

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1136-11-2017	Data/Ora Ricezione 07 Febbraio 2017 17:39:42	MTA
--	--	-----

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP

Identificativo : 84844

Informazione

Regolamentata

Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio

Tipologia : IRAG 10

Data/Ora Ricezione : 07 Febbraio 2017 17:39:42

Data/Ora Inizio : 07 Febbraio 2017 17:54:43

Diffusione presunta

Oggetto : Dati Preliminari 2016

Testo del comunicato

Vedi allegato.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

7 FEBBRAIO 2017

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi Netti Preliminari 2016

CRESCITA ORGANICA DEI RICAVI NETTI A +17,7% NEL 2016

PROSEGUE CON SUCCESSO L'AMBIZIOSO PIANO DI INTEGRAZIONE DEL GRUPPO

- **Ricavi netti nel quarto trimestre** pari a **538 milioni** di Euro, con una **crescita organica¹** del **19,2%** (+11,4% reported), in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno (crescita organica +17,1%)
 - Buona performance di tutte le linee di business: ricavi netti Multimarca In-Season in aumento del 17,6%, ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 16,3%, Online Flagship Stores a valore retail (GMV²) in aumento del 34,6%
 - Solida crescita in tutti i principali mercati

- **Ricavi netti nel 2016** pari a **1.871 milioni** di Euro, con una **crescita organica** del **17,7%** (+12,4% reported)

- **Principali metriche di business:**
 - **28,8 milioni** la **media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 26,7³ milioni nel 2015
 - **8,4 milioni** di **ordini**, rispetto a 7,1 milioni nel 2015
 - **334 Euro** l'**AOV** (Average Order Value), rispetto a 352 Euro nel 2015, principalmente per effetto di un andamento sfavorevole dei tassi di cambio
 - **2,9 milioni** di **clienti attivi**, rispetto a 2,5 milioni nel 2015

Milioni di Euro	4Q 2016	%	4Q 2015	%	REPORTED	VARIAZIONE %	
						CAMBI COST.	ORGANICA ¹
Multimarca In-Season	263,4	48,9%	249,3	51,6%	+5,7%	+11,6%	+17,6%
Multimarca Off-Season	200,5	37,3%	175,7	36,4%	+14,1%	+16,3%	+16,3%
Online Flagship Stores	74,3	13,8%	58,3	12,1%	+27,4%	+30,8%	+34,6%*
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	538,2	100,0%	483,3	100,0%	+11,4%	+15,7%	+19,2%

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

Milioni di Euro	4Q 2016	%	4Q 2015	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	COSTANTI
Italia	37,4	7,0%	35,8	7,4%	+4,5%	+4,8%
Regno Unito	78,2	14,5%	79,6	16,5%	-1,7%	+16,6%
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	134,4	25,0%	121,9	25,2%	+10,2%	+11,0%
Nord America	172,9	32,1%	151,0	31,2%	+14,5%	+13,6%
Asia Pacifico	88,1	16,4%	66,5	13,8%	+32,4%	+36,0%
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geogr.	27,2	5,0%	28,4	5,9%	-4,3%	+10,2%
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	538,2	100,0%	483,3	100,0%	+11,4%	+15,7%

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".

³ La media mensile dei visitatori unici 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 del 2015 sia 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	2016	%	2015		REPORTED	VARIAZIONE %	
			PRO-FORMA	%		CAMBI COST.	ORGANICA ¹
Multimarca In-Season	968,6	51,8%	893,3	53,7%	+8,4%	+13,0%	+16,0%
Multimarca Off-Season	696,8	37,2%	596,4	35,8%	+16,8%	+19,5%	+19,5%
Online Flagship Stores	205,3	11,0%	175,3	10,5%	+17,1%	+19,0%	+23,7%*
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	1.870,7	100,0%	1.665,0	100,0%	+12,4%	+16,0%	+17,7%

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

Milioni di Euro	2016	%	2015		REPORTED	VARIAZIONE %	
			PRO-FORMA	%		COSTANTI	
Italia	124,8	6,7%	110,9	6,7%	+12,5%	+12,6%	
Regno Unito	269,9	14,4%	263,9	15,8%	+2,3%	+15,3%	
Europa (esclusi Italia e Regno Unito)	488,1	26,1%	439,5	26,4%	+11,1%	+13,2%	
Nord America	573,9	30,7%	503,1	30,2%	+14,1%	+14,0%	
Asia Pacifico	302,3	16,2%	242,3	14,6%	+24,8%	+27,1%	
Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geogr.	111,7	6,0%	105,3	6,3%	+6,0%	+16,5%	
Totale YOOX NET-A-PORTER-GROUP	1.870,7	100,0%	1.665,0	100,0%	+12,4%	+16,0%	

“YNAP ha registrato una solida performance nel 2016, in accelerazione nell’ultimo trimestre rispetto ai primi nove mesi su base organica.

