



COMUNICATO STAMPA

ePRICE H1: PRIMI RISULTATI DEL NUOVO PIANO, SIGNIFICATIVO AUMENTO DEI MARGINI E PERDITE DIMEZZATE RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

- **Perdite dimezzate in H1 vs. H1 17**, Ebitda a Euro -3.9M vs. -7.7M in H1 17 (-49%). In Q2 a -0.4M vs. -4.9M in Q2 17
- **Risultato Netto** a -5,8M, in miglioramento del 44.3% YoY (-10.3M in H1 17). In Q2 a -0.9M vs. -6,5M in Q2 17
- **Significativa diminuzione sui sei mesi dei costi** operativi: personale (-15%), marketing (-6% YoY) e costi generali (-39% YoY)
- **Significativa riduzione del consumo di cassa** con liquidità lorda a 11,6M al 30 giugno 2018 (14,8M di consumo di cassa in H1 di cui 1,5M in Q2 vs. 27,2M in H1 17, di cui 11.8M in Q2 17)
- **Ricavi a 74.8M (-17% vs. H1 17) e GMV¹ a 106,6M (-12% vs. H1 17), in diminuzione anno su anno come atteso dalla implementazione delle Linee Guida Strategiche**, che prevedono un calo dei volumi in particolare sulle categorie Long Tail
- **Marketplace in crescita del 25% YoY** a 20.6M vs. 16.5M in H1 17.
- **Sostanziale tenuta della market share sul bianco** (Grandi Elettrodomestici), con crescita a doppia cifra YoY in Q2.
- **Margine Lordo al 16,4% dei ricavi vs. 14.6% in H1 17**, +180 bps YoY. Il Q2 18 evidenzia una crescita del margine ancor più sensibile, 16.7% vs. 13.3%, +340 bps YoY)
- **Aumento di oltre 10% dell'NPS** (indice di soddisfazione della clientela), risultato dalla attività di ottimizzazione dei processi e della interazione con il cliente.
- **Confermata la guidance FY 18** con accelerazione dei volumi nella seconda parte dell'anno su ricavi e GMV

Milano, 2 agosto 2018

Il Consiglio di Amministrazione di ePRICE, la prima piattaforma nazionale di e-Commerce quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, ha approvato in data odierna i risultati al 30 giugno 2018.

“Nel primo semestre dell'anno si iniziano a vedere i primi risultati tangibili delle azioni previste per il 2018. Il margine in aumento di oltre 180 bps nel semestre e di oltre 300 bps nel Q2, il dimezzamento delle perdite sull'Ebitda e il dato sul risultato netto testimoniano il lavoro che l'azienda è stata capace di fare in questi mesi sull'esecuzione e sul controllo dei costi.” - dichiara Paolo Ainio, Presidente e Amministratore Delegato di ePRICE - “In un contesto di mercato Tech&Appliances dall'andamento ancora altalenante, pur perseguendo una politica di razionalizzazione dei costi di marketing, siamo riusciti a mantenere volumi e market share sul segmento chiave dei Grandi Elettrodomestici, a far crescere il nostro 3P Marketplace del 25% e, soprattutto, ad aumentare la soddisfazione dei nostri clienti. Questi risultati sono stati ottenuti con calo di volumi sul resto dell'offerta, ma le iniziative in atto nel secondo semestre, come l'inizio delle vendite di ePRICE su Amazon, ci portano nella giusta direzione anche in termini di stabilizzazione dei nostri ricavi e GMV.

Con il piano presentato lo scorso 8 marzo 2018 ePRICE ha annunciato un programma di riduzione dei costi e aumento dell'efficienza complessiva dell'organizzazione. L'analisi dei dati del Q2 a confronto con il Q1 18 permette di apprezzare il progresso nei savings e nelle efficienze: Gross Margin da 16,2% in Q1 a 16,7% in Q2, (+50bps), G&A da -1,8M a -0,7M, Ebitda Adjusted da -3,4M a -2,3M, Ebitda da -3,5M a -0,4M. Le operazioni di efficienza sono in corso di deployment e sono attesi ulteriori, significativi, miglioramenti nella seconda parte dell'anno, soprattutto nell'area della riduzione dei danni e dei costi di logistica.

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.

