



## COMUNICATO STAMPA

### Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A.:

#### Approva il Progetto di Bilancio e il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2010

##### Risultati Consolidati al 31 dicembre 2010:

- **Ricavi netti:** 214,3 milioni di Euro (+40,8% rispetto ai 152,2 milioni di Euro al 31.12.2009)
- **EBITDA<sup>1</sup>:** 18,8 milioni di Euro (+25,0% rispetto ai 15,0 milioni di Euro al 31.12.2009). L'**EBITDA escluso Piani di incentivazione<sup>2</sup>** si attesta a 22,5 milioni di Euro (+35,1% rispetto ai 16,6 milioni di Euro al 31.12.2009)
- **EBIT (o Risultato Operativo):** 15,0 milioni di Euro (+69,8% rispetto ai 8,8 milioni di Euro al 31.12.2009)
- **Risultato Netto:** 9,1 milioni di Euro (+122,5% rispetto ai 4,1 milioni di Euro al 31.12.2009)
- **Posizione finanziaria netta<sup>3</sup>:** positiva per 22,8 milioni di Euro rispetto al 31.12.2009 quando era positiva per 34,0 milioni di Euro
- **Media mensile dei Visitatori Unici del Gruppo<sup>4</sup>:** 8,6 milioni (rispetto ai 6,4 milioni al 31.12.2009)
- **Numero di ordini:** 1.523 mila (rispetto ai 1.148 mila al 31.12.2009)
- **AOV (Average Order Value)<sup>5</sup>:** 179 Euro (rispetto ai 170 Euro al 31.12.2009)

- **Dà il via allo sviluppo di una nuova piattaforma tecno-logistica globale altamente automatizzata, in vista della forte crescita futura**
- **Delibera la Convocazione dell'Assemblea degli Azionisti**

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.

<sup>1</sup> L'EBITDA è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché l'EBITDA non è identificato come misura contabile, né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani, né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca. L'EBITDA 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 dell'EBITDA applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

<sup>2</sup> L'EBITDA escluso Piani di incentivazione è definito come l'EBITDA al netto dei costi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale, descritti nel Bilancio Consolidato di Gruppo.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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 del periodo di riferimento.

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



Zola Predosa (BO), 9 marzo 2011 - Il Consiglio di Amministrazione di **YOOX S.p.A.** (MTA, STAR: YOOX), ha esaminato ed approvato il Progetto di Bilancio di esercizio di YOOX S.p.A. chiuso al 31 dicembre 2010, che verrà sottoposto per approvazione all'Assemblea degli Azionisti, ed il Bilancio consolidato del Gruppo YOOX relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2010.

## Commenti al Conto Economico

Al 31 dicembre 2010 YOOX ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **214,3 milioni di Euro**, in crescita del 40,8% rispetto ai 152,2 milioni di Euro conseguiti a fine 2009 (+38,1% a tassi di cambio costanti).

Milioni di Euro	31 dicembre 2010		31 dicembre 2009		Variazione	
Multi-marca	163,7	76,4%	124,2	81,6%	39,5	31,8%
Mono-marca	50,6	23,6%	28,1	18,4%	22,6	80,5%
<b>Totale Gruppo YOOX</b>	<b>214,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>152,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>62,1</b>	<b>40,8%</b>

### *Ricavi netti consolidati per linea di business al 31.12.2010*

La linea di business **Multi-marca**, che comprende le attività dei negozi online yoox.com e thecorner.com, registra ricavi netti consolidati pari a **163,7 milioni di Euro**, in crescita del **31,8%** rispetto ai 124,2 milioni di Euro a fine 2009. Tale incremento, supportato dalle performance positive di entrambi i negozi, è ancora legato principalmente a yoox.com, ma con un contributo crescente di thecorner.com. Complessivamente, al 31 dicembre 2010, la linea di business Multi-marca rappresenta il **76,4%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

La linea di business **Mono-marca** comprende le attività di progettazione, realizzazione e gestione degli Online Store di alcuni dei principali brand della moda a livello globale. I prodotti disponibili negli Online Store sono venduti e fatturati direttamente da YOOX Group al cliente finale. Questa linea di business ha registrato ricavi netti consolidati pari a **50,6 milioni di Euro**, con un incremento del **80,5%** rispetto ai 28,1 milioni di Euro conseguiti al 31 dicembre 2009.

La crescita della linea di business Mono-marca è riconducibile sia alla buona performance dei 16 Online Store, già attivi prima dell'esercizio in esame, sia ai 7 nuovi negozi online lanciati nel corso del 2010: coccinelle.com, giuseppezanottidesign.com, napapijri.com, albertaferretti.com, zeishouse.com e nel quarto trimestre 2010, maisonmartinmargiela.com e zegna.com. A questi si deve aggiungere, dal 26 novembre 2010, l'Online Store di Emporio Armani in Cina, il primo ad essere "Powered by YOOX Group" in questo mercato strategico per il Gruppo. Complessivamente, al 31 dicembre 2010, la linea di business Mono-marca rappresenta il **23,6%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo e conta 23 Online Store.

