

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

3 MAGGIO 2017

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Trading Statement per il primo trimestre al 31 marzo 2017

CRESCITA ORGANICA DEI RICAVI NETTI A +19,1%, TRAINATA DALL'OTTIMA PERFORMANCE DELL'IN-SEASON

- **Ricavi netti del primo trimestre a 515 milioni di Euro, +19,1% su base organica¹ (+15,4% reported)** rispetto ai ricavi netti pari a 446 milioni di Euro del primo trimestre del 2016
 - Solida performance organica di tutte le linee di business: ricavi netti Multimarca In-Season in accelerazione al 20,0%, ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 16,2%, Online Flagship Stores a valore retail (GMV²) in aumento del 28,0%
 - Crescita positiva in tutti i principali mercati; Nord America e area Asia Pacifico le regioni a maggior crescita; l'Italia torna a crescere a doppia cifra
- **Principali metriche di business:**
 - **200 milioni di visite**, rispetto a 178 milioni del primo trimestre del 2016
 - **2,2 milioni di ordini**, rispetto a 2,0 milioni del primo trimestre del 2016
 - **343 Euro l'AOV** (Average Order Value), rispetto a 324 Euro del primo trimestre del 2016
 - **3,0 milioni di clienti attivi**, rispetto a 2,5 milioni del primo trimestre del 2016
- YNAP e VALENTINO, partner per il lancio di un nuovo modello di business omni-channel - NEXT ERA

Milioni di Euro	1Q 2017	%	1Q 2016	%	VARIAZIONE %		
					REPORTED	COSTANTE	ORGANICA ¹
Multimarca In-Season	266,7	51,8%	237,6	53,3%	+12,2%	+14,8%	+20,0%
Multimarca Off-Season	192,1	37,3%	162,1	36,3%	+18,5%	+16,2%	+16,2%
Online Flagship Stores	56,0	10,9%	46,4	10,4%	+20,6%	+20,9%	+28,0%*
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	514,8	100,0%	446,2	100,0%	+15,4%	+16,0%	+19,1%

* Relativa alla crescita dei ricavi a valore retail (GMV²) a tassi di cambio costanti e a perimetro costante

Milioni di Euro	1Q 2017	%	1Q 2016	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	COSTANTI
Italia	31,3	6,1%	28,3	6,3%	+10,9%	+11,0%
Regno Unito	66,7	13,0%	65,0	14,6%	+2,5%	+14,3%
Europa (escl. Italia e Regno Unito)	134,5	26,1%	120,9	27,1%	+11,2%	+7,9%
Nord America	161,3	31,3%	133,0	29,8%	+21,2%	+17,6%
Asia Pacifico	91,1	17,7%	69,2	15,5%	+31,5%	+33,0%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geogr.	29,9	5,8%	29,7	6,7%	+0,7%	+9,9%
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	514,8	100,0%	446,2	100,0%	+15,4%	+16,0%

¹ La crescita organica dei ricavi netti è calcolata a tassi di cambio costanti e a perimetro costante 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 del perimetro effettivo.

² 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".

YOOX NET-A-PORTER GROUP

“Il primo trimestre registra una forte crescita dei ricavi che, insieme ad una serie di iniziative strategiche, ci posiziona nella giusta direzione per raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi di breve-medio termine.

In particolare, YOOX NET-A-PORTER ha presentato il modello di business NEXT ERA che permetterà ai marchi di lusso di abbracciare la rivoluzione dell’online retail, sfruttando l’innovativa tecnologia omni-channel di YNAP e le sue competenze. NEXT ERA debutterà con VALENTINO e garantirà ai clienti e ai brand partner un’esperienza di altissimo livello.

Grazie a numerosi lanci esclusivi, capsule collection e campagne innovative, tra cui Alaïa, Cartier, Gucci e Tiffany, YNAP è orgoglioso di rafforzare ulteriormente la propria posizione di partner leader nell’online retail per i più prestigiosi brand del luxury fashion e della gioielleria e orologeria.”

