

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1136-45-2016	Data/Ora Ricezione 06 Luglio 2016 07:51:06	MTA
--	--	-----

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP

Identificativo : 76666

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio

Tipologia : AVVI 16

Data/Ora Ricezione : 06 Luglio 2016 07:51:06

Data/Ora Inizio : 06 Luglio 2016 08:06:07

Diffusione presunta

Oggetto : YOOX NET-A-PORTER GROUP presenta
un Piano Strategico al 2020 di forte crescita

Testo del comunicato

Vedi allegato.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP PRESENTA UN PIANO STRATEGICO AL 2020 DI FORTE CRESCITA

YNAP prevede una crescita al 2020 superiore al mercato del luxury online cavalcando la rivoluzione del *mobile* che trasformerà il retail online della moda di lusso

Londra, 6 luglio 2016 - YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A., (MTA: YNAP) ("YNAP"), leader globale nel luxury fashion e-commerce, presenta oggi una **solida strategia di crescita per il periodo 2015 - 2020**, apprestandosi a cogliere l'enorme potenziale offerto dal mercato retail online del lusso.

SIGNIFICATIVA CREAZIONE DI VALORE

- **Forte crescita annuale dei ricavi netti in un range del 17%-20%** a tassi di cambio costanti¹,
- **Incremento del margine a livello dell'EBITDA Adjusted² in un range dell'11% - 13%** entro il 2020, dall'8% del 2015,
- **Investimenti in conto capitale** progressivamente attesi in riduzione in un intorno del 4% - 5% dei ricavi netti entro il 2020, a seguito del completamento degli investimenti previsti per l'integrazione,
- **Flusso di cassa positivo** a partire dal 2018.

LEADERSHIP ONLINE INDISCUSSA

YNAP sta intraprendendo un piano ambizioso volto a far **crescere in modo significativo la propria quota** di mercato nel lusso a livello globale, dove l'online è il canale a maggior crescita:

- **Aumento della conversione delle visite dei clienti, engagement e fidelizzazione della clientela** con una rapida transizione al **mobile**,
- **Forte crescita della base clienti al alto valore**, attraverso la combinazione di un'offerta di prodotti unica nel suo genere, marketing personalizzato, contenuti creativi e servizio impeccabile,
- **Offerta di prodotti arricchita** con il lancio dell'alta gioielleria e orologeria nel business In-Season - con un giro di affari atteso di €100m - e di private label nel business Off-Season, attese raggiungere entro il 2020 il 10% del totale delle vendite di questa divisione,
- **Solida espansione internazionale** abbinata a un **rafforzamento della posizione di leadership negli Stati Uniti**: completa localizzazione nel Medio Oriente nel 2018, ulteriore espansione in Cina e nel resto dell'APAC.

VISION ORGANIZZATIVA A LUNGO TERMINE

Il Gruppo permetterà ai Brand di sviluppare le proprie strategie:

- **Un'unica società globale** che opera con 3 linee di business distinte: In-Season, Off-Season e Online Flagship Stores,
- **Quattro Brand** con identità distinte e offerte al cliente finale diversificate: NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX e THE OUTNET,
- **Una piattaforma globale scalabile comune** a tutti i Brand, con tecnologia all'avanguardia e operations d'eccellenza su misura per il lusso, in grado di favorire l'innovazione e realizzare il potenziale sinergico,

¹ Ai tassi di cambio medi effettivi dell'esercizio fiscale 2015

² L'EBITDA adjusted è definito come l'EBITDA reported al lordo degli oneri figurativi relativi ai Piani di Stock Option ed ai Piani di Incentivazione aziendale in essere.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

- **Funzioni corporate comuni** che condividono e sviluppano best practice e favoriscono gli scambi positivi tra le diverse aree.

“Abbiamo dei piani ambiziosi per crescere più rapidamente rispetto al mercato del lusso online, da leader attraverso il mobile.

Sono sicuro che entro il 2020 potremo contare, non soltanto su cinque anni di forte crescita dei ricavi e della redditività, ma avremo anche posizionato YNAP all'avanguardia nell'innovazione da un punto di vista tecnologico anche per il decennio successivo”

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

PIANO STRATEGICO QUINQUENNALE DI YNAP: “FAST FORWARD TO 2020”

Si prevede che il mercato dei beni personali di lusso cresca a un tasso annuo del 15%³ nei prossimi cinque anni: YNAP punta a crescere continuamente rispetto al mercato con un conseguente **aumento della propria quota di mercato**.

