

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1136-132-2015	Data/Ora Ricezione 11 Novembre 2015 17:37:25	MTA
---	--	-----

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP
Identificativo : 65479
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio
Tipologia : IRAG 03
Data/Ora Ricezione : 11 Novembre 2015 17:37:25
Data/Ora Inizio : 11 Novembre 2015 17:52:26
Diffusione presunta
Oggetto : Approvati i risultati di YOOX Group per i
primi nove mesi al 30 settembre 2015

Testo del comunicato

Vedi allegato.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

Approvati i risultati di YOOX Group per i primi nove mesi al 30 settembre 2015:

RICAVI NETTI +20%, CON UNA FORTE ACCELERAZIONE DELLA CRESCITA ORGANICA NEL TERZO TRIMESTRE

Esaminati i risultati pro-forma¹ di YOOX NET-A-PORTER GROUP per i primi nove mesi al 30 settembre 2015:

RICAVI NETTI A 1,2 MILIARDI DI EURO, +32% (+21% A TASSI DI CAMBIO COSTANTI)

YOOX Group (standalone) - Primi nove mesi 2015:

- **Ricavi netti** a **439,4 milioni** di Euro, **+20,0%** (+16,3% a cambi costanti) rispetto ai 366,3 milioni dei primi nove mesi del 2014. Forte **accelerazione** della crescita nel **terzo trimestre**, **+19,1%** a cambi costanti
- **EBITDA escluso piani di incentivazione** a **29,6 milioni** di Euro, **+5,5%** rispetto a 28,1 milioni dei primi nove mesi del 2014. EBITDA reported a 28,6 milioni di Euro, +5,3% rispetto a 27,1 milioni dei primi nove mesi del 2014
- **Risultato netto adjusted²** a **4,4 milioni** di Euro, **-16,7%** rispetto a 5,3 milioni dei primi nove mesi del 2014. Risultato netto reported a -3,9 milioni di Euro dopo complessivi 8,3 milioni di oneri straordinari relativi alla fusione con THE NET-A-PORTER GROUP e costi figurativi relativi ai piani di incentivazione, al netto dei relativi effetti fiscali
- **Indebitamento finanziario netto** per **20,1 milioni** di Euro rispetto ad una posizione finanziaria netta positiva pari a 31,0 milioni al 31 dicembre 2014
- **Principali metriche di business:**
 - **17,0 milioni la media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 14,1 milioni dei primi nove mesi del 2014
 - **2,9 milioni di ordini**, rispetto a 2,4 milioni dei primi nove mesi del 2014
 - **201 Euro l'AOV (Average Order Value)**, rispetto a 198 Euro dei primi nove mesi del 2014
 - **1,4 milioni di clienti attivi**, rispetto a 1,2 milioni dei primi nove mesi del 2014

¹ All'interno di tutto il presente documento, i dati pro-forma relativi ai periodi di 9 mesi chiusi al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 di YOOX-NET-A-PORTER GROUP S.p.A. sono stati redatti con logiche coerenti a quelle applicate per la predisposizione dei prospetti contabili pro-forma contenuti nel Documento Informativo relativo alla fusione per incorporazione di Larentia Italia S.p.A. in YOOX S.p.A. pubblicato in data 3 ottobre 2015. In particolare, tali dati pro-forma sono stati redatti aggregando i dati storici del Gruppo YOOX e di THE NET-A-PORTER GROUP per poi operare le rettifiche al fine di simulare gli effetti economici della fusione sull'andamento economico di YOOX NET-A-PORTER GROUP come se tale operazione fosse virtualmente avvenuta, rispettivamente, all'inizio dell'esercizio 2015 (1° gennaio 2015) e all'inizio dell'esercizio 2014 (1° gennaio 2014), presentato esclusivamente per finalità comparative. Tali dati pro-forma al 30 settembre 2015 e i relativi dati pro-forma comparativi al 30 settembre 2014, nonché le situazioni contabili consolidate di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per i periodi di 9 mesi chiusi al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 non sono stati oggetto di verifica da parte della società di revisione. Per maggiori informazioni sui criteri di formazione di tali dati pro-forma e sulle limitazioni circa il contenuto informativo degli stessi, si faccia riferimento a pagina 10 del presente documento.

² 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.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Pro-forma³ YOOX NET-A-PORTER GROUP - Primi nove mesi 2015:

- **Ricavi netti** a **1,2 miliardi** di Euro, **+32,2%** (+21,5% a cambi costanti) rispetto ai 894,1 milioni dei primi nove mesi del 2014
- **EBITDA adjusted⁴** a **82,2 milioni** di Euro, **+40,7%** rispetto a 58,5 milioni dei primi nove mesi del 2014. EBITDA reported a 75,9 milioni di Euro, +75,1% rispetto a 43,4 milioni dei primi nove mesi del 2014
- **Risultato netto adjusted⁵** a **32,4 milioni** di Euro, **+50,4%** rispetto a 21,5 milioni dei primi nove mesi del 2014. Dopo 6,0 milioni di Euro di costi figurativi relativi ai piani di incentivazione al netto dei relativi effetti fiscali, risultato netto reported pari a 26,4 milioni di Euro, rispetto a 6,7 milioni dei primi nove mesi del 2014.
- **Principali metriche di business:**
 - **26,1 milioni la media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 22,4 milioni dei primi nove mesi del 2014
 - **5,0 milioni di ordini**, rispetto a 4,1 milioni dei primi nove mesi del 2014
 - **354 Euro l'AOV (Average Order Value)**, rispetto a 327 Euro dei primi nove mesi del 2014
 - **2,3 milioni di clienti attivi**, rispetto a 2,0 milioni dei primi nove mesi del 2014

“Le attività di integrazione stanno procedendo spedite e YOOX NET-A-PORTER GROUP è posizionato al meglio per realizzare il proprio straordinario potenziale.

Dal grande lavoro svolto dalle squadre negli ultimi mesi è emerso che le sinergie attese dalla fusione sono pari a 85 milioni di Euro, addirittura superiori ai 60 milioni stimati inizialmente. Sono entusiasta di questo risultato, che è la riprova del forte rationale industriale di questa fusione rivoluzionaria.

Questo è solo l'inizio del percorso che ci porterà a trasformare questa nostra visione in realtà”.

- ha commentato Federico Marchetti, Chief Executive Officer di YOOX NET-A-PORTER GROUP.

³ Per maggiori informazioni sui criteri di formazione di tali dati pro-forma e sulle limitazioni circa il contenuto informativo degli stessi, si faccia riferimento a pagina 10 del presente documento.

⁴ Esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere.

⁵ Esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere, al netto dei relativi effetti fiscali.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milano, 11 novembre 2015 - Il Consiglio di Amministrazione di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. (MTA: YNAP), il leader globale nel luxury fashion e-commerce, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Resoconto consolidato intermedio di gestione al 30 settembre 2015 relativo a YOOX Group. Il Consiglio di Amministrazione ha altresì esaminato alcuni indicatori pro-forma relativi ai primi nove mesi del 2015 di YOOX NET-A-PORTER GROUP, raffrontati con lo stesso periodo dell'anno precedente.

