



GRUPPO TRIBOO MEDIA

Società Capogruppo
Triboo Media S.p.A.
Sede in Milano (MI) – Viale Sarca, 336
Capitale Sociale euro 15.963.600,00 i.v.
Codice fiscale 02387250307
R.E.A. n. MI 1906661

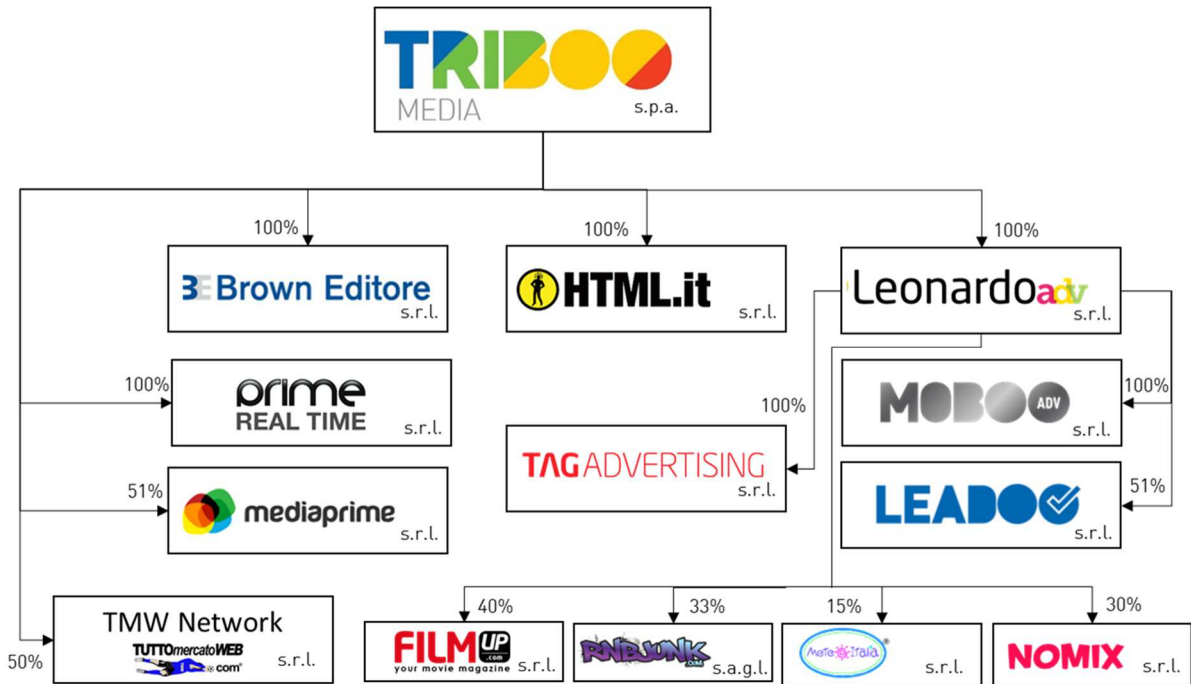
RELAZIONE FINANZIARIA

SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016





STRUTTURA DEL GRUPPO TRIBOO MEDIA AL 29 SETTEMBRE 2016





COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO

Consiglio di Amministrazione di Triboo Media S.p.A.

Giulio Corno	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Gabriele Mirra	Amministratore Delegato
Giangiacomo Corno	Consigliere
Vittorio Coda	Consigliere Indipendente
Cinzia Parolini	Consigliere Indipendente

Collegio Sindacale di Triboo Media S.p.A.

Alessandro Savorana	Presidente del Collegio Sindacale
Sebastiano Bolla Pittaluga	Sindaco Effettivo
Andrea Peresson	Sindaco Effettivo

Società di Revisione

La relazione finanziaria semestrale consolidata del Gruppo al 30 giugno 2016, è assoggettata a revisione contabile limitata da parte della società di revisione **Ria Grant Thornton S.p.A.**



Indice

RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULLA GESTIONE AL 30 GIUGNO 2016

1. Scenario di mercato e posizionamento del Gruppo.....	8
Analisi dei prodotti pubblicitari	8
Analisi dei prodotti editoriali	12
Analisi del mercato pubblicitario italiano	14
Evoluzione del mercato di riferimento.	15
2. Fatti di rilievo del periodo	17
3. Andamento della gestione del Gruppo	19
4. Sintesi dei dati economici	20
5. Sintesi dei dati patrimoniali	21
6. Sintesi dei dati finanziari.....	22
7. Rapporti con parti correlate	23
8. Attività di sviluppo	24
9. Informazioni attinenti all’ambiente e al personale	25
10. Informazioni sui principali rischi ed incertezze.....	25
11. Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del semestre.....	26
12. Evoluzione prevedibile della gestione	26

PROSPETTI CONTABILI DELLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016

Situazione patrimoniale finanziaria consolidata.....	28
Conto economico complessivo consolidato	29
Rendiconto finanziario consolidato	30
Movimentazione del patrimonio netto consolidato al 30/06/2016 e 31/12/2015	31

NOTE ILLUSTRATIVE ALLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016

1. Dichiarazione di conformità ai principi contabili internazionali	32
2. Forma e contenuto della relazione finanziaria semestrale consolidata	32
Uso di stime	34
3. Criteri generali di redazione e principi di consolidamento	34
Struttura del Gruppo	34
Principi di consolidamento	35
4. Sintesi dei principi contabili e dei criteri di valutazione adottati.....	38



5. Note illustrative alla situazione patrimoniale finanziaria 43

1. Attività materiali.....	43
2. Avviamento	44
3. Attività immateriali a vita utile definita	45
4. Attività immateriali a vita utile indefinita	46
5. Partecipazioni.....	47
6. Attività finanziarie non correnti.....	47
7. Altre attività non correnti	48
8. Crediti commerciali.....	49
9. Attività finanziarie correnti.....	50
10. Disponibilità liquide	51
11. Attività per imposte correnti	51
12. Altre attività correnti	52
13. Patrimonio netto.....	52
14. Fondi per benefici a dipendenti	54
15. Fondi per rischi specifici	55
16. Passività per imposte differite	55
17. Passività finanziarie correnti.....	55
18. Debiti commerciali	56
19. Passività per imposte correnti	56
20. Altre passività correnti	57

6. Note illustrative al conto economico complessivo..... 58

21. Ricavi	58
22. Altri ricavi operativi	58
23. Costi capitalizzati per costruzioni interne.....	59
24. Costi per servizi.....	60
25. Costi per il personale	61
26. Altri costi operativi	62
27. Ammortamenti	63
28. Svalutazioni ed accantonamenti.....	63
29. Proventi ed oneri finanziari netti.....	63
30. Rettifica di valore di attività finanziarie.....	64
31. Proventi (oneri) da partecipazioni	64
32. Imposte sul reddito	64
Voci del conto economico complessivo.....	65



RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SULLA GESTIONE AL 30 GIUGNO 2016

Signori Azionisti,

la relazione finanziaria semestrale consolidata del Vostro Gruppo al 30 giugno 2016 registra un fatturato consolidato di euro 16.574 mila (euro 15.892 mila al 30 giugno 2015), un risultato ante imposte di euro 2.464 mila e un risultato netto pari a euro 1.903 mila (rispettivamente euro 2.761 mila ed euro 1.793 mila al 30 giugno 2015).

Al 30 giugno 2016, il Gruppo presenta una posizione finanziaria netta consolidata positiva pari a euro 9.091 mila (euro 9.398 mila a fine 2015). Le disponibilità liquide sono positive e pari a euro 9.129 mila, rispetto a euro 9.708 mila al 31 dicembre 2015.

I risultati citati sono stati ottenuti operando sul mercato della pubblicità su *internet*, segmento in cui il Gruppo Triboo Media svolge l'attività di concessionaria di pubblicità e di editoria *on line*, concentrandosi unicamente sul mercato italiano e annoverando tra i propri clienti sia Centri Media che clienti diretti di primaria importanza.

La configurazione dell'organizzazione del Gruppo ruota attorno alla Triboo Media S.p.A., società Capogruppo, che svolge il ruolo di direzione e coordinamento verso tutte le società direttamente o indirettamente da essa controllate. Tale attività consiste principalmente nella definizione delle linee guida strategiche e degli obiettivi da perseguire. Le Società controllate e le partecipate del Gruppo possono essere suddivise in due categorie di società distinte: le società editoriali, le quali compongono l'ASA Editoriale del Gruppo, e le concessionarie di pubblicità, le quali compongono l'ASA Advertising del Gruppo.

L'ASA Editoriale, di più recente definizione, è stata istituita e definita tramite le importanti acquisizioni, avvenute nel corso del 2014, del 100% di HTML.it S.r.l. e del 51% di Media Prime S.r.l. e ulteriormente rafforzata con l'acquisizione di Brown Editore S.r.l. avvenuta a dicembre 2015.

Al Network editoriale di HTML.it S.r.l., composto da siti editoriali proprietari di successo come HTML (<http://www.HTML.IT/>), motori (<http://www.motori.it/>), agrodolce (<http://www.agrodolce.it/>), PMI (<http://www.pmi.it/>), gravidanza on line (<http://www.gravidanzaonline.it/>), webnews.it (<http://www.webnews.it/>) e greenstyle (<http://www.greenstyle.it/>), si sono aggiunti i prodotti digitali e



non di Brown Editore S.r.l., noto editore finanziario le cui principali testate sono borse.it (<http://www.borse.it/>), finanzaonline.com (<http://www.finanzaonline.com/>) e finanza.com (<http://www.finanza.com/>). L'esperienza più che decennale di HTML.it S.r.l. e l'ottimo posizionamento dei siti finanziari di Brown Editore S.r.l., rappresentano, quindi, una nuova opportunità di crescita, avvalorata ulteriormente da un management esperto nella creazione e gestione di prodotti editoriali di successo.

L'investimento in Media Prime S.r.l., invece, ha permesso al Gruppo di acquisire la più grande community facebook® al femminile robadadonne (robadadonne.it & facebook.com/robadadonne), oltre che il know how necessario, anche dal punto di vista di profili manageriali, per gestire la nascente ASA Editoriale all'interno del Gruppo.

L'ASA Advertising, invece, è composta da Leonardo ADV S.r.l., concessionaria principale del Gruppo posseduta al 100% da Triboo Media S.p.A., da TAG Advertising S.r.l., concessionaria posseduta al 100% da Leonardo ADV S.r.l. e specializzata nella vendita di prodotti pubblicitari costruiti ad hoc sui prodotti editoriali della HTML.it S.r.l., da Moboo S.r.l. (in precedenza Motormag S.r.l.), concessionaria controllata anch'essa da Leonardo ADV S.r.l. e specializzata nella vendita di campagne di *advertising mobile*, da Leadoo S.r.l., partecipata al 51% da Leonardo ADV S.r.l. e specializzata nei prodotti performance e da Prime Real Time S.r.l., realtà di recente acquisizione da parte di Triboo Media S.p.A., specializzata nel mercato del *real time bidding*.

All'interno del contesto dinamico in cui si trova, il Gruppo oggi è in grado di offrire un mix di prodotti sia a livello Brand che a livello Performance, grazie anche a una continua evoluzione dei prodotti esistenti e creazione di nuovi e innovativi formati pubblicitari, campagne pubblicitarie che includono attività editoriali e progetti speciali creati ad hoc, capacità di raggiungere i lettori digitali tramite formati *desktop* e *mobile*. L'inclusione delle competenze editoriali, rafforzate dalle recenti acquisizioni, rappresentano un'ulteriore opportunità di crescita e differenziazione dell'offerta del Gruppo all'interno del contesto competitivo digitale.

Con l'acquisizione di Prime Real Time S.r.l., inoltre, il Gruppo ha rafforzato il proprio posizionamento e le proprie competenze nel mondo dei servizi legati alle nuove tecnologie utilizzate per la vendita denominate piattaforme di *real time bidding* (RTB): Questo nuovo sistema di advertising permette, seguendo meccanismi automatici simili a quelli dei mercati azionari (incrocio tra i prezzi di vendita e acquisto di spazi pubblicitari display, tramite l'interfacciamento di piattaforme di domanda e offerta), di



vendere i propri spazi pubblicitari al miglior offerente, portando benefici sia al publisher che all'advertiser.

Nel corso del 2016 il Gruppo ha cominciato un percorso di integrazione e razionalizzazione delle varie realtà componenti il Gruppo, oltre che dei relativi prodotti e rapporti con i clienti, con l'obiettivo di raggiungere una migliore efficienza a livello organizzativo e operativo.

Inoltre, come verrà specificato nel dettaglio, il 5 agosto 2016 il Consiglio di Amministrazione di Triboo Media S.p.A. ha deliberato la fusione con la società Grother S.r.l., holding del Gruppo Triboo Digitale, realtà specializzata nelle attività di gestione e sviluppo di e-commerce per conto terzi. Tale operazione è stata approvata dall'Assemblea straordinaria dei Soci di Triboo Media S.p.A., la quale, in sede ordinaria, ha altresì approvato l'operazione di "reverse take over" ai sensi dell'art. 14 del Regolamento Emittenti AIM Italia, in data 12 settembre 2016.

La suddetta fusione porta alla nascita del primo Gruppo italiano in grado di presentarsi sul mercato con un'offerta integrata e diversificata di soluzioni di commercio elettronico e digital media. Una Internet Company con un forte potenziale di crescita, che giocherà il ruolo di partner strategico preferenziale per le imprese che vogliono affrontare professionalmente il mercato digitale.

I prospetti, illustrati nei prossimi paragrafi, forniscono una rappresentazione della situazione patrimoniale-finanziaria ed economica del Gruppo Triboo Media al 30 giugno 2016 secondo i criteri di misurazione e valutazione previsti dagli IFRS adottati dall'Unione Europea.

I dati contenuti nella presente Relazione sulla Gestione sono espressi in migliaia di euro, salvo ove diversamente indicato.

1. Scenario di mercato e posizionamento del Gruppo

Il contesto competitivo in cui opera il Gruppo è dato dai principali *media player* digitali internazionali e nazionali. Si presenta di seguito una breve analisi delle tipologie di prodotti offerti dal Gruppo e il loro posizionamento all'interno del contesto del mercato pubblicitario ed editoriale, in cui lo stesso opera.

Analisi dei prodotti pubblicitari

Il mercato della pubblicità online, poiché giovane e in continua crescita, prosegue la sua evoluzione e la sua maturazione, classificando diversamente i prodotti secondo le variabili principali prese in considerazione.



Per fare chiarezza all'interno dello scenario di mercato, quindi, si propone in seguito una breve definizione delle differenti forme di *advertising online* riconosciuti oggi sul mercato¹:

- Il *display advertising* identifica le campagne promozionali che mostrano annunci pubblicitari su siti o pagine web capaci di attrarre il medesimo target di utenza per il quale è stato concepito l'annuncio. Il *display advertising* concepisce l'annuncio pubblicitario in vari formati: *banner*, bottoni, moduli, video *streaming*, ma anche mini-siti sviluppati ad hoc per campagne particolari. In una campagna di *display advertising*, l'annuncio è sempre accompagnato da un'immagine: un logo, una mappa, una fotografia, un disegno, un video. L'immagine può mostrarsi statica oppure dinamica. Caratteristica indispensabile di un "*display ad*" è l'immediatezza: l'annuncio deve catturare l'attenzione dell'utente in pochi secondi. Per farlo, deve necessariamente utilizzare messaggi concisi e diretti, immagini accattivanti o *stream* audio/video di durata massima pari a trenta secondi. I messaggi promozionali, oltre che tramite i vari strumenti sopraelencati, possono anche essere indirizzati al proprio *target* di utenza attraverso la posta elettronica. In questo contesto, s'inserisce anche, l'*email marketing* che rientra nelle strategie di marketing diretto ed è spesso scelto dalle aziende per i suoi costi contenuti oltre che per l'immediatezza nella trasmissione dei messaggi. In molti casi, l'*email marketing* ha sostituito le strategie di marketing diretto che utilizzano supporti cartacei, anche perché facilmente tracciabile ovvero consente a chi gestisce la campagna promozionale di conoscere in tempo reale il numero di utenti che hanno visualizzato il messaggio.
- Il *search marketing*, invece, comprende tutte le campagne pubblicitarie svolte sui motori di ricerca come *google*® o *yahoo*®. Infatti, comparire nelle prime posizioni dei principali motori di ricerca ed entrare in contatto con l'utente nel momento in cui egli ha mostrato un interesse particolare per i prodotti o i servizi dell'inserzionista, significa trovarsi già a buon punto nel processo di vendita o promozione online. E' evidente, tuttavia, che il posizionamento da solo non basta: una campagna di *search marketing* deve curare anche quella fase del processo di acquisto che comincia quando il cliente potenziale è approdato sul sito web dell'*advertiser* stesso.
- Le *classified directories*, infine, corrispondono gli annunci promozionali *offline* che, nel mondo di *Internet*, sono classificati in categorie e pubblicati all'interno di annuari, elenchi e guide

¹ Classificazione FCP- Federazione Concessionarie Pubblicitarie



tematizzate fornendo informazioni dettagliate su società, enti, organizzazioni, associazioni, professionisti, industrie, aziende, servizi, ecc.

Nello specifico, le campagne pubblicitarie dal Gruppo sono principalmente legate ai prodotti *display* e possono a loro volta essere suddivise, a seconda della modalità di vendita, in campagne *brand performance* (categoria nella quale rientrano anche le pubblicità erogate tramite RTB) e DEM.

I prodotti cosiddetti *brand* sono legati a un modello di remunerazione semplice basato sul numero di visualizzazioni della pubblicità o “a tempo”. Con questa terminologia s’indica qualsiasi formato avente per obiettivo una comunicazione di natura pubblicitaria misurata sulla base del numero di visualizzazioni del messaggio oppure, nel caso delle campagne *brand a tempo*, sulla base del tempo per il quale il messaggio rimane presente, sulle pagine web prescelte, indipendentemente dal traffico erogato.

Si tratta di prodotti pubblicitari solitamente utilizzati per creare consapevolezza intorno al messaggio della campagna, sia questa un’offerta di sconto, un prodotto, un evento o un marchio (il nome deriva infatti da *brand awareness*, ossia la notorietà del marchio). Il relativo sistema di remunerazione è solitamente misurato in RPM (*revenue per mille*) ossia ricavi per ogni mille visualizzazioni del messaggio pubblicitario o con il tempo di esposizione del messaggio pubblicitario.

I prodotti *performance*, invece, sono legati a un modello di remunerazione più complesso in base al quale la remunerazione stessa è misurata in relazione al raggiungimento di un risultato prestabilito, ovvero, alla conversione di una semplice visita di un sito web in un’azione compiuta da parte del destinatario della pubblicità. È un tipo di campagna pubblicitaria che spesso ha come fine la vendita di un prodotto, la raccolta d’informazioni o semplicemente lo studio dei dati raccolti tramite la stessa.

I relativi sistemi di remunerazione della campagna sono: o un numero obiettivo di visualizzazioni (RPM), o il *revenue per click* (RPC), remunerazione basata sull’interazione semplice del cliente tramite click (e.g. la selezione del messaggio pubblicitario) oppure il *revenue per action* (RPA), remunerazione per interazione complessa (c.d. affiliazione) eseguita dal destinatario della pubblicità (ad esempio l’acquisto di un prodotto o la compilazione di un modulo).

Si specifica che tali campagne possono essere vendute tramite modelli di vendita tradizionale o tramite le piattaforme di Real Time Bidding e Programmatic Buying (RTB/Programmatic). Grazie a queste tecnologie è possibile acquistare secondo meccanismi ad asta gli spazi pubblicitari o prendere accordi



specifici (private deal) utilizzando le piattaforme SSP e DSP per finalizzare l'acquisto degli spazi. I prodotti erogati tramite RTB e Programmatic sono orientati sia a clienti con obiettivi sia di performance sia di branding e utilizzano spesso i dati di profilazione per migliorare la resa delle campagne. La vendita in RTB/Programmatic è stata estesa trasversalmente a tutti gli editori che si affidano al Gruppo per la vendita degli spazi, creando masse critiche di audience e dando la possibilità di profilare tramite dati agli inserzionisti.

Le campagne DEM, infine sono le azioni promozionali trasmesse tramite l'utilizzo della posta elettronica e misurate e remunerate sulla base del numero d'invii andati a buon fine, ovvero aperti dal destinatario.