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

Milano, 3 maggio 2017 - 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 al primo trimestre al 31 marzo 2017, raffrontati con i medesimi indicatori nello stesso periodo dell’anno precedente.

TRADING STATEMENT DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER IL PRIMO TRIMESTRE AL 31 MARZO 2017 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Ricavi Netti Consolidati

Nel primo trimestre del 2017 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **514,8 milioni di Euro**, in **crescita del 19,1%** su base **organica** (+15,4% reported) rispetto ai ricavi pari a 446,2 milioni di Euro del primo trimestre del 2016.

Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

Multimarca In-Season

Nel primo trimestre del 2017, 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 **266,7 milioni di Euro**, in **crescita del 20,0%** su base **organica**³. Tale risultato mostra un’**accelerazione** rispetto all’ultimo trimestre del 2016, con risultati eccellenti di entrambi gli online store.

³ 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 primo trimestre del 2016. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base del perimetro effettivo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Includendo le performance di THECORNER e SHOESCRIBE - chiusi il 31 agosto 2016 - la linea di business In-Season ha registrato una crescita del 14,8% a tassi di cambio costanti (+12,2% reported), rispetto a ricavi netti pari a 237,6 milioni di Euro nel primo trimestre del 2016.

Nel corso del primo trimestre, NET-A-PORTER e MR PORTER hanno arricchito ulteriormente il proprio portafoglio esclusivo delle maison della moda e del lusso più ambite e prestigiose al mondo, con nuovi importanti brand e capsule collection esclusive. In particolare, NET-A-PORTER è diventato il retail **partner** online **esclusivo** per il **ready-to-wear** di **Alaïa**, e MR PORTER ha introdotto la prima collezione menswear realizzata da **Stella McCartney**. MR PORTER lancerà inoltre, a maggio 2017, la **capsule collection esclusiva MR PORTER X GUCCI** disegnata sotto la direzione creativa di Alessandro Michele, a seguito del successo ottenuto nel 2016 dalla precedente capsule collection disegnata da GUCCI esclusivamente per NET-A-PORTER.

L'inizio dell'anno ha visto anche il debutto di nuovi **importanti brand** per la **nuova categoria dell'alta gioielleria e orologeria** all'interno della linea di business In-Season. In particolare NET-A-PORTER - l'**unico partner retail online autorizzato** per **Tiffany & Co. Jewellery** - ha esteso l'ambito della collaborazione globale alla collezione Infinity e Tiffany & Co. Fine Watches, che sono stati lanciati a gennaio. Inoltre, rispettivamente nel mese di marzo e nel mese di aprile, NET-A-PORTER è diventato il **primo partner retail online globale** per il marchio di alta gioielleria italiana **Buccellati**, e per la maison svizzera di gioielli e orologi **Piaget**: per entrambi i marchi, questa collaborazione rappresenta la prima volta in cui le collezioni dei brand sono state vendute al di fuori dei loro negozi retail ed e-commerce.

Altri importanti traguardi nella nuova categoria dell'alta gioielleria e orologeria sono stati raggiunti da NET-A-PORTER e MR PORTER che hanno siglato le loro **prime collaborazioni** con **Cartier** e **Montblanc**. In particolare NET-A-PORTER è diventato **partner esclusivo di Cartier** per il lancio della recente nuova collezione di orologi **Panthère** de Cartier, disponibile da ieri tramite un pop-up shop dedicato, mentre, il primo **smartwatch** di **Montblanc** sarà lanciato a maggio su MR PORTER.

Durante il primo trimestre, NET-A-PORTER e MR PORTER hanno continuato ad arricchire la propria gamma di servizi esclusivi. In particolare, in linea con la strategia di rafforzamento della presenza in loco dei team di Personal Shopper e Client Relations in aree geografiche chiave, l'inizio dell'anno ha visto l'introduzione di un **nuovo team di Personal Shopping** a **Los Angeles**, così come sono state **intensificate le attività di Client Relations** per aumentare l'awareness **nel Medio Oriente** e nelle principali città di medie dimensioni in **Europa** e nell'area **Asia Pacifico**.