ANDAMENTO DEL GRUPPO YOOX NEI PRIMI 9 MESI DEL 2015

Principali Metriche di Business⁶

	9M 2015	9M 2014
Numero di visitatori unici al mese ⁷ (milioni)	17,0	14,1
Numero di ordini (milioni)	2,9	2,4
AOV ⁸ (Euro)	201	198
Numero di clienti attivi ⁹ (milioni)	1,4	1,2

Nei primi nove mesi del 2015 YOOX Group ha registrato una **media mensile di visitatori unici pari a 17,0 milioni**, in **crescita del 20,8%** rispetto ai primi nove mesi del 2014. In **aumento del 19,3%** il numero di **ordini**, che si sono attestati a **2,9 milioni** nei primi nove mesi del 2015, di cui oltre **un milione nel solo terzo trimestre**, segnando così un nuovo traguardo per il Gruppo. L'**Average Order Value** (IVA esclusa) dei primi nove mesi del 2015 è stato pari a **201 Euro**, rispetto a 198 dello stesso periodo dell'anno precedente.

Infine, il numero di **clienti attivi** ha raggiunto **1,4 milioni** al 30 settembre 2015, in **crescita del 16,1%** rispetto ai 1,2 milioni al 30 settembre 2014.

Ricavi Netti Consolidati

Nei primi nove mesi del 2015 YOOX Group ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **439,4 milioni di Euro**, in **aumento del 20,0%** (+16,3% a tassi di cambio costanti) rispetto ai 366,3 milioni al 30 settembre 2014. In **forte accelerazione** rispetto ai primi sei mesi dell'anno la crescita a tassi di cambio costanti del **terzo trimestre**, che si è attestata a +19,1%.

Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

Milioni di Euro	9M 2015	%	9M 2014	%	VARIAZIONE
Multimarca	325,8	74,2%	270,7	73,9%	+20,4%
Monomarca	113,5	25,8%	95,6	26,1%	+18,8%
Totale Gruppo YOOX	439,4	100,0%	366,3	100,0%	+20,0%

⁶ Le metriche di business si riferiscono a YOOX.COM, THECORNER.COM, SHOESCRIBE.COM e agli online store monomarca. Le metriche di business relative alla joint venture con Kering sono escluse.

⁷ 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 e Google Analytics per YOOX.COM; Google Analytics per THECORNER.COM, SHOESCRIBE.COM e gli online store monomarca.

⁸ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁹ Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	3Q 2015	%	3Q 2014	%	VARIAZIONE
Multimarca	119,0	76,9%	96,8	75,5%	+23,0%
Monomarca	35,8	23,1%	31,5	24,5%	+13,7%
Totale Gruppo YOOX	154,8	100,0%	128,3	100,0%	+20,7%

Multimarca

Nei primi nove mesi 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 **325,8 milioni di Euro**, in **crescita del 20,4%** rispetto ai 270,7 milioni dei primi nove mesi del 2014. I ricavi netti consolidati del **terzo trimestre** del 2015 si sono attestati a **119,0 milioni di Euro**, in **crescita del 23,0%**, registrando una forte **accelerazione organica** rispetto ai primi sei mesi dell'anno. Tale performance è stata trainata da YOOX.COM che, in linea con le aspettative, ha beneficiato degli investimenti in marketing implementati da inizio anno a sostegno dei maggiori acquisti delle collezioni Primavera / Estate e Autunno / Inverno 2015.

Complessivamente, al 30 settembre 2015, la linea di business Multimarca ha rappresentato il **74,2%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Monomarca

	9M 2015 vs 9M 2014
Crescita dei Ricavi netti a valore retail ("GMV") ¹⁰	+26,6%
Crescita dei Ricavi netti consolidati	+18,8%

	3Q 2015 vs 3Q 2014
Crescita dei Ricavi netti a valore retail ("GMV") ¹⁰	+20,0%
Crescita dei Ricavi netti consolidati	+13,7%

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.

Nei primi nove mesi del 2015 questa linea di business ha conseguito ricavi netti consolidati pari a **113,5 milioni di Euro**, in **crescita del 18,8%** rispetto ai 95,6 milioni dei primi nove mesi del 2014, e ricavi netti a valore retail (GMV)¹⁰ in aumento del **26,6%**. Il terzo trimestre dell'anno ha invece registrato ricavi netti in aumento del **13,7%** a **35,8 milioni di Euro** e un fatturato a valore retail (GMV) in progresso del **20,0%**.

Complessivamente, al 30 settembre 2015, la linea di business Monomarca rappresentava il **25,8%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo e contava 38 online store.

¹⁰Ricavi 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".

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

Milioni di Euro	9M 2015		9M 2014		VARIAZIONE % TASSI CORRENTI	VARIAZIONE % TASSI COSTANTI
		%		%		
Italia	68,5	15,6%	58,8	16,1%	+16,4%	+16,4%
Europa (escluso Italia)	199,0	45,3%	174,5	47,6%	+14,0%	+20,1%
Nord America	105,7	24,0%	78,2	21,4%	+35,1%	+11,5%
Giappone	30,7	7,0%	28,0	7,6%	+9,7%	+6,0%
Altri Paesi	31,2	7,1%	19,8	5,4%	+57,5%	+35,0%
Non legato ad area geografica	4,4	1,0%	6,9	1,9%	(37,0)%	(37,0)%
Totale Gruppo YOOX	439,4	100,0%	366,3	100,0%	+20,0%	+16,3%

Milioni di Euro	3Q 2015		3Q 2014		VARIAZIONE % TASSI CORRENTI	VARIAZIONE % TASSI COSTANTI
		%		%		
Italia	24,6	15,9%	20,1	15,7%	+22,3%	+22,3%
Europa (escluso Italia)	71,8	46,3%	60,8	47,4%	+18,0%	+26,6%
Nord America	35,2	22,7%	28,1	21,9%	+25,3%	+5,1%
Giappone	10,9	7,0%	9,6	7,5%	+12,9%	+11,3%
Altri Paesi	11,0	7,1%	7,7	6,0%	+42,5%	+23,6%
Non legato ad area geografica	1,5	0,9%	2,0	1,5%	(25,6)%	(25,6)%
Totale Gruppo YOOX	154,8	100,0%	128,3	100,0%	+20,7%	+19,1%

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 il Gruppo ha registrato risultati in crescita in tutti i principali mercati di riferimento.

Eccellenti i risultati dell'**Italia**, con ricavi netti pari a 68,5 milioni di Euro, in **crescita del 16,4%** rispetto ai primi nove mesi del 2014 e in **forte accelerazione** nel **terzo trimestre** dell'anno (+22,3%) nonostante il confronto sfidante con lo stesso periodo dell'anno precedente (+25,5%).

Positivi anche i risultati del **resto d'Europa**, in **aumento del 14,0%** (+20,1% a tassi di cambio costanti) nei primi nove mesi del 2015, grazie anche all'ottima performance del **terzo trimestre** dell'anno, in **accelerazione** al **18,0%** a tassi di cambio correnti e del **26,6%** a tassi di cambio costanti, con solide performance organiche da parte di tutti i principali mercati europei, inclusi Francia, Germania, Inghilterra e Russia.