Risultati al 30 giugno 2018

In H1 18 i ricavi di ePRICE sono pari a 74,8 milioni di euro. La diminuzione dei ricavi in H1 18 è pertanto pari al 17,4% rispetto ad H1 17. Il dato sconta un confronto svantaggiato verso il primo semestre dell'anno precedente, in cui non era in atto la strategia di spostamento di volumi delle categorie long tail verso il 3P Marketplace.

Il GMV¹ – che rappresenta la spesa effettiva dei clienti sui nostri siti e-Commerce e sul marketplace - decresce del 12,2% rispetto all'anno scorso, attestandosi a 106,6 milioni di euro rispetto a 121,5 milioni di H1 17. Aumenta sui volumi il peso e il contributo del marketplace, lanciato nel Q2 15 e arrivato in questo semestre a una incidenza di quasi il 20% del GMV, rispetto al 13,6% del GMV¹ del H1 17 e al 10% del H1 16.

Ricavi e GMV

(Eu mn)	H1 18	H1 17	Var %
Ricavi	74,8	90,7	-17,4%
GMV¹	106,6	121,5	-12,2%

Ricavi e GMV per tipologia di prodotto

Ricavi (Euro milioni)	Q2 18	Q2 17	Var%	GMV ² (Euro milioni)	Q2 18	Q2 17	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	32,1	41,6	-22,9%	Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	49,9	59,4	-16,0%
Servizi / altri ricavi ³	3,7	3,7	-0,1%	Servizi/altri ricavi ³	1,7	1,6	12,0%
Ricavi	35,8	45,3	-21,0%	GMV	51,7	61,0	-15,3%

Ricavi (Euro milioni)	H118	H117	Var%	GMV ² (Euro milioni)	H117	H117	Var%
Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	67,8	83,0	-18,4%	Elettronica Elettrodomestici & altri prodotti	103,2	117,8	-12,4%
Servizi / altri ricavi ³	7,0	7,6	-7,8%	Servizi/altri ricavi ⁴	3,4	3,7	-8,1%
Ricavi	74,8	90,7	-17,5%	GMV	106,6	121,5	-12,2%

In H1 18 ePRICE ha registrato 74,8 milioni di euro di ricavi e 67,8 milioni da vendita di prodotti. Come previsto dalle Linee Guida Strategiche presentate l'8 marzo 2018, si è realizzata una contrazione dei volumi dovuta allo shift di alcune categorie sul 3P marketplace e a una politica di ottimizzazione dei costi di marketing. Nel Q2 17 il calo dei ricavi è risultato superiore alle attese, a -21,0%, a causa di un giugno particolarmente debole.

In controtendenza positiva rispetto al calo generale dei volumi, il GMV dei Grandi Elettrodomestici è invece cresciuto dell'5,1% nel primo semestre e del 12,9% nel secondo trimestre, mentre i ricavi sui Grandi Elettrodomestici sono cresciuti anno su anno del 2,9% YoY nel primo semestre e del 11,3% nel secondo trimestre.

I ricavi da vendita di Servizi e Altro, che includono anche le garanzie, sono in decrescita sul 2017 (-7,8% rispetto al H117, con un calo significativamente minore rispetto a quello dei volumi della vendita di prodotto. I

² Gross Merchandise Volume: include i ricavi dei prodotti, delle spedizioni e i volumi generati dal 3PMarketplace, al netto dei resi e IVA inclusa.

³ 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.

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.



servizi Home Service continuano ad ottenere un NPS⁵ molto elevato, superiore a 70, e ad essere una importante leva di differenziazione e driver di quota di mercato. Anche l’NPS totale di ePRICE è aumentato significativamente nei primi sei mesi dell’anno, passando da 59 a 69 a testimonianza del lavoro fatto sulla qualità della piattaforma e del servizio di delivery nel periodo di riferimento.

Al 30 giugno 2018 la rete di **Pick&Pay e Lockers**, rete unica sul mercato italiano, contava n. 134 e n. 290 Pick&Pay e Lockers (n. 132 e n. 297 al 31 marzo 2018).

Il GMV segna una decrescita del 12,8% nel H1 18, sostenuto dalla performance del Marketplace, che ha raggiunto n. 1.738 merchants e realizzato una crescita di oltre il 25% nel semestre, trainato da segmento elettronica e cellulari. La crescita del GMV del Marketplace è risultata superiore al mercato di riferimento.