Inoltre, NET-A-PORTER e MR PORTER lanceranno **servizi innovativi di personal shopping** dedicati alla propria base clienti alto spendenti in alcune città selezionate, a partire da settembre 2017. In particolare, il nuovo servizio **"You try, we wait"**, che sarà disponibile tramite personal shopper, permetterà ai clienti di ricevere e provare gli ordini a casa, e rendere ciò che desiderano direttamente all'operatore che ha effettuato la consegna in giornata. Inoltre, sarà possibile richiedere al proprio personal shopper consulenze di shopping personalizzate a domicilio, **"NET-A-PORTER at home"** e **"MR PORTER at home"**, a seguito delle quali i clienti riceveranno a casa un'accurata selezione di prodotti tra cui scegliere.

Infine, i clienti di NET-A-PORTER e MR PORTER hanno adesso anche la possibilità di condividere facilmente i propri prodotti preferiti con amici e personal shopper **tramite iMessage** grazie ad una **nuova funzionalità innovativa** appositamente progettata per le **applicazioni native di iOS**.

PORTER, la rivista di moda bimestrale su carta stampata del Gruppo diffusa a livello globale e interamente "shoppable", lanciata a febbraio del 2014, ha continuato a conseguire **risultati eccellenti** in termini di aumento del numero di **abbonamenti sottoscritti** e grado di **soddisfazione dei clienti**, confermando così la propria capacità di aumentare l'engagement dei clienti di NET-A-PORTER.

Complessivamente, al 31 marzo 2017, la linea di business Multimarca In-Season rappresentava il **51,8%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Multimarca Off-Season

Nel primo trimestre del 2017 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 **192,1 milioni di Euro**, in **crescita del 16,2%** a tassi di cambio costanti (+18,5% reported), rispetto a ricavi netti pari a 162,1 milioni al 31 marzo 2016.

YOOX e THE OUTNET hanno ulteriormente arricchito il proprio portafoglio di marchi. In particolare, YOOX ha lanciato lo **shop-in-shop** di **Seletti** e THE OUTNET ha introdotto **Altuzarra** e **Tabitha Simmons**.

Inoltre, in linea con la strategia di arricchire la propria offerta di prodotto, a gennaio 2017 **THE OUTNET** ha lanciato **The Activewear Boutique**, una sezione dell'online store dedicata a capi, accessori e calzature tecniche. Ad aprile 2017, in occasione della Giornata della Terra, **YOOX** ha esteso il proprio impegno nel promuovere un approccio più responsabile alla moda **rafforzando** ulteriormente il **focus** su **YOOXYGEN** - l'area di YOOX dedicata alla moda responsabile lanciata nel 2009 - con una collaborazione strategica con The New School's Parsons School of Design di New York.

Infine, YOOX ha introdotto in **Italia, Regno Unito, Germania e Benelux** la possibilità per i clienti, già disponibile in Francia e Spagna, di ritirare e rendere gli ordini tramite **migliaia** di punti di **consegna e reso**, estendendo in modo significativo le finestre temporali a loro disposizione per il ritiro di un ordine o la consegna di un reso.

Complessivamente, al 31 marzo 2017, la linea di business Multimarca Off-Season rappresentava il **37,3%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Online Flagship Stores

La linea di business Online Flagship Stores comprende le attività di design, progettazione e gestione degli Online Flagship Stores di alcuni dei principali brand della moda e del lusso a livello globale, da [armani.com](#) fino a [chloe.com](#).

Nel primo trimestre del 2017, questa linea di business ha conseguito ricavi netti pari a **56,0 milioni di Euro**, in **crescita del 20,9%** a tassi di cambio costanti (+20,6% reported) rispetto a ricavi netti pari a 46,4 milioni di Euro dello stesso periodo dell'anno precedente.

