



COMUNICATO STAMPA

ePRICE 9M17: CONSOLIDA LA LEADERSHIP SU CATEGORIE CORE E SPINGE ULTERIORMENTE LA CRESCITA DEL MARKETPLACE

- o **GMV¹ in crescita del 9.3% YoY nei 9M17 a Euro 178,3 milioni**, trainato dal forte sviluppo del Marketplace a +54% YoY. Ricavi a Euro 133,2 milioni, +4,7% vs. 9M16.
- o **ePRICE conferma la leadership sui prodotti service-driven venduti online** (Grandi Elettrodomestici, Clima e TV), pur in presenza di mercato in rallentamento.
- o **Entra in funzione il nuovo centro logistico.**
- o **Margine Lordo** al 14,7% dei ricavi, in miglioramento rispetto al 2Q17
- o Una forte attività promozionale porta l'**Ebitda adjusted** a Euro -10 milioni.
- o **Risultato Netto** negativo a Euro 15,8 milioni
- o **Liquidità netta** a Euro 15,7 milioni al 30 settembre 2017.

Milano, 8 Novembre 2017

Il Consiglio di Amministrazione di ePRICE (sino allo scorso 30 gennaio denominata BANZAI), la prima piattaforma nazionale di e-Commerce quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana), ha approvato in data odierna i risultati al 30 settembre 2017.

*“Nei primi nove mesi del 2017 il mercato Tech and Appliance è risultato debole, con una crescita più che dimezzata rispetto all’anno precedente e peggiore delle nostre attese. Tale fenomeno è osservabile maggiormente nel 2Q17 e nel 3Q17². Nonostante la debolezza congiunturale, ePrice ha dimostrato la propria forza ed è riuscita a performare meglio del mercato a livello di GMV confermando la leadership online in particolare su grandi elettrodomestici e TV, confermando la leadership online in particolare su grandi elettrodomestici e TV.” - dichiara **Pietro Scott Jovane, Amministratore Delegato di ePRICE** – “Nel semestre ePRICE ha scelto strategicamente di sostenere la crescita con intense attività promozionali, con impatto avverso sulla marginalità, per continuare a aumentare la propria massa critica. Per questa ragione ePRICE ha attivato a partire da Settembre 2017 un processo di focalizzazione dell’offerta first party sui prodotti core (GED, TV e Clima) ed accelerato la penetrazione del marketplace sulle restanti categorie, al fine di accrescere la competitività dell’offerta e recuperare profittabilità. Tale strategia nel breve periodo comporta un rallentamento dei ricavi, a favore di una più marcata crescita del GMV, con il conseguente allargamento del gap di performance tra i due, come si evidenzia già nel corso del 3Q17. Si rammenta che ePRICE infine è tornata in comunicazione nel 4Q17, con una innovativa campagna a sostegno delle attività legate alle vendite natalizie e al Black Friday trasmessa in TV, online e per la prima volta anche in radio.”*

Risultati al 30 settembre 2017

Ricavi e GMV

(Eu mn)	9M17	Var %
Ricavi	133,2	4,7%
GMV¹ complessivo	178,3	9,3%

Nei 9M17 i ricavi di ePRICE sono pari a Euro 133,2 milioni. La crescita dei ricavi 9M17 è pertanto pari al 4,7% rispetto ai 9M16, al netto della divisione Vertical Content e Saldiprivati, cedute nel corso del 2016. Tale crescita è avvenuta in maniera discontinua, anche a causa di elementi one-off come la partenza di SAP in febbraio e un calendario sfavorevole in aprile e il trasferimento del magazzino in agosto e con un rallentamento nel 3Q17.

Nel corso del terzo trimestre ePRICE ha accelerato la focalizzazione dell’offerta first party sui prodotti delle categorie “core” (GED, Clima e TV), con un più marcato spostamento verso il marketplace per le restanti

¹ 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 Infocommerce e B2B.

