



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1136-14-2017	Data/Ora Ricezione 01 Marzo 2017 17:46:15	MTA
--	---	-----

Societa' : YOOX NET-A-PORTER GROUP

Identificativo : 85626

Informazione

Regolamentata

Nome utilizzatore : YOOXN04 - Valerio

Tipologia : IRED 02; IRAG 01

Data/Ora Ricezione : 01 Marzo 2017 17:46:15

Data/Ora Inizio : 01 Marzo 2017 18:01:16

Diffusione presunta

Oggetto : Risultati annuali 2016

Testo del comunicato

Vedi allegato.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

1 MARZO 2017

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Risultati 2016

CRESCITA SOLIDA E PROFITTEVOLE NEL 2016

I RISULTATI SUPPORTANO LA REALIZZAZIONE DELLA STRATEGIA DI LUNGO PERIODO

- **Ricavi netti nel 2016** pari a **1.871 milioni** di Euro, con una **crescita organica¹ del 17,7%** (+12,4% reported) rispetto a ricavi netti pro-forma² pari a 1.665 milioni di Euro nel 2015. Ricavi netti **nel quarto trimestre** in crescita del **19,2%** su base organica (+11,4% reported), in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno (crescita organica +17,1%)
 - Buona performance organica di tutte le linee di business nell'anno: ricavi netti Multimarca In-Season in aumento del 16,0%, ricavi netti Multimarca Off-Season in crescita del 19,5%, Online Flagship Stores a valore retail (GMV³) in aumento del 23,7%
 - Crescita positiva in tutti i principali mercati nel 2016
- **EBITDA adjusted⁴ nel 2016** pari a **156 milioni** di Euro, **+17,0%** rispetto a un EBITDA adjusted pro-forma pari a 133 milioni di Euro nel 2015. EBITDA a 143 milioni di Euro, +13,4% rispetto a un EBITDA pro-forma di 126 milioni nel 2015
- **Risultato netto adjusted 2016⁵** pari a **69 milioni** di Euro, **+16,0%** rispetto al risultato netto adjusted pro-forma pari a 60 milioni del 2015. Dopo 26 milioni di Euro di ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation ("PPA")⁶ al netto del relativo effetto fiscale, e 9 milioni di Euro di costi figurativi relativi ai piani di incentivazione, al netto dei relativi effetti fiscali, risultato netto pari a 34 milioni di Euro nel 2016. Tale risultato si confronta con un risultato netto pro-forma pari a 53 milioni nel 2015 che, a differenza del risultato netto del 2016, non risentiva dell'ammortamento relativo alla PPA
- **Posizione finanziaria netta positiva** pari a **105 milioni** di Euro rispetto a 62 milioni di Euro al 31 dicembre 2015
- **Principali metriche di business:**
 - **28,8 milioni** la **media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 26,7⁷ 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

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 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.

³ 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".

⁴ Esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere, al netto dei relativi effetti fiscali, e gli ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation derivante dalla fusione di YOOX GROUP e NET-A-PORTER GROUP, al netto del relativo effetto fiscale.

⁵ Il processo di Purchase Price Allocation si riferisce all'allocazione della parte identificabile dell'avviamento derivante dalla fusione di YOOX GROUP e NET-A-PORTER GROUP ad immobilizzazioni immateriali.

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.

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

“Nel 2016 YNAP ha consolidato la propria posizione di leader grazie ad una solida performance e una crescita della profittabilità.

Continuiamo a dimostrare il nostro primato in tutti i settori in cui operiamo. Un livello di servizio unico, una selezione di prodotti senza paragoni, contenuti eccellenti e un'innovazione continua fanno di noi la destinazione preferita dai clienti che ci considerano un'autorità leader nel fashion.

In costante evoluzione, stiamo forgiando l'ecosistema del luxury retail del futuro, mettendo a disposizione dei brand del lusso dei modelli di partnership pensati su misura.”

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

Milano, 1 Marzo 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 e approvato il Progetto di Bilancio per l'esercizio 2016, che verrà sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti, nonché il Bilancio Consolidato di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, raffrontato con i dati finanziari pro-forma relativi all'anno precedente.

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

Ricavi Netti Consolidati

Nel **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 **1.870,7 milioni** di Euro, 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.

Nel **quarto trimestre** del 2016 i ricavi netti consolidati sono stati pari a **538,2 milioni** di Euro, con una **crescita organica del 19,2%** (+11,4% reported), in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi dell'anno.

Ricavi Netti per Linea di Business

Milioni di Euro	2016	%	2015		REPORTED	VARIAZIONE%	
			PRO-FORMA	%		COSTANTE	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

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	4Q 2016	%	4Q 2015	%	REPORTED	VARIAZIONE%	
						COSTANTE	ORGANICA
Multimarca In-Season	263,4	48,9%	249,3	51,6%	+5,7%	+11,6%	+17,6%
Multimarca Off-Season	200,6	37,3%	175,7	36,4%	+14,1%	+16,4%	+16,4%
Online Flagship Stores	74,3	13,8%	58,3	12,1%	+27,4%	+30,7%	+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 retai (GMV³) a tassi di cambio costanti e a perimetro costante

Multimarca In-Season

Nel 2016, la linea di business **Multimarca In-Season**, che include [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#), ha registrato ricavi netti consolidati pari a **968,6 milioni** di Euro, in **aumento del 16,0%** su base **organica**⁸. 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 **quarto trimestre** del 2016, i ricavi netti consolidati sono stati pari a **263,4 milioni di Euro**, con una **crescita organica 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 rivolte alla base clienti più alto spendenti lanciate con successo nell'ultimo trimestre. 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.

