

Bit Market Services

| | | |
|---|--|-----|
| Informazione Regolamentata n. 1136-7-2016 | Data/Ora Ricezione 08 Febbraio 2016 17:39:25 | MTA |
|---|--|-----|

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP

Identificativo : 69174

Informazione

Regolamentata

Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio

Tipologia : IRRA 04; IRAG 10

Data/Ora Ricezione : 08 Febbraio 2016 17:39:25

Data/Ora Inizio : 08 Febbraio 2016 17:54:25

Diffusione presunta

Oggetto : Dati preliminari pro-forma 2015

Testo del comunicato

Vedi allegato.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

YOOX NET-A-PORTER GROUP:

Dati preliminari pro-forma¹ 2015

RICAVI NETTI IN FORTE CRESCITA A 1,7 MILIARDI DI EURO, +31% (+21% A TASSI DI CAMBIO COSTANTI)

Dati preliminari consolidati reported² 2015

RICAVI NETTI A 923 MILIONI DI EURO, +76%

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA POSITIVA E IN AUMENTO A 62 MILIONI DI EURO

Dati pro-forma¹ YOOX NET-A-PORTER GROUP

- **Ricavi netti** a 1,7 miliardi di Euro, **+30,9%** (+20,8% a cambi costanti) rispetto a 1,3 miliardi del 2014. **Forte crescita** registrata da **tutte le linee di business**: Ricavi netti Multimarca **In-Season +36,9%**; Ricavi netti Multimarca **Off-Season +26,1%**; Ricavi netti **Monomarca** a valore retail (GMV)³ **+27,5%**
- **Principali metriche di business**:
 - **27,1 milioni** la **media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 23,6 milioni nel 2014
 - **7,1 milioni** di ordini, rispetto a 5,8 milioni nel 2014
 - **352 Euro** l'AOV (Average Order Value), rispetto a 317 Euro nel 2014
 - **2,5 milioni** di **clienti attivi**, rispetto a 2,1 milioni nel 2014
- **Nuova struttura organizzativa** del Gruppo, efficace dall'1 Febbraio 2016

Dati consolidati reported² YOOX NET-A-PORTER GROUP

- **Ricavi netti** a **922,7 milioni** di Euro, **+76,0%** rispetto a 524,3 milioni del 2014
- **Posizione finanziaria netta positiva** per **62,1 milioni** di Euro rispetto a 31,0 milioni al 31 dicembre 2014 e a 3,5 milioni al 5 ottobre 2015, data di efficacia della fusione.

¹ Nel presente documento sono presentati i dati preliminari pro-forma non certificati relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015, confrontati con i dati pro-forma al 31 dicembre 2014 di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. I dati pro-forma al 31 dicembre 2015 sono stati redatti aggregando i dati storici di YOOX GROUP 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 all'inizio dell'esercizio 2015 (1 gennaio 2015). Si precisa che i dati pro-forma al 31 dicembre 2015, nonché le situazioni contabili consolidate di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per l'esercizio al 31 dicembre 2015, sono tuttora in corso di verifica da parte della società di revisione. I dati pro-forma al 31 dicembre 2014 derivano dai dati 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, e sono stati oggetto di verifica da parte della società di revisione, che ha emesso la relazione di revisione in data 28 agosto 2015. 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 6 del presente documento.

² Dati preliminari consolidati non certificati relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015 costituito dai dati di YOOX S.p.A. per il periodo 1 gennaio 2015 - 4 ottobre 2015 e di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. dal 5 ottobre 2015 (data a partire dalla quale THE NET-A-PORTER GROUP Limited è entrato nell'area di consolidamento), confrontati con i dati relativi all'esercizio al 31 dicembre 2014 di YOOX S.p.A. (standalone). Si segnala che sono tuttora in corso le attività di verifica da parte della società di revisione dei risultati preliminari consolidati di YOOX NET-A-PORTER GROUP relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015.

³ Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli online flagship store, 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 flagship store registrati all'interno dell'aggregato "Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografia".