I ricavi netti a valore retail ("**GMV**"⁴) sono cresciuti del **28,0%** su base **organica**⁵ (+23,9% reported), con **ottime performance** sia della **joint venture con Kering** sia del resto del **portafoglio monomarca**.

Nel trimestre, la partnership già esistente tra **Armani** e YOOX NET-A-PORTER GROUP per il brand **A|X Armani Exchange** - in precedenza attiva solo in Nord America - è stata estesa anche al **Regno Unito** ed entro la fine dell'anno sarà lanciata in altri principali paesi europei.

Infine, il Gruppo ha continuato a lavorare per rilasciare **funzionalità omni-channel esistenti** su un numero maggiore di Online Flagship Store del Gruppo nel corso del 2017, e per lanciare un **nuovo modello di business omni-channel - NEXT ERA** - che reinventerà il rapporto tra i brand di lusso e gli online retailer.

NEXT ERA debutterà con l'Online Flagship Store di **VALENTINO** all'**inizio del 2018** e permetterà ai Brand di offrire nuove modalità di spedizione in tempi più rapidi e un assortimento online di prodotti senza precedenti ("**visione unica dell'inventario**") facendo leva sull'inventario del Brand presente sia nel network logistico globale di YNAP sia nelle boutique fisiche e nei centri logistici del Brand.

⁴ 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".

⁵ I ricavi a valore retail sono calcolati a tassi di cambio costanti e a parità di perimetro includendo il ricavo a valore retail di tutti gli Online Flagship Stores attivi alla fine di ogni periodo e che erano attivi anche all'inizio dello stesso periodo dell'anno precedente. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base del perimetro effettivo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

NEXT ERA permetterà inoltre ai Brand di avere una profilazione completa della propria base clienti e una visione integrata delle interazioni in negozio e online ("**visione unica del cliente**"), potendo così offrire un'esperienza sempre migliore, dal prodotto, in negozio e a sito, al marketing e al servizio. YNAP permetterà inoltre a VALENTINO di **integrare** il proprio inventario dell'Online Flagship Store con **NET-A-PORTER** and **MR PORTER**, offrendo così la possibilità al Brand di massimizzare le vendite *full-price* e il *sell-through*, e offrendo al tempo stesso ai clienti In-Season una selezione senza eguali dell'offerta VALENTINO con nuove possibilità di consegna *express* in tutto il mondo.

Complessivamente, al 31 marzo 2017, la linea di business degli Online Flagship Stores rappresentava il **10,9%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

Nel primo trimestre 2017 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato una crescita positiva in tutti i principali mercati di riferimento.

Il **Regno Unito** ha concluso il primo trimestre del 2017 con ricavi netti pari a **66,7 milioni di Euro**, in **aumento del 14,3%** a tassi di cambio costanti (+2,5% reported, penalizzati dal deprezzamento del tasso di cambio Euro / Sterlina rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) rispetto a 65,0 milioni di Euro nello stesso periodo del 2016.

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, nel primo trimestre del 2017 ha registrato ricavi netti pari a **161,3 milioni di Euro**, in **aumento del 17,6%** a tassi di cambio costanti (+21,2% reported) rispetto a 133,0 milioni di Euro del primo trimestre del 2016.

L'**Italia** ha conseguito ricavi netti pari a **31,3 milioni di Euro** nel primo trimestre del 2017, in **crescita dell'11,0%** a tassi di cambio costanti (+10,9% reported), con una performance in netto miglioramento rispetto all'ultimo trimestre del 2016, trainata da un'accelerazione della crescita di YOOX.

I ricavi netti del primo trimestre in **Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) sono stati pari a **134,5 milioni di Euro**, in **aumento del 7,9%** a tassi di cambio costanti (+11,2% reported). Questo risultato continua a riflettere una performance più debole in Germania e Francia, quest'ultima condizionata anche dall'incertezza politica legata alle elezioni francesi.

