

In re Farfetch Limited Securities Litigation

COURT: United States District Court for the Southern District of New York
CASE NUMBER: 19-cv-08657-AJN, 19-cv-08720-AJN
JUDGE: Hon. Allison J. Nathan
CLASS PERIOD: 09/21/2018 - 08/08/2019
CASE CONTACTS: Lauren McMillen Ormsbee, Michael Mathai

[Aperte aqui para ler em português.](#)

This is a securities class action on behalf of all purchasers of the securities of Farfetch Limited ("Farfetch") in or traceable to the Company's September 21, 2018 initial public offering (the "IPO") or on the open market during the period from September 21, 2018 to August 8, 2019, inclusive (the "Class Period").

Defendant Farfetch, is a London-based technology company incorporated under the laws of the Cayman Islands. Farfetch's primary business is operating an online retail platform that operates a "marketplace" for third-party sellers of luxury fashion items from around the world. Its growth is measured by the total dollar value of orders processed through its marketplace platform, or Gross Merchandise Value ("GMV").

This action seeks to pursue remedies against Farfetch and several of its most senior executives and those who signed the IPO registration statement for violations of the federal securities laws. The filed complaint alleges that during the Class Period, Defendants issued materially false and misleading statements regarding Farfetch's representations that its marketplace model was growing GMV organically, and that Farfetch would continue to grow GMV organically through its "growth strategies," such as investing in new technology, fostering existing and creating new retail relationships with sellers and consumers, and building its brand awareness. In reality, the complaint alleges that the Company's GMV was not growing organically. Farfetch's organic growth was in fact stagnating, and future growth depended on expensive acquisitions of other companies that had established retail relationships, access to new sellers and consumers, and brand awareness that could drive GMV on Farfetch's platform. Before the end of 2018, Farfetch acquired a consignment reseller of rare and limited-edition sneakers and streetwear products, Stadium Goods, for \$250 million. Then, during the February 28, 2019, earnings call for the fourth quarter of 2018, Farfetch announced another \$50 million acquisition of Toplife, a luxury website on China's second largest e-commerce platform. When analysts questioned how Farfetch's M&A activity related to (and might impact) its organic growth strategies, Farfetch executives insisted that the Company's record GMV growth "underscores our unwavering execution of our growth strategy," and that the Company was "investing in the long-term strategy we laid out at our IPO."

The full truth of the Company's failing organic growth and growth strategies and its undisclosed growth-by-acquisition strategy was revealed less than one year after its IPO when, on August 8, 2019, the Company made several announcements during its second quarter 2019 earnings call. The Company surprised analysts and investors by revealing that it was making another outsized \$675 million acquisition of New Guards Group, an Italian luxury fashion production and distribution holding company and exclusive licensee for several popular labels. Moreover, the Company disclosed significant quarterly losses and sharply reduced guidance and margins—despite the fact that the new guidance included sales from two other retailers the Company had acquired since going public. Moreover, the Company revealed significantly lowered Platform GMV guidance for the third quarter to between 30 and 35%, down from the 44% growth reported in the second quarter, and wider than expected second quarter losses. In addition, the Company disclosed that its longstanding Chief Operating Officer had resigned.

These disclosures stunned investors and analysts, leaving questions about whether the Company's acquisition strategy was designed to conceal a lack of organic growth. As a result of these disclosures, Farfetch shares plummeted by over 40%, from \$18.25 per share on August 8, 2019 to close at \$10.13 on August 9, 2019, eliminating nearly a billion dollars of shareholder equity in a single day.

On September 17 and 19, 2019, investors filed actions against Farfetch, certain of its directors and officers, and underwriters of Farfetch's IPO, alleging violations of Section 10(b) and 20(a) of the Exchange Act and Sections 11, 12(a) (2), and 15 of the Securities Act. On November 18, 2019, IAM National Pension Fund and Oklahoma Firefighters Pension and Retirement System moved for consolidation of the related actions against Farfetch, appointment as Lead Plaintiff, and approval of their selection of Bernstein Litowitz Berger & Grossmann LLP and Kessler Topaz Meltzer & Check, LLP as Lead Counsel for the class. That motion is pending and unopposed.

Portuguese Translation

Essa é uma ação coletiva de valores mobiliários impetrada pelos compradores de valores mobiliários da Farfetch Limited ("Farfetch") em ou relacionado à oferta pública inicial de 21 de Setembro de 2018 ("IPO") ou no mercado de balcão no período de 21 de Setembro de 2018 a 8 de Agosto de 2019, inclusive ("Período da Classe").