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. I dati del quarto trimestre sono calcolati come differenza tra i dati annuali e quelli dei primi nove mesi dello stesso anno.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi netti pro-forma YOOX NET-A-PORTER GROUP

| Milioni di Euro | 2015 | 2014 | VARIAZIONE % CORR. | 4Q 2015 | 4Q 2014 | VARIAZIONE % CORR. |
|---------------------------------------|----------------|----------------|-----------------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Multimarca In-Season | 893,3 | 652,3 | +36,9% | 249,3 | 189,0 | +31,9% |
| Multimarca Off-Season | 596,4 | 472,9 | +26,1% | 175,7 | 140,9 | +24,7% |
| Online Flagship Stores | 175,3 | 147,0 | +19,2% | 58,3 | 48,2 | +20,8% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP | 1.665,0 | 1.272,3 | +30,9% | 483,3 | 378,2 | +27,8% |

| Milioni di Euro | 2015 | 2014 | VARIAZIONE % CORR. | VARIAZIONE % COST. | 4Q 2015 | 4Q 2014 | VARIAZIONE % CORR. | VARIAZIONE % COST. |
|--|----------------|----------------|-----------------------|-----------------------|--------------|--------------|-----------------------|-----------------------|
| Italia | 110,9 | 92,7 | +19,7% | +19,7% | 35,8 | 29,1 | +23,1% | +23,1% |
| Regno Unito | 263,9 | 192,2 | +37,3% | +23,6% | 79,6 | 59,0 | +35,0% | +22,9% |
| Europa (esclusi Italia e Regno Unito) | 439,5 | 375,5 | +17,0% | +21,2% | 121,9 | 104,7 | +16,5% | +19,2% |
| Nord America | 503,1 | 351,1 | +43,3% | +19,8% | 151,0 | 113,1 | +33,5% | +15,4% |
| Asia Pacifico | 242,3 | 176,9 | +36,9% | +22,6% | 66,5 | 49,5 | +34,3% | +23,2% |
| Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografia | 105,3 | 83,8 | +25,7% | +14,5% | 28,4 | 22,8 | +24,9% | +15,3% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP | 1.665,0 | 1.272,3 | +30,9% | +20,8% | 483,3 | 378,2 | +27,8% | +19,2% |

“Il 2015 è stato un anno straordinario e rivoluzionario, in cui due realtà uniche si sono unite dando vita al leader globale nel luxury fashion e-commerce. YOOX NET-A-PORTER GROUP ha conseguito una crescita dei ricavi netti superiore al 30%, con ottime performance di tutte le linee di business, geografie e canali.

Smartphone e tablet sono stati determinanti per questo successo, arrivando a rappresentare circa il 40% delle vendite del Gruppo, trainate dalle nostre app in crescita del 180%. Con le attività di integrazione che proseguono a pieno ritmo, come da programma, siamo fiduciosi di poter continuare nel nostro solido percorso di crescita, guadagnando ulteriori quote di mercato.

Ringrazio tutto il team che con dedizione e grande impegno partecipa alla costruzione del nostro futuro. Siamo ora un'unica Società dalle potenzialità inimmaginabili.”

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

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milano, 8 febbraio 2016 - 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 i dati preliminari consolidati di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015, costituito dai dati di YOOX S.p.A. (standalone) per il periodo 1 gennaio - 4 ottobre 2015 e di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. dal 5 ottobre 2015⁴, confrontati con l'esercizio al 31 dicembre 2014 di YOOX S.p.A. (standalone). Si precisa che i risultati annuali saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione il 9 marzo 2016.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì esaminato alcuni indicatori pro-forma relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015 di YOOX NET-A-PORTER GROUP, raffrontati con i medesimi indicatori pro-forma relativi allo stesso periodo dell'anno precedente.