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, [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#) sono diventati i **primi e unici partner retail esclusivamente online** di **PRADA** e **IWC Schaffhausen**: in particolare, nel mese di luglio è stata lanciata la collezione ready-to-wear di PRADA su entrambi gli online store In-season mentre IWC Schaffhausen ha debuttato a novembre, traguardo significativo per la nuova categoria dell'alta gioielleria e orologeria del Gruppo.

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

Sono state introdotte anche 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 tra cui **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 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**.

Risultati eccellenti sono stati raggiunti anche da **PORTER**, la rivista di moda su carta stampata del Gruppo diffusa a livello globale e interamente "shoppable", lanciata a febbraio 2014. La sua tiratura ha raggiunto oltre 180.000 copie in 60 paesi a gennaio 2017, con una crescita degli abbonamenti sottoscritti del 30% rispetto all'anno precedente.

⁸ 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

Infine, a dicembre 2016, [NET-A-PORTER](#) e [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 **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 **696,8 milioni** di Euro **in crescita** del **19,5%** a tassi di cambio costanti (+16,8% reported), rispetto a ricavi netti pro-forma di 596,4 milioni di Euro del 2015.

Nel **quarto trimestre** 2016 i ricavi netti consolidati sono stati pari a **200,6 milioni** di Euro, **in crescita** del **16,4%** 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.

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, gli shop-in-shop di **Polo Ralph Lauren** e **Montblanc**, e il **primo negozio online di Disney** dedicato alle collaborazioni con i designer della moda.

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

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 **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 di Euro nel 2015.

I ricavi netti a valore retail ("GMV"⁹) sono cresciuti del **23,7%** su base **organica**¹⁰ (+20,3% reported), con **eccellenti risultati** registrati dalla **joint venture con Kering**, che ha beneficiato dei miglioramenti sul servizio e sulla piattaforma, implementati nel corso dell'anno per offrire ai clienti un'esperienza sempre più integrata tra offline e online, e funzionali al conseguimento di un'esperienza omni-channel di nuova generazione.

⁹ 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".

¹⁰ 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

Nel **quarto trimestre** del 2016, la linea di business Online Flagship Stores 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 **30,7%** 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") sono **creciuti** del **34,6%** su base **organica** (+27,7% reported).

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.

Ricavi Netti Consolidati per Area Geografica

Milioni di Euro			2015		VARIAZIONE %	
	2016	%	PRO-FORMA	%	REPORTED	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%

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	4Q 2016	%	4Q 2015	%	VARIAZIONE %	
					REPORTED	COSTANTI
Italia	37,4	7,0%	35,8	7,4%	+4,6%	+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%

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

Il **Regno Unito** ha chiuso il **2016** con ricavi netti pari a **269,9 milioni di Euro**, in aumento del **15,3%** a tassi di cambio costanti (+2,3 reported). La performance è stata supportata da un andamento positivo nel quarto trimestre, dopo un secondo e terzo trimestre che hanno risentito della Brexit. In particolare, nel **quarto trimestre** del 2016, il Regno Unito ha conseguito 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 ad un aumento rilevante degli acquisti da parte della base clienti più alto spendenti.

Il **Nord America**, primo mercato del Gruppo, ha registrato ricavi netti 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. Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti del Nord America sono stati pari a **172,9 milioni di Euro**, 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** l'**Italia** ha conseguito ricavi netti pari a **124,8 milioni di Euro**, in **progresso** del **12,6%** a tassi di cambio costanti (+12,5% reported). Nel **quarto trimestre** ha visto un progresso dei ricavi del **4,8%** a tassi di cambio costanti (+4,6% reported) a **37,4 milioni di Euro**, attribuibile a un confronto sfidante (+23,1% nel quarto trimestre del 2015) nonché a una minore propensione all'acquisto, verosimilmente attribuibile all'incertezza politica.

Nell'**esercizio 2016**, i ricavi netti in **Europa** (esclusi Italia e Regno Unito) sono stati pari a **488,1 milioni di Euro**, in **aumento** del **13,2%** a tassi di cambio costanti (+11,1% reported). Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti 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.

L'area **Asia Pacifico** ha conseguito una forte crescita, con ricavi netti nel **2016** pari a **302,3 milioni di Euro**, in **crescita** del **27,1%** a tassi di cambio costanti (+24,8% reported). Il **quarto trimestre** ha registrato ricavi netti pari 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, trainato principalmente da Cina, Hong Kong e Giappone.

Infine, l'aggregato **Altri Paesi e Ricavi non legati ad area geografica** ha registrato nel **2016** ricavi netti pari a **111,7 milioni di Euro**, in **crescita** del **16,5%** a tassi di cambio costanti (+6,0% reported). Il **quarto trimestre** ha visto una crescita dei ricavi del **10,2%** a tassi di cambio costanti (-4,3% reported), che riflette una crescita eccellente del Medio Oriente e minori ricavi non legati ad area geografica.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Redditività per Linea di Business

Milioni di Euro	MULTIMARCA IN-SEASON		MULTIMARCA OFF-SEASON		ONLINE FLAGSHIP STORES	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Gross profit ¹¹	401,3	364,4	262,4	227,8	68,7	64,7
% ricavi netti del settore	41,4%	40,8%	37,7%	38,2%	33,5%	36,9%
variazione %	10,1%		15,1%		6,2%	

