

## COMUNICATO STAMPA

### BANZAI: UTILE NETTO DI 8,5 MILIONI DI EURO AL 30 GIUGNO 2016

- **Gross Merchandise Volume (GMV<sup>1</sup>)** in crescita del +25,1% YOY a Euro 134,7 milioni
- **Utile netto** pari a Euro 8,5 milioni
- **Liquidità netta** a Euro 38,6 milioni vs. Euro 23,2 milioni al 31 dicembre 2015
- **2016: GMV<sup>1</sup>** in crescita del 25-30% e chiusura in utile, inclusa la cessione di Banzai Media
- **Avviate negoziazioni in esclusiva per la cessione di Saldiprivati**
- **La Società presenterà il piano strategico in occasione dell'approvazione dei risultati 9M16**

Milano, 14 settembre 2016

Il Consiglio di Amministrazione di Banzai, prima piattaforma nazionale di e-Commerce quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, ha approvato in data odierna la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2016.

*“Siamo soddisfatti dell'andamento del primo semestre 2016, nel corso del quale Banzai ha confermato la forte crescita del GMV<sup>1</sup>, che rappresenta l'andamento della spesa effettiva dei nostri clienti incluso il marketplace, ha consolidato la propria quota di mercato nel segmento elettronica ed elettrodomestici e ha lanciato con successo il servizio Home Service”, commenta Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato di Banzai. “Dopo aver chiuso il primo semestre in utile con la cessione di Banzai Media, che ha generato risorse nette nel trimestre per circa 32 milioni di euro, adesso siamo concentrati sull'eCommerce e sul segmento Elettronica ed Elettrodomestici. In concomitanza con i risultati dei primi nove mesi del 2016 presenteremo al mercato il nuovo piano strategico al 2020.”*

### Risultati consolidati del I semestre 2016

I **Ricavi** sono pari a 105,9 milioni di euro, al netto della divisione Vertical Content, la cui cessione è stata perfezionata l'8 giugno 2016 ed è stata contabilizzata tra le attività destinate alla vendita dal 1 gennaio 2016; la crescita è pertanto pari a +19,8% rispetto al 1H15 pro-forma, trainata da elettronica ed elettrodomestici.

Il **GMV<sup>1</sup>** – che rappresenta la spesa effettiva dei clienti sui nostri siti e-Commerce e sul marketplace - cresce del 25,1%, attestandosi a 134,7 milioni di euro rispetto a 107,6 milioni di euro del 1H15. Il peso del Marketplace, lanciato nel 2Q15, è cresciuto in maniera significativa e rappresenta nel semestre circa l'8% del GMV<sup>1</sup>.

<i>(Eu mn)</i>	1H16	1H15 Pro-forma	Var %	1H15	Var %
e-Commerce	105,9	88,4	19,8%	88,4	19,8%
Vertical Content	n.a.	n.a.	n.m.	11,4	n.m.
<b>Ricavi</b>	<b>105,9</b>	<b>88,4</b>	<b>19,8%</b>	<b>99,7</b>	<b>6,2%</b>
<b>GMV<sup>1</sup></b>	<b>134,7</b>	<b>107,6</b>	<b>25,1%</b>	<b>107,6</b>	<b>25,1%</b>

<sup>1</sup> Gross Merchandise Volume: misura effettiva della spesa sulle piattaforme eCommerce ed include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non include Vertical content.

e-Commerce (Ricavi e GMV per tipologia di prodotto)<sup>3</sup>

Ricavi (Euro milioni)	2Q16	2Q15	Var%
Elettronica ed Elettrodomestici	36,9	28,9	27,9%
Abbigliamento / altre categorie	11,7	11,5	2,3%
Servizi / altri ricavi	3,8	3,3	13,4%
<b>Ricavi</b>	<b>52,4</b>	<b>43,7</b>	<b>20,1%</b>

