

## “Quel vestito le sta una meraviglia”

Salvatore Gaziano Strategist SoldiExpert.com

mercoledì 17 gennaio 2018



Lunedì sera a mercati chiusi sono stati comunicati i risultati delle vendite del gruppo **Ynap** (in Italia conosciuto soprattutto sul web per il sito Yoox), il principale retailer a livello mondiale di lusso online. E le cose non sono andate niente male seppure a inizio 2017 vi era qualche preoccupazione sul fronte di possibili forti concorrenti come gli inglesi di **Farfetch** che, secondo indiscrezioni, starebbero preparando un'Ipo miliardaria.

Nel 2017 il gruppo guidato da Federico Marchetti, a parità di cambi, ha visto il fatturato salire del +17% e venduto oltre 2,1 miliardi borse, scarpe e vestiti di lusso online con 3,1 milioni di clienti e uno scontrino medio di 328 euro ogni acquisto online su 9,5 milioni di ordini circa.

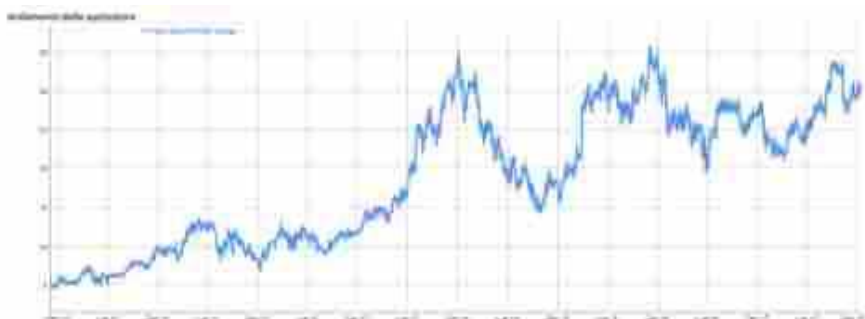
Una cifra di fatturato che vale quasi quanto **Prada**, quattro volte **Brunello Cucinelli** e oltre due volte **Tod's** (che si fanno l'e-commerce in casa) e di **Diesel**, il marchio fondato da Renzo Rosso che con lo sbarco in Borsa di Yoox, nel 2009 diventa uno degli azionisti privati che mostra da subito di crederci di più.

Certo, fa un po' effetto pensare che nel 1999 questa azienda che oggi fattura 2,1 miliardi di euro (tutti online) nemmeno esisteva e che allora un giovane e brillante ragazzo (figlio di un capo magazzino Fiat e di una telefonista della Sip) dopo una brillante laurea alla Bocconi e un incarico per una prestigiosa società di consulenza (Bain & Company) mollava il posto fisso per mettersi a scrivere il business plan di una società che avrebbe dovuto vendere nei suoi sogni abbigliamento di lusso sul web. Ovvero coniugare internet e moda.

L'idea viene respinta da numerose banche ("figuriamoci se i consumatori si mettono a comprare vestiti e pure di lusso senza provarli e selezionandoli sul computer") ma Federico Marchetti non si perde d'animo e trova un finanziatore in Elserino Piol che col fondo di venture capital Kiwi mette a disposizione 3 miliardi di lire, poco più di 1,5 milioni di euro, per far decollare quello che alcuni banchieri avevano definito "uno stocchista che prova a vendere sul web le rimanenze".

Oggi quella stessa società è quotata in Borsa e si è fusa pure alcuni anni fa con uno dei giganti del settore in Francia e capitalizza 2,7 miliardi di euro (e Federico Marchetti ne possiede il 5,7% del capitale).

E così il valore dell'investimento iniziale della società Yoox se riferita ai 3 miliardi di lire iniziali si è moltiplicato per oltre 1729 volte.



### MARKET QUOTE

#### Dollar Index sotto la lente

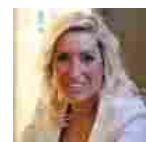
Claudio Kaufmann  
ITF News

mercoledì 17 gennaio 2018

l'oro e alcuni metalli"

Gianti (Swissquote): "La debolezza del biglietto verde può continuare. Bene invece

### MERCATI SENZA FRONTIERE



#### Al Gran Ballo delle Borse

Claudia Segre  
ITF News

mercoledì 17 gennaio 2018

commodity

Continua la corsa dell'equity, grazie a fondamentali in crescita. Bene anche le

### MATERIE PRIME



#### A tutto natural gas

Carlo Vallotto  
Metalli-preziosi.it

lunedì 15 gennaio 2018

La commodity sfonda i 3

dollari, ora la sfida della resistenza a quota 3.23

### MID CAP



#### Breakout per Amplifon

Pietro Origlia  
ITF News

lunedì 15 gennaio 2018

Fincantieri

Titolo a nuovi top in direzione adesso dei 15 euro. Sotto la lente anche Retelit e



Iscriviti alla newsletter di ITForum >>

### IL ROSSO E IL NERO



#### Fruscii e sussurri

Alessandro Fugnoli

venerdì 12 gennaio 2018

Dati forti e nervi ipersensibili

**Gooruf**  
beta

#### Distribuzioni



Benvenuti a Gooruf, la nostra beta è in fase di test e sarà disponibile in pochi giorni. Per saperne di più sulla nostra beta, visitate il sito [www.gooruf.it](#) o contattateci su [Twitter](#) o [LinkedIn](#).  
By Alfa-Scf

Molte griffe del lusso e della moda hanno affidato a Ynap il compito di gestire tutta la piattaforma e-commerce (ma qui la concorrenza si sta facendo sempre più forte, come la californiana Salesforce che porta via clienti) ma con marchi come Armani, Valentino o Chloe che restano il fiore all'occhiello dell'online flagship stores (+5,9% nel 2017 effettivo di vendite). Quanto emerge dai dati comunicati dalla società merita qualche riflessione: oramai da tempo a primeggiare nel fatturato del gruppo non sono le vendite di abbigliamento "off season" ovvero fuori stagione e vecchie collezioni ma invece l'In-Season (1083 milioni di euro).

