

# Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1136-64-2016	Data/Ora Ricezione 09 Novembre 2016 17:37:23	MTA
--	--	-----

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP  
Identificativo : 81166  
Informazione  
Regolamentata  
Nome utilizzatore : YOOXN07 - Valerio  
Tipologia : IROS 08; IRAG 10  
Data/Ora Ricezione : 09 Novembre 2016 17:37:23  
Data/Ora Inizio : 09 Novembre 2016 17:52:24  
Diffusione presunta  
Oggetto : Trading Statement per i primi nove mesi al  
30 settembre 2016

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

9 NOVEMBRE 2016

## YOOX NET-A-PORTER GROUP: Trading Statement per i primi nove mesi al 30 settembre 2016

### CRESCITA ORGANICA<sup>1</sup> DEI RICAVI NETTI IN ACCELERAZIONE A +19% NEL TERZO TRIMESTRE

- **Crescita organica<sup>1</sup> dei ricavi netti nel terzo trimestre del 19%** a 435 milioni di Euro (+17% a tassi di cambio costanti e +12% reported<sup>1</sup>), in **accelerazione** rispetto al primo semestre dell'anno
  - Accelerazione della crescita dei ricavi netti nel terzo trimestre trainata da Stati Uniti e area Asia Pacifico
  - Forte crescita organica<sup>1</sup> di tutte le linee di business: ricavi netti Multimarca In-Season in aumento del 19%, ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 19%, ricavi netti degli Online Flagship Stores a valore retail (GMV<sup>2</sup>) in aumento del 26%
- **Crescita organica<sup>1</sup> dei ricavi netti nei primi nove mesi del 17%** a 1.332 milioni di Euro (+16% a tassi di cambio costanti e +13% reported<sup>1</sup>)
- **Principali metriche di business:**
  - **27,5 milioni la media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 25,9<sup>3</sup> milioni nei primi nove mesi del 2015
  - **5,9 milioni di ordini**, rispetto a 5,0 milioni nei primi nove mesi del 2015
  - **331 Euro l'AOV (Average Order Value)**, rispetto a 354 Euro nei primi nove mesi del 2015, attribuibile ad un differente mix delle linee di business e ad un movimento sfavorevole dei tassi di cambio
  - **2,8 milioni di clienti attivi**, rispetto a 2,3 milioni nei primi nove mesi del 2015

Milioni di Euro	3Q 2016		3Q 2015		REPORTED <sup>1</sup>	VARIAZIONE % CAMBI COST.	ORGANICA <sup>1</sup>
		%	PRO-FORMA	%			
Multimarca In-Season	215,1	49,4%	200,6	51,4%	+7,2%	+14,7%	+19,1%
Multimarca Off-Season	178,0	40,9%	152,4	39,1%	+16,8%	+19,5%	+19,5%
Online Flagship Stores	42,4	9,7%	36,9	9,5%	+14,7%	+16,8%	+25,7%*
<b>Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP</b>	<b>435,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>389,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>+11,7%</b>	<b>+16,8%</b>	<b>+19,0%</b>

\* Relativa alla crescita dei ricavi a valore retail (GMV<sup>2</sup>) a tassi di cambio costanti e a parità di perimetro

Milioni di Euro	3Q 2016		3Q 2015		REPORTED <sup>1</sup>	VARIAZIONE % COSTANTI
		%	PRO-FORMA	%		
Italia	29,9	6,9%	26,8	6,9%	+11,4%	+11,6%
Regno Unito	56,5	13,0%	59,7	15,3%	-5,4%	+13,5%
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	115,3	26,5%	108,9	27,9%	+5,9%	+7,7%
Nord America	132,9	30,5%	113,7	29,2%	+16,9%	+17,8%
Asia Pacifico	76,8	17,6%	57,3	14,7%	+33,9%	+36,8%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area	24,1	5,5%	23,5	6,0%	+2,5%	+19,0%
<b>Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP</b>	<b>435,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>389,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>+11,7%</b>	<b>+16,8%</b>

<sup>1</sup> La crescita organica dei ricavi netti è calcolata a tassi di cambio costanti e a parità di perimetro, includendo i ricavi netti di tutti gli online store attivi alla fine di ogni periodo, che erano già attivi all'inizio del corrispondente periodo dell'anno precedente. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base dell'attuale perimetro.

