



## COMUNICATO STAMPA

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

#### Approva il Progetto di Bilancio e il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2011

##### Principali risultati consolidati al 31 dicembre 2011<sup>1</sup>:

- **Ricavi netti:** 291,2 milioni di Euro (+35,9% rispetto a 214,3 milioni di Euro al 31.12.2010)
- **EBITDA:** 24,1 milioni di Euro (+28,4% rispetto a 18,8 milioni di Euro al 31.12.2010). **EBITDA escluso Piani di incentivazione:** 28,2 milioni di Euro (+25,6% rispetto a 22,5 milioni di Euro al 31.12.2010)
- **Risultato Netto:** 10,0 milioni di Euro (+9,7% rispetto a 9,1 milioni di Euro al 31.12.2010)
- **Posizione finanziaria netta:** positiva per 12,9 milioni di Euro (rispetto a 22,8 milioni di Euro al 31.12.2010)
- **Media mensile dei Visitatori Unici del Gruppo:** 10,4 milioni (rispetto a 8,6 milioni al 31.12.2010)
- **Numero di ordini:** 2.055 mila (rispetto a 1.523 mila al 31.12.2010)
- **AOV (Average Order Value):** 180 Euro (rispetto a 179 Euro al 31.12.2010)

- **Lanciato shooscribe.com, il nuovo negozio online multi-marca interamente dedicato alle calzature**

Zola Predosa (BO), 7 marzo 2012 - Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. (MTA, STAR: YOOX), riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Progetto di Bilancio di esercizio di YOOX S.p.A. chiuso al 31 dicembre 2011, che verrà sottoposto per approvazione all'Assemblea degli Azionisti, ed il bilancio consolidato del Gruppo YOOX relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011.

<sup>1</sup> 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.



## Principali metriche di business

	2011	2010
Numero di Visitatori Unici al mese <sup>2</sup> (milioni)	10,4	8,6
Numero di ordini ('000)	2.055	1.523
AOV <sup>3</sup> (Euro)	180	179
Numero di Clienti attivi <sup>4</sup> ('000)	808	612

Nel 2011 il Gruppo ha conseguito una **Media mensile di Visitatori Unici** pari a **10,4 milioni** rispetto a 8,6 milioni del 2010.

Nel corso del 2011, si è registrato un incremento del **Numero di Ordini** pari al 35,0%, passando dai 1.523 mila ordini del 2010 ai **2.055 mila ordini** del 2011, con un valore medio degli ordini di acquisto (**AOV**) pari a **180 Euro** (IVA esclusa).

Nel 2011 è aumentato anche il numero dei **Clienti Attivi**, che si è attestato a quota **808 mila**, registrando una crescita del 31,9% rispetto ai 612 mila al 31 dicembre 2010.

## Commenti al conto economico

Al 31 dicembre 2011 YOOX Group ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **291,2 milioni di Euro**, in crescita del 35,9% rispetto ai 214,3 milioni di Euro al 31 dicembre 2010 (+37,0% a tassi di cambio costanti).

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

Milioni di Euro	2011		2010		Variazione	
Multi-marca	212,8	73,1%	163,7	76,4%	49,1	30,0%
Mono-marca	78,4	26,9%	50,6	23,6%	27,8	54,8%
<b>Totale Gruppo YOOX</b>	<b>291,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>214,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>76,9</b>	<b>35,9%</b>

La linea di business **Multi-marca**, che comprende le attività dei negozi online yoox.com e thecorner.com, registra ricavi netti consolidati pari a **212,8 milioni di Euro**, in crescita del **30,0%** rispetto ai 163,7 milioni di Euro a fine 2010. Tale crescita è riconducibile sia alla brillante performance di thecorner.com, che continua a registrare risultati superiori alle aspettative, sia alla crescita sostenuta di yoox.com.

Complessivamente, al 31 dicembre 2011, la linea di business Multi-marca rappresenta il **73,1%** 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 registra ricavi netti consolidati pari a **78,4 milioni di Euro**, con un incremento del **54,8%** rispetto ai 50,6 milioni di Euro conseguiti al 31 dicembre 2010.

La crescita della linea di business Mono-marca è riconducibile sia alla buona performance dei 23 Online Store già attivi al 31 dicembre 2010, sia ai 7 nuovi Online Store lanciati nel corso del 2011: y-3store.com, brunello Cucinelli.com, bikembergs.com, dolcegabbana.com, moncler.com e, nel quarto trimestre 2011, armani.com e trussardi.com. A questi si deve aggiungere l'estensione degli Online Store di Marni, Bally, D&G in Cina e di Diesel in Giappone.

Complessivamente, al 31 dicembre 2011, la linea di business Mono-marca rappresenta il **26,9%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo e conta 30 Online Store.

<sup>2</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 nel periodo di riferimento.

Fonte: SiteCatalyst per yoox.com e Google Analytics per thecorner.com e Online Store.