Grazie al continuo rafforzamento delle competenze editoriali, il Gruppo ha ampliato la sua proposta commerciale lanciando una nuova tipologia di campagna pubblicitaria denominata "Progetto Speciale". Il Progetto Speciale, infatti, unendo le competenze tecnologiche, di marketing e redazionali del Gruppo, offre una soluzione "su misura" che permette di soddisfare le richieste dei clienti più esigenti con una componente appunto progettuale che ne aumenti l'efficacia e il valore comunicativo in termini di risultati.

Tramite lo sfruttamento di tutti i prodotti pubblicitari e delle tecnologie del Gruppo, in un mix di campagne *Brand* e *Performance*, si arriva a proporre una campagna complessa e specifica supportata da articoli redazionali dedicati, attività sui *social network* e creazione di mini-siti web dedicati alle singole campagne del cliente.

Per completare tale rassegna, si precisa che vi sono altre suddivisioni possibili delle campagne pubblicitarie *display*, che si basano sul *device* tramite il quale la campagna è visualizzata e sulla tipologia di formato utilizzato per la campagna stessa, come di seguito specificato:

DEVICE (strumento/piattaforma su cui è visualizzato un contenuto)	FORMATI
<ul style="list-style-type: none"> • Web: navigazione da browser classica su tutti i <i>device</i> • Mobile: <i>msite</i>, applicazioni, SMS, MMS • Tablet: applicazioni • Smart TV/Console: applicazioni, DAL, Ingame ADV 	<ul style="list-style-type: none"> • Banner • Video • Newsletter/Email/SMS/MM • Residuale



Analisi dei prodotti editoriali

Parallelamente alla classificazione dei prodotti pubblicitari, sotto il punto di vista editoriale, si può classificare tutto quello che solitamente viene etichettato come “sito internet” tenendo in considerazione alcuni aspetti fondamentali quali il settore di operatività, i servizi offerti, la finalità, il target di riferimento e la tecnologia utilizzata.

- i. **Informazione e Giornali digitali:** sono siti il cui obiettivo è informare e mantenere costantemente aggiornati i propri utenti su notizie di ordine generale così come su tematiche specifiche. Fanno parte di questa categoria tutti i giornali, magazine e riviste on-line così come i servizi dedicati ad argomenti specifici.
- ii. **Portali e Motori di ricerca:** sono le “bussole” del web, ovvero siti che forniscono agli utenti una porta di accesso alle innumerevoli risorse presenti on line. I portali presentano contenuti (di tipo orizzontale o verticale) pre-catalogati, mentre i motori di ricerca offrono una tecnologia in grado di cercare l’informazione desiderata all’interno del web.
- iii. **Mobile e Web app:** siti o servizi web nati non (o non solo) per la consultazione a video ma per essere fruiti tramite dispositivi mobili.
- iv. **Condivisione e Download:** sono grandi raccolte di informazioni e materiale di varia natura (software, documenti, foto, video, etc.) disponibili per il download o la semplice fruizione on line.
- v. **Blog:** il nome nasce dalla contrazione di web-log che significa letteralmente “diario in rete”, indica un sito web i cui contenuti, redatti e aggiornati da un singolo blogger o da una redazione apposita, perseguono lo scopo di raccontare esperienze personali oppure diffondere un pensiero o ancora dimostrare conoscenze e competenze e, non da ultimo, raccogliere i commenti dei navigatori e instaurare con loro un dialogo.
- vi. **Community, Social network e Forum:** sono siti diretti a far comunicare tra loro gruppi più o meno grandi di utenti attraverso la rete dando vita a vere e proprie comunità virtuali.
- vii. **Sito istituzionale:** è il “sito vetrina” a cui professionisti e aziende ricorrono per presentare la loro attività o la loro persona al mondo attraverso il web allo scopo di ampliare il giro d’affari o il prestigio professionale (o anche personale).
- viii. **E-commerce:** è un sito finalizzato alla vendita di beni e/o servizi via internet, propone ai potenziali acquirenti un catalogo di prodotti con relative schede di dettaglio.
- ix. **Wiki:** è un sito web i cui contenuti vengono inseriti e aggiornati dai suoi stessi utilizzatori in modo collaborativo.

Le categorie sopra elencate non devono essere intese come paradigmi rigidi anzi, poiché il web è un mondo estremamente fluido e in costante evoluzione. Le aspettative sono che le caratteristiche di ogni sito internet oggi identificabili andranno necessariamente modificandosi nel tempo, mutando e combinandosi da una categoria all'altra.

Ad oggi i prodotti editoriali del Gruppo ricadono principalmente nelle prime 6 categorie elencate e possono essere raggruppati e descritti in cinque network differenti per profilo editoriale, rappresentazione commerciale e modello di remunerazione pubblicitaria.



1. Il **Network BROWN** (o FINANCE NETWORK), l'ultimo network acquisito, appartenente alla società Brown Editore S.r.l., è altamente specializzato e con un forte *know how* in termini di comunicazione nel mondo della finanza. I prodotti *advertising* venduti sia direttamente ad operatori del settore che tramite la concessionaria Leonardo ADV sono principalmente *brand*.
2. Il **Network HTML** (o VERTICAL DOMINATION NETWORK), che ruota attorno ai prodotti editoriali proprietari di HTML.it S.r.l., caratterizzati da una forte specializzazione redazionale organizzata in siti verticali divisi per aree tematiche. Questa realtà permette l'erogazione di Progetti Speciali di grande impatto e valore comunicativo, grazie a competenze editoriali e di vendita focalizzate e specializzate in questa tipologia di prodotti.
3. Il **Network LEONARDO** (o VERTICAL AUDIENCE NETWORK), che raggruppa attorno al portale proprietario Leonardo.it alcuni tra i giornali digitali indipendenti più visualizzati nel panorama italiano. Gli editori sono legati al Gruppo da contratti di esclusiva pluriennali e rappresentano uno dei bacini più efficaci per le campagne di tipo *brand*, potendo contare su volumi di traffico che superano i 250 milioni di visualizzazioni al mese.
4. Il **Network PERFORMANCE** (o PERFORMANCE NETWORK), rappresentato da quasi 1.500 siti di informazione, giornali digitali e blog aggregati, dove i prodotti pubblicitari vengono venduti



soprattutto secondo logiche a *performance*. Il *network*, composto da una serie di editori indipendenti, è in continua espansione e rinnovamento e, grazie alla sua grande varietà di contenuti organizzati in aree tematiche verticali, permette di sfruttare al meglio le tecnologie di *profiling* e *targeting* del Gruppo, massimizzando la redditività dell'investimento degli inserzionisti.

5. il **Network PRIME** (o RTB NETWORK) gestito da Prime Real Time tramite piattaforme automatiche di prenotazione e vendita di spazi e formati pubblicitari.

Analisi del mercato pubblicitario italiano²

Il mercato degli investimenti pubblicitari in Italia nel primo semestre cresce del 3,5% rispetto allo stesso periodo del 2015, grazie a un incremento nella raccolta di circa 113 milioni di euro. Se si aggiungesse anche la stima della raccolta sulla porzione di web attualmente non monitorata (principalmente search e social), il mercato chiuderebbe il primo semestre a +5,1%.

Rtime del mercato pubblicitario (dati netti) (migliaia di euro)	2016 gen./giu.	2015 gen./giu.	Var. %
TOTALE PUBBLICITA'	3.351.404	3.238.621	3,5%
QUOTIDIANI¹	355.709	374.198	-4,9%
PERIODICI¹	233.845	240.957	-3,0%
TV²	2.062.838	1.913.530	7,8%
RADIO³	192.611	191.431	0,6%
INTERNET (Fonte: FCP-Assointernet)	229.652	234.046	-1,9%
OUTDOOR (Fonte: AudiOutdoor)	47.788	47.049	1,6%
TRANSIT	64.574	62.404	3,5%
OUT OF HOME TV	7.972	8.227	-3,1%
CINEMA	7.506	6.339	18,4%
DIRECT MAIL	148.909	160.440	-7,2%

¹ Per i dati di Stampa Commerciale Locale, Rubricata e Di Servizio la fonte è FCP-ASSOQUOTIDIANI

² Il dato comprende le emittenti Generaliste, Digitali e Satellitari

³ Le elaborazioni sono effettuate con il contributo di FCP -ASSORADIO

² Dati FCP-Assointernet 2015, si precisa che i dati relativi a internet non considerano il *search*, ovvero la quota di mercato controllata da *google*® e dagli altri motori di ricerca, e la parte di mercato relativa a *facebook*®



Internet, relativamente al perimetro attualmente monitorato in dettaglio, registra un decremento dell'1,9% nel periodo. Integrando il dato con le stime di Nielsen sull'intero mondo del web advertising e social, i primi sei mesi chiuderebbero a +8,3%.

Sempre buone le performance per il cinema, che cresce del 18,4%. L'outdoor chiude il semestre a +1,6%, il transit a +3,5% la Out of home tv scende del -3,1%.

Evoluzione del mercato di riferimento³.

Secondo Magna Global in molti grandi mercati tra cui Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Italia e Francia, la raccolta pubblicitaria si è contraddistinta per un certo dinamismo, sia per la televisione sia per i media digitali. Nonostante le prospettive economiche e l'incertezza politica (si pensi al Brasile e alla cosiddetta 'Brexit', ovvero la possibile uscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea) influenzino a ribasso il livello di crescita dei ricavi tanto per il 2016 quanto per il 2017, la crescita globale per l'intero anno 2016 (stimata intorno a un +5,4%) dovrebbe rimanere la più forte degli ultimi sei anni (dal +8,5% nel 2010) grazie agli eventi ciclici e all'innalzamento del pricing televisivo.

In particolare, in Italia, dopo quattro anni in negativo, nel 2016 le vendite pubblicitarie registrano, per il secondo anno consecutivo, una crescita. I ricavi adv cresceranno del +3,5% nel 2016 (per un totale di 7,6 miliardi di euro), accelerando rispetto al +2,7% del 2015. La vendita di spazi pubblicitari digitali crescerà del +10% quest'anno per raggiungere una quota di mercato pari al 31%, mentre le vendite dei media tradizionali si manterranno fondamentalmente flat, registrando appena un +1%. La televisione potrà beneficiare di un pricing più flessibile e di una domanda extra generata dagli Europei di calcio 2016. Nel 2016, a seguito di un primo trimestre positivo (con ricavi pubblicitari pari al +5% per la free tv e al +15% per la pay), la raccolta pubblicitaria relativa alla televisione è prevista in crescita di un +2,5%, pari a 3,7 miliardi di euro: si tratta della migliore performance dal 2010. Tuttavia, il mercato pubblicitario televisivo rimane più contratto rispetto al picco raggiunto nel periodo antecedente alla recessione (-23% rispetto ai dati del 2008).

Relativamente al digital, le vendite su questo mezzo sono trainate dai formati social (+46%) e dai formati video (+16%), mentre la search e la display stanno rallentando (rispettivamente +4% e +1%). La vendita di annunci pubblicitari su mobile crescerà del 39% per raggiungere il 35% delle vendite digitali totali.

³ Dati tratti dalla ricerca di Magna Global, media investment unit di IPG Mediabrands.



La televisione è ancora il formato multimediale dominante in Italia (quota di mercato del 49% di quest'anno), ma Magna Global si aspetta che la pubblicità digitale superi la tv entro la fine del decennio.

Trainate dal mobile advertising, le vendite relative al digital sono destinate a superare quelle della televisione. Nel 2017 è stimata una crescita del 30%, che avvicinerà il mobile a una quota pari al 50% del totale mezzo digital. Nel complesso la crescita relativa alla spesa digital sarà imputabile all'influenza positiva della spesa in mobile adv, che compenserà anche la contrazione dei formati desktop (-0,3%).

Entro il 2020, il mobile rappresenterà i due terzi della spesa totale digital e crescerà in media di un +28% CAGR durante il 2020. Una grande influenza nella crescita relativa a questo mezzo è apportata anche dalla spesa legata al programmatic. Nel 2015, le vendite in programmatic hanno rappresentato il 31% delle vendite totali legate a banner display e video, ma entro il 2019 la crescita del programmatic, legata principalmente ai formati video, spingerà la penetrazione totale del programmatic fino a un 50%.

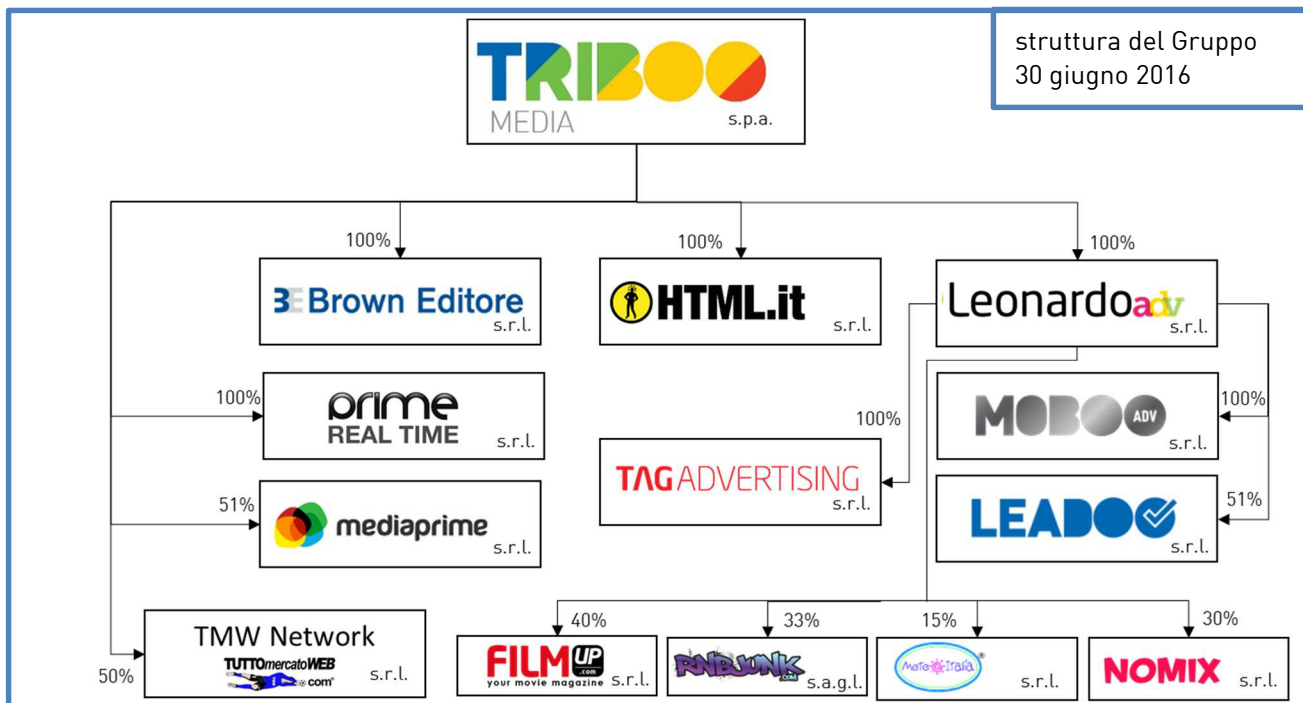
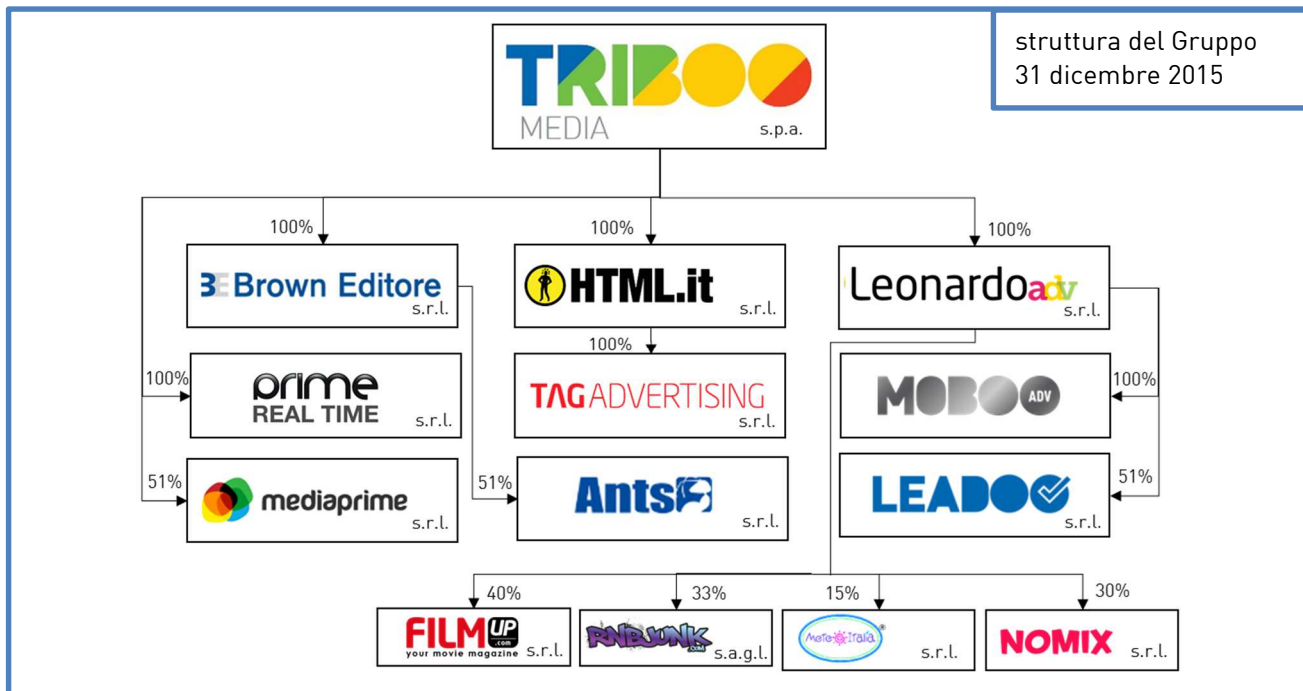
Un dato che non considera tuttavia il fatto che Search e Social sono già essenzialmente al 100% acquistate in programmatic. Guardando complessivamente a tutti i formati digitali, la porzione di budget digital gestito tramite piattaforme tecnologiche in programmatic si sta già avvicinando ai ¾ della spesa digital totale. Per quanto riguarda la paid search, ottiene ancora la fetta più grande dei budget pubblicitari digitali, rappresentando quasi la metà della spesa totale su digital.

Subito dopo la search, è il Social il più grande motore della crescita digitale.

Il video è trainato anche dalla pubblicità su mobile (grazie anche al miglioramento della larghezza della banda e delle esperienze d'uso sul mobile), ma anche la crescita del desktop rimarrà massiccia nel 2016. Nel lungo termine, la crescita del display si ridurrà poiché gli inserzionisti preferiscono un'inventario di formati pubblicitari più impattante, come Search, Social e Video, mentre i formati display risentiranno dell'uso sempre più diffuso di ad blocker.



2. Fatti di rilievo del periodo





Nel corso del primo semestre 2016 è stata portata a termine un'operazione di investimento nel capitale sociale di una società editoriale (TMW Network S.r.l.) e in ambito organizzativo la Capogruppo ha elaborato un piano di semplificazione e razionalizzazione organizzativa volto ad ottenere maggiore efficienza e sinergia dall'operato congiunto di tutte le diverse realtà che compongono il Gruppo Triboo Media.

I principali fatti di rilievo accaduti nel primo semestre 2016 sono i seguenti:

Acquisto quote di TMW Network S.r.l.

In data 28 gennaio 2016, la Società ha siglato con TC&C S.r.l. ("TuttoMercatoWeb") storica realtà editoriale in ambito sportivo e già partner del Gruppo, un accordo per l'ingresso in partecipazione con una quota del 50% nella neocostituita TMW Network S.r.l. veicolo attraverso il quale si è proceduto all'acquisto degli asset editoriali TuttoJuve.com e TuttoB.com. L'aumento del capitale, sottoscritto da Triboo Media S.p.A., in TMW Network S.r.l. è stato pari a euro 150 mila per il 50% del capitale sociale. Contemporaneamente è stato concesso un finanziamento fruttifero alla società partecipata di euro 100 mila con scadenza 31 luglio 2017 per l'acquisto degli asset editoriali sopra indicati. Si precisa che Triboo Media S.p.A., alla data del presente bilancio, non esercita il controllo di fatto su TMW Network S.r.l. in quanto in capo ad altro soggetto, ai sensi dell'art. 2359 del Codice Civile.