<sup>2</sup> Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli Online Flagship Stores, 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 Stores registrati all'interno dell'aggregato "Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica".

<sup>3</sup> La media mensile dei visitatori unici dei primi nove mesi del 2015 è stata rettificata includendo la media mensile dei visitatori unici delle app native, non conteggiata in precedenza, per NET-A-PORTER, MR PORTER e THE OUTNET, nonché in seguito alla modifica della fonte di dati utilizzata per la media mensile dei visitatori unici di YOOX a partire da novembre 2015. In particolare, la media mensile dei visitatori unici di YOOX sia dei primi nove mesi del 2015 sia dei primi nove mesi del 2016 sono ora derivate da Google Analytics, invece che, come in precedenza, da Google Analytics per il sito web e da SiteCatalyst per il sito mobile.

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.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	9M 2016		9M 2015		REPORTED <sup>1</sup>	VARIAZIONE %	
		%	PRO-FORMA	%		CAMBI COST.	ORGANICA <sup>1</sup>
Multimarca In-Season	705,2	52,9%	644,0	54,5%	+9,5%	+13,6%	+15,4%
Multimarca Off-Season	496,2	37,2%	420,7	35,6%	+18,0%	+20,8%	+20,8%
Online Flagship Stores	131,1	9,9%	117,0	9,9%	+12,0%	+13,1%	+17,3%*
<b>Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP</b>	<b>1.332,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.181,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>+12,8%</b>	<b>+16,1%</b>	<b>+17,1%</b>

\* Relativa alla crescita dei ricavi a valore retail (GMV<sup>2</sup>) a tassi di cambio costanti e a parità di perimetro

Milioni di Euro	9M 2016		9M 2015		REPORTED	VARIAZIONE %	
		%	PRO-FORMA	%		COSTANTI	
Italia	87,4	6,6%	75,1	6,4%	+16,3%	+16,4%	
Regno Unito	191,7	14,4%	184,3	15,6%	+4,0%	+14,8%	
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	353,7	26,5%	317,5	26,9%	+11,4%	+14,0%	
Nord America	401,0	30,1%	352,1	29,8%	+13,9%	+14,2%	
Asia Pacifico	214,2	16,1%	175,8	14,9%	+21,9%	+23,8%	
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area	84,5	6,3%	76,9	6,5%	+9,8%	+18,8%	
<b>Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP</b>	<b>1.332,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.181,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>+12,8%</b>	<b>+16,1%</b>	

*“A dimostrazione della propria solidità, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato ancora una volta una robusta crescita organica, nonostante il contesto economico e politico sfidante.*

*Continuiamo a guardare avanti: stiamo progredendo con i nostri piani per accrescere l’offerta dell’hard luxury, come dimostra l’annuncio della nuova partnership commerciale con IWC Schaffhausen che porterà la categoria dell’alta gioielleria e orologeria a un livello ancor più alto.”*

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

**Milano, 9 novembre 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 ricavi netti consolidati e le principali metriche di business relativi ai primi nove mesi al 30 settembre 2016<sup>4</sup>, raffrontati con i medesimi dati finanziari pro-forma relativi allo stesso periodo dell’anno precedente.

Come già reso noto dalla Società, a partire dall’anno in corso, YOOX NET-A-PORTER GROUP pubblicherà su base volontaria interim trading statement sui ricavi netti del primo e del terzo trimestre in linea con quanto previsto dalla nuova Direttiva Transparency (Direttiva 2013/50/EU) che ha rimosso l’obbligo di pubblicare i resoconti intermedi di gestione. Rimarrà invece invariata la pubblicazione integrale delle relazioni semestrali e annuali.

<sup>4</sup> I dati preliminari consolidati al 30 settembre 2016 di YOOX NET-A-PORTER GROUP (“YNAP”) sono raffrontati con i dati consolidati pro-forma relativi al 30 settembre 2015, che 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 YNAP come se tale operazione fosse virtualmente avvenuta l’1 gennaio 2015. I dati storici economici di YOOX GROUP e di THE NET-A-PORTER GROUP al 30 settembre 2015 derivano, rispettivamente, dal resoconto consolidato intermedio di gestione di YOOX GROUP al 30 settembre 2015 e dalla situazione contabile consolidata intermedia di THE NET-A-PORTER GROUP al 30 settembre 2015 predisposta in conformità ai principi contabili applicabili in UK; ai fini della loro inclusione nei dati pro-forma di YNAP, tali dati, originariamente espressi in Sterline, sono stati convertiti in Euro ed esposti secondo i criteri di presentazione adottati da YOOX GROUP.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