<sup>3</sup> Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

<sup>4</sup> Clienti Attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.



## Ricavi netti consolidati per area geografica

Milioni di Euro	2011		2010		Variazione	
Italia	57,7	19,8%	49,2	23,0%	8,4	17,1%
Europa (escluso Italia)	141,6	48,6%	103,0	48,1%	38,6	37,5%
Nord America	59,7	20,5%	42,2	19,7%	17,5	41,5%
Giappone	19,8	6,8%	13,4	6,3%	6,4	47,6%
Altri Paesi	6,1	2,1%	2,2	1,0%	3,8	170,6%
Non legato ad area geog.	6,3	2,2%	4,2	1,9%	2,1	50,6%
<b>Totale Gruppo YOOX</b>	<b>291,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>214,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>76,9</b>	<b>35,9%</b>

Contribuiscono alla crescita del Gruppo tutti i principali mercati di riferimento, registrando performance positive rispetto al 2010, ed in particolare i mercati esteri, che nel 2011 rappresentano circa l'80%<sup>5</sup> dei ricavi netti totali.

Per il primo anno nella storia di YOOX Group il **Nord America diventa il primo mercato**, con un fatturato pari a 59,7 milioni di Euro, corrispondente al 20,5% dei ricavi netti consolidati, in crescita del **41,5%** rispetto al 2010, nonostante l'impatto sfavorevole del tasso di cambio (+48,6% a tassi di cambio costanti).

L'**Italia** cresce del **17,1%** rispetto al 2010, con un fatturato pari a 57,7 milioni di Euro, confermando così la leadership del Gruppo nel mercato domestico.

Positivi anche i risultati del **resto d'Europa**, in crescita del **37,5%**. I principali Paesi che concorrono al fatturato del Gruppo in Europa nel 2011 sono Francia, Germania, Inghilterra, tutti in crescita rispetto all'esercizio 2010, e Russia, che continua a registrare risultati eccellenti.

Brillanti le performance del **Giappone**, in crescita del **47,6%** rispetto all'esercizio 2010 (+40,9% a tassi di cambio costanti), e sostenuta anche la crescita degli **Altri Paesi (+170,6%** rispetto al 2010).

## EBITDA Pre Corporate Costs

Nel corso dell'esercizio 2011, l'**EBITDA Pre Corporate Costs** è stato pari a **47,0 milioni di Euro**, in crescita del **23,2%** rispetto ai 38,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2010, con una marginalità pari al 16,2% rispetto al 17,8% al 31 dicembre 2010.

Milioni di Euro	Multi-marca		Mono-marca		Totale Gruppo	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
EBITDA Pre Corporate Costs	32,2	29,1	14,8	9,1	<b>47,0</b>	<b>38,2</b>
% ricavi netti del settore	15,1%	17,8%	18,9%	17,9%	<b>16,2%</b>	<b>17,8%</b>
variazione %	10,6%		63,6%		<b>23,2%</b>	

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Multi-marca** registra una crescita del 10,6%, con una marginalità del 15,1% rispetto al 17,8% dell'esercizio 2010, principalmente influenzata da un minor gross profit. Tale risultato risente dell'andamento sfavorevole del tasso di cambio euro/dollaro nei primi nove mesi dell'anno, e del maggior contributo della collezione Primavera/Estate di yoox.com, in promozione nei mesi di settembre ed ottobre 2011, caratterizzati da temperature record. Inoltre, nel quarto trimestre del 2011, tale risultato risente altresì delle politiche commerciali e di spedizione gratuita intraprese dal Gruppo in alcuni Paesi.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Mono-marca** cresce del 63,6%, con una marginalità pari al 18,9% rispetto al 17,9% dell'esercizio 2010. Tale performance è riconducibile al diverso mix dei negozi online, oltre che ai ricavi derivanti dai servizi di web marketing e web design offerti da Yagency.

Nel quarto trimestre del 2011, entrambe le linee di business beneficiano della minore incidenza sui ricavi netti dei costi di gestione logistica, grazie al considerevole aumento di efficienza operativa riconducibile alla nuova piattaforma techno-logistica altamente automatizzata.

<sup>5</sup> Esclude il segmento "Non legato ad area geografica".



## *EBITDA*

L'**EBITDA** è pari a **24,1 milioni di Euro** al 31 dicembre 2011 rispetto ai 18,8 milioni di Euro al 31 dicembre 2010. L'incidenza percentuale dell'EBITDA sui ricavi netti passa dal 8,8% del 2010 al 8,3% nel 2011. La redditività del Gruppo risente degli oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione, pari a 4,2 milioni di Euro, rispetto a 3,7 milioni di Euro nel 2010. Escludendo tali oneri, l'**EBITDA escluso Piani di incentivazione** si attesta a **28,2 milioni di Euro**, con un margine sul fatturato del 9,7% rispetto al 10,5% al 31 dicembre 2010. Si ricorda che nell'esercizio 2011 la redditività del Gruppo è influenzata dai costi di start-up delle attività in Cina.