Le griffe del lusso vendono sempre più su Yoox le collezioni del momento e lanciano "capsule" dedicate co-branded come quella con Gucci.

La categoria Gioielleria e Orologeria ha visto sui siti del gruppo il lancio di numerosi brand iconici, tra cui Cartier nel secondo trimestre, Baume & Mercier nel terzo trimestre, e Boucheron, Chopard, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai e TAG Heuer nel quarto trimestre dell'anno.

Lo stesso il gruppo Yoox Net-A-Porter nel 2017 ha lanciato pure un proprio brand (MR PORTER) con riscontri molto positivi dei clienti e in termini di vendite. Ed è stato lanciato per la clientela più ricca di New York e Hong Kong, facendo leva sul successo riscosso con il precedente debutto a Londra, l'innovativo servizio di personal shopping "You try, we wait",

Il cliente Vip di queste metropoli che ha già mostrato un'alta capacità di spesa può ricevere a casa o in ufficio un personal shopper che gli fa provare tutta una serie di outfit e accessori, pagando poi solo quello che seleziona e gli piace.

Analizzare il business di una società come questa fa comprendere come si sta evolvendo il mondo del commercio (e non solo di quello del lusso) poiché nel 2017 si è assistito parallelamente al crollo delle vendite dei department store e delle catene tradizionali basate soprattutto sui negozi fisici.

Una lettura molto interessante quindi quella delle vendite di Yoox per capire diversi trend come quella dei profili professionali più ricercati sul mondo del lavoro che devono essere specializzati in "smart data, intelligenza artificiale, cognitive commerce e omni-channel".

Tecnologia e innovazione digitale, dunque. Ed è interessante osservare che oramai la maggior parte delle vendite del gruppo Yoox arrivano dallo smartphone e addirittura per il CyberMonday (lunedì 27 novembre) sul sito Yoox le vendite da mobile (quello che una volta chiamavamo telefonino) hanno raggiunto il massimo storico del 96%.

Lo smarhpone è la nuova televisione, lo smartphone è il nuovo centro commerciale, lo smartphone è il nuovo tutto.

[www.soldiexpert.com](http://www.soldiexpert.com)

Tag: ANALISI TECNICA, AZIONI, BORSA, ECONOMIA

Titoli: BRUNELLO CUCINELLI, FIAT CHRYSLER AUTOMOBILES, TOD'S, YOOX NET-A-PORTER GROUP



**Investment & Trading Forum**  
 Come si sta evolvendo il mondo del commercio (e non solo di quello del lusso) poiché nel 2017 si è assistito parallelamente al crollo delle vendite dei department store e delle catene tradizionali basate soprattutto sui negozi fisici.  
 By Mutuiperlucasa



**Investment & Trading Forum**  
 Lo smartphone è la nuova televisione, lo smartphone è il nuovo centro commerciale, lo smartphone è il nuovo tutto.  
 By Mutuiperlucasa



**Investment & Trading Forum**  
 Tecnologia e innovazione digitale, dunque. Ed è interessante osservare che oramai la maggior parte delle vendite del gruppo Yoox arrivano dallo smartphone e addirittura per il CyberMonday (lunedì 27 novembre) sul sito Yoox le vendite da mobile (quello che una volta chiamavamo telefonino) hanno raggiunto il massimo storico del 96%.  
 By Mutuiperlucasa



**Investment & Trading Forum**  
 Molte griffe del lusso e della moda hanno affidato a Ynap il compito di gestire tutta la piattaforma e-commerce (ma qui la concorrenza si sta facendo sempre più forte, come la californiana Salesforce che porta via clienti) ma con marchi come Armani, Valentino o Chloe che restano il fiore all'occhiello dell'online flagship stores (+5,9% nel 2017 effettivo di vendite). Quanto emerge dai dati comunicati dalla società merita qualche riflessione: oramai da tempo a primeggiare nel fatturato del gruppo non sono le vendite di abbigliamento "off season" ovvero fuori stagione e vecchie collezioni ma invece l'In-Season (1083 milioni di euro).  
 By Mutuiperlucasa

Scopri di più

Investment & Trading Forum - Privacy - Cookie tel +39 0541 393820 - fax +39 0541 1797448

informazioni: [info@itforum.it](mailto:info@itforum.it)

#### Direttore editoriale

Claudio Kaufmann  
[claudio.kaufmann@itforum.it](mailto:claudio.kaufmann@itforum.it)

#### Coordinamento redazionale e segreteria

Nicoletta Neri - [nicoletta.neri@itforum.it](mailto:nicoletta.neri@itforum.it)  
 Elisa Morri - [elisa.morri@itforum.it](mailto:elisa.morri@itforum.it)

#### ITForum

Per esporre  
 Elisa Morri - [elisa.morri@itforum.it](mailto:elisa.morri@itforum.it)

#### Informazioni

tel: +39 0541 393820  
 fax: +39 0541 1797448

**TRADERLINK**  
 telecomunicazione - gestione dati - sistemi di borsa

TRADING  
 LIBRARY