## TRADING STATEMENT DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER I PRIMI NOVE MESI AL 30 SETTEMBRE 2016 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

### Principali metriche di business<sup>5</sup>

	9M 2016	9M 2015 PRO-FORMA
Numero di visitatori unici al mese <sup>6</sup> (milioni)	27,5	25,9 <sup>7</sup>
Numero di ordini (milioni)	5,9	5,0
AOV <sup>8</sup> (Euro)	331	354
Numero di clienti attivi <sup>9</sup> (milioni)	2,8	2,3

Nei primi nove mesi del 2016 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato una **media mensile di visitatori unici** pari a **27,5 milioni**, che si è tradotta in **5,9 milioni di ordini (+18,3%)**.

L'**Average Order Value (AOV)**, IVA esclusa, si è attestato a **331 Euro**, rispetto a 354 Euro dei primi nove mesi del 2015, riflettendo un diverso mix delle linee di business e un movimento sfavorevole dei tassi di cambio.

In crescita anche il numero di **clienti attivi**, pari a **2,8 milioni** al 30 settembre 2016, rispetto ai 2,3 milioni al 30 settembre 2015.

### Ricavi Netti Consolidati

Nel **terzo trimestre** del 2016 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **435,4 milioni di Euro**, con una **crescita organica<sup>10</sup> del 19,0%** (+16,8% a tassi di cambio costanti e +11,7% reported), in **accelerazione** rispetto alla prima metà dell'anno.

Il risultato raggiunto nel terzo trimestre si è tradotto in ricavi netti pari a **1.332,5 milioni di Euro** nei **primi nove mesi** del 2016, in aumento del **17,1%** su base **organica<sup>10</sup>** (+16,1% a cambi costanti e +12,8% reported<sup>10</sup>).

### Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

#### *Multimarca In-Season*

Nel **terzo trimestre** del 2016 la linea di business **Multimarca In-Season**, che comprende le attività dei negozi online [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#), ha registrato ricavi netti consolidati pari a **215,1 milioni di Euro**, con una **crescita organica<sup>11</sup> del 19,1%**, in significativa **accelerazione** rispetto alla prima metà dell'anno. Includendo anche le performance di THECORNER e SHOESCRIBE - che non hanno contribuito ai risultati del mese di settembre a

<sup>5</sup> Le metriche di business si riferiscono agli online store multimarca proprietari - NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX, THE OUTNET nonché THECORNER e SHOESCRIBE (chiusi il 31 agosto 2016) - 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.

<sup>6</sup> 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: Adobe Analytics per NET-A-PORTER e MR PORTER nei primi nove mesi del 2016 e THE OUTNET; Adobe Analytics e Flurry per NET-A-PORTER e MR PORTER nei primi nove mesi del 2015, Google Analytics per YOOX, THECORNER, SHOESCRIBE e gli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

<sup>7</sup> La media mensile dei visitatori unici dei primi nove mesi del 2015 è stata rettificata includendo la media mensile dei visitatori unici delle app native, non conteggiata in precedenza, per NET-A-PORTER, MR PORTER e THE OUTNET, nonché in seguito alla modifica della fonte di dati utilizzata per la media mensile dei visitatori unici di YOOX a partire da novembre 2015. In particolare, la media mensile dei visitatori unici di YOOX sia dei primi nove mesi del 2015 sia dei primi nove mesi del 2016 sono ora derivate da Google Analytics, invece che, come in precedenza, da Google Analytics per il sito web e da SiteCatalyst per il sito mobile.

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

<sup>9</sup> Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti. Il dato esposto è calcolato come somma dei clienti attivi di ogni online store nel periodo di riferimento.

<sup>10</sup> La crescita organica dei ricavi netti è calcolata a tassi di cambio costanti e a parità di perimetro, includendo i ricavi netti di tutti gli online store attivi alla fine di ogni periodo, che erano già attivi all'inizio del corrispondente periodo dell'anno precedente. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base dell'attuale perimetro.