DATI PRO-FORMA DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER L'ESERCIZIO AL 31 DICEMBRE 2015 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Principali Metriche di Business⁵

| | 2015 | 2014 |
|---|------|------|
| Numero di visitatori unici al mese ⁶ (milioni) | 27,1 | 23,6 |
| Numero di ordini (milioni) | 7,1 | 5,8 |
| AOV ⁷ (Euro) | 352 | 317 |
| Numero di clienti attivi ⁸ (milioni) | 2,5 | 2,1 |

Nel 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato una **media mensile di visitatori unici** pari a **27,1 milioni**, in **crescita del 14,7%** rispetto al 2014, che si è tradotta in **7,1 milioni di ordini**, in **aumento del 21,9%** rispetto allo scorso anno. L'**Average Order Value** (IVA esclusa) si è attestato a **352 Euro**, in **crescita del 10,9%** rispetto al 2014. Infine, il numero di **clienti attivi** si è attestato a **2,5 milioni** al 31 dicembre 2015, in **crescita del 19,3%** rispetto ai 2,1 milioni al 31 dicembre 2014.

Ricavi Netti

Nel 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 **1,7 miliardi di Euro**, in **aumento del 30,9%** (+20,8% a tassi di cambio costanti) rispetto a 1,3 miliardi al 31 dicembre 2014.

⁴ Data a partire dalla quale THE NET-A-PORTER GROUP Limited è entrato nell'area di consolidamento.

⁵ 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 flagship store "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.

⁶ 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 flagship store "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

⁷ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁸ Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi Netti per Linea di Business

Multimarca In-Season

Nel 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 **893,3 milioni di Euro**, in **crescita del 36,9%** rispetto ai 652,3 milioni del 2014.

Tale risultato è principalmente riconducibile alle ottime performance di NET-A-PORTER.COM e MR PORTER.COM, sui quali nel corso del 2015 hanno debuttato le collezioni Ready-To-Wear di **Tom Ford**, **Tod's** e **Brunello Cucinelli**. Inoltre, NET-A-PORTER.COM ha lanciato il marchio **Pomellato** e numerose capsule collection esclusive quali **Portofino** di **Dolce & Gabbana**, **Cashmere Trench** di **Burberry London** e le **Sun** e **Ski Capsule** di **Chloé**, mentre MR PORTER.COM ha visto il debutto di **Moncler** e **Brioni**, nonché beneficiato degli ottimi risultati della **nuova area Sport** lanciata ad aprile 2015.

Nel 2015 è stata rilasciata la **nuova applicazione nativa per Android** di NET-A-PORTER.COM in occasione della campagna natalizia, nonché, a maggio, è stato lanciato **The NET SET**, il **primo social network dedicato allo shopping** che permette agli utenti, ai designer, ai marchi e alle celebrità nel campo nella moda, di condividere in tempo reale tutte le novità e i trend del momento, le proprie preferenze e stili, nonché di acquistare prodotti di oltre 350 collezioni di moda disponibili su NET-A-PORTER.COM.

A 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. L'intera campagna pubblicitaria ha ottenuto **risultati significativamente superiori** alle attese in termini di fatturato e traffico relativi all'area dedicata al Natale.

Positivi infine i risultati raggiunti da **PORTER**, la rivista bimestrale di moda su carta stampata del Gruppo, diffusa a livello globale e interamente "shoppable". Dal lancio a febbraio 2014, **PORTER** ha superato ogni aspettativa in termini di tiratura e popolarità nel settore dell'editoria ed è attualmente distribuita in oltre 60 Paesi al mondo.

Complessivamente, al 31 dicembre 2015, la linea di business Multimarca In-Season ha rappresentato il **53,7%** dei ricavi netti pro-forma del Gruppo.

Multimarca Off-Season

Nel 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 **596,4 milioni di Euro**, in **crescita del 26,1%** rispetto ai 472,9 milioni del 2014. Tale performance è stata conseguita grazie agli ottimi risultati di entrambi gli online store.