Milioni di Euro	MULTIMARCA IN-SEASON		MULTIMARCA OFF-SEASON		ONLINE FLAGSHIP STORES	
	2H 2016	2H 2015	2H 2016	2H 2015	2H 2016	2H 2015
Gross profit ¹¹	195,3	183,3	145,6	126,4	36,6	33,7
% ricavi netti del settore	40,8%	40,7%	38,5%	38,5%	31,4%	35,4%
variazione %	6,6%		15,2%		8,7%	

Il gross profit della linea di business **Multimarca In-Season** si è attestato a **401,3 milioni di Euro**, in crescita del **10,1%** rispetto al gross profit pro-forma pari a 364,4 milioni di Euro del 2015, con un margine del 41,4% rispetto al 40,8% nel 2015. Tale risultato riflette una performance positiva del margine retail, conseguita nonostante un forte deprezzamento della Sterlina Inglese rispetto all'Euro nella seconda parte dell'anno.

Il gross profit della linea di business **Multimarca Off-Season** si è attestato a **262,4 milioni di Euro**, in crescita del **15,1%** rispetto al gross profit pro-forma pari a 227,8 milioni di Euro del 2015, con un margine del 37,7% rispetto al 38,2% nel 2015. Tale performance è interamente riconducibile all'andamento sfavorevole dei tassi di cambio rispetto all'Euro, e in particolare della Sterlina Inglese e del Rublo Russo.

Il gross profit della linea di business **Online Flagship Stores** si è attestato a **68,7 milioni di Euro**, in crescita del **6,2%** rispetto al gross profit pro-forma pari a 64,7 milioni di Euro del 2015, con un margine del 33,5% rispetto al 36,9% nel 2015. Tale performance è principalmente attribuibile a differenti revenue share legate al raggiungimento di livelli di volumi predefiniti come previsto da alcuni dei contratti in essere.

EBITDA

Nel 2016, l'**EBITDA adjusted** è stato pari a **155,7 milioni di Euro**, in crescita del **17,0%** rispetto all'EBITDA adjusted pro-forma di 133,1 milioni di Euro dell'anno precedente. Il margine EBITDA adjusted è migliorato e pari all'**8,3%**, rispetto all'8,0% del 2015. L'incremento del margine EBITDA adjusted è attribuibile alla leva operativa sui costi di fulfillment e sulle spese generali, che ha più che controbilanciato la leggera flessione del gross margin, totalmente attribuibile all'andamento sfavorevole dei tassi di cambio rispetto all'Euro.

Dopo 12,4 milioni di Euro di oneri figurativi relativi ai piani di incentivazione, l'EBITDA si è attestato a 143,4 milioni di Euro rispetto a 126,4 milioni di Euro di EBITDA pro-forma dell'anno precedente, con un **margine del 7,7%** nel 2016, in crescita rispetto al 7,6% dell'anno precedente.

Risultato Netto

Nel 2016, il **risultato netto adjusted** si è attestato a **69,3 milioni di Euro**, in aumento del **16,0%** rispetto ad un risultato netto adjusted pro-forma pari a 59,7 milioni di Euro nel 2015, con un margine del **3,7%** rispetto a 3,6% dell'anno precedente. Tale performance riflette il miglioramento del margine raggiunto a livello di EBITDA, che è stato in

¹¹ Gross profit è definito come la differenza tra i ricavi netti e il costo del venduto, che include anche i costi di spedizione.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

parte compensato da maggiori spese finanziarie nette e da una maggiore incidenza del carico fiscale sui ricavi netti rispetto all'anno precedente.

Dopo 26,3 milioni di Euro di ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation derivante dalla fusione ("PPA")¹² al netto del relativo effetto fiscale, e dopo 9,1 milioni di Euro di costi figurativi relativi ai piani di incentivazione, al netto dei relativi effetti fiscali, il risultato netto si è attestato a 33,9 milioni di Euro nel 2016. Questo risultato si confronta con un risultato netto pro-forma pari a 53,4 milioni di Euro del 2015, che, a differenza del risultato netto del 2016, non risentiva dell'ammortamento relativo alla PPA.

Capitale circolante netto

Nel 2016, il **capitale circolante netto** derivante dal business ordinario si è attestato a **119,5 milioni di Euro** rispetto a 96,1 milioni al 31 dicembre 2015. Tale risultato riflette un incremento del magazzino, interamente finanziato da maggiori debiti commerciali, oltre che una diminuzione della voce altri debiti correnti principalmente attribuibile ad un effetto temporale relativo al pagamento dei resi, che aveva impattato il livello di tale voce a dicembre 2015.

Investimenti

Nel 2016, il Gruppo ha continuato a rafforzare le proprie competenze in ambito tecnologico e logistico, investendo altresì nella convergenza dei precedenti sistemi su un'unica piattaforma tecno-logistica globale condivisa: **gli investimenti in conto capitale** si sono attestati a **136,9 milioni di Euro**, rispetto a 83,7 milioni di Euro di investimenti pro-forma nell'anno precedente.