<sup>11</sup> La crescita organica dei ricavi netti della linea di business Multimarca In-Season è calcolata a tassi di cambio costanti ed escludendo THE CORNER e SHOESCRIBE (chiusi il 31 agosto 2016) dal terzo trimestre e dai primi nove mesi del 2015 e del 2016. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base dell'attuale perimetro.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

seguito della loro chiusura alla fine di agosto 2016 - questa linea di business ha registrato una crescita dei ricavi netti pari al 14,7% a tassi di cambio costanti (+7,2% reported<sup>11</sup>) rispetto a ricavi netti pro-forma pari 200,6 milioni di Euro nel terzo trimestre del 2015.

Tale risultato del terzo trimestre si è tradotto in ricavi netti pari a **705,2 milioni** di Euro nei primi nove mesi del 2016, in **crescita del 15,4%** su base **organica**<sup>11</sup>, (+13,6% a tassi di cambio costanti, +9,5% reported<sup>11</sup>) rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 644,0 milioni di Euro dei primi nove mesi del 2015.

La linea di business In-Season ha dato il via ad una nuova **partnership commerciale a livello globale** con **IWC Schaffhausen** - uno dei principali produttori svizzeri di orologi di lusso (parte di Richemont) - il cui debutto su [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#) è atteso a metà novembre. NET-A-PORTER e MR PORTER sono i **primi partner online** di **IWC**, il cui lancio rappresenta per YOOX NET-A-PORTER GROUP un significativo traguardo nel mondo dell'alta gioielleria e orologeria.

Nel corso del terzo trimestre, sono stati introdotti **nuovi prestigiosi brand**, tra cui **PRADA** su [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#), **Moncler** su NET-A-PORTER e **Giorgio Armani** e **Ermenegildo Zegna** su MR PORTER.

A settembre 2016, [MR PORTER](#) ha conseguito un altro primato nel mondo dei contenuti e dell'e-commerce di lusso, combinando per la prima volta **TV** e **e-commerce** grazie alla sua nuova **App** per **Apple TV**. In particolare l'app nativa di MR PORTER per Apple TV, appositamente ideata per tvOS, permetterà ai clienti di acquistare direttamente dai video di MR PORTER.

Infine, nel mese di agosto 2016, **PORTER**, la rivista bimestrale di moda su carta stampata del Gruppo, diffusa a livello globale e interamente "shoppable", ha lanciato la propria **app Android**.

Complessivamente, al 30 settembre 2016, la linea di business Multimarca In-Season ha rappresentato il **52,9%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

## *Multimarca Off-Season*

Nel **terzo trimestre** del 2016 la linea di business **Multimarca Off-Season**, che comprende le attività dei negozi online [YOOX](#) e [THE OUTNET](#), ha conseguito ricavi netti consolidati pari a **178,0 milioni** di Euro, in **crescita del 19,5%** a tassi di cambio costanti (+16,8% reported) rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 152,4 milioni di Euro nello stesso periodo dell'anno precedente.

Questa performance si è tradotta in ricavi consolidati pari a **496,2 milioni** di Euro nei primi nove mesi del 2016, in **crescita del 20,8%** a tassi di cambio costanti (+18,0% reported) rispetto a ricavi pro-forma pari a 420,7 milioni di Euro nei primi nove mesi del 2015.

Lo scorso 16 settembre è stato lanciato il **nuovo YOOX**, con un look completamente nuovo sia per la versione desktop sia per l'app nativa. Su **tutti i canali**, il lancio è stato accompagnato da una **nuova campagna pubblicitaria** su media digitali, stampa, TV e pubblicità esterna, volta a valorizzare il **posizionamento** del brand e aumentarne la **riconoscibilità**.

La nuova release è stata ridisegnata pensando al **posizionamento del brand** e ad un'**esperienza d'acquisto incentrata sul cliente**. Il nuovo YOOX offre infatti un'esperienza d'acquisto altamente personalizzata e sviluppata a partire dalle preferenze dell'utente durante la navigazione, dalle abitudini d'acquisto e dalla geolocalizzazione del cliente: previsioni metereologiche per la città di provenienza dell'utente danno infatti accesso ad una selezione di prodotto all'interno di gallery dedicate, realizzate in base alle condizioni climatiche locali. Nuovi **contenuti editoriali** su celebrities e influencers e **collaborazioni esclusive** nelle sezioni *Style Notes* e *Special Editions* forniscono ai clienti **suggerimenti** di stile e per il proprio guardaroba.