L'area **Asia Pacifico** ha confermato un'ottima performance, con ricavi netti nel primo trimestre pari a **91,1 milioni di Euro**, in **aumento del 33,0%** a tassi di cambio costanti (+31,5% reported), trainati principalmente da Hong Kong e Cina.

Infine, nel primo trimestre del 2017, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato ricavi netti pari a **29,9 milioni di Euro**, in **aumento del 9,9%** a tassi di cambio costanti (+0,7% reported), riconducibile a una performance eccellente del Medio Oriente e a minori ricavi non legati ad area geografica.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Principali Metriche di Business⁶

	1Q 2017	1Q 2016
Numero di visite ⁷ (milioni)	200,3	178,1
Numero di ordini (milioni)	2,2	2,0
AOV ⁸ (Euro)	343	324
Numero di clienti attivi ⁹ (milioni)	3,0	2,5

Nel primo trimestre del 2017, gli online store di YOOX NET-A-PORTER GROUP hanno registrato **200,3 milioni di visite** rispetto ai 178,1 milioni dello stesso periodo del 2016, che si sono tradotte in **2,2 milioni di ordini**.

Anche l'**Average Order Value (AOV)**, IVA esclusa, è aumentato a **343 Euro**, rispetto ai 324 Euro del primo trimestre del 2016. La crescita positiva dell'AOV riflette l'assenza di THECORNER e di SHOESCRIBE, chiusi nel 2016, ed è stata conseguita nonostante il tasso di cambio ancora sfavorevole tra Euro e Sterlina.

Infine, al 31 marzo 2017, il **numero di clienti attivi** ha raggiunto i **3,0 milioni**, rispetto ai 2,5 milioni del 31 marzo 2016.

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31 MARZO 2017

Struttura Organizzativa

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha **nominato Alessandra Rossi nel ruolo di President, Off-Season**, a partire da aprile 2017. Alessandra è responsabile della direzione strategica della linea di business Off-Season, che comprende YOOX e THE OUTNET, e riporta direttamente a Federico Marchetti, Chief Executive Officer di YNAP.

Aggiornamenti sull'integrazione

Nel primo trimestre del 2017, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha **aperto nuovi studi fotografici** presso il polo logistico di **Interporto** a Bologna, dove, al contempo, ha continuato a lavorare per l'espansione della propria capacità logistica in vista della migrazione di THE OUTNET.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE PER L'ESERCIZIO 2017

YOOX NET-A-PORTER GROUP prevede di conseguire una crescita dei ricavi netti in linea con il proprio Piano quinquennale e di ottenere un miglioramento del margine a livello di EBITDA adjusted nel 2017: in qualità di leader nei tre segmenti del luxury e-commerce in cui opera, il Gruppo vanta un posizionamento unico per supportare al meglio l'intero settore del lusso nella piena realizzazione delle potenzialità del digitale.

In particolare, si prevede che la linea di business Multimarca In-Season arricchisca ulteriormente il suo impareggiabile portfolio di brand: nello specifico è previsto il lancio di nuovi prestigiosi brand e capsule collection esclusive, ulteriori importanti sviluppi per la nuova categoria dell'Alta Gioielleria e Orologeria e il lancio della private label di MR PORTER. Inoltre, questa linea di business potenzierà ulteriormente la propria offerta di contenuti con l'obiettivo di aumentare l'engagement e migliorerà il proprio servizio di lusso con particolare

⁶ Le principali metriche di business si riferiscono agli online multimarca proprietari - NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX, THE OUTNET così come a THECORNER e SHOESCRIBE (chiusi il 31 agosto 2016) - e agli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP". Le metriche di business relative alla joint venture con Kering e a jimmychoo.com sono escluse.