### *Ricavi netti consolidati per area geografica al 31.12.2010*

Milioni di Euro	31 dicembre 2010		31 dicembre 2009		Variazione	
Italia	49,2	23,0%	39,8	26,1%	9,5	23,8%
Europa (escluso Italia)	103,0	48,1%	74,4	48,9%	28,6	38,4%
Nord America	42,2	19,7%	25,7	16,9%	16,5	64,0%
Giappone	13,4	6,3%	8,8	5,8%	4,6	51,8%
Altri paesi	2,2	1,0%	0,9	0,6%	1,4	160,3%
Non legato ad area geog.	4,2	1,9%	2,6	1,7%	1,6	60,8%
<b>Totale Gruppo YOOX</b>	<b>214,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>152,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>62,1</b>	<b>40,8%</b>

Tutti i principali mercati di riferimento del Gruppo registrano performance positive rispetto al 2009, confermando una crescita bilanciata del fatturato nei diversi mercati, con un peso sempre crescente dello sviluppo internazionale. In particolare, il **mercato italiano** si riconferma il primo Paese con un fatturato di 49,2 milioni di Euro, in crescita del 23,8% rispetto all'anno precedente e il **resto d'Europa** registra una crescita del 38,4%. I principali Paesi che concorrono al fatturato del Gruppo in Europa nel 2010, oltre all'Italia, sono Francia, Germania ed Inghilterra, tutti in



crescita rispetto all'esercizio 2009. Prosegue la penetrazione anche negli altri Paesi europei, che registrano ottime performance di crescita, tra cui la Russia, che sta beneficiando della strategia di localizzazione implementata nel corso del terzo trimestre 2010.

Positive anche le performance del **Nord America**, con una crescita del 64,0% rispetto all'esercizio 2009 (+55,9% a tassi di cambio costanti) e del **mercato giapponese**, che registra una crescita del 51,8% rispetto all'esercizio 2009 (+35,4% a tassi di cambio costanti).

Prosegue, inoltre, la crescita negli **Altri Paesi**, ai quali, a partire da fine novembre 2010, si è aggiunto anche il **mercato cinese** con la linea di business Mono-marca.

Continua, infine, la crescita della voce "**Non legato ad area geografica**" (+60,8% rispetto all'esercizio 2009) costituita dai corrispettivi per le attività di realizzazione e manutenzione degli Online Store, dai progetti di media partnership relativi alla linea di business Multi-marca, dai servizi di web marketing e web design relativi alla linea di business Mono-marca e dagli altri servizi offerti da Yagency.

## EBITDA Pre Corporate Costs al 31.12.2010

Nel corso dell'esercizio 2010, l'**EBITDA Pre Corporate Costs**<sup>6</sup> (o Risultato operativo di settore) è stato pari a **38,2 milioni di Euro**, in crescita del 36,1% rispetto ai 28,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2009.

Milioni di Euro	Multi-marca		Mono-marca		Totale Gruppo	
	31-dec-10	31-dec-09	31-dec-10	31-dec-09	31-dec-10	31-dec-09
EBITDA Pre Corporate Costs	29,1	23,7	9,1	4,4	<b>38,2</b>	<b>28,1</b>
% ricavi netti del settore	17,8%	19,1%	17,9%	15,5%	<b>17,8%</b>	<b>18,4%</b>
<i>variazione %</i>	<i>22,9%</i>		<i>108,0%</i>		<b>36,1%</b>	

La crescita dei ricavi netti della linea di business Multi-marca si riflette sulla crescita del 22,9% dell'EBITDA Pre Corporate Costs, con una marginalità del 17,8%.

L'EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Mono-marca cresce in modo più che proporzionale alle vendite, con la redditività che si allinea alla linea di business Multi-marca, passando dal 15,5% del 2009 al 17,9% al 31 dicembre 2010. Tale risultato è riconducibile ai maggiori volumi, al diverso mix dei negozi online, oltre che ai ricavi delle attività di realizzazione e manutenzione degli Online Store, dei servizi di web marketing e di web design, offerti da Yagency.

## EBITDA al 31.12.2010

L'**EBITDA** ha registrato una crescita del 25,0% rispetto all'esercizio precedente, passando da 15,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2009 a **18,8 milioni di Euro** al 31 dicembre 2010. L'incidenza percentuale dell'EBITDA sui ricavi netti è passata dal 9,9% del 2009 al 8,8% nel 2010, principalmente come conseguenza dei maggiori oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione, pari a 3,7 milioni di Euro. Al netto di tali oneri, l'**EBITDA escluso Piani di incentivazione**<sup>7</sup> si attesta a **22,5 milioni di Euro**, pari ad una redditività sul fatturato del 10,5% rispetto al 10,9% al 31 dicembre 2009.

Nel 2010 la redditività è stata positivamente influenzata da maggiori volumi, da un aumento del 5,4% dell' AOV e da politiche di efficienza volte all'ottimizzazione dei processi in essere.

Tuttavia, a fronte di tali miglioramenti, il Gruppo ha sostenuto maggiori oneri derivanti dallo stato di azienda quotata e una serie di costi inerenti il *set-up* delle attività in Cina.

<sup>6</sup> L'EBITDA Pre Corporate Costs è definito come risultato netto al lordo delle spese generali, degli altri proventi e altri oneri, degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché l'EBITDA Pre Corporate Costs non è identificato come misura contabile, né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani, né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca ed il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi. Si evidenzia che l'EBITDA Pre Corporate Costs coincide con il Risultato operativo del settore evidenziato nel Bilancio Consolidato di Gruppo.

<sup>7</sup> Far riferimento a nota 2.



*Risultato netto al 31.12.2010*

Il **Risultato netto consolidato** è pari a **9,1 milioni di Euro**, in crescita del 122,5% rispetto ai 4,1 milioni di euro al 31 dicembre 2009, beneficiando di una migliore gestione finanziaria e di un minor carico fiscale. Si ricorda inoltre che nell'esercizio 2009 sono stati sostenuti oneri non ricorrenti legati al processo di quotazione.

## **Commenti allo Stato Patrimoniale**

*Capitale circolante netto al 31.12.2010*

Il **capitale circolante netto**<sup>8</sup> passa dai 9,8 milioni di Euro al 31 dicembre 2009 ai **24,8 milioni di Euro** al 31 dicembre 2010. Tale variazione è riconducibile principalmente all'incremento fisiologico del magazzino, necessario per far fronte alla crescita futura della linea di business Multi-marca legata all'arrivo della collezione Primavera/Estate 2011 presso i centri logistici del Gruppo, in anticipo rispetto a quanto accaduto nell'esercizio 2009. L'incremento dell'inventario è in parte compensato dall'incremento dei debiti commerciali, grazie sia all'estensione dei termini di pagamento con i fornitori relativi alla campagna acquisti in corso, sia all'incremento relativo delle vendite della linea di business Mono-marca, che prevede il pagamento successivo alla vendita.

