

COMUNICATO STAMPA

BANZAI: IL CDA APPROVA I RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2015

Nel 2015 superati gli obiettivi di crescita prefissati

Per il 2016 previsti ricavi in ulteriore aumento e focus sul miglioramento del margine lordo

- **Ricavi FY15 +27% (Euro 234,8 milioni vs Euro 185,0 milioni nel FY14):**
 - +37,5% il GMV (Gross Merchandise Volume¹), pari a Euro 260 milioni;
 - +28,5% i Ricavi e-Commerce (ePRICE e Saldiprivati), con le core categories² in crescita del 33%;
 - +15,0% i ricavi Vertical Content (tra cui GialloZafferano, PianetaDonna, Studenti.it).
- **Ricavi 4Q15 +28% (Euro 82,6 milioni vs Euro 64,7 milioni nel 4Q14); GMV¹ 4Q15 +37,4%.**
- **EBITDA adjusted FY15 Euro -5,45 milioni vs. Euro 3,75 milioni nel FY14**, principalmente per effetto della forte spinta marketing a sostegno della crescita dell'e-Commerce, che ha superato i 700k clienti (+30%YOY), come da obiettivo comunicato al mercato in sede di IPO, oltre che per i costi della campagna TV di ePRICE nel 4Q15.
- **Liquidità netta a Euro 23,2 milioni vs 0,8 milioni al 31 Dicembre 2014**, dopo investimenti e acquisizioni per circa 15 milioni di Euro.
- **Guidance 2016:**
 - Crescita nella parte alta della forchetta 25-30% per il GMV¹ e 20-25% per i Ricavi;
 - Significativo incremento del Margine Lordo, trainato dall'e-Commerce;
 - Operating Cash Flow in netto miglioramento rispetto ai circa -12,6 milioni di euro nel 2015;
 - Capex a Euro 15 milioni di euro, inclusi gli investimenti one-off per il nuovo fulfillment center.

Milano, 2 marzo 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 risultati al 31 dicembre 2015.

*“Il primo anno di quotazione 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 tutti i segmenti in cui opera e in particolare nella categoria elettrodomestici ed elettronica, in cui conferma la posizione di leadership sul canale online”.*

*“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”. - commenta **Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato** - “A fine trimestre ePRICE ha lanciato la sua prima campagna TV, con effetti positivi sull’awareness. Nel 2016 ci concentreremo sull’ulteriore incremento delle market share nei mercati di riferimento (e-commerce e advertising digitale), sullo sviluppo del Merchant Marketplace per ePRICE, che porterà una ulteriore crescita a livello di GMV¹. Il 2016 vedrà un focus anche sul miglioramento del margine lordo, trainato dall’e-commerce, con effetti positivi sull’EBITDA. Ci attendiamo infine di chiudere l’anno con cassa netta positiva, dopo circa Euro 15mn di CAPEX.*

Risultati consolidati al 31 dicembre 2015

I Ricavi FY15 si attestano a 234,8 milioni di euro, +27,0% rispetto a 185,0 milioni di euro nel 2014.

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

¹ GMV Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non sono inclusi i ricavi del Vertical Content.

² Includono i ricavi dei prodotti con esclusione dei ricavi derivanti dalle spedizioni e degli altri servizi

COMUNICATO STAMPA

Con 210,6 milioni di euro di ricavi, in crescita del 28,5% sul FY14, la divisione *e-Commerce* si conferma il principale driver di crescita del Gruppo, trainata dalle categorie core².

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% nel 2015, 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)*³

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

(Euro milioni)	FY15	FY14	Var%	Indicatori di Performance ³	FY15	FY14	Var%
<i>Elettronica ed Elettrodomestici</i>	147,6	107,0	38,0%	<i>GMV (euro milioni)¹</i>	259,6	188,8	37,5%
<i>Abbigliamento / altro</i>	48,6	40,5	20,0%	<i>Numero di ordini (migliaia)</i>	1,489	1,161	28,3%
<i>Servizi</i>	14,3	16,3	-12,2%	<i>AOV (euro)⁴</i>	143	135	6,2%
Ricavi	210,6	163,9	28,5%	<i>Acquirenti (migliaia)⁵</i>	707	545	29,8%
Ricavi "core"	196,3	147,6	33,0%	<i>Numero di pezzi per ordine (#)</i>	2,1	2,3	-8,7%