Questo dimostra la nostra capacità di crescere mentre continuiamo a investire sul nostro futuro. La rapida realizzazione del nostro ecosistema di Gruppo sta ponendo le basi per un business di successo, solido e di lungo termine. Nel frattempo, abbiamo lanciato in esclusiva nuovi prestigiosi brand e siamo stati i primi a muoverci nell’hard luxury; il mobile oggi rappresenta quasi la metà delle nostre vendite ed è il risultato di un’innovazione costante e di contenuti e design nuovi e ineguagliabili.

Rafforzando ulteriormente la nostra struttura manageriale, è un piacere dare il benvenuto a due figure chiave, Matt Woolsey e Deborah Lee, rispettivamente Managing Director di NET-A-PORTER e Chief People Officer del Gruppo, nel nostro dream team che continuerà a crescere anche nel 2017. Sono estremamente orgoglioso di poter contare su una combinazione di nuovi talenti e manager esperti che sono certo sapranno portare il business di YNAP verso i prossimi traguardi”.

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

Milano, 7 febbraio 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 preliminari e le principali metriche di business di YOOX NET-A-PORTER GROUP relativi all’esercizio al 31 dicembre 2016, raffrontati con i medesimi dati finanziari⁴ pro-forma relativi all’anno precedente.

Si precisa che i risultati annuali saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione l’1 marzo 2017.

⁴ In questo documento, i dati pro-forma si riferiscono ai dati pro-forma relativi all’esercizio al 31 dicembre 2015, che sono stati redatti aggregando i dati storici di YOOX GROUP e di THE NET-A-PORTER GROUP Limited, per poi operare le rettifiche al fine di simulare gli effetti economici della fusione sull’andamento economico di YOOX NET-A-PORTER GROUP come se tale operazione fosse virtualmente avvenuta all’inizio dell’esercizio 2015 (1 gennaio 2015). Per maggiori informazioni sui criteri di formazione di tali dati pro-forma e sulle limitazioni circa il contenuto informativo degli stessi, si faccia riferimento all’informazione contenuta nel comunicato stampa dei risultati FY2015 pubblicato sul sito del Gruppo www.ynap.com.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

DATI FINANZIARI DI YOOX NET-A-PORTER GROUP PER L'ESERCIZIO AL 31 DICEMBRE 2016 E RELATIVI DATI COMPARATIVI

Principali metriche di business⁵

	2016	2015 PRO-FORMA
Numero di visitatori unici al mese ⁶ (milioni)	28,8	26,7 ⁷
Numero di ordini (milioni)	8,4	7,1
AOV ⁸ (Euro)	334	352
Numero di clienti attivi ⁹ (milioni)	2,9	2,5

Nel 2016, la **media mensile di visitatori unici** degli online store di YOOX NET-A-PORTER GROUP è salita a **28,8 milioni** rispetto a 26,7 milioni nel 2015.

Il numero di ordini è altresì cresciuto raggiungendo **8,4 milioni**, in aumento del **18,2%** rispetto all'anno precedente, con un **Average Order Value (AOV)**, IVA esclusa, che si è attestato a **334 Euro**, rispetto a 352 Euro nel 2015, principalmente per effetto di un andamento sfavorevole dei tassi di cambio.

In crescita anche il numero di **clienti attivi** pari a **2,9 milioni** al 31 dicembre 2016, rispetto a 2,5 milioni al 31 dicembre 2015.

Ricavi Netti Consolidati

Nel **quarto 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 **538,2 milioni** di Euro, con una **crescita organica**¹⁰ del **19,2%** (+11,4% reported¹⁰), in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno.

Il risultato raggiunto nel quarto trimestre si è tradotto in ricavi netti pari a **1.870,7 milioni** di Euro nell'esercizio **2016**, in **aumento** del **17,7%** su **base organica** (+12,4% reported) rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 1.665,0 milioni di Euro nel 2015.