(Indicatori di Performance)

Indicatori di Performance ⁶	Q2 18	Q2 17	Var%	Indicatori di Performance ⁵	H1 18	H1 17	Var%
Numero di ordini (migliaia)	169	203	-16.6%	Numero di ordini (migliaia)	360	427	-15.5%
AOV (euro) ⁷	248	245	1.5%	AOV (euro)	240	231	3,9%
Acquirenti (migliaia) ⁸	133	156	-15.1%	Acquirenti (migliaia)	258	296	-12.8%

Nel primo semestre sono stati gestiti 360 mila ordini, con un valore medio (AOV⁵) pari a 240€, in crescita del 3,9%, principalmente per effetto del mix in favore di categorie ad alto ticket nei grandi elettrodomestici e dello switch delle categorie long tail sul Marketplace. Infine, il numero degli acquirenti è pari a 258 mila, in diminuzione del 12.8% rispetto al precedente semestre, per effetto di un investimento marketing più contenuto.

Il Margine Lordo è pari a 12.3 milioni di euro, in decremento di 0.9 milioni di euro, pari al 6,9%, rispetto al corrispondente periodo dell’esercizio precedente, con un calo molto meno accentuato rispetto alla riduzione dei ricavi. In termini percentuali, il rapporto Margine Lordo sui Ricavi è pari al 16,4%, in significativo miglioramento rispetto al 14,6% registrato nel primo semestre del 2017. Il significativo miglioramento della marginalità lorda è particolarmente evidente nel secondo trimestre dove in termini percentuali il rapporto Margine Lordo sui Ricavi è pari al 16,7%, in ulteriore e significativo miglioramento (340 bps) rispetto al 13,3% registrato nel secondo trimestre del 2017, a conferma della strategia annunciata durante la presentazione del Piano industriale volta al recupero di marginalità attraverso lo sviluppo del Marketplace e alla maggiore marginalità delle categorie “core”, in particolare gli elettrodomestici, su cui si sono concentrati i ricavi e la revisione della politica di “pricing”.

Il Margine Operativo Lordo rettificato (EBITDA adjusted) è pari a -5.7 milioni di euro, in significativo miglioramento rispetto a -7.0 milioni di euro del primo semestre 2017. Il miglioramento del Margine Operativo Lordo rettificato (EBITDA adjusted) è stato particolarmente significativo nel secondo trimestre del 2018 (-2.3 milioni di euro rispetto a -4.6 milioni di euro registrato nel secondo trimestre dello scorso anno), con un miglioramento pari a 2.3 milioni di euro, che più che recupera la differenza negativa registrata nel primo trimestre. La significativa variazione positiva è attribuibile alla contrazione di tutte le voci di costo a seguito delle azioni di efficienza intraprese nel corso dei primi sei mesi. In particolare si evidenzia come il costo del personale si sia ridotto del 15% nel primo semestre del 2018 e del 25% nel secondo trimestre.

I costi commerciali e di marketing si sono ridotti del 6,1% rispetto al primo semestre del 2017, in misura meno che proporzionale rispetto alla contrazione dei ricavi, questo è dovuto ai maggiori costi legati alle campagne pubblicitarie TV, alla sponsorizzazione del concerto di Radio Italia e alla più alta incidenza dei costi di marketing per l’acquisizione della clientela che sono aumentati in termini percentuali sul GMV di circa 0,3 punti percentuali.

I costi di logistica sono diminuiti del 4,7% rispetto al primo semestre del 2017. Questa voce di costo è particolarmente legata all’andamento dei volumi di vendita e dei ricavi delle categorie degli elettrodomestici

⁵ Il Net Promoter Score è un indice compreso tra -100 e 100 che misura la volontà dei clienti di consigliare prodotti o servizi di un’azienda ad altri. Viene utilizzato come proxy per misurare la soddisfazione complessiva del cliente con il prodotto o il servizio di un’azienda e la fedeltà del cliente al marchio.

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.

che ha registrato una crescita nel corso del primo semestre; pertanto la diminuzione di tali costi è dovuta al redesigno, implementato nel corso del primo semestre dell'anno, di alcuni processi logistici.

L'incremento dei costi IT rispetto al primo semestre dello scorso anno (scarsamente significativo in termini di valore assoluto), è legato all'implementazione del nuovo sistema ERP aziendale con gli annessi oneri di manutenzione

I costi generali ed amministrativi si sono ridotti del 39,1% rispetto al primo semestre dello scorso anno, a causa della contrazione dei costi "corporate" e alla rinegoziazione ed ottimizzazione di alcune spese generali. Tale voce di costo ha beneficiato nel corso del secondo trimestre del contributo registrato per le attività di ricerca e sviluppo relativamente alla società ePRICE SpA nel 2017 per un importo pari a 0.9 milioni di euro.