La divisione *e-Commerce* ha registrato un incremento del 33,0% dei ricavi nelle categorie core² (*Elettronica ed Elettrodomestici*, *Abbigliamento / altro*) rispetto ai FY14. In particolare i ricavi della categoria "*Elettronica ed Elettrodomestici*", pari a 147,6 milioni di euro, 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 2015 erano pari rispettivamente a n. 100 e n. 305 (n. 87 e n. 280 al 30 settembre 2015).

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 in termini di incremento della notorietà del brand.

In accelerazione anche i *Key Performance Indicator*: il GMV¹ (Gross Merchandise Volume) mostra 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 (AOV⁵) pari a euro 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*.

³ Comprendono il 3P marketplace

⁴ Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

⁵ Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

Vertical Content (Indicatori di performance)

Indicatori di Performance (dati medi mensili) ⁶	4Q15	4Q14	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	18,1	18,4	-1,4%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) ⁷	24,0	26,6	-9,7%
Active Reach ⁸	62,2%	63,9%	-2,4%

Indicatori di Performance (dati medi mensili) ⁶	FY15	FY14	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	17,6	17,5	0,3%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) ⁷	24,1	23,0	4,6%
Active Reach ⁸	61,0%	63,3%	-3,6%

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 medi nel 4Q15, confermando Banzai come la più importante fra le digital property italiane; il *Time Spent* per Visitatore Unico Mensile⁷ è pari a 24,0 minuti. Infine, sempre secondo Audiweb, l'*Active Reach*⁸ si attesta al 62,2% della popolazione Internet italiana.

Il **Margine Lordo** è pari a 44,2 milioni di euro, +6,0% rispetto a 41,7 milioni di euro nel FY14 ed equivalente al 18,8% delle vendite del periodo. Il calo della marginalità rispetto al FY14 è legato al crescente peso della divisione *e-Commerce* rispetto al *Vertical Content*, oltre al free-shipping, usato come leva promozionale.

In dettaglio, il Margine Lordo della divisione *e-Commerce* è in crescita del 7,3% YoY e pari al 13,3% dei ricavi, in calo rispetto al 16,0% del FY14. La diluizione del margine deriva dal diverso mix di vendite, che vede un crescente peso delle categorie "core" Elettronica ed Elettrodomestici, ma anche dal rilevante ricorso a politiche promozionali di "free shipping", già evidenziato anche nei 9M15.

Il Margine Lordo della divisione *Vertical Content* è pari al 66,2%; la variazione rispetto al FY14 (73,1%) è attribuibile all'incremento delle commissioni di vendita riconosciute ai centri media per la loro attività a supporto della crescita dei ricavi, che ha visto una significativa accelerazione ed in parte minore al consolidamento di AdKaora nel 4Q15.

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA) adjusted** è pari a -5,45 milioni di euro rispetto a 3,75 milioni di euro del FY14. La variazione è attribuibile principalmente alla già anticipata crescita dei costi commerciali e di marketing (+68%), impattati in particolare anche dalla prima campagna TV per ePRICE nel 4Q15 e da maggiori costi di logistica (+32,5%); in entrambi i casi l'incremento è a sostegno della forte crescita della divisione *eCommerce* in termini di clienti e volumi di vendita così come comunicato al mercato in sede di IPO. Al netto della campagna TV, i costi commerciali e di marketing sono in crescita più contenuta, pari al 44,5%YoY. Si segnala inoltre un aumento dei costi logistica più contenuto, rispetto alla forte accelerazione della voce Elettronica ed Elettrodomestici (+38%YoY nel FY15), in particolare nella categoria dei grandi elettrodomestici.

