

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1136-98-2015	Data/Ora Ricezione 30 Luglio 2015 17:41:23	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : YOOX
Identificativo : 61491
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio
Tipologia : IRAG 02
Data/Ora Ricezione : 30 Luglio 2015 17:41:23
Data/Ora Inizio : 30 Luglio 2015 17:56:24
Diffusione presunta
Oggetto : Risultati primo semestre 2015

Testo del comunicato

Vedi allegato.



COMUNICATO STAMPA

YOOX GROUP: APPROVATI I RISULTATI DEL PRIMO SEMESTRE AL 30 GIUGNO 2015

RICAVI NETTI IN ACCELERAZIONE A +23% NEL SECONDO TRIMESTRE

- **Ricavi netti** a **284,6 milioni** di Euro, **+19,6%** (+14,8% a cambi costanti) rispetto ai 238,0 milioni del primo semestre del 2014
- **EBITDA escluso piani di incentivazione** a **19,2 milioni** di Euro, **+2,6%** rispetto a 18,7 milioni del primo semestre del 2014. EBITDA a 18,2 milioni di Euro, +1,6% rispetto a 17,9 milioni del primo semestre del 2014
- **Risultato netto adjusted**¹ a **4,4 milioni** di Euro, **+38,3%** rispetto a 3,2 milioni del primo semestre del 2014. Risultato netto a 0,1 milioni di Euro dopo 5,2 milioni di oneri straordinari relativi alla fusione con THE NET-A-PORTER GROUP e 1 milione di costi figurativi relativi ai piani di incentivazione
- **Indebitamento finanziario netto** per **8,5 milioni** di Euro rispetto ad una posizione finanziaria netta positiva pari a 31,0 milioni del 31 dicembre 2014
- **Principali metriche di business:**
 - **17,7 milioni** la **media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 14,0 milioni del primo semestre del 2014
 - **1,8 milioni** di **ordini**, rispetto a 1,5 milioni del primo semestre del 2014
 - **204 Euro** l'**AOV** (Average Order Value), rispetto a 200 Euro del primo semestre del 2014
 - **1,3 milioni** di **clienti attivi**, rispetto a 1,2 milioni del primo semestre del 2014

“In linea con la strategia definita ad inizio anno, nel secondo trimestre del 2015 YOOX ha conseguito ricavi netti in decisa accelerazione, confermandosi un Gruppo a forte crescita. Questo risultato è il frutto del grande lavoro di squadra portato avanti, con grande determinazione e passione, da tutto il team di YOOX” ha commentato Federico Marchetti, Fondatore e Amministratore Delegato del Gruppo YOOX.

Milano, 30 luglio 2015 - Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. (MTA: YOOX), il partner globale di Internet retail per i principali brand della moda e del lusso, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato la Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2015.

¹ Esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere, gli oneri non ricorrenti relativi all'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP Limited nonché i relativi effetti fiscali. Gli oneri non ricorrenti includono principalmente spese per servizi di consulenza di natura legale, fiscale, contabile, finanziaria e strategica, nonché altre spese generali connesse alla transazione.

Nota: Per chiarezza informativa, si evidenzia che le percentuali di scostamento riportate nel presente Comunicato sono state calcolate sui valori puntuali. Si precisa altresì che le eventuali differenze rinvenibili in alcune tabelle sono dovute agli arrotondamenti dei valori espressi al milione di Euro.



ANDAMENTO DEL GRUPPO NEL PRIMO SEMESTRE 2015

Principali metriche di business²

	1H 2015	1H 2014
Numero di visitatori unici al mese ³ (milioni)	17,7	14,0
Numero di ordini (milioni)	1,8	1,5
AOV ⁴ (Euro)	204	200
Numero di clienti attivi ⁵ (milioni)	1,3	1,2

Nel primo semestre del 2015, il Gruppo ha registrato una **media mensile di visitatori unici** pari a **17,7 milioni**, in **crescita del 25,9%** rispetto al primo semestre del 2014, che si è tradotta in **1,8 milioni di ordini**, in aumento del **19,4%** con un **Average Order Value (IVA esclusa)** pari a **204 Euro**.

