



COMUNICATO STAMPA

YOOX S.P.A.: APPROVATI I RISULTATI ANNUALI AL 31 DICEMBRE 2013

2013: ANNO RECORD PER IL GRUPPO YOOX CON RICAVI IN FORTE CRESCITA, PROFITABILITA' IN AUMENTO E FORTE GENERAZIONE DI CASSA

- **Ricavi netti a 455,6 milioni** di Euro, **+21,2%** (+25,0% a cambi costanti) rispetto a 375,9 milioni del 2012
- **EBITDA a 43,1 milioni** di Euro, **+34,2%** rispetto a 32,1 milioni del 2012, con un margine del 9,5% in crescita rispetto al 8,5% nel 2012. **EBITDA escluso Piani di incentivazione a 46,8 milioni** di Euro, **+27,4%** rispetto a 36,7 milioni del 2012, con un margine del 10,3% in miglioramento rispetto al 9,8% nel 2012
- **Risultato netto a 12,6 milioni** di Euro, **+23,9%** rispetto a 10,2 milioni del 2012. Risultato netto escluso Piani di incentivazione a 15,4 milioni di Euro, +12,7% rispetto a 13,7 milioni nel 2012
- **Posizione finanziaria netta positiva per 20,5 milioni** di Euro, **in crescita** rispetto a 14,6 milioni del 2012
- **In crescita tutte le principali metriche di business:**
 - **13,2 milioni** la **media mensile dei visitatori unici**, rispetto a 13,0 milioni nel 2012
 - **2,8 milioni** di **ordini**, rispetto a 2,3 milioni nel 2012
 - **215 Euro** l'**AOV** (Average Order Value), rispetto a 206 Euro nel 2012
 - **1,1 milioni** di **clienti attivi**, rispetto a 947 mila nel 2012
- **Ricavi netti in accelerazione nel quarto trimestre a +24,1%** (+28,4% a cambi costanti) trainati dall'Italia e dalla linea di business Multi-marca
- **Forte generazione di cassa operativa** grazie al **miglioramento della profittabilità** su entrambe linee di business e alla **riduzione del capitale circolante**

“YOOX si conferma nel 2013 un’azienda a forte crescita, con fatturato in aumento del 25% a tassi di cambio costanti. In più, YOOX è riuscita a superare ampiamente la soglia dell’EBITDA al 10% dei ricavi che, insieme alla forte generazione di cassa, rende YOOX più unica che rara nel panorama dell’e-commerce globale” ha commentato Federico Marchetti, Fondatore e Amministratore Delegato del Gruppo YOOX.

“Continuiamo ad investire nel nostro ambizioso piano di innovazione tecnologica, con particolare attenzione al canale mobile, che a fine anno rappresentava già il 40% del traffico del Gruppo, e allo sviluppo di funzionalità cross-channel sulla nostra piattaforma. Confermiamo così il nostro impegno a migliorare costantemente il servizio offerto ai Brand, che hanno scelto YOOX come loro partner di riferimento per l’e-commerce, e ai nostri clienti, che ripongono crescente fiducia in noi”.

Milano, 5 marzo 2014 - Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. (MTA, STAR: YOOX), il partner globale di Internet retail per i principali brand della moda e del design, riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il

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.



Progetto di Bilancio per l'esercizio 2013, che verrà sottoposto all'approvazione dell'Assemblea degli Azionisti, e il bilancio consolidato 2013¹.

ANDAMENTO DEL GRUPPO NELL'ESERCIZIO 2013

Principali metriche di business²

	2013	2012
Numero di visitatori unici al mese ³ (milioni)	13,2	13,0
Numero di ordini (milioni)	2,8	2,3
AOV ⁴ (Euro)	215	206
Numero di clienti attivi ⁵ ('000)	1.081	947

Nel 2013 il Gruppo ha registrato una **media mensile di visitatori unici** pari a **13,2 milioni** rispetto a 13,0 milioni del 2012 e una crescita significativa del **numero di ordini** pari a **2,8 milioni** rispetto ai 2,3 milioni dell'anno precedente. In aumento l'**Average Order Value (AOV)** che si è attestato a **215 Euro** (IVA esclusa) rispetto ai 206 Euro del 2012. È cresciuto anche il numero di **clienti attivi** pari a **1,1 milioni** al 31 dicembre 2013 rispetto ai 947 mila del 2012.

Ricavi netti consolidati

Nel 2013 YOOX Group ha conseguito **ricavi netti consolidati**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **455,6 milioni di Euro**, in **crescita del 21,2% (+25,0% a tassi di cambio costanti)**, rispetto ai 375,9 milioni di Euro al 31 dicembre 2012. Positiva la performance del **quarto trimestre** dell'anno, in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi del 2013 con ricavi netti in **crescita del 24,1% (+28,4% a tassi di cambio costanti)** a 136,3 milioni di Euro (109,8 milioni di Euro nello stesso periodo del 2012).

Ricavi netti consolidati per linea di business

Milioni di Euro	2013	%	2012	%	Variazione	Variazione %
Multi-marca	328,2	72,0%	262,0	69,7%	66,2	+25,3%
Mono-marca	127,4	28,0%	113,9	30,3%	13,5	+11,9%
Totale Gruppo YOOX	455,6	100,0%	375,9	100,0%	79,7	+21,2%

Milioni di Euro	4Q 2013	%	4Q 2012	%	Variazione	Variazione %
Multi-marca	98,2	72,0%	75,7	69,0%	22,4	+29,6%
Mono-marca	38,1	28,0%	34,1	31,0%	4,1	+11,9%
Totale Gruppo YOOX	136,3	100,0%	109,8	100,0%	26,5	+24,1%

¹ I dati del quarto trimestre sono calcolati come differenza tra i dati annuali e quelli dei primi nove mesi dello stesso anno.

