

COMUNICATO STAMPA

ITALIAONLINE S.P.A. ANNUNCIA I RISULTATI 2014

IL GRUPPO CHIUDE IL 2014 CON RICAVI NETTI, EBITDA E UTILE IN CRESCITA. RISULTATI SUPERIORI RISPETTO ALLE ATTESE

- Ricavi: €95,5 MN (+3,5% vs. 2013)
- EBITDA ADJ: €34 MN (+57% vs. 2013)*
- Risultato Netto ADJ: €14,8 MN (vs. €1,2 MN del 2013)*
- Generazione di cassa: €19,3 MN (+91% vs. 2013)

Milano, 10 Aprile 2015 - Il Consiglio di Amministrazione di Italiaonline S.p.A. ha esaminato e approvato il Progetto di Bilancio di Esercizio e il Bilancio Consolidato di Gruppo 2014. La decisa crescita di tutti i principali indicatori, rispetto al 2013, riflette l'importante lavoro svolto dal management per dare esecuzione al piano industriale attraverso il completamento del processo di integrazione di Matrix, a seguito del merger, nonché attraverso l'ottimizzazione dei costi e, soprattutto, lo sviluppo di nuovi prodotti nell'ambito della strategia di evoluzione dei contenuti e linee di business.

Risultati economici consolidati al 31 dicembre 2014

I Ricavi del Gruppo ammontano a €95,5 milioni, in aumento del 3,5% rispetto al 2013. In particolare si evidenzia l'aumento del 5,5% nel Digital Advertising, core business di Italiaonline, che sale fino al 10% se si esamina nello specifico il segmento Display. Risultati che, in un contesto di mercato generale ancora molto sfidante per le imprese, sottolineano una performance industriale anche superiore all'andamento del mercato, la cui raccolta complessiva di pubblicità online vede registrare (fonte: Nielsen) una crescita del 2,1%, che sale al + 7,6% se si allarga il perimetro dell'analisi alle categorie digital non abitualmente monitorate. Inoltre, la crescita della raccolta pubblicitaria di Italiaonline nel corso dell'esercizio 2014, ha ricevuto un importante contributo dal segmento del programmatic advertising, ed in particolare dalle pianificazioni di retargeting, che è cresciuto in generale a doppia cifra anno su anno.

Il risultato di Italiaonline è stato sostenuto nel 2014 anche dal lancio e dallo sviluppo di nuovi prodotti sia sul fronte desktop che mobile. Oggi Italiaonline può contare su un portafoglio di 8 portali verticali che si affiancano a Libero e Virgilio, alla piattaforma video ViTV e al servizio 1254. Si sono infatti aggiunti i verticali SiViaggia.it, Cibodistrada.it e FoodInItaly.com al portfolio esistente e in costante crescita dei canali già online, come DiLei.it, TotalTech.it, QuiFinanza.it, MotorLife.it, SportStadio.it.

Molti di questi ricoprono posizioni di leadership nelle rispettive categorie, come ad esempio TotalTech e QuiFinanza.

Italiaonline ha inoltre dato particolare rilevanza al mobile, rinnovando e lanciando nuove app nel corso del 2014 e investendo nello sviluppo di due nuove applicazioni che saranno annunciate a breve e che permetteranno di raggiungere in maniera innovativa nuovi utenti e quindi accrescere l'audience.

Forte il focus anche per il settore video, grazie alla partnership tra Italiaonline e Mediaset e alla nascita, lo scorso luglio, di Gold 5, nuova concessionaria pubblicitaria specializzata nell'offerta di soluzioni di video display advertising, costituita dai principali player di settore.

L'**EBITDA ADJ** pari a **€34 milioni** (+36% sui ricavi), nel 2014 registra un incremento del 57% rispetto al 2013, riflettendo l'importante lavoro svolto dal management sul fronte dell'efficientamento e delle sinergie generate dalla fusione con Matrix. Particolarmente positivo è quindi anche il **Risultato Operativo (EBIT)** che, con un valore pari a **€21,8 milioni**.

Il **Risultato Netto ADJ** è pari a **€14,8 milioni**, in forte miglioramento rispetto ai €1,2 milioni del 2013.

La **Generazione di Cassa** si attesta a **€19,3 milioni**, in grande crescita rispetto ai 10,1 milioni del 2013 (+91%).

La **Posizione Finanziaria Netta** è pari a **€28,7 milioni**.

Risultati superiori alle attese

Grazie alla corretta esecuzione della strategia e alla capacità di cogliere le opportunità di mercato, le performance registrate da Italiaonline nel 2014 risultano superiori anche rispetto al consensus raccolto dagli analisti. Infatti, con l'unica eccezione dei ricavi per i quali il consensus (€96,8 milioni) si è attestato leggermente sopra ai €95,5 milioni registrati, i principali indicatori risultano nettamente sopra le attese: l'EBITDA adjusted si è attestato a €34 milioni (vs i €33,2 milioni del consensus che supera del 2,6%), il

Risultato Netto adjusted si è attestato a €14,8 milioni (vs un consensus pari a 13,9 milioni di euro che supera del 6,7%), mentre la generazione di cassa si attesta a €19,3 milioni (vs un consensus pari a €13,4 milioni, che supera del 44%).

*Al netto dei costi dell'IPO

ITALIAONLINE

Con sede a Milano, Italiaonline è la prima internet company italiana e ha tra i suoi asset la mail più diffusa del Paese; conta 15,3 milioni di visitatori unici mensili da personal computer, 2,5 miliardi di pagine viste mese, oltre 11 milioni di account email attivi e una *active reach* del 56%. Da febbraio 2013 la Società raggruppa tutti i brand e gli asset di Matrix S.p.a. e di Libero S.r.l. Oltre ai portali Libero.it e Virgilio.it, Italiaonline include ad oggi i web magazine Di-Lei, Total Tech, QuiFinanza, SportStadio, MotorLife, SiViaggia, CiboDiStrada e FoodInItaly, la piattaforma video ViTV e l'utility 1254. Italiaonline è indirettamente controllata da Orascom TMT Investments S.à r.l. tramite la sussidiaria Libero Acquisition S.à r.l. di cui detiene il pieno controllo.

MEDIA CONTACT

Simona Vecchies - Giorgio Marigliano

Image Building

Via Privata Maria Teresa, 11 20123 Milano

Mobile: +39 02 89011300

E-mail: tlc@imagebuilding.it