In particolare, YOOX.COM ha beneficiato degli investimenti in **marketing** implementati da inizio 2015 a sostegno dei maggiori acquisti delle collezioni Primavera / Estate e Autunno / Inverno 2015, nonché delle **nuove campagne televisive** lanciate in **Italia** e, per la **prima volta**, anche **negli Stati Uniti** in occasione del 15° anniversario di YOOX e per la stagione natalizia. E' altresì proseguito l'ampliamento dell'offerta con l'introduzione di nuovi marchi, tra cui **Proenza Schouler** e **Oscar de la Renta**, nonché il lancio, a maggio 2015, della **nuova area** del sito ispirata al tema del **viaggio** con selezioni di accessori da viaggio della stagione corrente e capi di abbigliamento delle precedenti collezioni dei più importanti marchi di moda, ricercabili per destinazioni.

Infine, da novembre 2015, YOOX.COM offre ad un selezionato target di clienti in Italia la **YOOXCARD**, una carta prepagata realizzata esclusivamente per i propri consumatori e che permette loro di accumulare crediti ad ogni acquisto effettuato su YOOX.COM.

Anche THE OUTNET.COM ha visto il lancio di nuovi importanti brand all'interno del proprio portafoglio marchi, tra cui **Emilio Pucci**, **Brunello Cucinelli** e **Tod's**.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX.COM e THE OUTNET.COM hanno infine lanciato, nel corso del quarto trimestre, le prime iniziative di cross-selling tra le proprie basi clienti.

Complessivamente, al 31 dicembre 2015, la linea di business Multimarca Off-Season ha rappresentato il **35,8%** 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.

Nel 2015 questa linea di business ha conseguito ricavi netti pro-forma pari a **175,3 milioni di Euro**, in **crescita del 19,2%** rispetto ai 147,0 milioni del 2014, e ricavi netti pro-forma a valore retail (GMV⁹) in aumento del **27,5%**.

Nel corso del 2015, il Gruppo ha **lanciato** i nuovi online store di **Lanvin** e **McQ** in Europa, Stati Uniti e nell'area Asia-Pacifico, inclusa la Cina, e l'online flagship store di **KARL LAGERFELD** in Europa, Stati Uniti e Giappone. Infine, a luglio 2015 l'online flagship store del marchio **REDValentino** è stato **esteso al mercato cinese**.

Complessivamente, al 31 dicembre 2015, la linea di business Monomarca rappresentava il **10,5%** dei ricavi netti pro-forma del Gruppo e contava 40 Online Flagship Store.

Ricavi Netti per Area Geografia

Nel 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato risultati in forte crescita in tutti i principali mercati di riferimento.

A seguito della fusione annunciata a fine marzo, il fatturato in **Italia** e nel **Regno Unito**, ha **beneficiato dell'aumento della brand awareness** rispettivamente di NET-A-PORTER presso i consumatori italiani e di YOOX nel mercato inglese.

In particolare, l'**Italia** ha conseguito ricavi netti pari a **110,9 milioni di Euro**, in **crescita del 19,7%** rispetto ai 92,7 milioni del 2014. Tale risultato è principalmente riconducibile alla performance di **YOOX.COM** che ha beneficiato delle nuove campagne televisive in onda per il 15° anniversario di YOOX e per le festività natalizie.

Eccellenti i risultati del **Regno Unito** che ha conseguito ricavi in **aumento del 37,3% (+23,6% a tassi di cambio costanti)** a **263,9 milioni di Euro** nel 2015, con solide crescite registrate da tutti gli online store del Gruppo.

Positiva anche la performance dell'**Europa** (esclusi Italia e Regno Unito), in **aumento del 17,0%** nel 2015 (**+21,2%** a tassi di cambio costanti), grazie alle buone crescite organiche di tutti i principali Paesi che concorrono al fatturato del Gruppo nell'area - Francia, Germania, Spagna e Russia.

Nel 2015 il **Nord America** ha registrato un progresso del **43,3% (+19,8% a tassi di cambio costanti)**.

Particolarmente positiva anche la performance dell'area **Asia Pacifico**, in crescita del **36,9% (+22,6% 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, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato una crescita del **25,7%** nell'anno (**+14,5%** a tassi di cambio costanti).

⁹ Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli online flagship store, 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 flagship store registrati all'interno dell'aggregato "Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografia".