Dal debutto, la nuova release ha registrato un significativo **miglioramento** del tasso di **conversione** e del **bounce rate**. L'app è inoltre apparsa tra i top **Editor's Pick** dell'**App Store** e, a settembre, ha registrato il numero più alto in assoluto di download.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

In linea con la propria strategia volta a capitalizzare ulteriormente le opportunità del canale mobile, a ottobre [THE OUTNET](#) ha inaugurato una nuova **veste grafica** e un nuovo **font** con l'obiettivo di rendere l'esperienza d'acquisto ancor più mobile-friendly, e contestualmente ha lanciato la **prima app nativa per Android**.

Inoltre, a settembre, THE OUTNET ha completato l'offerta ready-to-wear di **Iris & Ink** introducendo la **prima collezione di calzature** e, a ottobre, ha lanciato il marchio **Tom Ford**.

Complessivamente, al 30 settembre 2016, la linea di business Multimarca Off-Season rappresentava il **37,2%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

## *Online Flagship Stores*

La linea di business Online Flagship Stores 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, da armani.com a chloe.com.

Nel **terzo trimestre** del 2016, questa linea di business ha conseguito ricavi netti consolidati pari a **42,4 milioni** di Euro, in **aumento del 16,8%** a tassi di cambio costanti (+14,7% reported), rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 36,9 milioni di Euro nel terzo trimestre del 2015, registrando un'**accelerazione** della crescita rispetto al primo semestre dell'anno (+11,4% a tassi di cambio costanti).

I ricavi netti a valore retail ("**GMV**"<sup>12</sup>) sono cresciuti del **25,7%** su base **organica**<sup>13</sup> (+25,5% a tassi di cambio costanti, +24,0% reported), grazie all'eccellente performance della joint venture con Kering.

Tale risultato nel terzo trimestre ha permesso alla linea di business di raggiungere ricavi netti consolidati pari a **131,1 milioni** di Euro nei primi nove mesi del 2016, in **crescita del 13,1%** a tassi di cambio costanti (+12,0% reported) rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 117,0 milioni di Euro nei primi nove mesi del 2015. I ricavi netti a valore retail ("**GMV**"<sup>12</sup>) hanno registrato **una crescita organica**<sup>13</sup> del **17,3%** (+17,3% a tassi di cambio costanti, +16,5% reported<sup>13</sup>).

Il 14 ottobre 2016, **Marni Group S.r.l.** e **YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A.** hanno rinnovato la loro **partnership globale** per la gestione dell'online flagship store marni.com "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP" per **ulteriori 5 anni** fino al 15 ottobre 2021.

Infine, l'**accordo monomarca** con **Sergio Rossi S.p.A.** non proseguirà oltre alla propria scadenza contrattuale nel primo semestre del 2017, mentre a settembre 2016 non sono stati rinnovati gli accordi con **Zeis Excelsa S.p.A.** e **Dolce & Gabbana S.r.l.** Nell'esercizio 2015, i relativi negozi online avevano contribuito **complessivamente** allo **0,6%** dei ricavi netti pro-forma di YOOX NET-A-PORTER GROUP. Le partnership verranno ri-focalizzate sugli online store multimarca del Gruppo con l'obiettivo di massimizzarne il potenziale di business online.

Complessivamente, al 30 settembre 2016, la linea di business Monomarca rappresentava il **9,9%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

## *Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica*

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato crescite organiche positive in tutti i principali mercati di riferimento nel corso del periodo.

<sup>12</sup> Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli Online Flagship Stores, 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 Stores registrati all'interno dell'aggregato "Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografia".

<sup>13</sup> La crescita organica dei ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) è calcolata a tassi di cambio costanti e a perimetro costante, includendo i ricavi a valore retail di tutti gli Online Flagship Stores attivi alla fine di ogni periodo, che erano già attivi all'inizio del corrispondente periodo dell'anno precedente. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base dell'attuale perimetro.

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, ha conseguito ricavi netti pari a **132,9 milioni** di Euro nel **terzo trimestre** del 2016, in aumento del **17,8%** a tassi di cambio costanti (+16,9% reported), registrando un'importante **accelerazione** della crescita dei ricavi netti rispetto alla prima metà del 2016 trainata dagli ottimi risultati conseguiti da [NET-A-PORTER](#). Questa performance nel trimestre ha portato ad una crescita dei ricavi netti del Gruppo in Nord America del **14,2%** a tassi di cambio costanti nei primi nove mesi del 2016 (+13,9% reported).

