

COMUNICATO STAMPA

BANZAI: IL CDA APPROVA I RICAVI PRELIMINARI AL 31 MARZO 2016

Banzai chiude il 1Q16 con un GMV¹ (Gross Merchandise Volume) a +29% e Ricavi a +20%

- **GMV¹ in crescita del 29,0% YoY nel 1Q16 (Euro 67,0 milioni vs Euro 51,9 milioni nel 1Q15):**
 - +19,7% i ricavi, grazie al contributo di entrambe le divisioni;
 - +19,6% i Ricavi e-Commerce, trainati dalle categorie core², (+21,2% YoY). In particolare evidenza la categoria Elettronica ed Elettrodomestici, a + 27,7% vs il 1Q15.
 - +19,8% i ricavi area *Vertical Content*, anche grazie al contributo del mobile advertising (AdKaora)
- **ePRICE lancia una gamma di nuovi servizi personalizzati in consegna e installazione di grandi elettrodomestici.**
- **Outlook 2016 confermato.**

Milano, 21 Aprile 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 marzo 2016.

*“Nel primo trimestre 2016 Banzai ha incrementato ulteriormente la quota di mercato, anche grazie all’apporto delle centinaia di piccole e medie aziende italiane che sono entrate a far parte del Marketplace, divenuto un elemento portante della nostra strategia e uno dei principali motori di crescita e profittabilità nel 2016”, commenta **Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato di Banzai**. “L’andamento della spesa complessiva dei nostri clienti (GMV¹ del primo trimestre) conferma infatti la leadership di ePRICE sul mercato online dell’Elettronica e dei Grandi Elettrodomestici. Nel 2016 continuiamo a concentrarci sulla soddisfazione del cliente, con il lancio di una nuova gamma di servizi, abilitati dalla piattaforma mobile proprietaria **ePRICE Home Service**, che sta ottenendo ottimi riscontri. Il potenziamento dei servizi è uno dei pilastri della nostra strategia, incentrata sulla maggior vicinanza al cliente, grazie ai nostri 200 installatori certificati, ad un network proprietario di oltre 106 Pick&Pay e 312 Lockers automatici, al Marketplace e ad un catalogo di oltre 1,3 milioni di prodotti high tech dedicati alla famiglia digitale.”*

Ricavi preliminari del I trimestre 2016

Il 1Q16 evidenzia una marcata crescita sia in termini assoluti che relativi al mercato. Il crescente contributo del Marketplace ha portato il gruppo a registrare nel trimestre **una crescita del GMV¹ pari al 29,0% YoY**, attestandosi a 67,0 milioni di euro rispetto ai 51,9 milioni di euro del 2015.

(Eu mn)	1Q16	1Q15	% Ch
e-Commerce	53,5	44,7	19,6%
Vertical Content	6,1	5,0	19,8%
Revenues	59,5	49,7	19,7%
GMV¹	67,0	51,9	29,0%

I ricavi del gruppo sono pari a 59,5 milioni di euro, +19,7% rispetto a 49,7 milioni di euro nel 1Q15 (+21,2% rispetto all’anno scorso nelle *categorie core² dell’e-Commerce*), nonostante un confronto meno favorevole rispetto al resto dell’anno sui ricavi da servizi (B2B e consegne gratuite) ed il rallentamento a causa delle vacanze pasquali.

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 include il Vertical Content.

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

Nel 1Q16 infine la divisione Vertical Content ha realizzato una crescita del fatturato del 19,8%YoY, superiore al mercato di riferimento in termini organici ed amplificata dal consolidamento della piattaforma di mobile advertising AdKaora, acquisita ad ottobre 2015.

e-Commerce (Ricavi per tipologia di prodotto e Indicatori di Performance)³

(Euro milioni)	1Q16	1Q15	Var%	Indicatori di Performance ³	1Q16	1Q15	Var%
<i>Elettronica ed Elettrodomestici</i>	37,3	29,2	27,7%	<i>GMV (euro milioni)⁴</i>	67,0	51,9	+29%
<i>Abbigliamento / altro</i>	12,2	11,6	4,8%	<i>Numero di ordini (migliaia)</i>	398,4	333,0	+20%
<i>Servizi</i>	4,0	3,8	3,1%	<i>AOV (euro)⁵</i>	138	128	+8%
Ricavi	53,5	44,7	19,6%	<i>Acquirenti (migliaia)⁶</i>	252,0	220,0	+15%
Ricavi "core"	49,5	40,8	21,2%	<i>Numero di pezzi per ordine (#)</i>	2,0	2,2	-10%

La divisione e-Commerce ha registrato nel 1Q16 un incremento del 29,0% del GMV¹ e del 21,2% dei ricavi nelle categorie core¹ (Elettronica ed Elettrodomestici, Abbigliamento / altro) rispetto al 1Q15.

In particolare i **ricavi della categoria "Elettronica ed Elettrodomestici", pari a 37,3 milioni di euro nel 1Q16, sono in crescita del 27,7%** 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 marzo erano pari rispettivamente a n. 106 e n. 312 (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 e in futuro potrà beneficiare dei nuovi servizi di installazione e consegna.