GMV <sup>2</sup> (Euro milioni)	2Q16	2Q15	Var%
Elettronica ed Elettrodomestici	51,0	39,4	29,3%
Abbigliamento / altre categorie	14,6	14,2	2,7%
Servizi <sup>3</sup>	2,1	2,0	5,9%
<b>GMV</b>	<b>67,7</b>	<b>55,6</b>	<b>21,6%</b>

Ricavi (Euro milioni)	1H16	1H15	Var%
Elettronica ed Elettrodomestici	74,2	58,1	27,9%
Abbigliamento / altre categorie	23,9	23,1	3,6%
Servizi / altri ricavi	7,8	7,2	7,3%
<b>Ricavi</b>	<b>105,9</b>	<b>88,4</b>	<b>19,8%</b>

GMV <sup>3</sup> (Euro milioni)	1H16	1H15	Var%
Elettronica ed Elettrodomestici	100,7	75,1	34,1%
Abbigliamento / altre categorie	29,6	28,4	4,3%
Servizi <sup>4</sup>	4,3	4,2	3,2%
<b>GMV</b>	<b>134,7</b>	<b>107,6</b>	<b>25,1%</b>

La divisione e-Commerce ha registrato ricavi della categoria “**Elettronica ed Elettrodomestici**” pari a **74,2 milioni di euro**. La crescita del **27,9%** è attribuibile principalmente all’ampliamento della gamma di prodotti offerti e allo sviluppo dei servizi “premium” (consegna, installazione e ritiro dell’usato), oltre allo sviluppo ed efficientamento della rete di Pick&Pay e Lockers, che al 30 giugno 2016 erano pari rispettivamente a n. 117 e n. 290 (n. 100 e n. 300 al 31 dicembre 2015). Nel solo segmento degli elettrodomestici venduti online, dove ePRICE è leader di mercato, la crescita è risultata ben superiore nelle aree coperte dai nuovi servizi di installazione e consegna, che hanno registrato un NPS<sup>2</sup> superiore a 70.

Nel mese di gennaio infatti è partita la nuova generazione di servizi personalizzati di consegna Home Service, installazione e ritiro dell’usato, integrati con una piattaforma mobile proprietaria, accessibile via app da smartphone, che permette ai nostri clienti l’interazione continua con ePRICE dal momento dell’acquisto fino all’installazione in casa.

Il GMV è in crescita del **25,1%**, sostenuto dalla performance del Marketplace, che ha raggiunto n. **616 merchants**. Il GMV legato alla categoria Elettronica ed Elettrodomestici è in crescita superiore al 34% rispetto al 1H15.

(Indicatori di Performance)

Indicatori di Performance <sup>4</sup>	2Q16	2Q15	Var%
Numero di ordini (migliaia)	379	343	11%
AOV (euro) <sup>5</sup>	146	129	14%
Acquirenti (migliaia) <sup>6</sup>	250	222	13%

Indicatori di Performance <sup>5</sup>	1H16	1H15	Var%
Numero di ordini (migliaia)	775	681	14%
AOV (euro)	142	130	9%
Acquirenti (migliaia)	435	372	17%

Nel 1H16 sono stati gestiti 775 mila ordini, +14% rispetto al 1H15, con un valore medio (AOV<sup>5</sup>) pari a Eu 142, in crescita del 9%, principalmente per effetto del mix in favore di categorie ad alto ticket (Elettronica ed Elettrodomestici). Infine il numero degli acquirenti è pari a 435 mila, in crescita del 17% circa rispetto al 1H15.

Il Margine Lordo è pari a **14,6 milioni di euro**, +11,8% rispetto a 13,0 milioni di euro nel 1H15 ed equivalente al 13,8% delle vendite del periodo. Il calo della marginalità rispetto al 1H15 è legato ad un effetto mix, che vede il crescente peso delle categorie “core” Elettronica ed Elettrodomestici, legato alla forte crescita di ePRICE, oltre ad un crescente peso delle politiche promozionali (free-shipping, buoni sconti etc..), usate come leva di marketing in misura più rilevante a partire dal 2Q15.