Le altre voci di costo, in particolare i costi di produzione contenuti, i costi di IT e i costi generali e amministrativi sono in crescita dell'11% rispetto al 2014, ben al di sotto dell'incremento dei ricavi confermando la scalabilità della struttura operativa. Si segnala un incremento dei costi generali e amministrativi corporate di Banzai S.p.A. (+10%) dovuto principalmente ai 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 -6,56 milioni di euro (3,75 milioni di euro nel FY14) e comprende costi non ricorrenti per 1,1 milioni di euro, di cui 0,89 milioni di euro relativi a premi corrisposti a dipendenti e collaboratori legati al positivo raggiungimento dell'obiettivo di quotazione e costi relativi al Piano di Stock Options per 0,22 milioni di euro.

⁶ Per Visitatori Unici Mensili, Time Spent e Active Reach la fonte è Audiweb Srl, powered by Nielsen; Dati a dicembre 2015.

⁷ Tempo trascorso da ciascun utente su una determinata pagina web.

⁸ Percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un'applicazione, sul totale degli utenti internet in Italia.

COMUNICATO STAMPA

Il **Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -13,15 milioni di euro (-1,9 milioni nel FY14) per effetto del minore Margine Operativo Lordo; gli ammortamenti e le svalutazioni sono pari a 6,6 milioni di Euro, + 16,1% vs. il FY14, per effetto dei maggiori investimenti effettuati nel periodo.

Il **Risultato ante imposte (EBT)** è pari a -13,6 milioni di euro (-2,6 milioni di euro nel FY14) dopo oneri finanziari netti in forte riduzione (-66,9% anno su anno), grazie al minor ricorso all'indebitamento finanziario in seguito all'utilizzo dei proventi in sede di quotazione.

Il **Risultato Netto**, pari a -10,76 milioni di euro (-2,1 milioni di euro nel FY14), risente della scelta strategica di concentrarsi sulla crescita dimensionale del Gruppo. Tale risultato include imposte anticipate pari a 3,1 milioni di euro.

Il Gruppo presenta al 31 dicembre 2015 una **liquidità pari a 33,5 milioni di euro** e una **Liquidità Netta pari a 23,2 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 quotazione, al netto delle risorse finanziarie assorbite dalle attività di investimento (15,0 milioni di euro) e dalla gestione operativa (12,6 milioni di euro). Tale assorbimento è dovuto alla strategia del Gruppo che prevede una forte accelerazione dei ricavi e della quota di mercato, grazie a maggiori investimenti in marketing e in parte anche ad un assorbimento di circolante legato a maggiori acquisti effettuati dal gruppo a complemento del modello di *virtual* reseller. Infine l'assorbimento di cassa è anche dovuto ad oneri non ricorrenti legati al processo di IPO (0,89 milioni di euro).

Nei 2015 il Gruppo ha rimborsato sia un finanziamento di 2,5 milioni di euro giunto a scadenza, sia anticipatamente due finanziamenti per complessivi 1,3 milioni di euro e ha ridotto l'utilizzo di linee di credito a breve. Allo stesso tempo, ai fini di una più efficiente struttura finanziaria, sono stati sottoscritti nuovi contratti di finanziamento a medio/lungo termine per complessivi 8,5 milioni di euro di cui in particolare un finanziamento di 6 milioni di euro è garantito da liquidità di pari importo.

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 ed alcune acquisizioni, tra cui AdKaora.

Principali risultati consolidati 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. Il GMV¹ è in crescita del 37,4% YoY

In particolare nelle *categorie core³dell'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%
Revenues	82,6	64,7	27,6%
GMV ¹	92,3	67,2	37,4%

Il **Margine Lordo** è pari a 14,1 milioni di euro, +4,1% rispetto a 13,6 milioni di euro nel 4Q14. L'incidenza sui ricavi in percentuale è pari al 17.1%, in leggera crescita rispetto al 17,0% del 3Q15, ma in decrescita rispetto al 21,0% del 4Q14, a causa del maggior ricorso al "free shipping" come leva promozionale, nonché ad una evoluzione del mix che vede in forte crescita la componente e-commerce ed ePrice in particolare.

COMUNICATO STAMPA

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA) adjusted** è pari a -2,2 milioni di euro rispetto a 2,5 milioni di euro nel 4Q14), per effetto principalmente della già citata campagna TV di ePRICE, che ha portato al mercato incremento delle spese commerciali e di marketing, nonché delle spese 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 (+36%YoY nel trimestre).