## *Risultato netto*

Il **Risultato netto consolidato** è pari a **10,0 milioni di Euro**, in crescita del 9,7% rispetto ai 9,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2010, nonostante i maggiori ammortamenti relativi al progetto di automazione della piattaforma tecnologica, agli investimenti in innovazione e consolidamento tecnologico, oltre che all'apertura del nuovo ufficio di Milano, all'espansione della sede bolognese e allo start-up delle attività in Cina.

## **Commenti allo stato patrimoniale**

### *Capitale circolante netto*

Il **capitale circolante netto** passa dai 24,8 milioni di Euro al 31 dicembre 2010 ai **33,0 milioni di Euro** al 31 dicembre 2011. Tale variazione è riconducibile in larga parte all'incremento fisiologico del magazzino, necessario per far fronte alla crescita futura della linea di business Multi-marca.

### *Posizione finanziaria netta*

La **posizione finanziaria netta** del Gruppo rimane positiva e passa da 22,8 milioni di Euro al 31 dicembre 2010 a **12,9 milioni di Euro** al 31 dicembre 2011. L'impiego della cassa è riconducibile all'aumento del capitale circolante, volto a sostenere la crescita futura del Gruppo, e ai maggiori investimenti in conto capitale - pari a 23,6 milioni di Euro - in tecnologia, nello sviluppo della nuova piattaforma tecno-logistica automatizzata, nell'espansione della sede bolognese, nel nuovo ufficio di Milano e nello start-up delle attività in Cina.

## **Dati di sintesi del quarto trimestre 2011**

Nel quarto trimestre del 2011, il Gruppo ha registrato **ricavi netti consolidati pari a 86,8 milioni di Euro**, in crescita del 36,6% rispetto ai 63,5 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2010 (+36,3% a tassi di cambio costanti).

L'**EBITDA Pre Corporate Costs** è pari a **17,6 milioni di Euro**, in crescita del 22,5% rispetto ai 14,3 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2010.

L'**EBITDA** è pari a **12,3 milioni di Euro**, in crescita del 37,5% rispetto agli 8,9 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2010, con una marginalità sostanzialmente in linea, pari al 14,1%. L'**EBITDA escluso Piani di incentivazione** si attesta a **13,3 milioni di Euro**, pari ad una redditività del 15,3%.

Il **Risultato netto consolidato** è pari a **6,4 milioni di Euro**, in crescita del 25,2% rispetto ai 5,1 milioni di Euro del quarto trimestre del 2010, nonostante un incremento degli ammortamenti riconducibile principalmente all'automazione della piattaforma tecno-logistica, oltre che agli investimenti in innovazione e nel consolidamento tecnologico, all'apertura del nuovo ufficio di Milano e all'espansione della sede bolognese.



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

La società Capogruppo YOOX S.p.A. ha chiuso l'esercizio 2011 con **ricavi netti**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **249,2 milioni di Euro**, in aumento del 35,9% rispetto all'esercizio 2010. Tali ricavi sono comprensivi del fatturato per la fornitura di prodotti dalla Capogruppo alle società controllate da destinare alla vendita nei negozi online del Nord America, del Giappone, dei Paesi dell'area Asia-Pacifico e della Cina.

L'**EBITDA** si attesta a **20,9 milioni di Euro** rispetto a 13,7 milioni di Euro al 31 dicembre 2010.

Il **Risultato netto** è pari a **8,1 milioni di Euro**, in crescita rispetto ai 6,1 milioni di Euro del 2010.

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 2011 è pari a **0,0 milioni di Euro** rispetto al 31 dicembre 2010, quando era positiva per 15,2 milioni di Euro.

## Eventi di rilievo avvenuti nel corso dell'esercizio 2011

### **Online Store mono-marca**

Il 2011 ha visto l'apertura di **7 nuovi Online Store**, portando, così, a **30** il numero di **Online Store "Powered by YOOX Group"** - di cui 7 attivi anche in Cina - e ha segnato il **rinnovo quinquennale di 3 importanti accordi** di collaborazione con **Giorgio Armani S.p.A.**, **Valentino S.p.A.**, **Marni International S.A.** e **Marni S.r.l.**

In particolare, nel corso dell'esercizio 2011, sono stati lanciati: y-3store.com, brunelloclucinelli.com, bikkembergs.com, dolcegabbana.com, moncler.com e nel corso del quarto trimestre 2011, armani.com e trussardi.com. Questi negozi online sono operativi principalmente in Europa, Stati Uniti e Giappone, ad eccezione di moncler.com e bikkembergs.com, attivi prevalentemente in Europa e Stati Uniti, e di dolcegabbana.com, armani.com e y-3store.com, presenti anche in Cina.