⁷ Fonte: Adobe Analytics per NET-A-PORTER, MR PORTER e THE OUTNET; Google Analytics Premium per YOOX, THECORNER, SHOESCRIBE e per gli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

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. Il dato riportato è calcolato come la somma del numero dei clienti attivi di ogni online store per il periodo preso in considerazione.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

attenzione alla base clienti più alto spendenti. Si prevede che la linea di business Multimarca Off-Season beneficerà principalmente dell'avvio dell'espansione internazionale di THE OUTNET, dell'arricchimento ulteriore nella propria offerta di marchi e prodotti, anche grazie all'esordio della private label di YOOX, oltre che dei continui miglioramenti nel servizio offerto. Infine, si attende che la crescita della linea di business Online Flagship Stores benefici di progressi significativi nella propria offerta omni-channel e di importanti upgrade della piattaforma front-end incluse capacità di personalizzazione e precision marketing potenziate. Inoltre, gli Online Flagship Stores vedranno ulteriori progressi nello sviluppo del business, incluso il lancio di isabelmarant.com.

Il Gruppo prevede di investire tra i 160 e i 170 milioni di Euro circa nel 2017, principalmente in tecnologia. In particolare, questi investimenti saranno dedicati al lancio di una nuova core e-commerce platform per THE OUTNET e per selezionati online flagship store e il completamento del programma omni-stock per il business Off-Season, entrambi importanti passi per la creazione di una piattaforma tecno-logistica globale condivisa. YOOX NET-A-PORTER GROUP farà altresì significativi progressi nello sviluppo delle proprie operations: in particolare, l'apertura del nuovo ufficio e del nuovo centro di distribuzione a Dubai, nuovi spazi logistici per il polo logistico di Interporto a Bologna, oltre che la realizzazione dell'hub logistico In-Season di Milano che sarà dotato di un Order Storage & Retrieval System automatizzato all'avanguardia.

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 comunica che alle ore 18.00 (CET) di oggi, mercoledì 3 maggio, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX NET-A-PORTER GROUP presenterà il trading statement del primo trimestre del 2017. 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/pages/investor-relations/results-centre/presentation/.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da oggi, dopo il termine della call, a mercoledì 17 maggio 2017, 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: 843#

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, Benita Barretto
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 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 dal 2000.

YOOX NET-A-PORTER GROUP vanta un modello di business unico nel suo genere, con la sua incomparabile offerta che copre tutti i segmenti di consumatori del lusso, non solo attraverso gli 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.

Nel 2016, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha unito le forze con Symphony, un'entità controllata dalla famiglia di Mohamed Alabbar, per stabilire una joint venture rivoluzionaria per dare vita al leader indiscusso nel luxury e-commerce in Medio Oriente.

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha un posizionamento unico nel settore ad alta crescita del lusso online e può contare su oltre 2,9 milioni di clienti attivi, 29 milioni di visitatori unici mensili in tutto il mondo e ricavi netti aggregati pari a 1,9 miliardi di Euro nel 2016. 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 ulteriori informazioni: www.ynap.com

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 1 – TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO		FINE DEL PERIODO	
	1Q 2017	1Q 2016	31/03/2017	31/12/2016
EUR USD	1,065	1,102	1,069	1,054
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	3,5%		(1,4%)	3,3%
EUR GBP	0,860	0,770	0,856	0,856
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	(10,4%)		0,1%	(14,3%)
EUR JPY	121,014	126,997	119,550	123,400
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	4,9%		3,2%	6,2%
EUR CNY	7,335	7,210	7,364	7,320
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	(1,7%)		(0,6%)	(3,5%)
EUR RUB	65,522	82,451	60,313	64,300
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	31,9%		6,6%	25,5%
EUR HKD	8,264	8,568	8,307	8,175
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	3,7%		(1,6%)	3,2%
EUR KRW	1.227,289	1.324,338	1.194,540	1.269,360
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	7,9%		6,3%	0,9%
EUR AUD	1,406	1,529	1,398	1,460
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	8,8%		4,4%	2,1%
EUR CAD	1,410	1,515	1,427	1,419
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR	7,4%		(0,5%)	6,5%

Fine Comunicato n.1136-34

Numero di Pagine: 12