

COMUNICATO STAMPA
15 GENNAIO 2018

YOOX NET-A-PORTER GROUP Ricavi Netti Preliminari 2017

**RICAVI NETTI RECORD NEL 2017: SUPERATI I 2 MILIARDI DI EURO,
CON UNA CRESCITA ORGANICA DEL +17% NELL'ANNO**

FY 2017

- **Ricavi netti** nel 2017 pari a **2,1 miliardi** di Euro, con una **crescita organica**¹ del **16,9%** (+11,8% reported) rispetto a 1,9 miliardi di Euro del 2016
 - Crescita positiva di tutte e tre le linee di business: ricavi netti Multimarca In-Season in aumento del 18,3%; ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 14,9%, Online Flagship Stores a valore retail (GMV²) in progresso del 20,8%
 - Solida crescita in tutti i principali mercati di riferimento
- **Principali metriche di business:**
 - **842,2 milioni di visite**, rispetto a 715,5 milioni nel 2016
 - **9,5 milioni di ordini**, rispetto a 8,4 milioni nel 2016
 - **328 Euro l'AOV** (Average Order Value), rispetto a 334 Euro nel 2016, attribuibile ad un andamento sfavorevole dei tassi di cambio
 - **3,1 milioni di clienti attivi**, rispetto a 2,9 milioni nel 2016

4Q 2017

- **Ricavi netti** nel **quarto trimestre** pari a **575,1 milioni** di Euro, con una **crescita organica** del **13,2%** (+6,9% reported) rispetto a 538,2 milioni di Euro nel quarto trimestre del 2016, impattata da un effetto non ricorrente riconducibile alla temporanea riduzione dell'assortimento di prodotto su THE OUTNET legato al processo di migrazione

“E’ stato un anno molto positivo. Nel quarto trimestre abbiamo registrato solide performance in tutto il nostro business. In particolare NET-A-PORTER, MR PORTER e YOOX sono andati molto bene. I ricavi di THE OUTNET sono stati impattati, per un breve periodo, dalla migrazione dei suoi centri logistici. Questa situazione è ormai alle nostre spalle e la disponibilità di prodotto è stata nuovamente ripristinata. Voglio ringraziare tutto il team di YNAP per l’eccellente lavoro svolto nel corso dell’anno”.

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

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 e relativi al modello di partnership 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".

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	2017	%	2016	%	REPORTED	CAMBI COST.	ORGANICA
Multimarca In-Season	1.083,9	51,8%	968,6	51,8%	+11,9%	+15,8%	+18,3%
Multimarca Off-Season	789,6	37,8%	696,8	37,2%	+13,3%	+14,9%	+14,9%
Online Flagship Stores	217,5	10,4%	205,3	11,0%	+5,9%	+8,5%	+20,8%*
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	2.091,0	100,0%	1.870,7	100,0%	+11,8%	+14,6%	+16,9%

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

Milioni di Euro	2017	%	2016	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	CAMBI COST.
Italia	142,6	6,8%	124,8	6,7%	+14,2%	+14,3%
Regno Unito	286,8	13,7%	269,9	14,4%	+6,2%	+13,7%
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	548,6	26,2%	488,1	26,1%	+12,4%	+12,0%
Nord America	632,2	30,3%	573,9	30,7%	+10,2%	+12,8%
Asia Pacifico	355,8	17,0%	302,3	16,2%	+17,7%	+22,2%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica	125,1	6,0%	111,7	6,0%	+12,0%	+18,2%
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	2.091,0	100,0%	1.870,7	100,0%	+11,8%	+14,6%

Milioni di Euro	4Q 2017	%	4Q 2016	%	REPORTE	VARIAZIONE%	
						CAMBI COST.	ORGANICA ¹
Multimarca In-Season	295,1	51,3%	263,4	48,9%	+12,0%	+16,8%	
Multimarca Off-Season	204,4	35,5%	200,6	37,3%	+1,9%	+6,6%	
Online Flagship Stores	75,7	13,2%	74,3	13,8%	+1,9%	+5,9%	+22,1%*
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	575,1	100,0%	538,2	100,0%	+6,9%	+11,5%	+13,2%