Il **Nord America** ha registrato una crescita del **35,1%** (+11,5% a tassi di cambio costanti) nei primi nove mesi dell'anno e del **25,3%** (+5,1% a tassi di cambio costanti) nel terzo trimestre. La performance degli ultimi tre mesi riflette un rallentamento della crescita principalmente riconducibile ad alcuni negozi online monomarca.

Positiva anche la performance del **Giappone**, in crescita del **9,7%** (+6,0% a tassi di cambio costanti) e in **accelerazione** nel **terzo trimestre** del 2015 a **+12,9%** (+11,3% a tassi di cambio costanti) nonostante il confronto sfidante con lo stesso periodo dell'anno precedente (+21,0% a tassi di cambio costanti). Ottimi i risultati registrati da YOOX.COM, che ha messo a segno un trimestre record in termini di acquisizione di nuovi clienti.

Infine gli **Altri Paesi** hanno registrato un progresso del **57,5%** nei primi nove mesi dell'anno (+35,0% a tassi di cambio costanti) e del 42,5% nel terzo trimestre 2015 (+23,6% a tassi di cambio costanti). Nel terzo trimestre i ricavi netti in Greater China hanno conseguito una crescita del 44,0% (+22,2% a tassi di cambio costanti).

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Redditività per Linea di Business

Milioni di Euro	MULTI-BRAND		MONO-BRAND	
	9M 2015	9M 2014	9M 2015	9M 2014
EBITDA Pre Corporate Costs	43,0	37,4	22,1	19,5
% ricavi netti del settore	13,2%	13,8%	19,4%	20,4%
variazione %	14,9%		13,1%	

Milioni di Euro	MULTI-BRAND		MONO-BRAND	
	3Q 2015	3Q 2014	3Q 2015	3Q 2014
EBITDA Pre Corporate Costs	13,9	12,1	6,8	6,6
% ricavi netti del settore	11,7%	12,5%	19,0%	21,1%
variazione %	14,9%		2,6%	

L'EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business **Multimarca** si è attestato a **43,0 milioni di Euro**, in **crescita del 14,9%** rispetto ai 37,4 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un margine del 13,2% rispetto al 13,8% del 2014. Tale performance riflette maggiori investimenti in marketing a sostegno dei maggiori acquisti per YOOX.COM.

L'EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business **Monomarca** è stato pari a **22,1 milioni di Euro**, in **crescita del 13,1%** rispetto ai 19,5 milioni dei primi nove mesi del 2014, con una marginalità pari al 19,4% rispetto al 20,4% del 2014. Tale risultato riflette un minor contributo dai ricavi delle attività di realizzazione e manutenzione degli online store monomarca.

EBITDA

Nei primi nove mesi del 2015 l'**EBITDA escluso piani di incentivazione** è stato pari a **29,6 milioni di Euro** rispetto ai 28,1 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un margine sul fatturato pari al 6,7% rispetto al 7,7% dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Tale performance riflette principalmente una maggiore incidenza dei costi di sales & marketing, 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 reported** si è attestato a **28,6 milioni di Euro** rispetto a 27,1 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente con un margine sui ricavi netti pari al 6,5%, rispetto al 7,4% dei primi nove mesi del 2014.

Risultato Netto

Il **risultato netto adjusted** - che esclude oneri non ricorrenti connessi all'operazione di fusione al netto del relativo effetto fiscale per 7,6 milioni di Euro e costi figurativi relativi ai piani di incentivazione al netto del relativo effetto fiscale per 0,7 milioni di Euro - si è attestato a **4,4 milioni di Euro** rispetto a 5,3 milioni dei primi nove mesi del 2014, nonostante maggiori ammortamenti per 4,4 milioni di Euro rispetto all'esercizio precedente.

Al netto degli oneri non ricorrenti relativi alla fusione e dei costi figurativi dei piani in incentivazione, il risultato netto reported dei primi nove mesi del 2015 si è attestato a -3,9 milioni di Euro.

Capitale Circolante Netto

Nei primi nove mesi del 2015 il **capitale circolante netto** si è attestato a **73,1 milioni di Euro** rispetto ai 45,3 milioni al 31 dicembre 2014. Tale variazione è principalmente riconducibile all'incremento delle scorte per far fronte alla crescita futura della linea di business Multimarca e, in misura minore, ad un aumento meno che proporzionale dei debiti commerciali. La crescita del magazzino registrata nei primi nove mesi dell'anno ha riflesso un incremento degli acquisti relativi alle stagioni Primavera / Estate e Autunno / Inverno 2015 e un anticipo delle relative consegne volti a supportare un'accelerazione progressiva delle vendite di YOOX.COM nel corso dell'anno. In linea con le attese, tale crescita si è assorbita nel terzo trimestre mostrando un livello di magazzino in calo rispetto al 30 giugno 2015.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Investimenti

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 il Gruppo ha continuato ad investire nello sviluppo della piattaforma techno-logistica globale: gli **investimenti in conto capitale** si sono attestati a **34,9 milioni di Euro** rispetto ai 25,5 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente.

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

Nel corso del periodo il Gruppo ha inoltre proseguito il rilascio di funzionalità cross-channel per i partner monomarca del Gruppo e ha potenziato ulteriormente l'offerta dedicata a smartphone e tablet, con il lancio di nuovi siti mobile per alcuni Online Flagship Stores.

Posizione Finanziaria Netta

Al 30 settembre 2015 l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **20,1 milioni di Euro**, rispetto a una posizione finanziaria netta positiva per 31,0 milioni al 31 dicembre 2014. L'impiego della cassa nei primi nove mesi 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 TERZO TRIMESTRE 2015

Nel terzo trimestre del 2015 i **ricavi netti consolidati** del Gruppo sono stati pari a **154,8 milioni di Euro** rispetto ai 128,3 milioni di Euro nello stesso periodo del 2014, in **crescita del 20,7%** (+19,1% a tassi di cambio costanti).

L'**EBITDA reported** si è attestato a **10,4 milioni di Euro**, in **crescita del 12,5%** rispetto ai 9,3 milioni di Euro conseguiti nel terzo trimestre del 2014, con un margine pari al 6,7% rispetto al 7,2% dello stesso periodo dell'anno precedente. Tale risultato è influenzato da un minor gross margin e da una maggiore incidenza dei costi di fulfillment e sales & marketing, solo in parte compensati da un miglioramento delle spese generali sulle vendite.

Escludendo gli oneri non ricorrenti di competenza del trimestre al netto del relativo effetto fiscale connessi all'operazione di fusione (4,0 milioni di Euro), il Gruppo ha conseguito un **risultato netto adjusted in pareggio** rispetto a 2,1 milioni del terzo trimestre del 2014. Tale risultato riflette maggiori ammortamenti per 1,4 milioni di Euro e oneri finanziari netti pari a 1,9 milioni, principalmente riconducibili a perdite su cambi e interessi passivi. Al netto degli oneri non ricorrenti, il risultato netto reported del terzo trimestre del 2015 è stato pari a -4,0 milioni di Euro.