² Le metriche di business si riferiscono a yoox.com, thecorner.com, shooscribe.com e agli online store mono-marca "Powered by YOOX Group". Le metriche di business relative alla joint venture con Kering sono escluse.

³ 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; Google Analytics per thecorner.com, shooscribe.com e gli online store mono-marca "Powered by YOOX Group".

⁴ Average Order Value o AOV indica il valore medio di ciascun ordine di acquisto, IVA esclusa.

⁵ Clienti attivi: sono definiti come i clienti che hanno effettuato almeno 1 ordine nel corso dei 12 mesi precedenti.



Multi-marca

La linea di business **Multi-marca**, che comprende le attività dei negozi online yoox.com, thecorner.com e shooscribe.com, ha registrato ricavi netti consolidati pari a **328,2 milioni di Euro**, in **crescita del 25,3%** rispetto ai 262,0 milioni di Euro del 2012. Tale performance è riconducibile agli ottimi risultati di tutti e tre i negozi online.

Il **quarto trimestre** del 2013 ha registrato ricavi netti in **crescita del 29,6%** trainati dalla netta accelerazione di yoox.com, che ha conseguito il maggior incremento di vendite di sempre in valore assoluto, grazie ad un significativo aumento del tasso di retention della base clienti, un ulteriore miglioramento del conversion rate nonché una straordinaria campagna natalizia.

Nel corso dell'anno la linea di business Multi-marca ha visto un ulteriore ampliamento della propria offerta: in particolare, su yoox.com sono stati introdotti nuovi marchi quali Fendi, e - a rafforzamento della categoria Bambino - Stella McCartney Kids, Little Marc Jacobs, Kenzo Kids e Paul Smith Junior; su thecorner.com e shooscribe.com sono approdati importanti brand quali Bottega Veneta, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Salvatore Ferragamo, Chloé, Michael Kors e Tory Burch. Da settembre 2013, thecorner.com e shooscribe.com sono anche i principali partner retail di ShopBazaar.com negli Stati Uniti.

Complessivamente, al 31 dicembre 2013, la linea di business Multi-marca rappresentava il **72,0%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo.

Mono-marca

La linea di business **Mono-marca** comprende le attività di design, progettazione, realizzazione e gestione degli online store di alcuni dei principali brand della moda e del lusso a livello globale.

Questa linea di business ha registrato ricavi netti consolidati pari a **127,4 milioni di Euro**, in **crescita del 11,9%** rispetto ai 113,9 milioni di Euro al 31 dicembre 2012. La crescita dei ricavi netti a valore retail⁶ si è invece attestata al **27,5%**.

Il **quarto trimestre** dell'anno ha mostrato una **crescita del 11,9%** dei ricavi netti, che si sono attestati a **38,1 milioni di Euro**, mentre i ricavi netti a valore retail sono **creciuti del 31,8%**.

Nel corso del 2013 sono stati **lanciati missoni.com** in Europa, Stati Uniti e Giappone e **dodo.it** in Europa e Stati Uniti, **bikkembergs.com** è stato esteso al **mercato giapponese** ed è stato siglato un **nuovo accordo** della durata di sei anni per l'online store **kartell.com** in Europa, la cui apertura è prevista nel 2014.

Nel 2013, YOOX ha altresì raggiunto l'importante traguardo di **lanciare** con successo e nei tempi previsti **tutti e sei gli online store dei marchi originariamente appartenenti alla joint venture con Kering** nonché di **aggiungere**, a novembre 2013, un **nuovo brand, Brioni**. E' salito così a sette il numero di online store inclusi nella joint venture costituita tra YOOX e Kering nell'agosto 2012 per la gestione degli online store mono-marca di numerosi marchi del lusso del gruppo: alexandermcqueen.com, balenciaga.com, bottegaveneta.com, brioni.com, sergiorossi.com, stellamccartney.com e ysl.com.

Il 2013 ha anche visto il **rinnovo di 4 importanti accordi mono-marca** con **Emilio Pucci** (Gruppo LVMH), **Moschino** (Aeffe), **Napapijri** (VF Corporation) e **Maison Martin Margiela** (Gruppo OTB).

Inoltre, nel corso dell'anno, l'**agenzia creativa del Gruppo** si è dedicata alla realizzazione dei concept creativi delle **nuove release grafiche** di **armani.com**, **brunellocucinelli.com**, **missoni.com**, **moschino.com** e **stoneisland.com**.

Complessivamente, al 31 dicembre 2013, la linea di business Mono-marca rappresentava il **28,0%** dei ricavi netti consolidati del Gruppo e contava 37 online store.

⁶ Ricavi a valore retail di tutti gli online store mono-marca al netto dei resi e degli sconti concessi ai clienti. Tali ricavi escludono i corrispettivi da set up, design e manutenzione degli online store mono-marca registrati all'interno dei ricavi "Non legato ad area geografica".



