

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

14 MAGGIO 2018

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Trading Statement per il primo trimestre al 31 marzo 2018

FORTE CRESCITA ORGANICA DEI BUSINESS "FULL-PRICE": IN-SEASON +14% E ONLINE FLAGSHIP STORES +22%

- **Crescita organica¹ +10,4%**
 - Positiva performance organica di tutte le line di business: ricavi netti Multimarca In-Season in rialzo del 14,1%, ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 2,0%, Online Flagship Stores a valore retail (GMV²) in aumento del 21,8%
 - Italia, Nord America e area Asia-Pacifico le regioni a maggior crescita
- **Ricavi netti del primo trimestre a 518 milioni di Euro, +7,9%** a tassi di cambio costanti (+0,5% reported) rispetto ai ricavi netti pari a 515 milioni di Euro del primo trimestre del 2017
- **Principali metriche di business:**
 - **245 milioni di visite**, rispetto a 200 milioni del primo trimestre del 2017
 - **2,4 milioni di ordini**, rispetto a 2,2 milioni del primo trimestre del 2017
 - **314 Euro l'AOV (Average Order Value)**, 339 Euro a tassi di cambio costanti rispetto a 343 Euro del primo trimestre del 2017
 - **3,2 milioni di clienti attivi**, rispetto a 3,0 milioni del primo trimestre del 2017

“Sono molto soddisfatto della forte crescita, nel primo trimestre, dei nostri business “full-price”, con un progresso del 14% dell’In-Season e del 22% degli Online Flagship Stores.

L’hard luxury, da noi introdotto nel 2016, sta performando quest’anno in modo eccezionale. Ad aprile, abbiamo creato la prima destinazione online dedicata all’alta gioielleria e all’orologeria di lusso su NET-A-PORTER e lanceremo presto una sezione analoga anche su MR PORTER.

Grazie alla nostra conoscenza dei clienti del lusso a livello mondiale continueremo ad investire in iniziative di lungo termine per consolidare la leadership globale di YNAP.

Come sempre, voglio ringraziare il team di YNAP per il costante impegno dimostrato. La loro dedizione è la ragione per cui siamo i numeri uno nel luxury e-commerce.”

- ha commentato Federico Marchetti, Fondatore e Amministratore Delegato di YOOX NET-A-PORTER GROUP.

¹ La crescita organica fa riferimento al valore retail ed è calcolata a tassi di cambio costanti e a perimetro costante ed è definita quale valore retail delle vendite ai clienti finali di tutti gli online store del Gruppo (incluse le vendite degli online store della Joint Venture con Kering e di NEXT ERA) 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 e di NEXT ERA, 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

Milano, 14 maggio 2018 - 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 2018, confrontati 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 2018 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Principali Metriche di Business³

	1Q 2018	1Q 2017
Numero di visite ⁴ (milioni)	244,8	200,3
Numero di ordini (milioni)	2,4	2,2
AOV ⁵ (Euro)	314	343
Numero di clienti attivi ⁶ (milioni)	3,2	3,0

Nel primo trimestre del 2018, gli online store di YOOX NET-A-PORTER GROUP hanno registrato **244,8 milioni di visite** rispetto ai 200,3 milioni dello stesso periodo del 2017, che si sono tradotte in **2,4 milioni di ordini**.

L'**Average Order Value (AOV)**, IVA esclusa, è pari a **314 Euro** (339 Euro a tassi di cambio costanti), rispetto ai 343 Euro del primo trimestre del 2017. Tale risultato è stato impattato dalle sfavorevoli variazioni dei tassi di cambio nei primi tre mesi dell'anno. Infine, al 31 marzo 2018, il **numero di clienti attivi** ha raggiunto i **3,2 milioni**, rispetto ai 3,0 milioni del 31 marzo 2017.

Ricavi Netti Consolidati

Nel primo trimestre del 2018 la crescita su base **organica** di YOOX NET-A-PORTER GROUP è stata del **10,4%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I ricavi consolidati al netto dei resi e degli sconti concessi ai clienti sono stati pari a **517,5 milioni** di Euro, in crescita del **7,9%** a tassi di cambio costanti (+0,5% reported), rispetto ai 514,8 milioni di Euro del primo trimestre del 2017.

Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

Milioni di Euro	1Q 2018	%	1Q 2017	%	VARIAZIONE %		
					REPORTED	COSTANTE	ORGANICA ⁷
Multimarca In-Season	282,3	54,6%	266,7	51,8%	+5,9%	+14,1%	+14,1%
Multimarca Off-Season	183,3	35,4%	192,1	37,3%	-4,6%	+2,0%	+2,0%
Online Flagship Stores	51,9	10,0%	56,0	10,9%	-7,4%	-1,5%	+21,8% ⁸
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	517,5	100,0%	514,8	100,0%	+0,5%	+7,9%	+10,4%

³ Le principali metriche di business si riferiscono agli online multimarca proprietari - NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX, THE OUTNET - e agli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP". Le metriche di business relative alla joint venture con Kering e all'online flagship store jimmychoo.com sono escluse.

⁴ Fonte: Adobe Analytics per NET-A-PORTER, MR PORTER e THE OUTNET; Google Analytics Premium per YOOX e per gli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

⁵ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁶ 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.

⁷ La crescita organica fa riferimento al valore retail ed è calcolata a tassi di cambio costanti e a perimetro costante ed è definita quale valore retail delle vendite ai clienti finali di tutti gli online store del Gruppo (incluse le vendite degli online store della Joint Venture con Kering e di NEXT ERA) attivi alla fine di ogni periodo, che erano già attivi all'inizio del corrispondente periodo dell'anno precedente.

⁸ Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli Online Flagship Stores, inclusi gli online store della Joint Venture con Kering e di NEXT ERA, 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

Multimarca In-Season

Nel primo trimestre del 2018 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 **282,3 milioni di Euro**, in crescita del **14,1%** a forex costante (+5,9% reported).

Nel corso del primo trimestre, la linea di business In-Season ha 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**. A gennaio è stata lanciata la **capsule collection di Balenciaga, disegnata e prodotta in esclusiva** per **NET-A-PORTER** e **MR PORTER**, attraverso un piano editoriale e una campagna social condivisi su scala globale. Ad aprile, **NET-A-PORTER** ha lanciato l'anteprima mondiale della nuova **FF Capsule Collection di Fendi**. La capsule è stata lanciata su **NET-A-PORTER** in esclusiva e in anteprima mondiale, un mese prima del lancio in selezionati store di Fendi e su **Fendi.com**. Nello stesso periodo, **MR PORTER** ha lanciato una capsule collection esclusiva con Prada, la prima collezione esclusiva dedicata all'uomo con un partner retail online (**MR PORTER x PRADA**).

L'inizio dell'anno ha anche visto ulteriori sviluppi per la **categoria In-Season dell'alta gioielleria e orologeria**. In particolare **NET-A-PORTER** ha creato *The Fine Jewelry & Watch Suite*, una nuova destinazione online a livello globale dedicata unicamente alla crescente offerta dei brand di orologi e gioielli di prestigio. Inoltre, **MR PORTER** ha avviato una nuova collaborazione con **Cartier**, per il lancio di una selezione dei nuovi orologi **Santos de Cartier** e ha svelato l'esclusiva versione di uno dei sei nuovi orologi della limited edition di **Bell & Ross**, BR-X1 Skeleton Tourbillon Sapphire.

Complessivamente, al 31 marzo 2018, la linea di business Multimarca In-Season rappresentava il **54,6%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Multimarca Off-Season

Nel primo trimestre del 2018 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 **183,3 milioni di Euro**, **+2,0%** a tassi di cambio costanti (-4,6% reported), rispetto ai ricavi netti pari a 192,1 milioni di Euro al 31 Marzo 2017. Tale performance riflette sia la minore retention dei clienti di **THE OUTNET** principalmente a causa della minore disponibilità di prodotto nel quarto trimestre, sia una strategia di prezzi poco efficace su **YOOX** a fronte di una sfavorevole evoluzione dei tassi di cambio.

YOOX e **THE OUTNET** hanno ulteriormente arricchito il proprio portafoglio di marchi. In particolare, **YOOX** ha lanciato i **pop-up stores** di **See by Chloé** e **Polo Ralph Lauren** mentre **THE OUTNET** ha ampliato ulteriormente la propria sezione calzature.