Cessione di Ants S.r.l.

In data 23 febbraio 2016, si è perfezionata la cessione, alla società Triboo Digitale S.r.l., della partecipazione di Ants S.r.l. società controllata al 51% dalla Brown Editore S.r.l. In considerazione dell'attività svolta dalla società, specializzata nella fornitura e sviluppo di servizi per la sicurezza informatica, l'IT e il Web, si è ritenuta la stessa non strategica al raggiungimento degli obiettivi del Gruppo Triboo Media. La cessione della partecipazione è avvenuta al valore del patrimonio netto contabile di pertinenza della società al 31 dicembre 2015 pari a euro 105 mila. Tale operazione ha generato l'iscrizione di una plusvalenza di euro 43 mila al 30 giugno 2016.

Piani di Stock Options/Grant

Nei termini e con le modalità stabilite nei Piani di Stock Options e Stock Grant 2014-2016 approvati e deliberati durante l'Assemblea dei soci del 22 luglio 2014, nel mese di maggio 2016, Triboo Media S.p.A. ha assegnato, rispettivamente ad un amministratore esecutivo e a quattro dipendenti, complessivamente n. 37.100 nuove azioni ordinarie, di cui 17.500 azioni (dietro la corresponsione di un



prezzo pari a 1,23 euro per azione), nell'ambito del Piano di Stock Options e ulteriori 19.600 azioni nell'ambito del Piano di Stock Grant. Al fine di garantire il valore delle azioni detenute per gli azionisti, Triboo Media S.p.A. ha interamente riaddebitato il costo sostenuto per i piani di stock options/grant pari a euro 83 mila alla controllata Leonardo ADV, preservando altresì la sostanza dell'operazione. Infatti i beneficiari del Piano di Stock Options / Stock Grant sono tutti operativi nella controllata Leonardo ADV.

Cessione di Tag Advertising S.r.l. da HTML.it S.r.l. a Leonardo ADV S.r.l.

Il 27 giugno 2016, nell'ambito di un più ampio progetto di riorganizzazione aziendale dal punto di vista societario e operativo, la partecipazione nella società controllata TAG Advertising S.r.l. è stata ceduta alla concessionaria pubblicitaria principale del Gruppo, Leonardo ADV S.r.l., da parte di HTML.it S.r.l. per un importo pari a euro 50 mila (pari al valore nominale e al capitale sociale della società).

3. Andamento della gestione del Gruppo

In seguito al percorso di crescita per acquisizioni effettuato nel periodo successivo alla quotazione su AIM Italia, il Gruppo ha concentrato i propri sforzi sull'eliminazione delle strutture operative duplicate nelle varie realtà acquisite e sull'ottimizzazione dei processi di acquisto dei servizi e delle tecnologie. Nel corso del primo semestre 2016, tuttavia, il percorso di integrazione e riorganizzazione di Prime Real Time S.r.l. e Brown Editore S.r.l., le ultime due società acquisite a fine 2015, ha portato alla pianificazione di un percorso di integrazione e razionalizzazione delle varie realtà componenti il Gruppo, oltre che dei relativi prodotti e rapporti con i clienti, con l'obiettivo di raggiungere una migliore efficienza a livello organizzativo e operativo. Nel corso del primo semestre del 2016, l'attenzione del management è stata quindi concentrata principalmente sull'integrazione delle realtà componenti il Gruppo e la loro riorganizzazione.



4. Sintesi dei dati economici

I dati economici sono comparati con i dati dello stesso periodo dell'esercizio precedente (30 giugno 2015). Sono omessi i dati finanziari al 31 dicembre 2015 in quanto non omogenei in termini temporali con i dati semestrali al 30 giugno 2016.

Euro/000	30/06/2016	30/06/2015	Inc. % 2016	Variaz.	Var. %
Risultati operativi					
Ricavi operativi	16.574	15.892	100,0%	682	4,3%
Costi operativi	(13.716)	(12.351)	-82,8%	(1.365)	11,0%
EBITDA	3.378	3.663	20,4%	(285)	-7,8%
Ammortamenti riv./ sva. , acc.	(948)	(914)	-5,7%	(34)	3,7%
EBIT	2.430	2.749	14,7%	(319)	-11,6%
EBIT	2.430	2.749	14,7%	(319)	-11,6%
Risultato prima delle imposte	2.464	2.761	14,9%	(297)	-10,8%
Risultato netto consolidato	1.903	1.793	11,5%	110	6,1%

I ricavi operativi consolidati per la vendita dei servizi del Gruppo ammontano a euro 16.574 mila nel primo semestre del 2016, con una crescita organica del 4,3% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. La composizione dei ricavi relativi ai semestri chiusi al 30 giugno 2016 e al 30 giugno 2015 è di seguito rappresentata solo per categorie di attività, in quanto la loro suddivisione per area geografica appare scarsamente significativa per la concentrazione della quasi totalità della clientela sul territorio italiano.

Euro/000	30/06/2016	30/06/2015	%	Variaz.	Var. %
Descrizione ricavi					
Advertising	15.588	15.709	93,0%	(121)	-0,8%
Web Agency	592	-	3,5%	592	n.a
Magazine	211	-	1,3%	211	n.a
Corsi di Formazione	183	183	1,1%	0	0,1%
Totale ricavi per servizi	16.574	15.892	98,9%	682	4,1%
Altri ricavi operativi	185	8	1,1%	177	95,7%
Totale ricavi	16.759	15.900		859	5,1%

Nonostante l'ampliamento della gamma di prodotti e delle attività svolte dal Gruppo tramite le acquisizioni effettuate nel 2015, il 93% dei ricavi sono relativi all'attività di vendita degli spazi pubblicitari sui network editoriali in concessione e sui siti proprietari del Gruppo. Tale attività, rispetto al primo semestre del 2015 risente del calo del prodotto di Direct Email Marketing (DEM) e del mancato investimento nel prodotto performance di alcuni importanti clienti nel reparto assicurativo e finanziario, solo in parte controbilanciati dalla variazione di perimetro di consolidamento data dall'inclusione dei



risultati di Brown Editore S.r.l. e Prime Real Time S.r.l. La riduzione della marginalità operativa è principalmente dovuta a una serie di operazioni di razionalizzazione a livello operativo e societario per raggiungere maggiore efficienza che hanno generato costi di periodo non ricorrenti. L'Utile netto del periodo è pari a euro 1.903 mila, in crescita del 6,1% rispetto al risultato del primo semestre 2015, con una marginalità dell'11% rispetto ai ricavi.

5. Sintesi dei dati patrimoniali

I dati patrimoniali sono comparati con i saldi al 31 dicembre 2015 del Gruppo Triboo Media.

Euro/000				
Principali indicatori patrimoniali	30/06/2016	31/12/2015	Variaz.	Var. %
CCN operativo	4.712	5.355	(644)	-12%
Attività materiali	327	275	52	19%
Attività immateriali	12.336	12.390	(54)	0%
Avviamenti e partecipazioni	15.638	15.488	150	1%
Altre attività / (passività) nette	(3.142)	(3.078)	(65)	2%
Altre attività / (passività) nette non correnti	(468)	(542)	74	-14%
Attività in dismissione	-	204	(204)	-100%
Capitale impiegato	29.402	30.093	(691)	-2%
Posizione finanziaria netta	9.091	9.398	(308)	-3%
Patrimonio netto consolidato	38.493	39.491	(999)	-3%

Il Capitale impiegato nel primo semestre 2016 è pari a euro 29.402 mila rispetto ad euro 30.093 mila del precedente esercizio. La variazione negativa, nonostante l'investimento in TMW Network S.r.l., è principalmente dovuta all'operazione di vendita di Ants S.r.l. e al miglioramento del capitale circolante netto, reso possibile dall'ottimizzazione della gestione del credito delle concessionarie verso i clienti e dalla concentrazione della gestione finanziaria in capo alla holding Triboo Media S.p.A., e all'aumento delle altre passività nette, principalmente legate alla fiscalità differita.



6. Sintesi dei dati finanziari

Euro/000				
Posizione finanziaria netta	30/06/2016	31/12/2015	var. 2016/2015	
Attività finanziarie correnti				
Disponibilità liquide	9.129	9.708	-	580
Crediti finanziari correnti	166	25		141
Liquidità e crediti finanziari	9.295	9.733		(438)
Passività finanziarie correnti				
Anticipazioni su conto corrente e debiti finanziari per leasin	(60)	(72)		13
Altri debiti finanziari correnti	(145)	(262)		118
Quota corrente indebitamento a m/l termine		-		-
Indebitamento finanziario corrente	(204)	(335)		130
Posizione finanziaria netta a breve	9.091	9.398		(308)
Passività finanziarie non correnti				
Indebitamento a m/l termine		-		-
Indebitamento finanziario non corrente		-		-
Posizione finanziaria netta	9.091	9.398		(308)

Al 30 giugno 2016 la Posizione Finanziaria Netta è positiva per euro 9.091 mila inclusiva degli investimenti effettuati nel corso del primo trimestre in TMW Network S.r.l. (società editoriale che ha acquistato le testate editoriali TuttoJuve.com e TuttoB.com) per complessivi euro 250 mila, l'acquisto di azioni proprie per euro 598 mila, e della distribuzione dell'utile 2015 per euro 2.031 mila. Le Disponibilità Liquide al 30 giugno 2016 sono pari a euro 9.129 mila, rispetto ad un ammontare di euro 9.708 mila al 31 dicembre 2015 (precedente alla distribuzione dei suddetti dividendi).

Euro/000				
Rendiconto Finanziario	30/06/2016	31/12/2015	var. 2014/2013	
Risultato Netto dell'esercizio	1.903	2.946		(1.042)
Poste non monetarie	876	2.707		(1.832)
Cash flow	2.779	5.653		(2.874)
Variazione CCN	669	1.032		(363)
Cash flow operativo	3.449	6.685		(3.237)
Cash flow generato (assorbito) da attività d'investimento	(854)	(7.769)		6.915
Cash flow generato (assorbito) da attività di finanziamento	(3.174)	(2.128)		(1.046)
Cash flow generato (assorbito) nell'esercizio	(580)	(3.212)		2.632
Disponibilità liquide all'inizio del periodo	9.708	12.920		(3.212)
Disponibilità liquide alla fine del periodo	9.129	9.708		(580)
Variazione delle disponibilità liquide nel periodo	(580)	(3.212)		2.632



7. Rapporti con parti correlate

Nel prospetto seguente, si riportano i dati sintetici al 30 giugno 2016, sia patrimoniali che economici, che si riferiscono a rapporti intercorsi tra le diverse società che hanno fatto parte del Gruppo nel corso del periodo.

RAPPORTI CON PARTI CORRELATE al 30/06/2016 (dati in unità di euro) CREDITI / DEBITI	Triboo Media S.p.A.	Leonardo ADV S.r.l.	HTML.it S.r.l.	Tag Advertising S.r.l.	Moboo S.r.l.	Media Prime S.r.l.	Leadoo S.r.l.	Prime Real Time S.r.l.	Brown Editore S.r.l.	R&B Junk S.a.g.l.	Nomix S.r.l.	Meteo Italia S.r.l.	Filmup S.r.l.	TMW Network S.r.l.	Triboo S.p.A.	Bootique S.r.l.	Triboo Digitale S.r.l.	TOTALI Debiti
Triboo Media S.p.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	2.382	-	-	-	-	-	-	3.050	-	5.432
Leonardo ADV S.r.l.	34.984	-	1.691.999	183.000	-	103.540	89.447	1.586	120.304	7.306	50.164	77.364	5.639	60.370	-	6.567	20.343	2.452.612
HTML.it S.r.l.	27.450	-	-	-	-	18.565	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46.015
Tag Advertising S.r.l.	6.480	1.685.466	11.346	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.703.292
Moboo S.r.l.	763	681.396	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	682.158
Leadoo S.r.l.	763	16.279	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17.042
Prime Real Time S.r.l.	1.525	349.643	-	110.397	14.054	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	475.619
Brown Editore S.r.l.	1.525	11.647	-	-	-	-	-	6.710	-	-	-	-	-	-	-	-	7.666	27.548
R&B Junk S.a.g.l.	-	7.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7.000
Triboo S.p.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	16.308	-	-	-	-	-	-	-	-	16.308
Bootique S.r.l.	-	-	-	-	-	-	-	-	366	-	-	-	-	-	-	-	-	366
Triboo Digitale S.r.l.	-	15.128	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.128
TOTALE Crediti	73.488	2.766.559	1.703.345	293.397	14.054	122.105	89.447	8.296	139.360	7.306	50.164	77.364	5.639	60.370	-	9.617	28.010	5.448.520
RAPPORTI CON PARTI CORRELATE al 30/06/2016 (dati in unità di euro) ALTRI CREDITI / DEBITI	Triboo Media S.p.A.	Leonardo ADV S.r.l.	HTML.it S.r.l.	Tag Advertising S.r.l.	Moboo S.r.l.	Media Prime S.r.l.	Leadoo S.r.l.	Prime Real Time S.r.l.	Brown Editore S.r.l.	R&B Junk S.a.g.l.	Nomix S.r.l.	Meteo Italia S.r.l.	Filmup S.r.l.	TMW Network S.r.l.	Triboo S.p.A.	Bootique S.r.l.	Triboo Digitale S.r.l.	TOTALI Altri Debiti
Leonardo ADV S.r.l.	1.104.899	-	50.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.154.899
HTML.it S.r.l.	258.134	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	258.134
Tag Advertising S.r.l.	77.584	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	77.584
Moboo S.r.l.	101.503	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101.503
Leadoo S.r.l.	-	101.164	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101.164
Prime Real Time S.r.l.	2.837.158	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.837.158
TMW Network S.r.l.	101.041	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101.041
Triboo Digitale S.r.l.	22.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22.500
TOTALE Altri Crediti	4.502.819	101.164	50.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.653.984
RAPPORTI CON PARTI CORRELATE al 30/06/2016 (dati in unità di euro) RICAUI/COSTI	Triboo Media S.p.A.	Leonardo ADV S.r.l.	HTML.it S.r.l.	Tag Advertising S.r.l.	Moboo S.r.l.	Media Prime S.r.l.	Leadoo S.r.l.	Prime Real Time S.r.l.	Brown Editore S.r.l.	R&B Junk S.a.g.l.	Nomix S.r.l.	Meteo Italia S.r.l.	Filmup S.r.l.	TMW Network S.r.l.	Triboo S.p.A.	Bootique S.r.l.	Triboo Digitale S.r.l.	TOTALI Costi
Triboo Media S.p.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	1.953	-	-	-	-	-	20.742	2.500	-	25.194
Leonardo ADV S.r.l.	136.240	-	2.083.523	-	-	125.352	220.789	1.561	133.030	8.036	45.871	99.366	29.729	128.752	359.276	6.666	5.740	3.383.931
HTML.it S.r.l.	22.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	99.000	-	-	121.500
Tag Advertising S.r.l.	10.500	1.593.906	9.300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.000	-	-	1.623.706
Moboo S.r.l.	2.462	568.942	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.925	-	-	581.330
Leadoo S.r.l.	1.250	19.317	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.567
Prime Real Time S.r.l.	36.753	316.375	-	104.571	11.520	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16.575	-	-	485.794
Brown Editore S.r.l.	2.500	15.271	-	5.700	-	-	-	8.250	-	-	-	-	-	-	54.719	-	18.424	104.864
Triboo S.p.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	13.367	-	-	-	-	-	-	-	-	13.367
Bootique S.r.l.	-	-	-	-	-	-	-	-	300	-	-	-	-	-	-	-	-	300
Triboo Digitale S.r.l.	-	4.415	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.415
TOTALE Ricavi	212.206	2.518.226	2.092.823	110.271	11.520	125.352	220.789	9.811	148.650	8.036	45.871	99.366	29.729	128.752	570.238	9.166	24.164	6.364.969



Trattasi di:

- rapporti di natura commerciale;
- rapporti di natura finanziaria sottostanti la sottoscrizione di contratti che regolamentano la gestione del consolidato.

Con le controparti in oggetto sono state effettuate operazioni relative alla normale operatività delle singole entità componenti il gruppo. Non si evidenziano operazioni di carattere atipico o inusuale. Il regolamento di tali transazioni avviene normalmente nel breve termine e i rapporti sono regolati contrattualmente a normali condizioni di mercato.

8. Attività di sviluppo

Il Gruppo nel corso del primo semestre del 2016 ha svolto attività di sviluppo a favore di nuove soluzioni tecnologiche in riferimento a linee di prodotti e metodologie di processo, con l'obiettivo di accrescere la propria presenza e competitività sul mercato di riferimento.

Per poter garantire l'erogazione dei servizi riassunti precedentemente, il Gruppo si è dotato di una serie di strumenti tecnologici all'avanguardia che, nonostante la loro comprovata efficienza, richiedono, al fine di rimanere sempre aggiornati e performanti, continue lavorazioni e implementazioni perfettive. I costi per la ricerca e sviluppo hanno assunto a partire dall'esercizio 2011 una rilevante importanza, in conseguenza della realizzazione operativa di progetti legati all'ampliamento della gamma dei prodotti esistente destinati ad incrementare le motivazioni d'acquisto dei clienti finali. In particolare gli investimenti del Gruppo in attività di sviluppo hanno riguardato la capitalizzazione di costi del personale interno delle controllate Leonardo ADV S.r.l. e HTML.it S.r.l., impiegato nella realizzazione e l'implementazione di tecnologie per l'erogazione ed il tracciamento delle campagne pubblicitarie.

Nel corso dell'anno in esame sono state trattate molteplici tematiche, in termini di sviluppo tecnologico, che hanno coinvolto fortemente le risorse aziendali. I progetti di sviluppo sono divisibili nelle seguenti categorie:

Progetti Sviluppati	Valore sviluppi 1H 2016	Valore sviluppi 2015	Valore sviluppi 2014	Valore sviluppi 2013	Valore sviluppi 2012
Erogazione Prodotti	112.824	203.167	168.140	123.519	34.400
Progetti Di Coreg	-	-	42.395	40.682	37.959
Nuovi Prodotti Advertising	75.099	47.390	47.873	3.630	-
Tool & Applicativi Editoriali	-	9.358	49.114	68.724	48.379
Progetti Editoriali	146.975	153.561	162.983	-	-
Totale	334.898	413.476	470.505	236.555	120.737



9. Informazioni attinenti all'ambiente e al personale

Personale

La composizione del personale del Gruppo al 30 giugno 2016 è di 128 unità contro le 89 unità dello stesso periodo nell'esercizio 2015.

Le relazioni con il personale non fanno rilevare alcuna criticità. Anche nel 2016 il Gruppo ha proseguito nel programma di aggiornamento formativo dei lavoratori preposti alle misure di evacuazione e di contrasto agli incendi, nell'ambito degli adempimenti previsti dalla normativa in vigore in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Sono state effettuate altresì le visite mediche a tutto il personale impiegato nella sede e sono stati predisposti i documenti obbligatori di legge in tema di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Ambiente

In considerazione del settore in cui opera il Gruppo, le tematiche ambientali non sono così cruciali. Tuttavia il Gruppo svolge la propria attività nel pieno rispetto delle disposizioni in materia di tutela dell'ambiente e di igiene e sicurezza sul posto di lavoro.

10. Informazioni sui principali rischi ed incertezze

Con riferimento ai principali rischi ed incertezze, non sono stati rilevati ulteriori indicatori di rischio rispetto a quelli descritti nella Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2015, cui si rimanda.



11. Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del semestre

Il 5 agosto 2016 il Consiglio di Amministrazione di Triboo Media S.p.A. ha deliberato la fusione con la società Grother S.r.l., holding del Gruppo Triboo Digitale, realtà specializzata nelle attività di gestione e sviluppo di e-commerce per conto terzi. Tale operazione è stata approvata, in data 12 settembre 2016, dall'Assemblea straordinaria dei Soci di Triboo Media S.p.A. La stessa Assemblea dei Soci, in sede ordinaria, ha approvato l'operazione di "reverse take over" ai sensi dell'art. 14 del Regolamento Emittenti AIM Italia, sempre in data 12 settembre 2016.