Ricavi Netti Consolidati per Linea di Business

Multimarca In-Season

Nel **quarto trimestre** del 2016, la linea di business **Multimarca In-Season**, che include [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#), ha registrato ricavi netti consolidati pari a **263,4 milioni di Euro**, con una **crescita organica**¹¹ del **17,6%**, in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno. Questa performance è il risultato di un portafoglio di marchi sempre più esclusivo dei brand più ambiti e prestigiosi al mondo, oltre che di iniziative di marketing volte alla base clienti più alto spendenti lanciate con successo nell'ultimo trimestre.

⁵ 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.

⁶ 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 nel 2016 e THE OUTNET; Adobe Analytics e Flurry per NET-A-PORTER e MR PORTER nel 2015, Google Analytics per YOOX, THECORNER, SHOESCRIBE e gli Online Flagship Stores "Powered by YOOX NET-A-PORTER GROUP".

⁷ La media mensile dei visitatori unici 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 del 2015 sia 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.

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 esposto è calcolato come somma dei clienti attivi di ogni online store nel periodo di riferimento.

¹⁰ 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.

¹¹ 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 quarto trimestre e dai dodici mesi del 2015 e del 2016. La crescita reported è calcolata a tassi di cambio correnti e sulla base del perimetro effettivo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Includendo THECORNER e SHOESCRIBE - che non hanno contribuito ai risultati del quarto trimestre a seguito della loro chiusura il 31 agosto 2016 - questa linea di business ha registrato un aumento del 11,6% a tassi di cambio costanti (+5,7% reported), rispetto a 249,3 milioni di Euro nell'ultimo trimestre del 2015.

Il risultato del quarto trimestre ha contribuito a conseguire ricavi netti pari a **968,6 milioni** di Euro nell'esercizio **2016**, in **aumento del 16,0%** su **base organica**. Includendo le performance di THECORNER e SHOESCRIBE - che hanno rappresentato l'1,1% dei ricavi netti del Gruppo nel 2016 - questa linea di business ha registrato una crescita del 13,0% a tassi di cambio costanti (+8,4% reported), rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 893,3 milioni di Euro nel 2015.

Nel 2016, [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#) hanno dato il via a numerose **partnership senza precedenti** con alcuni tra i principali brand del lusso a livello globale, rafforzando così il proprio posizionamento come principali destinazioni online rispettivamente per la moda di lusso femminile e per lo stile maschile. In particolare, entrambi gli online store In-season hanno visto il lancio di **PRADA**, nonché di **IWC Schaffhausen**, un traguardo significativo per la nuova categoria dell'alta orologeria e gioielleria del Gruppo.

Nel corso dell'anno, anche **Tiffany & Co.** e **Moncler** hanno debuttato su [NET-A-PORTER](#), mentre **Ermenegildo Zegna** e **Giorgio Armani** sono stati aggiunti su [MR PORTER](#).

Sono state altresì introdotte numerose **capsule collection esclusive**, tra cui **GUCCI for NET-A-PORTER** e **Moncler Gamme Bleu**; più recentemente, a novembre 2016, NET-A-PORTER ha lanciato una collezione di **abiti esclusivi** per i clienti del **Medio Oriente**, creati da alcuni dei principali designer quali Alexander McQueen e Dolce & Gabbana.

Nel 2016 [MR PORTER](#) ha arricchito ulteriormente la propria offerta di contenuti editoriali con l'introduzione di **The Daily**, che offre ogni giorno consigli originali di stile e aggiornamenti sulle ultime tendenze, oltre a una **nuova versione** di **The Style Council**, che propone suggerimenti sul lifestyle di lusso e ispirazioni dagli influencer più prestigiosi. Infine, con l'introduzione della nuova **App** per **Apple TV**, **MR PORTER** ha conseguito un altro primato nel mondo dei contenuti e dell'e-commerce di lusso, permettendo ai clienti di acquistare direttamente dai video di MR PORTER.

Infine, nel dicembre 2016 [NET-A-PORTER](#) and [MR PORTER](#) hanno vinto il premio "**Luxury Retailer of the Year 2016**" di **Luxury Daily** per il loro ineguagliabile portafoglio di marchi, la migliore esperienza clienti e l'eccellenza nei contenuti.