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

Milioni di Euro	4Q 2017	%	4Q 2016	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	CAMBI COST.
Italia	44,0	7,7%	37,4	7,0%	+17,7%	+17,7%
Regno Unito	84,5	14,7%	78,2	14,5%	+8,0%	+10,3%
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	147,0	25,5%	134,4	25,0%	+9,4%	+11,2%
Nord America	171,1	29,8%	172,9	32,1%	-1,0%	+7,6%
Asia Pacifico	95,1	16,5%	88,1	16,4%	+8,0%	+14,2%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica	33,3	5,8%	27,2	5,0%	+22,5%	+23,5%
Totale YOOX NET-A-PORTER GROUP	575,1	100,0%	538,2	100,0%	+6,9%	+11,5%

Milano, 15 gennaio 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 preliminari³ e le principali metriche di business di YOOX NET-A-PORTER GROUP relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017, raffrontati con i medesimi dati finanziari relativi all'anno precedente.

Si precisa che i risultati annuali saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione il 6 marzo 2018.

³ Ricavi netti preliminari per l'esercizio 2017 non certificati. I dati del quarto trimestre del 2017 sono calcolati come differenza tra i ricavi netti preliminari annuali e quelli dei primi nove mesi dell'anno.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

DATI FINANZIARI DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER L'ESERCIZIO AL 31 DICEMBRE 2017 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Principali metriche di business⁴

Milioni di Euro	2017	2016	4Q 2017	4Q 2016
Numero di visite ⁵ (milioni)	842,2	715,5	255,7	205,4
Numero di ordini (milioni)	9,5	8,4	2,7	2,4
AOV ⁶ (Euro)	328	334	322	339
Numero di clienti attivi ⁷ (milioni)	3,1	2,9		

Nel 2017, gli online store di YOOX NET-A-PORTER GROUP hanno registrato **842 milioni di visite** rispetto a 715 milioni nel 2016. La performance del **quarto trimestre** è stata particolarmente **significativa**, registrando un **numero di visite** in **crescita** del **24,5%**, con una performance eccezionale delle visite di YOOX grazie alla nuova campagna di marketing.

In **aumento** anche gli **ordini**, pari a **9,5 milioni nell'anno** e a 2,7 milioni nell'ultimo trimestre del 2017.

L'**Average Order Value (AOV)**, IVA esclusa, si è attestato a **328 Euro** nel 2017. Tale risultato è riconducibile all'andamento sfavorevole dei tassi di cambio, registrato specialmente nell'ultimo trimestre dell'anno, con un conseguente AOV del quarto trimestre pari a 322 Euro.

Infine, il numero dei **clienti attivi** è pari a **3,1 milioni** al 31 Dicembre 2017, in **crescita** rispetto a 2,9 milioni al 31 Dicembre 2016.

Ricavi Netti Consolidati

Nell'**esercizio 2017**, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **2,1 miliardi** di Euro, con una **crescita organica** del **16,9%** (+11,8% reported) rispetto a ricavi netti pari a 1,9 miliardi nel 2016. Nel **quarto trimestre** del 2017, i ricavi netti sono stati pari a **575,1 milioni** di Euro, in **aumento** del **13,2%** su base **organica** (+6,9% reported), rispetto ai ricavi netti pari a 538,2 milioni di Euro nello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Il 2017 è stato il **primo anno** in cui le **vendite da mobile hanno superato il 50%** delle vendite del Gruppo⁸, riaffermando la scelta strategica di YOOX NET-A-PORTER GROUP di puntare sul mobile come **fattore chiave per la crescita**. Tra i siti del Gruppo, YOOX ha registrato la più **alta penetrazione** di vendite **da mobile**, raggiungendo il **massimo storico** del **96%** in occasione del Cyber Monday. All'intero del canale, le app native hanno ottenuto risultati straordinari. In particolare, tra le app del Gruppo, quella di YOOX, grazie ai continui miglioramenti nelle funzionalità di ricerca testuale e nella user experience, è quella che ha riportato l'incremento più significativo del rating della propria app sull'Apple app store nel 2017. L'**app nativa** è stata infatti il **principale fattore** che ha trainato la **crescita delle vendite da mobile di YOOX**, la cui performance, nel 2017, **ha superato** quella del resto del Gruppo. Anche l'**app nativa di NET-A-PORTER** ha ottenuto risultati eccellenti nel corso dell'esercizio, riportando il **maggior numero di visite** per utente, confermandosi uno **strumento chiave per l'interazione** con la sua **clientela alto-spendente**.

