

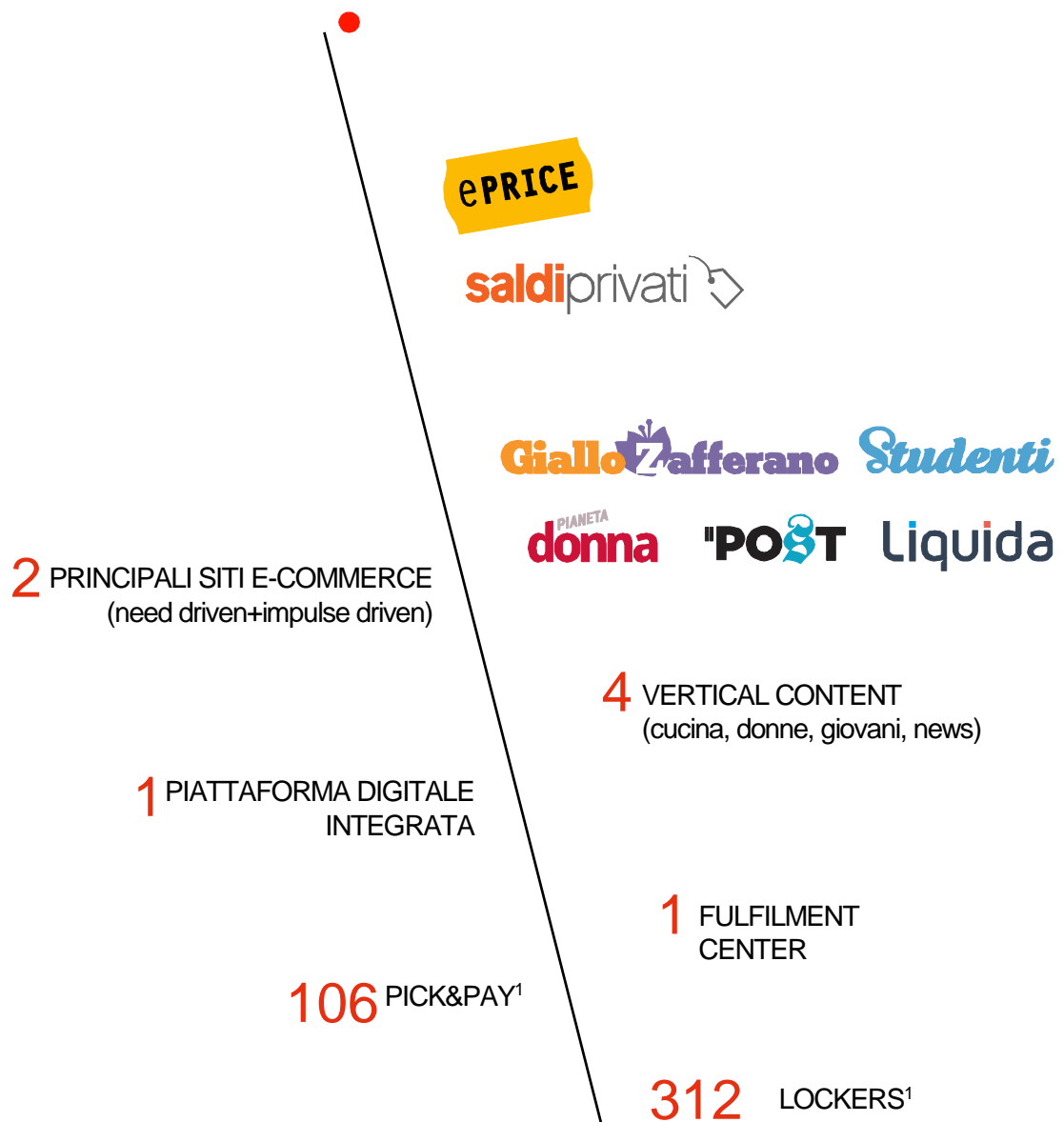


RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE

AL 31 MARZO 2016

banzai^o

IL PRINCIPALE OPERATORE ITALIANO NELL'E-COMMERCE E IL PIÙ INNOVATIVO DIGITAL PUBLISHER DEL PAESE



¹ Al 31 marzo 2016 (sul territorio nazionale).



ORGANI
SOCIALI

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Presidente	Paolo Ainio
Amministratore Delegato	Pietro Scott Jovane
Amministratori non esecutivi	Pierluigi Bernasconi Andrea Biasco Pietro Boroli Matteo Renzulli
Amministratori indipendenti	Roland Berger Maria Pierdicchi Serenella Rossano

COMITATI

Comitato Controllo e Rischi e Parti Correlate

Amministratore Indipendente con funzioni di Presidente	Serenella Rossano
Amministratore Indipendente	Roland Berger
Amministratore Indipendente	Maria Pierdicchi

Comitato per la Remunerazione

Amministratore Indipendente con funzioni di Presidente	Roland Berger
Amministratore non esecutivo	Pierluigi Bernasconi
Amministratore Indipendente	Serenella Rossano