*Posizione finanziaria netta al 31.12.2010*

La **posizione finanziaria netta** del Gruppo passa da 34,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2009 a **22,8 milioni di Euro** al 31 dicembre 2010. L'impiego della cassa è riconducibile principalmente a maggiori investimenti (pari a 11,5 milioni di Euro) in tecnologia e nello sviluppo della nuova piattaforma tecno-logistica automatizzata ad Interporto (Bologna), in corso di realizzazione.

Il flusso di cassa assorbito dall'attività operativa risulta essere fortemente influenzato nel 2010 dal pagamento delle imposte relative all'esercizio 2009 e all'anticipo del 2010 per un totale di 6,0 milioni di Euro. Inoltre, nel corso del 2010 si è verificato il pagamento di debiti commerciali (3,5 milioni di Euro) e debiti tributari (3,6 milioni di Euro) inerenti all'operazione di quotazione ed all'esercizio di opzioni presenti in chiusura d'esercizio al 31 dicembre 2009.

Il flusso di cassa generato dall'attività finanziaria (1,2 milioni di Euro) include gli aumenti di capitale sociale e riserva sovrapprezzo azioni relativi all'esercizio di opzioni (1,8 milioni di Euro) al netto dell'esborso per l'acquisto di azioni proprie (0,4 milioni di Euro).

## **Dati di sintesi del quarto trimestre 2010**

Nel **quarto trimestre del 2010**, il Gruppo ha registrato **ricavi netti pari a 63,5 milioni di Euro**, in crescita del 39,7% rispetto ai 45,5 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2009.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs** si è attestato a **14,3 milioni di Euro**, in crescita del 25,5% rispetto ai 11,4 milioni di Euro registrati nel quarto trimestre del 2009.

L'**EBITDA** è pari a **8,9 milioni di Euro**, in crescita rispetto ai 7,7 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2009 e pari al 14,0% dei ricavi consolidati.

La redditività risente della maggior incidenza degli oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione. Escludendo tale effetto, l'**EBITDA escluso Piani di incentivazione** si attesta a **10,0 milioni di Euro**, pari al 15,8% dei ricavi consolidati.

Il **Risultato Netto** è pari a **5,1 milioni di Euro**, in significativa crescita rispetto ai 1,3 milioni di Euro registrati al 31 dicembre 2009, che risentivano però degli oneri non ricorrenti afferenti il processo di quotazione.

---

<sup>8</sup> 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.



## Metriche di business

	31 dicembre 2010	31 dicembre 2009
Numero di Visitatori Unici al mese <sup>9</sup> (milioni)	8,6	6,4
Numero di ordini ('000)	1.523	1.148
AOV (Euro)	179	170
Numero di Clienti attivi <sup>10</sup> ('000)	612	478

Nel 2010 il Gruppo ha registrato una **Media mensile di Visitatori Unici** pari a **8,6 milioni**, in crescita del 33,9% rispetto ai 6,4 milioni del 2009.

Tale crescita si è tradotta, nello stesso periodo, in un incremento del **Numero di Ordini** del 32,6%, passando dai 1.148 mila ordini del 2009 ai **1.523 mila ordini** del 2010. Cresce in maniera rilevante il valore medio degli ordini di acquisto (**AOV**), che è stato pari a **179 Euro** (IVA esclusa) rispetto ai 170 Euro (IVA esclusa) dello stesso periodo dell'esercizio precedente.

Nel 2010 è aumentato anche il numero dei **Clienti Attivi**, che si è attestato a quota **612 mila**, registrando una crescita del 28,2% rispetto ai 478 mila al 31 dicembre 2009.

## Risultati della Capogruppo YOOX S.p.A.

La società Capogruppo YOOX S.p.A. ha chiuso l'esercizio 2010 con **ricavi netti**, al netto dei resi su vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **183,4 milioni di Euro**, in aumento del 39,3% rispetto all'esercizio 2009. Tali ricavi sono comprensivi del fatturato per la fornitura di prodotti dalla Capogruppo alle società controllate da destinare alla vendita sui negozi online del Nord America e del Giappone.

L'**EBITDA** si è attestato a **13,7 milioni di Euro** rispetto a 12,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2009.

Il **Risultato netto** è pari a **6,0 milioni di Euro**, in crescita rispetto ai 2,8 milioni di Euro del 2009, che risentono però degli oneri non ricorrenti legati al processo di quotazione.

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. ha deciso di proporre all'Assemblea degli Azionisti di non distribuire dividendi al fine di rafforzare la struttura patrimoniale e reinvestire gli utili con l'obiettivo di finanziare ulteriormente i progetti di crescita e di sviluppo della Società.

La **posizione finanziaria netta** della Capogruppo al 31 dicembre 2010 è positiva per **15,2 milioni di Euro** rispetto al 31 dicembre 2009, quando era positiva per 29,3 milioni di Euro.

## Eventi di rilievo avvenuti nel corso dell'esercizio 2010

### Cina

Con l'obiettivo di sostenere la crescita a lungo termine in un mercato dalle grandi potenzialità, seppur ancora complesso, YOOX Group, in qualità di first-mover, è sbarcato in Cina con la propria linea di business Mono-marca, consolidando così la propria posizione di partner globale di Internet retail per i principali brand della moda.

La strategia di YOOX Group in Cina consiste nell'estendere a questo mercato alcune delle attuali partnership con prestigiosi marchi della moda e del lusso, adottando una strategia full-price e posizionandosi nella fascia alta del mercato.