² Fonte: Elaborazioni interne su stime GFK, aggiornate al mese di settembre 2017

categorie. Tale azione comporta un rallentamento dei ricavi, a favore di una più marcata crescita del GMV, con il conseguente allargamento del gap di performance tra i due, fenomeno già evidente nel corso del terzo trimestre. Nei 9M17 il mercato Tech and Appliance online ha evidenziato un trend sotto le attese, nonostante l'elevata attività promozionale di tutti gli attori e una crescita dell'online più che dimezzata rispetto al 2016.

Il GMV¹ – che rappresenta la spesa effettiva dei clienti sui nostri siti e-Commerce e sul marketplace - cresce del 9,3% rispetto all'anno scorso, attestandosi nei 9M17 a 178,3milioni di euro rispetto a 163,2 milioni di euro dei 9M16, in gran parte grazie al forte contributo del marketplace, che cresce circa del +54% rispetto ai 9M17. Il peso del Marketplace, lanciato nel 2Q15, è arrivato nei primi nove mesi del 2017 a circa il 15% del GMV, rispetto al 10% del GMV¹ del 2016 e al 5.6% del 2015.

Ricavi e GMV per tipologia di prodotto

Ricavi (Euro milioni)	3Q17	3Q16	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	38,3	39,3	-2,7%
Servizi / altri ricavi ³	3,7	4,2	-11,0%
Ricavi	41,9	43,5	-3,5%

Ricavi (Euro milioni)	9M17	9M16	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	121,3	116,2	4,4%
Servizi / altri ricavi ³	11,9	11,0	7,8%
Ricavi	133,2	127,2	4,7%

GMV ³ (Euro milioni)	3Q17	3Q16	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	55,3	53,6	3,2%
Servizi/altro GMV ⁴	1,5	1,8	-16,1%
GMV	56,9	55,5	2,5%

GMV ² (Euro milioni)	9M17	9M16	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	173,1	158,0	9,6%
Servizi/altro GMV ⁵	5,2	5,2	0,8%
GMV	178,3	163,2	9,3%

Nei 9M17 ePRICE ha registrato 133,2 milioni di euro di ricavi e 121,3 milioni da vendita di prodotti. La performance del 2017 è stata impattata nel periodo dalla già menzionata transizione a SAP effettuata nel mese di febbraio e dal calendario sfavorevole del mese di Aprile.

Al netto dell'andamento di febbraio e aprile, nel semestre si è confermata la crescita dei ricavi a doppia cifra nei restanti mesi. Nel 3Q17 la crescita dei ricavi è risultata invece negativa del 3,5%, come conseguenza dello spostamento più marcato di alcune categorie verso il marketplace; a livello di GMV infatti la crescita è rimasta in territorio positivo. Si sottolinea comunque il permanere dell'intensa attività promozionale in particolare da parte di alcuni retailer tradizionali, proseguito anche nel mese di ottobre.

In particolare nei 9M17 ed anche nel 3Q17 le categorie "core" di ePRICE (Grandi Elettrodomestici TV e Clima) hanno contribuito in maniera più rilevante alla crescita rispetto alle altre categorie (elettronica, TLC, componentistica e altro) sia a livello di mercato che per ePRICE. La quota di mercato di ePRICE sulle categorie "core" è sostenuta dallo sviluppo dei servizi "premium" (consegna, installazione e ritiro dell'usato). Nel 9M17 il numero di installazioni di grandi elettrodomestici è in crescita del 165% rispetto ai 9M16.

I ricavi da vendita di Servizi e Altro, che includono anche le garanzie, sono in crescita sul 2016 (+8% YoY rispetto al 9M16), andando a compensare un minor contributo dei ricavi da trasporto, ridotti da una intensa attività promozionale e da una politica commerciale che ha visto favorire le promozioni sui trasporti (free-shipping) a fronte di minori buoni sconto rispetto al 2016. I servizi Home Service continuano ad ottenere un NPS molto elevato, tornato su livelli molto elevati (68) nelle recenti settimane dopo il trasloco del magazzino, e continua ad essere una importante leva di differenziazione e driver di quota di mercato.

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

⁴ I ricavi da servizio includono servizi di trasporto, garanzie, ricavi B2B e altri ricavi. Il GMV dei servizi non include B2B, advertising/Infocommerce. I ricavi da garanzia sono stati riclassificati tra i ricavi da servizio per l'intero anno.