A marzo 2016, YOOX NET-A-PORTER GROUP ha siglato una **partnership strategica di lungo periodo** con **IBM** per consentire al Gruppo di focalizzarsi ulteriormente sull'**innovazione orientata al cliente** e di imprimere una **svolta radicale nelle proprie** capacità **omni-channel**, accelerando e facilitando al contempo l'integrazione dei sistemi dopo la fusione. In particolare, la partnership comprende l'implementazione dell'Order Management System ("OMS") e della piattaforma e-commerce di IBM, che sarà eseguita facendo leva sull'assistenza in loco di IBM e sull'accesso quotidiano diretto ai Development Labs IBM di Toronto, Boston e in tutto il mondo. Inoltre, a conferma del loro impegno nello sviluppo di soluzioni innovative per il settore retail del luxury fashion online, YNAP e IBM hanno istituito un **Fashion & Luxury Innovation Committee**, un "think-tank" in cui YNAP e i propri brand partner possono contribuire con idee e suggerimenti che IBM utilizzerà per lo sviluppo continuo di soluzioni di e-commerce su misura. Allo stesso tempo, YNAP è entrata a far parte dell'**IBM Customer Advisory Council**, un forum per selezionati clienti di IBM, le cui indicazioni possono influenzare direttamente lo sviluppo futuro dei prodotti IBM.

A tale proposito, a novembre 2016, in linea con le attese, il Gruppo ha raggiunto con successo il **primo importante traguardo dell'integrazione** volta alla creazione di un'unica piattaforma tecno-logistica globale condivisa, con la **migrazione** di tutti gli online store multimarca e monomarca dell'**ex YOOX GROUP** al nuovo OMS di IBM.

Il Gruppo ha inoltre rilasciato le **funzionalità omni-channel esistenti** a un numero maggiore di online flagship stores e ha potenziato ulteriormente la propria **offerta mobile** con il lancio dell'app di MR PORTER per Apple TV e la prima app nativa Android per THE OUTNET.

Infine, il 2016 ha visto il magazzino dell'ex THE NET-A-PORTER GROUP a **Hong Kong** diventare il **centro distributivo** del Gruppo per l'area **Asia-Pacifico** (esclusi Cina e Giappone) nonché l'**avvio dei lavori** del nuovo **hub In-season** in Italia, che sarà operativo nel 2018.

¹² Il processo di Purchase Price Allocation si riferisce all'allocazione della parte identificabile dell'avviamento derivante dalla fusione di YOOX GROUP e NET-A-PORTER GROUP ad immobilizzazioni immateriali.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Posizione finanziaria netta

Al 31 dicembre 2016, la **posizione finanziaria netta** del Gruppo è stata **positiva** e pari a **104,7 milioni di Euro**, rispetto a 62,1 milioni al 31 dicembre 2015. L'incremento della cassa riflette l'aumento di capitale da 100 milioni di Euro sottoscritto da Alabbar Enterprises nell'aprile 2016, a un free cash flow negativo per 40,1 milioni di Euro a tassi di cambio costanti e a differenze di cambio da conversione ¹³ negative per 17,5 milioni di Euro.

Principali metriche di business¹⁴

	2016	2015 PRO-FORMA
Numero di visitatori unici al mese ¹⁵ (milioni)	28,8	26,7 ¹⁶
Numero di ordini (milioni)	8,4	7,1
AOV ¹⁷ (Euro)	334	352
Numero di clienti attivi ¹⁸ (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.

Dipendenti

Il numero di dipendenti di YOOX NET-A-PORTER GROUP al 31 dicembre 2016 era pari a 4.128 dipendenti.

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** nell'area.

¹³ Le riserve da conversione si riferiscono al delta FX che deriva dalla conversione del capitale circolante ordinario, degli investimenti in conto capitale e altro in Euro a tassi di cambio costanti al 31 dicembre 2016 e al 31 dicembre 2015.

¹⁴ 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.

¹⁵ 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".

¹⁶ 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.

¹⁷ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

¹⁸ 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.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

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.

RISULTATI DELLA CAPOGRUPPO YOOX NET-A-PORTER GROUP S.P.A.

La capogruppo YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. ha chiuso il 2016 con ricavi netti, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a 578,9 milioni di Euro, in crescita del 12,6% a tassi di cambio costanti (+11,8% reported) rispetto ai 517,8 milioni di Euro dell'anno precedente. Questi ricavi includono importi relativi alla fornitura di prodotti da parte della capogruppo alle società controllate.

Nel 2016 il risultato netto della capogruppo è stato pari a -43,9 milioni di Euro rispetto a -11,4 milioni di Euro nell'anno precedente. Questo risultato riflette un minore gross margin dell'Off-Season e degli Online Flagship Stores, maggiori costi operativi per lo sviluppo di una piattaforma tecno-logistica globale condivisa per tutto il Gruppo - che non ha ancora iniziato a generare i relativi ricavi - oltre a un aumento degli ammortamenti.

Il Progetto di Bilancio per l'esercizio 2016 di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A., approvato dal Consiglio di Amministrazione, sarà sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti che sarà convocata per il giorno 21 aprile 2017.

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO IL 31 DICEMBRE 2016

Multimarca In-Season

L'inizio del nuovo anno ha visto importanti aggiunte all'ineguagliabile portafoglio di marchi dell'In-season, con il **lancio del ready-to-wear di Alaïa in esclusiva** su [NET-A-PORTER](#) a gennaio 2017, completando così l'offerta già esistente di scarpe, borse e altri accessori. A febbraio 2017, è stata altresì introdotta la prima collezione menswear di **Stella McCartney** su [MR PORTER](#).

Inoltre, in seguito al debutto nel 2016 della "T collection" di Tiffany, **Tiffany & Co.** e [NET-A-PORTER](#) - l'unico partner **retail online autorizzato** per **Tiffany & Co. Jewellery** - hanno ampliato l'ambito della loro collaborazione globale con la collezione di gioielli Infinity e gli orologi Tiffany & Co., disponibili da gennaio 2017.