In data 26 novembre è stato lanciato l'**Online Store di Emporio Armani**, emporioarmani.cn, il primo ad essere "Powered by YOOX Group" in Cina (a cui è seguito, lo scorso 1 marzo, il lancio dell'Online Store di Marni ed entro il primo semestre del 2011 è previsto il lancio dell'Online Store di Bally).

Alla linea di business Mono-marca sarà poi affiancata la linea Multi-marca, dapprima con il lancio di thecorner.com

<sup>9</sup> Fonte: HBX 1/1/09-19/03/09; SiteCatalyst dal 19/03/09 per yoox.com e Google Analytics per thecorner.com e Online Store.

<sup>10</sup> Clienti Attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.



entro la fine del 2011 e poi, a completamento dell'offerta, con l'ingresso di yoox.com nel 2012.

Per garantire ai propri clienti un servizio di altissimo livello, pari a quello offerto in tutti i Paesi in cui il Gruppo opera, YOOX ha adottato in Cina lo stesso modello vincente già consolidato in altri mercati, operando con una struttura localizzata, svolgendo direttamente tutte le attività strategiche e avvalendosi, per le restanti attività, del supporto di partner di elevatissimo standing, già presenti nel mercato cinese.

E' stata pertanto costituita una filiale cinese controllata al 100% da YOOX S.p.A., che opera a Shanghai con un ufficio locale, dove un team dedicato si occupa di buying e merchandising, comunicazione e retail marketing, content management, servizio clienti, grafica web e tecnologia e con un centro logistico dotato di studi di produzione digitale per la catalogazione e la realizzazione di servizi fotografici.

Per garantire la migliore esperienza di acquisto ai sofisticati clienti cinesi, YOOX Group dota tutti i suoi negozi online delle migliori soluzioni e-commerce "su misura", quali il sito localizzato in lingua cinese, il sistema di conversione delle taglie, la possibilità di pagare in Yuan tramite contrassegno o altri sistemi di pagamento locali, il servizio clienti in cinese via e-mail e telefono, la consegna veloce e affidabile in 400 città e la copertura dell'intero territorio, il reso gratuito e il packaging di lusso.

## Russia

Da settembre 2010 è attiva la **versione localizzata di yoox.com** in Russia, mercato dalle forti potenzialità di sviluppo, in cui il Gruppo ha adottato una strategia di localizzazione tesa ad offrire ai propri clienti un servizio customizzato. yoox.com è stato completamente realizzato in lingua russa e con contenuti ad hoc per rispondere alle specifiche esigenze di questo mercato.

## Online Store

Nel corso del 2010 sono stati aperti **7 nuovi Online Store**: coccinelle.com, giuseppezanottidesign.com, napapijri.com, albertaferretti.com, zeishouse.com e nel quarto trimestre 2010, maisonmartinmargiela.com e zegna.com, portando così a 23 il numero degli Online Store attivi a fine 2010. I suddetti negozi online sono operativi principalmente in Europa, Stati Uniti e Giappone, ad eccezione di napapijri.com, attivo prevalentemente in Europa e Stati Uniti e zeishouse.com, attivo solo in Europa. Inoltre, a partire dal 26 novembre 2010, l'Online Store di Emporio Armani è stato esteso al mercato cinese.

Nel terzo trimestre 2010 è stata attivata la seconda linea C'N'C all'interno dell'Online Store costumernational.com.

Infine, si ricorda che a febbraio 2010 l'accordo che lega la Giorgio Armani S.p.A. e YOOX S.p.A. per l'Online Store emporioarmani.com, attivo in Europa, Stati Uniti e Giappone, è stato prolungato fino al 31 gennaio 2015. Il nuovo accordo ha previsto l'ingresso su emporioarmani.com del marchio Armani Jeans, oltre a delegare a YOOX lo svolgimento delle attività di web marketing a favore e per conto di Giorgio Armani S.p.A. in tutti i Paesi in cui è attivo l'Online Store.

## Innovazioni tecnologiche

Sempre con l'obiettivo di supportare la forte crescita futura del Gruppo, nel corso del 2010 YOOX si è dedicata al consolidamento e all'aggiornamento della propria piattaforma tecnologica.

All'interno di questo contesto si inserisce il rilascio di numerose soluzioni tecniche di rilievo, tra cui YOOX APIs (Application Programming Interfaces), che hanno permesso, ad esempio, lo sviluppo di un'applicazione nativa - **YOOX.COM for iPad** - in corrispondenza del lancio negli USA di Apple iPad ad aprile 2010, confermando il ruolo di first-mover di YOOX nel mobile commerce. Sempre grazie al nuovo set di APIs è stata lanciata la versione di yoox.com per piattaforma "**Keitai**", destinata al mercato giapponese, e un'innovativa applicazione **Facebook**, rilasciata in occasione del decimo compleanno del Gruppo.

Nell'ottica del costante miglioramento dell'esperienza utente, sui negozi online del Gruppo sono state rilasciate le funzionalità del "**fast check-out**", volto a semplificare e velocizzare il processo di acquisto, la "**foto 360°**", per permettere all'utente di osservare alcuni prodotti da diverse angolature, e da settembre 2010, il "**pre-ordine**" per la linea Mono-marca, che offre ai clienti la possibilità di ordinare un capo presentato alle sfilate prima che sia disponibile presso i centri logistici del Gruppo.

Inoltre, si è lavorato al rilascio di una serie di soluzioni **CRM (Custom Relationship Management)** e di Campaign Management, per sfruttare a pieno le potenzialità di interazione con i clienti attraverso la profilazione degli utenti.

Ad inizio agosto 2010 è stata, inoltre, lanciata la **Release 9.0 di yoox.com**, nella quale sono state integrate funzionalità di CRM come il Recommendation Engine (ovvero la possibilità di proporre selezioni personalizzate di prodotto in base al comportamento di navigazione dei singoli utenti) e il sistema di Behavioural Targeting (ovvero la possibilità di mostrare comunicazioni ad hoc in base all'appartenenza dei navigatori ad uno specifico cluster).