Il margine è risultato comunque superiore al 12,4% realizzato dalla divisione e-commerce nel 4Q15 e si segnala un progressivo recupero della differenza in termini di punti percentuali rispetto allo scorso anno; infatti la differenza fra il Q1 2016 e il Q1 2015 è stata pari a 130 punti base, mentre nel Q2 2016 tale differenza,

<sup>2</sup> Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3P Marketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non include Vertical content.

<sup>3</sup> Il GMV dei servizi non include B2B, advertising/Infocommerce

<sup>4</sup> Comprendono il 3P marketplace.

<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.

rispetto al Q2 2015, si è ridotta a 50 punti base, a conferma della strategia annunciata di recupero di marginalità nel corso del 2016. Il miglioramento è da attribuirsi principalmente ad ePRICE.

**Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) *adjusted*** è pari a -5,9 milioni di euro rispetto a -3,5 milioni di euro del 1H15. La variazione è attribuibile principalmente alla già anticipata crescita dei costi commerciali e di marketing (+31%) e da maggiori costi di logistica (+25%); in entrambi i casi l'incremento è a sostegno della forte crescita della divisione *e-Commerce* in termini di clienti e volumi di vendita, in particolare nella categoria elettrodomestici.

Le altre voci di costo, in particolare i costi di produzione dei contenuti, i costi di IT e i costi generali e amministrativi sono in crescita del 16% rispetto al 1H15, al di sotto dell'incremento dei ricavi confermando la buona scalabilità della struttura operativa, inclusi i maggiori oneri legati al nuovo assetto di governance e di controllo societario costituito a seguito della quotazione.

**Il Margine Operativo Lordo (EBITDA)** è pari a -6,2 milioni di euro (-4,3 milioni di euro nel 1H15) e comprende costi non ricorrenti per 0,27 milioni di euro costi relativi al Piano di Stock Options.

**Il Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -8,6 milioni di euro (-5,9 milioni nel 1H15) per effetto del minore Margine Operativo Lordo; gli ammortamenti e le svalutazioni sono pari a 2,4 milioni di euro, + 50% vs. il 1H15, per effetto dei maggiori investimenti effettuati nel periodo.

**Il Risultato ante imposte (EBT) dell'attività in funzionamento** è pari a -9,0 milioni di euro (-6,0 milioni di euro nel 1H15) dopo proventi finanziari per 0,02 milioni di euro e svalutazioni di crediti finanziari per 0,406 milioni.

**Il Risultato netto è positivo e pari a 8,5 milioni di euro** (-3,7 milioni di euro nel 1H15) grazie a 17,5 milioni di euro di utile derivanti dalla cessione della divisione Vertical Content, avvenuta nel 2Q16. Si segnala che al 30 giugno 2016 il Gruppo, a fronte di una perdita fiscalmente rilevante di euro 7.947 migliaia, non ha stanziato ulteriori imposte anticipate in quanto è in fase di definizione un processo di review strategica che verrà presentato nell'ultimo trimestre dell'anno e nell'ambito del quale verranno valutate modalità e tempistiche di ulteriori imposte anticipate rispetto a quanto già iscritto a bilancio.

**Il Gruppo presenta al 30 giugno 2016 una Liquidità pari a 44,9 milioni di euro e una Liquidità Netta pari a 38,6 milioni di euro:** l'incremento deriva dalle risorse raccolte con la cessione di Banzai Media Holding ad Arnoldo Mondadori S.p.A., al netto delle risorse finanziarie assorbite dalle attività di investimento (5,5 milioni di euro nel 1H16) e dalla gestione operativa (12,6 milioni di euro nel 1H16). Tale assorbimento è legato alla strategia del Gruppo che prevede una forte accelerazione dei ricavi e della quota di mercato, grazie a maggiori investimenti in marketing ed include nel 2Q16 circa 3,0 milioni di euro, a cui va aggiunta l'IVA, di anticipi a fornitori corrisposti al Gruppo Mondadori per l'acquisto di spazi pubblicitari su reti Mediaset. Al netto di questa posta, l'assorbimento di cassa sarebbe pari a 7,4 milioni di euro, rispetto a circa 6,5 milioni l'anno scorso, al netto delle attività dismesse.