Il margine operativo lordo (EBITDA) del primo semestre 2017 è pari a -3.9 milioni di euro rispetto a -7.7 milioni di euro del 2017, riducendo l'incidenza sui ricavi dal -8,5% al -5,3% con un miglioramento pari a 320bps. Tale voce include il provento pari 2.0 milioni di euro relativo all'accordo siglato con il gruppo SRP (Showroomprivè) relativamente alla risoluzione anticipata per le attività di logistica svolte a favore di Bnk4-Saldiprivati.

Il Reddito Operativo (EBIT) è pari a -8.4 milioni di euro rispetto ai -10.7 milioni di euro del primo semestre 2017: il miglioramento è dovuto all'incremento del Margine Operativo Lordo, come sopra descritto, in parte compensato dai maggiori ammortamenti, i quali presentano un incremento del 47% per effetto degli importanti investimenti effettuati nel corso del 2017, soprattutto per l'implementazione del nuovo sistema ERP aziendale e del nuovo centro logistico di Truccazzano.

Il Risultato ante imposte da attività in funzionamento è pari a -9.0 milioni di euro, rispetto a -11.0 milioni di euro del primo semestre 2017.

Il risultato netto ante imposte (EBT) nel primo semestre 2018 è stato pari a -5.8 milioni di euro, rispetto a -10.3 milioni di euro del primo semestre 2017 anche grazie agli earn-out maturati sia a seguito della cessione di Banzai Media che di Saldiprivati.

Al 30 giugno 2018 il Gruppo presenta una Liquidità Netta pari a 6.5 milioni di euro. La variazione rispetto al 31 dicembre 2017 deriva principalmente delle risorse assorbite dalla gestione operativa per euro 14.6 milioni dove la variazione del capitale circolante ha assorbito 8.8 milioni di euro al netto del credito pari a 2.0 milioni relativo all'accordo di cessazione del contratto di logistica con Saldiprivati. La variazione di circolante è in gran parte dovuto alla riduzione di debiti verso fornitori influenzata dalla stagionalità tipica del quarto trimestre che aveva portato a significativi acquisti. Le attività di investimento hanno assorbito risorse pari ad euro 0.2 milioni di euro, beneficiando della cessione delle attività di Sionline per 1.2 milioni di euro e dell'earn-out relativo alla cessione di Banzai Media per 0.8 milioni di euro. Nel corso del periodo il Gruppo ha ottenuto un finanziamento di 5 milioni di euro a breve termine, con rimborso previsto entro 12 mesi.

Fatti di rilievo

- **Accordo con Showroomprivè e Carve-out relativo alla cessione di Saldiprivati**

Nel giugno 2018 il Gruppo ha siglato con il gruppo SRP (Showroomprivè) l'accordo di risoluzione anticipata per le attività di logistica svolte a favore di Bnk4-Saldiprivati, ottenendo un corrispettivo di 2 milioni di euro, interamente incassato nel luglio 2018.

Sempre nel giugno 2018 è stato definito in 2,5 milioni l'importo di "carve out" relativo alla cessione di Bnk4 Saldiprivati subordinato al buon esito, nel processo di trasferimento della società ceduta, di alcune attività di natura amministrativa e gestionale in capo alla cedente, necessarie a rendere autonoma la società ceduta; tale importo, compreso tra 0 e 5 milioni, era già stato corrisposto per 2,5 milioni al gruppo ePRICE al closing, per cui non ha prodotto impatti sulla posizione finanziaria netta al 30 giugno 2018.

- **Consolidamento della partnership con Eni Gas e Luce**



La collaborazione, che ha avuto una prima fase di test nel 2017, prevede un ampliamento dell'offerta al consumatore sull'area dei grandi e piccoli elettrodomestici e della smart home, dove il know-how dei servizi e- Commerce e last-mile di ePRICE rappresenta un valore aggiunto. Il servizio di ePRICE comprende la gestione completa dei prodotti venduti da Eni gas e luce, a partire dal warehousing fino alla consegna ed installazione con ritiro del RAEE.