Il 10 ottobre 2010 è stata lanciata la nuova **Release 3.0 di thecorner.com**, che eredita rilevanti funzionalità da yoox.com, quali il miglioramento delle performance e dell'impianto di navigazione, la presentazione del prodotto (zoom full screen) e il fast check-out.

## **Dipendenti**

Al 31 dicembre 2010 il Gruppo conta 372 dipendenti, in crescita del 30% rispetto ai 287 dipendenti al 31 dicembre 2009, con un'età media della popolazione aziendale di soli 32 anni.

## **Delibere del Consiglio di Amministrazione**

In data 1 luglio 2010 il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. ha nominato Francesco Guidotti Chief Financial Officer e Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili, Gerardo Diamanti membro dell'Organismo di Vigilanza e ha nominato per cooptazione Raffaello Napoleone Consigliere indipendente a seguito delle dimissioni del Consigliere Fausto Boni. Nella stessa data, è stato nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione della controllata americana YOOX Corporation.

## **Programma di acquisto di azioni proprie**

In data 13 luglio 2010 la Società ha comunicato di aver avviato un programma di acquisto di azioni proprie, in esecuzione di quanto deliberato dall'Assemblea degli Azionisti del 7 ottobre 2009 e dal Consiglio di Amministrazione del 1 luglio 2010. Il programma di acquisto di azioni proprie è finalizzato a creare la provvista di azioni necessaria al servizio del Piano di Incentivazione 2009 – 2014 rivolto ai dipendenti di YOOX S.p.A. e delle sue controllate ed approvato dall'Assemblea dei soci dell'8 settembre 2009. Ad oggi il Gruppo ha complessivamente acquistato n. 62.000 azioni ordinarie YOOX S.p.A., pari allo 0,1214% dell'allora capitale sociale, ad un prezzo medio unitario di Euro 5,836485 per azione al lordo delle commissioni, per un controvalore complessivo pari ad Euro 361.862,06.

## **Esercizio di stock option**

Nel corso dell'esercizio 2010 sono state emesse complessivamente n. 1.359.800 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 26.150 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

## **Piani di stock option e di incentivazione YOOX S.p.A.**

In esecuzione del Regolamento del Piano di Incentivazione YOOX S.p.A. 2009 - 2014, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, nel corso dell'esercizio 2010, l'assegnazione gratuita di complessive n. 141.856 azioni ordinarie, di cui n. 16.068 azioni successivamente decadute.

In esecuzione del Regolamento del Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, nel corso dell'esercizio 2010, l'assegnazione di complessive n. 61.887 opzioni, valide per la sottoscrizione di n. 3.218.124 azioni (nel rapporto di n. 52 nuove azioni per ogni opzione esercitata), di cui n. 4.812 opzioni successivamente decadute.

Per ulteriori informazioni sui termini e le condizioni del Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014 e del Piano di Incentivazione YOOX S.p.A. 2009 - 2014 si rinvia ai comunicati stampa già diffusi e ai Documenti Informativi redatti ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Emittenti depositati presso la sede sociale di YOOX S.p.A. in Zola Predosa (BO), Via Nannetti n. 1, nonché disponibili sul sito internet della Società [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

## **Eventi di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 2010**

### **Logistica: nuova piattaforma tecno-logistica globale altamente automatizzata**

Il Gruppo intende proseguire nel suo percorso di crescita anche nei prossimi anni, supportando lo sviluppo globale dei partner mono-marca, di yoox.com e thecorner.com e continuando a migliorare il servizio offerto ai propri clienti.

Con questo obiettivo, YOOX ha avviato un importante progetto relativo all'automazione della sua piattaforma tecnologica, che comporterà inoltre un incremento dei livelli di efficienza operativa e un conseguente miglioramento della profittabilità attesa.

La nuova piattaforma tecno-logistica automatizzata, progettata ad hoc per le specificità del settore fashion e-commerce all'interno delle attuali strutture di Interporto (Bologna), sarà in grado di supportare la crescita attesa del Gruppo fino al 2016, grazie al notevole incremento della capacità di movimentazione e stoccaggio dei prodotti.

L'unicità di questo progetto, che pone YOOX ancora una volta all'avanguardia nel suo settore, risiede nel connubio tra l'impiego dei più moderni sistemi di automazione e l'utilizzo della tecnologia RFid (Radio Frequency identification).



Il progetto è stato sviluppato in un'ottica eco-sostenibile, in linea con le politiche del Gruppo. Tutti i contenitori utilizzati nell'impianto sono infatti realizzati con materiale riciclato e riciclabile al 100% e la tecnologia impiegata consente un significativo risparmio energetico rispetto al processo tradizionale.

Da gennaio 2011, BSL Geodis, società del Gruppo SNCF, tra i primi fornitori globali di servizi di logistica in Europa, è partner di YOOX per lo sviluppo del progetto.

YOOX ha già sostenuto, nel quarto trimestre 2010, un investimento pari a 3,5 milioni di Euro e prevede di investire circa 10,0 milioni di Euro nel 2011. Gli ulteriori investimenti, stimati sulla base delle attuali previsioni di crescita della Società, ammonteranno a circa 10,0 milioni di Euro addizionali nel periodo 2012-2016. La maggior parte dell'investimento sarà finanziata ricorrendo ad una linea di credito a medio-lungo termine dedicata, con un primario Istituto Bancario internazionale.

## **Nuovi Online Store**

Il 13 gennaio 2011 è stata attivata la linea **Jil Sander Navy** all'interno dell'Online Store [jilsander.com](http://jilsander.com) e in data 8 febbraio 2011 è stata attivata la linea **Just Cavalli** all'interno dell'Online Store [robertocavalli.com](http://robertocavalli.com).

Dal 21 febbraio 2011 l'Online Store [diesel.com](http://diesel.com) è attivo anche in **Giappone** sia su desktop che su mobile (Keitai).