Piani di Incentivazione

Nel corso del terzo trimestre 2015 sono state emesse complessivamente n. 35.100 azioni ordinarie, a seguito dell'esercizio di complessive n. 675 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 30 SETTEMBRE 2015

Online Store Monomarca

A fine ottobre 2015 è stato lanciato l'online store di KARL LAGERFELD in Europa, Stati Uniti e Giappone.

Efficacia della Fusione

Dal 5 ottobre 2015 è efficace la fusione tra YOOX GROUP e THE NET-A-PORTER GROUP che ha dato vita al leader globale nel luxury fashion e-commerce con denominazione sociale YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. (in forma abbreviata YNAP S.p.A.) e sede societaria a Milano. Dalla stessa data hanno altresì avuto effetto gli effetti giuridici, contabili e fiscali dell'operazione.

Contestualmente, a servizio del rapporto di cambio di fusione, il capitale sociale di YOOX S.p.A. è stato aumentato per un importo complessivo di nominali Euro 655.995,97 tramite l'emissione di complessive n. 65.599.597 azioni prive del valore nominale in favore di Richemont Holdings (UK) Limited, di cui n. 20.693.964 ordinarie e n. 44.905.633 prive del diritto di voto (le "Azioni B"). Il capitale sociale alla data odierna è pertanto pari a Euro 1.277.339,29, rappresentato da complessive n. 127.733.929 azioni prive di indicazione del valore nominale, di cui n. 82.828.296 ordinarie e n. 44.905.633 Azioni B.

Sinergie attese dalla Fusione

Sulla base delle valutazioni e analisi di dettaglio effettuate dai due team nel corso degli ultimi mesi e finalizzate successivamente all'efficacia della fusione, la Società ritiene che le potenziali **sinergie annue a regime** possano ammontare a **85 milioni di Euro** a livello di EBITDA e investimenti in conto capitale a partire dal 2018. In particolare, più della metà delle sinergie a livello di EBITDA sono attese derivare da risparmi di costo e la restante parte da maggiori ricavi. Tale indicazione rappresenta una revisione rispetto ai 60 milioni di Euro comunicati a Marzo 2015 in sede di annuncio dell'operazione di fusione. Per il conseguimento di tali sinergie, il Gruppo prevede di **sostenere investimenti straordinari e costi operativi non ricorrenti** pari a complessivi **95 milioni di Euro cumulati nel periodo 2015-2018**, di cui la parte preponderante in investimenti in conto capitale dedicati allo sviluppo di una piattaforma tecno-logistica comune a tutti gli online store del Gruppo.

La Società prevede di conseguire sinergie attese nette positive a conto economico già a partire dall'esercizio 2016.

In particolare, le principali sinergie sono attese da:

- La creazione di un inventario virtuale unico a livello globale in grado di connettere tutti gli online store e i mercati geografici del Gruppo (cd. "Global Inventory"). Questo consentirà alla Società di poter estendere la visibilità dei propri inventari a un'audience più ampia, in termini di geografie e di tipologia di cliente (multimarca vs monomarca), con un conseguente beneficio in termini di maggiori vendite e migliori tassi di sell through;
- Migliori condizioni di acquisto, grazie all'approvvigionamento congiunto di YOOX.COM e [THE OUTNET.COM](http://THEOUTNET.COM);
- Minori costi di logistica e spedizione grazie ad una più efficiente localizzazione geografica degli inventari, più vicini al cliente;
- Minori costi unitari di logistica e carte di credito, grazie alla maggiore scala;
- Il cross-selling dell'offerta monomarca e la vendita di servizi addizionali, facendo leva sulle riconosciute capacità editoriali e di brand marketing di THE NET-A-PORTER GROUP;
- Riduzione della crescita di assunzioni nelle funzioni duplicate;
- Minori investimenti in conto capitale derivanti dalla convergenza verso un'unica piattaforma tecnologica condivisa;
- Minori investimenti di marketing derivanti dall'ottimizzazione del portafoglio multimarca;
- Cross-selling e up-selling sulle rispettive basi clienti.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Per ulteriori informazioni si rimanda alla presentazione disponibile sul sito della Società alla sezione Investor Relations / Presentazioni.

Ottimizzazione del Portafoglio Multimarca In-Season del Gruppo

Dalle analisi condotte sul portafoglio di negozi online di proprietà della Società, è emersa una sovrapposizione rilevante dei clienti attivi e dei marchi tra THECORNER.COM e SHOESCRIBE.COM e gli altri online store multimarca del Gruppo, evidenziando così importanti opportunità di ottimizzazione del portafoglio multimarca in-season.

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha pertanto deciso di **re-indirizzare**¹¹ la base **clienti** di THECORNER.COM e SHOESCRIBE.COM verso gli **altri online store multimarca del Gruppo** entro la fine della stagione Primavera / Estate 2016, tramite strategie di migrazione ad hoc che saranno sviluppate sulla base delle caratteristiche demografiche, dello storico ordini e provenienza geografica dei clienti. Tutti i team dedicati verranno riallocati internamente al Gruppo.

Sulla base della sovrapposizione di marchi e clienti, è verosimile attendersi che il Gruppo riesca a **trattenere una quota importante degli attuali clienti** di THECORNER.COM e SHOESCRIBE.COM, limitando così la perdita di fatturato. A tal proposito, si segnala che i due negozi online hanno rappresentato complessivamente il 2,4% delle vendite pro-forma del Gruppo nei primi nove mesi del 2015. È altresì previsto un **beneficio netto positivo** a livello di **EBITDA** già a partire **dal 2016**, grazie all'ottimizzazione degli investimenti in marketing nonché alle ulteriori opportunità di business rivenienti dal potenziamento del business delle calzature di NET-A-PORTER.COM, grazie all'esperienza maturata con SHOESCRIBE.COM, e dalla maggiore valorizzazione dei clienti trattenuti a più alto potenziale.

Altre Delibere in materia di Governance e Convocazione dell'Assemblea degli Azionisti

Il Consiglio di Amministrazione in data odierna ha inoltre deliberato:

- di nominare l'amministratore Richard Lepeu quale componente del Comitato per la Nomina Amministratori, che sarà pertanto composto da quattro membri: Alessandro Foti (con funzioni di Presidente), Laura Zoni, Stefano Valerio e Richard Lepeu;
- di proporre all'Assemblea ordinaria degli Azionisti, in linea con quanto già comunicato al mercato, di rideterminare il numero di componenti del Consiglio di Amministrazione da 10 a 11 e di nominare Eva Chen, responsabile delle *Fashion Partnerships* di Instragram, e Vittorio Radice, Vice Presidente di Rinascente, quali amministratori indipendenti della Società. Eva Chen collabora con Instagram dal luglio 2015, dopo aver collaborato con testate come Elle, Teen Vogue e The Wall Street Journal e aver ricoperto per due anni la carica di Caporedattore della rivista *Lucky* del gruppo Condé Nast. Eva Chen vanta un'esperienza di oltre un decennio nell'ambito dell'editoria e della moda e rappresenta un esempio di come unire nel mondo dell'editoria carta stampata e digitale. Vittorio Radice è entrato nel 2005 in La Rinascente, di cui è stato protagonista di un'importante azione di rinnovamento e dove ha ricoperto per un lungo periodo la carica di amministratore, dopo aver maturato una significativa esperienza nel mondo di importanti *department stores* internazionali quali Selfridges e Marks and Spencer; e
- di sottoporre all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti: (i) ai sensi dell'art. 114-bis del TUF, un piano di incentivazione e fidelizzazione denominato "Piano di Stock Option 2015 - 2025" riservato agli amministratori nonché ai dirigenti e ai dipendenti di YOOX NET-A-PORTER GROUP e delle società dalla stessa, direttamente o indirettamente, controllate, da attuarsi mediante assegnazione gratuita di opzioni valide per la sottoscrizione di azioni ordinarie YNAP di nuova emissione; e (ii) di aumentare il capitale sociale, a pagamento e in via scindibile, per un importo di massimi Euro 69.061,33 da imputarsi per intero a capitale, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, commi 5 e 6, del codice civile, mediante emissione di massime n. 6.906.133 nuove azioni ordinarie della Società (pari al 5% del capitale sociale complessivo fully diluted della Società, comprensivo dello stesso aumento di capitale a servizio del nuovo piano) aventi le stesse caratteristiche di quelle in circolazione, al servizio del Piano di Stock Option 2015 - 2025 (l'"Aumento di

¹¹ In ottemperanza alla normativa internazionale in materia di privacy

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Capitale a servizio del Piano"); il tutto previa revoca delle delibere assunte dall'Assemblea della Società del 17 aprile 2014 con riferimento al "Piano di Stock Option 2014 - 2020" che non sono state oggetto di esecuzione. Ai fini di quanto sopra, il Consiglio di Amministrazione ha quindi deliberato di convocare l'Assemblea degli Azionisti, in sede ordinaria e straordinaria, da tenersi entro la fine del 2015 per deliberare in merito ai seguenti argomenti: (i) rideterminazione del numero di componenti del Consiglio di Amministrazione da 9 a 11 e nomina di due amministratori indipendenti; (ii) "Piano di Stock Option 2015 - 2025", previa revoca del "Piano di Stock Option 2014 - 2020" deliberato dall'Assemblea ordinaria del 17 aprile 2014; e (iii) Aumento di Capitale a servizio del Piano, previa revoca delle delibere assunte dall'Assemblea della Società del 17 aprile 2014 con riferimento al "Piano di Stock Option 2014 - 2020"

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Sulla base della posizione di leadership del Gruppo nel luxury fashion e-commerce, dei risultati pro-forma dei primi nove mesi dell'anno nonché delle buone prospettive del mercato retail online, è ragionevole assumere che, anche nel quarto trimestre dell'anno, YOOX NET-A-PORTER GROUP possa conseguire un'ulteriore crescita del business.

Negli ultimi mesi dell'anno, il Gruppo sarà focalizzato su un'esecuzione impeccabile delle iniziative di marketing e commerciali predisposte per la campagna natalizia e proseguirà altresì con le attività di integrazione avviate con l'efficacia della fusione e volte a conseguire le prime sinergie già nel corso dell'esercizio 2016.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari relativi ai risultati consolidati dei primi nove mesi del 2015 di YOOX S.p.A., 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.

Di seguito sono presentati i dati economici e taluni indicatori gestionali pro-forma (di seguito "Dati Pro-forma") relativi al periodo di 9 mesi chiuso al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 di YOOX-NET-A-PORTER GROUP S.p.A. redatti con logiche coerenti a quelle applicate per la predisposizione dei prospetti contabili pro-forma contenuti nel Documento Informativo relativo alla fusione per incorporazione di Largentia Italia S.p.A. in YOOX S.p.A. pubblicato in data 3 ottobre 2015.

In particolare, per tali periodi sono stati simulati gli effetti della fusione di YOOX S.p.A. e THE NET-A-PORTER GROUP Limited i cui effetti giuridici e contabili hanno avuto effetto dal 5 ottobre 2015.

Tali Dati Pro-forma al 30 settembre 2015 e i relativi Dati Pro-forma comparativi al 30 settembre 2014, nonché le situazioni contabili consolidate di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per i periodi di 9 mesi chiusi al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 non sono stati oggetto di verifica da parte della società di revisione.

I dati storici economici del Gruppo YOOX al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 derivano rispettivamente

YOOX NET-A-PORTER GROUP

dal resoconto consolidato intermedio di gestione del Gruppo YOOX al 30 settembre 2015 e dal resoconto consolidato intermedio di gestione del Gruppo YOOX al 30 settembre 2014.

I dati storici economici di THE NET-A-PORTER GROUP Limited al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014 derivano rispettivamente dalla situazione contabile consolidata di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per il periodo di 9 mesi chiuso al 30 settembre 2015 e dalla situazione contabile consolidata di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per il periodo di 9 mesi chiuso al 30 settembre 2014 e sono predisposti in conformità ai principi contabili applicabili in UK; tali dati sono originariamente espressi in Sterline e, ai fini della loro inclusione nei Dati Pro-forma di YOOX NET-A-PORTER GROUP, sono stati convertiti in Euro ed esposti secondo i criteri di presentazione adottati dal Gruppo YOOX.

Tali Dati Pro-forma sono stati redatti aggregando i dati storici del Gruppo YOOX e di THE NET-A-PORTER GROUP per poi operare le rettifiche di seguito specificate al fine di simulare secondo criteri di valutazione coerenti con i dati storici e conformi, ove appropriato, alla normativa di riferimento rappresentata dagli International Financial Reporting Standards ("IFRS") adottati dall'Unione Europea, gli effetti economici della fusione sull'andamento economico di YOOX NET-A-PORTER GROUP come se tale operazione fosse virtualmente avvenuta, rispettivamente, all'inizio dell'esercizio 2015 (1 gennaio 2015) e all'inizio dell'esercizio 2014 (1 gennaio 2014), presentato esclusivamente per finalità comparative.

Si segnala tuttavia che le informazioni contenute nei Dati Pro-forma di YOOX NET-A-PORTER GROUP rappresentano, come sopra indicato, una simulazione, fornita ai soli fini illustrativi, dei possibili effetti che potrebbero derivare dalla fusione sulla situazione economica di YOOX NET-A-PORTER GROUP.

In particolare, i Dati Pro-forma di YOOX NET-A-PORTER GROUP hanno comportato la rettifica di dati consuntivi per riflettere retroattivamente gli effetti dell'operazione di fusione; ne consegue che, nonostante il rispetto di criteri generali comunemente accettati e l'utilizzo di assunzioni ragionevoli, permangono dei limiti intrinseci nella natura stessa dei Dati Pro-forma, in quanto si tratta di rappresentazioni basate su assunzioni.

Pertanto, i Dati Pro-forma non sono da ritenersi rappresentativi dei risultati che si sarebbero ottenuti qualora le operazioni considerate nella redazione dei Dati Pro-forma fossero realmente avvenute alle date prese a riferimento. I Dati Pro-forma riproducono una situazione ipotetica e non intendono pertanto raffigurare in alcun modo una situazione economica attuale o prospettica di YOOX NET-A-PORTER GROUP.