Il **Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -4,5 milioni di euro (0,8 milioni di euro nel 4Q14), dopo ammortamenti e svalutazioni per 2,15 milioni di euro in linea rispetto all'anno scorso.

Il **Risultato ante imposte (EBT)** è pari a -4,7 milioni di euro (0,6milioni di euro nel 4Q14).

Principali risultati della Capogruppo Banzai SpA al 31 dicembre 2015

I Ricavi, pari a 1,8 milioni di euro, si riferiscono esclusivamente a riaddebiti effettuati a società del Gruppo e risultano vicini all'esercizio precedente (1,6 milioni di euro). Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) è pari a -4,3 milioni di euro, in diminuzione di 1,1 milioni di euro rispetto al 2014 per effetto di minori ricavi e di maggiori costi per servizi necessari per migliorare i processi aziendali in vista del processo di quotazione. Tali maggiori costi hanno condizionato l'andamento dell'EBIT, dell'EBT e del Risultato Netto.

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti di riportare a nuovo la perdita netta dell'esercizio pari a -3,51 milioni di euro.

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".

Evoluzione prevedibile della gestione

Il Gruppo prevede per il 2016 ricavi in crescita in entrambe le aree di business e un incremento della quota sui mercati di riferimento. In particolare si stima un incremento dei ricavi nella parte alta del range 20-25%, trainati dall'e-commerce, e una crescita del GMV¹ nella parte alta del range 25-30%.

Relativamente all'area di business e-Commerce si prevede di accelerare la crescita nelle categorie di prodotti di riferimento come gli elettrodomestici e l'elettronica, incrementando la quota rispetto al mercato di riferimento. Lo sviluppo del "3P Marketplace" amplierà la gamma di prodotti offerti in grado di soddisfare una clientela sempre più vasta e articolata, anche grazie all'arrivo di nuovi merchant internazionali. Si prevede inoltre un'ulteriore e rapida espansione della nostra rete distributiva di Pick&Pay®, e Lockers rispettivamente fino a circa 150 e 400, in modo da raggiungere una fetta sempre più ampia della popolazione nazionale.

Per quanto riguarda l'area di business *Vertical Content* si prevede di continuare ad incrementare la quota di mercato grazie alle continue innovazioni di prodotto e alla strategia di focalizzazione nei segmenti verticali della Cucina, della Donna, dei Giovani e delle News.

COMUNICATO STAMPA

Il Gruppo si attende un miglioramento del margine lordo, con effetto positivo sull'EBITDA del gruppo e un Operating Cash Flow in netto miglioramento rispetto al 2015. Sono confermati circa 15 milioni di Euro di investimenti, come indicato in sede di IPO, tra cui gli investimenti straordinari per il nuovo centro logistico; il gruppo si attende di chiudere con liquidità netta positiva a fine periodo.

Altre delibere del Consiglio di Amministrazione

Autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie

Il Consiglio ha deliberato di sottoporre all'Assemblea l'autorizzazione al rinnovo del programma di acquisto e disposizione di azioni proprie, previa revoca dell'autorizzazione assunta dall'Assemblea del 6 novembre 2014. Le principali caratteristiche del programma sono:

- durata massima consentita per l'acquisto dalla legislazione vigente (18 mesi a far data dalla delibera assembleare), mentre per la disposizione viene richiesta senza limiti temporali;
- l'acquisto di un numero massimo di azioni ordinarie il cui valore nominale non ecceda la quinta parte dell'intero capitale, incluse le azioni possedute dalla Società e dalle società controllate (fermi restando i limiti degli utili distribuibili e delle riserve disponibili risultanti dall'ultimo bilancio approvato al momento dell'effettuazione di ciascuna operazione in conformità all'art. 2357, c. 3, c.c.);
- prezzo di acquisto non inferiore del 20% né superiore del 10% rispetto al prezzo di riferimento registrato dal titolo nel giorno di Borsa precedente ogni singolo acquisto.