⁵ I ricavi da servizio includono servizi di trasporto, garanzie, ricavi B2B e altri ricavi. Il GMV dei servizi non include B2B, advertising/Infocommerce. I ricavi da garanzia sono stati riclassificati tra i ricavi da servizio per l'intero anno.



Si rammenta che Home Service rappresenta una serie di servizi di installazione e ritiro dell'usato, integrati con la piattaforma mobile proprietaria di ePRICE ed accessibili via app da smartphone. Home Service permette ai clienti una interazione continua con ePRICE dal momento dell'acquisto fino all'installazione in casa. Il servizio Home Service è anche al centro della campagna televisiva partita il 23 settembre 2016. Nei 9M17 la campagna TV è stata trasmessa solo nei mesi di maggio e giugno 2017 ed è ripresa a fine ottobre 2017, con una campagna su vari mezzi.

Al 30 settembre 2017 la rete di **Pick&Pay e Lockers**, rete unica sul mercato italiano contava n. 134 e n. 290 (n. 133 e n. 290 al 30 giugno 2017). I servizi di consegna al Pick&Pay dal mese di dicembre 2016 sono aperti anche ai merchant del Marketplace e a partire da luglio 2017 offrono ritiro gratuito per i clienti ePRICE che scelgono questa opzione di consegna per prodotti sotto i 20kg.

Il GMV è in crescita del 9,3% nel 9M17, sostenuto dalla performance del Marketplace, che ha raggiunto n. 1.465 merchants e realizzato una crescita del 54% nei nove mesi, trainato da una crescita del segmento elettronica e cellulari e - nel 3Q17 - dalla già citata accelerata migrazione di alcune categorie verso il marketplace. Sono inoltre partite alcune nuove categorie. Da notare che i servizi inclusi nel GMV non includono Infocommerce e servizi B2B (inclusi invece tra i ricavi).. Oltre a ciò, come ricordato sopra, i ricavi da trasporto sono depressi come conseguenza di un diverso mix tra free-shipping vs buoni sconto, che ha visto prevalere il free-shipping rispetto all'anno scorso.

(Indicatori di Performance)

Indicatori di Performance ⁶	3Q17	3Q16	Var%	Indicatori di Performance ⁵	9M17	9M16	Var%
Numero di ordini (migliaia)	200	203	-1%	Numero di ordini (migliaia)	627	630	-0,5%
AOV (euro) ⁷	233	224	4%	AOV (euro)	233	212	10%
Acquirenti (migliaia) ⁸	154	153	1%	Acquirenti (migliaia)	409	391	4.5%

Nel 9M17 sono stati gestiti 627 mila ordini, con un valore medio (AOV⁵) pari a Eu 233, in crescita del 10%, principalmente per effetto del mix in favore di categorie "core" e ad alto ticket. Infine il numero degli acquirenti è pari a 409 mila, in crescita del 4,5% circa rispetto all'analogo periodo del 2016, con una forte crescita dei nuovi clienti nel 2Q17, confermatasi nel 3Q17.

Il Margine Lordo è pari a 19,6 milioni di di euro, in lieve incremento rispetto ai 9M16 ed è equivalente al 14,7% delle vendite del periodo rispetto al 15,3% del corrispondente periodo nel 2016. Il trend della marginalità beneficia positivamente del contributo del marketplace e delle attività di infocommerce e advertising.

Tale beneficio è stato più che compensato da una forte pressione competitiva, in particolare nel secondo e terzo trimestre e che ha portato ad un elevato livello di attività promozionale e Free Shipping. Nel corso del periodo la marginalità risente anche dell'impatto di alcuni deal opportunistici, legati in particolare alla categoria dei prodotti IT.

Nel solo 3Q17 il gross margin è pari a 15,2%, ed è in miglioramento rispetto al 2Q17, mentre si registra una contrazione del margine percentuale, dovuta principalmente all'incidenza di un contratto "one off" di Infocommerce registrato nel terzo trimestre dello scorso anno, che ha avuto un impatto di circa un punto percentuale, al netto del quale il gross margin sarebbe leggermente sopra l'anno scorso.

Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) adjusted è pari a -10,0 milioni di euro rispetto a -6,9 milioni di euro dei 9M16 pro-forma. La variazione è attribuibile principalmente alla crescita dei costi commerciali e di marketing +23%, e in misura minore dai maggiori costi di logistica +10%.

L'incremento dei **costi commerciali e di marketing** è dovuto ai costi legati allo spot TV messo in onda nel secondo trimestre, non presente nel primo semestre 2016, oltre che al potenziamento della struttura e in parte all'aumento dei costi marketing per l'acquisizione della clientela, al fine di supportare i volumi crescenti di GMV e a un diverso mix legato a uno shift verso il "mobile". Si segnala che i costi di acquisizione della clientela sono

⁶ Comprendono il 3P marketplace.

⁷ Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa).

⁸ Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.



aumentati in termini percentuali sul GMV di circa 0.2 punti percentuali, comunque inferiori al previsto. **Nel terzo trimestre per contro, i costi commerciali e di marketing registrano un calo del 6% rispetto al 3Q16.**

Si rammenta che i costi legati all'acquisto di spazi TV nel periodo 2016-2018 sono già stati pagati, in anticipo, nel 2016 come previsto dai termini del contratto con Mondadori.

L'incremento **dei costi di logistica** è legato alla crescita di ePRICE in termini di volumi di vendita, in particolare nella categoria grandi elettrodomestici e in misura minore alla espansione della rete di Pick&Pay e Lockers, ma risulta comunque contenuto.

I **costi IT** sono in aumento, come previsto, come conseguenza della partenza di SAP e del nuovo software di gestione del magazzino. Infine i **costi generali e amministrativi** sono sostanzialmente stabili rispetto al 2016.

Il **Margine Operativo Lordo (EBITDA)** è pari a -11,1 milioni di euro (-7,6 milioni di euro nei 9M16) e comprende costi non ricorrenti legati al Piano di Stock Options per circa 0,3 milioni di euro e 0,7 milioni di euro legati alle attività a supporto delle prime fasi di implementazione del nuovo sistema ERP a SAP e al trasloco della merce nel nuovo centro logistico di Truccazzano.

Il **Reddito Operativo (EBIT)** è pari a -16,2 milioni di euro (-10,5 milioni nel 9M16) per effetto del minore EBITDA e maggiori ammortamenti. Questi ultimi sono in incremento del 76% rispetto ai 9M16 soprattutto per effetto degli importanti investimenti effettuati nel corso del 2016 e 1Q17 a supporto della crescita e per l'implementazione del nuovo sistema ERP aziendale.

Il **Risultato ante imposte (EBT) dell'attività in funzionamento** è pari a -16,5 milioni di euro (-11,0 milioni di euro nei 9M16).

Il **Risultato netto è pari a -15,8 milioni di euro** (2,9 milioni di euro nei 9M16) ed include il contributo positivo legato alla quota di earn-out già maturata a seguito del verificarsi di talune condizioni previste contrattualmente dalla cessione della divisione Vertical Content al Gruppo Mondadori ed incassata ad aprile 2017. Il risultato 2016 per contro beneficiava per 13,9 milioni di euro del risultato delle attività dismesse, inclusa la plusvalenza sulla vendita di Banzai Media e Saldiprivati.

Il Gruppo presenta al 30 settembre 2017 una Liquidità Netta pari a 15,7 milioni di euro. La variazione rispetto al 31 dicembre 2016 deriva principalmente delle risorse assorbite dalla gestione operativa per euro 24,3 milioni e dalle attività di investimento precedentemente descritte e pari ad euro 11,5 milioni. L'attività di finanziamento ha assorbito risorse per 0,7 milioni di euro, soprattutto a causa del pagamento di dividendi per complessivi 5,2 milioni di euro, parzialmente compensati dall'ottenimento di un finanziamento di 4 milioni di euro con scadenza 24 mesi e dagli aumenti di capitale a seguito dell'esercizio di warrant.