⁴ 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 sono escluse

⁵ Fonte: Adobe Analytics per NET-A-PORTER, MR PORTER e THE OUTNET; Google Analytics Premium per YOOX, THECORNER, SHOESCRIBE e gli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP"

⁶ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁷ 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.

⁸ Fonte: vendite preliminari per l'esercizio 2017, al netto dei resi e degli sconti concessi ai clienti

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

Multimarca In-Season

Nel 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 **1,1 miliardi** di Euro, con una **crescita organica⁹ del 18,3%**. Includendo la performance di THECORNER e SHOESCRIBE - chiusi il 31 agosto 2016 - la linea di business In-Season ha registrato una crescita del 15,8% a tassi di cambio costanti nel 2017 (+11,9% reported), rispetto a ricavi netti pari a 968,6 milioni di Euro nel 2016.

Nel **quarto trimestre** del 2017, la linea di business Multimarca In-Season ha registrato ricavi netti pari a 295,1 milioni di Euro, in **aumento del 16,8%** a tassi di cambio costanti (+12,0% reported) rispetto a ricavi netti pari a 263,4 milioni di Euro nello stesso periodo dell'anno precedente.

Nel 2017, NET-A-PORTER e MR PORTER hanno ulteriormente arricchito il proprio portafoglio unico di brand del lusso più ambiti e prestigiosi al mondo con **nuovi importanti marchi di moda e dell'hard luxury e capsule collection esclusive**. Tra questi, Alaïa, che ha scelto NET-A-PORTER come il proprio retail partner online esclusivo per il ready-to-wear, e l'esclusiva capsule collection MR PORTER X GUCCI. La categoria Alta Gioielleria e Orologeria ha visto il lancio di numerosi brand iconici, tra cui **Cartier** nel secondo trimestre, **Baume & Mercier** nel terzo trimestre, e **Boucheron, Chopard, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai e TAG Heuer** nel **quarto trimestre** dell'anno.

Nel quarto trimestre del 2017 **MR PORTER** ha inoltre lanciato il **proprio brand, Mr P.**, con riscontri molto positivi dei clienti e in termini di vendite. *Mr P.* è infatti uno dei brand di maggior successo tra quelli lanciati su MR PORTER fin dal suo esordio.

Nel quarto trimestre dell'anno, l'innovativo servizio di personal shopping **"You try, we wait"**, dedicato alla clientela alto spendente di NET-A-PORTER e MR PORTER, è stato **lanciato a New York e a Hong Kong**, facendo leva sul successo riscosso con il precedente lancio a Londra.

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

Multimarca Off-Season

Nel 2017, la linea di business **Multimarca Off-Season**, che comprende le attività dei negozi online [YOOX](#) e [THE OUTNET](#), ha conseguito ricavi netti pari a **789,6 milioni** di Euro, in **crescita del 14,9%** a tassi di cambio costanti (+13,3% reported), rispetto a ricavi netti pari a 696,8 milioni nel 2016. Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti consolidati della linea di business Multimarca Off-Season sono stati pari a **204,4 milioni** di Euro, in **aumento del 6,6%** a tassi di cambio costanti (+1,9% reported) rispetto a ricavi netti pari a 200,6 milioni di Euro nello stesso periodo dell'anno precedente. Tale risultato è stato conseguito grazie ad una **solida performance** di YOOX, che è stata in parte controbilanciata dall'effetto non ricorrente riconducibile alla temporanea riduzione dell'assortimento di prodotto su THE OUTNET legato al processo di migrazione.

