


COMUNICATO STAMPA
BANZAI: IL CDA APPROVA I RICAVI PRELIMINARI AL 30 SETTEMBRE 2015

- **Ricavi +34.4% nel 3Q15 (Euro 52,5 milioni vs Euro 39,1 milioni nel 3Q14) e in forte accelerazione rispetto ai trimestri precedenti (+25.4% nel 2Q15 e +20.5% nel 1Q15), grazie al contributo di tutte le linee di business e al picco di vendite di climatizzatori.**
 - +35,8% i Ricavi e-Commerce, in forte accelerazione rispetto al + 25%YoY nel 1H15, trainati dalle categorie core¹ (+42,2%YoY nel 3Q15 rispetto a +30% YoY nel 1H15)
 - +46,5% di crescita del GMV², grazie allo sviluppo del 3P marketplace;
 - +22,0% per i ricavi Vertical Content rispetto a +8% YoY nel 1H15
- **Ricavi 9M15 +26,6 (Euro 152,3 milioni vs Euro 120,3 milioni nei 9M14)**
 - +28,7% per i Ricavi e-Commerce (Euro 136,2 milioni vs Euro 105,8 milioni nei 9M14), di cui +34,1% i Ricavi delle categorie core¹ dell'e-Commerce
 - +11,5% i Ricavi Vertical Content (Euro 16,1 milioni vs Euro 14,4 milioni nei 9M14)
- **Outlook FY2015 confermato: crescita dei ricavi di circa il 25%, in linea con il consensus³**

Milano, 29 ottobre 2015

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 30 settembre 2015.

Paolo Ainio, Presidente e Amministratore Delegato di Banzai: *“Anche nel terzo trimestre Banzai batte la crescita del mercato di riferimento ed incrementa la market share nell’e-Commerce grazie allo sviluppo delle categorie a più alto “ticket” medio (elettrodomestici ed elettronica), del “3P Marketplace” e della rete distributiva di Pick & Pay e Lockers. L’andamento dei ricavi del mostra infatti una crescita davvero straordinaria, sopra la media prevista dell’anno, anche grazie ad un effetto one-off legato alle vendite di climatizzatori. Il target di crescita rimane pertanto confermato in linea con il consensus³.*

Dò il benvenuto a Pietro Scott Jovane: Banzai potrà contare sull’apporto di un eccellente e stimato manager, da sempre vicino al mondo digitale, che ha maturato esperienze di valore negli ultimi anni. Sono certo che Pietro darà un importante contributo all’ulteriore sviluppo di Banzai rafforzando la nostra capacità di raggiungere gli obiettivi indicati in occasione della quotazione. Con il suo arrivo si rafforza ulteriormente il team manageriale mentre personalmente mi concentrerò sulla strategia di sviluppo e sull’evoluzione del prodotto. Da principale azionista e Presidente Esecutivo della Società, il mio coinvolgimento in Banzai rimarrà quello di sempre, così come il mio impegno alla crescita nel lungo periodo.

Ricavi preliminari del III trimestre 2015

<i>(In milioni di Euro)</i>	3Q15	3Q14	Var %	9M15	9M14	Var %
Ricavi e-Commerce	47,9	35,3	35,8%	136,2	105,8	28,7%
Vertical Content	4,7	3,8	22,0%	16,1	14,4	11,5%
Ricavi	52,5	39,1	34,4%	152,3	120,3	26,6%

Il 3Q15 evidenzia gli effetti positivi della strategia di crescita annunciata in IPO: i ricavi si attestano a 52,5 milioni di euro, +34,4% rispetto a 39,1 milioni di euro nel 3Q14. Di particolare rilievo la crescita del 42,2% YoY delle *categorie core¹ dell’e-Commerce*, in ulteriore accelerazione rispetto ai trimestri precedenti (+33,7% nel 2Q15 e +26,4% nel 1Q15), anche grazie alla forte domanda, maggiore del previsto, di climatizzatori nel periodo estivo. Nel trimestre è inoltre proseguito lo sviluppo del 3P marketplace, che ha consentito di incrementare ulteriormente il GMV², pari a 59,7 milioni di euro, in crescita del 46,5% sul 3Q14.