Sono inoltre stati **estesi al mercato cinese** gli Online Store di **Marni**, **Bally** e **D&G** e al **Giappone** l'Online Store di **Diesel**, mentre **le nuove linee Z Zegna**, **Just Cavalli** e **Jil Sander Navy** sono state attivate all'interno dei rispettivi Online Store.

Il 2011 ha, infine, visto la firma di 3 nuovi accordi di collaborazione. Nel corso del 2012, infatti, saranno lanciati in **Europa**, **Stati Uniti** e **Giappone** i 2 nuovi **Online Store dei marchi Pomellato** e **Dodo**, a seguito degli accordi siglati tra Pomellato S.p.A. e YOOX S.p.A. il 14 novembre 2011, e a marzo 2012, sarà lanciato l'**Online Store di Pringle of Scotland** in **Europa**, **Stati Uniti** e **Giappone**, a seguito dell'accordo siglato con Pringle of Scotland Lts il 21 novembre 2011.

### **Espansione geografica**

Nel corso del 2011 il Gruppo ha aperto nuovi mercati geografici, portando ad **oltre 100 il numero di Paesi serviti**, e implementando, per alcuni di essi, una strategia di maggiore localizzazione.

In quest'ottica, per presidiare i Paesi dell'area Asia-Pacifico è stata costituita una filiale a Hong Kong - dotata di un ufficio e di un hub logistico locali - dal quale è servita anche la **Corea del Sud**, Paese promettente che vanta già alti tassi di penetrazione internet nonché un'elevata propensione agli acquisti online. A novembre 2011, infatti, il Gruppo ha lanciato la **versione localizzata di yoox.com**, interamente realizzata in lingua coreana.

Inoltre, dopo il recente successo di yoox.com, ad ottobre 2011 anche **thecorner.com** è **sbarcato** in **Russia**, in versione localizzata e con customer care dedicato in lingua locale.

Si ricorda infine che, dopo l'ingresso in Cina a fine 2010 con la linea di business Mono-marca, a settembre 2011 YOOX Group ha **lanciato thecorner.com.cn** con una selezione di importanti brand del lusso e designer cutting-edge dedicata al mercato cinese.



## **Innovazioni tecnologiche**

E' proseguita, anche nel 2011, l'attività di consolidamento ed aggiornamento della piattaforma tecnologica multi-canale del Gruppo.

In particolare, per cogliere appieno le opportunità derivanti dalla crescente tendenza degli acquirenti online alla multi-canale, il team di tecnologia si è focalizzato sull'implementazione di nuove soluzioni tecniche per lo sviluppo di mobile site per i negozi online del Gruppo, con l'obiettivo di offrire ai clienti la possibilità di scegliere, di volta in volta, il canale preferito per effettuare i propri acquisti.

Nel mese di aprile 2011 è stata rilasciata la **web application di thecorner.com** per **iPhone** e **Android**, la prima applicazione del Gruppo ad incorporare un sistema di fast check-out su canale mobile. Nei mesi successivi è seguito il rilascio di mobile site anche per alcuni Online Store mono-marca e da maggio 2011 è, altresì, attiva la **nuova applicazione nativa per yoox.com** su **Android**. E' stata, inoltre, rivista la struttura di presentazione e di navigazione di **thecorner.com**, al fine di ottimizzarne la fruizione su piattaforma **iPad**.

Nel corso del 2011 il Gruppo ha registrato una crescita considerevole dell'utilizzo di nuovi canali quali smartphone e tablet, che a fine anno rappresentavano già una quota significativa non solo del traffico, ma anche delle vendite.

Il team di tecnologia si è inoltre focalizzato sul rilascio di nuove release per i negozi online del Gruppo, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti. Tra queste si segnala, a giugno 2011, la **Release 9.5** di **yoox.com**, che ha rafforzato ulteriormente l'integrazione con i social network, e, a settembre 2011, la **Release 4.0** di **thecorner.com**, che, oltre ad una rivisitazione grafica, ha migliorato la usability del sito e ne ha reso maggiormente fruibili i contenuti.

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

YOOX Group ha completato il progetto di automazione della nuova piattaforma tecno-logistica globale, che è diventata pienamente operativa a fine settembre 2011.

La nuova piattaforma automatizzata ha comportato un considerevole aumento dell'efficienza operativa, che, nel quarto trimestre dell'anno, si è tradotto in un'importante riduzione dei costi di gestione logistica del magazzino. Inoltre, grazie all'automazione in ambito picking, la nuova struttura ha comportato una migliore gestione del processo di evasione degli ordini, che ha permesso non solo di gestire in modo ottimale i picchi di domanda della campagna natalizia, ma anche di raggiungere livelli record di puntualità nelle consegne al cliente finale.

## **Vogue (Gruppo Condè Nast) e thecorner.com**

Nel corso del 2011 si è consolidata la partnership tra YOOX Group e Vogue - Gruppo Condè Nast - che, riunendo le rispettive competenze e-commerce ed editoriali, hanno dato vita a numerose iniziative in Italia, Stati Uniti e Cina, volte a promuovere la creatività di designer emergenti nel panorama della moda internazionale attraverso l'e-commerce.