Complessivamente, al 31 dicembre 2016, la linea di business Multimarca In-Season rappresentava il **51,8%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Multimarca Off-Season

Nel **quarto 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 **200,5 milioni** di Euro, in **crescita del 16,3%** a tassi di cambio costanti (+14,1% reported) rispetto a ricavi netti pari a 175,7 milioni di Euro nello stesso periodo dell'anno precedente.

I ricavi netti nel **2016** sono stati pari a **696,8 milioni** di Euro, in **crescita del 19,5%** a tassi di cambio costanti (+16,8% reported), rispetto ai ricavi netti pro-forma di 596,4 milioni di Euro del 2015.

Nel corso dell'anno, [YOOX](#) e [THE OUTNET](#) hanno visto l'introduzione di nuovi importanti marchi all'interno del loro portafoglio. In particolare, YOOX ha aggiunto **Burberry Children** e, nell'ultimo trimestre dell'anno, lo shop-in-shop di **Polo Ralph Lauren**, e il **primo negozio online di Disney** dedicato alle collaborazioni con i designer di moda.

THE OUTNET ha aggiunto **Tom Ford**, **Fendi** ed **Etro** nonché ampliato la propria offerta private label, con il lancio della **prima** collezione di calzature di **Iris & Ink**.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Nel 2016 è stata lanciata anche la **nuova release** di [YOOX](#), ridisegnata con l'obiettivo di valorizzare il posizionamento del brand e offrire un'esperienza d'acquisto ancora più incentrata sul cliente, facendo leva sulle preferenze dell'utente durante la navigazione, sulle condizioni meteorologiche basate sulla geolocalizzazione e sulle abitudini d'acquisto del cliente.

Anche [THE OUTNET](#) ha rinnovato la propria **veste grafica**, ora più mobile-friendly, e ha lanciato la **prima app nativa per Android**.

Complessivamente, al 31 Dicembre 2016, la linea di business Multimarca Off-Season ha rappresentato 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 **quarto trimestre** del 2016, questa linea di business ha registrato una **forte accelerazione** della **crescita** che si è tradotta in ricavi netti consolidati pari a **74,3 milioni** di Euro, in aumento del **30,8%** a tassi di cambio costanti (+27,4% reported) rispetto a ricavi netti pari a 58,3 milioni di Euro nel quarto trimestre del 2015.

I ricavi netti a valore retail ("GMV"¹²) sono cresciuti del **34,6%** su base **organica**¹³ (+27,7% reported).

Nel **2016**, gli Online Flagship Stores hanno conseguito ricavi netti consolidati pari a **205,3 milioni** di Euro, in **aumento** del **19,0%** a tassi di cambio costanti (+17,1% reported) rispetto a ricavi netti pro-forma pari a 175,3 milioni nel 2015.

I ricavi netti a valore retail ("GMV") sono cresciuti del **23,7%** su base **organica** (+20,3% reported), con eccellenti risultati registrati dalla joint venture con Kering.

Nel 2016, un importante traguardo per la linea di business Online Flagship Stores, è stata la partnership con **Isabel Marant**. Il brand acclamato dalla critica ha siglato con YOOX NET-A-PORTER GROUP un **accordo globale** della durata di **5 anni** per la progettazione e gestione di isabelmarant.com, che verrà lanciato a giugno 2017.

In aggiunta, **sono stati lanciati** i nuovi online flagship store di **Chloé** e **Alfred Dunhill** in Europa, negli Stati Uniti e nell'area Asia-Pacifico, inclusa la Cina.

Inoltre, **A|X Armani Exchange** ha debuttato in **Nord America** a luglio 2016, come estensione della partnership globale già esistente con **Armani**, che è stata altresì **rinnovata** per ulteriori **10 anni** fino al 2025.

Altri importanti rinnovi sono stati siglati durante il corso dell'anno. In particolare, le partnership per **valentino.com**, **REDValentino.com**, **moncler.com** e **marni.com** sono state rinnovate per **ulteriori 5 anni**, fino al 2021.

Infine, in linea con la strategia del Gruppo di gestione dinamica del proprio portafoglio orientata alla profittabilità, **non sono stati rinnovati** accordi monomarca che avevano contribuito nell'esercizio 2016 complessivamente per **0,8%** dei ricavi netti di YOOX NET-A-PORTER GROUP.