In data 1 marzo 2011 è stato **esteso al mercato cinese l'Online Store di Marni, [marni.cn](http://marni.cn)**, il secondo Online Store, dopo [emporioarmani.cn](http://emporioarmani.cn), ad essere "Powered by YOOX Group" in questo Paese. Entro il primo semestre del 2011 è altresì prevista l'**estensione al mercato cinese dell'Online Store di Bally**.

Nel corso del primo trimestre 2011 sarà lanciato l'**Online Store [brunellocucinelli.com](http://brunellocucinelli.com) in Europa, Stati Uniti e Giappone**, a seguito di un accordo firmato tra Brunello Cucinelli S.p.A. e YOOX S.p.A. a gennaio 2011.

Infine, nel corso del primo trimestre 2011 sarà lanciato l'**Online Store [y-3store.com](http://y-3store.com) in Europa, Stati Uniti e Giappone**, a seguito di un accordo firmato tra Adidas A.G. e YOOX S.p.A. ad ottobre 2010.

## **The Vogue Talents Corner**

Il 23 febbraio 2011 a Palazzo Morando (Milano) Vogue Italia e [thecorner.com](http://thecorner.com) hanno presentato "The Vogue Talents Corner", un progetto di scouting innovativo con l'obiettivo di divulgare la creatività di talenti emergenti nel panorama della moda internazionale attraverso l'e-commerce. E' stata, infatti, allestita una mostra-evento di quattordici giovani designer selezionati da Vogue Italia, Vogue US, Vogue China, Vogue Paris e Vogue UK.

Gli abiti e gli accessori della collezione Primavera/Estate 2011, ideati dai giovani talenti, sono acquistabili su [thecorner.com](http://thecorner.com) in un'area dedicata al progetto.

## **Esercizio di stock option**

Successivamente alla chiusura dell'esercizio sono state emesse complessivamente n. 716.716 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 13.783 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

Per effetto di quanto precede, alla data odierna il nuovo capitale sociale emesso di YOOX S.p.A. è pari a Euro 524.802,72 suddiviso in n. 52.480.272 azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale.

## **Assegnazione di opzioni relative al Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014**

Nel corso del mese di febbraio 2011, in esecuzione del Regolamento del Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014, sono state assegnate complessive n. 2.889 opzioni, valide per la sottoscrizione di n. 150.228 azioni (nel rapporto di n. 52 nuove azioni per ogni opzione esercitata).

Per ulteriori informazioni sui termini e le condizioni del Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014 si rinvia ai comunicati stampa già diffusi e al Documento Informativo redatto ai sensi dell'art. 84-bis del Regolamento Emittenti depositato presso la sede sociale di YOOX S.p.A. in Zola Predosa (BO), Via Nannetti n. 1, nonché disponibile sul sito internet della Società [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

## **Evoluzione prevedibile della gestione**

Sulla base del positivo andamento del mercato retail online e dei risultati conseguiti dal Gruppo nel 2010, è ragionevole assumere che anche nel corso dell'esercizio 2011 il Gruppo possa riconfermare una crescita del fatturato netto e della redditività. È altresì verosimile attendersi una contribuzione a tale crescita sia dalla linea di business Multi-marca, sia da quella Mono-marca, anche grazie alle nuove aperture già avvenute nei primi mesi del 2011 e a quelle previste per il resto dell'anno. A ciò si aggiungono le nuove opportunità di business derivanti dall'apertura del





mercato cinese, che nella seconda metà del 2011 vedrà affiancata la propria boutique online multi-marca thecorner.cn alla linea di business Mono-marca, inaugurata a fine 2010.

Il 2011 vedrà l'implementazione del nuovo sistema automatizzato della piattaforma tecno-logistica globale, che comporterà un incremento dei livelli di efficienza operativa e un conseguente miglioramento della profittabilità attesa negli esercizi successivi, e sarà in grado di supportare la crescita attesa del Gruppo fino al 2016.

Nel 2011 si prevede un'accelerazione della politica di investimenti, sia legata al progetto di automazione tecno-logistica, sia all'innovazione e al consolidamento della tecnologia multi-canale del Gruppo.

Continueranno le azioni tese ad un ulteriore sviluppo internazionale, insieme alle iniziative interne volte al miglioramento dell'efficienza e all'attenta gestione dei costi.

Per ulteriori dettagli relativi alle linee guida strategiche future del Gruppo YOOX, si rimanda alla presentazione dei risultati disponibile sul sito internet della Società [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

\*\*\*

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. ha, infine, **deliberato di convocare l'Assemblea degli Azionisti in sede ordinaria** per i giorni 26 aprile 2011 e 5 maggio 2011, rispettivamente in prima e seconda convocazione e in **sede straordinaria** per i giorni 26 aprile 2011, 28 aprile 2011 e 5 maggio 2011 rispettivamente in prima, seconda e terza convocazione. L'Assemblea sarà chiamata a deliberare (i) in sede ordinaria, oltre che sull'approvazione del bilancio di esercizio 2010, sulla proposta di integrazione dell'organo amministrativo mediante la nomina di un Amministratore ai sensi dell'art. 2386 c.c. e sulla proposta di autorizzazione al compimento di operazioni su azioni proprie; (ii) in sede straordinaria, su alcune proposte di modifica dello statuto sociale.