L'autorizzazione viene richiesta con le seguenti finalità: i) sostegno della liquidità ed efficienza del mercato e costituzione del c.d. "magazzino titoli", ivi incluso l'impiego delle azioni proprie acquistate; ii) utilizzo di azioni proprie quale corrispettivo in operazioni straordinarie, anche di scambio di partecipazioni, con altri soggetti nell'ambito di operazioni di interesse della Società; iii) destinare le azioni proprie ai programmi di distribuzione, a titolo oneroso o gratuito, di opzioni su azioni o di azioni della Società ad amministratori, dipendenti e collaboratori della Società o di società dalla stessa controllate, nonché da programmi di assegnazione gratuita di azioni ai beneficiari individuati nell'ambito di detti programmi.

Il Consiglio potrà disporre delle azioni acquistate stabilendo il prezzo e le modalità di disposizione ed effettuando ogni registrazione contabile necessaria o opportuna, nel rispetto delle disposizioni di legge e di regolamento e dei principi contabili di volta in volta applicabili.

Alla data odierna il totale delle azioni proprie in portafoglio ammonta a n. 282.250 azioni, pari allo 0,68% del capitale sociale.

Piano di Stock-Option 2016-2018, Piano di Stock Grant 2016-2018 e aumento di capitale

Il Consiglio ha deliberato di convocare l'Assemblea al fine di assumere alcune delibere inerenti la remunerazione del management della Società. In particolare, l'ordine del giorno della convocanda Assemblea avrà ad oggetto:

- l'approvazione di un Piano di Stock Option avente ad oggetto azioni ordinarie di Banzai denominato "**Piano di Stock-Option 2016-2018**", riservato agli amministratori esecutivi, ai dipendenti e ai collaboratori di Banzai e delle società da questa controllate;
- l'approvazione di un *aumento di capitale sociale a pagamento, in via scindibile, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 4, secondo periodo, cod. civ.*, per un importo complessivo di massimi nominali Euro 34.000, mediante emissione, anche in più riprese, di massime n. 1.700.000 azioni ordinarie prive del valore nominale, riservato ai beneficiari del "**Piano di Stock Option 2016-2018**", e conseguente modifica dell'art. 5 dello statuto sociale, previa revoca, per la parte non esercitata, dell'aumento di capitale sociale deliberato dall'Assemblea straordinaria del 22 dicembre 2014;
- l'approvazione di un Piano di Stock Grant denominato "**Piano di Stock-Grant 2016-2018**" avente ad oggetto azioni ordinarie Banzai S.p.A. riservato agli amministratori esecutivi, ai dipendenti e ai collaboratori di Banzai S.p.A. e delle società da questa controllate.

Tali Piani hanno la finalità di allineare gli interessi del management con quelli degli azionisti, perseguendo l'obiettivo prioritario della creazione di valore e salvaguardia del patrimonio aziendale in un orizzonte di medio-lungo periodo, nonché di favorire la retention delle risorse chiave all'interno dell'organizzazione e la continuità dei risultati aziendali, evitando un'eccessiva focalizzazione sui risultati di breve periodo.



COMUNICATO STAMPA

Convocazione di Assemblea Ordinaria e Straordinaria

A parziale modifica del calendario degli eventi societari, il Consiglio ha deliberato di convocare l'assemblea ordinaria e straordinaria presso il Centro Congressi Palazzo Stelline, Corso Magenta 61, Milano, per il 14 aprile 2016 alle ore 15.00, in unica convocazione.

Gli argomenti all'ordine del giorno della convocata Assemblea, oltre all'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2015, sono:

- la consultazione sulla prima sezione della Relazione sulla Remunerazione prevista dall'art. 123-ter, comma 3, del D.Lgs. n. 58/1998;
- la nomina di un nuovo del Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale;
- l'autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie;
- l'approvazione di un piano di stock option e di un piano di stock grant;
- aumento di capitale a servizio del *Piano di stock option 2016-2018*.

L'avviso di convocazione, in data 4 marzo 2016, sarà pubblicato per estratto sul quotidiano "Il Giornale" e messo a disposizione del pubblico in versione integrale presso la sede sociale, sul sito internet www.banzai.it (sezione Investor / Governance / Assemblea degli Azionisti) e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1info (www.1info.it). Con le medesime modalità e nei termini previsti dalla normativa vigente sarà messa a disposizione del pubblico la documentazione relativa alle materie all'ordine del giorno.

