di espansione della rete Pick&Pay®, arrivando ad un totale di 100 negozi in 89 località e 305 lockers in 152 località per un totale di 405 punti di ritiro in 189 località. Si conferma il target di 135-150 negozi entro la fine del 2016.

- **Lancio della Service Platform di ePRICE**

A gennaio 2016, ePRICE ha lanciato la prima versione di una nuova piattaforma di servizi, che consente di coordinare in modo efficiente il lavoro di tecnici professionisti che consegnano e installano “pronti all’uso” grandi elettrodomestici, impianti di condizionamento e altri prodotti “complessi”, occupandosi anche del ritiro contestuale dell’usato. La Service Platform si basa su un approccio operativo mobile-centrico e consente per esempio al cliente di vedere già nel carrello le disponibilità giorno/fascia oraria, conoscere anticipatamente il profilo del tecnico, fornire online le informazioni utili per la consegna, ricevere update e alert in tempo reale, fornire un feedback a fine intervento. La Service Platform è attualmente attiva nell’area di Milano e le prime rilevazioni evidenziano attach rate e NPS significativamente superiori al servizio “standard”.

<sup>11</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. Dati a Novembre 2015.

<sup>12</sup> Tutti i valori 2015 e 2014 escludono il mese di dicembre (dicembre 2015, dato non ancora disponibile).

<sup>13</sup> Tempo trascorso da ciascun utente su una determinata pagina web.

<sup>14</sup> Percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un’applicazione, sul totale degli utenti internet in Italia.



*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.*

\*\*\*

## Dettagli conference call

Si informa che alle ore 10,00 (CET) del 2 febbraio si terrà una conference call durante la quale il management di Banzai presenterà i ricavi preliminari al 31 dicembre 2015. Per partecipare alla conference call è necessario comporre uno dei seguenti numeri:

Analisti ed Investitori

- Italia: +39 02 802 09 11
- UK: +44 1 212818004
- USA (numero locale internazionale): +1 718 7058796
- USA (numero verde): 1 855 2656958

Stampa: +39 02 8020927

Un Replay della conference call sarà disponibile fino al 11 febbraio ai seguenti numeri:

- ITALY: +39 02 72495
- UK: +44 1 212 818 005
- USA: +1 718 705 8797

code: 936#

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 comunicato stampa è disponibile sui siti [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 470 tra dipendenti e collaboratori e, con ricavi 2015 pari a 235 milioni di euro, è una delle più importanti *Internet Company* del Paese. Ogni mese, 17.5 milioni di utenti medi 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 100 Pick&Pay distribuiti in 89 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.**  
**Micaela Ferruta**  
*Head of Investor Relations and Strategic Planning*  
[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)