COLLEGIO SINDACALE

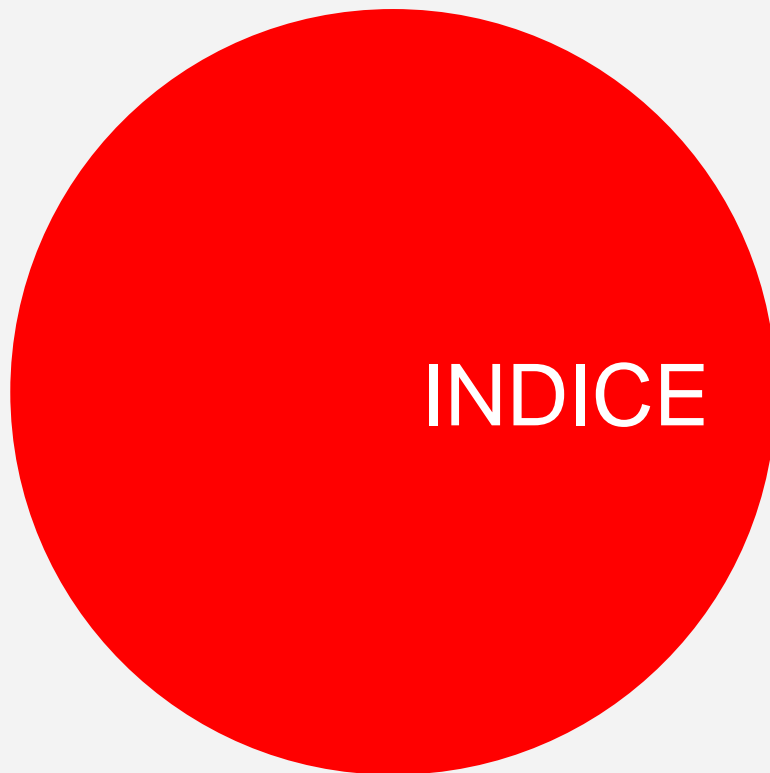
Presidente	Francesco Perrini
Sindaci effettivi	Stefania Bettoni Gabriella Chersicla
Sindaci Supplenti	Luca Zoani Beatrice Galli

ORGANISMO DI VIGILANZA

Presidente	Jean-Paule Castagno
Membri	Fabio Meda Stefania Bettoni

SOCIETÀ DI REVISIONE

Reconta Ernst & Young S.p.A.



INDICE

RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULLA GESTIONE	9
Commento ai risultati del periodo	11
Analisi dei principali risultati economici	11
Analisi dei principali risultati patrimoniali e finanziari	17
Ricerca, sviluppo e innovazione	19
Fatti di rilievo del periodo	20
Fatti di rilievo successivi alla chiusura del periodo	21
Evoluzione prevedibile della gestione	21
PROSPETTI CONTABILI CONSOLIDATI AL 31 MARZO 2015 DEL GRUPPO BANZAI	23
Situazione patrimoniale-finanziaria consolidata	24
Prospetto dell'utile/(perdita) ante imposte consolidata del periodo	25
Rendiconto finanziario consolidato	26
Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato	27
DICHIARAZIONE AI SENSI DELL'ART.154 BIS C.2 DEL D.LGS N. 58/1998	28



RELAZIONE
DEGLI AMMINISTRATORI
SULLA GESTIONE

RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULLA GESTIONE

Base di preparazione del resoconto intermedio sulla gestione

Il 18 marzo 2016 è entrato in vigore decreto legislativo 15 febbraio 2016, n. 25 di attuazione della direttiva 2013/50/UE recante modifiche della Direttiva 2004/109/CE in materia di informazioni sugli emittenti quotati (c.d. Direttiva Transparency) (il "Decreto"). Il Decreto ha eliminato l'obbligo di pubblicazione del resoconto intermedio di gestione al fine di ridurre gli oneri amministrativi a carico degli emittenti quotati e di attenuare l'orientamento ai risultati di breve termine da parte degli emittenti e investitori.

Con avviso del 21 aprile 2016, Borsa Italiana ha specificato che per gli emittenti con azioni quotate al segmento Star continueranno ad applicarsi le disposizioni del Regolamento di Borsa in materia di pubblicazione del resoconto intermedio di gestione e, in particolare, l'articolo 2.2.3, comma 3 del Regolamento di Borsa.

Conseguentemente il presente resoconto intermedio di gestione è stato predisposto in continuità con i precedenti resoconti intermedi, secondo quanto indicato dal preesistente art. 154-ter, comma 5 del Testo unico della Finanza ("TUF"). Pertanto, non sono adottate le disposizioni del principio contabile internazionale relativo all'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34 "Bilanci intermedi").

Per la valutazione e la misurazione delle grandezze contabili incluse nel presente Resoconto Intermedio sulla gestione sono stati applicati i principi contabili internazionali International Accounting Standards (IAS) e International Financial Reporting Standards (IFRS) emanati dall'International Accounting Standards Board (IASB) e le relative interpretazioni emanate dall'International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC), omologati dalla Commissione Europea e in vigore al momento dell'approvazione del presente Resoconto. I principi e i criteri contabili sono omogenei con quelli utilizzati per la redazione del bilancio al 31 dicembre 2015 cui, per maggiori dettagli, si fa rinvio. Nei prospetti economici riportati nel presente resoconto intermedio di gestione è stato evidenziato esclusivamente il risultato prima delle imposte.

In considerazione del fatto che Banzai S.p.A. (di seguito anche "Banzai") detiene partecipazioni di controllo, il Resoconto intermedio è stato redatto su base consolidata. Tutte le informazioni incluse nel presente Resoconto sono relative ai dati consolidati del Gruppo Banzai.

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2016 è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione il 9 maggio 2016.

Le situazioni trimestrali delle società controllate, utilizzate per la redazione del presente Resoconto intermedio di gestione consolidato, sono state predisposte dalle rispettive strutture amministrative ed eventualmente riclassificate per renderle omogenee con quella della controllante.