La suddetta fusione porta alla nascita del primo Gruppo italiano in grado di presentarsi sul mercato con un'offerta integrata e diversificata di soluzioni di commercio elettronico e digital media. Una Internet Company con un forte potenziale di crescita, che giocherà il ruolo di partner strategico preferenziale per le imprese che vogliono affrontare professionalmente il mercato digitale.

12. Evoluzione prevedibile della gestione

A seguito della fusione sopraccitata, nel corso del secondo semestre 2016 il management proseguirà incisivamente nella realizzazione di un piano di integrazione strategico. Le principali attività riguarderanno il completo ripensamento della proposizione commerciale del Gruppo e dei suoi prodotti, le attività legate alla relazione con i Clienti, oltre che il raggiungimento di una maggiore efficienza a livello di organizzazione e struttura operativa.

La Fusione determinerà la concentrazione delle attività condotte dalle società coinvolte e dalle loro partecipate con una conseguente nuova gestione unitaria dei rispettivi business. La Fusione permetterà fra l'altro a entrambe le società di consolidare la propria posizione nei rispettivi mercati di riferimento e di migliorare la gestione dei processi e dei flussi aziendali, oltre che ottimizzare la produttività degli investimenti tecnologici che potranno essere appannaggio di tutte le realtà del gruppo.

L'operazione rappresenta un'opportunità per accelerare la crescita in termini di risultati economici del nuovo Gruppo risultante dalla fusione, integrare e diversificare la sua attività, oggi concentrata unicamente nella creazione di contenuti editoriali, nella informazione, nella comunicazione e pubblicità on-line, aggiungendo le competenze del Gruppo Triboo Digitale relative al commercio elettronico, al performance media marketing e alla comunicazione digitale. L'ampliamento dei prodotti offerti dal Gruppo Integrato anche al settore del commercio elettronico, permetterà di incrementare la propria



offerta in favore dei clienti in portafoglio, con un miglioramento in termini di fatturato e di margini, oltre che raggiungere dimensioni tali da consentire di fronteggiare la sfida competitiva che i mercati di riferimento del Gruppo Triboo Media e del Gruppo Triboo Digitale propongono nel presente momento storico e nel futuro.

L'obiettivo del percorso di integrazione intrapreso è quello di addivenire a una corretta allocazione delle risorse offrendo al contempo servizi e prodotti integrati ai propri clienti al fine di soddisfare in modo sempre più crescente gli utenti e i consumatori. L'ottimizzazioneLa massimizzazione della catena del valore tra utenti/consumatori e aziende vede la realtà nata dalla fusione delle due Triboo come elemento cardine e centrale della stessa catena rappresentando la scelta vincente sia per gli utenti/consumatori sia per le aziende.

L'integrazione permetterà un rafforzamento del posizionamento strategico e della performance operativa del Gruppo attraverso uno sviluppo congiunto su progetti tecnologici, commerciali e operativi. Tra le sinergie previste, altresì, un risparmio dei costi amministrativi e generali, di infrastruttura tecnologica e di gestione delle risorse umane, nonché una maggiore efficienza del percorso di pianificazione strategica e finanziaria. Alla luce delle attività svolte dalle due società e dalle rispettive controllate, è, infatti, ragionevole ritenere che tra le stesse si creino importanti sinergie e che, proprio per mezzo di queste sinergie, il business possa incrementare significativamente. Inoltre, l'operazione di fusione e le prospettive di creazione di valore per tutti gli azionisti, potranno attirare l'interesse di investitori finanziari, istituzionali e privati, oltre che quello di operatori industriali che potrebbero supportare maggiormente le attività di sviluppo delle iniziative attualmente allo studio.



PROSPETTI CONTABILI DELLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016

Situazione patrimoniale finanziaria consolidata

SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA (ATTIVO)	30/06/2016	31/12/2015	30/06/2015	Note informative
Attività non correnti	28.914.176	28.782.597	23.399.538	
Attività materiali	326.591	275.066	259.735	1
Avviamento	15.487.731	15.487.731	10.314.631	2
Attività immateriali a vita definita	1.589.116	1.643.106	1.558.576	3
Attività immateriali a vita indefinita	10.747.033	10.747.033	10.542.033	4
Partecipazioni	150.000	-	33.000	5
Attività finanziarie non correnti	551.750	551.750	631.000	6
Altre attività non correnti	61.955	77.911	60.564	7
Attività correnti	27.056.016	25.417.933	28.518.295	
Crediti commerciali	17.055.324	15.076.453	12.905.435	8
Attività finanziarie correnti	166.141	24.660	34.857	9
Disponibilità liquide	9.128.843	9.708.361	13.492.127	10
Attività per imposte correnti	198.979	177.527	1.153.227	11
Altre attività correnti	506.729	430.932	932.649	12
Attività non correnti possedute per la vendita	-	449.149	-	
Attività non correnti possedute per la vendita	-	449.149	-	13
SITUAZIONE PATRIMONIALE FINANZIARIA (PASSIVO)	30/06/2016	31/12/2015	30/06/2015	Note informative
Patrimonio netto	(38.492.569)	(39.491.326)	(38.504.041)	14
Capitale sociale, con indicazione della parte non versata	(15.963.600)	(15.926.500)	(15.926.500)	
Riserva legale	(243.708)	(126.223)	(126.223)	
Riserva straordinaria	(1.023.507)	(1.023.507)	(1.023.507)	
Riserva azioni proprie	885.452	287.907	-	
Altre riserve	(18.758.581)	(18.452.998)	(18.330.255)	
Utili esercizi precedenti	(1.485.155)	(1.304.198)	(1.304.198)	
- Riserve di GRUPPO	(36.520.224)	(36.384.081)	(36.654.816)	
- Riserve di TERZI	(68.875)	(161.437)	(55.867)	
Utile consolidato dell'esercizio	(1.903.471)	(2.945.808)	(1.793.358)	
- Utile di GRUPPO	(1.949.964)	(2.916.939)	(1.788.639)	
- Utile di TERZI	46.494	(28.869)	(4.720)	
Passività non correnti	(2.086.193)	(2.157.951)	(1.962.770)	
Passività finanziarie non correnti	-	-	-	
Fondi per benefici ai dipendenti	(1.041.377)	(1.095.573)	(743.881)	15
Fondi per rischi e oneri	(39.954)	(75.704)	(75.704)	16
Passività per imposte differite	(1.004.863)	(986.674)	(1.143.185)	17
Passività correnti	(15.391.430)	(12.755.493)	(11.451.022)	
Passività finanziarie correnti	(204.433)	(334.775)	(102.188)	18
Debiti commerciali	(12.343.704)	(9.721.230)	(9.122.650)	19
Passività per imposte correnti	(1.192.269)	(1.099.346)	(1.215.377)	20
Altre passività correnti	(1.651.024)	(1.600.142)	(1.010.807)	21
Passività relative alle attività non correnti destinate alla vendita	-	(244.908)	-	
Passività relative alle attività non correnti possedute per la vendita	-	(244.908)	-	13



Conto economico complessivo consolidato

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO	30/06/2016	31/12/2015	30/06/2015	Note informative
Ricavi	16.574.179	33.181.534	15.891.901	22
Altri Ricavi Operativi	184.534	83.730	8.008	23
Costi capitalizzati per costruzioni interne	334.898	413.478	114.443	24
Costi per Servizi	(9.777.852)	(19.146.036)	(9.150.429)	25
Costi per il personale	(3.383.659)	(6.775.882)	(2.804.663)	26
Altri costi operativi	(554.535)	(1.159.413)	(396.263)	27
Ammortamenti	(926.690)	(1.951.974)	(696.988)	28
Svalutazioni e accantonamenti	(20.827)	(235.979)	(216.893)	29
Risultato operativo	2.430.048	4.409.459	2.749.116	
Proventi Finanziari	7.251	49.511	29.951	30
Oneri Finanziari	(16.439)	(31.900)	(16.642)	30
Proventi e oneri finanziari netti	(9.188)	17.612	13.309	
Rettifica di valore di attività finanziarie	-	(81.250)	(1.250)	31
Proventi (oneri) da partecipazioni /consolidamento	43.350	(10.109)	-	32
Risultato prima delle imposte	2.464.210	4.335.711	2.761.176	
Imposte sul reddito	(560.739)	(1.432.272)	(967.817)	33
Risultato delle attività possedute per la vendita	-	42.369	-	13
Risultato netto consolidato dell'esercizio	1.903.471	2.945.808	1.793.358	
- di cui di GRUPPO	1.949.964	2.916.939	1.788.639	
- di cui di TERZI	(46.494)	28.869	4.720	
Risultato netto consolidato dell'esercizio	1.903.471	2.945.808	1.793.358	-
Differenze di cambio su conversione di operazioni in valuta	-	-	-	
Attività finanziarie disponibili per la vendita	(2.810)	-	-	
Copertura dei flussi finanziari	-	-	-	
Plusvalenze da rivalutazione immobili	-	-	-	
Utili (perdite) attuariali da piani pensionistici a benefici definiti	-	16.761	-	
Imposte sul reddito sulle altre componenti di conto economico complessivo	-	-	-	
Altre componenti del conto economico complessivo	(2.810)	16.761	-	
Totale Risultato netto complessivo consolidato	1.900.661	2.962.569	1.793.358	
- di cui di GRUPPO	1.947.154	2.933.700	1.788.639	
- di cui di TERZI	(46.494)	28.869	4.720	



Rendiconto finanziario consolidato

RENDICONTO FINANZIARIO	30/06/2016	31/12/2015	30/06/2015
Utile dell'esercizio	1.903.471	2.945.808	1.793.358
Ammortamenti immateriali e materiali	926.690	1.951.974	696.988
Variazione imposte differite	18.189	73.132	229.644
Accantonamenti e svalutazioni	20.827	235.979	216.893
Variazione crediti commerciali	(1.999.699)	(2.389.379)	(203.594)
Variazione debiti commerciali	2.622.474	1.282.796	684.216
Variazione altri crediti	(75.797)	12.998	(488.718)
Variazione altri debiti	50.882	627.746	38.411
Variazione crediti tributari	(21.452)	799.777	(175.924)
Variazione debiti tributari	92.923	698.300	814.331
Variazione fondi del personale e altri fondi	(89.947)	446.244	94.551
A - Flusso netto generato / (assorbito) da attività operative	3.448.562	6.685.374	3.700.157
Investimenti in attività materiali	(117.336)	(111.405)	(19.706)
Investimenti in attività immateriali	(806.889)	(1.883.633)	(619.787)
Variazione di altre attività immateriali	-	(5.641.874)	(263.774)
Variazione delle partecipazioni	(150.000)	23.100	(9.900)
Variazione delle attività finanziarie non correnti strategiche	(0)	80.628	5.000
Variazione delle altre attività non correnti	15.956	(32.007)	(14.660)
Variazione delle attività e delle passività destinate alla vendita	204.240	(204.240)	(1)
B - Flusso netto generato / (assorbito) da attività d'investimento	(854.028)	(7.769.431)	(922.828)
Variazione delle attività finanziarie correnti	(141.481)	16.483	6.286
Variazione dei debiti verso banche e delle passività finanziarie correnti	(130.343)	10.284	(222.304)
Altre variazioni del patrimonio netto	(354.568)	(163.862)	1.302
Aumenti di capitale	37.100	-	-
Acquisto azioni proprie	(597.545)	-	-
Dividendi erogati	(1.987.215)	(1.990.813)	(1.990.813)
C - Flusso netto generato / (assorbito) da attività di finanziamento	(3.174.052)	(2.127.909)	(2.205.529)
D - Flusso di cassa complessivo generato / (assorbito) nel periodo (A+B+C)	(579.518)	(3.211.966)	571.800
E - Disponibilità liquide all'inizio del periodo	9.708.361	12.920.327	12.920.327
F - Disponibilità liquide alla fine del periodo (D+E)	9.128.843	9.708.361	13.492.127

I prospetti precedenti forniscono una rappresentazione della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica del Gruppo Triboo Media al 30 giugno 2016 secondo i criteri di misurazione e valutazione previsti dagli IFRS adottati dall'Unione Europea.



Movimentazione del patrimonio netto consolidato al 30/06/2016 e 31/12/2015

DATI PATRIMONIALI (in unità di euro)	Quota di Gruppo													Quota di terzi		
	Capitale Sociale	Riserva Legale	Riserva straordinaria	Riserva azioni proprie	Riserva conferimenti	Riserva sovrapp. azioni	Riserva FTA	Utili (perdite) attuariali	Riserva di conversione	Utili esercizi precedenti a nuovo	Riserva Utili indivisi	Utile dell'esercizio	Totale	Altre riserve	Utili di terzi	Totale
Consistenze iniziali al 01.01.2015	15.926.500	8.820	1.023.507	-	1.228.384	15.389.521	(31.544)	(30.697)	(39.510)	120.565	3.054.396	1.994.385	38.644.326	24.698	31.168	55.867
A. Incrementi	-	117.403	-	(287.907)	-	-	-	-	-	1.183.633	298.365	2.916.939	4.228.433	136.739	28.869	165.608
<i>A.2. Altre variazioni</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
destinazione del risultato di periodo	-	117.403	-	-	-	-	-	-	-	239.843	192.794	-	550.040	31.168	-	31.168
dell'area di consolidamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105.571	-	105.571	105.571	-	105.571
acquisto azioni proprie	-	-	-	(287.907)	-	-	-	-	-	-	-	-	(287.907)	-	-	-
destinazione delle differenze ITAGAAP - IFRS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	943.790	-	-	943.790	-	-	-
Utile/Perdite dell'esercizio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.916.939	-	2.916.939	-	28.869	28.869
B. Decrementi	-	-	-	-	-	-	-	16.761	-	-	(1.594.117)	(1.994.385)	(3.571.741)	-	(31.168)	(31.168)
<i>B.1. Utilizzi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dividendi erogati	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(345.546)	(1.990.813)	(2.336.359)	-	-	-
utili (perdite) attuariali	-	-	-	-	-	-	-	16.761	-	-	-	-	16.761	-	-	-
riassorbimento differenze esercizi precedenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1.143.000)	-	(1.143.000)	-	-	-
destinazione risultato	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(3.572)	(3.572)	-	(31.168)	(31.168)
variazione area di consolidamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(105.571)	-	(105.571)	-	-	-
Consistenze finali al 31.12.2015	15.926.500	126.223	1.023.507	(287.907)	1.228.384	15.389.521	(31.544)	(13.936)	(39.510)	1.304.198	1.758.644	2.916.939	39.301.018	161.438	28.869	190.307
Consistenze iniziali al 01.01.2016	15.926.500	126.223	1.023.507	(287.907)	1.228.384	15.389.521	(31.544)	(13.936)	(39.510)	1.304.198	1.758.644	2.916.939	39.301.018	161.438	28.869	190.307
A. Incrementi	37.100	117.485	-	(597.545)	-	67.374	-	-	-	180.957	359.302	1.949.964	2.114.637	8.108	(46.494)	(38.386)
<i>A.2. Altre variazioni</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
destinazione del risultato esercizio 2015	-	117.485	-	-	-	-	-	-	-	244.999	359.302	-	721.786	8.108	-	8.108
aumento del capitale sociale al servizio del piano si stock options	37.100	-	-	-	-	67.374	-	-	-	-	-	-	104.474	-	-	-
variazione area di consolidamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
acquisto azioni proprie	-	-	-	(597.545)	-	-	-	-	-	-	-	-	(597.545)	-	-	-
destinazione delle differenze ITAGAAP - IFRS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(64.042)	-	-	(64.042)	-	-	-
Utile/Perdite dell'esercizio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.949.964	1.949.964	-	(46.494)	(46.494)
B. Decrementi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(28.528)	(2.916.939)	(2.945.467)	(100.671)	(28.869)	(129.540)
<i>B.1. Utilizzi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
distribuzione dividendi 2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1.987.215)	(1.987.215)	-	-	-
utili (perdite) attuariali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
riassorbimento differenze esercizi precedenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(28.528)	-	(28.528)	-	-	-
destinazione del risultato - esercizio 2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(929.724)	(929.724)	-	(8.108)	(8.108)
variazione area di consolidamento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(100.671)	(20.761)	(121.432)
Consistenze finali al 30.06.2016	15.963.600	243.708	1.023.507	(885.452)	1.228.384	15.456.895	(31.544)	(13.936)	(39.510)	1.485.155	2.089.418	1.949.964	38.470.188	68.875	(46.494)	22.381



NOTE ILLUSTRATIVE ALLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016

1. Dichiarazione di conformità ai principi contabili internazionali

La relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 è stata redatta secondo lo IAS 34 – Bilanci intermedi – e sono stati applicati gli stessi principi contabili e i medesimi criteri di valutazione adottati nella redazione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2015, ai quali si rimanda, fatta eccezione per l'adozione dei nuovi principi, modifiche ed interpretazioni in vigore dal 1 gennaio 2016.

La presente relazione finanziaria semestrale consolidata non contiene tutte le informazioni e le note illustrative richieste per il bilancio annuale e deve, quindi, essere letta congiuntamente alla relazione finanziaria annuale consolidata al 31 dicembre 2015.

La relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 è stata redatta in unità euro ed è stata comparata con la relazione finanziaria annuale consolidata al 31 dicembre 2015 e con la relazione finanziaria semestrale consolidata dell'esercizio precedente, entrambe redatti in omogeneità di criteri.

2. Forma e contenuto della relazione finanziaria semestrale consolidata

La relazione finanziaria semestrale consolidata del Gruppo Triboo Media (il "Gruppo"), redatta in conformità agli IFRS e corredata dalla Relazione degli amministratori sull'andamento della gestione, si compone dei seguenti documenti:

1. la situazione patrimoniale-finanziaria consolidata al 30 giugno 2016, comparata con la situazione patrimoniale-finanziaria consolidata al 31 dicembre 2015 e al 30 giugno 2015. In particolare, la situazione patrimoniale finanziaria è redatta secondo uno schema, conforme a quanto previsto dallo IAS 1, in cui sono esposte separatamente le attività correnti e non correnti e le passività correnti e non correnti, in relazione ad un ciclo operativo di 6 mesi;

2. il Conto Economico Complessivo Consolidato per il semestre chiuso al 30 giugno 2016, comparato con il Conto Economico Complessivo Consolidato del semestre chiuso al 30 giugno 2015 e con il Conto Economico Complessivo Consolidato al 31 dicembre 2015.

In particolare, si rileva che lo schema di conto economico adottato, conforme a quanto consentito dallo IAS 1, evidenzia i seguenti risultati intermedi, non definiti come misura contabile nell'ambito dei Principi Contabili IFRS (pertanto i criteri di definizione di tali risultati intermedi potrebbero non essere omogenei



con quelli adottati da altre società), in quanto gli Amministratori ritengono che costituiscano un'informazione significativa ai fini della comprensione dei risultati economici del Gruppo:

- a. risultato operativo (EBIT): è costituito dall'utile netto dell'esercizio, al lordo delle imposte, dei proventi/oneri derivanti dalle attività destinate alla vendita, dei proventi/oneri derivanti dalle attività delle partecipate e dei proventi/oneri derivanti dalla gestione finanziaria;
- b. risultato prima delle imposte: è costituito dall'utile netto dell'esercizio, al lordo delle imposte.
- c. imposte dell'esercizio
- d. utile/perdita dell'esercizio
- e. utile/perdita complessivo

3. il Rendiconto finanziario consolidato per il semestre chiuso al 30 giugno 2016, comparato con il Rendiconto finanziario consolidato dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015. Per la redazione del rendiconto finanziario, è stato utilizzato il metodo indiretto conforme a quanto previsto dallo IAS 7, per mezzo del quale l'utile o la perdita d'esercizio sono rettificati dagli effetti delle operazioni di natura non monetaria, da qualsiasi differimento o accantonamento di precedenti o futuri incassi o pagamenti operativi, e da elementi di ricavi o costi connessi con flussi finanziari derivanti dall'attività di investimento o finanziaria. Si precisa che la costruzione del rendiconto finanziario semestrale al 30 giugno 2016 prende come riferimento gli scostamenti intervenuti dal 31 dicembre 2015 al 30 giugno 2016;

4. il Prospetto delle variazioni del patrimonio netto per il semestre chiuso al 30 giugno 2016 e per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015;

5. le note illustrative.