Nel corso dell'esercizio, YOOX e THE OUTNET hanno continuato, con notevoli progressi, ad arricchire il proprio portafoglio. **Versace e Sergio Rossi** hanno infatti debuttato su YOOX nel quarto trimestre, mentre Altuzarra e Tabitha Simmons sono stati tra le più importanti novità su THE OUTNET. **Iris & Ink**, la private label di THE OUTNET, ha inoltre rafforzato il proprio assortimento con il lancio dell'**activewear** e del **beachwear**.

Nel 2017, YOOX ha lanciato **numerose campagne di marketing** con l'obiettivo di aumentare l'awareness e il livello di engagement dei clienti in mercati chiave come l'Italia, Hong Kong e il Giappone. Tali campagne sono state caratterizzate da un media mix omni-canale, dai tradizionali canali digital e social all'out-of-home advertising, radio, cinema e TV. Le iniziative hanno registrato un forte successo, contribuendo ad accrescere in modo significativo le visite su YOOX, che ha infatti visto una crescita del traffico superiore al resto del Gruppo.

⁹ 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 2016. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base dell'attuale perimetro.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

La performance di YOOX ha inoltre beneficiato dell'ottimo inizio delle **attività di vendita** della **joint venture** del Gruppo **con Alabbar** nel Medio Oriente, avvenuto nel quarto trimestre dell'anno, a seguito dell'apertura di un nuovo ufficio e di un centro logistico locali.

Complessivamente, al 31 dicembre 2017, la linea di business Multimarca Off-Season ha rappresentato il **37,8%** 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 **2017**, i ricavi netti a valore retail ("**GMV**"¹⁰) di questa linea di business sono **cresciuti del 20,8%** su base **organica**¹¹. Considerato il perimetro netto negativo riconducibile alle chiusure, la linea di business Online Flagship Stores ha conseguito ricavi netti pari a **217,5 milioni** di Euro, in **aumento del 8,5%** a tassi di cambio costanti (+5,9% reported) rispetto a ricavi netti pari a 205,3 milioni di Euro nel 2016.

Nel **quarto trimestre** del 2017, questa linea di business ha registrato ricavi netti a valore retail ("**GMV**") in **crescita del 22,1%** su base **organica**, e ricavi netti consolidati pari a **75,7 milioni**, in **aumento del 5,9%** a tassi di cambio costanti (+1,9% reported). Tale risultato è stato raggiunto nonostante il confronto fortemente sfidante (il GMV degli Online Flagship Stores era accelerato al 34,6% nel quarto trimestre del 2016, rispetto a 25,7% nel terzo trimestre), grazie ad un'ottima performance della joint venture con Kering e del resto del portafoglio monomarca.

Il 2017 ha visto la linea di business Online Flagship Stores rafforzare ulteriormente le proprie relazioni con le principali maison del lusso.

In particolare, **YNAP** e **Valentino** hanno avviato una **partnership per il lancio del nuovo modello di business omni-channel di YNAP, NEXT ERA**, che debutterà su valentino.com nel 2018. Una volta avviato, NEXT ERA permetterà ai Brand di offrire nuove modalità di spedizione in tempi più rapidi e un assortimento online di prodotti senza precedenti, facendo leva sull'inventario del Brand presente sia presso il network logistico globale di YNAP, sia nelle boutique fisiche e nei centri logistici del Brand, creando così una "visione unica dell'inventario". NEXT ERA permetterà altresì ai Brand di effettuare una profilazione completa della propria base clienti e una visione integrata delle interazioni in negozio e online, potendo così continuamente migliorare l'esperienza d'acquisto, dal prodotto - in negozio e a sito - al marketing e al servizio, creando così una "visione unica del cliente".

A luglio 2017, YNAP ha completato con successo la prima delle fasi di sviluppo di NEXT ERA che consentirà di avere una "visione unica dell'inventario". YNAP permetterà così a Valentino di poter implementare la visione integrata del proprio inventario.

Inoltre, a luglio, è stato siglato con Ferrari S.p.A. un **accordo globale pluriennale** per la progettazione e gestione del **nuovo Online Flagship Store di Ferrari**, che vanta già una base clienti consolidata e un business e-commerce avviato e di dimensioni significative. Il lancio è previsto per il primo trimestre del 2018.