Ricavi netti consolidati per area geografica

Milioni di Euro	2013	%	2012	%	Variazione	Variazione %
Italia	70,9	15,6%	59,0	15,7%	11,8	+20,0%
Europa (escluso Italia)	218,7	48,0%	180,2	47,9%	38,6	+21,4%
Nord America	102,8	22,6%	81,5	21,7%	21,3	+26,1%
Giappone	34,4	7,6%	31,1	8,3%	3,3	+10,7%
Altri Paesi	21,8	4,8%	14,6	3,9%	7,2	+49,4%
Non legato ad area geografica	7,0	1,5%	9,5	2,5%	-2,5	-26,1%
Totale Gruppo YOOX	455,6	100,0%	375,9	100,0%	79,7	+21,2%

Milioni di Euro	4Q 2013	%	4Q 2012	%	Variazione	Variazione %
Italia	23,4	17,1%	17,8	16,2%	5,6	+31,3%
Europa (escluso Italia)	66,0	48,4%	52,1	47,4%	13,9	+26,8%
Nord America	29,8	21,9%	25,2	22,9%	4,6	+18,3%
Giappone	8,7	6,4%	8,1	7,4%	0,6	+7,4%
Altri Paesi	6,4	4,7%	4,4	4,0%	2,0	+45,3%
Non legato ad area geografica	2,1	1,5%	2,3	2,1%	-0,2	-9,1%
Totale Gruppo YOOX	136,3	100,0%	109,8	100,0%	26,5	+24,1%

Nel corso del 2013, il Gruppo ha registrato **solide performance in tutti i principali mercati** di riferimento.

Il **Nord America**, primo mercato per il Gruppo con un fatturato di 102,8 milioni di Euro, pari al 22,6% dei ricavi netti consolidati, ha registrato nel 2013 una **crescita del 26,1% (+30,3% a tassi di cambio costanti)**. Nel **quarto trimestre**, i ricavi netti si sono attestati a 29,8 milioni di Euro, **in progresso del 18,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (**+23,9%** a tassi di cambio costanti). Tale performance riflette la decisione, presa di comune accordo con il Gruppo OTB, di non proseguire la collaborazione per diesel.com negli Stati Uniti a partire dal 1 novembre 2013. Questa scelta s'inserisce all'interno della strategia del Gruppo di gestione dinamica del portafoglio mono-marca orientata alla profittabilità. Escludendo tale effetto, la crescita del mercato nordamericano nell'ultimo trimestre dell'anno si sarebbe attestata al **34,4%**⁷ a tassi di cambi costanti.

Eccellente la performance dell'Italia, in **accelerazione nel quarto trimestre** del 2013 con una crescita del **31,3%**, la **più alta** messa a segno dal mercato domestico dal 2009. La performance dell'Italia ha beneficiato in maniera molto significativa dell'efficacia della campagna tv di yoox.com effettuata nel corso del trimestre a sostegno della campagna natalizia, del contributo favorevole di smartphone e tablet alle vendite - superiore del 16% rispetto al resto del mondo - e della consolidata fiducia dei clienti nel brand YOOX.

L'accelerazione dei ricavi netti nel quarto trimestre ha portato ad un fatturato annuale in Italia pari a **70,9 milioni di Euro**, in **crescita del 20,0%** rispetto all'anno precedente.

Solidi anche i risultati del **resto d'Europa**, in **crescita del 21,4%** nell'anno e **in accelerazione nel quarto trimestre (+26,8%)**, con performance eccezionali nel Regno Unito.

⁷ Il tasso di crescita è calcolato escludendo dai ricavi netti del 2012 il contributo di diesel.com negli Stati Uniti nei mesi di novembre e dicembre.



A tassi di cambio correnti il **Giappone** ha registrato crescita positive: **+10,7%** nell'anno e **+7,4%** nel quarto trimestre rispetto agli stessi periodi del 2012, nonostante il forte deprezzamento dello Yen; a **tassi di cambio costanti** la **crescita** del Giappone si è attestata al **40,0%** nell'anno e al **39,6%** nell'ultimo trimestre.

Positive infine le performance degli **Altri Paesi** (**+49,4%** rispetto al 2012 e **+45,3%** rispetto al quarto trimestre del 2012).

EBITDA Pre Corporate Costs

Nel 2013, l'**EBITDA Pre Corporate Costs** è stato pari a **82,4 milioni di Euro**, in **crescita del 31,6%** rispetto ai 62,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2012. Il margine si è attestato al 18,1%, in aumento rispetto al 16,7% del 2012, principalmente grazie al miglioramento del gross margin e alla leva operativa sui costi fulfillment.

Milioni di Euro	Multi-marca		Mono-marca		Totale Gruppo	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
EBITDA Pre Corporate Costs	55,3	40,0	27,1	22,7	82,4	62,6
% ricavi netti del settore	16,9%	15,2%	21,2%	19,9%	18,1%	16,7%
<i>variazione %</i>	38,5%		19,5%		31,6%	

Milioni di Euro	Multi-marca		Mono-marca		Totale Gruppo	
	4Q 2013	4Q 2012	4Q 2013	4Q 2012	4Q 2013	4Q 2012
EBITDA Pre Corporate Costs	22,7	17,0	9,2	8,1	31,9	25,1
% ricavi netti del settore	23,1%	22,5%	24,1%	23,7%	23,4%	22,9%
<i>variazione %</i>	33,2%		13,6%		26,9%	

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Multi-marca** si è attestato a **55,3 milioni di Euro**, in **crescita del 38,5%** rispetto ai 40,0 milioni di Euro nell'esercizio precedente, con un margine del 16,9% in miglioramento rispetto dal 15,2% del 2012. Tale risultato è principalmente riconducibile alla leva operativa sui costi di fulfillment e alla maggiore efficienza degli investimenti in sales and marketing.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Mono-marca** è stato pari a **27,1 milioni di Euro**, in **crescita del 19,5%** rispetto ai 22,7 milioni di Euro del 2012, con una marginalità pari al 21,2% rispetto al 19,9% nel 2012. Tale risultato è riconducibile al miglioramento del gross margin, che beneficia del positivo contributo della joint venture con Kering, e all'efficacia della strategia di gestione dinamica del portafoglio mono-marca orientata alla profittabilità.