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 e 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

IR Top
Maria Antonietta Pireddu
Investor Relations
Tel. +39 02 45473884
m.pireddu@irtop.com

Community Strategic Communication Advisers
Marco Rubino di Musebbi
Media Relations
Tel. +39 0289404231
marco@communitygroup.it

COMUNICATO STAMPA

Conto Economico riclassificato Gruppo Banzai

Euro migliaia	31-dic-15	%	31-dic-14	%	Var %
Totale ricavi	234.839	100,0%	184.956	100,0%	27,0%
Costo del venduto	(190.669)	-81,2%	(143.277)	-77,5%	33,1%
Margine lordo	44.170	18,8%	41.679	22,5%	6,0%
Costi commerciali e di marketing	(15.974)	-6,8%	(9.510)	-5,1%	68,0%
Costi di produzione contenuti	(6.333)	-2,7%	(5.799)	-3,1%	9,2%
Costi di logistica	(12.571)	-5,4%	(9.487)	-5,1%	32,5%
Costi IT	(3.372)	-1,4%	(3.381)	-1,8%	-0,3%
Costi generali e amministrativi	(11.368)	-4,8%	(9.751)	-5,3%	16,6%
Margine lordo operativo rettificato (EBITDA adjusted)	(5.448)	-2,3%	3.751	2,0%	n.m.
Costi non ricorrenti e Piano Stock Options	(1.115)	-0,5%	0	0,0%	n.a.
Margine lordo operativo (EBITDA)	(6.563)	-2,8%	3.751	2,0%	n.m.
Ammortamenti e svalutazioni	(6.588)	-2,8%	(5.672)	-3,1%	16,1%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	(13.151)	-5,6%	(1.921)	-1,0%	n.m.
Oneri finanziari netti	(181)	-0,1%	(547)	-0,3%	-66,9%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(243)	0,1%	(93)	0,1%	161,3%
Svalutazione attività finanziarie	(40)	0,0%			
RISULTATO ANTE IMPOSTE (EBT)	(13.615)	-5,8%	(2.561)	-1,4%	n.m.
Imposte	2.859	1,2%	485	0,3%	n.a.
RISULTATO NETTO	(10.756)	-4,6%	(2.076)	-1,1%	n.m.

Conto Economico Gruppo Banzai

Euro migliaia	2015	2014
Ricavi	234.839	184.956
Altri proventi	242	291
Costi per materie prime e merci	(171.763)	(130.525)
Costi per servizi	(53.670)	(37.200)
Costi per il personale	(15.245)	(12.861)
Ammortamenti e svalutazioni	(6.588)	(5.672)
Altri oneri	(966)	(910)
Risultato operativo	(13.151)	(1.921)
Oneri finanziari	(406)	(633)
Proventi finanziari	225	86
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(243)	(93)
Perdite di valore di attività finanziarie	(40)	-
Risultato ante imposte	(13.615)	(2.561)
Imposte sul reddito	2.859	485
RISULTATO NETTO	(10.756)	(2.076)

Stato Patrimoniale riclassificato Gruppo Banzai

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
Capitale Circolante Netto ⁹	776	(5.746)
Immobilizzazioni ¹⁰	55.648	43.548
Attività a lungo termine ¹¹	12.120	7.837
Fondo del personale	(3.741)	(3.315)
Passività a lungo termine ¹²	(3.877)	0
Capitale Investito Netto¹³	60.928	42.324
FONTI		
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto ¹⁴	23.205	790
Patrimonio Netto	(84.133)	(43.114)
FONTI DI FINANZIAMENTO	(60.928)	(42.324)

⁹ 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.

¹⁰ Le **Immobilizzazioni** rappresentano la somma di impianti e macchinari, attività immateriali, partecipazioni in società collegate e attività finanziarie non correnti.

¹¹ 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.

¹² Le **Passività a lungo termine** sono composte dalle passività per imposte differite e dai fondi per rischi ed oneri.

¹³ 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.