I dati del presente documento sono espressi in migliaia di Euro, se non diversamente indicato.

L'area di consolidamento al 31 marzo 2016, invariata rispetto al 31 dicembre 2015 è di seguito rappresentata:

SOCIETÀ CONTROLLATE

(con esplicitazione dell'attività svolta e della percentuale di possesso)

Denominazione	Attività	Sede	Percentuale di controllo
Banzai Media Holding S.r.l.	Subholding ramo Vertical Content	Italia	100
Banzai Commerce S.r.l.	Subholding ramo e-Commerce	Italia	100
Banzai Media S.r.l.	Ramo Vertical Content	Italia	100
Banzai Direct S.r.l.	Ramo Vertical Content	Italia	100
MyTrainerCommunity S.r.l.	Ramo Vertical Content	Italia	100
AdKaora S.r.l.	Ramo Vertical Content	Italia	100
Bobo Software S.r.l.	Ramo Vertical Content	Italia	100
ePRICE S.r.l.	Ramo e-Commerce	Italia	100
BNK4 Saldi Privati S.r.l.	Ramo e-Commerce	Italia	100

COMMENTO AI RISULTATI DEL PERIODO

ANALISI DEI PRINCIPALI RISULTATI ECONOMICI

Banzai è la prima piattaforma nazionale di e-Commerce e tra i principali editori digitali in Italia, quotato sul segmento STAR di Borsa Italiana dal 16 febbraio 2015.

Il Gruppo continua la sua crescita nel mercato italiano dell'e-Commerce e del digital publishing. Il capitale raccolto in IPO consentirà di accelerare la crescita dei ricavi e rafforzare la nostra leadership.

ANALISI RICAVI E REDDITIVITÀ'

Ricavi

Il primo trimestre 2016 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%, attestandosi a 67,0 milioni di euro rispetto ai 51,9 milioni di euro del 2015 e questo 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.

<i>(in migliaia di Euro)</i>	Q1 2016	Q1 2015	Var%
e-Commerce	53.485	44.683	19,7%
Vertical Content	6.051	5.048	19,8%
Revenues	59.536	49.732	19,7%

<i>(in milioni di Euro)</i>	Q1 2016	Q1 2015	Var%
GMV	67,0	51,9	29,0%

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

I Ricavi Totali del primo trimestre 2016 si attestano a 59.536 migliaia di euro, con un incremento del 19,7% rispetto a 49.732 migliaia di euro nel primo trimestre 2015.

La divisione e-Commerce, con ricavi pari a 53.485 migliaia di euro in crescita del 19,7%, rappresenta il 90% dei ricavi di gruppo; la divisione Vertical Content ha realizzato una crescita del fatturato del 19,8%, superiore al mercato di riferimento in termini organici ed amplificata dal consolidamento della piattaforma di mobile advertising AdKaora, acquisita ad ottobre 2015.

Il Gruppo nel corso del primo trimestre ha sovra-performato nel contesto nazionale dell'e-commerce e del digital advertising e incrementato la propria quota di mercato.

Ricavi (In migliaia di Euro)	Primo trimestre		
	Q1 2016	Q1 2015	Var %
Elettronica ed Elettrodomestici	37.305	29.198	27,7%
Abbigliamento/Altro	12.198	11.639	4,8%
Servizi	3.982	3.846	3,5%
Ricavi e-Commerce	53.485	44.683	19,7%
Vertical Content	6.051	5.049	19,8%
Ricavi Vertical Content	6.051	5.049	19,8%
Ricavi	59.536	49.732	19,7%

La divisione e-Commerce ha registrato nel primo trimestre del 2016 un incremento del 29,0% del GMV e del 21,2% dei ricavi nelle categorie core (Elettronica ed Elettrodomestici, Abbigliamento / altro) rispetto al primo trimestre del 2015.

In particolare i ricavi della categoria "Elettronica ed Elettrodomestici", pari a 37.305 migliaia di euro nel primo trimestre 2016, 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. 305 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.

Anche la categoria Abbigliamento/Altro, seppure più soggetta ad acquisti d'impulso e di conseguenza al quadro congiunturale non favorevole ha visto i ricavi in crescita del 4,8%.

Per quanto riguarda la categoria servizi, in crescita del 3,5%, essa include principalmente attività di BtB a favore di business partner e dei ricavi per spedizioni a causa del maggiore ricorso alla modalità promozionale di "free shipping" mirata all'incremento dei volumi di vendita nelle categorie "core".

A livello di *Key Performance Indicator* si segnalano i seguenti trend:

e-Commerce	Q1 2016	Q1 2015	Var%
Numero di ordini (migliaia)	398	333	+20%
AOV (euro) ²	138	128	+8%
Acquirenti (migliaia) ³	252	220	+15%
Numero di pezzi per ordine (#)	2,0	2,3	-10%

Nel primo trimestre 2016 sono stati gestiti 398 mila ordini, +20% rispetto al corrispondente periodo del 2015, con un valore medio (AOV) pari a euro 138, in crescita dell'8%, per effetto del mix in favore di categorie ad alto ticket (Elettronica ed Elettrodomestici). Infine il numero degli acquirenti è stato pari a 252 mila, in crescita del 15% rispetto al corrispondente periodo del 2015. Decresce invece il numero di pezzi per ordine (-10%), 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	Gen-feb 2016	Gen-feb 2015	Var%
Visitatori Unici Mensili (.000)	17.895	18.327	-3%
Time Spent per VUM (minuti, .000) ⁴	25	27	-6%
Active Reach ⁵	63%	64%	-3%

In relazione alla divisione Vertical Content si segnala, sulla base dei dati disponibili a fine febbraio 2016, un calo del 3% dei Visitatori Unici Mensili; il Time Spent per Visitatore Unico Mensile nei 2 mesi è stato pari a 25 minuti, in calo del 6%; infine l'Active Reach si è attestato al 63%.