La leva operativa sui costi di fulfillment, registrata su entrambe le linee di business, è riconducibile ai continui miglioramenti di efficienza attribuibili all'automazione della piattaforma tecno-logistica centrale e dei processi di produzione digitale. Tale performance è stata conseguita nonostante i maggiori affitti relativi ai nuovi spazi dedicati alla gestione dei capi appesi e all'apertura dei nuovi studi fotografici ad Interporto (Bologna).

EBITDA

Nel 2013 l'**EBITDA** si è attestato a **43,1 milioni di Euro**, in **crescita del 34,2%** rispetto ai 32,1 milioni di Euro dell'esercizio 2012. L'**EBITDA margin**, in progresso al 9,5% dal 8,5% del 2012, ha beneficiato del miglioramento del gross margin, della leva operativa sui costi di fulfillment e di minori oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione in essere. Tali risultati hanno più che compensato le maggiori spese generali sostenute dal Gruppo per la propria crescita e principalmente legate ai maggiori affitti per le nuove sedi di New York e Hong Kong e per l'ampliamento degli uffici di Milano e Bologna. Escludendo gli oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione in essere, pari a 3,7



milioni di Euro, l'**EBITDA escluso Piani di incentivazione** si è attestato a **46,8 milioni di Euro**, in **crescita del 27,4%** con un margine sui ricavi netti al 10,3% in miglioramento rispetto al 9,8% del 2012.

Risultato netto

Il **Risultato netto consolidato** è stato pari a **12,6 milioni di Euro**, in **aumento del 23,9%** rispetto a 10,2 milioni di Euro del 2012. Tale crescita riflette la buona performance conseguita a livello di EBITDA e la minore incidenza del carico fiscale, che hanno più che compensato l'aumento degli ammortamenti per 6,0 milioni di Euro riconducibile ai maggiori investimenti effettuati nell'ultimo triennio per l'automazione della piattaforma tecno-logistica centrale e l'innovazione tecnologica. Escludendo gli oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione in essere e il relativo effetto fiscale, il **Risultato netto escluso Piani di incentivazione** si è attestato a **15,4 milioni di Euro** rispetto ai 13,7 milioni del 2012.

Capitale circolante netto

Nel 2013 il Gruppo ha beneficiato di una **riduzione del capitale circolante netto**, che si è attestato a **28,3 milioni di Euro** rispetto ai 32,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2012, contribuendo per 3,8 milioni di Euro alla generazione di cassa dall'attività operativa.

Investimenti

Nel corso del 2013 il Gruppo ha continuato ad investire nell'innovazione e consolidamento della propria piattaforma tecno-logistica globale: gli **investimenti in conto capitale** si sono attestati a **32,6 milioni di Euro** rispetto ai 30,3 milioni di Euro del 2012, con una minore **incidenza** sui ricavi netti pari al **7,2%** rispetto all'8,0% dell'anno precedente.

A febbraio 2013 il Gruppo ha **ultimato** l'importante progetto di **automazione del centro logistico di Interporto (Bologna)**, avviato a fine 2010 con l'obiettivo di sostenere la crescita futura, migliorando al contempo la qualità del servizio offerto al cliente e l'efficienza operativa. Nell'ottica di massimizzare il ritorno di tale investimento e far fronte alla crescita futura in modo sempre più efficiente e flessibile, YOOX ha messo a punto una nuova strategia logistica (cd. "lego strategy"), che prevede, sulla base delle necessità di crescita, l'apertura di nuovi magazzini specializzati per categoria merceologica e tutti collegati tra loro. Tale approccio modulare e la specializzazione per categorie permetteranno di ottimizzare la capacità di stoccaggio complessiva, estendendo così la vita utile del centro logistico centrale automatizzato. All'interno di questo contesto, a maggio 2013 è stato inaugurato il nuovo spazio dedicato alla gestione dei capi appesi.

Nel 2013 sono proseguiti anche gli investimenti in **innovazione tecnologica** per garantire una piattaforma sempre all'avanguardia e in grado di cogliere appieno tutte le opportunità derivanti dall'evoluzione delle preferenze e del comportamento dei consumatori.

A tale riguardo, YOOX ha creduto e investito nel **canale mobile** sin dal 2006 e oggi è leader nel mobile commerce, come mostra la recente **classifica di Internet Retailer** (2014 Mobile 500 Guide) che posiziona **YOOX nella top ten degli e-tailer di tutto il mondo** e al 23° posto tra tutti i retailer.

Nel corso dell'anno, il Gruppo si è dedicato al **rafforzamento della propria offerta mobile**, canale che a fine anno rappresentava già quasi il **40% del traffico totale**. In particolare, a dicembre 2013 è stata lanciata una nuova **applicazione nativa per iPad su thecorner.com**, da subito disponibile **in 8 lingue**: la nuova app è stata concepita per enfatizzare immagini esclusive e contenuti editoriali e garantire agli utenti un'eccellente user experience.

Sono proseguiti i rilasci di numerosi siti mobile per gli online store mono-marca del Gruppo nonché delle versioni localizzate di **yoox.com** e **thecorner.com** in **Cina** e dell'**applicazione nativa di shooscribe.com** per iOS e Android in tedesco, giapponese, spagnolo, russo e francese.

YOOX ha continuato ad investire sulla propria piattaforma tecnologica per il **rilascio di funzionalità cross channel** per permettere ai partner mono-marca del Gruppo di offrire ai propri clienti un'**esperienza pienamente integrata e coerente** tra i negozi **fisici** e quelli **virtuali** "Powered by YOOX".