In crescita anche il numero di **clienti attivi**, attestatosi a **1,3 milioni** al 30 giugno 2015, **+15,3%** rispetto ai 1,2 milioni al 30 giugno 2014.

Ricavi netti consolidati

Nel primo semestre del 2015 YOOX Group ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **284,6 milioni di Euro**, in **crescita del 19,6%** (+14,8% a tassi di cambio costanti) rispetto ai 238,0 milioni al 30 giugno 2014, in **accelerazione** rispetto ai primi tre mesi dell'anno, grazie all'ottima performance registrata nel **secondo trimestre (+23,2%** a tassi di cambio correnti e +16,3% a tassi di cambio costanti).

Ricavi netti consolidati per linea di business

Milioni di Euro	1H 2015	%	1H 2014	%	Variazione
Multimarca	206,8	72,7%	173,9	73,1%	+18,9%
Monomarca	77,8	27,3%	64,1	26,9%	+21,3%
Totale Gruppo YOOX	284,6	100,0%	238,0	100,0%	+19,6%

Milioni di Euro	2Q 2015	%	2Q 2014	%	Variazione
Multimarca	101,6	74,0%	82,8	74,3%	+22,7%
Monomarca	35,7	26,0%	28,7	25,7%	+24,6%
Totale Gruppo YOOX	137,3	100,0%	111,5	100,0%	+23,2%

Multimarca

Nel primo semestre del 2015 la linea di business **Multimarca**, che comprende le attività dei negozi online yoox.com, thecorner.com e shoescribe.com, ha registrato ricavi netti consolidati pari a **206,8 milioni di Euro**, in **crescita del 18,9%** rispetto ai 173,9 milioni del primo semestre del 2014, grazie ai buoni risultati di tutti e tre i negozi online.

I ricavi netti consolidati del secondo trimestre del 2015 si sono attestati a **101,6 milioni di Euro**, in **crescita del 22,7%**, registrando un'**accelerazione** rispetto ai primi tre mesi dell'anno trainata da yoox.com, che ha beneficiato delle nuove iniziative di marketing e commerciali implementate nel periodo. In particolare, in occasione del 15° anniversario di YOOX è stata realizzata una **nuova campagna televisiva**, attivata inizialmente in Italia e

² Le metriche di business si riferiscono a yoox.com, thecorner.com, shoescribe.com e agli online store mono-marca "Powered by YOOX Group". Le metriche di business relative alla joint venture con Kering sono escluse.

³ Si definisce visitatore unico mensile il visitatore che ha aperto almeno una sessione browser per accedere al negozio online nel corso del mese. Il dato esposto è calcolato come media dei visitatori unici al mese nel periodo di riferimento. Fonte: SiteCatalyst per yoox.com; Google Analytics per thecorner.com, shoescribe.com e gli online store mono-marca "Powered by YOOX Group".

⁴ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁵ Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.



successivamente lanciata - per la prima volta - anche negli Stati Uniti. Con l'obiettivo di arricchire yoox.com di nuovi contenuti editoriali e idee regalo coerenti con il suo DNA di destinazione lifestyle, a maggio 2015 è stata introdotta una **nuova area** del sito ispirata al **tema del viaggio** con accurate selezioni di accessori da viaggio della stagione corrente e capi di abbigliamento delle precedenti collezioni dei più importanti marchi di moda, navigabili per destinazioni.

E' altresì proseguito l'ampliamento dell'offerta con l'introduzione di **nuovi marchi**, tra cui Proenza Schouler su yoox.com, Alexander McQueen e Chloé su thecorner.com, Alexander McQueen e Nicholas Kirkwood su shoescribe.com.