¹⁴ 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

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Impianti e Macchinari	3.113	2.540
Attività immateriali	49.475	38.547
Partecipazioni in società collegate	1.114	779
Attività finanziarie non correnti	1.946	1.682
Altre attività non correnti	214	125
Attività per imposte differite	11.906	7.712
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	67.768	51.385
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	24.425	13.027
Crediti commerciali e altri crediti	17.081	13.081
Altre attività correnti	7.594	5.634
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	33.543	9.379
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	82.643	41.121
TOTALE ATTIVITÀ	150.411	92.506
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	815	647
Riserve	94.074	44.543
Risultato del periodo	(10.756)	(2.076)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	84.133	43.114
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	6.691	152
Fondi del personale	3.741	3.315
Altre Passività non correnti	3.876	-
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	14.308	3.467
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti commerciali e altri debiti	39.121	28.781
Debiti verso banche e altri finanziatori	4.385	8.725
Altre passività correnti	8.464	8.419
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	51.970	45.925
TOTALE PASSIVITÀ	66.278	49.392
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	150.411	92.506

COMUNICATO STAMPA

Posizione Finanziaria Netta Gruppo Banzai

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
(A) Cassa	(199)	(129)
(B) Altre disponibilità liquide	(33.434)	(9.250)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	(33.543)	(9.379)
(E) Crediti finanziari correnti	(738)	(288)
(F) Debiti finanziari correnti	3.081	8.510
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	1.250	159
(H) Altri debiti finanziari correnti	54	56
(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	4.385	8.725
(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)	(29.896)	(942)
(K) Debiti bancari non correnti	6.619	23
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	72	129
(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)	6.691	152
(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)	(23.205)	(790)

Rendiconto Finanziario Gruppo Banzai

Euro migliaia	30 dicembre 2015	30 dicembre 2014
Risultato netto dall'attività di funzionamento	(10.756)	(2.076)
Risultato netto derivante da attività destinate alla dismissione	0	0
Risultato dell'esercizio	(10.756)	(2.076)
Rettifiche per riconciliare l'Utile d'esercizio al flusso di cassa generato dalle attività operative:		
Ammortamenti	6.488	5.370
Svalutazione crediti	100	302
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	951	781
Svalutazione magazzino	257	(19)
Variazione fondo benefici dipendenti	(367)	(170)
Variazione imposte anticipate e differite	(3.016)	(938)
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	243	93
Variazioni nel capitale circolante	221	0
Variazione delle rimanenze		
Variazione dei crediti commerciali	(11.656)	(5.376)
Variazione delle altre attività correnti	(3.006)	(1.200)
Variazione dei debiti commerciali	(1.510)	(3.312)
Variazione degli altri debiti	9.380	4.415
Altre variazioni non monetarie	46	846
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE	(12.625)	(1.284)
FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Acquisizione attività materiali	(1.519)	(1.155)
Variazione Altre attività non correnti	(40)	25
Acquisizione attività immateriali	(10.285)	(7.546)
Erogazione finanziamenti attivi	(700)	(535)
Acquisizione di società collegate	(311)	(316)
Acquisizione di società controllate	(2.190)	0
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO	(15.046)	(9.527)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO		
Debiti finanziari	2.200	(1.009)
Aumento di capitale	50.086	7.268
Crediti finanziari correnti	(451)	90
Versamenti in conto capitale		151
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO	51.835	6.500
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	24.164	(4.311)
Differenze di cambio nette sulle disponibilità liquide		
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO	9.379	13.690
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO	33.543	9.379

Banzai SpA

Conto Economico Banzai SpA

Euro migliaia	2015	2014	Var %
Ricavi	1.833	1.568	16,9%
Altri proventi	2	48	-95,8%
Costi per materie prime e merci	(191)	(47)	306,4%
Costi per servizi	(3.933)	(3.240)	21,4%
Costi per il personale	(1.856)	(1.382)	34,3%
Altri oneri	(146)	(128)	14,1%
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	(4.291)	(3.181)	34,9%
Ammortamenti e svalutazioni	(276)	(260)	6,2%
Risultato Operativo (EBIT)	(4.567)	(3.441)	32,7%
Oneri finanziari	(136)	(242)	-43,8%
Proventi finanziari	121	25	384,0%
Risultato Ante Imposte (EBT)	(4.582)	(3.658)	25,3%
Imposte	1.071	998	7,3%
RISULTATO NETTO	(3.511)	(2.660)	32,0%