Nel corso del periodo, il Gruppo ha continuato ad investire nel miglioramento della qualità dei servizi offerti alla clientela, nei processi esistenti e nelle componenti di piattaforma per renderli scalabili al crescere dei volumi. È proseguito lo sviluppo della piattaforma per la gestione dei servizi specialistici locali legati al mondo degli elettrodomestici (MDA), la costruzione/attivazione della rete di delivery premium ed installazioni professionali. Gli **Investimenti** hanno riguardato principalmente nuove piattaforme gestionali come il nuovo WMS che permette di gestire in modo ancora più proattivo tutta la funzione logistica. Il gruppo ha ulteriormente investito nel nuovo ERP di gruppo, entrato in funzione nel corso del primo trimestre 2017, sebbene alcune attività di sviluppo evolutivo siano state effettuate in concomitanza al suo avvio. Le immobilizzazioni materiali, pari a 4.982 migliaia di euro son in gran parte relative ad attrezzature ed arredi per in nuovo centro logistico



Evoluzione prevedibile della gestione

Si segnala che, anche a causa dell'andamento negativo del mercato di riferimento, i risultati dei primi nove mesi hanno visto un rallentamento del trend di crescita rispetto alle attese. Si rammenta che storicamente il quarto trimestre influisce in maniera importante sui risultati dell'intero anno; in particolare, nel 2016 l'ultimo trimestre ha generato circa il 36% del GMV e dei ricavi annui. Pertanto, la possibilità di raggiungere l'obiettivo di miglioramento della profittabilità, così come comunicato lo scorso settembre, dipende dall'andamento del mercato di riferimento e dai risultati nel corso di quest'ultimo trimestre, in cui come ricordato è prevista una forte spinta promozionale tramite TV e radio.

Si rammenta infine che storicamente la posizione finanziaria netta migliora nell'ultimo trimestre dell'anno grazie alla stagionalità. Si attende, pertanto, che la posizione finanziaria netta a fine anno sia in miglioramento rispetto ai nove mesi 2017.

Fatti di rilievo

- **Entra in funzione il nuovo magazzino a Truccazzano**

Nel terzo trimestre è entrato a regime il nuovo centro logistico di Truccazzano, con uno spazio di 30,000 mq (espandibile ulteriormente) che include una parte dedicata anche alla logistica gestita per Showroomprivè e consente a ePRICE di aumentare del 60% la disponibilità di magazzino per i grandi elettrodomestici.

- **ePRICE torna in comunicazione con una campagna multisoggetto in TV, online e anche in radio**

Il 22 ottobre è partita la campagna di comunicazione sia in TV sulle reti Mediaset sia online con uno spot da 15" relativo alla promozione "Miglior Prezzo Garantito". Dal 6 novembre inoltre ePRICE ha dato il via a una campagna TV, digital e per la prima volta anche radio per promuovere le speciali attività promozionali in vista del Black Friday, con un incremento di circa il 168% nei GRPS rispetto alla sola TV.

- **Programma di Buy Back**

ePRICE (in precedenza BANZAI) ha avviato nel 2016 un programma di BuyBack. Le azioni proprie in portafoglio al 8 novembre sono pari a n. 1.023.202 pari al 2,4766% del capitale sociale.

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.



ePRICE: CALENDARIO EVENTI SOCIETARI 2018

Milano, 8 novembre 2017 – ePrice in conformità agli obblighi informativi, rende noto il seguente calendario degli eventi societari per l'anno 2018.

8 febbraio 2018

Consiglio di Amministrazione

Approvazione dei ricavi preliminari al 31 dicembre 2017

8 marzo 2018

Consiglio di Amministrazione

Approvazione del Bilancio Consolidato e del Progetto di Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2017.

19 aprile 2018

Assemblea Ordinaria

Approvazione del Bilancio di esercizio al 31 dicembre 2017

9 maggio 2018

Consiglio di Amministrazione

Approvazione Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2018

2 agosto 2018

Consiglio di Amministrazione

Approvazione Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2018

8 novembre 2018

Consiglio di Amministrazione

Approvazione Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2018

ePrice provvederà a comunicare tempestivamente eventuali variazioni rispetto alle date comunicate.

A seguito del Consiglio previsto per il 8 febbraio e delle riunioni del Consiglio che approvano i risultati di periodo si terranno le conference call con investitori istituzionali e analisti finanziari.