La relazione finanziaria semestrale consolidata, comprende le situazioni contabili intermedie della capogruppo e delle sue controllate, alla cui individuazione è dedicato il successivo paragrafo "Area di consolidamento". Tali dati sono stati opportunamente modificati e riclassificati, ove necessario, per uniformarli a principi contabili internazionali e ai criteri di classificazione omogenei nell'ambito del Gruppo.

Tutte le situazioni contabili intermedie di ciascuna impresa rientrante nell'area di consolidamento vengono preparati nella valuta dell'ambiente economico primario in cui esso opera (valuta funzionale), ossia in euro: alla data del 30 giugno 2016 non sono presenti nell'area di consolidamento società che redigono i propri bilanci in una valuta diversa dall'euro.



Uso di stime

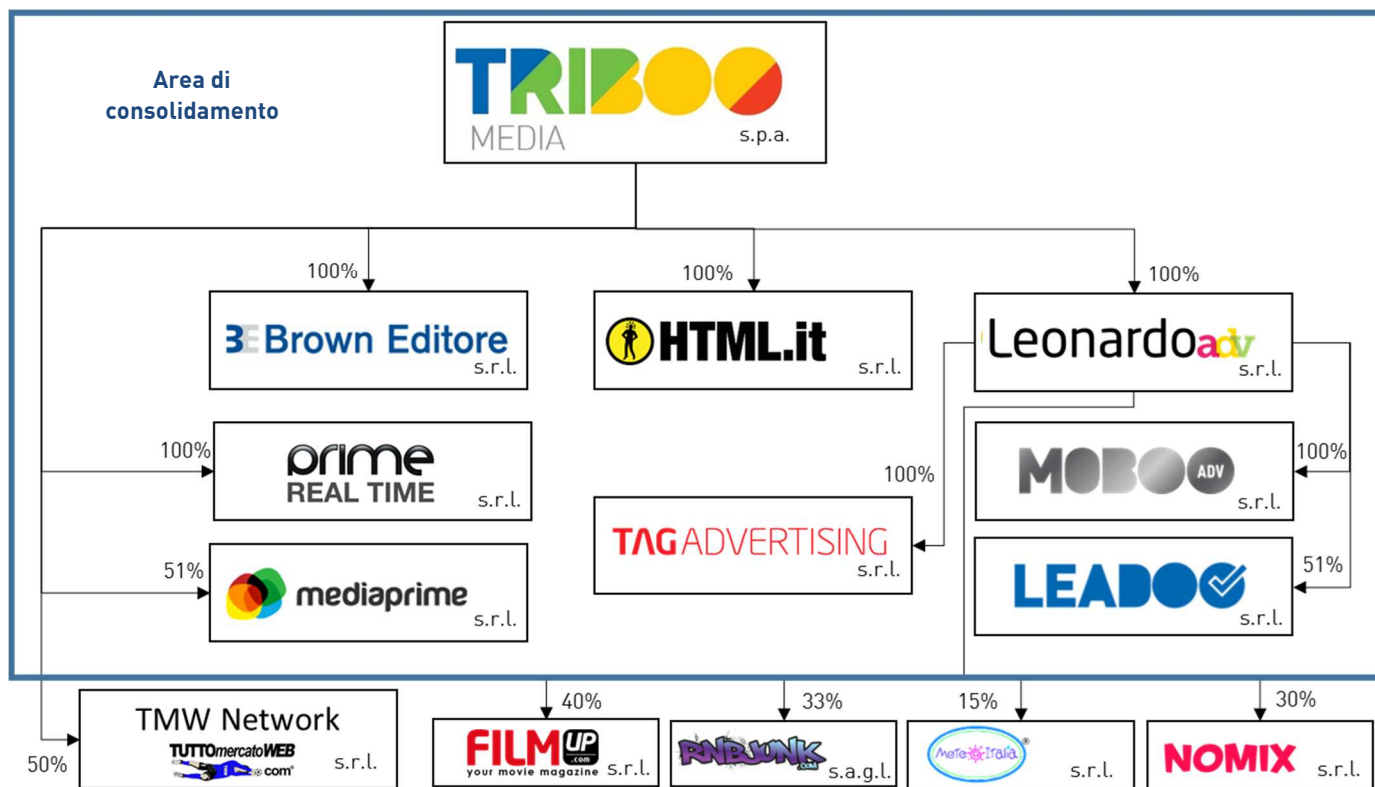
La redazione del bilancio e delle relative note in applicazione degli IFRS richiede l'effettuazione di stime e di assunzioni che hanno effetto sui valori delle attività e delle passività di bilancio e sull'informativa relativa ad attività e passività potenziali alla data del bilancio. I risultati che si consuntiveranno potrebbero differire da tali stime. Le stime sono utilizzate per rilevare gli accantonamenti per rischi su crediti, gli ammortamenti, i benefici ai dipendenti, le imposte e gli altri accantonamenti e fondi, nonché le eventuali rettifiche di valore di attività. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi immediatamente a conto economico.

3. Criteri generali di redazione e principi di consolidamento

Struttura del Gruppo

L'elenco delle società rientranti nell'area di consolidamento viene esposto nella tabella seguente:

Ragione sociale	Sede legale	Nazione	Valuta	Valore partecipazione	Capitale Sociale	Quota di Gruppo	Partecipante	Partecipazione sul capitale sociale
AREA DI CONSOLIDAMENTO								
Triboo Media S.p.A.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	-	15.963.600	100,00%	-	-
Leonardo ADV S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	12.820.787	1.250.000	100,00%	Triboo Media S.p.A.	100,00%
HTML.it S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	10.850.000	97.800	100,00%	Triboo Media S.p.A.	100,00%
TAG Advertising S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	50.000	50.000	100,00%	Leonardo ADV S.r.l.	100,00%
Moboo S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	33.000	33.000	100,00%	Leonardo ADV S.r.l.	100,00%
Leadoo S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	5.100	10.000	51,00%	Leonardo ADV S.r.l.	51,00%
Media Prime S.r.l.	Via Luigi Gussalli 9 Brescia	Italia	Euro	300.000	10.000	51,00%	Triboo Media S.p.A.	51,00%
Prime Real Time S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	50.000	50.000	100,00%	Triboo Media S.p.A.	100,00%
Brown Editore S.r.l.	Viale Sarca 336 Milano	Italia	Euro	3.750.000	1.087.500	100,00%	Triboo Media S.p.A.	100,00%
ALTRE SOCIETA' DEL GRUPPO E PARTECIPATE								
Nomix S.r.l.	Via SanMichele 12 Niella Tanaro (CN)	Italia	Euro	240.000	10.000	30,00%	Leonardo ADV S.r.l.	30,00%
R&B Junk Sagl	Mendrisio	Svizzera	CHF	Euro 35.000	chf 30.000	33,00%	Leonardo ADV S.r.l.	33,00%
Meteo Italia S.r.l.	Via Negrolì 24 Milano	Italia	Euro	76.000	40.000	15,00%	Leonardo ADV S.r.l.	15,00%
Filmup.com S.r.l.	Via trieste 18 Selargius (CA)	Italia	Euro	200.000	30.000	40,00%	Leonardo ADV S.r.l.	40,00%
TMW Network S.r.l.	Via IV Novembre, 1 Montevarchi (AR)	Italia	Euro	150.000	300.000	50,00%	Triboo Media S.p.A.	50,00%



Principi di consolidamento

I principi che governano la predisposizione del bilancio del Gruppo attengono alla:

- a) definizione dell'area di consolidamento;
- b) definizione della data di consolidamento;
- c) metodologia di consolidamento.

a) Definizione dell'area di consolidamento

- **Imprese controllate.** Nell'area di consolidamento sono ricomprese la Capogruppo Triboo Media S.p.A. e le altre società sulle quali la stessa esercita, direttamente o indirettamente, il controllo, determinandone le scelte finanziarie e gestionali ed ottenendone i relativi benefici economici.
- **Imprese collegate.** Le imprese collegate sono le imprese nelle quali il Gruppo esercita un'influenza notevole, così come definita dallo IAS28 – Partecipazioni in collegate – ma non il controllo od il controllo congiunto sulle politiche finanziarie ed operative. Le partecipazioni in imprese collegate sono contabilizzate con il metodo del patrimonio netto, a partire dalla data in cui inizia l'influenza notevole fino al momento in cui tale influenza notevole cessa di esistere. Qualora l'eventuale quota di pertinenza del Gruppo delle perdite della collegata ecceda il valore contabile della partecipazione in bilancio, si procede ad azzerare il valore della partecipazione e la quota delle ulteriori perdite non rilevate si iscrive in un apposito fondo rischi, nella misura in cui il Gruppo abbia l'obbligo di risponderne.



- **Partecipazioni in altre imprese.** Le partecipazioni in altre imprese costituenti attività finanziarie disponibili per la vendita sono valutate al *fair value*, se determinabile, e gli utili e le perdite derivanti dal *fair value* sono imputabili direttamente agli utili/perdite complessive fintantoché esse sono cedute o abbiano subito una perdita di valore. In quel momento gli utili/perdite complessivi precedentemente rilevati a Patrimonio Netto sono imputati a conto economico. Le partecipazioni in altre imprese per le quali non è disponibile il *fair value*, sono iscritte al costo eventualmente svalutato per perdite di valore. Le società controllate sono consolidate a partire dalla data in cui il controllo è stato effettivamente acquisito dal Gruppo e cessano di essere consolidate dalla data in cui tale controllo è trasferito al di fuori del Gruppo, ad eccezione di eventuali accordi parasociali e di operazioni eseguite “under common control” ai sensi dell’IFRS3.

Conformemente al IFRS 10 la capogruppo ha provveduto a consolidare i bilanci intermedi delle società nelle quali esercita il controllo, secondo il metodo integrale.

Alla luce di quanto fin qui detto, il perimetro dell’area di consolidamento integrale del bilancio relativo al 30 giugno 2016 comprende, oltre alla Capogruppo, le società controllate Leonardo ADV S.r.l., HTML.it S.r.l., TAG Advertising S.r.l., Media Prime S.r.l., Prime Real Time S.r.l., Brown Editore S.r.l., Moboo S.r.l. e Leadoo S.r.l. Tutte le società controllate direttamente od indirettamente sono state incluse nell’area di consolidamento. La società Ants S.r.l. partecipata al 51% da Brown Editore S.r.l. fino al 31 dicembre 2015, è stata ceduta in data 23 febbraio 2016. Pertanto, rispetto all’esercizio precedente, l’area di consolidamento al 30 giugno 2016, non comprende più la società Ants S.r.l.

Le partecipazioni nelle società R&B Junk Sagl, Nomix S.r.l., FilmUp.com S.r.l., Meteo Italia S.r.l., e TMW Network S.r.l. classificate tra le partecipazioni in altre imprese immobilizzate (*held to maturity*), sono valutate con il metodo del minore tra valore di iscrizione e *fair value*.

b) Data di consolidamento

La data di redazione della relazione finanziaria semestrale coincide con la data intermedia dell’esercizio di chiusura della Capogruppo vale a dire il 30 giugno 2016.

c) Metodologia di consolidamento

Con riferimento alle **imprese controllate** si è provveduto a consolidare i relativi bilanci intermedi secondo il metodo integrale previsto e disciplinato dal IFRS 10. Tale principio prescrive che la Capogruppo:



- aggreghi, linea per linea, ai valori risultanti dal proprio bilancio separato l'intero importo delle attività, delle passività, dei costi e dei ricavi delle singole società ricadenti nell'area di consolidamento;
- elimini il valore contabile delle partecipazioni consolidate detenute dalla Società a fronte del relativo Patrimonio Netto.

Nella preparazione del bilancio consolidato intermedio, in particolare, si è seguita la seguente metodologia:

- le attività e le passività, gli oneri e i proventi sono assunti linea per linea attribuendo, ove applicabile, ai soci di minoranza la quota di Patrimonio netto e del risultato netto del periodo di loro spettanza;
- il valore contabile delle partecipazioni acquisite in un'operazione di aggregazione di imprese è eliminato, in ossequio al metodo dell'acquisto (c.d. "*purchase method*"), a fronte della corrispondente quota di patrimonio netto di ciascuna delle controllate comprensiva degli eventuali adeguamenti al *fair value*, alla data di acquisizione, delle relative attività e passività. L'eventuale differenza residuale tra il valore contabile delle partecipazioni ed il valore corrente delle attività e passività acquistate, se positiva, è allocata alla voce dell'attivo Avviamento e se negativa è contabilizzata a conto economico;
- gli utili e le perdite significativi derivanti da operazioni realizzate tra società consolidate integralmente, non ancora realizzati nei confronti di terzi, sono eliminati;
- i rapporti di debito e credito, i costi e i ricavi, nonché gli oneri e i proventi finanziari tra società consolidate integralmente sono eliminati;
- gli utili o le perdite derivanti dalla cessione di quote di partecipazione in società consolidate sono imputati a conto economico per l'ammontare corrispondente alla differenza fra il prezzo di vendita e la corrispondente frazione di attività e passività cedute;
- gli utili e le perdite realizzate con società collegate consolidate sono eliminati per la parte di pertinenza del Gruppo;
- le perdite infragruppo sono eliminate ad eccezione del caso in cui esse siano rappresentative di perdite durevoli.

La quota di interessenza degli azionisti di minoranza nelle attività nette delle controllate consolidate è identificata separatamente rispetto al Patrimonio Netto del Gruppo. Tale interessenza viene determinata in base alla percentuale da essi detenuta nel *fair value* delle attività e passività iscritte alla data di acquisizione originaria e nelle variazioni di Patrimonio Netto dopo tale data.



4. Sintesi dei principi contabili e dei criteri di valutazione adottati

I principi contabili e i principi di consolidamento adottati nella redazione della presente Relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 sono coerenti con quelli applicati per la redazione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2015 a cui si rimanda ad eccezione dei nuovi principi o interpretazioni omologati dalla Unione Europea e applicabili dal 1° gennaio 2016.

In particolare, la Relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 è stata redatta facendo riferimento ai criteri generali della prudenza e della competenza e nel presupposto del funzionamento e della continuità aziendale, avendo verificato la sussistenza dei requisiti previsti dagli IAS/IFRS per procedere in tal senso in considerazione anche di quanto esposto nella Relazione sulla Gestione.

Tutti i prospetti patrimoniali e finanziari presentano i dati del periodo di riferimento raffrontati con i dati dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 e al 30 giugno 2015. I dati dei prospetti di conto economico sono confrontati invece con i dati dello stesso periodo dell'esercizio precedente e con il 31 dicembre 2015.

Nuovi principi, modifiche a principi esistenti ed interpretazioni efficaci per periodi che iniziano a partire dal 1° gennaio 2016

Amendments to IAS 19 - "Defined Benefit Plans: Employee Contributions". Le modifiche apportate consentono la contabilizzazione in diminuzione del current service cost del periodo dei contributi corrisposti dai dipendenti o da terze parti, che non siano correlati al numero di anni di servizio, in luogo dell'allocazione di tali contributi lungo l'arco temporale cui il servizio è reso.

Annual Improvements to IFRSs - 2010-2012 Cycle. Le disposizioni approvate hanno apportato modifiche: (i) all'IFRS 2, chiarendo la definizione di "condizione di maturazione" e introducendo le definizioni di condizioni di servizio e di risultato; (ii) all'IFRS 3, chiarendo che le obbligazioni a corrispondere un corrispettivo potenziale, diverse da quelle che rientrano nella definizione di strumento di patrimonio netto, sono valutate al fair value ad ogni data di bilancio, con variazioni rilevate a conto economico; (iii) all'IFRS 8, richiedendo che sia data informativa circa le valutazioni effettuate dalla direzione aziendale nell'aggregazione dei segmenti operativi descrivendo i segmenti che sono stati aggregati e gli indicatori economici che sono stati valutati per determinare che i segmenti aggregati presentano caratteristiche economiche simili; (iv) allo IAS 16 e lo IAS 38, chiarendo la modalità di determinazione del valore contabile lordo delle attività, in caso di rivalutazione conseguente all'applicazione del modello della rideterminazione del valore; (v) allo IAS 24, stabilendo le informazioni



da fornire quando vi è un'entità terza che fornisce servizi relativi alla gestione dei dirigenti con funzioni strategiche dell'entità che redige il bilancio.

Amendments to IFRS 11 - "Accounting for Acquisitions of Interests in Joint Operation". Le modifiche allo standard forniscono un orientamento sulla corretta contabilizzazione delle acquisizioni derivanti da "Interests in Joint Operation".

Amendments to IAS 1 - "Disclosure Initiative". Le modifiche proposte riguardano la materialità, l'aggregazione delle voci, la struttura delle note, l'informativa sui criteri contabili adottati e la presentazione delle altre componenti dell'utile complessivo derivanti dalla valutazione con il metodo del patrimonio netto delle partecipazioni.

Amendments to IAS 27 - "Equity Method in Separate Financial Statements". Le modifiche consentiranno alle entità di utilizzare il metodo del patrimonio netto per contabilizzare le partecipazioni in controllate, joint ventures e collegate nel proprio bilancio separato applicando il cambiamento retrospettivamente.

Amendments to IAS 16 and IAS 38 - "Clarification of Acceptable Methods of Depreciation and Amortisation".

Le modifiche chiariscono l'uso dei "revenue-based methods" per calcolare l'ammortamento di un'immobilizzazione.

Annual Improvements to IFRSs 2012-2014 Cycle - Le disposizioni approvate hanno apportato modifiche: (i) all'IFRS 5 chiarendo che il cambiamento del metodo di cessione delle attività (o gruppi in dismissione) da vendita a distribuzione ai soci non dovrebbe essere considerato un nuovo piano di cessione ma, piuttosto, la continuazione del piano originario; (ii) all'IFRS 7 chiarendo che: (ii.a) un contratto di servizio (servicing contract) che include un compenso può comportare un coinvolgimento continuo in un'attività finanziaria. Un'entità deve definire la natura del compenso e dell'accordo sulla base delle guidance contenute nell'IFRS 7 sul tema del coinvolgimento continuo per valutare se è richiesta informativa; (ii.b) i requisiti di informativa sulle compensazioni non si applicano ai bilanci intermedi sintetici, a meno che questa informativa non fornisca un aggiornamento significativo delle informazioni presentate nel più recente bilancio annuale. (iii) allo IAS 19 chiarendo che il mercato attivo (market depth) delle obbligazioni societarie di alta qualità deve essere definito rispetto alla valuta in cui l'obbligazione è denominata, piuttosto che al paese in cui l'obbligazione è localizzata. Quando non c'è un mercato attivo per obbligazioni societarie di alta qualità in quella valuta, devono essere utilizzati i tassi relativi ai titoli di stato; allo IAS 34 chiarendo che l'informativa richiesta nei bilanci intermedi deve essere presentata o nel bilancio intermedio o incorporata attraverso dei cross reference tra il bilancio intermedio e la



parte della relazione finanziaria intermedia in cui è inclusa (ad esempio, la relazione sulla gestione o il report di commento sui rischi). L'informativa presentata nella relazione finanziaria intermedia deve essere disponibile per il lettore negli stessi termini e nella stessa tempistica del bilancio intermedio.