In considerazione delle diverse finalità dei Dati Pro-forma rispetto ai dati dei bilanci storici, e quanto a questi ultimi della conversione e riesposizione dei dati di THE NET-A-PORTER GROUP Limited nei termini sopra indicati, nonché delle diverse modalità di calcolo degli effetti della fusione con riferimento ai Dati Pro-forma presentati, tali Dati Pro-forma devono essere letti e interpretati separatamente dai dati storici, senza ricercare collegamenti contabili tra gli stessi.

I Dati Pro-forma non intendono in alcun modo rappresentare una previsione di risultati futuri e non devono pertanto essere utilizzati in tal senso: i Dati Pro-forma non riflettono dati prospettici in quanto sono predisposti in modo da rappresentare solamente gli effetti maggiormente significativi, isolabili ed oggettivamente misurabili della fusione e delle connesse transazioni economiche, senza tenere conto dei potenziali effetti derivanti da scelte gestionali e decisioni operative eventualmente assunte in conseguenza della fusione.

Le principali rettifiche sono rappresentate da:

- eliminazione dei costi per l'adeguamento del fair value delle azioni B (B-Shares) di THE NET-A-PORTER GROUP Limited oggetto di un piano di incentivazione, il cui costo è stato sostenuto dal Gruppo Richemont;
- eliminazione di costi per effetto della interruzione dei rapporti di natura non commerciale tra le società di THE NET-A-PORTER GROUP Limited e le società del Gruppo Richemont;
- eliminazione di proventi ed oneri finanziari derivanti dall'estinzione di passività finanziarie di THE NET-A-PORTER GROUP Limited;
- eliminazione degli oneri non ricorrenti sostenuti per l'operazione di fusione di YOOX Group e di THE NET-A-PORTER GROUP Limited;
- eliminazione dei relativi effetti fiscali sulle sopramenzionate rettifiche, ove applicabili.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

DATI PRO-FORMA DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER I PRIMI 9 MESI DEL 2015 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

*Principali Metriche di Business*¹²

	9M 2015	9M 2014
Numero di visitatori unici al mese ¹³ (milioni)	26,1	22,4
Numero di ordini (milioni)	5,0	4,1
AOV ¹⁴ (Euro)	354	327
Numero di clienti attivi ¹⁵ (milioni)	2,3	2,0

Nei primi nove mesi del 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato una **media mensile di visitatori unici pari a 26,1 milioni**, in **crescita del 16,5%** rispetto ai primi nove mesi del 2014. In **aumento del 22,1%** il numero di **ordini**, che si sono attestati a **5,0 milioni** nei primi nove mesi del 2015. L'**Average Order Value (IVA esclusa)** si è attestato a **354 Euro**, in **crescita dell'8%** rispetto ai primi nove mesi del 2014.

Infine, il numero di **clienti attivi** ha raggiunto **2,3 milioni** al 30 settembre 2015, in **crescita del 16,0%** rispetto ai 2,0 milioni al 30 settembre 2014.

Ricavi Netti

Nei primi nove mesi del 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha conseguito **ricavi netti pro-forma**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **1,2 miliardi di Euro**, in **aumento del 32,2%** (+21,5% a tassi di cambio costanti) rispetto ai 894,1 milioni al 30 settembre 2014.

Ricavi Netti per Linea di Business

Milioni di Euro	9M 2015	%	9M 2014	%	VARIAZIONE
Multimarca In-Season	644,0	54,5%	463,4	51,8%	+39,0%
Multimarca Off-Season	420,7	35,6%	332,0	37,1%	+26,7%
Online Flagship Stores	117,0	9,9%	98,8	11,0%	+18,5%
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	1.181,7	100,0%	894,1	100,0%	+32,2%

Multimarca In-Season

Nei primi nove mesi del 2015 la linea di business **Multimarca In-Season**, che comprende le attività dei negozi online NET-A-PORTER.COM, MR PORTER.COM, THECORNER.COM e SHOESCRIBE.COM, ha registrato ricavi netti pro-forma pari a **644,0 milioni di Euro**, in **crescita del 39,0%** rispetto ai 463,4 milioni dei primi nove mesi del 2014.

Tale risultato è principalmente riconducibile all'ottima performance di NET-A-PORTER.COM e MR PORTER.COM, che nel corso del terzo trimestre dell'anno hanno visto l'introduzione di nuovi importanti marchi,

¹² Le metriche di business si riferiscono agli online store multimarca proprietari - NET-A-PORTER.COM, MR PORTER.COM, THECORNER.COM, SHOESCRIBE.COM, YOOX.COM e THE OUTNET.COM - e agli online store monomarca "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP". Le metriche di business relative alla joint venture con Kering e all'online store monomarca jimmychoo.com sono escluse.

¹³ 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 NET-A-PORTER.COM, MR PORTER.COM e THE OUTNET.COM; SiteCatalyst e Google Analytics per YOOX.COM; Google Analytics per THECORNER.COM, SHOESCRIBE.COM e gli online store monomarca "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

¹⁴ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

¹⁵ Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

quali le collezioni Ready-To-Wear di **Tom Ford** su entrambi i negozi, e numerose capsule collection in esclusiva quali **Portofino di Dolce & Gabbana** e **Cashmere Trench di Burberry London** su NET-A-PORTER.COM e **Tod's** per MR.PORTER.COM.

Complessivamente, al 30 settembre 2015, la linea di business Multimarca In-Season ha rappresentato il **54,5%** dei ricavi netti pro-forma del Gruppo.

Il 3 novembre 2015, per la prima volta nella storia del Gruppo, NET-A-PORTER.COM e MR.PORTER.COM hanno inaugurato una **campagna pubblicitaria congiunta** per il Natale, per ottimizzare gli investimenti in marketing e massimizzare le sinergie rivenienti dalle opportunità di cross-selling tra le due basi clienti per i regali natalizi. Tale campagna è stata lanciata su tutti i canali media, e **per la prima volta** in **TV** nel Regno Unito e in alcuni **cinema** in Germania, Regno Unito e Hong Kong.

Multimarca Off-Season

Nei primi nove mesi del 2015 la linea di business **Multimarca Off-Season**, che comprende le attività dei negozi online YOOX.COM e THE.OUTNET.COM, ha registrato ricavi netti pro-forma pari a **420,7 milioni di Euro**, in **crescita del 26,7%** rispetto ai 332,0 milioni dei primi nove mesi del 2014, grazie alle ottime performance di entrambi gli online store.

Nel corso del terzo trimestre, THE.OUTNET.COM ha visto l'introduzione di **Tod's** tra il suo portafoglio marchi. Complessivamente, al 30 settembre 2015, la linea di business Multimarca Off-Season ha rappresentato il **35,6%** dei ricavi netti pro-forma del Gruppo.

Online Flagship Stores

La linea di business monomarca comprende le attività di design, progettazione, realizzazione e gestione degli Online Flagship Stores di alcuni dei principali brand della moda e del lusso a livello globale.

Nei primi nove mesi del 2015 questa linea di business ha conseguito ricavi netti pro-forma pari a **117,0 milioni di Euro**, in **crescita del 18,5%** rispetto ai 98,8 milioni dei primi nove mesi del 2014.