\*\*\*

*Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari Francesco Guidotti 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.*



## CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 18.00 (CET) di oggi, mercoledì 9 marzo 2011, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX Group presenterà i risultati annuali dell'esercizio 2010 e le linee guida strategiche future. 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 verde): 866 63 203 28
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8794

La presentazione potrà essere scaricata prima dell'inizio della conference call dalla sezione Investor Relations del sito YOOX Group all'indirizzo [http://www.yooxgroup.com/it/investor\\_relation/press\\_releases/presentations\\_2011.asp](http://www.yooxgroup.com/it/investor_relation/press_releases/presentations_2011.asp)

Una registrazione della conference call sarà disponibile a partire da giovedì 10 marzo 2011 a giovedì 24 marzo 2011, chiamando i seguenti numeri:

- dall'Italia: +39 02 724 95
- dal Regno Unito: +44 1212 818005
- dagli Stati Uniti (numero verde): 866 7089394
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8797

Codice di accesso: 885#

*Per ulteriori informazioni:*

Silvia Scagnelli  
**Investor Relations**  
YOOX Group  
T +39 02 83112811  
[investor.relations@yoox.com](mailto:investor.relations@yoox.com)

**Image Building**  
Simona Raffaelli, Emanuela Borromeo  
T +39 02 89011300  
[yoox@imagebuilding.it](mailto:yoox@imagebuilding.it)



## YOOX Group

YOOX Group, il partner globale di Internet retail per i principali brand della moda e del design, si è affermato tra i leader di mercato con gli store multi-brand [yoox.com](http://yoox.com) e [thecorner.com](http://thecorner.com), ed i numerosi Online Store mono-brand tra i quali [zegna.com](http://zegna.com), [valentino.com](http://valentino.com) e [diesel.com](http://diesel.com), tutti "Powered by YOOX Group". Il Gruppo vanta centri tecno-logistici e uffici in Europa, Stati Uniti, Cina e Giappone e distribuisce in 67 Paesi nel mondo.

[yoox.com](http://yoox.com), fondato nel 2000, è lo store virtuale di moda e design multi-brand leader nel mondo. Grazie a consolidate relazioni dirette con designer, produttori e dealer autorizzati, [yoox.com](http://yoox.com) offre una selezione infinita di prodotti difficili da trovare: un'ampia scelta di capi d'abbigliamento e accessori di fine stagione dei più importanti designer al mondo, capsule collection esclusive, proposte di moda eco-friendly, un assortimento unico di oggetti di design, rari capi vintage e originali libri d'arte.

[thecorner.com](http://thecorner.com) è la boutique online che presenta una selezione di abbigliamento e accessori di ricerca per uomo e donna attraverso mini-store dedicati. L'elemento chiave di questo innovativo retail concept è il "corner": mini-store e piattaforma creativa dedicati a ogni brand per presentare le ultime collezioni attraverso contenuti multimediali, permettendo ai visitatori di vivere a pieno il mondo dei designer e le loro ispirazioni.

Dal 2006, YOOX Group progetta e gestisce gli Online Store mono-brand dei principali brand di moda che intendono offrire su Internet la stessa collezione disponibile attualmente nei negozi. Grazie al know-how acquisito e all'esperienza pluriennale, YOOX Group offre ai propri brand-partner una soluzione completa che include una piattaforma tecnologica e logistica globale, interface design altamente innovativo, customer care eccellente e attività di web marketing a livello internazionale.



## ALLEGATO 1 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	Esercizio al					
	IV Trim 2010	IV Trim 2009	Variazione	31 dic 2010	31 dic 2009	Variazione
Ricavi netti consolidati di vendita	63,5	45,5	39,7%	214,3	152,2	40,8%
Costo del venduto	(36,2)	(25,1)	44,6%	(129,9)	(91,9)	41,3%
<b>Gross Profit<sup>11</sup></b>	<b>27,3</b>	<b>20,4</b>	<b>33,8%</b>	<b>84,4</b>	<b>60,3</b>	<b>40,0%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	43,0%	44,9%		39,4%	39,6%	
Costo preparazione merci	(6,1)	(4,3)	40,0%	(21,5)	(15,5)	38,8%
Spese commerciali	(6,9)	(4,7)	48,2%	(24,7)	(16,7)	47,4%
<b>EBITDA Pre Corporate Costs<sup>12</sup></b>	<b>14,3</b>	<b>11,4</b>	<b>25,5%</b>	<b>38,2</b>	<b>28,1</b>	<b>36,1%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	22,6%	25,1%		17,8%	18,4%	
Spese Generali	(5,3)	(3,5)	51,7%	(18,9)	(12,1)	56,5%
Altri proventi e altri oneri	(0,1)	(0,2)	-42,9%	(0,5)	(1,0)	-48,0%
<b>EBITDA<sup>13</sup></b>	<b>8,9</b>	<b>7,7</b>	<b>15,1%</b>	<b>18,8</b>	<b>15,0</b>	<b>25,0%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	14,0%	17,0%		8,8%	9,9%	
Ammortamenti	(1,4)	(0,8)	74,3%	(3,7)	(2,2)	71,5%
Oneri non ricorrenti	-	(4,0)	-100,0%	-	(4,0)	-100,0%
<b>Risultato operativo</b>	<b>7,5</b>	<b>3,0</b>	<b>&gt;100%</b>	<b>15,0</b>	<b>8,8</b>	<b>69,8%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	11,8%	6,5%		7,0%	5,8%	
Proventi Finanziari	0,3	0,1	>100%	1,0	0,5	90,5%
Oneri Finanziari	(0,2)	(0,5)	-70,1%	(1,1)	(2,0)	-46,9%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>7,7</b>	<b>2,5</b>	<b>&gt;100%</b>	<b>14,9</b>	<b>7,4</b>	<b>&gt;100%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	12,1%	5,5%		7,0%	4,8%	
Imposte	(2,6)	(1,3)	>100%	(5,8)	(3,3)	77,7%
<b>Risultato netto consolidato</b>	<b>5,1</b>	<b>1,3</b>	<b>&gt;100%</b>	<b>9,1</b>	<b>4,1</b>	<b>&gt;100%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	8,0%	2,8%		4,3%	2,7%	
<b>EBITDA escluso Piani di incentivazione<sup>14</sup></b>	<b>10,0</b>	<b>9,0</b>	<b>11,7%</b>	<b>22,5</b>	<b>16,6</b>	<b>35,1%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	15,8%	19,7%		10,5%	10,9%	

<sup>11</sup> Il Gross Profit è definito come risultato netto al lordo del costo preparazione merci, delle spese commerciali, delle spese generali, degli altri proventi e altri oneri, degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché il Gross Profit non è identificato come misura contabile, né nell'ambito dei Principi Contabili Italiani, né in quello degli IFRS adottati dall'Unione Europea, la determinazione quantitativa dello stesso potrebbe non essere univoca ed il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il suo valore potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

<sup>12</sup> Far riferimento a nota 6.