Nuovi principi, modifiche a principi esistenti ed interpretazioni efficaci per periodi successivi al 1° gennaio 2016

Amendments to IFRS 10, IFRS 12 and IAS 28 – “Investment Entities: Applying the Consolidation Exception”. Le modifiche apportate forniscono chiarimenti nell’ambito dell’applicazione dell’eccezione al consolidamento per le investment entities. Le nuove disposizioni si applicheranno a seguito dell’omologazione delle modifiche agli standard da parte dell’Unione Europea, non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

Amendment to IAS 12 – “Recognition of Deferred Tax Assets on Unrealised Losses”. Le modifiche apportate forniscono chiarimenti nell’ambito della contabilizzazione delle attività per imposte differite relative a strumenti di debito valorizzati al fair value. Le nuove disposizioni si applicheranno a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1 gennaio 2017, salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell’omologazione delle modifiche agli standard da parte dell’Unione Europea, non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

Amendment to IAS 7 – “Disclosure initiative”. Le modifiche apportate riguardano l’informativa che le società dovranno fornire per consentire agli investitori di valutare i cambiamenti nelle passività derivanti da attività di finanziamento. Le nuove disposizioni si applicheranno a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1 gennaio 2017, salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell’omologazione delle modifiche agli standard da parte dell’Unione Europea, non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

IFRS 15 – “Revenue from contracts with customers”. Lo standard sostituisce lo IAS 18 – “Revenues,” lo IAS 11 “Construction Contracts”, l’IFRIC 13 “Customers Loyalty Programmes”, l’IFRIC 15 – “Agreements for the Construction of Real Estate”, l’IFRIC 18 – “Transfers of Assets from Customers” ed il SIC 31 – “Revenue—Barter Transactions Involving Advertising Services”. I ricavi sono riconosciuti quando il cliente acquisisce il controllo sui beni e servizi e, quindi, quando lo stesso ha la capacità di dirigerne l’uso e ottenerne i benefici. Quando una società concorda di fornire beni o servizi ad un prezzo che varia in base al verificarsi o no di alcuni eventi futuri, una stima della parte variabile è inclusa nel prezzo solo se il suo verificarsi risulta altamente probabile. In caso di transazioni che prevedono la vendita contestuale di più beni e/o servizi, il prezzo di vendita deve essere allocato in base al prezzo che la società applicherebbe ai clienti qualora gli stessi beni e servizi inclusi nel contratto fossero venduti



singolarmente. Le società talvolta sostengono costi, come commissioni di vendita, per ottenere o dare esecuzione ad un contratto. Tali costi, qualora determinati criteri siano soddisfatti, sono capitalizzati e riconosciuti nel conto economico lungo la durata del contratto. Lo standard specifica, inoltre, che il prezzo di vendita deve essere aggiustato nel caso in cui contenga una componente finanziaria significativa. L'IFRS 15 sarà efficace dal primo trimestre degli esercizi che iniziano a partire dall'1 gennaio 2018 salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell'omologazione del principio da parte dell'Unione Europea, non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

Clarifications to IFRS 15. L'obiettivo del documento è chiarire le linee guida relative all'IFRS 15 con riferimento alle criticità emerse dalle discussioni del "Transition Resource Group of revenue recognition" (TRG). Le nuove disposizioni si applicheranno a partire dagli esercizi che hanno inizio il, o dopo il, 1 gennaio 2018, salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell'omologazione delle modifiche agli standard da parte dell'Unione Europea, non ancora avvenuta alla data non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

IFRS 9 – "Strumenti finanziari". La versione finale dello standard, pubblicata il 24 luglio 2014, comprende le tre fasi ("classificazione e misurazione", "impairment" e "hedge accounting") del progetto dello IASB volto alla sostituzione dello IAS 39 – Strumenti finanziari: rilevazione e valutazione. L'IFRS 9 introduce nuovi requisiti per la classificazione e la misurazione delle attività finanziarie. Il nuovo standard riduce a tre il numero delle categorie di attività finanziarie previste dallo IAS 39 e richiede che tutte le attività finanziarie siano (i) classificate sulla base del modello di cui l'impresa si è dotata per gestire le proprie attività finanziarie e dei flussi di cassa caratteristici dell'attività finanziaria, (ii) inizialmente misurate al fair value più, nel caso di attività finanziarie non al fair value con contropartita a conto economico, alcuni costi accessori ("transaction costs"), e (iii) successivamente misurate al fair value o al costo ammortizzato. L'IFRS 9 prevede, inoltre, che i derivati impliciti che ricadono nell'ambito d'applicazione dell'IFRS in esame non debbano più essere scorporati dal contratto principale che li contiene e che l'impresa possa decidere di contabilizzare direttamente nel conto economico complessivo i cambiamenti di fair value delle partecipazioni che ricadono nell'ambito d'applicazione dell'IFRS in esame. Il nuovo modello d'impairment introdotto dall'IFRS 9 non richiede più che occorra un evento particolare ("trigger event") prima che si possa contabilizzare una perdita di valore, al contrario, prevede che le perdite di valore attese siano registrate in ogni momento e che il loro ammontare sia rivisto ed adeguato ad ogni data di bilancio in modo da riflettere le variazioni del rischio di credito degli strumenti finanziari. L'IFRS 9 introduce un modello a tre fasi per contabilizzare le perdite di valore. Le modalità di determinazione delle perdite di valore variano a seconda che le attività finanziarie si trovino in una delle tre fasi. L'IFRS 9 allinea maggiormente la contabilizzazione



degli strumenti di copertura con le attività di gestione dei rischi che le società pongono in essere al fine di ridurre e/o eliminare l'esposizione a rischi finanziari e non. Il nuovo modello introdotto dall'IFRS 9 permette l'utilizzo di documentazione prodotta internamente come base per implementare l'hedge accounting. L'IFRS 9 sarà efficace dall'1 gennaio 2018 salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell'omologazione del principio da parte dell'Unione Europea, non ancora avvenuta alla data non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria.

IFRS 16 – “Leases”. Lo standard sostituisce lo IAS 17 – “Leases,” e introduce come principale novità l'obbligo, da parte delle società, di segnalare nello stato patrimoniale tutti i contratti di locazione come attività e passività tenendo conto della sostanza dell'operazione o del contratto. Lo IAS 16 sarà efficace dall'1 gennaio 2019 salvo eventuali successivi differimenti a seguito dell'omologazione del principio da parte dell'Unione Europea, non ancora avvenuta alla data della presente relazione finanziaria. È permessa l'applicazione anticipata solo in caso in cui si applichi anche l'IFRS 15.

Amendments to IFRS 10 and IAS 28 - “Sale or Contribution of Assets between an Investor and its Associate or Joint Venture”. Le modifiche introdotte hanno l'obiettivo di meglio definire il trattamento contabile in relazione a utili o perdite derivanti da transazioni con joint venture o società collegate valutate con il metodo del patrimonio netto. Alla data della presente relazione finanziaria semestrale non è ancora stata definita la data a partire dalla quale si applicheranno le nuove disposizioni.



NOTE ILLUSTRATIVE ALLA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2016

5. Note illustrative alla situazione patrimoniale finanziaria

Le note illustrative alla situazione patrimoniale-finanziaria sono presentate comparando i dati patrimoniali al 30 giugno 2016 con i medesimi dati al 31 dicembre 2015.

1. Attività materiali

Al 30 giugno 2016 le attività materiali risultano iscritte per euro 326.591.

La composizione della voce e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Autovetture	198.813	140.024	58.789
Altre immobilizzazioni materiali	127.778	135.042	(7.264)
IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI	326.591	275.066	51.525

La voce "Autovetture" è costituita da un totale di nove autovetture aziendali, di cui tre acquisite con contratti di leasing nel corso dell'esercizio 2015 e sei auto di proprietà.

Le movimentazioni del costo storico e del fondo ammortamento relativamente al 30 giugno 2016 sono espone nella seguente tabella.

Descrizione	Costo Storico 31/12/15	Incrementi	Decrementi	Costo Storico 30/06/16	F.do Amm.to 31/12/15	Amm.ti	Utilizzi	F.do Amm.to 30/06/16	Saldo 31/12/15	Saldo 30/06/16
Autovetture	316.417	131.818	(145.025)	303.210	(176.393)	(37.901)	109.897	(104.397)	140.024	198.813
Autovetture	316.417	131.818	(145.025)	303.210	(176.393)	(37.901)	109.897	(104.397)	140.024	198.813
Attrezzature e Impianti	44.213	-	-	44.213	(37.290)	(1.063)	-	(38.353)	6.923	5.860
Macchine elettroniche	388.206	17.137	(629)	404.714	(281.546)	(20.361)	314	(301.592)	106.661	103.122
Mobili e arredi	69.303	-	-	69.303	(47.844)	(2.662)	-	(50.506)	21.459	18.797
Macchine elettroniche val. < 516 euro	7.285	201	-	7.486	(7.285)	(201)	-	(7.486)	-	-
Attrezzature val. < 516 euro	9.557	2.697	(500)	11.753	(9.557)	(2.697)	500	(11.753)	-	-
Altri beni valore < 516 euro	13.201	926	(503)	13.624	(13.201)	(926)	503	(13.624)	-	-
Altri beni	531.765	20.960	(1.632)	551.094	(393.191)	(27.909)	1.317	(423.315)	135.042	127.779
Totale Attività Materiali	848.182	152.778	(146.657)	854.303	(573.111)	(65.811)	111.214	(527.712)	275.066	326.591



2. Avviamento

La voce "Avviamento", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Avviamento da conferimento ramo ADV in Leonardo ADV	1.228.384	1.228.384	-
Differenza di consolidamento partecipazione in Leonardo ADV	674.974	674.974	-
Differenza di consolidamento partecipazione in HTML.it	7.873.205	7.873.205	-
Differenza di consolidamento Mediaprime	274.294	274.294	-
Differenza di consolidamento BROWN	2.821.477	263.774	-
Avviamento ramo da azienda Prime Real Time	2.615.398	-	-
AVVIAMENTO	15.487.731	10.314.631	-

La voce è così composta:

- avviamento per euro 1.228.384, sorto in relazione all'operazione di conferimento del ramo d'azienda relativo all'advertising *performance* effettuata dalla controllante JUICEADV S.r.l. (ora Triboo Media S.p.A.) in favore della concessionaria Leonardo ADV S.r.l., nell'esercizio 2011 ed invariato nel presente esercizio.
- differenza di consolidamento per euro 674.974 relativa alla prima iscrizione al 31 dicembre 2011 della differenza di consolidamento della società controllata al 100% Leonardo ADV S.r.l. Tale differenza non viene ammortizzata in conformità ai principi contabili internazionali IAS/IFRS ed è rimasta invariata rispetto al precedente esercizio.
- differenza di consolidamento iscritta al 31 dicembre 2014 (prima contabilizzazione nella relazione finanziaria consolidata semestrale abbreviata al 30 giugno 2014) per euro 7.873.205 relativa all'allocazione definitiva del prezzo pagato per l'acquisizione della società controllata HTML.it S.r.l., dopo l'effettuazione del processo di Purchase Price Allocation acquisita per il 100% nel mese di giugno 2014 al costo di acquisizione di euro 10.850.000. Tale differenza non viene ammortizzata in conformità ai principi contabili internazionali IAS/IFRS.
- differenza di consolidamento iscritta al 31 dicembre 2014 per euro 274.294 relativo all'allocazione definitiva (del prezzo pagato per l'acquisizione della partecipazione Media Prime S.r.l. acquisita al 51% nel mese di settembre 2014 al costo di acquisto di euro 300.000. Tale differenza non viene ammortizzata in conformità ai principi contabili internazionali IAS/IFRS.
- differenza di consolidamento iscritta al 31 dicembre 2015 per euro 2.821.477 relativa all'allocazione del prezzo pagato per l'acquisizione della società controllata Brown Editore S.r.l., acquisita al 100% nel mese di dicembre 2015 al costo di acquisto di euro 3.750.000. Tale differenza non viene ammortizzata in conformità ai principi contabili internazionali IAS/IFRS.
- avviamento per euro 2.615.398, sorto in relazione all'operazione di acquisto del ramo d'azienda



relativo alle attività italiane della Prime Real Time BV da parte della controllata di Triboo Media S.p.A., Prime Real Time S.r.l.

Ai fini della predisposizione della relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 del Gruppo, gli Amministratori hanno sottoposto tali avviamenti a verifica tramite *impairment test* (svolto ai sensi dello IAS 36), all'esito del quale non sono state individuate perdite di valore di tali elementi.

3. Attività immateriali a vita utile definita

Al 30 giugno 2016, le "Attività immateriali a vita utile definita" risultano iscritte per euro 1.589.116.

La composizione della voce e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Costi di sviluppo sostenuti internamente	863.609	699.958	163.651
Anagrafiche generate tramite sponsoring - customer list	103.353	160.480	(57.127)
Database contenuti editoriali	251.032	262.247	(11.215)
Sviluppo software e sistemi informativi	212.311	269.484	(57.173)
Licenze software	152.041	231.539	(79.498)
Spese creazione sito	5.750	9.333	(3.583)
Altri oneri pluriennali	1.020	10.065	(9.046)
ATTIVITA' IMMATERIALI A VITA UTILE DEFINITA	1.589.116	1.643.106	(53.990)

Le movimentazioni del costo storico e del fondo ammortamento relative al 30 giugno 2016, sono espone nella seguente tabella:

Descrizione	Costo Storico 31/12/15	Incrementi	Decrementi	Costo Storico 30/06/16	F.do Amm.to 31/12/15	Amm.ti	Utilizzi	F.do Amm.to 30/06/16	Saldo 31/12/15	Saldo 30/06/16
Costi di sviluppo sostenuti internamente	1.241.276	334.898	-	1.576.174	(541.318)	(171.247)	-	(712.565)	699.958	863.609
Anagrafiche generate tramite sponsoring	921.517	6.624	-	928.141	(761.037)	(63.751)	-	(824.788)	160.480	103.353
Database contenuti editoriali	2.738.782	446.327	-	3.185.109	(2.476.535)	(457.542)	-	(2.934.077)	262.247	251.032
Sviluppo software e sistemi informativi	641.247	19.040	-	660.287	(371.763)	(76.213)	-	(447.976)	269.484	212.311
Licenze software	582.314	-	-	582.314	(350.775)	(79.498)	-	(430.273)	231.539	152.041
Spese creazione sito	21.500	-	-	21.500	(12.167)	(3.583)	-	(15.750)	9.333	5.750
Altri oneri pluriennali	46.312	-	(9.046)	37.267	(36.247)	(9.046)	9.046	(36.247)	10.065	1.020
Totale Attività immateriali a vita definita	6.192.948	806.889	(9.046)	6.990.790	(4.549.841)	(860.879)	9.046	(5.401.675)	1.643.106	1.589.116

La variazione netta pari a euro 53.990 è riconducibile, in pari misura circa agli incrementi e alle quote di ammortamento effettuate nel periodo.



Gli investimenti in attività immateriali a vita utile definita nel primo semestre 2016 sono principalmente riferiti a:

- costi di sviluppo sostenuti internamente per un investimento pari ad euro 334.898, riferiti a cinque macro categorie di progetti di sviluppo di architetture software, pagine web, contenuti editoriali e progetti speciali. In particolare, uno dei progetti è stato sviluppato da parte della società controllata HTML.it S.r.l. e riguarda l'evoluzione dei vari *asset* editoriali gestiti, mentre i restanti quattro progetti di sviluppo sono in corso di realizzazione da parte della società controllata Leonardo ADV S.r.l., come già dettagliato nella Relazione sulla Gestione. La vita utile di tali progetti è stata determinata in cinque anni dalla data di inizio di ogni progetto;
- anagrafiche generate tramite sponsoring per un investimento pari ad euro 6.624. Tali costi capitalizzati sono relativi agli acquisti di database di indirizzi *web* (*customer lists*) necessari per svolgere l'attività di pubblicità on-line. La vita utile di tali database è stata determinata in tre anni, periodo che tiene conto della ciclicità delle integrazioni dei database e della durata media degli indirizzi web acquistati;
- database editoriali, invece, si riferiscono ai diritti d'autore acquistati da giornalisti, blogger e autori esterni da parte delle società HTML.it e Brown Editore per mantenere i contenuti dei vari *asset* editoriali sempre aggiornati. L'investimento del periodo è stato pari a euro 446.327.
La vita utile di tali database è stata determinata in due anni per i contenuti cosiddetti "evergreen" mentre per i contenuti "news" i costi relativi sono stati completamente ammortizzati nel periodo;
- la voce "sviluppo software e sistemi informativi" accoglie principalmente i costi relativi all'implementazione di nuovi software gestionali e contabili, oltre che gli sviluppi relativi ai software operativi necessari alle società che operano in campo editoriale e dell'advertising.

4. Attività immateriali a vita utile indefinita

La voce "Attività immateriali a vita utile indefinita" viene dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Network aggregativo di "Leonardo.it"	10.233.533	10.233.533	-
Domini web	443.500	443.500	-
Software e licenze	70.000	70.000	-
ATTIVITA' IMMATERIALI A VITA UTILE INDEFINITA	10.747.033	10.747.033	-

La principale voce delle attività a vita indefinita rimane il Network Leonardo.it. Dalla verifica ed esame del suo valore è emerso un valore dei flussi attualizzati non inferiore al valore iscritto in bilancio. La natura del "Network aggregativo Leonardo.it", principale asset di Leonardo ADV S.r.l., si può spiegare come la combinazione tra il magazine Leonardo.it (<http://www.leonardo.it/>) e il network di editori affiliati sottostante. Il Network permette a diversi editori verticali di venire rappresentati in maniera



aggregata da Leonardo ADV S.r.l., aumentando l'appetibilità verso gli inserzionisti, da cui i singoli editori non otterrebbero gli stessi risultati in termini di raccolta pubblicitaria se si presentassero singolarmente. Il Network, quindi, genera ricavi per mezzo della concessione degli spazi pubblicitari presenti sul sito Leonardo.it e sui siti ad esso collegati, agendo unicamente con la concessionaria del Gruppo, Leonardo ADV S.r.l.

Il valore netto contabile alla data del 30 giugno 2016 del portale ammonta a euro 10.233.533, che rappresenta la valorizzazione dei siti proprietari ad esso associati, del magazine Leonardo.it e del network di siti affiliati. L'efficacia del Network è misurata, oltre che dai ricavi generati tramite la vendita dei relativi spazi pubblicitari, dalla capacità di mantenere e o espandere il numero di editori affiliati.

Il valore dei domini web, detenuti al 30 giugno 2016 dal Gruppo è stato sottoposto a *test di impairment* ai sensi del principio contabile IAS 36 al fine di valutare l'esistenza di eventuali perdite di valore. Tale *test di impairment* non ha evidenziato riduzioni del loro valore alla data del 30 giugno 2016.

La voce "Software e licenze" è costituita da una licenza software di durata perpetua acquisita dalla società controllata Leonardo ADV nell'esercizio 2012 ad un controvalore di euro 70.000; ad oggi si escludono perdite di valore relative a tale voce.

5. Partecipazioni

La voce "Partecipazioni", viene dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Partecipazione Tmw Network Srl	150.000	-	150.000
PARTECIPAZIONI COLLEGATE	150.000	-	150.000

In data 28 gennaio 2016, Triboo Media S.p.A. ha sottoscritto l'aumento del capitale sociale di TMW Network S.r.l. La società, socia al 50% con TC & C S.r.l. ("TuttoMercatoWeb"), è una storica realtà editoriale in ambito sportivo e già partner del Gruppo. TMW Network S.r.l., è stato il veicolo attraverso il quale si è proceduto all'acquisto degli asset editoriali TuttoJuve.com e TuttoB.com.

L'operazione è propedeutica alla creazione di una JV con l'editore di TuttoMercatoWeb, dotarla dei mezzi finanziari necessari per l'acquisizione degli asset editoriali e gettare le basi per il consolidamento di un polo editoriale verticale sul mondo del calcio italiano e internazionale. Il capitale sociale versato da Triboo Media S.p.A è stato pari a euro 150.000 pari appunto al 50% del capitale.

6. Attività finanziarie non correnti

La voce "Attività finanziarie non correnti", è dettagliata nella seguente tabella:



Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Partecipazione 15% in Meteo Italia	76.000	76.000	-
Partecipazione 30% in Nomix	240.000	240.000	-
Partecipazione 40% in Filmup	200.000	200.000	-
Partecipazione 33% in R&B Junk	35.000	35.000	-
Partecipazione 7,5% in Certificati e Derivati (CeD)	750	750	-
ATTIVITA' FINANZIARIE NON CORRENTI	551.750	551.750	-

Gli investimenti in attività finanziarie includono le seguenti partecipazioni di minoranza, iscritte al costo di acquisizione, svalutato nel caso in cui il fair value risulti inferiore al valore di iscrizione a seguito di perdite di valore:

- partecipazione pari al 15% di Meteo Italia S.r.l., iscritta al costo di acquisto di euro 76.000, confermato dall'*impairment test* effettuato al 30 giugno 2016;
- partecipazioni pari al 30% di Nomix S.r.l. (ora detenuta dalla controllata Leonardo ADV S.r.l. a seguito della fusione per incorporazione della società Triboo Editoriale S.r.l.) iscritta al costo di acquisto di euro 240.000, importo confermato dalla valutazione che scaturisce dal *test di impairment* effettuato al 30 giugno 2016. Si segnala che Nomix S.r.l. ha erogato dividendi alla società partecipante Leonardo ADV S.r.l. nel 2016, per euro 9.000;
- partecipazione pari al 40% di Filmup.com S.r.l. (ora detenuta dalla controllata Leonardo ADV S.r.l. a seguito della fusione per incorporazione della società Triboo Editoriale S.r.l.) iscritta al valore di euro 200.000 e sottoposta a *impairment test* a supporto del costo di acquisto. La valutazione effettuata al 31 dicembre 2015 aveva evidenziato una perdita di valore per complessivi euro 80.000 che era stata contabilizzata a conto economico, portando già il suo valore di iscrizione da euro 280.000 al valore attuale. Tale valore è stato confermato dall'*impairment test* effettuato al 30 giugno 2016.
- partecipazione pari al 33% di R&B Junk S.a.g.l. (ora detenuta dalla controllata Leonardo ADV S.r.l. a seguito della fusione per incorporazione della società Triboo Editoriale S.r.l.) iscritta al costo di euro 35.000 a seguito della sottoscrizione dell'aumento del capitale sociale effettuato nel mese di settembre 2013 e sottoposta dall'organo amministrativo a *test di impairment* senza rilevare perdite di valore.
- partecipazione del 7,5% in Certificati e derivati S.r.l. iscritta al valore nominale.