Multimarca Off-Season

In linea con la strategia di ampliamento dell'offerta di prodotti, nel gennaio 2017 [THE OUTNET](#) ha lanciato **The Activewear Boutique**, una sezione dedicata dell'online store con una curata selezione di capi, accessori e calzature tecniche, il tutto accompagnato da contenuti editoriali da parte di insider del settore.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

Online Flagship Stores

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha proseguito l'implementazione della propria strategia di **gestione dinamica del proprio portafoglio monomarca orientata alla profittabilità**.

Il Gruppo ha rafforzato ulteriormente le proprie capacità omni-channel per i propri Brand partner in modo da permettere al loro consumatore finale di beneficiare di un'esperienza integrata tra offline e online: in particolare, il Gruppo sta **ponendo le basi per l'avvio della prima partnership omni-channel di nuova generazione** per uno dei brand partner del Gruppo. Inoltre, YOOX NET-A-PORTER GROUP continua a rilasciare funzionalità innovative omni-channel già esistenti a un numero maggiore di online flagship stores, tra cui *Click from store*, *Check online in-store availability*, *Click & collect* e *Return in store* per **Moncler**.

YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. e Diesel S.p.A (parte di OTB group) **hanno deciso congiuntamente di terminare** l'accordo di gestione dell'**online store di Diesel** a fine marzo e di **ri-focalizzare** la collaborazione tra Diesel e YNAP **su YOOX.COM**. Diesel.com ha rappresentato circa l'1% dei ricavi netti di YOOX NET-A-PORTER GROUP nel 2016.

La partnership tra YOOX NET-A-PORTER GROUP e OTB group - holding di molti marchi leader nel settore della moda e del lusso - **prosegue con successo** con la gestione degli online flagship stores di **Maison Margiela, Marni e Just Cavalli fino al 2020/2021**.

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.

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, ci si attende che la linea di business Multimarca In-Season arricchisca ulteriormente il proprio portafoglio di marchi: nello specifico, è previsto il lancio di nuovi prestigiosi brand e capsule collection esclusive, importanti sviluppi nella 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 degli utenti e migliorerà il servizio di lusso con una particolare 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 nell'offerta di marchi e prodotti, includendo l'esordio della private label di YOOX, oltre che 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, questa linea di business vedrà ulteriori progressi nello sviluppo del business, incluso il lancio di isabelmarant.com.

Il Gruppo prevede di investire tra 160 e 170 milioni di Euro circa nel 2017, principalmente in tecnologia. In particolare, questi investimenti saranno dedicati al lancio di una nuova piattaforma e-commerce per THE OUTNET e per selezionati online flagship store e il completamento del programma omni-stock per il business Off-Season, importanti passi per la creazione di una piattaforma tecno-logistica globale condivisa. YOOX NET-A-PORTER GROUP farà anche significativi progressi nello sviluppo delle proprie operations: in particolare, l'apertura del nuovo

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ufficio e del nuovo centro di distribuzione a Dubai, nuovi studi fotografici e spazi logistici per il polo logistico di Interporto a Bologna, oltre che il proseguimento dei lavori per la realizzazione dell'hub logistico In-Season di Milano che sarà dotato di un Order Storage & Retrieval System automatizzato all'avanguardia. Infine, il Gruppo migliorerà ulteriormente i propri servizi di consegna e di reso per definire nuovi standard nel luxury e-commerce.

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.

ULTERIORI INFORMAZIONI

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A ha preso atto delle dimissioni di Gary Saage dalla carica di Consigliere non esecutivo della Società con efficacia a decorrere dal 21 aprile 2017, data stabilita per l'Assemblea degli Azionisti per l'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2016. Tali dimissioni sono da ricondurre ai recenti mutamenti organizzativi intervenuti nel Gruppo Richemont. Il Consiglio di Amministrazione ringrazia Gary Saage per il prezioso contributo offerto negli anni.

Gary Saage non è membro di alcun comitato endoconsiliare e, sulla base delle informazioni ad oggi in possesso della Società, non detiene direttamente e/o indirettamente nessuna azione ordinaria di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A..

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX NET-A-PORTER GROUP S.p.A. ha inoltre **deliberato di convocare l'Assemblea ordinaria degli Azionisti** per venerdì 21 aprile 2017, al fine di assumere deliberazioni in ordine al Progetto di Bilancio di YOOX NET-A PORTER GROUP S.p.A. al 31 dicembre 2016 Relazione sulla Remunerazione ai sensi dell'art. 123-ter del D.Lgs. 58/1998, alla nomina di un membro del Consiglio di Amministrazione e al rinnovo dell'autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie.

Per ulteriori informazioni si rimanda alla relativa Relazione degli Amministratori sui punti all'ordine del giorno.

Come previsto dalla normativa vigente, la documentazione relativa ai punti e alle proposte all'ordine del giorno sarà messa a disposizione del pubblico, nei termini di legge, presso la sede sociale in Via Morimondo 17, Milano e presso Borsa Italiana S.p.A.. Gli azionisti potranno prendere visione e ottenere copia della documentazione di cui sopra, che sarà resa disponibile al pubblico, nei termini di legge, anche sul sito internet della Società www.ynap.com.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

CONFERENCE CALL

Si comunica che alle ore 17.45 (CET) di oggi, mercoledì 1 marzo, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX NET-A-PORTER GROUP presenterà i risultati annuali e consolidati dell'esercizio 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/pages/investor-relations/results-centre/presentation/.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da oggi, dopo il termine della call, a mercoledì 15 marzo 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: 823#