Complessivamente, al 30 giugno 2015, la linea di business Multimarca ha rappresentato il **72,7%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Monomarca

	1H 2015 vs. 1H 2014
Crescita dei Ricavi netti a valore retail ("GMV") ⁶	+29,8%
Crescita dei Ricavi netti consolidati	+21,3%

	2Q 2015 vs. 2Q 2014
Crescita dei Ricavi netti a valore retail ("GMV") ⁶	+32,6%
Crescita dei Ricavi netti consolidati	+24,6%

La linea di business **Monomarca** comprende le attività di design, progettazione, realizzazione e gestione degli online store di alcuni dei principali brand della moda e del lusso a livello globale.

Nel primo semestre del 2015 questa linea di business ha registrato ricavi netti consolidati pari a **77,8 milioni di Euro**, in **crescita del 21,3%** rispetto ai 64,1 milioni del primo semestre del 2014, e ricavi netti a valore retail (GMV)⁶ in aumento del **29,8%**. In **accelerazione** il **secondo trimestre** dell'anno, con ricavi netti in crescita del **24,6%** a **35,7 milioni di Euro** e fatturato a valore retail (GMV) in progresso del **32,6%**. Tale performance riflette i brillanti risultati della joint venture con Kering e la buona performance della maggior parte del portafoglio monomarca, nonché l'effetto del forte apprezzamento del Dollaro rispetto all'Euro.

In data 29 maggio 2015, Adidas A.G. e YOOX S.p.A. hanno inoltre **rinnovato** per **ulteriori 5 anni**, fino al 19 ottobre 2020, l'accordo di collaborazione globale per la gestione dell'online store di **Y-3**.

Complessivamente, al 30 giugno 2015, la linea di business Monomarca rappresentava il **27,3%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo e contava 38 online store.

Ricavi netti consolidati per area geografica

Milioni di Euro	1H 2015		1H 2014		Variazione	
		%		%	Tassi Correnti	Tassi Costanti
Italia	43,9	15,4%	38,7	16,3%	+13,4%	+13,4%
Europa (escluso Italia)	127,2	44,7%	113,7	47,8%	+11,9%	+16,7%
Nord America	70,5	24,8%	50,1	21,1%	+40,6%	+15,1%
Giappone	19,9	7,0%	18,4	7,7%	+8,0%	+3,2%
Altri Paesi	20,2	7,1%	12,1	5,1%	+67,0%	+42,2%
Non legato ad area geografica	2,9	1,0%	5,0	2,1%	-41,6%	-41,6%
Totale Gruppo YOOX	284,6	100,0%	238,0	100,0%	+19,6%	+14,8%

⁶ Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli online store monomarca inclusi gli online store della Joint Venture con Kering al netto dei resi e degli sconti concessi ai clienti. Tali ricavi escludono i corrispettivi da set up, design e manutenzione degli online store monomarca registrati all'interno dei ricavi "Non legato ad area geografica".



Milioni di Euro	2Q 2015	%	2Q 2014	%	Variazione Tassi Correnti	Variazione Tassi Costanti
Italia	21,8	15,9%	18,7	16,8%	+16,2%	+16,2%
Europa (escluso Italia)	60,2	43,8%	51,5	46,2%	+16,8%	+18,1%
Nord America	34,9	25,4%	25,2	22,6%	+38,2%	+12,6%
Giappone	8,5	6,2%	7,7	6,9%	+10,9%	+6,4%
Altri Paesi	10,2	7,4%	5,5	4,9%	+85,1%	+56,5%
Non legato ad area geografica	1,8	1,3%	2,8	2,5%	-36,6%	-36,6%
Totale Gruppo YOOX	137,3	100,0%	111,5	100,0%	+23,2%	+16,3%

Nel corso del primo semestre 2015 il Gruppo ha registrato risultati in crescita in tutti i principali mercati di riferimento.