- **Sponsorizzazione del Concerto Radioitalia Live**

Nell'ambito di una strategia tesa a concentrare gli investimenti di marketing sull'ottimizzazione del canale online e sull'aumento della brand awareness, ePRICE, affiancandosi per la prima volta a un evento musicale, è stata platinum sponsor del Concerto Radiotalia tenutosi il 16 giugno in Piazza del Duomo a Milano. Con il supporto di TBWA\Italia, che ha curato la creatività, ePRICE ha comunicato l'iniziativa su Radio Italia con una consistente presenza tabellare e di citazioni live, oltre che attraverso le sue properties social e digitali. Il concerto è stato trasmesso su REAL TIME, il canale dedicato all'intrattenimento femminile di Discovery Italia, sul NOVE, il canale generalista del gruppo, e in streaming sul servizio OTT gratuito Dplay (dplay.com).

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 corporate.eprice.it e www.1info.it

ePRICE 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 189 milioni di euro e GMV (Gross Merchandise Volume) pari a 253 milioni di euro nel 2017. 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.

Gabriele Colasanto
*Corporate Development Manager &
Investor Relator*

+39 02.30315400
investor.relations@eprice.it

Community Strategic Communication Advisers

Marco Rubino di Musebbi
Media Relations

Tel. +39 0289404231
marco@communitygroup.it



ePRICE consolidato

Conto Economico riclassificato consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 giugno 2018	% sui ricavi totali	30 giugno 2017	% sui ricavi totali	Var %
Totale ricavi	74,800	100.0%	90,698	100.0%	-17.4%
Costo del venduto	(62,518)	-83.6%	(77,486)	-85.4%	-19.1%
Margine lordo	12,283	16.4%	13,212	14.6%	-6.9%
Costi commerciali e di marketing	(5,850)	-7.8%	(6,228)	-6.9%	-6.1%
Costi di logistica	(8,765)	-11.7%	(9,194)	-10.2%	-4.7%
Costi IT	(863)	-1.2%	(752)	-0.8%	14.8%
Costi generali e amministrativi	(2,485)	-3.3%	(4,080)	-4.5%	-39.1%
Margine lordo operativo rettificato (EBITDA adjusted)	(5,680)	-7.6%	(7,042)	-7.8%	-19.5%
Costi e proventi non ricorrenti e Piano Stock Options	1,733	2.3%	(677)	-0.7%	-356.0%
Margine lordo operativo (EBITDA)	(3,947)	-5.3%	(7,719)	-8.5%	-49.0%
Ammortamenti e svalutazioni	(4,404)	-5.9%	(2,994)	-3.3%	47.1%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	(8,351)	-11.2%	(10,713)	-11.9%	-22.2%
Oneri finanziari netti	(10)	0.0%	125	0.1%	-107.8%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(679)	-0.9%	(412)	-0.5%	65.0%
RISULTATO ANTE IMPOSTE DERIVANTE DALL'ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	(9,040)	-12.1%	(11,000)	-12.2%	-17.9%
Utile/(Perdita) netta derivante da attività destinate alla dismissione	3,285		682		N/A
RISULTATO NETTO	(5,755)	-7.7%	(10,318)	-11.4%	-44.3%

Conto Economico Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 giugno 2018	30 giugno 2017 ⁹
Ricavi	76,480	93,636
Altri proventi	3,336	471
Costi per materie prime e merci	(61,740)	(77,043)
Costi per servizi	(17,862)	(19,926)
<i>Di cui non ricorrenti</i>		
Costi per il personale	(3,975)	(4,666)
<i>Di cui non ricorrenti</i>		
Ammortamenti e svalutazioni	(4,404)	(2,993)
Altri oneri	(186)	(192)
Risultato operativo	(8,351)	(10,713)
Oneri finanziari	(63)	(53)
Proventi finanziari	53	178
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(679)	(412)
Svalutazioni attività finanziarie	0	0
Risultato ante imposte dell'attività in funzionamento	(9,040)	(11,000)
Imposte sul reddito	0	0
Utile (perdita) dell'attività in funzionamento	(9,040)	(11,000)
Risultato derivante da attività cessate o destinate alla dismissione	3,285	682
Utile (perdita) del periodo	(5,755)	(10,318)
Altre componenti di conto economico complessivo		
<i>Che non saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio</i>		
Benefici ai dipendenti	(2)	8
Effetto fiscale	0	0
Totale	(2)	8
<i>Che saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio</i>		
Risultato del periodo complessivo	(5,757)	(10,310)