¹ Includono i ricavi dei prodotti con esclusione dei ricavi derivanti dalle spedizioni e degli altri servizi.

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 Fonte: S&P Capital IQ

Ricavi preliminari al 30 settembre 2015

I Ricavi 9M15 si attestano a 152,3 milioni di euro, +26,6% rispetto a 120,3 milioni di euro nei 9M14.

<i>(In milioni di Euro)</i>	9M15	9M14	Var %
Ricavi e-Commerce	136,2	105,8	28,7%
Vertical Content	16,1	14,4	11,5%
Ricavi	152,3	120,3	26,6%

Con 136,2 milioni di euro di ricavi nei 9M15, in crescita del 28,7% sui 9M14, la divisione *e-Commerce* rappresenta il principale driver di crescita del Gruppo, trainata dalle categorie *core*¹. La divisione *Vertical Content*, con ricavi pari a 16,1 milioni di euro derivanti principalmente da vendita di pubblicità, ha registrato nei 9M15 una crescita dell'11,5% rispetto ai 9M14, accelerando il passo nel 3Q15 rispetto ai trimestri precedenti (+22% sul 3Q14). Nel complesso, Banzai ha realizzato una performance superiore ai suoi concorrenti diretti sia nel contesto nazionale dell'e-commerce che del digital advertising, incrementando quindi ulteriormente la propria quota di mercato.

*e-Commerce (Ricavi per tipologia di prodotto e Indicatori di Performance)*⁴

<i>(In milioni di Euro)</i>	9M15	9M14	Var %	<i>Indicatori di performance</i> ⁴	9M15	9M14	Var %
Elettronica ed Elettrodomestici	94,2	67,6	39,3%	GMV (milioni di Euro) ²	167,3	121,6	37,6%
Abbigliamento/Altro	32,0	26,5	20,6%	Numero di ordini (migliaia)	1.004	778	29,0%
Servizi	10,0	11,7	-14,4%	AOV (Euro) ⁵	137	129	6,2%
Ricavi e-Commerce	136,2	105,8	28,7%	Acquirenti (migliaia) ⁶	509	398	27,9%
Ricavi "core"¹	126,1	94,1	34,1%	N. di pezzi per ordine (#)	2,1	2,3	-8,7%

<i>(In milioni di Euro)</i>	3Q15	3Q14	Var %	<i>Indicatori di performance</i> ⁴	3Q15	3Q14	Var %
Elettronica ed Elettrodomestici	36,1	24,4	48,1%	GMV (milioni di Euro) ²	59,7	40,8	46,5%
Abbigliamento/Altro	8,8	7,2	22,2%	Numero di ordini (migliaia)	323	238	35,7%
Servizi	2,9	3,6	-20,0%	AOV (Euro) ⁵	152	141	7,8%
Ricavi e-Commerce	47,9	35,3	35,8%	Acquirenti (migliaia) ⁶	222	168	32,1%
Ricavi "core"¹	45,0	31,6	42,2%	N. di pezzi per ordine (#)	2,0	2,3	-13,0%

La divisione *e-Commerce* ha registrato nei 9M15 un incremento del 34,1% dei ricavi nelle categorie *core*¹ (Elettronica ed Elettrodomestici, Abbigliamento / altro) rispetto ai 9M14, in forte accelerazione nel 3Q15 (+42,2%YoY sul 3Q14). In particolare i ricavi della categoria "*Elettronica ed Elettrodomestici*", pari a 94,2 milioni di euro nei 9M15, registrano un incremento del 39,3% 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 30 settembre 2015 sono pari rispettivamente a n. 87 e n. 280 (n. 80 e n. 162 al 30 giugno 2015).

Inoltre, nel 3Q15 la categoria "*Elettronica ed Elettrodomestici*" ha beneficiato anche di una estate eccezionalmente calda, che ha spinto oltre le attese le vendite di climatizzatori, portando la crescita nel singolo trimestre al 48% rispetto al 3Q14. Tra gli eventi del trimestre, si segnala infine il raggiungimento di quota 1 milione di download per la App di SaldiPrivati, che nel singolo mese di settembre ha rappresentato il 66% sul totale visite.