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 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 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO ADJUSTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	2015			2H 2015		
	2016	PRO-FORMA	VARIAZ.%	2H 2016	PRO-FORMA	VARIAZ.%
Ricavi netti consolidati di vendita	1.870,7	1.665,0	12,4%	973,6	873,2	11,5%
Costo del venduto	(1.138,2)	(1.008,1)	12,9%	(596,1)	(529,9)	12,5%
Gross profit¹⁹	732,4	657,0	11,5%	377,5	343,4	10,0%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	39,2%	39,5%		38,8%	39,3%	
Costo preparazione merci Escl. IPC	(181,4)	(165,7)	9,4%	(92,9)	(86,8)	7,0%
Spese commerciali Escl. IPC	(229,3)	(203,5)	12,7%	(123,3)	(111,2)	10,8%
Spese generali Escl. IPC	(159,9)	(150,1)	6,6%	(78,9)	(76,6)	3,0%
Altri proventi e altri oneri	(6,1)	(4,6)	32,8%	(3,3)	(2,1)	56,7%
EBITDA adjusted²⁰	155,7	133,1	17,0%	79,2	66,7	18,8%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	8,3%	8,0%		8,1%	7,6%	
Ammortamenti ordinari	(58,4)	(56,9)	2,6%	(34,0)	(29,2)	16,6%
Oneri non ricorrenti	-	-	-	-	-	-
Risultato operativo adjusted²¹	97,4	76,2	27,7%	45,2	37,5	20,5%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	5,2%	4,6%		4,6%	4,3%	
Risultato da Partecipazioni	0,4	0,6	(37,3)%	0,1	0,5	(73,5)%
Proventi Finanziari	12,5	18,5	(32,8)%	(0,4)	8,7	>100%
Oneri Finanziari	(16,5)	(17,8)	(7,1)%	(2,6)	(10,2)	(75,0)%
Risultato prima delle imposte adjusted²²	93,7	77,6	20,7%	42,3	36,5	16,0%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	5,0%	4,7%		4,3%	4,2%	
Imposte	(24,4)	(17,9)	36,4%	(10,0)	(8,9)	13,0%
Risultato netto adjusted²³	69,3	59,7	16,0%	32,2	27,6	17,0%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	3,7%	3,6%		3,3%	3,2%	

¹⁹ Il gross profit è definito come risultato netto al lordo del costo preparazione merci escluso gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere ("IPC"), delle spese commerciali escluso IPC, delle spese generali escluso IPC, gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC), degli altri proventi e altri oneri, degli ammortamenti ordinari delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché il Gross Profit non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. Il criterio di determinazione applicato dal Gruppo per il calcolo del gross profit potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi. Pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²⁰ L'EBITDA adjusted è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti ordinari delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito ed esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC). Poiché l'EBITDA adjusted non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. L'EBITDA adjusted è una misura utilizzata dal management del Gruppo per monitorare e valutare l'andamento operativo dello stesso. Il management ritiene che l'EBITDA sia un importante parametro per la misurazione della performance operativa del Gruppo in quanto non è influenzato dagli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall'ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché delle relative politiche di ammortamento. Il criterio di determinazione applicato dal Gruppo per il calcolo dell'EBITDA adjusted potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi. Pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²¹ Il risultato operativo adjusted è definito come risultato netto al lordo del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito ed esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC) e gli ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation derivante dalla fusione ("PPA"). Poiché il risultato operativo adjusted non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. Il criterio di determinazione applicato dal Gruppo per il calcolo del risultato operativo adjusted potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi. Pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²² Il risultato prima delle imposte adjusted è definito come risultato netto al lordo delle imposte sul reddito ed esclude gli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC) e gli ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation derivante dalla fusione ("PPA"). Poiché il risultato prima delle imposte adjusted non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. Il criterio di determinazione applicato dal Gruppo per il calcolo del risultato prima delle imposte adjusted potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi. Pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²³ Il risultato netto adjusted è definito come risultato netto del periodo al lordo degli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC), al netto dei relativi effetti fiscali, e degli ammortamenti figurativi relativi al processo di Purchase Price Allocation derivante dalla fusione ("PPA") al netto del relativo effetto fiscale.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 2 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO REPORTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	2016	2015 PRO-FORMA	VARIAZ.%	2H 2016	2H 2015 PRO-FORMA	VARIAZ.%
Ricavi netti consolidati di vendita	1.870,7	1.665,0	12,4%	973,6	873,2	11,5%
Costo del venduto	(1.138,2)	(1.008,1)	12,9%	(596,1)	(529,9)	12,5%
Gross profit²⁴	732,4	657,0	11,5%	377,5	343,4	10,0%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	39,2%	39,5%		38,8%	39,3%	
Costo preparazione merci Escl. IPC	(181,4)	(165,7)	9,4%	(92,9)	(86,8)	7,0%
Spese commerciali Escl. IPC	(229,3)	(203,5)	12,7%	(123,3)	(111,2)	10,8%
Spese generali Escl. IPC	(159,9)	(150,1)	6,6%	(78,9)	(76,6)	3,0%
Oneri relativi ai Piani di Incentivazione ("IPC") ²⁵	(12,4)	(6,7)	83,8%	(6,4)	(0,5)	>100%
Altri proventi e altri oneri	(6,1)	(4,6)	32,8%	(3,3)	(2,1)	56,7%
EBITDA reported²⁶	143,4	126,4	13,4%	72,7	66,2	9,9%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	7,7%	7,6%		7,5%	7,6%	
Ammortamenti ordinari	(58,4)	(56,9)	2,6%	(34,0)	(29,2)	16,6%
Ammortamento relativo alla PPA ²⁷	(32,8)	-	>100%	(15,6)	-	>100%
Oneri non ricorrenti	-	-	-	-	-	-
Risultato operativo reported	52,2	69,5	(24,9)%	23,2	37,0	(37,4)%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	2,8%	4,2%		2,4%	4,2%	
Risultato da Partecipazioni	0,4	0,6	(37,3)%	0,1	0,5	(73,5)%
Proventi Finanziari	12,5	18,5	(32,8)%	(0,4)	8,7	>100%
Oneri Finanziari	(16,5)	(17,8)	(7,1)%	(2,6)	(10,2)	(75,0)%
Risultato prima delle imposte reported	48,5	70,9	(31,6)%	20,3	36,0	(43,6)%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	2,6%	4,3%		2,1%	4,1%	
Imposte	(14,6)	(17,4)	(16,4)%	(5,2)	(8,9)	(41,8)%
Risultato netto reported net income	33,9	53,4	(36,5)%	15,1	27,0	(44,1)%
<i>% dei ricavi netti consolidati di vendita</i>	1,8%	3,2%		1,6%	3,1%	