Complessivamente, al 31 Dicembre 2016, la linea di business Online Flagship Stores rappresentava l'**11,0%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

¹² Ricavi a valore retail o "GMV" (Gross Merchandise Value) di tutti gli Online Flagship Stores, inclusi gli online flagship stores 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".

¹³ 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 del perimetro effettivo.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha registrato crescite organiche positive in tutti i principali mercati nel 2016.

Il **Regno Unito** ha chiuso il **quarto trimestre** del **2016** con ricavi netti pari a **78,2 milioni** di Euro, in **aumento del 16,6%** a tassi di cambio costanti (-1,7% reported, penalizzati dal deprezzamento del tasso di cambio Euro / Sterlina), in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno grazie a un aumento rilevante degli acquisti da parte della base clienti più alto spendenti. Questo miglioramento nell'ultimo trimestre, dopo un secondo e terzo trimestre che hanno risentito della Brexit, si è tradotto in una crescita del Regno Unito nel **2016** del **15,3%** a tassi di cambio costanti (+2,3% reported).

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, ha conseguito ricavi netti pari a **172,9 milioni** di Euro nel **quarto trimestre**, con una **crescita organica del 18,7%** (+14,5% reported), registrando un'**accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno (+15,5% su base organica) trainata dalle ottime performance delle linee di business In-Season e Online Flagship Stores. Nel **2016**, i ricavi netti del Nord America sono stati pari a **573,9 milioni** di Euro, in **crescita del 16,3%** su base organica (+14,1% reported) rispetto a 503,1 milioni di Euro nel 2015.

L'**Italia** ha registrato ricavi netti nel **quarto trimestre** a **37,4 milioni** di Euro, in **progresso del 4,8%** a tassi di cambio costanti (+4,5% reported). Tale performance è attribuibile a un confronto sfidante (+23,1% nel quarto trimestre del 2015) nonché a una minore propensione all'acquisto, verosimilmente attribuibile all'incertezza politica. Nel **2016**, i ricavi netti sono cresciuti a **124,8 milioni** di Euro, in **progresso del 12,6%** a tassi di cambio costanti (+12,5% reported).

Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti in **Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) sono stati pari a **134,4 milioni** di Euro, in **crescita del 11,0%** a tassi di cambio costanti (+10,2% reported), in **miglioramento** rispetto al trimestre precedente. Questo risultato riflette la forte crescita conseguita in Russia e una performance più debole in Francia e Germania. Nel **2016**, i ricavi netti conseguiti in Europa sono stati pari a **488,1 milioni** di Euro, in **aumento del 13,2%** a tassi di cambio costanti (+11,1% reported).

L'area **Asia Pacifico** ha conseguito una forte crescita, con ricavi netti del **quarto trimestre** a **88,1 milioni** di Euro, in **aumento del 36,0%** a tassi di cambio costanti (+32,4% reported), confermando l'andamento positivo già registrato nei mesi precedenti, trainata principalmente da Cina, Hong Kong e Giappone. I ricavi netti del **2016** sono stati pari a **302,3 milioni** di Euro, in **crescita del 27,1%** a tassi di cambio costanti (+24,8% reported).

Infine, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato nel **quarto trimestre** del 2016 ricavi netti pari a **27,2 milioni** di Euro, in **aumento del 10,2%** a tassi di cambio costanti (-4,3% reported). Tale risultato riflette una crescita eccellente del Medio Oriente e minori ricavi non legati ad area geografica. La performance dell'ultimo trimestre si è tradotta in ricavi netti pari a **111,7 milioni** di Euro nel **2016**, in **crescita del 16,5%** a tassi di cambio costanti (+6,0% reported).

Joint Venture con Alabbar

A novembre 2016 YOOX NET-A-PORTER GROUP e Symphony, società controllata da Alabbar, hanno siglato un **accordo di joint venture** per **dare vita al leader indiscusso nel luxury e-commerce in Medio Oriente**.

La joint venture, controllata al 60% da YOOX NET-A-PORTER GROUP, opererà nei paesi del Consiglio di Cooperazione del Golfo ("GCC") e gestirà tutti gli online store multimarca del Gruppo nell'area oltre che, in accordo con i brand, alcuni selezionati tra gli attuali e futuri Online Flagship Stores con un significativo potenziale in Medio Oriente.

La joint venture **avvierà attività operative in loco** per garantire ai clienti di lusso del Medio Oriente un'offerta completamente localizzata, permettendo così a YOOX NET-A-PORTER GROUP di **accelerare la propria crescita**

YOOX NET-A-PORTER GROUP

nell'area.