L'**Italia** ha registrato ricavi netti pari a **29,9 milioni di Euro** nel **terzo trimestre** del 2016, in **crescita** del **11,4%** rispetto a 26,8 milioni di Euro nello stesso periodo dell'anno precedente (+11,6% a cambi costanti), **nonostante un confronto sfidante** (+23% nel terzo trimestre 2015). La performance del trimestre ha portato a conseguire ricavi netti pari a **87,4 milioni** di Euro nei primi nove mesi del 2016, in crescita del **16,3%** (+16,4% a cambi costanti).

Nel terzo trimestre 2016, il **Regno Unito** ha registrato un rallentamento della crescita dei ricavi netti rispetto al primo semestre dell'anno attribuibile all'esito del referendum sulla Brexit, con ricavi netti pari a **56,5 milioni** di Euro, in **crescita** del **13,5%** a tassi di cambio costanti (-5,4% reported penalizzati dall'ulteriore deprezzamento del tasso di cambio Euro / Sterlina nel trimestre). Nei primi nove mesi del 2016 i ricavi netti del Regno Unito sono stati pari a **191,7 milioni** di Euro, in **crescita** del **14,8%** a tassi di cambio costanti (+4,0% reported).

L'**Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) è **cresciuta** del **7,7%** a tassi di cambio costanti nel **terzo trimestre** 2016 (+5,9% reported) con ricavi netti che hanno raggiunto i **115,3 milioni** di Euro. Tale risultato è stato conseguito grazie all'eccellente performance che il Gruppo ha continuato a registrare in Russia, principalmente guidata da [YOOX](#). Tale risultato ha solo parzialmente compensato gli effetti di temperature eccezionalmente calde nel mese di settembre e di una minore propensione all'acquisto da parte dei consumatori in Francia e Germania. I ricavi netti dei nove mesi sono stati pari a **353,7 milioni** di Euro, in **crescita** del **14,0%** a tassi di cambio costanti (+11,4% reported).

L'area **Asia Pacifico** ha conseguito un'ottima performance, con ricavi netti in **crescita** del **36,8%** a tassi di cambio costanti nel **terzo trimestre** del 2016 (+33,9% reported), in **accelerazione** rispetto alla prima metà dell'anno grazie alle solide performance registrate in Cina, Hong Kong e Giappone da tutti gli online store. Tale risultato ha determinato un aumento dei ricavi del **23,8%** a tassi di cambio costanti nei primi nove mesi (21,9% reported).

Infine, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato una crescita dei ricavi netti nel **terzo trimestre** del **19,0%** a tassi di cambio costanti (+2,5% reported), che si sono tradotti in ricavi netti in crescita del **18,8%** a tassi di cambio costanti nei **primi nove mesi** del 2016 (+9,8% reported).

## EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 30 SETTEMBRE 2016

### *Aggiornamenti sull'integrazione*

A metà ottobre il Gruppo ha completato il **consolidamento** del **centro logistico di Hong Kong**.

A inizio novembre, in linea con le attese, il Gruppo ha raggiunto con successo il **primo importante traguardo** per lo sviluppo di una **piattaforma tecno-logistica globale comune**, completando la **transizione** al nuovo **Order Management System** di tutti gli online store multimarca e monomarca relativi all'ex YOOX GROUP.

## PIANI DI INCENTIVAZIONE

### *Piano di Stock Option 2015 - 2025*

Oggi, in esecuzione del Piano di Stock Option di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. 2015 - 2025 e del relativo

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

Regolamento, il Consiglio di Amministrazione ha assegnato a 3 beneficiari 124.000 stock option, valide per la sottoscrizione di 124.000 azioni ordinarie YNAP, ad un prezzo di sottoscrizione per ogni singola azione pari ad Euro 26,969.

Per ulteriori informazioni sui termini e le condizioni dei Piani Stock Option in essere, si rinvia alla Relazione degli Amministratori e ai Documenti Informativi redatti ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Emittenti Consob depositati presso la sede sociale, nonché disponibili sul sito internet della Società all'indirizzo [www.ynap.com](http://www.ynap.com).