Nel 2013, sono stati introdotti **nuovi metodi di pagamento** quali PayPal Express negli Stati Uniti e Sofort Banking in Germania nonché la possibilità di effettuare pagamenti in **rubli in Russia** da ottobre 2013.



A ottobre 2013 è stata altresì lanciata la **nuova release di thecorner.com** in una nuova veste grafica interamente concepita e realizzata da YOOX e con una user experience notevolmente migliorata.

Nell'ottica di un costante miglioramento della performance complessiva del sito e del conversion rate, nel corso dell'anno sono state rilasciate nuove funzionalità su yoox.com, quali ad esempio la possibilità di navigare il catalogo per attributi quali materiali, forme, motivi, occasioni d'uso e trend, e il carrello persistente, in grado di seguire il cliente su tutti i suoi dispositivi e rilasciato anche su thecorner.com e alcuni online store mono-marca del Gruppo.

Infine, con il duplice obiettivo di garantire il backup dell'infrastruttura tecnologica esistente e migliorarne al contempo l'efficienza complessiva, nel secondo trimestre dell'anno è stato attivato un **data center secondario** ad Amsterdam.

Posizione finanziaria netta

Il Gruppo ha chiuso l'esercizio 2013 con una **posizione finanziaria netta positiva per 20,5 milioni di Euro, in aumento** rispetto ai 14,6 milioni di Euro a fine 2012 grazie alla **forte generazione di cassa operativa** attribuibile al miglioramento della profittabilità e all'efficiente gestione del capitale circolante nel periodo.

Nel corso dell'esercizio il Gruppo ha fatto fronte al proprio fabbisogno finanziario grazie alla generazione di cassa operativa e al ricorso a linee di credito per finanziare gli investimenti e gli impieghi di capitale circolante in coincidenza delle campagne acquisti.

Per assicurare un'adeguata flessibilità finanziaria anche nei prossimi anni, nel quarto trimestre del 2013 la Società ha rinegoziato con primari istituti bancari le proprie linee di credito e al 31 dicembre 2013 disponeva di un totale di 92 milioni di Euro con scadenza media tra i 4 e i 5 anni, di cui circa 48 milioni non utilizzate. Il costo annuo sul valore nominale del totale delle linee di credito era pari ad uno spread medio di circa 235 bps + il tasso Euribor di riferimento.

DATI DI SINTESI DEL QUARTO TRIMESTRE 2013

Nel quarto trimestre del 2013, i **ricavi netti consolidati** del Gruppo sono ammontati a **136,3 milioni di Euro** rispetto ai 109,8 milioni di Euro nello stesso periodo del 2012, in **crescita del 24,1% (+28,4% a tassi di cambio costanti)** e in **accelerazione** rispetto ai primi nove mesi del 2013. Tale performance ha beneficiato, da un lato, degli ottimi risultati conseguiti dalla **linea di business Multi-marca**, con ricavi in crescita del 29,6% trainati da yoox.com, e dall'altro dell'accelerazione registrata in **Europa**. In particolare, nel quarto trimestre, i ricavi netti in Italia sono cresciuti del 31,3%, raddoppiando la crescita registrata nei primi nove mesi dell'anno (+15,1%), mentre il resto d'Europa ha conseguito un fatturato in progresso del 26,8%, con performance eccezionali nel Regno Unito.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs** è stato pari a **31,9 milioni di Euro**, in **crescita del 26,9%** rispetto ai 25,1 milioni di Euro del quarto trimestre del 2012, con un margine del 23,4% in progresso rispetto al 22,9% del quarto trimestre dell'esercizio precedente, grazie alla leva operativa sui costi di fulfillment e la maggiore efficienza degli investimenti in sales and marketing, che hanno più che compensato l'impatto sfavorevole dei tassi di cambio a livello di gross profit.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Multi-marca** si è attestato a **22,7 milioni di Euro**, in **crescita del 33,2%** rispetto ai 17,0 milioni di Euro del quarto trimestre del 2012, con un margine del 23,1% in aumento rispetto al 22,5% nel 2012. Tale performance è attribuibile alla leva operativa sui costi di fulfillment e alla maggiore efficienza degli investimenti in sales and marketing, che hanno più che compensato l'impatto sfavorevole dei tassi di cambio a livello di gross profit.

L'**EBITDA Pre Corporate Costs della linea di business Mono-marca** è stato pari a **9,2 milioni di Euro**, in **crescita del 13,6%** rispetto a 8,1 milioni di Euro nel quarto trimestre del 2012. Il margine si è attestato al 24,1%, in aumento rispetto al 23,7% del quarto trimestre del 2012, grazie al miglioramento del gross margin che beneficia del positivo contributo della joint venture con Kering e dell'efficacia della strategia di gestione dinamica del portafoglio mono-marca orientata alla profittabilità.

L'**EBITDA** si è attestato a **21,6 milioni di Euro**, in **crescita del 33,0%** rispetto ai 16,2 milioni di Euro conseguiti nel quarto trimestre del 2012, con una marginalità del 15,8% in aumento rispetto al 14,8% dello stesso periodo dell'anno precedente. Tale performance è riconducibile alla forte leva operativa sui costi di fulfillment, alla maggiore efficienza



degli investimenti in sales and marketing e ai minori oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione in essere, che hanno più compensato la lieve riduzione del gross margin principalmente riconducibile all'andamento sfavorevole dei tassi di cambio. Escludendo gli oneri figurativi relativi ai Piani di incentivazione in essere, l'**EBITDA escluso Piani di incentivazione** è stato pari a **21,5 milioni di Euro** rispetto ai 17,9 milioni di Euro del quarto trimestre del 2012.