Complessivamente, al 30 settembre 2015, la linea di business Monomarca rappresentava il **9,9%** dei ricavi netti pro-forma del Gruppo e contava 39 online store.

Ricavi Netti per Area Geografica

Milioni di Euro	9M 2015	%	9M 2014	%	VARIAZIONE %	
					TASSI CORRENTI	TASSI COSTANTI
Italia	75,1	6,4%	63,6	7,1%	+18,1%	+18,1%
UK	184,3	15,6%	133,3	14,9%	+38,3%	+23,9%
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	317,5	26,9%	270,9	30,3%	+17,2%	+21,9%
Nord America	352,1	29,8%	237,9	26,6%	+48,0%	+21,8%
APAC	175,8	14,9%	127,4	14,2%	+38,0%	+22,4%
Altri Paesi	76,9	6,5%	61,0	6,8%	+26,0%	+14,3%
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	1.181,7	100,0%	894,1	100,0%	+32,2%	+21,5%

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato risultati in forte crescita in tutti i principali mercati di riferimento.

L'**Italia** ha conseguito ricavi netti pari a **75,1 milioni di Euro**, in **crescita del 18,1%** rispetto ai 63,6 milioni dei primi nove mesi del 2014, trainata principalmente dalle performance di YOOX.COM.

Il **Regno Unito** ha registrato ricavi per **184,3 milioni di Euro**, in **aumento del 38,3%** (+23,9% a tassi di cambio

YOOX NET-A-PORTER GROUP

costanti) rispetto ai 133,3 milioni del 2014, con performance eccellenti di tutti gli online store del Gruppo.

Positivi anche i risultati dell'**Europa** (esclusi Italia e Regno Unito), in **aumento** del **17,2%** (+21,9% a tassi di cambio costanti) nei primi nove mesi del 2015, con buone performance organiche da parte dei principali mercati di riferimento.

Il **Nord America** ha registrato una crescita del **48,0%** (+21,8% a tassi di cambio costanti) nei primi nove mesi dell'anno grazie alle performance eccellenti di THE NET-A-PORTER GROUP.

Positiva anche la performance dell'area **Asia Pacifico**, in crescita del **38,0%** (+22,4% a tassi di cambio costanti). I principali Paesi che hanno contribuito ai risultati del Gruppo in questa area geografica sono stati Hong Kong, Cina, Australia e Giappone.

Infine, gli **Altri Paesi** hanno registrato una crescita del **26,0%** nei primi nove mesi dell'anno (+14,3% a tassi di cambio costanti).

EBITDA

Nei primi nove mesi del 2015, l'**EBITDA adjusted pro-forma** è stato pari a **82,2 milioni di Euro** rispetto ai 58,5 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un **margin** sul fatturato in **crescita** al **7,0%** rispetto al 6,5% dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Tale performance riflette un aumento del gross margin e la leva operativa sulle spese generali principalmente attribuibili a THE NET-A-PORTER GROUP, che hanno compensato la maggiore incidenza dei costi di fulfillment riconducibile al miglioramento del livello di servizio del customer care di THE NET-A-PORTER GROUP nonché all'apertura di nuovi spazi logistici a Londra. Dopo 6,3 milioni di Euro di oneri figurativi relativi ai piani di incentivazione, l'**EBITDA reported pro-forma** si è attestato a **75,9 milioni di Euro** rispetto a 43,4 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente, con un **margin** sui ricavi netti in **miglioramento** al **6,4%**, rispetto al 4,9% dei primi nove mesi del 2014.

Risultato Netto

Escludendo i costi figurativi relativi ai piani di incentivazione al netto dei relativi effetti fiscali (6,0 milioni di Euro), il **Risultato netto adjusted pro-forma** si è attestato a **32,4 milioni di Euro** rispetto a 21,5 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un **margin** in **miglioramento** al **2,7%** rispetto al 2,4% dello stesso periodo dell'esercizio precedente. Al netto dei costi figurativi relativi ai piani di incentivazione e del relativo effetto fiscale, il **Risultato netto reported pro-forma** dei primi nove mesi del 2015 si è attestato a **26,4 milioni di Euro** rispetto a 6,7 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente, con un **margin** in **miglioramento** al **2,2%** rispetto allo 0,7% del 2014.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi, mercoledì 11 novembre 2015, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX NET-A-PORTER GROUP presenterà i risultati dei primi nove mesi del 2015 del Gruppo YOOX. 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 NET-A-PORTER GROUP all'indirizzo:

www.ynap.com/it/pages/investor-relations/results-centre/presentazioni/.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da mercoledì 11 novembre 2015, dopo il termine della call, a venerdì 27 novembre 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: 819#

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Analyst/Investor contacts

Silvia Scagnelli
Corporate Development & Investor Relations
Director
T +39 02 83112811
investor.relations@ynap.com

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Media contacts

Image Building
Giuliana Paoletti, Simona Raffaelli
T +39 02 89011300
ynap@imagebuilding.it

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel luxury fashion e-commerce. Il Gruppo è il risultato della rivoluzionaria fusione, avvenuta nell'ottobre 2015, tra YOOX GROUP e THE NET-A-PORTER GROUP, due pionieri che hanno trasformato il settore della moda e del lusso sin dalla loro nascita nel 2000.

YOOX NET-A-PORTER GROUP vanta un modello di business unico nel suo genere, con i suoi online store multimarca in-season, NET-A-PORTER.COM, MR PORTER.COM, THECORNER.COM, SHOESCRIBE.COM e gli online store multimarca off-season, YOOX.COM e THE OUTNET.COM, ma anche attraverso numerosi ONLINE FLAGSHIP STORES Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP. Dal 2012, il Gruppo è, inoltre, partner di Kering in una joint venture dedicata alla gestione degli ONLINE FLAGSHIP STORES di diversi marchi del lusso del Gruppo francese.

YOOX NET-A-PORTER GROUP, ha un posizionamento unico nel settore ad alta crescita del lusso online, e può contare su oltre 2 milioni di clienti attivi, 24 milioni di visitatori unici mensili in tutto il mondo e ricavi netti aggregati pari a 1,3 miliardi di Euro. Il Gruppo ha centri tecno-logistici e uffici in Europa, Stati Uniti, Giappone, Cina e Hong Kong e distribuisce in più di 180 Paesi nel mondo. YOOX NET-A-PORTER GROUP è quotata alla Borsa di Milano come YNAP. Per maggiori informazioni: www.ynap.com.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