Il comunicato stampa è disponibile sui siti corporate.eprice.it e www.1info.it



CONFERENCE CALL RISULTATI 9M17 – 8 NOVEMBRE, 15.00 CET

Oggi alle 15.00 CET si terrà una conference call. 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 17 novembre ai seguenti numeri

- ITALY: +39 02 72495
- UK: +44 1 212 818 005
- USA: +1 718 705 8797
- code: 995#

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

ePRICE (in precedenza 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 198 milioni di euro e GMV⁹ (Gross Merchandise Volume) pari a 254 milioni di euro nel 2016, in crescita del 23% nel 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. ePRICE ha lanciato a gennaio la piattaforma mobile integrata Home Service, che gestisce le consegne e installazioni premium, con una copertura di 14 milioni di abitanti. ePRICE gestisce un network di 134 Pick&Pay distribuiti in 109 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:

ePRICE S.p.A.
Micaela Ferruta
Head of Investor Relations and Strategic Planning
+39 02.30315400
investor.relations@eprice.it

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

⁹ Gross Merchandise Volume degli ultimi 12 mesi: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa. Non include Infocommerce e B2B.



ePRICE consolidato

Conto Economico riclassificato consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	% sui ricavi	30 settembre 2016	% sui ricavi	Var%
Totale ricavi	133.173	100,0%	127.199	100,0%	4,7%
Costo del venduto ¹⁰	(113.607)	-85,3%	(107.717)	-84,7%	5,5%
Margine lordo¹¹	19.566	14,7%	19.482	15,3%	0,4%
Costi commerciali e di marketing	(8.716)	-6,5%	(7.095)	-5,6%	22,8%
Costi di logistica	(13.525)	-10,2%	(12.324)	-9,7%	9,7%
Costi IT	(1.390)	-1,0%	(1.014)	-0,8%	37,1%
Costi generali e amministrativi	(5.982)	-4,5%	(5.978)	-4,7%	0,1%
Margine lordo operativo rettificato (EBITDA adjusted)	(10.047)	-7,5%	(6.930)	-5,4%	45,0%
Costi e proventi non ricorrenti e Piano Stock Options	(1.038)	-0,8%	(657)	-0,5%	58,0%
Margine lordo operativo (EBITDA)	(11.085)	-8,3%	(7.587)	-6,0%	46,1%
Ammortamenti e svalutazioni	(5.075)	-3,8%	(2.886)	-2,3%	75,9%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	(16.160)	-12,1%	(10.473)	-8,2%	54,3%
Oneri finanziari netti	236	0,2%	39	0,0%	505,1%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(577)	-0,4%	(82)	-0,1%	603,7%
Svalutazione attività finanziarie	0		(439)		
RISULTATO ANTE IMPOSTE DERIVANTE DALL'ATTIVITÀ IN FUNZIONAMENTO	(16.501)	-12,4%	(10.955)	-8,6%	50,6%
Utile/(Perdita) netta derivante da attività destinate alla dismissione	678		13.911		N/A
RISULTATO NETTO	(15.823)	-11,9%	2.956	2,3%	N/A

¹⁰ Il **Costo del venduto** include principalmente il costo di acquisto delle merci, e il costo di alcuni servizi fra cui il costo delle commissioni d'incasso.

¹¹ Il **Margine Lordo** è rappresentato dai ricavi netti dedotti i costi del venduto e rappresenta una misura utilizzata dal controllo di gestione del Gruppo 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 Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	30 settembre 2016 ¹²
Ricavi	136.234	132.263
Altri proventi	646	825
Costi per materie prime e merci	(111.967)	(106.796)
Costi per servizi	(28.917)	(27.156)
Costi per il personale	(6.809)	(6.242)
Ammortamenti e svalutazioni	(5.075)	(2.886)
Altri oneri	(271)	(481)
Risultato operativo	(16.159)	(10.473)
Oneri finanziari	(69)	(114)
Proventi finanziari	304	153
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(577)	(82)
Svalutazioni attività finanziarie		(439)
Utile (perdita) dell'attività in funzionamento	(16.501)	(10.955)
Utile/(Perdita) netta derivante da attività destinate alla dismissione	678	13.911
RISULTATO NETTO	(15.823)	2.956