La tabella seguente illustra il Conto Economico Riclassificato per destinazione secondo gli schemi utilizzati dal controllo di gestione del Gruppo.

Euro migliaia	31 marzo 2016	% sui ricavi totali	31 marzo 2015	% sui ricavi totali	Var %
Totale ricavi	59.536	100,0%	49.732	100,0%	19,7%
Costo del venduto ⁶	(48.386)	-81,3%	(39.511)	-79,4%	22,5%
Margine lordo⁷	11.150	18,7%	10.221	20,6%	9,1%
Costi commerciali e di marketing	(4.058)	-6,8%	(3.111)	-6,3%	30,4%
Costi di produzione contenuti	(1.399)	-2,3%	(1.556)	-3,1%	-10,1%
Costi di logistica	(3.540)	-5,9%	(2.748)	-5,5%	28,8%

² Valore medio del singolo ordine di acquisto (IVA esclusa)

³ Acquirenti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel periodo di riferimento.

⁴ Tempo trascorso da ciascun utente su una determinata pagina web.

⁵ Percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un'applicazione, sul totale degli utenti internet in Italia.

⁶ Il **Costo del venduto** include principalmente il costo di acquisto delle merci, e il costo di alcuni servizi fra cui, il costo del trasporto ai clienti, il costo delle commissioni d'incasso, le provvigioni e le commissioni di vendita e i costi editoriali esterni.

⁷ Il **Margine Lordo** è rappresentato dai ricavi netti dedotti i costi del venduto e rappresenta una misura utilizzata dal controllo di gestione dell'Emittente 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.

Costi IT	(1.041)	-1,8%	(1.017)	-2,0%	24%
Costi generali e amministrativi	(3.355)	-5,6%	(2.680)	-5,4%	25,2%
Margine lordo operativo rettificato (EBITDA adjusted)	(2.243)	-3,8%	(892)	-1,8%	151,5%
Costi non ricorrenti	(156)	-0,3%	(784)	-1,6%	-80,1%
Margine lordo operativo (EBITDA)	(2.399)	-4,0%	(1.676)	-3,4%	43,1%
Ammortamenti e svalutazioni	(1.668)	-2,8%	(1.203)	-2,4%	38,7%
RISULTATO OPERATIVO (EBIT)	(4.067)	-6,8%	(2.879)	-5,8%	41,3%
Oneri finanziari netti	(27)	-0,1%	(118)	-0,2%	-77,1%
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(140)	-0,2%	(27)	-0,1%	n.m.
RISULTATO ANTE IMPOSTE (EBT)	(4.234)	-7,1%	(3.024)	-6,1%	40,0%

Margine Lordo

Il Margine Lordo è pari a 11.150 migliaia di euro, in incremento di 929 migliaia di euro, pari al 9,1%, rispetto al primo trimestre del 2015 (10.221 migliaia di euro). In termini percentuali, il rapporto Margine Lordo sui Ricavi è passato dal 20,6% al 31 marzo 2015 al 18,7% al 31 marzo 2016.

Il calo della marginalità rispetto al primo trimestre del 2015 è legato ad un effetto mix, i.e. il crescente peso della divisione e-Commerce rispetto al Vertical Content, oltre al crescente peso del free-shipping, usato come leva promozionale in misura più rilevante a partire dal secondo trimestre 2015 ed infine al consolidamento di AdKaora. Il Margine Lordo del primo trimestre del 2016 è risultato comunque superiore rispetto al 17,7% del quarto trimestre del 2015.

La tabella seguente mostra il confronto del margine lordo percentuale nel primo trimestre 2016 e nel primo trimestre 2015 per area di business e totale consolidato.

<i>Margine Lordo %</i>	Q1 2016	Q1 2015
e-Commerce	13,8%	15,1%
Vertical content	62,6%	68,7%
Consolidato	18,7%	20,6%

In dettaglio, il Margine Lordo della divisione e-Commerce è in crescita del 9,1% in valore assoluto rispetto al primo trimestre del 2015 ed è pari al 13,8% dei ricavi, in calo rispetto al 15,1% del primo trimestre del 2015. 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" a partire dal secondo trimestre dello scorso anno, fenomeno già evidenziato anche sopra. Si sottolinea infine che il margine lordo del primo trimestre risulta stagionalmente più elevato rispetto all'ultimo trimestre dell'anno, ed ha registrato un incremento di 140 punti base (13,8% nel primo trimestre 2016 vs 12,4% nel quarto trimestre 2015), rispetto ai circa 50 punti base di incremento del primo trimestre 2015 rispetto al quarto trimestre 2014

(15,1% nel primo trimestre 2015 vs 14,6% nel quarto trimestre 2015), ad evidenza di una maggiore attenzione sulla marginalità lorda, così come da obiettivo dichiarato per l'anno 2016.

Il Margine Lordo della divisione Vertical Content è pari al 62,6%; la variazione rispetto al primo trimestre del 2015 (68,6%) 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 a partire dal quarto trimestre dello scorso anno.