Stato Patrimoniale riclassificato Banzai SpA

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
Capitale Circolante Netto ¹⁵	2.085	236
Immobilizzazioni ¹⁶	76.741	51.246
Attività a lungo termine ¹⁷	6.137	3.783
Fondo del personale	(214)	(188)
Passività a lungo termine ¹⁸		
Capitale Investito Netto¹⁹	84.749	55.077
FONTI		
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto ²⁰	23.339	4.912
Patrimonio Netto	(108.088)	(59.989)
FONTI DI FINANZIAMENTO	(84.749)	(55.077)

¹⁵ 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.

¹⁶ Le **Immobilizzazioni** rappresentano la somma di impianti e macchinari, attività immateriali, partecipazioni in società collegate e attività finanziarie non correnti.

¹⁷ 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.

¹⁸ Le **Passività a lungo termine** sono composte dalle passività per imposte differite e dai fondi per rischi ed oneri.

¹⁹ 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.

²⁰ 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 Banzai SpA

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Impianti e Macchinari	255	324
Attività immateriali	1.884	913
Partecipazioni in società collegate	42.662	22.541
Attività finanziarie non correnti	31.939	27.468
Altre attività non correnti	21	20
Attività per imposte differite	6.116	3.763
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	82.877	55.029
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze		
Crediti commerciali e altri crediti	879	1.129
Altre attività correnti	3.041	2.440
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	31.209	8.014
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	35.129	11.582
TOTALE ATTIVITÀ	118.006	66.611
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	815	647
Riserve	110.784	62.002
Risultato del periodo	(3.511)	(2.660)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	108.088	59.989
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	6.620	0
Fondi del personale	213	188
Altre Passività non correnti	6.833	188
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI		
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti commerciali e altri debiti	1.385	2.927
Debiti verso banche e altri finanziatori	1.250	3.102
Altre passività correnti	450	405
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	3.085	6.434
TOTALE PASSIVITÀ	9.918	6.622
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	118.006	66.611

COMUNICATO STAMPA

Posizione Finanziaria Netta Banzai SpA

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
(A) Cassa	(1)	(2)
(B) Altre disponibilità liquide	(31.208)	(8.012)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione		-
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	(31.209)	(8.014)
(E) Crediti finanziari correnti	(1.592)	-
(F) Debiti finanziari correnti		-
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	1.250	3.102
(H) Altri debiti finanziari correnti		-
(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	1.250	3.102
(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)	(31.551)	(4.912)
(K) Debiti bancari non correnti	6.620	-
(L) Obbligazioni emesse		-
(M) Altri debiti non correnti		-
(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)	6.620	-
(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)	(24.931)	(4.912)

Rendiconto Finanziario Banzai SpA

Euro migliaia	31 dicembre 2015	31 dicembre 2014
Risultato dell'esercizio	(3.511)	(2.660)
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile d'esercizio al flusso di cassa generato dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	276	252
Svalutazione crediti		8
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	91	74
Variazione fondo benefici dipendenti	(47)	(79)
Variazione imposte anticipate e differite	(1.065)	(920)
Altre variazioni non monetarie	99	
<i>Variazioni nel capitale circolante</i>		
Variazione dei crediti commerciali	249	163
Variazione delle altre attività correnti	(601)	(1.528)
Variazione dei debiti commerciali	(994)	1.981
Variazione degli altri debiti	(503)	6
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE	(6.006)	(2.703)
Acquisizione attività materiali	(49)	(192)
Variazione Altre attività non correnti	(12)	
Acquisizione attività immateriali	(1,128)	(926)
Erogazione finanziamenti attivi	(24,941)	(2,368)
Rimborsi finanziamenti attivi	480	0
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO	(25,650)	(3,486)
Debiti finanziari	4.768	(2.435)
Aumento di capitale	50.086	7.267
Versamento in conto capitale		151
Azioni proprie	(3)	
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO	54.851	4.983
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	23.195	(1.206)
Differenze di cambio nette sulle disponibilità liquide		
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO	8.014	9.219
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO	31.209	8.013