Eccellente la performance del **Nord America**, primo mercato del Gruppo, che ha messo a segno ricavi netti pari a **70,5 milioni di Euro**, in **crescita del 40,6%** (+15,1% a tassi di cambio costanti) nel semestre e del **38,2%** nel secondo trimestre (+12,6% a tassi di cambio costanti). Tale risultato riflette la buona performance organica degli Stati Uniti e l'andamento particolarmente favorevole del tasso di cambio Euro/Dollaro.

Ottimi i risultati dell'**Italia**, che ha conseguito ricavi netti pari a **43,9 milioni** di Euro, in **crescita del 13,4%** nel primo semestre del 2015 e in **accelerazione** nel secondo trimestre a **+16,2%**, nonostante il confronto sfidante con lo stesso periodo dell'anno precedente (+22,9% nel primo semestre e +26,6% nel secondo trimestre del 2014).

L'**Europa** (escluso Italia) ha conseguito un fatturato in **crescita del 11,9%** (+16,7% a tassi di cambio costanti) nel semestre e del **16,8%** (+18,1% a cambi costanti) nel secondo trimestre, grazie all'accelerazione di tutti i principali Paesi che concorrono al fatturato del Gruppo in Europa - Francia, Germania, Inghilterra e Russia. Quest'ultima ha beneficiato del progressivo miglioramento del cambio Euro/Rublo nel corso del semestre che, se pur ancora sfavorevole rispetto al 2014, ha permesso di registrare una crescita del fatturato a cambi correnti e costanti.

Positiva anche la performance del **Giappone** che ha conseguito ricavi netti in **aumento del 8,0%** (+3,2% a tassi di cambio costanti) nel primo semestre del 2015 e in **accelerazione** al **10,9%** nel secondo trimestre dell'anno (+6,4% a tassi di cambio costanti).

E' proseguita infine l'**ottima** performance degli **Altri Paesi**, in **crescita del 67,0%** nel primo semestre 2015 (+42,2% a tassi di cambio costanti) e del **85,1%** nel secondo trimestre 2015 (+56,5% a tassi di cambio costanti), grazie agli eccellenti risultati di yoox.com in Cina e Hong Kong.

Redditività per linea di business

Milioni di Euro	Multimarca		Monomarca	
	1H 2015	1H 2014	1H 2015	1H 2014
Ebitda Pre Corporate Costs	29,1	25,4	15,3	12,9
% ricavi netti del settore	14,1%	14,6%	19,6%	20,1%
variazione %	14,9%		18,6%	

Milioni di Euro	Multimarca		Monomarca	
	2Q 2015	2Q 2014	2Q 2015	2Q 2014
Ebitda Pre Corporate Costs	16,8	14,4	7,2	6,1
% ricavi netti del settore	16,5%	17,5%	20,1%	21,2%
variazione %	16,0%		18,3%	

L'**EBITDA Pre Corporate Costs** della linea di business **Multimarca** si è attestato a **29,1 milioni di Euro**, in **crescita del 14,9%** rispetto ai 25,4 milioni del primo semestre 2014, con un margine dell'14,1% rispetto al 14,6%



del 2014. Tale performance riflette un miglioramento del gross margin, più che compensato da maggiori investimenti in sales & marketing.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs** della linea di business **Monomarca** è stato pari a **15,3 milioni di Euro**, in **crescita del 18,6%** rispetto ai 12,9 milioni del primo semestre 2014, con una marginalità pari al 19,6% rispetto al 20,1% del 2014. Tale risultato riflette un diverso mix di online store e minori ricavi delle attività di realizzazione e manutenzione degli online store monomarca.

EBITDA

Nel primo semestre del 2015, l'**EBITDA escluso piani di incentivazione** è stato pari a **19,2 milioni di Euro** rispetto ai 18,7 milioni del primo semestre del 2014, con un margine sul fatturato pari al 6,7% rispetto al 7,9% dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Tale performance riflette una maggiore incidenza dei costi di sales & marketing e delle spese generali a fronte del rafforzamento della struttura corporate in vista della fusione con THE NET-A-PORTER GROUP, che ha più che compensato il miglioramento del gross margin. Dopo 1 milione di Euro di oneri figurativi relativi ai piani di incentivazione, l'**EBITDA** si è attestato a **18,2 milioni di Euro** rispetto a 17,9 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente con un margine sui ricavi netti pari al 6,4%, rispetto al 7,5% del primo semestre del 2014.