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Nuova Struttura Organizzativa

A tre mesi dall'efficacia della fusione, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha introdotto una nuova struttura organizzativa, ideata con il duplice obiettivo di migliorare ed innovare l'offerta al cliente dei singoli online store e potenziare la crescita del business, permettendo al contempo di realizzare a pieno il potenziale sinergico grazie ad una piattaforma tecno-logistica globale comune e alle funzioni corporate.

A partire dall'1 Febbraio, le divisioni a contatto diretto con il cliente sono state organizzate su tre diverse linee di business, a diretto riporto del CEO Federico Marchetti. In particolare, Alison Loehnis, in NET-A-THE PORTER GROUP dal 2007, è stata promossa a **President In-Season**, con la responsabilità di guidare NET-A-PORTER.COM, MR PORTER.COM e la rivista PORTER. Luca Martines, precedentemente President YOOX.COM e in azienda dal 2005, è stato promosso a **President Off-Season**, alla guida di YOOX.COM e THE OUTNET.COM. Paolo Mascio, che dal 2009 è responsabile della linea di business monomarca, ricopre ora la carica di **President Online Flagship Stores**.

Alberto Grignolo, **Chief Operating Officer del Gruppo** e nel team di YOOX da 15 anni, guiderà la Shared Services Unit, una nuova divisione che riunisce le funzioni Tecnologia, Logistica, centro acquisti per la Own Label e Market Development, inclusi Cina e Giappone. Alex Alexander, che dopo avere lavorato in Walmart Global eCommerce, a giugno 2015 si è unito alla squadra di Grignolo in qualità di Chief Information Officer di YOOX GROUP, è stato promosso a **Chief Information Officer** di YOOX NET-A-PORTER GROUP. Alexander avrà un ruolo chiave nell'unificare i team di Londra e Bologna e creare una piattaforma tecnologica unica e scalabile in grado di supportare il business futuro del Gruppo da diversi miliardi di euro e promuovere l'innovazione orientata al cliente. Per questo compito fondamentale, Alexander potrà contare sulla sua esperienza ventennale nella realizzazione con successo di processi di migrazione di piattaforme per business online internazionali e in rapida crescita nonché nella gestione e crescita di team basati in diverse aree del mondo. William Duffy, dopo 5 anni alla guida della logistica di THE NET-A-PORTER GROUP a livello globale e altri 15 nel settore - è stato promosso a **Senior Director of Global Operations** di YOOX NET-A-PORTER GROUP a guida dell'integrazione e dello sviluppo futuro della piattaforma logistica globale del Gruppo.

Nessun cambiamento è stato apportato alle **Corporate Functions** di Gruppo, guidate da Enrico Cavatorta, Chief Financial & Corporate Officer.

* * *

Nelle pagine precedenti sono presentati i dati economici e taluni indicatori gestionali pro-forma (di seguito "dati pro-forma") relativi all'esercizio al 31 dicembre 2015 e al 31 dicembre 2014 di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A..

I dati pro-forma al 31 dicembre 2015 sono stati redatti aggregando i dati storici di YOOX GROUP 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 all'inizio dell'esercizio 2015 (1 gennaio 2015). I dati pro-forma al 31 dicembre 2015, nonché le situazioni contabili consolidate di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per l'esercizio al 31 dicembre 2015 sono tuttora in corso di verifica da parte della società di revisione. I dati pro-forma al 31 dicembre 2014 derivano dai dati pro-forma inclusi nel Documento Informativo relativo alla fusione per incorporazione di Largenta Italia S.p.A. in YOOX S.p.A. pubblicato in data 3 ottobre 2015, e sono stati oggetto di verifica da parte della società di revisione, che ha emesso la relazione di revisione in data 28 agosto 2015.