Margine Operativo Lordo rettificato (EBITDA adjusted)

Il Margine Operativo Lordo rettificato (EBITDA adjusted) è pari a -2.243 migliaia di euro, in contrazione rispetto a -892 migliaia di euro nel primo trimestre del 2015.

La variazione è attribuibile principalmente alla crescita dei costi commerciali e di marketing (+30,4%) e da maggiori costi di logistica (+28,8%); 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.

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 primo trimestre 2015, ben al di sotto dell'incremento dei ricavi confermando la scalabilità della struttura operativa, inclusi i maggiori oneri legati al nuovo assetto di governance e di controllo societario costituito a seguito della quotazione.

Analizzando le singole voci di costo si evidenzia come la voce dei costi commerciali e di marketing sia cresciuta del 30,4% rispetto al primo trimestre 2015, principalmente per i maggiori costi sostenuti nell'acquisizione della clientela della divisione e-commerce. L'incremento dei costi di logistica pari al 28,8% rispetto al primo trimestre del 2015 è dovuto principalmente ai maggiori volumi di vendita della categoria degli elettrodomestici.

Si riporta di seguito il dettaglio dell'EBITDA adjusted per il primo trimestre 2016 e il primo trimestre 2015:

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Primo trimestre			
	31 marzo 2016	% su ricavi	31 marzo 2015	% su ricavi
Risultato operativo	(4.067)	-6,8%	(2.879)	-5,8%
+ Ammortamenti e svalutazioni	1.668	2,8%	1.203	2,4%
Costi non ricorrenti	156	0,3%	784	1,6%
EBITDA adjusted	(2.243)	-3,8%	(892)	-1,8%

Di seguito si riporta l'EBITDA adjusted per area di business, con evidenza dell'incidenza sui ricavi della business unit:

e-Commerce

Primo trimestre

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	% su ricavi	31 marzo 2015	% su ricavi
Risultato operativo	(2.711)	-5,1%	(1.517)	-3,4%
+ Ammortamenti e svalutazioni	1.064	2,0%	615	1,4%
Costi non ricorrenti	-	-	430	1,0%
EBITDA adjusted	(1.647)	-3,1%	(472)	-1,1%

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	% su ricavi	31 marzo 2015	% su ricavi
Risultato operativo	58	1%	(133)	-2,6%
+ Ammortamenti e svalutazioni	534	8,8%	509	10,1%
Costi non ricorrenti	40	0,7%	29	0,6%
EBITDA adjusted	632	10,4%	405	8,0%

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	% su ricavi	31 marzo 2015	% su ricavi
Risultato operativo	(1.414)	n.a	(1.229)	n.a
+ Ammortamenti e svalutazioni	70	n.a	80	n.a
Costi non ricorrenti	116	n.a	325	n.a
EBITDA adjusted	(1.228)	n.a	(824)	n.a

* Include la attività di Holding

Il margine operativo lordo (EBITDA) del primo trimestre 2016 è pari a -2.399 migliaia di euro ed include costi relativi al piano di stock option pari a 156 migliaia di euro; al 31 marzo 2016 includeva costi non ricorrenti per euro 824 relativi a premi corrisposti a personale dipendente e collaboratori legati al positivo raggiungimento dell'obiettivo della quotazione presso la Borsa Italiana.

Reddito Operativo (EBIT)

Il Reddito Operativo (EBIT) è pari a -4.067 migliaia di euro, rispetto a -2.879 migliaia di euro nel primo trimestre del 2015, per effetto del minore Margine Operativo Lordo, come sopra descritto. Gli ammortamenti presentano un incremento del 38,7% rispetto al primo trimestre del 2015 soprattutto per effetto degli importanti investimenti effettuati nel corso del 2015 grazie alle risorse rinvenienti dall'IPO a supporto della crescita.

Reddito ante imposte (EBT)

Il Risultato ante imposte è pari a -4.234 migliaia di euro, rispetto a -3.024 migliaia di euro nel primo trimestre 2015. Gli oneri finanziari netti sono pari a 27 migliaia di euro rispetto a 118 migliaia di euro nel primo trimestre del 2015 con un decremento pari a 91 migliaia di euro (-77,1%); tale riduzione è dovuta al minor ricorso all'indebitamento finanziario in seguito alla raccolta dei proventi in sede di quotazione e a migliori tassi ottenuti sull'indebitamento residuo.

ANALISI DEI PRINCIPALI RISULTATI PATRIMONIALI E FINANZIARI

La tabella seguente presenta lo schema riclassificato per fonti e impieghi della Situazione patrimoniale-finanziaria.

Situazione Patrimoniale – Finanziaria

<i>(migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	31 dicembre 2015
IMPIEGHI		
Capitale Circolante Netto ⁸	1.737	776
Immobilizzazioni ⁹	57.273	55.650
Attività a lungo termine ¹⁰	12.136	12.120
Fondo del personale	(3.914)	(3.741)
Passività a lungo termine ¹¹	(3.888)	(3.877)
Capitale Investito Netto¹²	63.344	60.928
FONTI		
Liquidità/Indebitamento Finanziario Netto ¹³	16.648	23.205
Patrimonio Netto	(79.992)	(84.133)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	(63.344)	(60.928)

Capitale Circolante Netto

Il Capitale Circolante Netto è aumentato di 961 migliaia di euro principalmente per effetto del decremento dei debiti commerciali per euro 8.871 dovuto all' effetto stagionale a seguito degli alti volumi di acquisto del quarto trimestre, parzialmente bilanciata da una riduzione delle rimanenze per euro 3.900 migliaia e dei crediti per 2.349 migliaia.