Il **Risultato netto consolidato** si è attestato a **9,1 milioni di Euro**, in **progresso del 34,1%** rispetto a 6,8 milioni di Euro del quarto trimestre del 2012. Tale crescita riflette la buona performance conseguita a livello di EBITDA, che ha più che compensato l'aumento degli ammortamenti per 1,3 milioni di Euro, i maggiori oneri finanziari riconducibili a perdite su cambi e interessi passivi ed un carico fiscale superiore rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

RISULTATI DELLA CAPOGRUPPO YOOX S.P.A.

La società Capogruppo YOOX S.p.A. ha chiuso l'esercizio 2013 con **ricavi netti**, al netto dei resi sulle vendite e degli sconti concessi ai clienti, pari a **381,6 milioni di Euro**, in aumento del 21,4% rispetto all'esercizio 2012. 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, della Cina e degli altri Paesi dell'area Asia-Pacifico.

L'**EBITDA** si è attestato a **35,9 milioni di Euro**, **+28,1%** rispetto a 28,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2012.

Il **Risultato netto** è stato pari a **9,2 milioni di Euro**, in crescita dell'11,8% rispetto ai 8,2 milioni di Euro del 2012.

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 Capogruppo ha chiuso il 2013 con un **indebitamento finanziario netto** per **3,2 milioni di Euro** rispetto ad una posizione finanziaria netta pari a 1,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2012.

EVENTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO 2013

Online store multi-marca

Il mese di febbraio 2014 ha visto il **debutto di Burberry** su **thecorner.com**, con le linee Burberry Prorsum e Burberry London, e su **shoescribe.com** con Burberry Prorsum, Burberry London e Burberry Brit.

Online store mono-marca

Nel mese di gennaio 2014 sono stati **estesi al mercato cinese** gli online store di **Stella McCartney** e **Alexander McQueen**.

YOOX entra in Altagamma

Da inizio anno, il Gruppo YOOX è entrato in qualità di **socio partner** in **Fondazione Altagamma**, l'organismo che dal 1992 riunisce le aziende più rappresentative dell'eccellenza italiana nel mondo. L'ingresso di YOOX, quale **primo e unico brand digitale tra i marchi del lusso** a farne parte, testimonia come le dinamiche di integrazione tra il mondo digitale e il canale retail tradizione siano diventate sempre più fondamentali per le strategie delle imprese del settore.



PIANI DI INCENTIVAZIONE AZIENDALE

Esercizio di stock option

Nel corso del 2013 sono state emesse complessivamente n. 894.608 azioni ordinarie, a seguito dell'esercizio di complessive n. 17.204 opzioni relative ai Piani di Stock Option in essere.

Successivamente alla chiusura dell'esercizio 2013 sono state emesse n. 465.660 azioni ordinarie, a seguito dell'esercizio di n. 8.955 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 586.730,56 suddiviso in n. 58.673.056 azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale.

Piano di Incentivazione Aziendale 2009 - 2014

Nel corso del 2013 sono state consegnate n. 73.898 azioni proprie relative al Piano di Incentivazione Aziendale 2009 - 2014. Successivamente alla chiusura dell'esercizio 2013, state consegnate n. 4.829 azioni proprie e per effetto di quanto precede, alla data odierna il numero di azioni proprie ammonta a 51.935.

Dipendenti

Al 31 dicembre 2013 il Gruppo contava 713 dipendenti, in crescita del 20,0% rispetto ai 594 dipendenti al 31 dicembre 2012, con un'età media di 32 anni.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Sulla base della comprovata validità del modello di business di YOOX nel mondo e delle buone prospettive del mercato retail online, è ragionevole assumere che nel 2014 il Gruppo possa conseguire un'ulteriore crescita del fatturato e dei profitti.

E' verosimile attendersi che a tale crescita contribuiscano positivamente tutti i principali mercati del Gruppo ed entrambe le linee di business. In particolare, si prevede che la linea di business Multi-marca possa beneficiare di un aumento del tasso di acquisizione e retention della base clienti su yoox.com grazie agli investimenti tecnologici a supporto delle iniziative di marketing e CRM, nonché della crescente fiducia dei clienti nel brand YOOX. thecorner.com e shooscribe.com potranno beneficiare di un ulteriore ampliamento dell'offerta e degli investimenti in brand awareness, mentre la crescita della linea di business Mono-marca sarà supportata dai risultati degli online store esistenti nonché dalle nuove aperture previste nel corso dell'anno.

Proseguiranno gli investimenti in innovazione e consolidamento della piattaforma tecno-logistica: in particolare il Gruppo prevede di continuare a potenziare la propria offerta mobile e di rilasciare funzionalità cross-channel a rafforzamento dell'offerta ai partner mono-marca affinché possano offrire ai propri clienti un'esperienza pienamente integrata e coerente tra i negozi fisici e quelli virtuali "Powered by YOOX".

Continueranno, infine, le iniziative interne volte al miglioramento dell'efficienza e all'attenta gestione dei costi.

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.