YNAP ha già costruito un'ineguagliabile base di 2,5 milioni di clienti attivi a livello globale: un asset unico che sarà sviluppato ulteriormente attraverso:

- Un approccio incentrato sul cliente, focalizzato sull'utilizzo del mobile,
- Un'esperienza personalizzata per il cliente grazie agli Smart Data,
- Contenuti creativi volti a intrattenere i clienti,
- Un servizio impeccabile come parte dell'esperienza.

LA STRATEGIA RELATIVA ALLE LINEE DI BUSINESS

Multimarca In-Season

La linea di business **Multimarca In-Season** include NET-A-PORTER e MR PORTER.

YNAP si attende un forte potenziale di crescita derivante dalla linea di business In-Season attraverso la combinazione dei seguenti fattori:

- **Crescita sostenuta della base clienti alto-spendenti:** la linea di business In-Season ha sviluppato un know-how unico in termini di strategie mirate di acquisizione clienti grazie a team di esperti di Personal Shopping e Client Relations facendo leva su sofisticate strategie CRM e sulle *communities* di clienti già esistenti;
- **Espansione internazionale:** oltre a consolidare la propria posizione di leadership negli Stati Uniti, accelerare la crescita nel Medio Oriente e accrescere la propria posizione in Europa, la linea In-season farà leva sulle competenze di YOOX nell'ambito della localizzazione per cogliere il potenziale del mercato dell'area Asia Pacifico;
- **Un servizio personalizzato sempre più ricco per un maggiore engagement e fidelizzazione del cliente** attraverso: personal shopper dedicati per i clienti più alto spendenti, consigli di stile anche attraverso app native, CRM basato sulla segmentazione dei dati, contenuti editoriali e raccomandazioni di prodotto one-to-one arricchiti grazie alla geo-localizzazione;
- **Un'offerta molto curata e arricchita dall'introduzione della own label di MR PORTER** e dalla categoria **Gioielli & Orologi**, una categoria attualmente con una bassa penetrazione nel mercato ma grande potenziale online, il complemento perfetto per la sofisticata offerta moda In-season, che si stima raggiungerà i €100m di vendite entro il 2020.

³ Fonte: Bain (Primavera 2016).

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Multimarca Off-Season

La linea di business Multimarca Off-Season include YOOX e THE OUTNET.

YNAP prevede una crescita sostenuta del business Off-season trainata da:

- **Forte crescita dalla base clienti high-value grazie a maggiori sforzi per costruire brand awareness:** YOOX si concentrerà sull'aumentare il livello di awareness e di engagement attraverso un mix più bilanciato di performance marketing, iniziative pubblicitarie e attività di rafforzamento del brand.
- **Aumento del coinvolgimento e della fidelizzazione** trainato da **soluzioni mobile personalizzate**
- **Espansione internazionale:** THE OUTNET potrà sfruttare il proprio considerevole potenziale di crescita inespresso a livello globale grazie agli asset e alle competenze di localizzazione di YOOX. Entrambi i brand amplieranno la propria estensione geografica attraverso una competente localizzazione nei paesi del Medio Oriente
- **Crescita dell'offerta di prodotto:** THE OUTNET amplierà la propria offerta, attualmente focalizzata sul ready-to-wear, aumentando la penetrazione delle categorie più vendute come scarpe e borse e l'introduzione di prodotti active wear
- **Private label, che si prevede raggiungerà quasi il 10% dei ricavi netti dell'Off-Season entro il 2020:** aumento della quota delle vendite grazie all'introduzione di private label su YOOX e rafforzamento dell'offerta di Iris & Ink.

Online Flagship Stores

Gli Online Flagship Stores di YNAP includono le attività di progettazione, realizzazione e gestione degli Online Flagship Stores di alcuni dei principali brand della moda e del lusso a livello globale da Armani.com a Chloe.com.