Nel mese di gennaio infatti è partita la nuova generazione di servizi personalizzati di consegna, installazione e ritiro dell'usato, **integrati con una piattaforma mobile proprietaria**, accessibile via app da smartphone, che permette ai nostri clienti una interazione continua con ePRICE dal momento dell'acquisto fino all'installazione in casa. Le prime evidenze della campagna sono molto positive, con NPS score delle prime installazioni superiore a 70.

In miglioramento anche i Key Performance Indicator: i merchants del Marketplace hanno superato i n. 470. Nel 1Q16 sono stati gestiti 398 mila ordini, +20% rispetto al 1Q15, con un valore medio (AOV⁵) pari a Eu 138, in crescita del 8%, per effetto del mix in favore di categorie ad alto ticket (Elettronica ed Elettrodomestici). Infine il numero degli acquirenti è pari a 252 mila, in crescita del 15% rispetto al 2015. Decresce invece il numero di pezzi per ordine (-10% YoY nel 1Q16), come naturale conseguenza dell'effetto già ricordato sopra e legato al mix di crescita e all'effetto Marketplace, in cui pesano in maniera sempre più rilevante Elettronica ed Elettrodomestici, dove ePRICE è leader di mercato nell'online.

Vertical Content & Advertising (Indicatori di performance)

Indicatori di Performance (dati medi mensili) ⁷	gen-feb 16	gen-feb15	Var%
<i>Visitatori Unici Mensili (.000)</i>	17,9	18,4	-3%
<i>Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000)⁸</i>	25,0	26,8	-6%
<i>Active Reach⁹</i>	64%	63%	-3%

La divisione *Vertical Content* registra secondo Audiweb 17,9 milioni di Visitatori Unici Mensili medi nel periodo gennaio-febbraio 2016, in calo del 3%; il *Time Spent* per Visitatore Unico Mensile nel mese è pari a 25 minuti, in calo del 6%; infine l'*Active Reach* si attesta al 63%. Secondo comScore (che include gli accessi provenienti dalle applicazioni mobili dei social network), Banzai ha raggiunto 22,5 milioni di visitatori unici (+6%YoY) medi nel periodo gennaio-febbraio 2016, con un active reach del 60%.

³ Comprendono il Marketplace.

⁴ Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non include Vertical content

⁵ Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

⁶ Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

⁷ 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.

⁸ Tempo trascorso da ciascun utente su una determinata pagina web.

⁹ Percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un'applicazione, sul totale degli utenti internet in Italia.

Fatti di rilievo

- **Trattative in esclusiva con Mondadori per la possibile cessione della divisione Vertical Content**

In data 17 marzo 2016 Banzai ha comunicato di avere ricevuto offerte di acquisto per Banzai Media Holding (divisione Vertical Content). Il Consiglio di Amministrazione di Banzai, ha deliberato di concedere al gruppo Mondadori un periodo di esclusiva sino al 30 aprile 2016, al fine di approfondire termini e condizioni dell'eventuale operazione, riservandosi ogni conseguente valutazione nel merito.

- **ePRICE rivoluziona l'e-Commerce dei grandi elettrodomestici con servizi personalizzati di consegna e installazione**

Dai primi giorni di gennaio 2016 è attiva una nuova generazione di servizi di consegna, installazione e ritiro dell'usato, integrati con una piattaforma mobile proprietaria, accessibile via app da smartphone, che permette al cliente una interazione con ePRICE dal momento dell'acquisto fino all'installazione in casa. Per offrire questi servizi, il progetto "**Home Service**" di ePRICE ha consentito lo sviluppo di una piattaforma proprietaria interamente mobile-centrica: i tecnici usano un'APP sviluppata da ePRICE e dedicata a organizzare gli appuntamenti, interagire con i clienti e gestire eventuali eccezioni durante le prestazioni. Il cliente può usare il sito, l'APP o entrambi. Le prime evidenze indicano che i consumatori apprezzano molto le funzionalità dell'APP mobile che consente di rispondere al questionario, scattare foto, lasciare feedback in maniera più immediata e in qualsiasi momento.

La nuova offerta di servizi è disponibile da gennaio 2016 nell'area di Milano e verrà presto estesa a Torino e Roma, per poi gradualmente raggiungere i principali comuni 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 16,00 (CET) del 21 aprile si terrà una conference call durante la quale il management di Banzai presenterà i ricavi preliminari al 31 marzo 2016. Per partecipare alla conference call è necessario comporre uno dei seguenti numeri:

Analisti/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 30 aprile ai seguenti numeri:

- ITALY: +39 02 72495
- UK: +44 1 212 818 005
- USA: +1 718 705 8797
- code: 937#

La presentazione potrà essere scaricata prima dell'inizio della conference call dalla sezione Investor Relations / Risultati e presentazioni del sito www.banzai.it.

Il comunicato stampa è disponibile sui siti www.banzai.it e 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 GMV¹⁰ (Gross Merchandise Volume) pari a 260 milioni di euro nel 2015, in crescita del 29% nel primo trimestre 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 106 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. Ogni mese, 17.9 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. 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

¹⁰ 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.