Ad aprile, **THE OUTNET** ha avviato la sua espansione internazionale con il lancio in **Medio Oriente** e **Giappone**. In particolare **THE OUTNET** ha attivato il magazzino locale a Dubai e il customer care in doppia lingua (araba e inglese). In Giappone, **THE OUTNET** ha debuttato con la versione giapponese del proprio sito web, delle app e del customer care in lingua locale.

Complessivamente, al 31 Marzo 2018, la linea di business Multimarca Off-Season rappresentava il **35,4%** 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](#) a [chloe.com](#).

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Nel primo trimestre del 2018, i ricavi netti a valore retail ("GMV"⁹) di questa linea di business sono **cresciuti del 21,8%** su base **organica**¹⁰. Considerato il perimetro netto negativo risultante dalle chiusure e dalle nuove collaborazioni, la linea di business Online Flagship Stores ha conseguito ricavi netti consolidati pari a **51,9 milioni di Euro**, in flessione del 1,5% a tassi di cambio costanti (-7,4% reported) rispetto a ricavi netti pari a 56,0 milioni di Euro nello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Nel corso del trimestre, è stato lanciato il nuovo **Online Flagship Store di Ferrari** in Europa, Stati Uniti e nell'area Asia-Pacifico, inclusa la Cina. Lo store è stato lanciato sulla **nuova piattaforma front-end** con una **nuova interfaccia incentrata sul mobile** che permette una piena capacità di **personalizzazione**.

A febbraio la partnership già esistente con Armani è stata **estesa ulteriormente**: in particolare, il brand **A|X Armani Exchange**, inizialmente attivo in Nord America e Europa, è stato **esteso anche al Giappone**. Si è inoltre continuato a lavorare sul rilascio di **funzionalità omni-channel esistenti** per un numero crescente di partner Online Flagship Store del Gruppo.

Complessivamente, al 31 Marzo 2018, la linea di business Online Flagship Stores rappresentava il **10,0%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

Milioni di Euro	1Q 2018	%	1Q 2017	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	COSTANTI
Italia	34,6	6,7%	31,3	6,1%	+10,4%	+10,4%
Regno Unito	68,8	13,3%	66,7	13,0%	+3,2%	+5,9%
Europa (escl. Italia e Regno Unito)	137,6	26,6%	134,5	26,1%	+2,3%	+4,3%
Nord America	153,0	29,6%	161,3	31,3%	-5,1%	+8,5%
Asia Pacifico	93,4	18,0%	91,1	17,7%	+2,5%	+13,4%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geogr.	30,1	5,8%	29,9	5,8%	+0,6%	+4,9%
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	517,5	100,0%	514,8	100,0%	+0,5%	+7,9%

Nel primo trimestre 2018 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato una crescita positiva a tassi costanti in tutti i principali mercati di riferimento.

Il **Regno Unito** ha chiuso il primo trimestre del 2018 con ricavi netti pari a **68,8 milioni di Euro**, in **aumento del 5,9%** a tassi di cambio costanti (+3,2% reported, penalizzati dal deprezzamento del tasso di cambio Euro / Sterlina rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) rispetto a 66,7 milioni di Euro nello stesso trimestre del 2017.

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, nel primo trimestre ha registrato ricavi netti pari a **153,0 milioni di Euro**, in **crescita dell'8,5%** a tassi di cambio costanti (-5,1% reported, penalizzati dal deprezzamento del tasso di cambio dell'Euro / Dollaro) rispetto a 161,3 milioni di euro nello stesso trimestre 2017.

L'**Italia**, nel primo trimestre 2018, ha registrato ricavi netti pari a **34,6 milioni di Euro**, in **aumento del 10,4%** a tassi di cambio costanti (+10,4% reported).

I ricavi netti conseguiti nel primo trimestre in **Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) sono stati pari a **137,6 milioni di Euro**, in **aumento del 4,3%** a tassi di cambio costanti (+2,3% reported).

⁹ Ricavi a valore retail di tutti gli Online Flagship Stores, inclusi gli online store della Joint Venture con Kering e di NEXT ERA, 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".

¹⁰ La crescita organica dei ricavi a valore retail è calcolata a tassi di cambio e perimetro costanti, includendo il ricavo a valore retail di tutti gli Online Flagship Stores attivi alla fine di ogni periodo e che erano già attivi all'inizio dello stesso periodo dell'anno precedente. 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

L'area **Asia-Pacifico** ha confermato il momento positivo, con ricavi netti nel primo trimestre 2018 pari a **93,4 milioni di Euro**, in **aumento** del **13,4%** a tassi di cambio costanti (+2,5% reported), principalmente trainati da Hong Kong e dal Giappone.