La linea di business Online Flagship Stores permetterà ai brand ambiziosi nel digitale di cogliere appieno le opportunità dell'omni-canalità. La suite e-commerce sarà integrata con servizi ad alto valore aggiunto:

- data insights grazie all'ecosistema lusso, unico nel suo genere, offerto dal Gruppo,
- Servizi di app native,
- progetti digitali e creativi,
- contenuti editoriali,
- servizi al cliente su misura.

Concentrandosi su un **numero inferiore di partnership di maggiori dimensioni** e di **nuovi brand in ascesa**, l'offerta Online Flagship Stores sfrutterà le sinergie con i team esperti dell'In-Season per promuovere l'innovazione a favore dei brand partner di YNAP, in particolare nell'area dei servizi e dei contenuti per i clienti di alto livello.

I PRINCIPALI OBIETTIVI FINANZIARI DI YNAP

La crescita annua dei ricavi netti è prevista in un range del 17 - 20% fino al 2020 a tassi di cambio costanti, con una progressione annua dei ricavi netti che rifletterà il raggiungimento delle sinergie di ricavo; il range di crescita atteso tiene conto dei possibili scenari relativi alla domanda;

YNAP prevede di incrementare il proprio margine a livello di EBITDA Adjusted raggiungendo un intervallo pari all'11 - 13% entro il 2020, dall'8% del 2015. La previsione si basa sugli scenari di crescita utilizzati per la proiezione dei ricavi. I principali driver dell'incremento dell'EBITDA sono: le sinergie derivanti dall'integrazione, il miglioramento del gross margin trainato da un maggiore contributo delle private label caratterizzate da margini più elevati e da efficienze generate dai costanti investimenti del Gruppo nella piattaforma tecno-logistica globale e comune ai Brand;

YNAP punta a generare un di flusso di cassa operativo positivo a partire dal 2018. La percentuale di incidenza degli investimenti in conto capitale sui ricavi netti, è prevista raggiungere un picco nel 2016

YOOX NET-A-PORTER GROUP

e nel 2017 che riflette la concentrazione degli investimenti relativi al processo di integrazione, mentre successivamente si ridurrà al 4-5% dei ricavi netti entro il 2020. Il Gruppo intende inoltre gestire il capitale circolante netto⁴ portandolo al 5% - 6% dei ricavi netti entro il 2020.

Gli investimenti in conto capitale saranno principalmente finalizzati all'integrazione e al potenziamento della piattaforma tecnologica, oltre all'espansione della rete logistica del Gruppo per supportare la futura crescita dei volumi. Una parte consistente dell'investimento riguarderà l'integrazione di diverse soluzioni tecnologiche sviluppate internamente con una selezione di prodotti leader del settore con l'obiettivo di creare una Piattaforma condivisa, comune e scalabile.

Gli investimenti supporteranno la crescita dei Brand e degli Online Flagship Stores contestualmente al loro sviluppo, innovazione e ingresso in nuovi mercati, oltre a rendere possibili esperienze cliente altamente personalizzate e distintive grazie all'utilizzo degli smart data.

Il Gruppo conferma le annunciate sinergie annue a regime a livello di EBITDA e minori investimenti in conto capitale pari a Euro 85 milioni a partire dal 2018, e investimenti e costi operativi non ricorrenti pari a complessivi Euro 95 milioni cumulati nel periodo 2015-2018.

PIATTAFORMA TECNOLOGICA E LOGISTICA GLOBALE ALL'AVANGUARDIA PER SUPPORTARE L'INNOVAZIONE E LA CRESCITA

Una **Piattaforma scalabile globale** con tecnologie all'avanguardia e maggiori capacità operative PER supportare al meglio le ambizioni dei Brand. L'investimento verterà sulla combinazione tra le migliori **soluzioni sviluppate internamente da YNAP** con **selezionati prodotti leader di mercato**, creando un'infrastruttura globale volta a supportare un business da svariati miliardi. La piattaforma collocherà YNAP in una posizione unica per stabilire nuovi standard di servizio nel luxury online.