7. Altre attività non correnti

La voce "Altre attività non correnti", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:



Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Crediti tributari oltre l'esercizio	54.066	54.112	(46)
Depositi cauzionali e caparre confirmatorie	7.889	6.199	1.690
Altri crediti a lungo termine	-	17.600	(17.600)
ALTRE ATTIVITA' NON CORRENTI	61.955	77.911	(15.956)

I crediti tributari oltre l'esercizio pari ad euro 54.066 sono relativi principalmente alla domanda di rimborso presentata nel corso dell'esercizio 2014 per il recupero IRES relativo alla mancata deduzione dell'IRAP sui costi del personale.

Gli altri crediti a lungo termine sono riferiti a depositi cauzionali versati su contratti di somministrazione di servizi di energia e gas per euro 7.889.

8. Crediti commerciali

La voce "Crediti commerciali", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Crediti verso clienti	17.255.917	15.384.050	1.871.867
- Fondo svalutazione crediti	(241.331)	(361.465)	120.135
Crediti commerciali verso clienti netti (a)	17.014.586	15.022.584	1.992.002
Crediti commerciali verso società correlate (b)	40.738	53.869	(13.131)
CREDITI COMMERCIALI (a + b)	17.055.324	15.076.453	1.978.871

L'allargamento dell'area di consolidamento avvenuta alla fine dello scorso esercizio, ha comportato un incremento dei crediti in linea con il giro d'affari del gruppo delle società acquisite nel mese di dicembre del 2015. I crediti commerciali verso le società correlate si riferiscono principalmente ad operazioni commerciali effettuate da società del Gruppo con la holding Triboo S.p.A. e con società controllate dalla stessa. Tali crediti non presentano importi esigibili oltre l'esercizio e sono ritenuti interamente recuperabili. Pertanto su di essi non sono state effettuate rettifiche di valore. Considerata l'attività svolta e l'ambito di svolgimento della stessa, la ripartizione dei crediti verso clienti per aree geografiche viene di seguito dettagliata, già al netto del fondo svalutazione crediti:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Crediti verso clienti nazionali	15.929.147	13.540.494	2.388.653
Crediti verso clienti UE	839.982	812.370	27.612
Crediti verso clienti extra UE	286.195	723.589	(437.394)
TOTALE CREDITI COMMERCIALI	17.055.324	15.076.453	1.978.871



Si ritiene che il valore contabile dei crediti commerciali approssimi il loro equo presumibile valore di realizzo. La massima esposizione al rischio di credito alla data di bilancio è rappresentata dal saldo contabile della stessa voce.

Le movimentazioni relative al Fondo Svalutazione Crediti nel corso dell'esercizio 2016 sono così rappresentate:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Fondo svalutazione crediti iniziale	361.465	349.086	12.379
Incremento per variazione area di consolidamento	-	15.365	(15.365)
Utilizzi	(140.962)	(174.843)	33.881
Accantonamenti	20.827	171.856	(151.029)
Fondo Svalutazione crediti al 30/06/2016	241.331	361.465	(120.134)

9. Attività finanziarie correnti

La voce "Attività finanziarie correnti" e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Titoli azionari e altri titoli	21.100	23.910	(2.810)
Crediti finanziari verso collegate	101.041	-	101.041
Crediti vs. soci per versamenti ancora dovuti	-	750	(750)
Altre attività finanziarie correnti	44.000	-	44.000
ATTIVITA' FINANZIARIE CORRENTI	166.141	24.660	141.481

All'interno della voce "Attività finanziarie correnti" sono esposti:

- l'investimento in azioni della società quotata Digital Magics (n. azioni 5.000) per un controvalore al 31 dicembre 2015 di euro 23.910. Si tratta originariamente di un prestito obbligazionario sottoscritto dalla Società, successivamente convertito in azioni. La valutazione al fair value, effettuata alla data del 30 giugno 2016, attraverso la verifica puntuale del prezzo di listino delle azioni, ha evidenziato una perdita di valore di euro 2.810. Pertanto è stata apportata una variazione in diminuzione del valore di iscrizione, iscritta tra le altre componenti di conto economico complessivo.
- i crediti finanziari, pari complessivamente a euro 101.041 si riferiscono al finanziamento fruttifero concesso dalla Capogruppo Triboo Media, alla collegata TMW Network S.r.l. di euro 100.000 ad un tasso d'interesse fisso del 2,5%, con scadenza ultima fissata al 31 luglio 2017 per



l'acquisto degli asset editoriali precedentemente descritti. L'importo comprende gli interessi attivi maturati alla data del 30 giugno 2016.

- le altre attività finanziarie correnti pari a euro 44.000 si riferiscono al credito assicurativo per il trattamento di fine rapporto verso amministratori non ancora liquidato.

10. Disponibilità liquide

La voce "Disponibilità liquide" è dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Depositi bancari	9.120.619	9.703.448	(582.829)
Denaro e valori in cassa	8.224	4.913	3.311
DISPONIBILITA' LIQUIDE	9.128.843	9.708.361	(579.518)

Il saldo rappresenta le disponibilità liquide e l'esistenza di valori di cassa alla data di chiusura del periodo.

Per una più opportuna analisi delle movimentazioni intervenute nella posizione finanziaria netta si rimanda alla Relazione sulla gestione.

11. Attività per imposte correnti

Le attività per imposte correnti ammontano al 30 giugno 2016 a complessivi euro 198.979 (euro 177.527 al 31 dicembre 2015). Il dettaglio della voce è di seguito riportato:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Credito IVA	142.405	-	142.405
Crediti verso Erario per IRES	30.047	95.712	(65.666)
Crediti verso Erario per IRAP	25.232	80.891	(55.659)
Altri crediti tributari	1.295	924	371
ATTIVITA' PER IMPOSTE CORRENTI	198.979	177.527	21.452

La voce "Credito IVA" accoglie al 30 giugno 2016 il saldo tra crediti IVA della Capogruppo Triboo Media e delle società controllate TAG Advertising S.r.l. e Prime Real Time S.r.l. per complessivi euro 352.847 e i debiti IVA delle altre società consolidate per complessivi euro 210.442. I crediti verso l'erario per imposte correnti (IRES-IRAP) pari a complessivi euro 55.279 sono da intendersi come eccedenze di acconti versati negli esercizi precedenti che verranno utilizzati al 31 dicembre 2016 in compensazione con le imposte correnti dovute. Si rileva infatti che, in sede di chiusura semestrale, essendo il calcolo



delle imposte non rilevante ai fini fiscali, non si è proceduto alla compensazione totale tra crediti e debiti tributari. Tale compensazione viene effettuata solo in sede di chiusura annuale.

12. Altre attività correnti

Le altre attività correnti ammontano al 30 giugno 2016 a euro 506.729 (euro 430.932 al 31 dicembre 2015) e risultano così dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Crediti diversi	22.799	48.768	(25.969)
Crediti verso Triboo S.p.A. per consolidato fiscale	-	6.265	(6.265)
Risconti attivi	483.930	375.899	108.031
ALTRE ATTIVITA' CORRENTI	506.729	430.932	75.797

I risconti attivi si riferiscono a costi operativi di competenza di esercizi successivi la cui manifestazione finanziaria è già avvenuta nel corso del 2016 o di esercizi precedenti. In particolare la voce accoglie principalmente i costi sostenuti dalla società Leonardo ADV S.r.l. per la stipula di un contratto decennale con versamento anticipato, per la concessione in esclusiva di spazi pubblicitari con un editore ed il riaddebito anticipato di costi per postazioni da parte della holding Triboo S.p.A.

13. Patrimonio netto

Per l'analisi dei movimenti del patrimonio netto consolidato al 30 giugno 2016 si rinvia al relativo prospetto. La composizione delle voci di patrimonio netto al 30 giugno 2016 e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Capitale sociale	15.963.600	15.926.500	37.100
Riserva legale	243.708	126.223	117.485
Riserva da sovrapprezzo azioni	15.456.895	15.389.521	67.374
Riserva negativa azioni proprie	(885.452)	(287.907)	(597.545)
Riserva FTA	(31.544)	(31.544)	-
Riserva straordinaria	1.023.507	1.023.507	-
Riserva da conferimenti agevolati	1.228.384	1.228.384	-
Utili (perdite) attuariali	(13.936)	(13.936)	-
Riserva di conversione	(39.510)	(39.510)	-
Riserva da utili indivisi	2.158.293	1.920.084	238.209
Utili esercizi precedenti	1.485.155	1.304.198	180.957
CAPITALE E RISERVE	36.589.098	36.545.518	43.580
- di cui Riserve di gruppo	36.520.224	36.384.081	136.143
- di cui Riserve di Terzi	68.875	161.437	(92.563)
UTILE DELL'ESERCIZIO	1.903.471	2.945.808	(1.042.338)
- di cui Utile di Gruppo	1.949.964	2.916.939	(966.975)
- di cui Utile di Terzi	(46.494)	28.869	(75.362)
TOTALE PATRIMONIO NETTO	38.492.569	39.491.326	(998.758)
- di cui di Gruppo	38.470.188	39.301.020	(830.832)
- di cui di Terzi	22.381	190.306	(167.925)



Il Capitale sociale, pari al 30 giugno 2016 a euro 15.963.600, è aumentato di nominali euro 37.100 a seguito dell'assegnazione, nel mese di maggio 2016, di n. 37.100 nuove azioni ordinarie a dipendenti e amministratori della controllata Leonardo ADV nell'ambito dei Piani di Stock Options e Stock Grant approvati e deliberati originariamente dall'Assemblea Straordinaria di Triboo Media S.p.A. del 22 luglio 2014.

In data 28 aprile 2016, l'Assemblea dei Soci della Capogruppo ha deliberato, in sede di approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2015 la proposta di destinazione del risultato di esercizio pari a euro 2.349.699 come segue:

- euro 117.485 pari al 5% dell'utile dell'esercizio, a riserva legale;
- euro 201.585 a riserva utili a nuovo;
- euro 2.030.629 come dividendo da distribuire ai soci per l'importo di euro 0,1275 ad azione.

La variazione della Riserva legale al 30 giugno 2016 pari a euro 117.485 è conseguente pertanto all'accantonamento nella misura del 5% dell'utile d'esercizio 2015 della Capogruppo Triboo Media come pure la variazione in aumento della Riserva di utili a nuovo per euro 180.957 in linea con la delibera di destinazione del risultato dell'esercizio 2015 e tenuto conto dell'effetto della conversione IFRS.

La Riserva sovrapprezzo azioni pari a euro 15.456.895 è aumentata di euro 67.374 rispetto all'esercizio precedente per l'aumento del capitale sociale eseguito dalla Capogruppo al servizio del Piano di Stock Options e Stock Grant precedentemente illustrati. L'aumento del capitale sociale è stato di nominali euro 37.100 mentre l'aumento della Riserva Sovrapprezzo di euro 67.374.

La Riserva Straordinaria pari a euro 1.023.507 al 30 giugno 2016, non ha subito variazioni rispetto all'esercizio precedente. La stessa accoglie gli utili residui conseguiti negli esercizi 2011 e 2012 dalla società Capogruppo.

Nel periodo dal 1 gennaio al 15 febbraio 2016, la società ha acquistato n. 232.500 nuove azioni proprie al prezzo medio di euro 2,57 per azione per un controvalore complessivo di euro 597.545. Alla data di redazione del presente documento, la società detiene n. 340.500 azioni proprie, pari al 2,13% del capitale sociale e l'investimento complessivo è pari a euro 885.452.

La Riserva da conferimenti non ha subito variazioni nel corso dell'esercizio in esame. Tale riserva rappresenta la riserva di patrimonio netto accesa mediante la diretta imputazione dei maggiori valori contabili iscritti dalla conferente il ramo d'azienda, Triboo Media S.p.A. nella partecipazione detenuta in Leonardo ADV S.r.l., pertanto tale riserva non risulta distribuibile.



La Riserva da utili indivisi pari a euro 2.158.293 ha registrato un incremento netto di euro 238.209 dovuto principalmente alla destinazione dei risultati dell'esercizio 2015 delle società controllate dopo la distribuzione dei dividendi.

Le Altre riserve, che non hanno subito variazioni rispetto all'esercizio precedente, sono la Riserva FTA e la Riserva di attualizzazione, pari al 30 giugno 2016 rispettivamente a euro 31.544 e a euro 13.936 negativi. La Riserva di attualizzazione è sorta dall'applicazione a partire dal 1 gennaio 2013 del nuovo Principio IAS 19 *revised* a seguito della quale gli utili e le perdite attuariali riferite alla determinazione del fondo TFR e TFM non vengono più registrate a conto economico bensì in una voce del patrimonio netto, con evidenza tuttavia di tale posta all'interno del conto economico complessivo.

Di seguito il prospetto di riconciliazione tra l'utile e il patrimonio netto della Capogruppo e l'utile e il patrimonio netto consolidati al 30 giugno 2016.

Descrizione	Utile al 30/06/2016	PN al 30/06/2016	Utile al 31/12/2015	PN al 31/12/2015
(ITA-GAAP)	(253.123)	34.293.543	2.349.700	37.314.859
Adeguamento ai Principi IAS/IFRS	(36.948)	(152.808)	27.316	(322.518)
Risultati delle partecipate consolidate	2.193.541	2.193.541	3.460.261	3.460.261
Differenza tra patrimoni netti controllate e valori di carico	-	2.148.184	-	1.920.084
Storno Dividendi Ricevuti	-	-	(2.790.000)	(2.790.000)
Proventi (oneri) da partecipazioni primo consolidamento (IFRS 3)	-	10.109	(10.109)	(10.109)
Svalutazione partecipazione società collegata	-	-	(91.359)	(81.250)
(IAS-IFRS)	1.903.470	38.492.569	2.945.808	39.491.326

14. Fondi per benefici a dipendenti

I "Fondi per benefici a dipendenti" sono composti esclusivamente dal fondo TFR per euro 1.041.377. Gli utili e le perdite attuariali derivanti dalla valutazione dei fondi, effettuata solo alla data di chiusura dell'esercizio, data la non significatività dell'effetto, sono appostati a specifica riserva di Patrimonio Netto, al netto dell'effetto fiscale, così come previsto dallo IAS19 *revised*.

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Fondo Trattamento di Fine Rapporto	1.041.377	1.095.573	(54.197)
FONDI PER BENEFICI AI DIPENDENTI	1.041.377	1.095.573	(54.197)



15. Fondi per rischi specifici

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Fondi per rischi e oneri	39.954	75.704	(35.750)
FONDI PER RISCHI E ONERI	39.954	75.704	(35.750)

Il fondo per rischi specifici accoglie gli importi accantonati prudenzialmente dalle società controllate HTML.it S.r.l. e TAG Advertising S.r.l., nell'esercizio 2014, per eventuali controversie in materia giuslavorista. Il valore del fondo al 30 giugno 2016 è pari a euro 39.954 e registra un decremento di euro 35.750. Il fondo è stato rilasciato parzialmente a seguito delle dimissioni e/o trasferimenti di alcuni dipendenti delle società interessate senza alcun esborso finanziario nel corso del periodo in esame.

16. Passività per imposte differite

La voce "Passività per imposte differite", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Imposte anticipate	(452.541)	(481.285)	28.744
Imposte differite	1.457.404	1.467.958	(10.554)
PASSIVITA' PER IMPOSTE DIFFERITE	1.004.863	986.674	18.189

Si precisa che tali importi accolgono il saldo netto tra fiscalità differita attiva e passiva.

17. Passività finanziarie correnti

La voce "Passività finanziarie correnti" è dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Debiti verso società di leasing	59.659	72.492	(12.833)
Debiti verso altri finanziatori	81.711	14.668	67.042
Debiti vs. imprese controllate entro 12 mesi (Brown vs.	-	170.525	(170.525)
Altri debiti finanziari	63.063	77.091	(14.028)
PASSIVITA' FINANZIARIE CORRENTI	204.433	334.776	(130.343)

Le voci "debiti verso società di leasing" e "debiti verso altri finanziatori" si riferiscono ai debiti residui sorti per l'acquisto tramite contratti di leasing o di finanziamento di autovetture aziendali.

La voce altri debiti finanziari pari a euro 63.063, accoglie il debito verso gli amministratori della controllata HTML.it a seguito della delibera di destinazione di una parte dell'utile dell'esercizio 2015



della società a dividendi a favore di amministratori e dipendenti. L'importo riconosciuto a titolo di dividendo è stato corrisposto integralmente nel mese di luglio del 2016.

I debiti verso imprese controllate pari a euro 170.525 al 31 dicembre 2015, si riferivano al debito finanziario di Brown Editore S.r.l. verso la società controllata Ants S.r.l. (società uscita dall'area di consolidamento nei primi mesi del 2016). Tali debiti sono stati interamente liquidati dalla società nel mese di gennaio 2016.

18. Debiti commerciali

La voce "Debiti commerciali", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Debiti commerciali	12.105.234	9.605.375	2.499.860
Debiti commerciali verso società correlate	238.469	115.855	122.614
DEBITI COMMERCIALI	12.343.704	9.721.230	2.622.474

I debiti commerciali sono iscritti al netto degli sconti commerciali e delle eventuali rettifiche di fatturazione, nella misura corrispondente all'ammontare definito con la controparte.

Considerata l'attività svolta e l'ambito di svolgimento della stessa, la ripartizione dei debiti verso fornitori per aree geografiche appare poco significativa in quanto sorti prevalentemente nell'ambito dell'Unione Europea. I debiti verso imprese correlate si riferiscono principalmente alle posizioni aperte nei confronti di Triboo Digitale e delle società editrici partecipate dalla controllata Leonardo ADV con la quale, le stesse hanno stipulato contratti di concessione di spazi pubblicitari sui propri siti web.

19. Passività per imposte correnti

La voce "Passività per imposte correnti", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Debiti per imposte correnti	1.023.532	851.568	171.964
Debiti per IVA	-	36.032	(36.032)
Debiti per ritenute fiscali lavoratori	168.389	211.408	(43.019)
Debiti tributari diversi	347	337	10
PASSIVITA' PER IMPOSTE CORRENTI	1.192.269	1.099.346	92.923

I debiti per imposte correnti si riferiscono principalmente, sia alle imposte dovute dell'esercizio precedente dalla Capogruppo per il consolidato fiscale, il cui pagamento è stato rateizzato, sia alle



imposte stimate IRES ed IRAP al 30 giugno 2016 al netto degli acconti d'imposta versati nel periodo delle società controllate che hanno aderito al CNM.

I debiti per ritenute fiscali di dipendenti e lavoratori autonomi, accolgono i debiti per le trattenute operate quale sostituto di imposta sulle retribuzioni e compensi relativi al mese di giugno. Le stesse sono state versate nel mese di luglio 2016.

20. Altre passività correnti

La voce "Altre passività correnti", e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	31/12/2015	Variazione
Debiti verso il personale	866.534	757.916	108.618
Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	320.153	324.251	(4.098)
Risconti passivi	464.337	512.773	(48.436)
Ratei passivi	-	2.191	(2.191)
Altri debiti	-	3.011	(3.011)
ALTRE PASSIVITA' CORRENTI	1.651.024	1.600.142	50.882

I debiti verso il personale si riferiscono sia a competenze maturate alla data del 30 giugno e liquidate nel mese di luglio 2016 sia ad oneri differiti per ratei di ferie non godute e 13ma iscritti alla data del 30 giugno 2016. La voce "debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale" è costituita dagli impegni verso gli istituti di previdenza connessi alla gestione del personale.