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.

### **Principali risultati consolidati del II trimestre 2016**

I **Ricavi** si attestano a 52,4 milioni di euro, +20,1% rispetto a 43,7 milioni di euro nel 2Q15. Di particolare rilievo la crescita del 27,9% delle categorie Elettronica ed Elettrodomestici. Nel trimestre è inoltre proseguito lo sviluppo del 3P *marketplace*, che ha consentito di incrementare ulteriormente il **GMV<sup>2</sup>**, risultato pari a 67,7 milioni di euro, in crescita del 21,6% sul 2Q15 (+29% per Elettronica ed Elettrodomestici).

Il **Margine Lordo** è pari a 7,2 milioni di euro, +14,7% rispetto a 6,3 milioni di euro nel 2Q15. L'incidenza sui ricavi è pari al 13,7%, sostanzialmente in linea con il primo trimestre e in progressivo recupero in termini di punti percentuali rispetto al secondo trimestre 2015 come precedentemente descritto, guidato principalmente da ePRICE.

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA) adjusted** è pari a -3,0 milioni di euro (-2,2 milioni di euro nel 2Q15), per effetto principalmente dell'incremento delle spese commerciali e di marketing, nonché di logistica relative alla parte *eCommerce*.

Come ricordato in precedenza, si segnala un incremento dei costi di logistica meno che proporzionale rispetto alla forte crescita dei ricavi della categoria elettronica & elettrodomestici (+29%YoY nel trimestre). Anche le altre voci di costo, in particolare i costi di produzione dei contenuti, i costi di IT e i costi generali e amministrativi sono in crescita del 7% rispetto al 2Q15, in misura inferiore quindi alla crescita dei ricavi.

Il **Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -4,4 milioni di euro (-3,2 milioni di euro nel 2Q15), dopo ammortamenti per 1,7 milioni di euro.

Il **Risultato ante imposte (EBT)** è pari a -4,8 milioni di euro (-2,3 milioni di euro nel 2Q15).

## Fatti di rilievo

- **Perfezionata la cessione della divisione Vertical Content**

In data 10 maggio 2016 Banzai ha comunicato la cessione di Banzai Media Holding (divisione Vertical Content) ad Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., al prezzo di Euro 45 milioni (Enterprise Value), incluso earn-out. Il prezzo della cessione è pertanto pari a 11,3x EV/EBITDA 2015. La cessione di Banzai Media Holding è stata perfezionata l'8 giugno 2016 e comporta una plusvalenza netta pari a 17,5 milioni di euro a livello consolidato; Banzai ha annunciato che conseguentemente prevede di chiudere l'esercizio 2016 in utile a livello consolidato. Banzai ha incassato al closing una componente fissa pari a circa 32 milioni di euro.

- **Sottoscritto un accordo triennale per l'acquisto di spazi pubblicitari sulle emittenti televisive del gruppo Mediaset**

In data 10 maggio Banzai ha annunciato di aver sottoscritto un accordo triennale per l'acquisto di spazi pubblicitari sulle emittenti televisive del gruppo Mediaset, a sostegno del brand di ePRICE, con un impatto atteso essere positivo in termini di incremento di brand awareness, anche in base alle evidenze della campagna TV di ePRICE in onda a fine 2015 e in termini di crescita dei ricavi. Il contratto relativo alla pubblicità consente di generare un beneficio stimato sui costi marketing nel triennio stimato pari a circa 7 milioni di euro.

- **Programma di Buy Back**

Banzai ha avviato un programma di BuyBack. Le azioni proprie in portafoglio al 14 settembre sono pari a 604,638, equivalenti a circa 1,47% del capitale.