## **Dipendenti**

Al 31 dicembre 2011 il Gruppo conta 469 dipendenti, in crescita del 26% rispetto ai 372 dipendenti al 31 dicembre 2010, con un'età media di 32 anni.

## **Esercizio di stock option**

Nel corso dell'esercizio 2011, sono state emesse complessivamente n. 1.310.556 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 25.203 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

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

In esecuzione di quanto deliberato dall'Assemblea degli Azionisti del 5 maggio 2011, la Società ha avviato un programma di acquisto di azioni proprie, 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. Nel corso del 2011, sono state complessivamente acquistate n. 100.000 azioni ordinarie YOOX S.p.A., pari allo 0,1884% del capitale sociale al 31 dicembre 2011, ad un prezzo medio unitario di Euro 9,540303 per azione al lordo delle commissioni, per un controvalore complessivo pari ad Euro 954.030,30.



### **Piani di Incentivazione**

Per informazioni sui piani di incentivazione in essere al 31 dicembre 2011 si rinvia ai comunicati stampa già diffusi e ai Documenti Informativi redatti ai sensi dell'art. 84-*bis* del Regolamento Emittenti Consob depositati presso la sede sociale, nonché disponibili sul sito internet della Società all'indirizzo [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

### **Eventi di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 2011**

#### **Lancio del nuovo negozio online multi-marca: shoescape.com**

In linea con la strategia del Gruppo di ampliare l'offerta in-season, YOOX Group lancia shoescape.com, un nuovo negozio online multi-marca interamente dedicato alle calzature da donna. Da oggi, mercoledì 7 marzo, shoescape.com affianca yoox.com e thecorner.com all'interno della linea di business multi-marca.

La pluriennale esperienza del Gruppo nel fashion e-commerce ha dimostrato che le scarpe sono i best-seller indiscussi a livello globale; per questo motivo il Gruppo ha deciso di dedicare uno spazio online esclusivamente alle calzature.

shoescape.com offre un'esperienza di acquisto originale e a 360 gradi nel mondo della calzatura, che spazia dalla componente editoriale fino alla cura della scarpa dopo l'acquisto. Il concept dello store si fonda, infatti, sulla combinazione di tre elementi chiave: e-commerce, servizi esclusivi dedicati alle scarpe e contenuto editoriale.

L'assortimento consiste in una selezione originale e molto curata che conta per il lancio più di 100 marchi, da grandi nomi a brand di ricerca tra i quali: Acne, Alexander Wang, Bally, Giambattista Valli, Marni, Marc Jacobs, Opening Ceremony, Proenza Schouler e Sergio Rossi, a cui ne verranno aggiunti costantemente di nuovi.

shoescape.com si avvale della solida piattaforma globale del Gruppo per garantire a tutti i clienti un servizio eccellente ed unico nel settore. Per gli appassionati, shoescape.com ha appositamente ideato alcuni servizi a valore aggiunto, tra cui un sistema per organizzare le proprie scarpe nell'armadio, disponibile in ogni pacco, e un network di calzolari di fiducia cui affidarne la riparazione. Inoltre, attraverso la sottoscrizione di un abbonamento annuale, gli "shoescapers" potranno accedere ai servizi più esclusivi, che spaziano dalla riparazione in omaggio delle scarpe acquistate alla spedizione gratuita tutto l'anno.

#### **Online Store mono-marca**

Il 16 febbraio 2012 è stato **lanciato l'Online Store barbarabui.com** in **Europa, Stati Uniti e Giappone** e dal 5 marzo 2012 l'Online Store **dsquared2.com** è attivo anche in **Cina**.

#### **Nomina del Chief Operating Officer**

Nei prossimi anni YOOX Group continuerà ad investire nel consolidamento e nell'innovazione della propria infrastruttura tecnologica multi-canale e logistica globale, al fine di garantire una piattaforma solida e all'avanguardia, capace di adattarsi velocemente ai mutevoli scenari di mercato e offrire quindi ai propri brand partner e clienti finali un servizio d'eccellenza.

All'interno di questo contesto s'inserisce la **nomina di un Chief Operating Officer** ("COO") con responsabilità di ottimizzazione e coordinamento di tutte le attività operative e progettuali - in ambito logistico e tecnologico - e di massimizzazione delle sinergie derivanti dalla gestione congiunta di entrambe le attività. Tale nomina persegue lo scopo ultimo di preservare e rafforzare uno dei vantaggi competitivi più importanti del Gruppo: la qualità del servizio offerto. Nel primo trimestre del 2012 **Giuseppe Guillot** è stato pertanto promosso nel ruolo di COO. In YOOX Group dal 2007, Guillot ha assunto diversi incarichi, sia nella funzione Operations sia in Tecnologia, ricoprendo, prima di quest'ultima nomina, il ruolo di Technology Director.