Stato Patrimoniale riclassificato Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	31 dicembre 2016
IMPIEGHI		
Capitale Circolante Netto	7.546	(4.356)
Immobilizzazioni	41.836	33.554
Attività a lungo termine	10.014	9.996
Fondo del personale	(2.018)	(2.131)
Passività a lungo termine	(430)	(396)
Capitale Investito Netto	56.948	36.667
FONTI		
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto	15.749	56.176
Patrimonio Netto	(72.697)	(92.843)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	(56.948)	(36.667)

¹² riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5

Stato Patrimoniale Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	31 dicembre 2016
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Impianti e Macchinari	8.123	3.013
Attività immateriali	28.345	26.853
Partecipazioni in società collegate	3.093	2.468
Attività finanziarie non correnti	2.274	1.220
Altre attività non correnti	292	273
Attività per imposte differite	9.723	9.723
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	51.850	43.550
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	21.058	22.092
Crediti commerciali e altri crediti	6.320	9.798
Altre attività correnti	12.398	12.285
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	18.148	54.711
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	57.924	98.886
TOTALE ATTIVITÀ	109.774	142.436
PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	826	821
Riserve	87.694	81.954
Risultato dell'esercizio	(15.823)	10.068
TOTALE PATRIMONIO NETTO	72.697	92.843
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	1.050	126
Fondi del personale	2.018	2.130
Fondi rischi ed oneri	360	360
Altre Passività non correnti	70	37
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	3.498	2.653
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti commerciali e altri debiti	22.359	36.874
Debiti verso banche e altri finanziatori	2.711	109
Altre passività correnti	8.509	9.957
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	33.579	46.940
TOTALE PASSIVITÀ	37.077	49.593
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	109.774	142.436

Posizione Finanziaria Netta Consolidata ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	31 dicembre 2016
(A) Cassa	(279)	(243)
(B) Altre disponibilità liquide	(17.869)	(54.468)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	(18.148)	(54.711)
(E) Crediti finanziari correnti	(1.362)	(1.700)
(F) Debiti finanziari correnti	602	-
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	2.000	-
(H) Altri debiti finanziari correnti	109	109
(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	2.711	109
(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)	(16.799)	(56.302)
(K) Debiti bancari non correnti	1.002	-
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	48	126
(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)	1.050	126
(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)	(15.749)	(56.176)

Rendiconto Finanziario Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 settembre 2017	30 settembre 2016 ¹³
Risultato netto dall'attività di funzionamento	(16.501)	(10.955)
Ammortamenti	4.738	2.886
Svalutazione crediti	336	0
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	392	383
Svalutazione magazzino	0	85
Variazione fondo benefici dipendenti	(546)	(210)
Variazione imposte anticipate e differite	0	(2)
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	577	82
Perdita di valore attività non correnti	0	439
Variazione altre passività non correnti	33	28
Altre variazioni non monetarie	305	446
<i>Variazioni nel capitale circolante</i>		
Variazione delle rimanenze	1.035	(1.173)
Variazione dei crediti commerciali	3.141	(2.636)
Variazione delle altre attività correnti	(996)	(4.563)
Variazione dei debiti commerciali	(15.409)	(258)
Variazione degli altri debiti	(1.448)	432
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse	-	(4.782)
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE	(24.343)	(19.798)
FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Acquisizione attività materiali	(4.982)	(1.162)
Variazione Altre attività non correnti	(19)	(116)
Acquisizione attività immateriali	(5.462)	(4.645)
Erogazione finanziamenti attivi	(1.055)	(100)
Acquisizione di società collegate	(1.203)	(796)
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse	1.222	30.443
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO	(11.499)	23.624
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO		
Debiti finanziari	3.526	(8.512)
Aumento di capitale	1.045	0
Crediti finanziari correnti	338	(224)
Azioni proprie	(378)	(1.059)
Dividendi	(5.252)	
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse	-	(4)
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO	(721)	(9.799)
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	(36.563)	(5.973)
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	54.711	33.543
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO	18.148	27.570

¹³ riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5