I risconti passivi accolgono quote di ricavo per servizi resi di competenza del secondo semestre 2016 già fatturati alla data del 30 giugno 2016.



6. Note illustrative al conto economico complessivo

Le note illustrative al conto economico complessivo presentano informazioni sui saldi al 30 giugno 2016, comparati con i medesimi saldi presentati nella relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2015.

21. Ricavi

I ricavi derivanti dalla gestione caratteristica sono inerenti alle diverse linee di business delle società del Gruppo. Oltre al servizio principale relativo alla vendita di spazi pubblicitari, si aggiungono i servizi di web agency e di stampa e vendita di prodotti cartacei di Brown Editore e i ricavi derivanti dall'organizzazione ed effettuazione di corsi da parte della controllata HTML.it.

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione	% sui ricavi	Variazione
Ricavi per Advertising	15.616.306	15.708.854	(92.547)	94,2%	-0,6%
Web Agency	591.711	-	591.711	3,6%	100,0%
Magazine	183.065	-	183.065	1,1%	100,0%
Corsi di Formazione	183.097	183.048	49	1,1%	0,0%
RICAVI	16.574.179	15.891.901	682.277	100,0%	4,3%

I ricavi dalla vendita di spazi pubblicitari (Advertising) pari a euro 15.616.306 ed in linea con il dato dello stesso periodo dall'esercizio precedente, sono inerenti alle tre tipologie di prodotti offerti sul mercato: *Brand, Performance & RTB* e *DEM*.

Per i commenti e maggiori dettagli della voce in esame si rimanda alla Relazione sulla Gestione.

22. Altri ricavi operativi

La voce "Altri ricavi operativi" è dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Dividendi da collegate	9.000	6.000	3.000
Ricavi per consulenza e assistenza	-	2.000	(2.000)
Recuperi e rimborsi assicurativi vari	91.571	-	91.571
Altri ricavi	83.963	8	83.955
ALTRI RICAVI OPERATIVI	184.534	8.008	176.526

La voce "Altri ricavi", pari a euro 83.963, include principalmente alcune prestazioni specifiche di servizi, svolte occasionalmente per terzi nel corso dell'esercizio.

I dividendi da collegate si riferiscono alla distribuzione dell'utile dell'esercizio 2015 da parte della società Nomix S.r.l. società partecipata al 30% dalla Leonardo ADV.



23. Costi capitalizzati per costruzioni interne

I costi interni capitalizzati sui progetti di sviluppo sono rappresentati dai costi del personale dedicato ai vari progetti menzionati nella Relazione sulla Gestione, a cui si rimanda per maggiori dettagli.

La composizione della voce e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Erogazione Prodotti	112.824	78.147	34.677
Progetti Di Coreg	-	1.794	(1.794)
Nuovi Prodotti Advertising	75.099	5.624	69.475
Tool & Applicativi Editoriali	-	-	0
Progetti Editoriali	146.975	28.878	118.097
COSTI CAPITALIZZATI PER COSTRUZIONI INTERNE	334.898	114.443	220.456

Le attività di sviluppo, considerate innovative, comprendono quelle finalizzate alla ricerca di base, svolta cioè per acquisire le conoscenze generiche sulle tecnologie a base semantica, e alla ricerca "industriale" che ha avuto come obiettivo l'applicazione di conoscenze a prodotti o processi specifici. Sono stati considerati anche i costi relativi alla progettazione ed implementazione dei nuovi processi produttivi e di erogazione del servizio connesso e al miglioramento rispetto a quanto precedentemente utilizzato.

L'importo, pari ad euro 334.898, riguarda sia sviluppi inerenti alla tecnologia già esistente, che a sviluppi collegati alla creazione di nuovi formati pubblicitari o nuovi strumenti di ottimizzazione del business del Gruppo.

La durata utile viene identificata in 5 anni e, conseguentemente, il valore verrà ammortizzato nello stesso periodo di tempo dal momento di utilizzo del progetto sviluppato.



24. Costi per servizi

La voce “Costi per servizi” e la relativa comparazione con i saldi dello stesso periodo dell’esercizio precedente, sono dettagliati nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Costi editori e partner commerciali	6.630.966	6.937.045	(306.079)
Costi e servizi di marketing	642.949	330.483	312.466
Costi redazione e verso gli autori	138.574	83.485	55.089
Consulenze professionali operative	519.299	487.342	31.956
Costi operativi per traffico	605.340	236.572	368.769
Costi per servizi e consulenze IT	246.624	98.772	147.852
Consulenze fiscali e amministrative	169.473	216.421	(46.948)
Canoni housing hosting e servizi telematici	191.503	235.015	(43.513)
Pubblicità, propaganda e spese promozionali	97.404	157.099	(59.695)
Costi per servizi vari	170.930	215.520	(44.589)
Costi stampa e spedizione prodotti cartacei	196.101	-	196.101
Consulenze legali	20.306	39.114	(18.807)
Costi e consulenze commerciali	49.142	20.712	28.430
Compensi del Collegio Sindacale	33.830	36.515	(2.685)
Costi per la revisione del bilancio	33.275	37.650	(4.375)
Spese notarili	9.912	10.062	(150)
Sopravvenienze passive	22.223	8.622	13.602
Costi per servizi operativi	9.777.852	9.150.429	627.423

I costi per servizi sono passati da euro 9.150.429 nel primo semestre 2015 ad euro 9.777.852 nel primo semestre 2016 con un incremento del 6,9% dovuto principalmente ad un aumento del volume d'affari derivante dalle acquisizioni societarie avvenute alla chiusura dell'esercizio precedente.

Tale voce è composta principalmente dai costi editori e partner commerciali che si riferiscono essenzialmente alle seguenti tipologie:

- costi sostenuti per l'ottenimento di contenuti editoriali da pubblicare sul portale Leonardo.it, e sul network editoriale utilizzato dalla concessionaria per le attività di advertising.
- costi sostenuti per l'utilizzo di contributi editoriali pubblicati su siti internet non di proprietà.
- costi di acquisizione riconosciuti nel processo di ottenimento dei budget pubblicitari.

I costi editori registrano, rispetto allo stesso periodo dello scorso esercizio, un decremento del 4,4% conseguente alla flessione registrata nel periodo, del fatturato advertising della concessionaria Leonardo Adv S.r.l.

Un incremento significativo del periodo si registra nei costi e servizi di marketing, che aumentano a seguito delle attività di web agency e realizzazioni di progetti speciali a favore di clienti, svolte dalla società controllata Brown Editore, attività che non erano presenti al 30 giugno 2015.



I costi operativi di traffico, anch'essi in forte aumento si riferiscono alle spese necessarie per le tecnologie di erogazione delle campagne e per monitorare la qualità e la quantità del traffico sui siti associati.

I costi di redazione e le consulenze professionali operative si riferiscono ai costi sostenuti per la creazione, l'ottimizzazione e l'implementazione di contenuti editoriali sui siti internet di proprietà al fine di aumentare le performance e rendere più appetibili i contenuti, in modo da aumentare i volumi di erogazione dei contenuti pubblicitari.

I costi per servizi e consulenze IT, i costi amministrativi e i canoni housing-hosting includono una serie di servizi "core" prestati dalla holding Triboo S.p.A. alle società del Gruppo, regolamentati da appositi contratti di erogazione di servizi a condizioni economiche coerenti con quelle presenti sul mercato. In considerazione dell'espansione del Gruppo per le recenti acquisizioni e della crescita della struttura organizzativa, sono stati richiesti, da parte delle società del Gruppo maggiori servizi di supporto alla holding Triboo S.p.A.

25. Costi per il personale

La voce "Costi per il personale" è dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Salari e stipendi	2.062.096	1.409.404	652.692
Oneri sociali su salari e stipendi	579.887	389.999	189.888
Accantonamento fondo TFR	145.800	100.233	45.568
Altri costi del personale	53.463	29.191	24.272
Provvigioni agenti	54.931	135.116	(80.184)
Collaborazioni a progetto	49.863	111.476	(61.612)
Compensi agli amministratori	345.835	469.741	(123.905)
Oneri sociali su compensi amministratori	78.746	87.822	(9.076)
Accantonamento fondo TFM	-	23.500	(23.500)
Altri costi amministratori	13.036	11.895	1.142
Prestazioni occasionali	-	6.287	(6.287)
Trasazioni con i dipendenti e amministratori	-	30.000	(30.000)
COSTI PER IL PERSONALE	3.383.659	2.804.663	578.997

La voce "Salari e stipendi" e conseguentemente i relativi oneri sociali e l'accantonamento al fondo TFR, così come tutti gli altri costi per il personale, aumentano in ragione dell'incremento del numero di dipendenti a seguito dell'espansione del perimetro di consolidamento che comprende ad oggi le nuove acquisizioni societarie avvenute alla fine dell'esercizio 2015.



26. Altri costi operativi

La voce “Altri costi operativi” e la relativa comparazione con i saldi dell’esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Costi per postazioni	161.250	113.750	47.500
Affitti e locazioni	106.286	62.869	43.417
Spese varie amministrative	17.218	26.850	(9.632)
Gestione autovetture	76.842	42.018	34.823
Ristoranti, hotel e spese di trasporto	50.871	50.207	664
Assicurazioni varie	26.797	31.283	(4.486)
Utenze varie	23.144	16.723	6.421
Spese e commissioni bancarie e per factoring	21.356	15.976	5.380
Minusvalenze	35.896	56	35.841
Tasse e imposte	5.486	6.164	(679)
Spese postali e acquisto valori bollati	2.063	3.333	(1.269)
Spese di pulizia	7.273	4.854	2.419
Acquisto materiale vario, cancelleria e stampanti	2.841	1.702	1.139
Selezione del personale	6.110	17.330	(11.220)
Omaggi e donazioni	3.061	1.190	1.871
Canone di manutenzione e garanzia	50	-	50
Manutenzioni e riparazioni varie	775	321	455
Altre sopravvenienze passive ordinarie	-	-	-
Spese varie	7.215	1.638	5.577
Costi per cambio vita utile immobilizzazioni	-	-	-
ALTRI COSTI OPERATIVI	554.535	396.263	158.271

La voce “Altri costi operativi” registra un incremento di euro 158.271 rispetto al dato dello stesso periodo dell’esercizio precedente. La voce è composta principalmente da:

- costi per postazioni per euro 161.250; tali costi si riferiscono a servizi per l’affitto delle postazioni e costi per l’utilizzo da parte dei dipendenti delle *facilities* ed in generale della quota parte delle spese generali sostenute dalla holding Triboo S.p.A. per il mantenimento degli uffici;
- gli affitti e locazioni, oltre che alle utenze, si riferiscono al costo sostenuto per gli affitti e le utenze della sede operativa di Roma di HTML.it S.r.l., e alla precedente sede operativa di Brown Editore S.r.l., cessata nel mese di luglio 2016;
- le spese varie amministrative sono relative alle spese necessarie al reparto amministrativo di Gruppo per lo svolgimento della propria funzione;
- le spese di gestione degli automezzi sono cresciute in seguito all’allargamento del parco auto aziendale.



27. Ammortamenti

La voce "Ammortamenti" e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Ammortamento autovetture	37.901	40.746	(2.845)
Ammortamento altre attività materiali	27.909	13.122	14.788
Ammortamento attività materiali	65.811	53.868	11.942
Ammortamento costi di sviluppo	171.247	86.347	84.899
Ammortamento anagrafiche generate tramite	63.751	98.875	(35.124)
Ammortamento database contenuti editoriali	457.542	352.119	105.423
Ammortamento software	79.498	36.243	43.255
Ammortamento sito web	3.583	2.500	1.083
Ammortamento altri oneri pluriennali	85.258	67.036	18.223
Ammortamento attività immateriali a vita definita	860.879	643.119	217.760
AMMORTAMENTI	926.690	696.988	229.702

28. Svalutazioni ed accantonamenti

La voce "Svalutazioni e accantonamenti" e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Riduzione di valore attività immateriali a vita utile	-	60.500	(60.500)
Accantonamento svalutazione crediti	20.827	156.393	(135.566)
SVALUTAZIONI E ACCANTONAMENTI	20.827	216.893	(196.066)

Gli accantonamenti dell'esercizio sono riferiti all'adeguamento del fondo svalutazione crediti delle società controllate al fine di riflettere al meglio il presumibile valore di realizzo dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

29. Proventi ed oneri finanziari netti

La voce "Proventi ed oneri finanziari netti" e la relativa comparazione con i saldi dell'esercizio precedente, sono dettagliate nella seguente tabella:



Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
Interessi attivi su depositi bancari	5.828	28.768	(22.940)
Altri proventi finanziari	1.423	1.183	240
Proventi finanziari	7.251	29.951	(22.700)
Interessi passivi di conto corrente e factoring	(177)	-	(177)
Interessi passivi su contratti di leasing	(516)	(563)	46
Interessi passivi per attualizzazione fondi benefici dipendenti	-	(14.506)	14.506
Interessi passivi rateizzazione imposte	-	(435)	435
Altri oneri finanziari	(15.746)	(1.138)	(14.607)
Oneri finanziari	(16.439)	(16.642)	202
PROVENTI E ONERI FINANZIARI NETTI	(9.188)	13.309	(22.498)

La voce Oneri finanziari comprende principalmente gli interessi passivi sui finanziamenti delle autovetture aziendali acquistate dalla controllata Leonardo Adv S.r.l.

30. Rettifica di valore di attività finanziarie

Al 30 giugno 2016 le rettifiche di valore delle attività finanziarie, sono pari a zero (euro 1.250 al 30 giugno 2015). La rettifica di valore nello scorso esercizio si riferiva alla liquidazione della partecipazione pari al 50% della società Leonardo Telefonia S.r.l. conclusasi nel mese di febbraio 2015.

31. Proventi (oneri) da partecipazioni

Il saldo di tale voce pari a euro 43.350 (zero euro al 30 giugno 2015) è relativo alla plusvalenza realizzata dalla vendita, in data 29 febbraio 2016, del 51% della partecipazione di Ants S.r.l., detenuta originariamente da Brown Editore S.r.l., come già illustrato nella Relazione degli Amministratori sulla gestione.

32. Imposte sul reddito

La voce "Imposte sul reddito" è dettagliata nella seguente tabella:

Descrizione	30/06/2016	30/06/2015	Variazione
IRES	600.397	704.108	(103.711)
IRAP	122.172	145.432	(23.260)
Imposte anticipate	28.744	-	28.744
Imposte differite	(10.554)	228.481	(239.035)
Proventi da consolidato fiscale	(180.019)	(110.203)	(69.816)
IMPOSTE SUL REDDITO	560.739	967.817	(407.079)

Le imposte differite si riferiscono principalmente allo storno degli ammortamenti effettuati sul portale leonardo.it, tale attività immateriale, ai sensi dello IAS 38, è considerata a vita utile indefinita pertanto



non è soggetta ad ammortamento. L'incidenza positiva sul reddito delle imposte differite, deriva, nel periodo in esame, dal rilascio parziale di tali imposte registrate al 31 dicembre 2015 per la riduzione IRES al 24% a partire dall'esercizio 2017.

Il decremento delle imposte sul reddito scaturisce anche da un minor imponibile fiscale, principalmente della controllata Leonardo Adv da considerarsi al lordo dell'eventuale utilizzo di maggiori proventi da consolidato fiscale iscritti dalla Capogruppo per perdite fiscali al 30 giugno 2016.

Voci del conto economico complessivo

L'importo netto delle altre componenti di conto economico complessivo incide negativamente per euro 2.810 e deriva dalla variazione in diminuzione apportata al valore delle azioni della società quotata Digital Magics iscritte nella attività finanziarie correnti sulla base della valutazione al *fair value* effettuata alla data del 30 giugno 2016.

Passività potenziali

Nel periodo in esame non sono emerse passività potenziali che possano aver un impatto sfavorevole rilevante sulla condizione finanziaria del Gruppo.

Rapporti con le società correlate

Nell'individuazione delle controparti correlate viene fatto riferimento allo IAS 24. I rapporti tra le società hanno natura commerciale e finanziaria; tali rapporti sono effettuati a valore di mercato e attentamente monitorati dal Consiglio di Amministrazione. Con le controparti in oggetto sono state poste operazioni relative alla normale operatività delle singole entità; non si evidenziano operazioni di carattere atipico o inusuale. Il regolamento di tali transazioni avviene normalmente nel breve termine ed i rapporti sono formalizzati da contratti. Si rinvia alla Relazione sulla Gestione per una disamina esaustiva di tali rapporti.



La presente relazione finanziaria semestrale consolidata al 30 giugno 2016 composta dalla situazione patrimoniale-finanziaria, dal conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni di patrimonio netto, dal rendiconto finanziario e dalle relative note illustrative, corrisponde alle risultanze contabili e rappresenta in modo chiaro, veritiero e corretto il risultato di periodo e la situazione finanziaria del Gruppo al 30 giugno 2016.

Milano, 29 settembre 2016

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione

Giulio Corno



**Relazione di revisione contabile limitata sulla
relazione finanziaria semestrale consolidata**

Agli Azionisti della Triboo Media S.p.A.

Ria Grant Thornton S.p.A.
Corso Vercelli 40
20145 Milano
Italy

T 0039 (0) 2 3314809
F 0039 (0) 2 33104195
E info.milano@ria.it.gt.com
W www.ria-granthornton.it

Introduzione

Abbiamo svolto la revisione contabile limitata dell'allegata relazione finanziaria semestrale consolidata, costituita dalla situazione patrimoniale-finanziaria, dal conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario e dalle relative note illustrative della Triboo Media S.p.A. e sue controllate (il "Gruppo Triboo Media") al 30 giugno 2016. Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della relazione finanziaria semestrale consolidata in conformità al principio contabile internazionale applicabile per l'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34) adottato dall'Unione Europea. E' nostra la responsabilità di esprimere una conclusione sulla relazione finanziaria semestrale consolidata sulla base della revisione contabile limitata svolta.

Portata della revisione contabile limitata

Il nostro lavoro è stato svolto secondo in conformità all'*International Standard on Review Engagements 2410, "Review of Interim Financial Information Performed by the Independent Auditor of the Entity"*. La revisione contabile limitata della relazione finanziaria semestrale consolidata consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile degli aspetti finanziari e contabili, analisi di bilancio ed altre procedure di revisione contabile limitata. La portata di una revisione contabile limitata è sostanzialmente inferiore rispetto a quella di una revisione contabile completa svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione contabile completa. Pertanto, non esprimiamo un giudizio sulla relazione finanziaria semestrale consolidata.



Società di revisione ed organizzazione contabile
Sede Legale: Corso Vercelli n.40 - 20145 Milano - Iscrizione al registro delle imprese di Milano Codice Fiscale e P.IVA n.02342440399 - R.E.A. 1965420
Registro dei revisori legali n.157902, già iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione tenuto dalla CONSOB al n. 49
Capitale Sociale: € 1.832.610,00 interamente versato
Uffici: Ancona-Bari-Bologna-Firenze-Genova-Milano-Napoli-Padova-Palermo-Perugia-Pescara-Pordenone-Rimini-Roma-Torino-Trento

Grant Thornton refers to the brand under which the Grant Thornton member firms provide assurance, tax and advisory services to their clients and/or refers to one or more member firms, as the context requires. Ria Grant Thornton spa is a member firm of Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL and the member firms are not a worldwide partnership. GTIL and each member firm is a separate legal entity. Services are delivered by the member firms. GTIL does not provide services to clients. GTIL and its member firms are not agents of, and do not obligate, one another and are not liable for one another's acts or omissions.



Ria

Grant Thornton

Conclusioni

Sulla base della revisione contabile limitata svolta, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la relazione finanziaria semestrale consolidata del Gruppo Triboo Media al 30 giugno 2016, non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità al principio contabile internazionale applicabile per l'informativa finanziaria infrannuale (IAS 34) adottato dall'Unione Europea.

Milano, 29 settembre 2016

Ria Grant Thornton S.p.A.


Giancarlo Pizzocaro
Socio