#### **Esercizio di stock option**

Successivamente alla chiusura dell'esercizio sono state emesse complessivamente n. 2.025.504 azioni ordinarie a seguito dell'esercizio di complessive n. 38.952 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 550.996,16 suddiviso in n. 55.099.616 azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale.



## **Piani di Incentivazione 2009 - 2014**

Nel corso del mese di febbraio 2012, in esecuzione del Regolamento del Piano di Stock Option YOOX S.p.A. 2009 - 2014, sono state assegnate complessive n. 4.490 opzioni, valide per la sottoscrizione di n. 233.480 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 ai Documenti Informativi redatti ai sensi dell'art. 84-*bis* del Regolamento Emittenti Consob depositati presso la sede sociale, nonché disponibili sul sito internet della Società all'indirizzo [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

## **Evoluzione prevedibile della gestione**

Sulla base del positivo andamento del mercato retail online e della domanda di beni di lusso, è ragionevole assumere che nell'esercizio 2012 il Gruppo possa riconfermare una crescita del fatturato e conseguire un miglioramento della profittabilità.

È verosimile attendersi che alla crescita contribuiscano in particolar modo i mercati esteri, che rappresenteranno una quota sempre maggiore dei ricavi netti totali, e che gli Stati Uniti si riconfermino il primo mercato del Gruppo.

Tale crescita sarà, inoltre, supportata sia dalla linea di business Mono-marca, con i 30 Online Store già attivi a fine 2011 ed i nuovi previsti per l'esercizio in corso, sia dalla linea di business Multi-marca, anche grazie al lancio di [shooscribe.com](http://shooscribe.com) e del nuovo [yoox.com](http://yoox.com), previsto nel quarto trimestre 2012, anche in Cina.

Proseguirà la politica di investimenti legata all'innovazione e al consolidamento della tecnologia multi-canale del Gruppo e della piattaforma logistica globale altamente automatizzata, con l'obiettivo di preservare e rafforzare uno dei vantaggi competitivi più importanti del Gruppo: l'eccellenza del servizio offerto ai brand partner e ai clienti finali. Continueranno, infine, le iniziative interne volte al miglioramento dell'efficienza e all'attenta gestione dei costi.

Per ulteriori dettagli relativi a [shooscribe.com](http://shooscribe.com), si rimanda alla presentazione dei risultati disponibile sul sito internet della Società [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

## **Altre Informazioni**

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. ha altresì **deliberato di convocare l'Assemblea degli Azionisti in sede ordinaria** per i giorni 24 aprile 2012 e 27 aprile 2012, rispettivamente in prima e seconda convocazione, e in **sede straordinaria** per i giorni 24 aprile 2012, 26 aprile 2012 e 27 aprile 2012, rispettivamente in prima, seconda e terza convocazione, con il seguente ordine del giorno:

### Parte ordinaria

1. Bilancio di esercizio di YOOX S.p.A. al 31 dicembre 2011; Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione; Relazione del Collegio Sindacale ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs. 58/1998 e Relazione della Società di Revisione. Proposta di destinazione dell'utile. Presentazione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2011; delibere inerenti e conseguenti.
2. Relazione sulla remunerazione ai sensi dell'art. 123-*ter* del D.Lgs. 58/1998; delibere inerenti e conseguenti.
3. Integrazione delle modalità e delle condizioni di svolgimento dell'incarico di revisione legale alla società KPMG S.p.A. ai sensi del D.Lgs. 39/2010.
4. Nomina del Consiglio di Amministrazione, previa determinazione del numero dei componenti e del periodo di durata della carica; determinazione dei compensi; delibere inerenti e conseguenti.
5. Nomina del Collegio Sindacale e del suo Presidente; determinazione dei compensi; delibere inerenti e conseguenti.
6. Piano di Stock Grant avente ad oggetto azioni ordinarie YOOX S.p.A. riservato ai dipendenti della Società e delle società dalla stessa controllate; delibere inerenti e conseguenti.
7. Piano di Stock Option avente ad oggetto azioni ordinarie YOOX S.p.A. riservato agli amministratori esecutivi della Società; delibere inerenti e conseguenti.



8. Autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, ai sensi del combinato disposto degli artt. 2357 e 2357-ter c.c., nonché dell'art. 132 del D.Lgs. 58/1998 e relative disposizioni di attuazione; delibere inerenti e conseguenti.

#### Parte straordinaria

1. Proposta di aumento del capitale sociale, a pagamento e in via scindibile, per un importo di massimi Euro 20.044,23 da imputarsi a capitale, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 4, secondo periodo c.c. da riservare in sottoscrizione ai beneficiari del Piano di Stock Option; conseguente modifica dell'art. 5 dello statuto sociale; delibere inerenti e conseguenti.

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 documentazione prevista dalla normativa vigente relativa agli argomenti e proposte all'ordine del giorno sarà messa a disposizione del pubblico, nei termini di legge, presso la sede sociale della Società, in via Nannetti 1, Zola Predosa (BO) e presso Borsa Italiana S.p.A..