- **Avviate negoziazioni esclusive per la potenziale cessione di Saldiprivati**

Banzai ha comunicato il 28 luglio 2016 di aver ricevuto una offerta di acquisto per Saldiprivati da parte del gruppo francese Showroomprivé (Paris:SRP). La proposta è soggetta ad alcune condizioni e alla finalizzazione del contratto.

Il Consiglio di Amministrazione di Banzai ha concesso a Showroomprivé un periodo di esclusiva sino al 30 settembre 2016, al fine di negoziare in buona fede la documentazione relativa alla transazione.

---

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

Banzai è l'azienda leader dell'e-Commerce italiano. Fondata da Paolo Ainio e quotata dal 2015 sul segmento STAR di Borsa Italiana, è una delle più importanti Internet Company del Paese, con ricavi pari a 235 milioni di euro e GMV<sup>7</sup>(Gross Merchandise Volume) pari a 260 milioni di euro nel 2015, in crescita del 25% nel primo semestre 2016. ePRICE è uno dei principali negozi online italiani, specializzato nella vendita di prodotti high-tech (elettronica) e leader nel segmento dei grandi elettrodomestici venduti online. 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 oltre 117 Pick&Pay distribuiti in 93 città, punti di ritiro e di pagamento che uniscono i vantaggi di acquistare online con la comodità e la sicurezza del negozio sotto casa.

**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**

**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)

---

<sup>7</sup> Gross Merchandise Volume degli ultimi 12 mesi. Il GMV include i ricavi e-Commerce dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3P Marketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non comprende i ricavi del Vertical Content.

**Conto Economico riclassificato Gruppo Banzai**

<b>Euro migliaia</b>	<b>30 giugno 16</b>	<b>% sui ricavi</b>	<b>30 giugno 15</b>	<b>% sui ricavi</b>	<b>Var%</b>
<b>Totale ricavi</b>	<b>105.947</b>	100,00%	<b>88.402</b>	100,00%	19,8%
Costo del venduto <sup>8</sup>	(91.374)	-86,24%	(75.366)	-85,25%	21,2%
<b>Margine lordo<sup>9</sup></b>	<b>14.574</b>	<b>13,76%</b>	<b>13.036</b>	<b>14,75%</b>	<b>11,8%</b>
Costi commerciali e di marketing	(6.770)	-6,39%	(5.176)	-5,85%	30,8%
Costi di produzione contenuti	(842)	-0,79%	(862)	-0,98%	-2,4%
Costi di logistica	(7.017)	-6,62%	(5.614)	-6,35%	25,0%
Costi IT	(901)	-0,85%	(769)	-0,87%	17,2%
Costi generali e amministrativi	(4.921)	-4,64%	(4.094)	-4,63%	20,2%
<b>Margine lordo operativo rettificato (EBITDA adjusted)</b>	<b>(5.878)</b>	<b>-5,55%</b>	<b>(3.478)</b>	<b>-3,93%</b>	<b>69,0%</b>
Costi non ricorrenti e Piano Stock Options	(275)	-0,26%	(849)	-0,96%	-67,6%
<b>Margine lordo operativo (EBITDA)</b>	<b>(6.153)</b>	<b>-5,81%</b>	<b>(4.327)</b>	<b>-4,90%</b>	<b>42,2%</b>
Ammortamenti e svalutazioni	(2.410)	-2,27%	(1.605)	-1,82%	50,1%
<b>RISULTATO OPERATIVO (EBIT)</b>	<b>(8.563)</b>	<b>-8,08%</b>	<b>(5.932)</b>	<b>-6,71%</b>	<b>44,3%</b>
Oneri finanziari netti	20	0,02%	(37)	-0,04%	-154,7%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(73)	-0,07%	(60)	-0,07%	22,0%
Perdita di valore attività finanziarie	(406)	-0,38%	-	-	
<b>RISULTATO ANTE IMPOSTE (EBT)</b>	<b>(9.022)</b>	<b>-8,52%</b>	<b>(6.029)</b>	<b>-6,82%</b>	<b>49,6%</b>
Imposte	-	-	1.603	1,81%	
<b>RISULTATO NETTO DERIVANTE DALL'ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO</b>	<b>(9.022)</b>	<b>-8,52%</b>	<b>(4.426)</b>	<b>-5,01%</b>	<b>103,8%</b>
Utile/(Perdita) netta derivante da attività destinate alla dismissione	17.504		777		
<b>RISULTATO NETTO</b>	<b>8.483</b>		<b>(3.649)</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.