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

Milioni di Euro	3Q 2015	3Q 2014	VARIAZIONE	9M 2015	9M 2014	VARIAZIONE
Ricavi netti consolidati di vendita	154,8	128,3	20,7%	439,4	366,3	20,0%
Costo del venduto	(103,8)	(85,1)	22,0%	(283,1)	(236,9)	19,5%
Gross profit¹⁶	51,0	43,2	18,2%	156,3	129,4	20,8%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	33,0%	33,7%		35,6%	35,3%	
Costo preparazione merci	(14,1)	(11,4)	23,2%	(40,3)	(33,4)	21,0%
Spese commerciali	(16,3)	(13,1)	24,7%	(50,9)	(39,1)	30,0%
Spese Generali	(9,8)	(9,1)	8,0%	(33,5)	(27,9)	20,3%
Altri proventi e altri oneri	(0,5)	(0,4)	21,1%	(3,0)	(1,9)	52,8%
EBITDA reported¹⁷	10,4	9,3	12,5%	28,6	27,1	5,3%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	6,7%	7,2%		6,5%	7,4%	
Ammortamenti	(7,6)	(6,2)	22,1%	(22,3)	(17,9)	24,4%
Oneri non ricorrenti ¹⁸	(5,8)	-	-	(11,0)	-	-
Risultato operativo	(3,0)	3,0	>100%	(4,7)	9,3	>100%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(1,9)%	2,4%		(1,1)%	2,5%	
Risultato da Partecipazioni	0,1	(0,1)	>100%	0,1	(0,6)	>100%
Proventi Finanziari	0,6	1,8	(66,7)%	7,0	2,1	>100%
Oneri Finanziari	(2,5)	(1,4)	>100%	(7,8)	(3,0)	>100%
Risultato prima delle imposte	(4,9)	3,4	>100%	(5,3)	7,8	>100%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(3,1)%	2,6%		(1,2)%	2,1%	
Imposte	0,9	(1,3)	>100%	1,5	(3,2)	>100%
Risultato netto consolidato del periodo	(4,0)	2,0	>100%	(3,9)	4,6	>100%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	(2,6)%	1,6%		(0,9)%	1,2%	
EBITDA escluso Piani di incentivazione¹⁹	10,4	9,4	11,2%	29,6	28,1	5,5%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	6,7%	7,3%		6,7%	7,7%	
Risultato netto adjusted²⁰	0,0	2,1	(99,9%)	4,4	5,3	(16,7)%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	0,0%	1,6%		1,0%	1,4%	

¹⁶ 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.

¹⁷ 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.

¹⁸ 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.

¹⁹ L'EBITDA escluso Piani di incentivazione è definito come l'EBITDA reported al lordo dei costi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale, descritti nel Resoconto consolidato intermedio di gestione.

²⁰ Il risultato netto adjusted è definito come risultato netto al lordo degli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere e degli oneri non ricorrenti relativi all'operazione di fusione con THE NET-A-PORTER GROUP Limited, entrambi al netto dei relativi effetti fiscali.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

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

Milioni di Euro	30/09/2015	31/12/2014	VARIAZIONE
Capitale circolante netto ²¹	73,1	45,3	61,4%
Attività non correnti	101,8	82,4	23,5%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,5)	(0,4)	11,6%
Capitale investito netto²²	174,4	127,3	37,0%
Patrimonio netto	154,3	158,3	(2,5)%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ²³	20,1	(31,0)	>100%
Totale fonti di finanziamento	174,4	127,3	37,0%

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

Milioni di Euro	9M 2015	9M 2014	VARIAZIONE
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(16,3)	0,6	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	(38,5)	(28,4)	+35,6%
Sub-Totale	(54,8)	(27,8)	+97,2%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività finanziaria	42,8	(0,2)	>100%
Totale flusso di cassa generato (assorbito) nel periodo	(12,0)	(28,0)	(57,1)%

²¹ 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.

²² 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.

²³ 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.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 4 - TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO				FINE DEL PERIODO			
	9M15	9M14	3Q15	3Q14	30/09/2015	30/06/2015	31/03/2015	31/12/2014
EUR USD	1,144	1,355	1,112	1,326	1,120	1,119	1,076	1,214
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	21,6%		19,2%		12,3%	22,1%	28,2%	13,6%
EUR JPY	134,778	139,486	135,863	137,749	134,690	137,010	128,950	145,230
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	3,5%		1,4%		2,5%	1,0%	10,4%	(0,4%)
EUR GBP	0,727	0,812	0,717	0,794	0,739	0,711	0,727	0,779
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	11,6%		10,7%		5,3%	12,7%	13,9%	7,0%
EUR CNY	6,964	8,354	7,008	8,173	7,121	6,937	6,671	7,536
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	20,0%		16,6%		8,5%	22,1%	28,5%	10,8%
EUR RUB	66,597	48,015	70,303	48,058	73,242	62,355	62,440	72,337
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(27,9%)		(31,6%)		(32,1%)	(25,6%)	(21,9%)	(37,3%)
EUR HKD	8,640	10,507	8,162	10,275	8,682	8,674	8,342	9,417
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	21,6%		25,9%		12,6%	22,0%	28,2%	13,6%
EUR KRW	1252,633	1411,617	1300,590	1361,100	1328,270	1.251,270	1.192,580	1.324,800
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	12,7%		4,7%		0,2%	14,9%	22,9%	9,5%
EUR AUD	1,463	1,476	1,533	1,433	1,594	1,455	1,415	1,483
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	0,9%		(6,6%)		(9,4%)	(0,1%)	5,6%	4,0%
EUR CAD	1,404	1,482	1,454	1,442	1,503	1,384	1,374	1,406
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	5,6%		(0,8%)		(6,5%)	5,4%	10,8%	4,3%

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 5 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO PRO-FORMA²⁴ DI YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	9M 2015	9M 2014	VARIAZIONE
Ricavi netti di vendita	1.181,7	894,1	32,2%
Costo del venduto	(720,2)	(551,0)	30,7%
Gross profit²⁵	461,5	343,2	34,5%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	39,1%	38,4%	
Costo preparazione merci	(121,2)	(86,1)	40,7%
Spese commerciali	(141,0)	(106,1)	33,0%
Spese Generali	(120,4)	(105,6)	14,0%
Altri proventi e altri oneri	(2,9)	(2,0)	49,3%
EBITDA reported²⁶	75,9	43,4	75,1%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	6,4%	4,9%	
Ammortamenti	(42,7)	(33,4)	27,7%
Oneri non ricorrenti	-	-	-
Risultato operativo	33,3	10,0	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	2,8%	1,1%	
Risultato da Partecipazioni	0,1	(0,6)	>100%
Oneri e Proventi Finanziari	1,6	1,1	41,4%
Risultato prima delle imposte	35,0	10,5	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	3,0%	1,2%	
Imposte	(8,6)	(3,8)	>100%
Risultato netto del periodo	26,4	6,7	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	2,2%	0,7%	
EBITDA adjusted²⁷	82,2	58,5	40,7%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	7,0%	6,5%	
Risultato netto adjusted²⁸	32,4	21,5	50,4%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	2,7%	2,4%	

²⁴ Per maggiori informazioni sui criteri di formazione di tali dati pro-forma e sulle limitazioni circa il contenuto informativo degli stessi, si faccia riferimento a pagina 10 del presente documento.

²⁵ 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.

²⁶ 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.

²⁷ L'EBITDA adjusted è definito come l'EBITDA reported al lordo degli oneri figurativi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale in essere.

²⁸ Il risultato netto adjusted è definito come risultato netto al lordo degli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere, al netto dei relativi effetti fiscali.

Fine Comunicato n.1136-132

Numero di Pagine: 22