Infine, nel primo trimestre 2018, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato ricavi netti pari a **30,1 milioni di Euro**, in **crescita** del **4,9%** a tassi di cambio costanti (+0,6% reported).

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31 MARZO 2018

PIANI DI INCENTIVAZIONE

Esercizio delle stock options

Nel primo trimestre 2018, sono state emesse complessive n. 1.104.069 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 316.374 opzioni relative a piani di Stock Option in essere (n. 15.445 opzioni con un rapporto 1:52 e n. 300.929 con un rapporto di 1:1).

Inoltre, dopo il 31 marzo 2018, sono state emesse complessive n. 106.233 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 106.233 opzioni relative a piani di Stock Option in essere.

Per effetto di quanto precede, e a fronte dell'esercizio da parte di Richemont Holdings (UK) Limited di convertire n. 395.768 e 5.166 azioni B in azioni ordinarie per riportare la propria partecipazione al 25% del capitale votante, alla data odierna il nuovo capitale sociale è pari a Euro 1.351.865,95 rappresentato da complessive n. 135.186.595 azioni senza valore nominale, suddiviso in complessive n. 92.774.384 azioni ordinarie e n. 42.412.211 azioni B.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE PER L'ESERCIZIO 2018

Alla luce della posizione di leadership del Gruppo nell'e-commerce di lusso e delle buone prospettive del mercato retail online, YOOX NET-A-PORTER GROUP prevede di conseguire una crescita organica dei ricavi netti in linea con il proprio Piano Strategico. È verosimile attendersi che tutte le linee di business del Gruppo e i principali mercati geografici contribuiscano positivamente a tale crescita. Il Gruppo si attende altresì di ottenere un miglioramento del margine a livello di EBITDA adjusted a tassi di cambio costanti.

Il Gruppo prevede di investire tra 170 e 180 milioni di Euro circa e di migliorare l'assorbimento di cassa rispetto al 2017. Gli investimenti saranno dedicati principalmente alla convergenza sulla nuova piattaforma omni-stock e allo sviluppo in corso della nuova piattaforma tecnologica condivisa. Forte focus sarà dedicato all'innovazione del canale mobile e al rilascio di nuove funzionalità di localizzazione e omni-channel. Il Gruppo ha inoltre in programma l'apertura del nuovo centro di distribuzione dedicato alla divisione In-Season nei pressi di Milano e l'ampliamento del polo logistico di Interporto, Bologna.

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

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 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.

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 3 milioni di clienti attivi, più di 840 milioni di visite in tutto il mondo e ricavi netti consolidati pari a 2,1 miliardi di Euro nel 2017. Il Gruppo ha centri tecno-logistici e uffici in Stati Uniti, Europa, Medio Oriente, 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

LinkedIn: [YOOX NET-A-PORTER GROUP](#) | Twitter: [@YNAP](#) | Instagram: [@YNAP](#)

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 1 – TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO		FINE DEL PERIODO	
	1Q 2017	1Q 2018	31/12/2017	31/03/2018
EUR USD	1,065	1,229	1,199	1,232
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(13,4%)	1,2%	(13,2%)
EUR GBP	0,860	0,883	0,887	0,875
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(2,6%)	(12,2%)	(2,2%)
EUR JPY	121,014	133,166	135,010	131,150
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(9,1%)	7,6%	(8,8%)
EUR CNY	7,335	7,815	7,804	7,747
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(6,1%)	(3,4%)	(4,9%)
EUR RUB	65,522	69,929	69,392	70,890
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(10,6%)	4,2%	(14,9%)
EUR HKD	8,264	9,622	9,372	9,670
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(14,1%)	0,5%	(14,1%)
EUR KRW	1.227,289	1.317,650	1.279,610	1.310,890
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(6,9%)	3,5%	(8,9%)
EUR AUD	1,406	1,563	1,535	1,604
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(10,1%)	(3,4%)	(12,8%)
EUR CAD	1,410	1,554	1,504	1,590
% apprezz. / (deprez.) annuale vs. EUR		(9,3%)	(1,4%)	(10,3%)