Réu, Farfetch, é uma empresa de tecnologia baseada em Londres e registrada sob as leis das ilhas Cayman. O negócio primário da Farfetch é operar plataforma de varejo online que opera como vendedores terceiros de itens luxuosos de moda ao redor do mundo. O seu crescimento é mensurado pelo valor total dos pedidos em dolar, processados através de sua plataforma de mercado, ou valor bruto da mercadoria ("VBM").

Essa ação visa à aplicação de remédios jurídicos contra Farfetch e vários dos seus executivos seniores que assinaram o prospecto de registro do IPO devido a violações da lei federal de mercado de capitais. A petição inicial protocolada allega que, durante o período da classe, os réus emitiram declarações materialmente falsas e enganosas relacionadas às representações que Farfetch fez que o modelo de mercado da Farfetch era crescer o seu VBM organicamente e que a Farfetch iria continuar a crescer seu VBM organicamente através de duas "estratégias de crescimento", tal como investimento em nova tecnologia, fomentando as relações de varejo existentes e criando novas com vendedores e consumidores, e criando reconhecimento de marca. Em realidade, a petição inicial alega que o VBM da companhia não estava crescendo organicamente. O crescimento orgânico da Farfetch estava, de fato, estagnada e o crescimento futuro dependia de caras aquisições de outras companhias que haviam estabelecido relações de varejo, acesso a novos vendedores e consumidores e reconhecimento de marca que poderia guiar o VBM na plataforma da Farfetch.

Antes do fim de 2018, Farfetch adquiriu a consignação de um revendedor de produtos raros e de edição limitada de tenis e moda de rua, Stadium Goods, por \$250 milhões. Então, em 28 de Fevereiro de 2019, durante a "earnings call" para o quarto trimestre de 2018, Farfetch anunciou a aquisição, por outros \$50 milhões, da Toplife, um website de luxo na segunda maior plataforma de e-commerce da China. Quando os analistas questionaram como as atividades de aquisições da Farfetch estavam relacionadas com (e poderiam impactar) suas estratégias de crescimento orgânico, os executivos da Farfetch insistiram que o crescimento recorde do VBM da empresa "estaria abaixo da nossa inabalável execução de crescimento estratégico," e que a Empresa estava "investindo na estratégica de longo prazo que nós havíamos explicado no nosso IPO."

A inteira verdade do fracasso do crescimento orgânico e estratégias orgânicas da Empresa e sua estratégia não-divulgada de crescimento-por-aquisição foi revelada menos de um ano depois do seu IPO, quando, em 8 de Agosto de 2019, a Companhia fez vários anúncios durante o seu "earnings call" do segundo trimestre de 2019. A Companhia surpreendeu analistas e investidores ao revelar que estava fazendo a enorme aquisição de \$675 milhões da New Guards Group, uma empresa holding de produção e distribuição de artigos de luxo italianos e a licença exclusiva de várias marcas populares. Além do mais, a Companhia divulgou prejuízo para o trimestre e a drástica redução de guia e margens – apesar de o

novo guia incluía vendas de outras duas empresas varejistas que a Companhia havia adquirido desde quando se tornou de capital aberto. Ademais, a Companhia revelou que havia reduzido significadamente o guia de plataforma VBM para o terceiro trimestre para entre 30 e 35%, reduzindo de 44% o crescimento reportado no segundo trimestre, e perdas maiores que esperada. Além do mais, a Companhia divulgou que seu Chief Operating Officer solicitou resignação.

Essas informações deixaram investidores e analistas apreensivos, deixando perguntas sobre se a estratégia de crescimento da empresa foi desenhada para esconder a falta de crescimento orgânico. Como resultado dessas divulgações, as ações da Farfetch despencaram em mais de 40%, de \$18.25 por ação em 8 de Agosto de 2019 a perto de \$10.13 em 9 de Agosto de 2019, eliminando aproximadamente um bilhão de dolares de patrimônio dos acionistas em um único dia

Nos dias 17 e 19 de setembro de 2019, investidores entraram com uma ação contra Farfetch, alguns dos seus diretores e executivos, e “underwriters” do IPO da Farfetch, alegando violação dos artigos 10(b) e 20(a) do “Exchange Act” e artigos 11, 12(a)(2), e 15 do “Securities Act.” No dia 18 de Novembro de 2019, “IAM National Pension Fund” e “Oklahoma Firefighters Pension and Retirement System” solicitaram consolidação de suas ações relacionadas contra a Farfetch, indicação de Autores Líderes, e aprovação da seleção dos escritórios Bernstein Litowitz Berger & Grossmann LLP e Kessler Topaz Meltzer & Check, LLP como advogados principais da causa. Esse pedido ainda está pendente e está sem oposição.