Gli Azionisti potranno prendere visione ed ottenere copia della predetta documentazione, che sarà resa disponibile, nei termini di legge, anche sul sito della Società all'indirizzo [www.yooxgroup.com](http://www.yooxgroup.com).

\*\*\*

*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 7 marzo 2012, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX Group presenterà i risultati annuali dell'esercizio 2011. 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\\_2012.asp](http://www.yooxgroup.com/it/investor_relation/press_releases/presentations_2012.asp)

Una registrazione della conference call sarà disponibile da giovedì 8 marzo 2012 a mercoledì 21 marzo 2012, chiamando i seguenti numeri:

- dall'Italia: +39 02 724 95
- dal Regno Unito: +44 121 281 8005
- dagli Stati Uniti (numero verde): 866 70 893 94
- dagli Stati Uniti (numero locale): +1 718 705 8797

Codice di accesso: 832#

*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), [thecorner.com](http://thecorner.com), il nuovissimo [shoescribe.com](http://shoescribe.com) ed i numerosi Online Store mono-brand tra i quali [zegna.com](http://zegna.com), [armani.com](http://armani.com) e [diesel.com](http://diesel.com), tutti "Powered by YOOX Group". Il Gruppo vanta centri tecno-logistici e uffici in Europa, Stati Uniti, Giappone, Cina e Hong Kong e distribuisce in più di 100 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 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.

[shoescribe.com](http://shoescribe.com), lanciato nel 2012, è la destinazione online completamente dedicata alle scarpe da donna e al loro mondo: un assortimento ampio e curato che spazia da top designer a brand di ricerca, oltre a contenuti editoriali originali e coinvolgenti e servizi esclusivi dedicati alle scarpe.

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	4Q 2011	4Q 2010	Variazione	2011	2010	Variazione
Ricavi netti consolidati di vendita	86,8	63,5	36,6%	291,2	214,3	35,9%
Costo del venduto	(52,5)	(36,2)	45,0%	(183,0)	(129,9)	40,9%
<b>Gross Profit<sup>6</sup></b>	<b>34,2</b>	<b>27,3</b>	<b>25,3%</b>	<b>108,2</b>	<b>84,4</b>	<b>28,1%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	39,5%	43,0%		37,1%	39,4%	
Costo preparazione merci	(7,2)	(6,1)	19,2%	(29,6)	(21,5)	37,3%
Spese commerciali	(9,4)	(6,9)	36,6%	(31,5)	(24,7)	27,8%
<b>EBITDA Pre Corporate Costs<sup>7</sup></b>	<b>17,6</b>	<b>14,3</b>	<b>22,5%</b>	<b>47,0</b>	<b>38,2</b>	<b>23,2%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	20,3%	22,6%		16,2%	17,8%	
Spese Generali	(5,7)	(5,3)	7,1%	(22,6)	(18,9)	19,3%
Altri proventi e altri oneri	0,4	(0,1)	>100%	(0,4)	(0,5)	-28,3%
<b>EBITDA<sup>8</sup></b>	<b>12,3</b>	<b>8,9</b>	<b>37,5%</b>	<b>24,1</b>	<b>18,8</b>	<b>28,4%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	14,1%	14,0%		8,3%	8,8%	
Ammortamenti	(2,8)	(1,4)	>100%	(7,7)	(3,7)	>100%
Oneri non ricorrenti	-	-	-	-	-	-
<b>Risultato operativo</b>	<b>9,5</b>	<b>7,5</b>	<b>25,8%</b>	<b>16,4</b>	<b>15,0</b>	<b>9,4%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	10,9%	11,8%		5,6%	7,0%	
Proventi Finanziari	0,9	0,3	>100%	1,2	1,0	25,4%
Oneri Finanziari	(0,5)	(0,2)	>100%	(1,2)	(1,1)	14,8%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>9,9</b>	<b>7,7</b>	<b>29,0%</b>	<b>16,5</b>	<b>14,9</b>	<b>10,1%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	11,4%	12,1%		5,6%	7,0%	
Imposte	(3,5)	(2,6)	36,5%	(6,4)	(5,8)	10,7%
<b>Risultato netto consolidato del periodo</b>	<b>6,4</b>	<b>5,1</b>	<b>25,2%</b>	<b>10,0</b>	<b>9,1</b>	<b>9,7%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	7,3%	8,0%		3,4%	4,3%	
<b>EBITDA escluso Piani di incentivazione<sup>9</sup></b>	<b>13,3</b>	<b>10,0</b>	<b>32,6%</b>	<b>28,2</b>	<b>22,5</b>	<b>25,6%</b>
% dei ricavi netti consolidati di vendita	15,3%	15,8%		9,7%	10,5%	

<sup>6</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>7</sup> L'EBITDA Pre Corporate Costs (o Risultato operativo di settore) 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>8</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>9</sup> L'EBITDA escluso Piani di incentivazione è definito come l'EBITDA al lordo dei costi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale, descritti nel Bilancio Consolidato di Gruppo.