In particolare la variazione dei debiti e delle rimanenze è dovuta principalmente a maggiori acquisti che il Gruppo aveva effettuato al 31 dicembre 2015 su base opportunistica e a complemento del proprio modello di "virtual reseller", per catturare un maggior numero di offerte vantaggiose e migliorare la gamma di prodotti e i livelli di servizio nel periodo delle festività natalizie.

⁸ 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.

⁹ Le **Immobilizzazioni** rappresentano la somma di impianti e macchinari, attività immateriali, partecipazioni in società collegate e attività finanziarie non correnti.

¹⁰ 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.

¹¹ Le **Passività a lungo termine** sono composte dalle passività per imposte differite e dai fondi per rischi ed oneri.

¹² 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.

¹³ 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.

Si riporta di seguito la composizione del Capitale Circolante Netto.

Capitale Circolante Netto

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	31 dicembre 2015	Variazione
Rimanenze	20.525	24.425	(3.900)
Crediti Commerciali ed altri crediti	14.733	17.081	(2.348)
Debiti Commerciali e altri debiti	(30.250)	(39.121)	8.871
Capitale Circolante Commerciale	5.008	2.385	2.623
Altri crediti e debiti correnti	(3.271)	(1.609)	(1.662)
Capitale Circolante Netto	1.737	776	961

Immobilizzazioni

Le Immobilizzazioni sono aumentate al 31 marzo 2016 di 1.625 migliaia di euro rispetto al 31 dicembre 2015 a fronte di investimenti netti per euro 161 migliaia in acquisto di hardware e attrezzature per le nostre sedi operative e il nostro centro logistico, per euro 2.337 per investimenti nella piattaforma, nello sviluppo del nuovo sistema contabile e gestionale ERP e per euro 793 migliaia connesse all'incremento della quota di partecipazione nella società collegata Il Post al 38,16%. Le immobilizzazioni sono diminuite principalmente a causa degli ammortamenti registrati nel periodo per 1.626 migliaia di euro.

Patrimonio Netto

La variazione del Patrimonio Netto è principalmente imputabile al risultato del periodo, oltre alle variazioni delle riserve per stock option e per utili attuariali.

Si riporta di seguito la composizione della Posizione Finanziaria Netta, secondo quanto previsto dalla Comunicazione Consob del 28 luglio 2006 e in conformità con le Raccomandazioni ESMA/2011/81.

Posizione Finanziaria Netta

<i>(migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	31 dicembre 2015
(A) Cassa	(197)	(109)
(B) Altre disponibilità liquide	(26.213)	(33.434)
(C) Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
(D) Liquidità (A)+(B)+(C)	(26.410)	(33.543)
(E) Crediti finanziari correnti	(724)	(738)
(F) Debiti finanziari correnti	2.814	3.081
(G) Parte corrente dell'indebitamento non corrente	7.245	1.250
(H) Altri debiti finanziari correnti	49	54
(I) Indebitamento finanziario corrente (F)+(G)+(H)	10.108	4.385
(J) Liquidità/Indebitamento finanziario corrente netto (D)+(E)+(I)	(17.026)	(29.896)
(K) Debiti bancari non correnti	316	6.619
(L) Obbligazioni emesse	-	-
(M) Altri debiti non correnti	62	72
(N) Indebitamento finanziario non corrente (K)+(L)+(M)	378	6.691
(O) (Liquidità)/Indebitamento Finanziario Netto (J)+(N)	(16.648)	(23.205)

Al 31 marzo 2016 il Gruppo presenta una Liquidità Netta pari a 16.648 migliaia di euro. La Variazione è principalmente imputabile alle risorse finanziarie assorbite dalle attività di investimento precedentemente descritte e pari ad euro 3.389 migliaia di euro e dell'assorbimento di risorse finanziarie a fronte della gestione operativa per euro 3.167 migliaia. Tale assorbimento è in parte dovuto alla strategia di crescita del gruppo annunciata in occasione della quotazione che prevede sia investimenti tecnologici sia una forte accelerazione dei ricavi e della quota di mercato anche grazie a maggiori investimenti in marketing.

Si segnala come i flussi di cassa del primo trimestre registrino un miglioramento rispetto al primo trimestre dello scorso anno. In particolare l'assorbimento di risorse finanziarie a fronte della gestione operativa è passato da 4.224 migliaia a 3.167 migliaia con un miglioramento di 1.057 migliaia dovuto principalmente al minore assorbimento del circolante per effetto in particolare della riduzione del valore delle Rimanenze. In aggiunta anche l'assorbimento delle risorse finanziarie generato dall'attività d'investimento si è ridotto di 1.048 migliaia, passando da 4.437 migliaia nel primo trimestre del 2015 a 3.389 migliaia del primo trimestre del 2016 a causa dell'acquisizione di Mypersonaltrainer effettuato lo scorso anno per oltre 1,6 milioni parzialmente compensato dall'investimento effettuato nel primo trimestre di quest'anno nella società collegata Il Post.

RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE

L'attività di sviluppo è di particolare rilevanza per il Gruppo: essa è finalizzata tanto all'ideazione di nuove soluzioni, di nuovi prodotti e servizi da integrare nell'offerta commerciale di Banzai quanto alla continua innovazione di quelli già esistenti, anche in relazione all'introduzione di nuove tecnologie e di nuovi modelli di sviluppo di business (in relazione, ad esempio, all'utilizzo

di dispositivi mobili o dei social network). Il Gruppo adotta un approccio interdisciplinare che trova il proprio maggiore punto di forza proprio nella stretta collaborazione tra sviluppo, tra produzione e marketing, al fine di poter rispondere rapidamente ed efficacemente ai continui mutamenti delle preferenze espresse dai consumatori.

Nel corso del primo trimestre 2016, 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. Il Gruppo ha proseguito nello sviluppo della piattaforma tecnologica integrando, quando possibile, componenti disponibili sul mercato. Il paradigma architetturale di riferimento segue una struttura che è esposta a servizi nei quali le componenti software possono essere integrate e cooperare mediante tecnologie standard.

È proseguito lo sviluppo della piattaforma per la gestione dei servizi specialistici local legati al mondo degli elettrodomestici (MDA), la costruzione/attivazione della rete di delivery premium ed installazioni professionali. Tale rete consiste nello sviluppo di un motore di gestione dei servizi di trasporto ed installazione rivolto in particolare alle vendite degli elettrodomestici. La piattaforma include numerosi servizi innovativi, ad esempio permette di gestire in tempo reale la disponibilità e la pianificazione degli installatori, di avere un operatore che seguirà l'ordine del cliente end to end (ed anche la possibilità di utilizzo di un call center dedicato), la definizione di una sequenza di domande bloccanti nidificabili e differenziate per tipologia di prodotto, da presentare al cliente nel corso della definizione delle caratteristiche del servizio (ad esempio piano, disponibilità e larghezza di accesso dell'ascensore, larghezza delle scale, ...), di fornire al cliente informazioni sul tecnico installatore che si recherà presso il domicilio, di differenziare i prezzi dei servizi rispetto ad un listino standard.

È proseguito l'ampliamento della infrastruttura di accesso e dei DataCenter, in particolare sono stati ampliati gli storage, sono stati acquisiti nuovi software per la sicurezza degli accessi alle applicazioni aziendali.

Sono proseguite le attività di sviluppo piattaforma software di logistica, è stato definito il contratto di locazione del nuovo fulfillment center che sarà operativo all'inizio del secondo semestre 2016.

Il Gruppo sta inoltre investendo su nuove piattaforme gestionali come quella di pricing che permetterà di monitorare meglio la concorrenza ed il comportamento dei clienti o il nuovo WMS che permetterà di gestire in modo ancora più proattivo tutta la funzione logistica.

FATTI DI RILIEVO DEL PERIODO

Nel gennaio 2016 il Gruppo ha incrementato la propria partecipazione nella società collegata "Il Post" dal 24,01% al 38,16% mediante acquisto quote di alcuni soci e successivo aumento di capitale per un investimento complessivo di circa euro 793 migliaia.

In data 17 marzo la Società ha comunicato di avere ricevuto offerte di acquisto per Banzai Media Holding (divisione Vertical Content), a seguito dell'interesse manifestato da più parti. 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. In data 4 maggio Banzai ha comunicato di aver concesso una proroga dell'esclusiva sino al 15 maggio 2016. Ai sensi dei principi contabili di riferimento quanto sopra non impatta la valutazione né la classificazione di alcuna posta al 31 marzo 2016.

FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO

Durante il Consiglio di Amministrazione del 9 maggio 2016 che ha approvato il presente resoconto intermedio di gestione, è stata altresì deliberata la cessione dell'intera partecipazione in Banzai Media Holding S.r.l. al Gruppo Mondadori. Essendo Banzai Media Holding la Subholding che controlla tutte le società operanti nel ramo operativo Vertical Content, tale vendita comporta la cessione del ramo Vertical Content. In considerazione del fatto che le condizioni per considerare tale ramo come "posseduto per la vendita" ai sensi dei principi contabili di riferimento ed in particolare dell'IFRS 5 sono state soddisfatte successivamente al 31 marzo 2016, data di riferimento del presente resoconto intermedio sulla gestione, le attività e le passività correlate a tale ramo non sono state classificate come possedute per la vendita, coerentemente con il bilancio al 31 dicembre 2015.

Successivamente alla data di chiusura del primo trimestre e fino all'approvazione del presente resoconto intermedio di gestione non si sono verificati altri eventi di rilievo.

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 GMV 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 and Pay e Lockers rispettivamente fino a circa 150 e 400, in modo da raggiungere una fetta sempre più ampia della popolazione nazionale.

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 esercizio.



PROSPETTI CONTABILI
CONSOLIDATI
AL 31 MARZO 2016
DEL GRUPPO BANZAI

SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA CONSOLIDATA

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	31 dicembre 2015
ATTIVITÀ NON CORRENTI		
Impianti e Macchinari	3.032	3.113
Attività immateriali	50.428	49.475
Partecipazioni in società collegate	1.868	1.114
Attività finanziarie non correnti	1.945	1.946
Altre attività non correnti	212	214
Attività per imposte differite	11.924	11.906
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	69.409	67.768
ATTIVITÀ CORRENTI		
Rimanenze	20.525	24.425
Crediti commerciali e altri crediti	14.733	17.081
Altre attività correnti	5.031	7.594
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	26.410	33.543
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	66.699	82.643
TOTALE ATTIVITÀ	136.108	150.411
 PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ		
PATRIMONIO NETTO		
Capitale sociale	821	821
Riserve	83.405	94.068
Risultato del periodo	(4.234)	(10.756)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	79.992	84.133
PASSIVITÀ NON CORRENTI		
Debiti verso banche e altri finanziatori	378	6.691
Fondi del personale	3.914	3.741
Altre Passività non correnti	3.888	3.876
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	8.180	14.308
PASSIVITÀ CORRENTI		
Debiti commerciali e altri debiti	30.250	39.121
Debiti verso banche e altri finanziatori	10.108	4.385
Altre passività correnti	7.578	8.464
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	47.936	51.970
TOTALE PASSIVITÀ	56.116	66.278
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	136.108	150.411