A giugno è stato **lanciato** il nuovo Online Flagship Store di **Isabel Marant** in Europa, Stati Uniti e nell'area Asia-Pacifico, inclusa la Cina.

Le **partnership già esistenti** con **Armani** e **Chloé** sono state **estese** nel corso dell'anno: in particolare, il marchio A|X Armani Exchange, inizialmente attivo solo in Nord America, è stato esteso anche in Europa nei primi nove mesi del 2017, mentre la linea See By Chloé è stata aggiunta su chloe.com a giugno 2017.

¹⁰ Ricavi a valore retail di tutti gli Online Flagship Stores, inclusi gli online store della Joint Venture con Kering e la partnership 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".

¹¹ 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

Infine, il Gruppo ha rilasciato **funzionalità omni-channel già esistenti** per numerosi partner Online Flagship Stores del Gruppo.

Complessivamente, al 31 Dicembre 2017, la linea di business Online Flagship Stores rappresentava il **10,4%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

Nel 2017 YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato crescita positive in tutti i principali mercati di riferimento. Tale risultato è stato conseguito nonostante l'effetto non ricorrente riconducibile alla temporanea riduzione dell'assortimento di prodotto su THE OUTNET legato al processo di migrazione, che ha penalizzato tutte le regioni, ed in particolare il Regno Unito e il Nord America.

Il **Regno Unito** ha chiuso il **2017** con ricavi netti pari a **286,8 milioni** di Euro, in **aumento del 13,7%** a tassi di cambio costanti (+6,2% reported, impattati dalla svalutazione del tasso di cambio Euro/Sterlina) rispetto a 269,9 milioni di Euro nel 2016. Nel **quarto trimestre** i ricavi netti del Regno Unito sono stati pari a **84,5 milioni** di Euro, in **aumento del 10,3%** a tassi di cambio costanti (+8,0% reported).

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, ha conseguito nell'anno ricavi netti pari a **632,2 milioni** di Euro, in **aumento del 12,8%** a tassi di cambio costanti (+10,2% reported, penalizzati dalla svalutazione del tasso di cambio Euro/Dollaro Statunitense). Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti del Nord America si sono attestati a **171,1 milioni** di Euro, in **aumento del 7,6%** a tassi di cambio costanti (-1,0% reported), rispetto a 172,9 milioni di Euro nello stesso periodo dell'esercizio precedente.

L'**Italia**, nell'esercizio **2017**, ha registrato ricavi netti pari a **142,6 milioni** di Euro, in **aumento del 14,3%** a tassi di cambio costanti (+14,2% reported) rispetto a 124,8 milioni di Euro nel 2016. Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti si sono attestati a **44,0 milioni** di Euro, in **aumento del 17,7%** a tassi di cambio costanti e correnti. Tale crescita è stata principalmente trainata da YOOX, che ha beneficiato delle campagne di marketing e di branding lanciate prima delle festività.

Nel **2017**, i ricavi netti conseguiti in **Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) sono stati pari a **548,6 milioni** di Euro, in **aumento del 12,0%** a tassi di cambio costanti (+12,4% reported). Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti sono stati pari a **147,0 milioni** di Euro, in aumento dell'**11,2%** a tassi di cambio costanti (+9,4% reported).

I ricavi netti **annuali** nell'area **Asia Pacifico** sono stati pari a **355,8 milioni di Euro**, in **aumento del 22,2%** a tassi di cambio costanti (+17,7% reported). Nel **quarto trimestre** i ricavi netti sono stati pari a **95,1 milioni di Euro**, in **crescita del 14,2%** a tassi di cambio costanti (+8,0% reported): questo risultato è stato trainato dalla solida performance di YOOX ad Hong Kong, che ha beneficiato della campagna di branding lanciata con successo a ottobre 2017, con un conseguente aumento significativo dell'engagement e del tasso di acquisizione di clienti.