I dati pro-forma sono stati redatti aggregando i dati storici di YOOX GROUP 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

YOOX NET-A-PORTER GROUP

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 precisa che i dati storici economici di YOOX GROUP al 31 dicembre 2015 e al 31 dicembre 2014 derivano rispettivamente dai dati preliminari consolidati di YOOX NET-A-PORTER GROUP al 31 dicembre 2015 e dal bilancio consolidato di YOOX GROUP al 31 dicembre 2014. Si segnala altresì che i dati storici economici di THE NET-A-PORTER GROUP Limited al 31 dicembre 2015 ed al 31 dicembre 2014 derivano rispettivamente dalla situazione contabile consolidata di THE NET-A-PORTER GROUP Limited per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015 e dalla situazione contabile consolidata per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 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 da YOOX GROUP.

Si segnala 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 della 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 CONSOLIDATI REPORTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER L'ESERCIZIO AL 31 DICEMBRE 2015 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Ricavi Netti Consolidati

Nel 2015 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **922,7 milioni di Euro**, in **aumento del 76,0%** rispetto ai 524,3 milioni al 31 dicembre 2014 registrati da YOOX GROUP (standalone). Tale performance riflette la crescita conseguita da YOOX (standalone), nonché il maggior perimetro di business risultante dalla fusione con THE NET-A-PORTER GROUP a partire dal quarto trimestre dell'anno.

Posizione Finanziaria Netta

YOOX NET-A-PORTER GROUP prevede di chiudere l'esercizio 2015 con una **posizione finanziaria netta**¹⁰ **positiva** pari a **62,1 milioni di Euro**, in **aumento** rispetto ai 31,0 milioni al 31 dicembre 2014 e ai 3,5 milioni al 5 ottobre 2015, data di efficacia della fusione.

¹⁰ Per i criteri di determinazione della posizione finanziaria netta si rimanda al Rapporto annuale sul bilancio consolidato dell'esercizio 2014 di YOOX GROUP.

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

Media contacts

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

Finsbury
Edward Simpkins, James Thompson
T: +44 (0) 207 251 3801
ynap@finsbury.com

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 2,5 milioni di clienti attivi, 27 milioni di visitatori unici mensili in tutto il mondo e ricavi netti aggregati pari a 1,7 miliardi di Euro nel 2015. 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 - RICAVI NETTI PRO-FORMA PER LINEA DI BUSINESS

| Milioni di Euro | 2015 | % | 2014 | % | VARIAZIONE |
|---------------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Multimarca In-Season | 893,3 | 53,7% | 652,3 | 51,3% | +36,9% |
| Multimarca Off-Season | 596,4 | 35,8% | 472,9 | 37,2% | +26,1% |
| Online Flagship Stores | 175,3 | 10,5% | 147,0 | 11,6% | +19,2% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP | 1.665,0 | 100,0% | 1.272,3 | 100,0% | +30,9% |

| Milioni di Euro | 4Q 2015 | % | 4Q 2014 | % | VARIAZIONE |
|---------------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| Multimarca In-Season | 249,3 | 51,6% | 189,0 | 50,0% | +31,9% |
| Multimarca Off-Season | 175,7 | 36,4% | 140,9 | 37,3% | +24,7% |
| Online Flagship Stores | 58,3 | 12,1% | 48,2 | 12,8% | +20,8% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP | 483,3 | 100,0% | 378,2 | 100,0% | +27,8% |

ALLEGATO 2 - RICAVI NETTI PRO-FORMA PER AREA GEOGRAFICA

| Milioni di Euro | 2015 | % | 2014 | % | VARIAZIONE % | |
|---|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | CORR. | COST. |
| Italia | 110,9 | 6,7% | 92,7 | 7,3% | +19,7% | +19,7% |
| Regno Unito | 263,9 | 15,8% | 192,2 | 15,1% | +37,3% | +23,6% |
| Europa (esclusi Italia e Regno Unito) | 439,5 | 26,4% | 375,5 | 29,5% | +17,0% | +21,2% |
| Nord America | 503,1 | 30,2% | 351,1 | 27,6% | +43,3% | +19,8% |
| Asia Pacifico | 242,3 | 14,6% | 176,9 | 13,9% | +36,9% | +22,6% |
| Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica | 105,3 | 6,3% | 83,8 | 6,6% | +25,7% | +14,5% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP | 1.665,0 | 100,0% | 1.272,3 | 100,0% | +30,9% | +20,8% |