Risultato netto

Escludendo gli oneri non ricorrenti di competenza del periodo pari a 5,2 milioni di Euro connessi all'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP e 1 milione di Euro di costi figurativi relativi ai piani di incentivazione al netto dei relativi effetti fiscali, il **Risultato netto adjusted** si è attestato a **4,4 milioni di Euro** rispetto a 3,2 milioni del primo semestre del 2014. Tale performance beneficia di un risultato positivo della joint venture con Kering e di maggiori utili da cambi riconducibili al primo trimestre dell'anno.

Al netto degli oneri non ricorrenti relativi alla fusione e dei costi figurativi dei piani di incentivazione, il **Risultato netto consolidato** del primo semestre del 2015 si è attestato a **0,1 milioni di Euro**.

Capitale circolante netto

Nel primo semestre del 2015 il **capitale circolante netto** si è attestato a **70,6 milioni di Euro** rispetto ai 45,3 milioni al 31 dicembre 2014. Tale variazione è principalmente riconducibile all'incremento del magazzino per far fronte alla crescita futura della linea di business Multimarca.

Investimenti

Nel corso del primo semestre del 2015 il Gruppo ha continuato ad investire nello sviluppo della piattaforma tecnologica globale: gli **investimenti in conto capitale** si sono attestati a **25,5 milioni di Euro** rispetto ai 17,2 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente.

Tale risultato riflette gli investimenti per il nuovo **centro logistico semi-automatizzato dedicato alle calzature** all'Interporto di Bologna.

Nel corso del periodo è stata altresì sviluppata un'**apparecchiatura internamente ideata** per la **fotografia automatizzata** di pantaloni e gonne volta all'ulteriore efficientamento delle attività di fotografia e post-produzione.

Sono infine proseguiti i rilasci di funzionalità cross-channel per i partner monomarca del Gruppo e sono stati introdotti **due nuovi servizi**: il "**Buy On Call**" per effettuare acquisti al telefono, e il "**Click For Fashion Advice**", per ricevere consigli di stile.

Posizione finanziaria netta

Al 30 giugno 2015 l'**indebitamento finanziario netto** è risultato pari a **8,5 milioni di Euro**, rispetto alla posizione finanziaria netta positiva per 31,0 milioni al 31 dicembre 2014. L'impiego della cassa nel primo semestre del 2015 è riconducibile all'aumento del capitale circolante a supporto della crescita futura della linea di business Multimarca, agli investimenti in conto capitale destinati all'innovazione techno-logistica, nonché agli oneri straordinari relativi alla fusione con THE NET-A-PORTER GROUP.



DATI DI SINTESI DEL SECONDO TRIMESTRE 2015

Nel secondo trimestre del 2015, i **ricavi netti consolidati** del Gruppo sono ammontati a **137,3 milioni di Euro** rispetto ai 111,5 milioni di Euro nello stesso periodo del 2014, in **crescita del 23,2%** (+16,3% a tassi di cambio costanti).

L'**EBITDA** si è attestato a **10,1 milioni di Euro**, in **crescita del 3,1%** rispetto ai 9,8 milioni di Euro conseguiti nel secondo trimestre del 2014, con un margine pari al 7,3% rispetto all'8,8% dello stesso periodo dell'anno precedente. Tale risultato è riconducibile ad una maggiore incidenza dei costi di sales & marketing e delle spese generali a fronte del rafforzamento della struttura corporate in vista della fusione.