PROSPETTO DELL'UTILE/(PERDITA) ANTE IMPOSTE CONSOLIDATA DEL PERIODO

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31 marzo 2016	31 marzo 2015
Ricavi	59.536	49.732
Altri proventi	117	46
Costi per materie prime e merci	(43.266)	(36.006)
Costi per servizi	(14.046)	(10.999)
Costi per il personale	(4.427)	(4.166)
Ammortamenti e svalutazioni	(1.668)	(1.203)
Altri oneri	(313)	(283)
Risultato operativo	(4.067)	(2.879)
Oneri finanziari	(82)	(137)
Proventi finanziari	55	19
Quota di pertinenza del risultato di società collegate	(140)	(27)
Perdite di valore di attività finanziarie	-	-
Risultato ante imposte	(4.234)	(3.024)

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

(In migliaia di Euro)

	31 marzo 2016	31 marzo 2015
FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE		
Risultato netto dall'attività di funzionamento	(4.234)	(3.024)
Risultato netto derivante da attività destinate alla dismissione	0	0
Risultato dell'esercizio	(4.234)	(3.024)
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile d'esercizio al flusso di cassa generato dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	1.626	1.204
Svalutazione crediti	43	0
Accantonamento al fondo benefici dipendenti	240	174
Svalutazione magazzino	60	(3)
Variazione fondo benefici dipendenti	(146)	(101)
Variazione altre passività non correnti	12	0
Quota di pertinenza del risultato d'esercizio di società collegate	140	27
Altre variazioni non monetarie	156	0
Variazioni nel capitale circolante		
Variazione delle rimanenze	3.840	(1.787)
Variazione dei crediti commerciali	2.305	1.151
Variazione delle altre attività correnti	2.548	737
Variazione dei debiti commerciali	(8.871)	(2.882)
Variazione degli altri debiti	(886)	280
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE	(3.167)	(4.224)
FLUSSO DI CASSA NETTO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Acquisizione attività materiali	(161)	(229)
Variazione Altre attività non correnti	2	7
Acquisizione attività immateriali	(2.337)	(2.423)
Erogazione finanziamenti attivi	(100)	(150)
Acquisizione di società collegate	(793)	0
Acquisizione di società controllate	0	(1.642)
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO (ASSORBITO) DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO	(3.389)	(4.437)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO		
Debiti finanziari	(591)	1.354
Aumento di capitale	0	48.824
Crediti finanziari correnti	14	(98)
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO	(577)	50.080
(Diminuzione)/Incremento delle disponibilità liquide	(7.133)	41.419
Differenze di cambio nette sulle disponibilità liquide		
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DEL PERIODO	33.543	9.379
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DEL PERIODO	26.410	50.798

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DEL PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

	Capitale Sociale	Sovrapprezzo Azioni	Riserva Legale	Azioni Proprie	Riserva Stock Option	Altre riserve di capitale	Utili/(perdite) a nuovo	Riserva FTA	Benefici dipendenti	Totale
Saldo al 31 dicembre 2015	821	124.154	1	(791)	220	538	(39.289)	(1.351)	(171)	84.132
Risultato esercizio							(4.234)			(4.234)
Altre componenti di conto economico complessivo										0
che non saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio									(62)	(62)
che saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio										0
Risultato complessivo							(4.234)		(62)	(4.296)
Aumento di capitale										0
Altre operazioni sul capitale										0
Pagamenti basati su azioni					156					156
Destinazione del risultato										-
Saldo al 31 marzo 2106	821	124.154	1	(791)	376	538	(43.523)	(1.351)	(233)	79.992

	Capitale Sociale	Sovrapprezzo Azioni	Riserva Legale	Azioni Proprie	Altre riserve di capitale	Utili/(perdite) a nuovo	Riserva FTA	Benefici dipendenti	Totale
Saldo al 31 Dicembre 2014	653	75.607	1	(791)	538	(31.193)	(1.350)	(351)	43.114
Risultato esercizio						(3.024)			(3.024)
Altre componenti di conto economico complessivo									-
che non saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio									-
che saranno successivamente riclassificate nel risultato d'esercizio									-
Risultato complessivo	-	-	-			(3.024)	-	-	(3.024)
Aumento di capitale	160	50.087							50.247
Altre operazioni sul capitale									-
Acquisto e vendita azioni proprie									-
Destinazione del risultato			(2.660)			2.660			-
Saldo al 31 marzo 2015	813	123.034	1	(791)	538	(31.557)	(1.350)	(351)	90.337

Il Presidente
Paolo Ainio

DICHIARAZIONE AI SENSI DELL'ART.154 BIS C.2 DEL D.LGS N. 58/1998

Il sottoscritto Emanuele Romussi, Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Banzai S.p.A. attesta in conformità a quanto previsto dal secondo comma dell'art. 154-bis del Testo Unico della Finanza che il Resoconto consolidato intermedio di gestione al 31 marzo 2016 del Gruppo Banzai corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari
Emanuele Romussi