**ALLEGATO 2 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX**

Milioni di Euro	2011	2010	Variazione
Capitale circolante netto <sup>10</sup>	33,0	24,8	33,2%
Attività non correnti	36,9	21,5	71,8%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,3)	(0,4)	-25,5%
<b>Capitale investito netto<sup>11</sup></b>	<b>69,6</b>	<b>45,9</b>	<b>51,8%</b>
Patrimonio netto	82,6	68,7	20,2%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta <sup>12</sup>	(12,9)	(22,8)	-43,3%
<b>Totale fonti di finanziamento</b>	<b>69,6</b>	<b>45,9</b>	<b>51,8%</b>

**ALLEGATO 3 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX**

Milioni di Euro	2011	2010	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	14,9	(0,5)	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(10,7)	(11,5)	-7,4%
<b>Sub-Totale</b>	<b>4,2</b>	<b>(12,0)</b>	<b>&gt;100%</b>
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività finanziaria	(5,6)	1,2	>100%
<b>Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio</b>	<b>(1,4)</b>	<b>(10,8)</b>	<b>-86,6%</b>

<sup>10</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.

<sup>11</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>12</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. 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.



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

Milioni di Euro	2011	2010	Variazione
Ricavi netti di vendita	249,2	183,4	35,9%
Costo del venduto	(167,9)	(123,1)	36,5%
<b>Gross Profit<sup>13</sup></b>	<b>81,3</b>	<b>60,3</b>	<b>34,7%</b>
% dei ricavi netti di vendita	32,6%	32,9%	
Costo preparazione merci	(24,4)	(18,3)	33,9%
Spese commerciali	(19,1)	(15,8)	21,2%
<b>EBITDA Pre Corporate Costs<sup>14</sup></b>	<b>37,7</b>	<b>26,3</b>	<b>43,4%</b>
% dei ricavi netti di vendita	15,1%	14,3%	
Spese Generali	(16,5)	(12,2)	36,1%
Altri proventi e altri oneri	(0,2)	(0,4)	-51,6%
<b>EBITDA<sup>15</sup></b>	<b>20,9</b>	<b>13,7</b>	<b>52,6%</b>
% dei ricavi netti di vendita	8,4%	7,5%	
Ammortamenti	(7,6)	(3,7)	>100%
Oneri non ricorrenti	-	-	-
<b>Risultato operativo</b>	<b>13,4</b>	<b>10,0</b>	<b>33,5%</b>
% dei ricavi netti di vendita	5,4%	5,5%	
Proventi Finanziari	0,6	0,9	-28,2%
Oneri Finanziari	(1,0)	(0,9)	7,3%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>13,0</b>	<b>9,9</b>	<b>30,6%</b>
% dei ricavi netti di vendita	5,2%	5,4%	
Imposte	(4,9)	(3,9)	26,9%
<b>Risultato netto dell'esercizio</b>	<b>8,1</b>	<b>6,1</b>	<b>33,0%</b>
% dei ricavi netti di vendita	3,2%	3,3%	
<b>EBITDA escluso Piani di incentivazione<sup>16</sup></b>	<b>25,1</b>	<b>17,4</b>	<b>44,6%</b>
% dei ricavi netti di vendita	10,1%	9,5%	

<sup>13</sup> Far riferimento a nota 6.

<sup>14</sup> Far riferimento a nota 7.

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

<sup>16</sup> Far riferimento a nota 9.



**ALLEGATO 5 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI STATO PATRIMONIALE DI YOOX S.P.A.**

Milioni di Euro	2011	2010	Variazione
Capitale circolante netto <sup>17</sup>	39,0	29,0	34,6%
Attività non correnti	36,4	20,0	81,7%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,3)	(0,4)	-24,7%
<b>Capitale investito netto<sup>18</sup></b>	<b>75,1</b>	<b>48,6</b>	<b>54,5%</b>
Patrimonio netto	75,1	63,9	17,6%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta <sup>19</sup>	(0,0)	(15,2)	-100,0%
<b>Totale fonti di finanziamento</b>	<b>75,1</b>	<b>48,6</b>	<b>54,5%</b>

**ALLEGATO 6 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI RENDICONTO FINANZIARIO DI YOOX S.P.A.**

Milioni di Euro	2011	2010	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	10,3	(2,7)	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(11,4)	(12,3)	-7,4%
<b>Sub-Totale</b>	<b>(1,1)</b>	<b>(15,0)</b>	<b>-92,3%</b>
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività finanziaria	(2,4)	1,2	>100%
<b>Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(13,7)</b>	<b>-73,9%</b>

<sup>17</sup> Far riferimento a nota 10.

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

<sup>19</sup> Far riferimento a nota 12.