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Sulla base della posizione di leadership del Gruppo nel luxury e-commerce, dei risultati conseguiti nei primi nove mesi dell'anno e delle buone prospettive del mercato retail online, YOOX NET-A-PORTER GROUP prevede di conseguire nell'esercizio 2016 un'ulteriore crescita dei ricavi ed un miglioramento del margine a livello di EBITDA adjusted rispetto all'anno precedente.

E' verosimile attendersi che a tale risultato contribuiscano positivamente tutte le linee di business del Gruppo.

La Società conferma le proprie aspettative di conseguire sinergie nette positive a livello di EBITDA nel 2016 e investimenti in conto capitale per circa 140 milioni di Euro.

Nella restante parte dell'anno, il Gruppo continuerà a investire nello sviluppo di una piattaforma tecno-logistica globale comune e nell'espansione della capacità logistica in Italia, al fine di sostenere la crescita futura del Gruppo e continuare a offrire ai propri clienti e brand partner un servizio d'eccellenza.

\*\*\*

*Si precisa che i dati relativi ai ricavi netti consolidati contenuti nel presente comunicato stampa, resi noti su base volontaria, non sono oggetto di revisione contabile.*

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

\*\*\*



# YOOX NET-A-PORTER GROUP

## CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi, mercoledì 9 novembre 2016, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX NET-A-PORTER GROUP presenterà il trading statement dei primi nove mesi del 2016. Per partecipare alla conference call sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: +39 02 805 88 11
- dal Regno Unito: +44 121 281 8003
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8794
- dagli Stati Uniti (numero verde): 1 855 265 6959

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/](http://www.ynap.com/it/pages/investor-relations/results-centre/presentazioni/)

Una registrazione della conference call sarà disponibile da oggi, dopo il termine della call, a mercoledì 23 novembre 2016, 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: 838#

# 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](mailto:investor.relations@ynap.com)

### Media contacts

Image Building  
Giuliana Paoletti, Simona Raffaelli  
T +39 02 89011300  
[ynap@imagebuilding.it](mailto:ynap@imagebuilding.it)

Finsbury  
Edward Simpkins, James  
Thompson, Benita Barretto  
T: +44 (0) 207 251 3801  
[ynap@finsbury.com](mailto: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 un'azienda globale con radici anglo-italiane ed 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](#) e [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](http://www.ynap.com).

# YOOX NET-A-PORTER GROUP

## ANNEX 1 – TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO				FINE DEL PERIODO			
	9M 2016	9M 2015	3Q 2016	3Q 2015	30/09/2016	30/06/2016	31/03/2016	31/12/2015
EUR USD	1,116	1,114	1,117	1,112	1,116	1,110	1,139	1,089
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(0,2%)		(0,4%)		0,4%	0,8%	(5,5%)	11,5%
EUR GBP	0,803	0,727	0,850	0,717	0,861	0,827	0,792	0,734
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(9,4%)		(15,6%)		(14,2%)	(13,9%)	(8,1%)	6,1%
EUR JPY	120,952	134,778	114,329	135,863	113,090	114,050	127,900	131,070
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	11,4%		18,8%		19,1%	20,1%	0,8%	10,8%
EUR CNY	7,347	6,964	7,443	7,008	7,446	7,376	7,351	7,061
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(5,2%)		(5,8%)		(4,4%)	(6,0%)	(9,3%)	6,7%
EUR RUB	76,183	66,597	72,115	70,303	70,514	71,520	76,305	80,674
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(12,6%)		(2,5%)		3,9%	(12,8%)	(18,2%)	(10,3%)
EUR HKD	8,666	8,640	8,661	8,162	8,655	8,614	8,828	8,438
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(0,3%)		(5,8%)		0,3%	0,7%	(5,5%)	11,6%
EUR KRW	1.295,676	1.252,633	1.250,957	1.300,590	1.229,760	1.278,480	1.294,880	1.280,780
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(3,3%)		4,0%		8,0%	(2,1%)	(7,9%)	3,4%
EUR AUD	1,505	1,463	1,472	1,533	1,466	1,493	1,481	1,490
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(2,8%)		4,2%		8,7%	(2,5%)	(4,4%)	(0,5%)
EUR CAD	1,475	1,404	1,456	1,454	1,469	1,438	1,474	1,512
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(4,8%)		(0,1%)		2,3%	(3,8%)	(6,8%)	(7,0%)

Fine Comunicato n.1136-64

Numero di Pagine: 12