| Milioni di Euro | 4Q 2015 | % | 4Q 2014 | % | VARIAZIONE % | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | | | CORR. | COST. |
| Italia | 35,8 | 7,4% | 29,1 | 7,7% | +23,1% | +23,1% |
| Regno Unito | 79,6 | 16,5% | 59,0 | 15,6% | +35,0% | +22,9% |
| Europa (esclusi Italia e Regno Unito) | 121,9 | 25,2% | 104,7 | 27,7% | +16,5% | +19,2% |
| Nord America | 151,0 | 31,2% | 113,1 | 29,9% | +33,5% | +15,4% |
| Asia Pacifico | 66,5 | 13,8% | 49,5 | 13,1% | +34,3% | +23,2% |
| Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica | 28,4 | 5,9% | 22,8 | 6,0% | +24,9% | +15,3% |
| Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP | 483,3 | 100,0% | 378,2 | 100,0% | +27,8% | +19,2% |

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 3 - TASSI DI CAMBIO

| | MEDIA DEL PERIODO | | | | FINE DEL PERIODO | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|------------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2015 | 2014 | 4Q 2015 | 4Q 2014 | 31/12/2015 | 30/09/2015 | 30/06/2015 | 31/03/2015 | 31/12/2014 |
| EUR USD | 1,110 | 1,329 | 1,095 | 1,250 | 1,089 | 1,120 | 1,119 | 1,076 | 1,214 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 19,7% | | 14,1% | | 11,5% | 12,3% | 22,1% | 28,2% | 13,6% |
| EUR JPY | 134,314 | 140,306 | 132,952 | 142,754 | 131,070 | 134,690 | 137,010 | 128,950 | 145,230 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 4,5% | | 7,4% | | 10,8% | 2,5% | 1,0% | 10,4% | (0,4%) |
| EUR GBP | 0,726 | 0,806 | 0,722 | 0,789 | 0,734 | 0,739 | 0,711 | 0,727 | 0,779 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 11,1% | | 9,3% | | 6,1% | 5,3% | 12,7% | 13,9% | 7,0% |
| EUR CNY | 6,973 | 8,186 | 7,000 | 7,682 | 7,061 | 7,121 | 6,937 | 6,671 | 7,536 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 17,4% | | 9,7% | | 6,7% | 8,5% | 22,1% | 28,5% | 10,8% |
| EUR RUB | 68,072 | 50,952 | 72,405 | 59,716 | 80,674 | 73,242 | 62,355 | 62,440 | 72,337 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | (25,2%) | | (17,5%) | | (10,3%) | (32,1%) | (25,6%) | (21,9%) | (37,3%) |
| EUR HKD | 8,601 | 10,302 | 8,489 | 9,693 | 8,438 | 8,682 | 8,674 | 8,342 | 9,417 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 19,8% | | 14,2% | | 11,6% | 12,6% | 22,0% | 28,2% | 13,6% |
| EUR KRW | 1.256,544 | 1.398,142 | 1.268,038 | 1.357,929 | 1.280,780 | 1.328,270 | 1.251,270 | 1.192,580 | 1.324,800 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 11,3% | | 7,1% | | 3,4% | 0,2% | 14,9% | 22,9% | 9,5% |
| EUR AUD | 1,478 | 1,472 | 1,521 | 1,460 | 1,490 | 1,594 | 1,455 | 1,415 | 1,483 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | (0,4%) | | (4,0%) | | (0,5%) | (9,4%) | (0,1%) | 5,6% | 4,0% |
| EUR CAD | 1,419 | 1,466 | 1,462 | 1,419 | 1,512 | 1,503 | 1,384 | 1,374 | 1,406 |
| <i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i> | 3,4% | | (2,9%) | | (7,0%) | (6,5%) | 5,4% | 10,8% | 4,3% |

Fine Comunicato n.1136-7

Numero di Pagine: 13