## Conto Economico Gruppo Banzai

Euro migliaia	30 giugno 2016	30 giugno 2015*
<b>Ricavi</b>	<b>105.947</b>	<b>88.402</b>
Altri proventi	535	417
Costi per materie prime e merci	(85.613)	(70.905)
Costi per servizi	(20.798)	(16.682)
Costi per il personale	(5.797)	(5.076)
Ammortamenti e svalutazioni	(2.410)	(1.605)
Altri oneri	(427)	(482)
<b>Risultato operativo</b>	<b>(8.563)</b>	<b>(5.932)</b>
Oneri finanziari	(82)	(153)
Proventi finanziari	102	116
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(73)	(60)
Perdita di valore attività finanziarie	(406)	0
<b>Risultato ante imposte dell'attività in funzionamento</b>	<b>(9.022)</b>	<b>(6.029)</b>
Imposte sul reddito	0	1.603
<b>Utile (perdita) dell'attività in funzionamento</b>	<b>(9.022)</b>	<b>(4.426)</b>
Risultato derivante da attività cessate o destinate alla dismissione	17.504	777
<b>Utile (perdita) del periodo</b>	<b>8.482</b>	<b>(3.649)</b>

## Stato Patrimoniale riclassificato Gruppo Banzai

Euro migliaia	30 giugno 2016	31 dicembre 2015	31 dicembre 2015 Proforma <sup>10</sup>
<b>IMPIEGHI</b>			
Capitale Circolante Netto <sup>11</sup>	3.782	776	(2.555)
Immobilizzazioni <sup>12</sup>	40.573	55.648	37.487
Attività a lungo termine <sup>13</sup>	11.865	12.120	11.745
Fondo del personale	(2.480)	(3.741)	(2.317)
Passività a lungo termine <sup>14</sup>	(20)	(3.877)	-
Attività destinate alla dismissione	10	-	-
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO<sup>15</sup></b>	<b>53.730</b>	<b>60.928</b>	<b>44.362</b>
<b>FONTI</b>			
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto	38.621	23.205	
Patrimonio Netto	(92.351)	(84.133)	
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>(53.730)</b>	<b>(60.928)</b>	<b>(44.362)</b>

<sup>10</sup> Esclude attività e passività allocabili alla divisione Vertical Content oggetto di cessione in corso d'anno.

<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.

