

**LE GROUPE TAKE OFF CLÔTURE L'ANNÉE 2021 AVEC UN CHIFFRE D'AFFAIRES DE 26,7 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 26% PAR RAPPORT À 2020, CROISSANCE DU PRIX DE VENTE MOYEN AU COURS DE LA PÉRIODE TRIENNALE 2019-2021.  
MARGE EBITDA PRÉVUE POUR 2021 : ENTRE 33% ET 36%.**

Milan, le 11 janvier 2022

**TAKE OFF** (TKO:IM), une société opérant dans le commerce de détail de vêtements et d'accessoires pour adultes et enfants, annonce des indicateurs clés de performance consolidés non audités au 31 décembre 2021.

Le Groupe a clôturé l'année 2021 avec des Produits des activités ordinaires d'environ 26,7 millions d'euros, en hausse de 26% par rapport aux 21,2 millions d'euros au 31 décembre 2020. Le nouveau calcul des revenus basé sur l'utilisation des mêmes jours ouverts qu'en 2019 (362 jours en 2019 contre 316 jours en 2021) montre également comment, avec le même nombre de jours ouverts, les revenus de Take Off S.p.A. en 2021 seraient en ligne avec ceux de 2019 (22,8 millions d'euros).

La société mère **Take Off S.p.A.**, première chaîne de magasins d'usine avec des produits de marque propre et de marque tierce, affiche un chiffre d'affaires de 19,9 millions d'euros, en hausse de 38 % par rapport à 2020, tandis qu'Over S.p.A., spécialisée dans la production de produits de marque Overkids pour les enfants jusqu'à 14 ans, affiche un chiffre d'affaires de 6,8 millions d'euros, en hausse de 2 % par rapport à 2020 malgré la fermeture de plusieurs points de vente. Il convient de noter que 2021 a présenté 316 jours d'ouverture pour Take Off (contre 279 en 2020) et 306 pour Over (contre 276 en 2020).

L'évolution du prix de vente moyen est significative ; celui-ci est en hausse sur la période triennale 2019-2021 tant pour la Société mère que pour Over. Plus précisément, pour Take Off, il s'établit à 28,65 euros, en hausse par rapport à 2020 (23,68 euros) et 2019 (25,42 euros) ; pour Over, il passe de 8,87 euros en 2019 à 10,07 euros en 2020, pour atteindre 10,50 euros en 2021.

La croissance du prix de vente moyen de 13% pour Take OFF et de 18% pour Over par rapport à la dernière année avant-pandémie de 2019 confirme non seulement la forte résilience du modèle commercial en place par rapport à la pandémie actuelle mais permettra également au groupe d'atteindre une *marge EBITDA* se situant entre 33% et 36% pour 2021.

**Aldo Piccarreta**, Président- Directeur général de TAKE OFF : « *Nous sommes satisfaits du chiffre de clôture du chiffre d'affaires en 2021, qui, compte tenu du contexte dans lequel il est enregistré, encore partiellement affecté par la pandémie, montre des signes de rapprochement avec l'exercice 2019. La tendance à la hausse du prix de vente moyen, avec des effets positifs sur les marges, est un signe de la réponse positive du marché et de l'appréciation croissante de la qualité de nos lignes de produits, tant pour les adultes que pour les enfants* ».

Le **Groupe TAKE OFF** (TKO:IM - ISIN IT0005467425) opère dans le secteur du commerce de détail de vêtements et d'accessoires pour adultes et enfants, avec une présence sur tout le territoire national dans 143 magasins, dont 26 sont gérés directement et 117 sous contrat de franchise. Il poursuit un projet de développement stratégique basé sur l'expansion des points de vente en s'appuyant sur 5 avantages concurrentiels : la connaissance des préférences d'une large catégorie de clients, une attention particulière à l'expérience client, un niveau élevé de compétence opérationnelle, de solides relations avec les fournisseurs et des politiques d'achat efficaces.

La société mère Take Off S.p.A. est la principale chaîne italienne de magasins d'usine proposant des produits de marque propre et de marque de tiers. En plus de distribuer des marques de renommée internationale, elle offre une expérience de shopping de type "boutique de mode" grâce à un large portefeuille de marques propres destinées aux consommateurs masculins (Andrea Maggi Milano, Henry Smith London, 121) et féminins (Gaia Galli Milano, Stella Berg, Yuko Hayate Tokyo). Avec 31 points de vente, dont 26 sont gérés directement et 5 sous contrat de franchise, elle se prévaut d'un modèle économique innovant basé sur le discount et la gestion des stocks, grâce à la gestion « active » de la logistique et à une base de données d'environ 147 000 clients affiliés. En 2021, elle a inauguré sa propre plateforme de commerce électronique, un outil permettant de maximiser le rayonnement de la marque.

La filiale Over S.p.A., avec 112 points de vente exclusivement sous contrat de franchise et une base de données de 261 000 clients, fabrique des produits de marque propre pour les enfants jusqu'à 14 ans : la marque Overkids allie haute qualité et prix abordables, ce qui permet au Groupe de servir des clients de toutes les tranches d'âge, améliorant ainsi leur degré de fidélité.

Communiqué de presse disponible sur [www.1info.it](http://www.1info.it) et [www.takeoffoutlet.com](http://www.takeoffoutlet.com)



## CONTACTS

ÉMETTEUR – Take Off

Tél. +39 329 3397423

Davide Piccinno, Responsable RI : [davide.piccinno@takeoffoutlet.com](mailto:davide.piccinno@takeoffoutlet.com)

CONSEILLER RI– IR Top Consulting

Tél. +39 0245473884

Maria Antonietta Pireddu, [m.pireddu@irtop.com](mailto:m.pireddu@irtop.com), Domenico Gentile, [d.gentile@irtop.com](mailto:d.gentile@irtop.com)

CONSEILLER EURONEXT GROWTH – EnVent Capital Markets Ltd

Tél. +44 (0) 2035198451 / +39 06 896841

Luca Perconti, [lperconti@enventcapitalmarkets.uk](mailto:lperconti@enventcapitalmarkets.uk)