ALTRE INFORMAZIONI

Il Consiglio di Amministrazione di YOOX S.p.A. ha altresì **deliberato di convocare l'Assemblea degli Azionisti in sede ordinaria e straordinaria** per il giorno 17 aprile 2014, con il seguente ordine del giorno:

Parte ordinaria

1. Bilancio di esercizio di YOOX S.p.A. al 31 dicembre 2013; 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 2013. Presentazione del Bilancio di sostenibilità. Delibere inerenti e conseguenti.
2. Relazione sulla remunerazione ai sensi dell'art. 123-ter del D.Lgs. 58/1998.
3. Piano di Stock Option avente ad oggetto azioni ordinarie YOOX S.p.A. riservato, a seguito della decadenza di n. 10.946 opzioni relative a n. 569.192 azioni del precedente Piano di Stock Option 2009-2014, esclusivamente ai dipendenti di YOOX S.p.A. e delle società da questa controllate; delibere inerenti e conseguenti.
4. 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 5.000,00 da imputarsi a capitale con emissione di n. 500.000 nuove azioni senza valore nominale, con esclusione del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 8, c.c. da riservare in sottoscrizione, a seguito della decadenza di n. 10.946 opzioni relative a n. 569.192 azioni del precedente Piano di Stock Option 2009-2014, esclusivamente ai dipendenti di YOOX S.p.A. e delle società da questa controllate quali i 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.

In considerazione della decadenza di n. 10.946 opzioni relative al Piano di Stock Option 2009 - 2014, corrispondenti a n. 569.192 azioni ordinarie (nel rapporto di n. 52 azioni ordinarie per ogni n. 1 opzione), e tenuto conto che tutti i piani di stock option in essere della Società sono da considerarsi esauriti con le assegnazioni effettuate alla data del presente comunicato, Il Consiglio di Amministrazione propone agli Azionisti di destinare un numero di opzioni corrispondenti a n. 500,000 azioni ordinarie al Piano di Stock Option indicato al punto 3.

Tale Piano sarà riservato esclusivamente ai dipendenti di YOOX S.p.A. e delle società da questa controllate e, pertanto, non sarà rivolto agli amministratori; avrà ad oggetto n. 500.000 opzioni valide per la sottoscrizione di n. 500.000 azioni ordinarie (nel rapporto di n. 1 azione ordinaria per ogni n. 1 opzione esercitata), ossia un numero complessivo di azioni inferiore a quelle rinvenienti dalle opzioni decadute relative al Piano di Stock Option 2009 - 2014 e pari allo 0,85% dell'attuale capitale sociale (pari ad Euro 586.730,56 e rappresentato da n. 58.673.056 azioni ordinarie prive del valore nominale).

In considerazione di quanto precede, il Piano di Stock Option non determina un' ulteriore diluizione per gli Azionisti rispetto alla situazione al 31 dicembre 2013 e fornisce alla Società un efficace strumento di *retention* ed incentivazione per le figure chiave (presenti e future) della Società affinché operino nell'ottica di massimizzazione delle performance aziendali e di creazione di valore per gli Azionisti.

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.



CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17.30 (CET) di oggi, mercoledì 5 marzo 2014, si terrà una conference call durante la quale il management di YOOX Group presenterà i risultati annuali dell'esercizio 2013. 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): 1 855 265 6959
- 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_2014.asp.

Una registrazione della conference call sarà disponibile da mercoledì 5 marzo 2014, dopo il termine della call, a venerdì 21 marzo 2014, chiamando i seguenti numeri:

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

Codice di accesso: 804#

YOOX Group - Contatti Media e Investor Relations

Silvia Scagnelli
Investor Relations & Financial Communications Director
T +39 02 83112811
investor.relations@yoox.com

Image Building
Simona Raffaelli, Emanuela Borromeo
T +39 02 89011300
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 online store multi-brand yoox.com, thecorner.com, shoescribe.com ed i numerosi online store mono-brand da armani.com a zegna.com, tutti "Powered by YOOX Group". Il Gruppo è, inoltre, partner di Kering, con cui ha costituito una joint venture dedicata alla gestione degli online store mono-brand di diversi marchi del lusso del Gruppo Kering. 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. Quotato alla Borsa di Milano, nel 2013 ha registrato ricavi netti consolidati pari a 456 milioni di Euro. Per maggiori informazioni: www.yooxgroup.com.



ALLEGATO 1 - SCHEMA RICLASSIFICATO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DEL GRUPPO YOOX

Milioni di Euro	4Q 2013	4Q 2012	Variazione	2013	2012	Variazione
Ricavi netti consolidati di vendita	136,3	109,8	24,1%	455,6	375,9	21,2%
Costo del venduto	(81,5)	(64,7)	25,9%	(284,8)	(238,5)	19,4%
Gross Profit⁸	54,8	45,1	21,7%	170,8	137,4	24,3%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	40,2%	41,1%		37,5%	36,6%	
Costo preparazione merci	(8,8)	(7,8)	13,7%	(37,9)	(32,7)	16,0%
Spese commerciali	(14,2)	(12,2)	16,0%	(50,5)	(42,1)	19,9%
EBITDA Pre Corporate Costs⁹	31,9	25,1	26,9%	82,4	62,6	31,6%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	23,4%	22,9%		18,1%	16,7%	
Spese Generali	(9,9)	(8,6)	15,2%	(36,5)	(29,1)	25,4%
Altri proventi e altri oneri	(0,3)	(0,3)	37,2%	(2,9)	(1,4)	97,9%
EBITDA¹⁰	21,6	16,2	33,0%	43,1	32,1	34,2%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	15,8%	14,8%		9,5%	8,5%	
Ammortamenti	(5,7)	(4,3)	30,8%	(19,2)	(13,2)	45,4%
Oneri non ricorrenti	-	-	-	-	-	-
Risultato operativo	15,9	11,9	33,8%	23,9	18,9	26,4%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	11,7%	10,8%		5,2%	5,0%	
Risultato da Partecipazioni	0,1	(0,4)	>100%	(0,6)	(0,4)	74,7%
Proventi Finanziari	0,4	0,0	>100%	1,4	1,6	-12,2%
Oneri Finanziari	(1,9)	(1,0)	89,8%	(4,5)	(3,5)	26,6%
Risultato prima delle imposte	14,6	10,6	37,8%	20,2	16,6	21,7%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	10,7%	9,6%		4,4%	4,4%	
Imposte	(5,5)	(3,8)	44,5%	(7,5)	(6,4)	18,1%
Risultato netto consolidato del periodo	9,1	6,8	34,1%	12,6	10,2	23,9%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	6,7%	6,2%		2,8%	2,7%	
EBITDA escluso Piani di incentivazione¹¹	21,5	17,9	19,8%	46,8	36,7	27,4%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	15,8%	16,3%		10,3%	9,8%	
Risultato Netto escluso Piani di incentivazione¹²	9,1	8,1	12,2%	15,4	13,7	12,7%
% dei ricavi netti consolidati di vendita	6,7%	7,4%		3,4%	3,6%	