Questo accordo **ha rafforzato** ulteriormente il **rapporto già esistente** con Mohamed Alabbar, stretto quando, nell'aprile 2016, è diventato **azionista strategico** di YOOX NET-A-PORTER GROUP sottoscrivendo un aumento di capitale pari a 100 milioni di Euro.

Per maggiori informazioni si rimanda ai relativi comunicati stampa disponibili sul sito corporate del Gruppo nella sezione Investor Relations / Comunicati stampa.

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31 DICEMBRE 2016

Aggiornamenti sull'integrazione

A gennaio 2017, **in linea con le attese**, il Gruppo ha concluso con successo la **convergenza** a un **software Enterprise Resource Planning ("ERP") comune**, migrando l'ex THE NET-A-PORTER GROUP sulla soluzione già adottata dall'ex YOOX GROUP. L'ERP condiviso consente un accesso più semplice e scalabile ai sistemi di back office dell'intero Gruppo e sarà un elemento chiave per l'implementazione del programma omni-stock.

PIANI DI INCENTIVAZIONE

Esercizio di stock option

Nel corso del 2016, sono state emesse complessivamente n. 43.992 azioni ordinarie, a seguito dell'esercizio di complessive n. 846 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

Inoltre, dopo il 31 dicembre 2016, sono state emesse complessivamente n. 78.000 azioni ordinarie, a seguito dell'esercizio di complessive n. 1.500 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

Il capitale sociale alla data odierna è pertanto pari a Euro 1.338.193,05, rappresentato da complessive n. 133.819.305 azioni prive di indicazione del valore nominale, di cui n. 90.913.167 ordinarie e n. 42.906.138 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

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18,00 (CET) di oggi, martedì 7 febbraio 2017, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX NET-A-PORTER GROUP presenterà i ricavi netti preliminari 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/.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da oggi, dopo il termine della call, a martedì 28 febbraio 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

Access code: 811#

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 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 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 techno-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

ANNEX 1 - TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO				FINE DEL PERIODO				
	2016	2015	4Q 2016	4Q 2015	31/12/2016	30/09/2016	30/06/2016	31/03/2016	31/12/2015
EUR USD	1,107	1,110	1,078	1,095	1,054	1,116	1,110	1,139	1,089
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	0,2%		1,6%		3,3%	0,4%	0,8%	(5,5%)	11,5%
EUR GBP	0,819	0,726	0,869	0,722	0,856	0,861	0,827	0,792	0,734
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(11,4%)		(16,9%)		(14,3%)	(14,2%)	(13,9%)	(8,1%)	6,1%
EUR JPY	120,197	134,314	117,918	132,952	123,400	113,090	114,050	127,900	131,070
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	11,7%		12,7%		6,2%	19,1%	20,1%	0,8%	10,8%
EUR CNY	7,352	6,973	7,369	7,000	7,320	7,446	7,376	7,351	7,061
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(5,2%)		(5,0%)		(3,5%)	(4,4%)	(6,0%)	(9,3%)	6,7%
EUR RUB	74,145	68,072	67,997	72,405	64,300	70,514	71,520	76,305	80,674
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(8,2%)		6,5%		25,5%	3,9%	(12,8%)	(18,2%)	(10,3%)
EUR HKD	8,592	8,601	8,370	8,489	8,175	8,655	8,614	8,828	8,438
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	0,1%		1,4%		3,2%	0,3%	0,7%	(5,5%)	11,6%
EUR KRW	1.284,181	1.256,544	1.249,517	1.268,038	1.269,360	1.229,760	1.278,480	1.294,880	1.280,780
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(2,2%)		1,5%		0,9%	8,0%	(2,1%)	(7,9%)	3,4%
EUR AUD	1,488	1,478	1,438	1,521	1,460	1,466	1,493	1,481	1,490
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(0,7%)		5,7%		2,1%	8,7%	(2,5%)	(4,4%)	(0,5%)
EUR CAD	1,466	1,419	1,440	1,462	1,419	1,469	1,438	1,474	1,512
<i>Apprez. / (Deprez.) vs. EUR</i>	(3,2%)		1,5%		6,5%	2,3%	(3,8%)	(6,8%)	(7,0%)

Fine Comunicato n.1136-11

Numero di Pagine: 12