⁹ riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5



Stato Patrimoniale riclassificato Consolidato ePRICE

Euro migliaia	30 giugno 2018	31/12/2017¹⁰
IMPIEGHI		
Capitale Circolante Netto	7,742	(5,482)
Immobilizzazioni	37,111	40,996
Attività a lungo termine	8,750	8,992
Fondo del personale	(2,048)	(2,024)
Passività a lungo termine	(360)	(438)
Capitale Investito Netto	51,195	42,044
FONTI		
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto	6,483	21,340
Patrimonio Netto	(57,678)	(63,384)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	(51,195)	(42,044)

¹⁰ riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5

Stato Patrimoniale Consolidato ePRICE

Euro Migliaia	30 giugno 2018	30 dicembre 2017 ¹¹
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Impianti e Macchinari	6,961	7,788
Attività immateriali	25,869	28,560
Partecipazioni in società collegate	2,641	2,278
Attività finanziarie non correnti	1,640	2,370
Altre attività non correnti	50	292
Attività per imposte differite	8,700	8,700
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	45,861	49,988
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	16,057	20,560
Crediti commerciali e altri crediti	7,827	8,908
Altre attività correnti	10,095	14,680
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	11,635	21,094
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	45,614	65,242
Attività destinate alla dismissione		
TOTALE ATTIVITÀ	91,475	115,230
 PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	826	826
Riserve	62,607	87,302
Risultato del periodo	(5,755)	(24,744)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	57,678	63,384
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	2	536
Fondi del personale	2,048	2,024
Fondi rischi ed oneri	360	360
Altre Passività non correnti	0	78
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	2,410	2,998
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti commerciali e altri debiti	22,001	37,737
Debiti verso banche e altri finanziatori	6,573	2,095
Altre passività correnti	2,589	8,696
Passività per resi	224	320
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	31,387	48,848
Passività destinate alla dismissione		
TOTALE PASSIVITÀ	33,797	51,846
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	91,475	115,230

¹¹ riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5

Posizione Finanziaria Netta Consolidata ePRICE

Euro migliaia	30 giugno 2018	31 dicembre 2017
(A) Cassa	(205)	-150
(B) Altre disponibilità liquide	(11,430)	-20,944
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	(11,635)	-21,094
(E) Crediti finanziari correnti	(1,423)	-2,877
(F) Debiti finanziari correnti	5,000	-
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	1,503	2,001
(H) Altri debiti finanziari correnti	71	94
(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	6,574	6.573
(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)	(6,484)	(21,876)
(K) Debiti bancari non correnti	-	501
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	2	35
(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)	2	536
(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)	(6,482)	(21,339)

Rendiconto Finanziario Consolidato ePRICE

Euro migliaia

30 giugno 2018

30 giugno 2017¹²

FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE

Risultato netto dall'attività di funzionamento	(9,040)	(11,000)
Ammortamenti	4,024	2,893
Svalutazione crediti	380	100
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	238	275
Svalutazione magazzino	0	0
Variazione fondo benefici dipendenti	(217)	(320)
Variazione imposte anticipate e differite	0	0
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	680	412
Perdita di valore attività non correnti	0	0
Variazione altre passività non correnti	0	25
Altre variazioni non monetarie	51	273
<i>Variazioni nel capitale circolante</i>		
Variazione delle rimanenze	4,214	2,092
Variazione dei crediti commerciali	701	2,072
Variazione delle altre attività correnti	1,172	(1,344)
Variazione dei debiti commerciali	(15,736)	(10,105)
Variazione degli altri debiti	(1,108)	(1,374)
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse		0

FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE

(14,641)

(16,001)

FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO

Acquisizione attività materiali	(135)	(2,794)
Cessione attività materiali	135	1
Variazione Altre attività non correnti	244	(18)
Acquisizione attività immateriali	(2,100)	(3,811)
Cessione attività immateriali	1,170	0
Erogazione finanziamenti attivi	0	(515)
Acquisizione di società collegate	(316)	(893)
Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse	785	1,227

FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO

(217)

(6,803)

FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO

Debiti finanziari	3,944	3,446
Aumento di capitale	0	1,045
Crediti finanziari correnti	1,455	(257)
Azioni proprie	0	(305)
Dividendi	0	(5,252)

Cash flow da attività destinate alla dismissione o dismesse

FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO

5,399

(1,323)

¹² riesposto in accordo con quanto previsto da IFRS 5



(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	(9,459)	(24,127)
Differenze di cambio nette sulle disponibilità liquide		
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO	21,094	54,711
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO	11,635	30,584