Escludendo gli oneri non ricorrenti di competenza del secondo trimestre pari a 3,6 milioni di Euro connessi all'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP al netto del relativo effetto fiscale, il **Risultato netto adjusted** è stato pari a **1,4 milioni di Euro** rispetto a 1,6 milioni del secondo trimestre del 2014. Tale risultato riflette maggiori ammortamenti per 1,5 milioni di Euro e oneri finanziari netti pari a 1,5 milioni di Euro, principalmente riconducibili a perdite su cambi e interessi passivi. Al netto degli oneri non ricorrenti, il **Risultato netto consolidato** del secondo trimestre del 2015 è stato pari a -1,1 milioni di Euro.

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 30 GIUGNO 2015

Online store monomarca

Il 15 luglio 2015 l'**online store** del marchio **REDValentino** è stato **esteso al mercato cinese**.

Assemblea degli Azionisti

In data 21 Luglio 2015 si è riunita l'Assemblea degli Azionisti di YOOX S.p.A., in sede straordinaria e ordinaria in unica convocazione, per approvare il progetto di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP Limited, attribuire al Consiglio di Amministrazione la facoltà di aumentare il capitale sociale fino ad un massimo di 200 milioni di Euro mediante emissione di nuove azioni, nonché rideterminare il numero degli Amministratori e nominare tre nuovi Consiglieri con decorrenza dalla data di efficacia della fusione.

Per ulteriori informazioni si rinvia al comunicato stampa diffuso in tale data e disponibile sul sito internet della Società www.yooxgroup.com.

Altre delibere

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A., riunitosi in data odierna, ha deliberato di richiedere a Borsa Italiana l'uscita dal segmento STAR. Le azioni continueranno pertanto ad essere negoziate sul MTA (segmento ordinario di Borsa Italiana). Tale scelta, che non avrà impatti sulle procedure e best practice di corporate governance ormai consolidate all'interno della Società, è da ricondurre al contesto dell'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP, oltre che all'elevata capitalizzazione borsistica e all'inclusione della Società nell'indice FTSE MIB, a partire da dicembre 2013.

Conseguentemente all'uscita dal segmento STAR, il CdA ha altresì deliberato di rinunciare all'utilizzo di un operatore specialista.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Sulla base della comprovata validità del modello di business di YOOX nel mondo e delle buone prospettive del mercato retail online, è ragionevole assumere che nel 2015 il Gruppo possa conseguire un'ulteriore crescita del business.

Subordinatamente all'approvazione delle autorità competenti, il perfezionamento della fusione con THE NET-A-PORTER GROUP Limited è atteso nel mese di ottobre 2015. Si prevede pertanto che nei prossimi mesi proseguano le attività propedeutiche all'integrazione tra i due gruppi, già avviate nel corso del secondo trimestre.



In questo contesto YOOX prevede di sostenere oneri di natura straordinaria inerenti la transazione, nonché costi funzionali all'integrazione.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Enrico Cavatorta dichiara, ai sensi del comma 2 art. 154-bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi, giovedì 30 luglio 2015, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX Group presenterà i risultati del primo semestre del 2015. Per partecipare alla conference call sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: +39 02 802 09 11
- dal Regno Unito: +44 121 281 8004
- dagli Stati Uniti (numero verde): 1 855 265 6958
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8796

La presentazione potrà essere scaricata prima dell'inizio della conference call dalla sezione Investor Relations del sito YOOX Group all'indirizzo:

<http://www.yooxgroup.com/it/pages/investor-relations-2/results-centre/presentazioni/>.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da giovedì 30 luglio 2015, dopo il termine della call, a venerdì 21 agosto 2015, chiamando i seguenti numeri:

- dall'Italia: +39 02 724 95
- dal Regno Unito: +44 121 281 8005
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8797

Codice di accesso: 802#



YOOX Group analyst/investor contacts

Silvia Scagnelli
Corporate Development & Financial Communications Director
T +39 02 83112811
investor.relations@yoox.com

YOOX Group media contacts

Image Building
Simona Raffaelli, Emanuela Borromeo
T +39 02 89011300
yoox@imagebuilding.it