⁴ Comprendono il 3P marketplace

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

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

In miglioramento anche i *Key Performance Indicator*: il GMV² (Gross Merchandise Volume) mostra nei 9M15 una crescita del 37,6% rispetto ai 9M14 (+46,5% nel 3Q15), grazie anche al buon andamento dei volumi realizzati nel periodo attraverso il 3P marketplace. Superato il milione di ordini nei 9M15, in crescita del 29% sui 9M14 (+35,7% nel 3Q15); il valore medio del singolo ordine (AOV⁵) è pari a 137 euro, in crescita del 6% rispetto ai 9M14 (+7,8% a 152 euro nel 3Q15); infine il numero degli acquirenti⁶ è pari a 509 migliaia, in crescita del 28% sui 9M14 (+32% nel 3Q15). Decresce invece il numero di pezzi per ordine (-8,7% YoY nei 9M15), per effetto del diverso mix, spostato su Elettronica ed Elettrodomestici.

Vertical Content (Indicatori di performance⁷)

Indicatori di Performance (dati medi mensili)⁷	gen-ago 2015	gen-ago 2014	Var %
Visitatori Unici Mensili (.000)	17,461	17,161	1,7%
Time Spent per Visitatore Unico Mensile (minuti, .000) ⁸	24,3	21,4	13,8%
Active Reach ⁹	60,9%	60,3%	0,9%

La divisione *Vertical Content* registra secondo Audiweb 17,5 milioni di Visitatori Unici Mensili medi negli 8M15, in crescita del 1,7%; il *Time Spent* per Visitatore Unico Mensile⁸ è in media pari a 24,3 minuti nel periodo gennaio-agosto 2015, in crescita del +13,8%; infine l'*Active Reach*⁹ si attesta al 60,9%.

Fatti di rilievo

- **Rafforzata la strategia mobile advertising: Acquisizione di AdKaora**

Il 6 ottobre Banzai Media ha acquisito il 100% di AdKaora Srl, realtà in forte crescita nel campo del mobile advertising e nelle soluzioni di marketing multi-device. Con questa operazione Banzai completa la propria offerta nelle soluzioni di advertising digitale.

- **La App di SaldiPrivati raggiunge quota 1mn di downloads.**

SaldiPrivati ha annunciato l'8 ottobre il raggiungimento di 1 milione di download della propria App. Nel mese di settembre la quota delle visite da App per SaldiPrivati ha raggiunto il 66% sul totale, mentre, considerando il numero di pagine visitate, la percentuale arriva al 77%.

- **Lancio della versione Beta di GialloZafferano Shop**

Dai primi giorni di ottobre GialloZafferano ha lanciato il nuovo negozio online GZ Shop dedicato agli amanti della cucina. GZ Shop, raggiungibile all'interno del sito di GialloZafferano, sfrutta l'infrastruttura di ePrice per offrire agli appassionati un luogo dove trovare tutto l'occorrente per il mondo della cucina: dalle pentole ai forni, dai frullatori ai coltelli, dalle friggitorie alle centrifughe, per un totale di oltre 17.000 prodotti disponibili.

- **Inizio lavori per il nuovo Fulfilment Center in provincia di Milano**

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.

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



COMUNICATO STAMPA

CONVOCAZIONE ASSEMBLEA ORDINARIA DEI SOCI

Convocata l'Assemblea Ordinaria dei Soci per il 25 novembre 2015. La documentazione relativa alle materie all'ordine del giorno prevista dalla normativa vigente è a disposizione del pubblico presso la sede legale della Società, sul sito internet www.banzai.it (sezione Governance) e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info (www.1info.it).

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi si terrà una conference call durante la quale il management di Banzai presenterà i ricavi preliminari al 30 giugno 2015 e l'outlook 2015. Per partecipare alla conference call è necessario comporre uno dei seguenti numeri:

- 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 6 Novembre ai seguenti numeri:

- ITALY: +39 02 72495
 - UK: +44 1 212 818 005
 - USA: +1 718 705 8797
- code: 935#

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

Il presente comunicato è disponibile sui siti internet 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 2014 pari a 185 milioni di euro, è una delle più importanti *Internet Company* del Paese. Ogni mese, 17,5 milioni di utenti 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 87 Pick&Pay distribuiti in 77 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 Consulting
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