²⁴ Far riferimento a nota 19.

²⁵ Si riferiscono agli oneri figurativi relativi ai Piani di Incentivazione in essere (IPC).

²⁶ L'EBITDA reported è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti ordinari delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché l'EBITDA reported non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. L'EBITDA reported è una misura utilizzata dal management del Gruppo per monitorare e valutare l'andamento operativo dello stesso. Il management ritiene che l'EBITDA reported sia un importante parametro per la misurazione della performance operativa del Gruppo in quanto non è influenzato dagli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall'ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché delle relative politiche di ammortamento. Il criterio di determinazione applicato dal Gruppo per il calcolo dell'EBITDA reported potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi. Pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²⁷ Il processo di Purchase Price Allocation si riferisce all'allocazione della parte identificabile dell'avviamento derivante dalla fusione di YOOX GROUP e NET-A-PORTER GROUP ad immobilizzazioni immateriali.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 3 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO DI YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	31 DIC 2016	31 DIC 2015	VARIAZ. %
Capitale circolante netto ²⁸	36,6	(23,8)	>100%
Attività non correnti	1.880,4	2.013,2	(6,6%)
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(85,7)	(15,0)	>100%
Capitale investito netto²⁹	1.831,3	1.974,4	(7,2%)
Patrimonio netto	1.936,0	2.036,5	(4,9%)
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ³⁰	(104,7)	(62,1)	68,6%
Totale fonti di finanziamento	1.831,3	1.974,4	(7,2%)

ALLEGATO 4 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO DI YOOX NET-A-PORTER GROUP

Milioni di Euro	2016	2015 PRO-FORMA
EBITDA adjusted	155,7	133,1
Proventi / (Oneri) Finanziari Netti & Risultato da Partecipazioni	(8,8)	1,3
Taxes Pagate	(24,9)	(28,9)
Variazione del Capitale Circolante Ordinario	(23,4)	(12,2)
Esborsi per Investimenti in Conto Capitale	(136,9)	(83,7)
Altro ³¹	(19,2)	(4,1)
Differenze di Cambio da Conversione ³²	17,5	-
Free Cash Flow a tassi costanti	(40,1)	5,5
Variazione relativa all'Operazione di Fusione	-	(19,4)
Proventi dall'Esercizio di Piani di Incentivazione e dall'Aumento di Capitale	100,2	15,6
Differenze di Cambio da Conversione ³²	(17,5)	-
Variazione della Posizione Finanziaria Netta a tassi correnti	42,6	1,7

²⁸ Il capitale circolante netto è definito come attività correnti al netto delle passività correnti ad esclusione delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, banche passive ed altri debiti finanziari scadenti entro un anno e delle attività e passività finanziarie comprese nelle altre attività e passività correnti. Il capitale circolante netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

²⁹ Il capitale investito netto è definito come la somma del capitale circolante netto, delle attività non correnti, delle passività non correnti al netto dei debiti finanziari a medio lungo termine. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

³⁰ L'indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) è definito come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle altre attività finanziarie correnti, al netto delle banche passive ed altri debiti finanziari scadenti entro un anno, delle altre passività finanziarie correnti e dei debiti finanziari a medio e lungo termine. L'indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) non è identificato come misura contabile né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi. Le altre attività finanziarie correnti non sono nel dettaglio disciplinate nella definizione di indebitamento finanziario netto (o posizione finanziaria netta) del CESR: il Gruppo ritiene pertanto di integrare tale definizione includendo nelle "altre attività finanziarie correnti" i crediti detenuti verso acquirer ed operatori logistici ai quali è demandato l'incasso per i pagamenti alla consegna.

³¹ Altro si riferisce principalmente all'effetto cambio derivante dal consolidamento delle società controllate estere e da profitti e perdite non realizzate.

³² Le differenze di cambio da conversione si riferiscono al delta derivante dalla conversione in Euro del capitale circolante ordinario, degli investimenti e della voce 'Altro' ai tassi di cambio al 31 Dicembre 2016 e a quelli al 31 Dicembre 2015.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 5 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO REPORTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP S.P.A.

