

CLOSING DELL'ACQUISIZIONE DI BANZAI MEDIA HOLDING

Segrate, 8 giugno 2016 - Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. informa di aver perfezionato in data odierna l'acquisizione di Banzai Media Holding S.r.l. (divisione *vertical content* del Gruppo Banzai)¹, in esecuzione dell'accordo già comunicato al mercato lo scorso 10 maggio 2016.

Il valore della transazione è pari a 24,6 milioni di euro, sulla base di un *enterprise value* (componente fissa) di 41 milioni di euro e di un indebitamento finanziario netto normalizzato di 16,4 milioni di euro (che include debiti finanziari verso la controllante Banzai S.p.A. e 3,3 milioni di euro per componenti differite di prezzo relative ad alcune partecipazioni).

Il corrispettivo è stato regolato in data odierna per cassa, tramite l'utilizzo di una linea di credito dedicata a disposizione del Gruppo.

È inoltre previsto un *earn-out*, pari a 4 milioni di euro a favore di Banzai S.p.A., che sarà corrisposto all'eventuale conseguimento di risultati predeterminati relativi al triennio 2016-2018.

Il perimetro acquisito - che verrà consolidato con decorrenza 1° giugno 2016 - ha registrato nell'esercizio 2015 ricavi per 24 milioni di euro, un EBITDA (ante non ricorrenti) di 4 milioni di euro, con 17,1 milioni di utenti unici.

Nel primo trimestre 2016 i ricavi sono risultati in crescita del 20% circa (a 6 milioni di euro rispetto ai 5 milioni di euro del 31 marzo 2015, anche per effetto del consolidamento della piattaforma di mobile advertising AdKaora acquisita da Banzai nell'ottobre 2015) e l'EBITDA ante non ricorrenti si è attestato a 0,7 milioni di euro (0,5 milioni al 31 marzo 2015).

Con questa operazione il Gruppo Mondadori diventa il primo editore italiano in ambito digitale, forte di una leadership in settori chiave - *women, food, health&wellness* - complementari e sinergici con i brand già in portafoglio.

L'integrazione della piattaforma innovativa e delle competenze di Banzai Media con l'eccellenza dei contenuti di Mondadori, consentiranno al Gruppo di sviluppare il posizionamento dei propri brand nel digitale, secondo un modello di business in grado, da una parte, di intercettare nuovi utenti e audience; dall'altra, di rafforzare la propria offerta nei servizi di *digital marketing*, cogliendo anche opportunità di innovazione di prodotto e di *brand extension*.

¹ Dal perimetro acquisito è escluso il segmento news, costituito dalla partecipazione di Banzai in Il Post S.r.l e dal ramo d'azienda relativo al sito *Giornalettismo*.