<sup>13</sup> Far riferimento a nota 1.

<sup>14</sup> Far riferimento a nota 2.



## ALLEGATO 2 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	Esercizio al 31 dic 2010	Esercizio al 31 dic 2009	Variazione
Capitale circolante netto <sup>15</sup>	24,8	9,8	>100%
Attività non correnti	21,5	10,9	97,4%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,4)	(0,6)	-30,5%
<b>Capitale investito netto<sup>16</sup></b>	<b>45,9</b>	<b>20,1</b>	<b>&gt;100%</b>
Patrimonio netto	68,7	54,1	27,0%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta <sup>17</sup>	(22,8)	(34,0)	-32,9%
<b>Totale fonti di finanziamento</b>	<b>45,9</b>	<b>20,1</b>	<b>&gt;100%</b>

## ALLEGATO 3 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	Esercizio al 31 dic 2010	Esercizio al 31 dic 2009	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(0,5)	18,4	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	(11,5)	(2,1)	>100%
<b>Sub-Totale</b>	<b>(12,0)</b>	<b>16,4</b>	<b>&gt;100%</b>
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività finanziaria	1,2	9,7	-87,5%
<b>Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio</b>	<b>(10,8)</b>	<b>26,0</b>	<b>&gt;100%</b>

<sup>15</sup> Far riferimento a nota 8.

<sup>16</sup> 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.

<sup>17</sup> Far riferimento a nota 3.



## ALLEGATO 4 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO DI YOOX S.P.A.

Milioni di Euro	Esercizio al		Variazione
	31 dic 2010	31 dic 2009	
Ricavi netti di vendita	183,4	131,6	39,3%
Costo del venduto	(123,1)	(85,2)	44,5%
<b>Gross Profit<sup>18</sup></b>	<b>60,3</b>	<b>46,5</b>	<b>29,8%</b>
% dei ricavi netti di vendita	32,9%	35,3%	
Costo preparazione merci	(18,3)	(13,4)	36,6%
Spese commerciali	(15,8)	(11,2)	40,5%
<b>EBITDA Pre Corporate Costs<sup>19</sup></b>	<b>26,3</b>	<b>21,9</b>	<b>20,1%</b>
% dei ricavi netti di vendita	14,3%	16,6%	
Spese Generali	(12,2)	(8,4)	44,2%
Altri proventi e altri oneri	(0,4)	(0,8)	-52,0%
<b>EBITDA<sup>20</sup></b>	<b>13,7</b>	<b>12,6</b>	<b>8,5%</b>
% dei ricavi netti di vendita	7,5%	9,6%	
Ammortamenti	(3,7)	(2,2)	71,8%
Oneri non ricorrenti	-	(3,9)	-100,0%
<b>Risultato operativo</b>	<b>10,0</b>	<b>6,5</b>	<b>53,3%</b>
% dei ricavi netti di vendita	5,5%	5,0%	
Proventi Finanziari	0,9	0,5	68,0%
Oneri Finanziari	(0,9)	(1,8)	-45,9%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>9,9</b>	<b>5,3</b>	<b>87,6%</b>
% dei ricavi netti di vendita	5,4%	4,0%	
Imposte	(3,9)	(2,5)	52,4%
<b>Risultato netto dell'esercizio</b>	<b>6,1</b>	<b>2,8</b>	<b>&gt;100%</b>
% dei ricavi netti di vendita	3,3%	2,1%	
<b>EBITDA escluso Piani di incentivazione<sup>21</sup></b>	<b>17,4</b>	<b>14,3</b>	<b>21,5%</b>
% dei ricavi netti di vendita	9,5%	10,9%	

<sup>18</sup> Far riferimento a nota 11.

<sup>19</sup> Far riferimento a nota 6.

<sup>20</sup> Far riferimento a nota 1.

<sup>21</sup> Far riferimento a nota 2.



## ALLEGATO 5 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE DI YOOX S.P.A.

Milioni di Euro	Esercizio al 31 dic 2010	Esercizio al 31 dic 2009	Variazione
Capitale circolante netto <sup>22</sup>	29,0	13,6	>100%
Attività non correnti	20,0	10,3	93,9%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,4)	(0,6)	-30,8%
<b>Capitale investito netto<sup>23</sup></b>	<b>48,6</b>	<b>23,3</b>	<b>&gt;100%</b>
Patrimonio netto	63,9	52,6	21,3%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta <sup>24</sup>	(15,2)	(29,3)	-48,1%
<b>Totale fonti di finanziamento</b>	<b>48,6</b>	<b>23,3</b>	<b>&gt;100%</b>

## ALLEGATO 6 – SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO DI YOOX S.P.A.

Milioni di Euro	Esercizio al 31 dic 2010	Esercizio al 31 dic 2009	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	(2,7)	16,5	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	(12,3)	(2,6)	>100%
<b>Sub-Totale</b>	<b>(15,0)</b>	<b>13,9</b>	<b>&gt;100%</b>
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività finanziaria	1,2	9,7	-87,5%
<b>Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio</b>	<b>(13,7)</b>	<b>23,6</b>	<b>&gt;100%</b>

<sup>22</sup> Far riferimento a nota 8.

<sup>23</sup> Far riferimento a nota 16.

<sup>24</sup> Far riferimento a nota 3.