La piattaforma favorirà lo sviluppo dell'**Omni-stock programme**, in grado di fornire una **visibilità globale dell'inventario del Gruppo da qualunque parte del mondo** attraverso l'impostazione di un network logistico globale, pienamente interconnesso, costruito attorno ad hub centrali e centri di distribuzione regionali. Questo programma è costruito in base al principio della **specializzazione per linea di business**: verranno implementati due network separati per il business In-Season e Off-Season per gestire in modo efficiente i requisiti specifici di ciascuna business line. L'Omni-stock Programme è lo **strumento ideale per massimizzare il livello di rendimento degli inventari** rendendo l'inventario globale visibile ad un'audience più ampia, con un conseguente beneficio in termini di maggiori vendite e migliori tassi di sell-through. Grazie all'efficace ripartizione degli stock e alle capacità di gestione degli ordini, ciascun Brand manterrà la massima flessibilità nel ripartire i prodotti tra l'hub centrale e i centri di distribuzione locali così da ottimizzare la velocità delle consegne e i costi correlati.

La piattaforma è, inoltre, l'elemento chiave per rendere possibile un'**offerta omni-channel ai brand partner del Gruppo**. Essa permette un approccio retail omni-canale pienamente integrato per cogliere le opportunità derivanti dalla convergenza della distribuzione on- e offline.

La piattaforma consentirà una **customer experience estremamente sofisticata e personalizzata** grazie all'utilizzo efficace di smart data.

Le componenti tecnologiche del progetto verranno sviluppate secondo un accurato piano le cui tappe fondamentali sono:

- Q4 2016: Implementazione del nuovo Order Management System per gli online store dell'ex YOOX GROUP;
- Q3 2017: Lancio del primo Online Flagship Store sulla nuova piattaforma di e-commerce;
- H2 2017: Completamento della convergenza e dell'Omni-stock programme per il business Off-season;

⁴ Definito come rimanenze + crediti commerciali - debiti commerciali + altri crediti / (altri debiti).

YOOX NET-A-PORTER GROUP

- 2018: lancio del nuovo Order Management System per gli online store dell'ex THE NET-A-PORTER GROUP, completamento della convergenza e dell' Omni-stock programme per il business In-Season con l'apertura del nuovo centro logistico per l'In-Season in Italia.

La transizione verso una piattaforma scalabile globale condivisa, prevede un progressivo aumento delle capacità operative insieme all'implementazione dell'Omni-stock programme:

- Q4 2016: Consolidamento del centro di distribuzione di Hong Kong;
- 2017: Espansione del centro logistico di Bologna per diventare l'hub dell'intero business Off-Season, consolidamento per il business Off-Season presso il centro logistico US di YOOX in loco, lancio del nuovo centro di distribuzione a Dubai;
- 2018: Lancio del nuovo hub In-Season in Italia, upgrade della rete logistica in APAC;
- 2019: Lancio del nuovo centro di distribuzione Off-Season negli USA

BREXIT

Nel proprio piano strategico quinquennale, YNAP ha incluso una serie di prospettive di crescita che riflettono un'ampia varietà di scenari macroeconomici, compreso l'impatto potenziale della Brexit.

Il Gruppo vanta un bilanciamento di Costi e ricavi in GBP e pertanto l'impatto di un deprezzamento della sterlina rispetto all'Euro sulla profittabilità si prevede neutro per il 2016 e per gli anni seguenti.

YNAP resta fiduciosa negli elementi di forza dei suoi Brand: il Gruppo prevede una crescita maggiore rispetto al proprio mercato grazie alla presenza geografica altamente diversificata e al business ben bilanciato.

YNAP sta assumendo nuovo personale, espandendo il suo HQ londinese e conferma il suo impegno a mantenere la propria presenza nel Regno Unito.

CALENDARIO DEGLI EVENTI PER GLI INVESTITORI

Oggi a Londra YNAP ospiterà il Capital Markets Day, rivolto ad analisti e investitori per illustrare ulteriormente i dettagli del Piano Strategico Quinquennale. Le presentazioni del Management saranno disponibili sul sito YNAP a fine evento.

Il 4 agosto YNAP annuncerà i risultati del primo semestre 2016.

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

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

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

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel luxury fashion e-commerce. Il Gruppo è un'azienda globale con radici Anglo-italiane, 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](#), [MR PORTER](#), e gli online store multimarca off-season, [YOOX](#) e [THE OUTNET](#), ma anche attraverso numerosi ONLINE FLAGSHIP STORES "Powered by YNAP". 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.

Fine Comunicato n.1136-45

Numero di Pagine: 8