⁸ 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, del risultato da partecipazioni, 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.

⁹ 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, del risultato da partecipazioni, 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.

¹⁰ L'EBITDA è definito come risultato netto al lordo degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri non ricorrenti, del risultato da partecipazioni, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito. Poiché l'EBITDA 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.

¹¹ 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 nella Bilancio Consolidato di Gruppo.

¹² Il Risultato Netto escluso Piani di incentivazione è definito come il Risultato netto consolidato del periodo al lordo dei costi figurativi relativi ai Piani di Stock Option ed al Piano di Incentivazione aziendale e dei relativi effetti fiscali.



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

Milioni di Euro	2013	2012	Variazione
Capitale circolante netto ¹³	28,3	32,1	-11,7%
Attività non correnti	71,2	55,5	28,4%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,4)	(0,3)	6,8%
Capitale investito netto¹⁴	99,2	87,2	13,7%
Patrimonio netto	119,7	101,8	17,6%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ¹⁵	(20,5)	(14,6)	40,7%
Totale fonti di finanziamento	99,2	87,2	13,7%

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

Milioni di Euro	2013	2012	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	36,3	27,0	34,6%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(37,3)	(19,7)	89,1%
Sub-Totale	(1,0)	7,2	<100%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività finanziaria	23,5	5,8	>100%
Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio	22,5	13,0	72,7%

¹³ 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.

¹⁴ 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.

¹⁵ 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	2013	2012	Variazione
Ricavi netti di vendita	381,6	314,4	21,4%
Costo del venduto	(267,6)	(219,5)	21,9%
Gross Profit¹⁶	114,1	94,9	20,2%
% dei ricavi netti di vendita	29,9%	30,2%	
Costo preparazione merci	(29,9)	(25,2)	18,4%
Spese commerciali	(26,0)	(23,9)	8,7%
EBITDA Pre Corporate Costs¹⁷	58,2	45,7	27,3%
% dei ricavi netti di vendita	15,2%	14,5%	
Spese Generali	(20,4)	(16,4)	24,5%
Altri proventi e altri oneri	(1,9)	(1,3)	45,3%
EBITDA¹⁸	35,9	28,0	28,1%
% dei ricavi netti di vendita	9,4%	8,9%	
Ammortamenti	(19,0)	(13,0)	45,6%
Oneri non ricorrenti	-	-	-
Risultato operativo	16,9	15,0	12,8%
% dei ricavi netti di vendita	4,4%	4,8%	
Risultato da Partecipazioni	(0,6)	(0,4)	74,7%
Proventi Finanziari	1,2	1,5	-21,0%
Oneri Finanziari	(2,9)	(2,8)	4,1%
Risultato prima delle imposte	14,6	13,4	9,0%
% dei ricavi netti di vendita	3,8%	4,3%	
Imposte	(5,4)	(5,2)	4,7%
Risultato netto dell'esercizio	9,2	8,2	11,8%
% dei ricavi netti di vendita	2,4%	2,6%	
EBITDA escluso Piani di incentivazione¹⁹	39,6	32,6	21,3%
% dei ricavi netti di vendita	10,4%	10,4%	
Risultato netto escluso Piani di incentivazione²⁰	12,0	11,7	2,3%
% dei ricavi netti di vendita	3,1%	3,7%	

¹⁶ Far riferimento a nota 8.

¹⁷ Far riferimento a nota 9.

¹⁸ Far riferimento a nota 10.

¹⁹ Far riferimento a nota 11.

²⁰ Far riferimento a nota 12.



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

Milioni di Euro	2013	2012	Variazione
Capitale circolante netto ²¹	41,1	36,9	11,5%
Attività non correnti	71,4	55,5	28,6%
Passività non correnti (escluso passività finanziarie)	(0,4)	(0,3)	6,7%
Capitale investito netto²²	112,1	92,1	21,8%
Patrimonio netto	108,9	93,1	17,0%
Indebitamento / (Posizione finanziaria) netta ²³	3,2	(1,0)	>100%
Totale fonti di finanziamento	112,1	92,1	21,8%

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

Milioni di Euro	2013	2012	Variazione
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività operativa	27,6	28,2	-1,9%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività di investimento	(38,8)	(21,6)	80,0%
Sub-Totale	(11,2)	6,6	>100%
Flusso di cassa generato (assorbito) dall'attività finanziaria	24,8	6,7	>100%
Totale flusso di cassa generato (assorbito) nell'esercizio	13,6	13,3	2,3%

²¹ Far riferimento a nota 13.

²² Far riferimento a nota 14.

²³ Far riferimento a nota 15.