Infine, nel 2017 l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato ricavi netti pari a **125,1 milioni di Euro**, in **crescita del 18,2%** a tassi di cambio costanti (+12,0% reported). Questo risultato ha beneficiato di una **crescita** dei ricavi netti nel **quarto trimestre** del **23,5%** a tassi di cambio costanti (+22,5% reported), trainata dagli eccellenti risultati conseguiti da YOOX a seguito dell'avvio delle attività di vendita della JV con Alabbar.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

PIANI DI INCENTIVAZIONE

Piano di Stock Option 2015 - 2025

Nel quarto trimestre del 2017, in esecuzione del Regolamento del Piano di Stock Option YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. 2015 - 2025, sono state assegnate complessive n. 272.000 opzioni, valide per la sottoscrizione di 272.000 azioni ordinarie YNAP.

Per ulteriori informazioni sui termini e le condizioni dei Piani di Stock Option in essere, si rinvia ai comunicati stampa già diffusi 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.

Esercizio delle Stock Options

Nel corso del 2017, sono state emesse complessivamente n. 234.988 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di n. 4.519 opzioni relative ai piani di Stock Option in essere.

Inoltre, successivamente alla chiusura dell'esercizio al 31 Dicembre 2017, sono state emesse complessivamente n. 86.424 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di n. 1.662 opzioni relative ai piani di Stock Option in essere.

Per effetto di quanto precede, alla data odierna il nuovo capitale sociale è pari a 1.340.627,17 Euro suddiviso in complessive n. 134.062.717 azioni senza valore nominale, di cui n. 91.249.572 azioni ordinarie e n. 42.813.145 azioni B.

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

Analyst/Investor contacts

Silvia Scagnelli
Corporate Development & Investor Relations Director
T +39 02 83112811
investor.relations@ynap.com

Media contacts

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

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

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP

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

ANNEX 1 – TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO				FINE DEL PERIODO				
	2017	2016	4Q 2017	4Q 2016	31/12/2017	30/09/2017	30/06/2017	31/03/2017	31/12/2016
EUR USD	1,130	1,107	1,177	1,078	1,199	1,181	1,141	1,069	1,054
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	(2,0%)		(8,4%)		(12,1%)	(5,5%)	(2,7%)	6,5%	3,3%
EUR GBP	0,877	0,819	0,887	0,869	0,887	0,882	0,879	0,856	0,856
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	(6,5%)		(2,1%)		(3,5%)	(2,4%)	(6,0%)	(7,5%)	(14,3%)
EUR JPY	126,711	120,197	132,898	117,918	135,010	132,820	127,750	119,550	123,400
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	(5,1%)		(11,3%)		(8,6%)	(14,9%)	(10,7%)	7,0%	6,2%
EUR CNY	7,629	7,352	7,789	7,369	7,804	7,853	7,739	7,364	7,320
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	(3,6%)		(5,4%)		(6,2%)	(5,2%)	(4,7%)	(0,2%)	(3,5%)
EUR RUB	65,938	74,145	68,800	67,997	69,392	68,252	67,545	60,313	64,300
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	12,4%		(1,2%)		(7,3%)	3,3%	5,9%	26,5%	25,5%
EUR HKD	8,805	8,592	9,193	8,370	9,372	9,221	8,907	8,307	8,175
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	(2,4%)		(9,0%)		(12,8%)	(6,1%)	(3,3%)	6,3%	3,2%
EUR KRW	1.276,740	1.284,181	1.303,040	1.249,517	1.279,610	1.351,830	1.304,560	1.194,540	1.269,360
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	0,6%		(4,1%)		(0,8%)	(9,0%)	(2,0%)	8,4%	0,9%
EUR AUD	1,473	1,488	1,532	1,438	1,535	1,508	1,485	1,398	1,460
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	1,0%		(6,1%)		(4,9%)	(2,8%)	0,5%	5,9%	2,1%
EUR CAD	1,465	1,466	1,496	1,440	1,504	1,469	1,479	1,427	1,419
Apprez. / (Deprez.) vs. EUR	0,1%		(3,7%)		(5,7%)	0,0%	(2,7%)	3,3%	6,5%