YOOX Group

YOOX Group, il partner globale di Internet retail per i principali brand della moda e del lusso, si è affermato tra i leader di mercato con gli online store multi-brand yoox.com, thecorner.com, shoescribe.com ed i numerosi online store mono-brand, tutti "Powered by YOOX Group". Il Gruppo è, inoltre, partner di Kering, con cui ha costituito una joint venture dedicata alla gestione degli online store mono-brand di diversi marchi del lusso del Gruppo Kering. Il Gruppo vanta centri techno-logistici e uffici in Europa, Stati Uniti, Giappone, Cina e Hong Kong, e distribuisce in più di 100 Paesi nel mondo. Quotato alla Borsa di Milano, nel 2014 ha registrato ricavi netti consolidati pari a 524 milioni di Euro. Per maggiori informazioni: www.yooxgroup.com.



ALLEGATO 1 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	2Q 2015	2Q 2014	Variazione	1H 2015	1H 2014	Variazione
Ricavi netti consolidati di vendita	137,3	111,5	23,2%	284,6	238,0	19,6%
Costo del venduto	(83,3)	(67,7)	23,1%	(179,3)	(151,8)	18,1%
Gross Profit⁷	54,0	43,8	23,3%	105,3	86,2	22,1%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	39,3%	39,3%		37,0%	36,2%	
Costo preparazione merci	(13,1)	(10,8)	21,2%	(26,3)	(21,9)	19,8%
Spese commerciali	(17,0)	(12,5)	36,1%	(34,6)	(26,1)	32,7%
Spese Generali	(12,5)	(9,7)	28,4%	(23,7)	(18,8)	26,3%
Altri proventi e altri oneri	(1,4)	(1,0)	35,6%	(2,5)	(1,6)	60,5%
EBITDA⁸	10,1	9,8	3,1%	18,2	17,9	1,6%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	7,3%	8,8%		6,4%	7,5%	
Ammortamenti	(7,4)	(5,9)	25,3%	(14,6)	(11,7)	25,6%
Oneri non ricorrenti	(3,6)	-	-	(5,2)	-	-
Risultato operativo	(1,0)	3,9	>100%	(1,7)	6,2	>100%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(0,7)%	3,5%		(0,6)%	2,6%	
Risultato da Partecipazioni	0,0	(0,3)	>100%	0,1	(0,5)	>100%
Proventi Finanziari	1,1	0,1	>100%	6,4	0,3	>100%
Oneri Finanziari	(2,6)	(0,7)	>100%	(5,3)	(1,6)	>100%
Risultato prima delle imposte	(2,4)	3,0	>100%	(0,5)	4,4	>100%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(1,8)%	2,6%		(0,2)%	1,9%	
Imposte	1,4	(1,3)	>100%	0,6	(1,9)	>100%
Risultato netto consolidato del periodo	(1,1)	1,6	>100%	0,1	2,6	(95,0)%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(0,8)%	1,5%		0,0%	1,1%	
EBITDA escluso Piani di incentivazione⁹	10,1	9,7	4,1%	19,2	18,7	2,6%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	7,3%	8,7%		6,7%	7,9%	
Risultato netto adjusted¹⁰	1,4	1,6	(9,6)%	4,4	3,2	38,3%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	1,0%	1,4%		1,5%	1,3%	

⁷ Il Gross Profit è definito come risultato netto al lordo del costo preparazione merci, delle spese commerciali, delle spese generali, degli altri proventi e altri oneri, degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché il Gross Profit non è identificato come misura contabile, né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani, né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca ed il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

⁸ L'EBITDA è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché l'EBITDA non è identificato come misura contabile, né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani, né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. L'EBITDA è una misura utilizzata dal management del Gruppo per monitorare e valutare l'andamento operativo dello stesso. Il management ritiene che l'EBITDA sia un importante parametro per la misurazione della performance operativa del Gruppo in quanto non è influenzato dagli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall'ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché delle relative politiche di ammortamento. Il criterio di determinazione dell'EBITDA applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

⁹ L'EBITDA escluso Piani di incentivazione è definito come l'EBITDA al lordo dei costi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale, descritti nella Relazione finanziaria semestrale.