**Stato Patrimoniale Gruppo Banzai**

<b>Euro migliaia</b>	<b>30 giugno 2016</b>	<b>31 dicembre 2015</b>
<b>ATTIVITÀ NON CORRENTI</b>		
Impianti e Macchinari	2.882	3.113
Attività immateriali	34.498	49.475
Partecipazioni in società collegate	1.785	1.114
Attività finanziarie non correnti	1.408	1.946
Altre attività non correnti	271	214
Attività per imposte differite	11.594	11.906
<b>TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI</b>	<b>52.438</b>	<b>67.768</b>
<b>ATTIVITÀ CORRENTI</b>		
Rimanenze	23.436	24.425
Crediti commerciali e altri crediti	4.847	17.081
Altre attività correnti	10.299	7.594
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	44.939	33.543
<b>TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI</b>	<b>83.521</b>	<b>82.643</b>
Attività destinate alla dismissione	10	-
<b>TOTALE ATTIVITÀ</b>	<b>135.969</b>	<b>150.411</b>
<b>PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ</b>		
<b>PATRIMONIO NETTO</b>		
Capitale sociale	821	821
Riserve	83.048	94.068
Risultato del periodo	8.482	(10.756)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>92.351</b>	<b>84.133</b>
<b>PASSIVITÀ NON CORRENTI</b>		
Debiti verso banche e altri finanziatori	51	6.691
Fondi del personale	2.480	3.741
Altre Passività non correnti	20	3.876
<b>TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI</b>	<b>2.551</b>	<b>14.308</b>
<b>PASSIVITÀ CORRENTI</b>		
Debiti commerciali e altri debiti	28.213	39.121
Debiti verso banche e altri finanziatori	7.306	4.385
Altre passività correnti	5.548	8.464
<b>TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI</b>	<b>41.067</b>	<b>51.970</b>
Passività destinate alla dismissione	0	0
<b>TOTALE PASSIVITÀ</b>	<b>43.618</b>	<b>66.278</b>
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ</b>	<b>135.969</b>	<b>150.411</b>



## Posizione Finanziaria Netta Gruppo Banzai

Euro migliaia	30 giugno 2016	31 dicembre 2015
(A) Cassa	(122)	(109)
(B) Altre disponibilità liquide	(44.817)	(33.434)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
<b>(D) Liquidità (A)+(B)+(C)</b>	<b>(44.939)</b>	<b>(33.543)</b>
(E) Crediti finanziari correnti	(1.039)	(738)
(F) Debiti finanziari correnti	12	3.081
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	7.251	1.250
(H) Altri debiti finanziari correnti	43	54
<b>(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)</b>	<b>7.306</b>	<b>4.385</b>
<b>(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)</b>	<b>(38.672)</b>	<b>(29.896)</b>
(K) Debiti bancari non correnti	-	6.619
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	51	72
<b>(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)</b>	<b>51</b>	<b>6.691</b>
<b>(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)</b>	<b>(38.621)</b>	<b>(23.205)</b>

## Rendiconto Finanziario Gruppo Banzai

Euro migliaia	30 giugno 2016	30 giugno 2015 <sup>16</sup>
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE</b>		
Risultato netto dall'attività di funzionamento	(9.022)	(4.426)
Ammortamenti	2.410	1.605
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	325	262
Svalutazione magazzino	250	43
Variazione fondo benefici dipendenti	(165)	(91)
Variazione imposte anticipate e differite	(2)	(1.608)
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	73	61
Perdita di valore attività non correnti	406	0
Variazione altre passività non correnti	20	0
Altre variazioni non monetarie	275	40
Variazione delle rimanenze	739	(2.990)
Variazione dei crediti commerciali	568	152
Variazione delle altre attività correnti	(3.372)	785
Variazione dei debiti commerciali	(4.805)	195
Variazione degli altri debiti	(305)	(515)
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse		1.915
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE</b>	<b>(12.606)</b>	<b>(4.572)</b>
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO</b>		
Acquisizione attività materiali	(518)	(755)
Variazione Altre attività non correnti	(127)	(76)
Acquisizione attività immateriali	(3.998)	(4.087)
Erogazione finanziamenti attivi	(100)	(300)
Acquisizione di società collegate	0	(305)
Acquisizione di società controllate	(793)	0
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse	31.791	(2.774)
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO</b>	<b>26.255</b>	<b>(8.297)</b>
<b>FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO</b>		
Debiti finanziari	(1.417)	(529)
Aumento di capitale		48.631
Crediti finanziari correnti	(301)	(458)
Azioni proprie	(535)	
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse		1.166
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO</b>	<b>(2.253)</b>	<b>48.810</b>
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	11.396	35.941
<b>DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO</b>	<b>33.543</b>	<b>9.379</b>
<b>DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO</b>	<b>44.939</b>	<b>45.320</b>

<sup>16</sup> riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5