Milioni di Euro	2016	2015	VARIAZ.%
Ricavi netti di vendita	578,9	517,8	11,8%
Costo del venduto	(445,2)	(373,4)	19,2%
Gross profit³³	133,7	144,5	(7,5)%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	23,1%	27,9%	
Costo preparazione merci	(48,1)	(44,1)	9,0%
Spese commerciali	(40,9)	(32,2)	23,7%
Spese generali	(54,8)	(28,4)	92,9%
Altri proventi e altri oneri	(6,0)	(4,1)	47,1%
EBITDA reported³⁴	(16,1)	35,7	>100,0%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	(2,8)%	6,9%	
Ammortamenti	(35,7)	(29,1)	22,6%
Oneri non ricorrenti ³⁵	-	(18,4)	-
Risultato operativo	(51,8)	(11,7)	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	(8,9)%	(2,3)%	
Risultato da Partecipazioni	0,4	3,2	(88,3)%
Proventi Finanziari	9,2	4,9	86,9%
Oneri Finanziari	(12,7)	(10,1)	25,5%
Risultato prima delle imposte	(54,9)	(13,8)	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	(9,5)%	(2,7)%	
Imposte	11,0	2,4	>100%
Risultato netto dell'esercizio	(43,9)	(11,4)	>100%
<i>% dei ricavi netti di vendita</i>	(7,6)%	(2,2)%	

³³ Far riferimento a nota 19.

³⁴ Far riferimento a nota 26.

³⁵ Gli oneri non ricorrenti includono principalmente spese per servizi di consulenza di natura legale, fiscale, contabile, finanziaria e strategica, nonché altre spese generali connesse alla transazione.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 6 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE REPORTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP S.P.A.

Milioni di Euro	31 DIC 2016	31 DIC 2015	VARIAZ.%
Capitale circolante netto ³⁶	65,2	61,2	6,5%
Attività non correnti	2.033,4	1.956,6	3,9%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,3)	(0,2)	49,2%
Capitale investito netto³⁷	2.098,3	2.017,6	4,0%
Patrimonio netto	2.056,8	1.989,4	3,4%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ³⁸	41,5	28,2	47,1%
Totale fonti di finanziamento	2.098,3	2.017,6	4,0%

ALLEGATO 7 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO REPORTED DI YOOX NET-A-PORTER GROUP S.P.A.

Milioni di Euro	2016	2015	VARIAZ.%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(14,3)	15,9	>100,0%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	(92,0)	(61,7)	49,0%
Sub-Totale	(106,2)	(45,9)	>100,0%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività finanziaria	80,0	39,5	>100,0%
Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio	(26,2)	(6,3)	>100,0%

³⁶ Far riferimento a nota 28.

³⁷ Far riferimento a nota 29.

³⁸ Far riferimento a nota 30.

YOOX NET-A-PORTER GROUP

ALLEGATO 8 - TASSI DI CAMBIO

	MEDIA DEL PERIODO					
	2016	2015	2H 2016	2H 2015	4Q 2016	4Q 2015
EUR USD	1,107	1,110	1,098	1,104	1,078	1,095
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	0,2%		0,5%		1,6%	
EUR GBP	0,819	0,726	0,859	0,720	0,869	0,722
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(11,4%)		(16,2%)		(16,9%)	
EUR JPY	120,197	134,314	116,077	134,419	117,918	132,952
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	11,7%		15,8%		12,7%	
EUR CNY	7,352	6,973	7,407	7,004	7,369	7,000
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(5,2%)		(5,4%)		(5,0%)	
EUR RUB	74,145	68,072	70,088	71,346	67,997	72,405
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(8,2%)		1,8%		6,5%	
EUR HKD	8,592	8,601	8,518	8,553	8,370	8,489
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	0,1%		0,4%		1,4%	
EUR KRW	1.284,181	1.256,544	1.250,248	1.284,438	1.249,517	1.268,038
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(2,2%)		2,7%		1,5%	
EUR AUD	1,488	1,478	1,455	1,527	1,438	1,521
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(0,7%)		4,9%		5,7%	
EUR CAD	1,466	1,419	1,448	1,458	1,440	1,462
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(3,2%)		0,7%		1,5%	

	FINE DEL PERIODO				
	31/12/2016	30/09/2016	30/06/2016	31/03/2016	31/12/2015
EUR USD	1,054	1,116	1,110	1,139	1,089
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	3,3%	0,4%	0,8%	(5,5%)	11,5%
EUR GBP	0,856	0,861	0,827	0,792	0,734
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(14,3%)	(14,2%)	(13,9%)	(8,1%)	6,1%
EUR JPY	123,400	113,090	114,050	127,900	131,070
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	6,2%	19,1%	20,1%	0,8%	10,8%
EUR CNY	7,320	7,446	7,376	7,351	7,061
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	(3,5%)	(4,4%)	(6,0%)	(9,3%)	6,7%
EUR RUB	64,300	70,514	71,520	76,305	80,674
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	25,5%	3,9%	(12,8%)	(18,2%)	(10,3%)
EUR HKD	8,175	8,655	8,614	8,828	8,438
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	3,2%	0,3%	0,7%	(5,5%)	11,6%
EUR KRW	1.269,360	1.229,760	1.278,480	1.294,880	1.280,780
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	0,9%	8,0%	(2,1%)	(7,9%)	3,4%
EUR AUD	1,460	1,466	1,493	1,481	1,490
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	2,1%	8,7%	(2,5%)	(4,4%)	(0,5%)
EUR CAD	1,419	1,469	1,438	1,474	1,512
<i>Apprez, / (Deprez,) vs, EUR</i>	6,5%	2,3%	(3,8%)	(6,8%)	(7,0%)

Fine Comunicato n.1136-14

Numero di Pagine: 22