¹⁰ Esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere, gli oneri non ricorrenti relativi all'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP Limited nonché i relativi effetti fiscali.



ALLEGATO 2 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	30 giugno 2015	31 dicembre 2014	Variazione
Capitale circolante netto ¹¹	70,6	45,3	55,8%
Attività non correnti	97,3	82,4	18,0%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,5)	(0,4)	15,0%
Capitale investito netto¹²	167,4	127,3	31,5%
Patrimonio netto	158,9	158,3	0,4%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ¹³	8,5	(31,0)	>100%
Totale fonti di finanziamento	167,4	127,3	31,5%

ALLEGATO 3 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	30 giugno 2015	30 giugno 2014	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(14,4)	(2,1)	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	(28,5)	(20,0)	+42,9%
Sub-Totale	(43,0)	(22,1)	+94,6%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività finanziaria	28,2	(2,4)	>100%
Totale flusso di cassa generato (assorbito) nel periodo	(14,8)	(24,5)	(39,7)%

¹¹ Il capitale circolante netto è definito come attività correnti al netto delle passività correnti ad esclusione delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, banche passive ed altri debiti finanziari scadenti entro un anno e delle attività e passività finanziarie comprese nelle altre attività e passività correnti. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

¹² Il capitale investito netto è definito come la somma del capitale circolante netto, delle attività non correnti, delle passività non correnti al netto dei debiti finanziari a medio lungo termine. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

¹³ L'indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) è definito come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle altre attività finanziarie correnti, al netto delle banche passive ed altri debiti finanziari scadenti entro un anno, delle altre passività finanziarie correnti e dei debiti finanziari a medio e lungo termine. L'indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi. Le altre attività finanziarie correnti non sono nel dettaglio disciplinate nella definizione di indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) del CESR: il Gruppo ritiene pertanto di integrare tale definizione includendo nelle "altre attività finanziarie correnti" i crediti detenuti verso acquirer ed operatori logistici ai quali è demandato l'incasso per i pagamenti alla consegna.



ALLEGATO 4 - TASSI DI CAMBIO

	Media del Periodo				Fine del Periodo		
	1H 2015	1H 2014	2Q 2015	2Q 2014	30/06/2015	31/03/2015	31/12/2015
EUR USD	1,116	1,370	1,105	1,371	1,119	1,076	1,214
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	22,8%		24,0%		22,1%	28,2%	13,6%
EUR JPY	134,204	140,403	132,289	140,001	137,010	128,950	145,230
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	4,6%		5,8%		1,0%	10,4%	(0,4%)
EUR GBP	0,732	0,821	0,721	0,815	0,711	0,727	0,779
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	12,2%		13,0%		12,7%	13,9%	7,0%
EUR CNY	6,941	8,450	6,857	8,544	6,937	6,671	7,536
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	21,7%		24,6%		22,1%	28,5%	10,8%
EUR RUB	64,641	47,992	58,219	47,941	62,355	62,440	72,337
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(25,8%)		(17,7%)		(25,6%)	(21,9%)	(37,3%)
EUR HKD	8,652	10,537	8,568	10,630	8,674	8,342	9,417
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	21,8%		24,1%		22,0%	28,2%	13,6%
EUR KRW	1.227,312	1.382,040	1.214,256	1.410,801	1.251,270	1.192,580	1.324,800
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	8,2%		16,2%		14,9%	22,9%	9,5%
EUR AUD	1,426	1,499	1,421	1,470	1,455	1,415	1,483
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	5,1%		3,5%		(0,1%)	5,6%	4,0%
EUR CAD	1,377	1,503	1,359	1,495	1,384	1,374	1,406
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	9,1%		10,0%		5,4%	10,8%	4,3%

Fine Comunicato n.1136-98

Numero di Pagine: 13