

TAKE OFF : AU COURS DES NEUF PREMIERS MOIS DE 2022, LES RECETTES CONSOLIDÉES S'ÉLÈVENT À 19,6 MILLIONS D'EUROS, SOIT UNE CROISSANCE DE +10 %.

Milan, le 25 octobre 2022

TAKE OFF (TKO:IM), une société active dans le *retail trade* de vêtements et d'accessoires pour adultes et enfants, annonce ses indicateurs clés de performance (KPI) consolidés non audités au 30 septembre 2022.

Le groupe a clôturé les **neuf premiers mois de 2022** avec des Recettes caractéristiques s'élevant à environ 19,6 millions d'euros, soit une hausse de 10,2% par rapport aux 17,8 millions d'euros au 30 septembre 2021.

La société mère Take Off S.p.A., première chaîne italienne de magasins outlet proposant des produits de marques propres et de marques de tiers, a enregistré des recettes pour un montant de 15,5 millions d'euros, en hausse de 16,2% par rapport à la même période de l'année précédente (13,4 millions d'euros), tandis que Over S.p.A., spécialisée dans les produits de marque Overkids pour les enfants jusqu'à 14 ans, a enregistré des Recettes s'élevant à 4,1 millions d'euros, en baisse de 8,0% par rapport au 30 septembre 2021 (4,5 millions d'euros).

Le prix de vente moyen du groupe était de 15,96 euros (13,42 euros au 30 septembre 2021). Plus précisément, pour Take Off S.p.A., il s'est établi à 23,66 euros (20,42 euros au 30 septembre 2021), tandis que pour Over S.p.A. il est passé de 6,62 euros au 30 septembre 2021 à 7,15 euros au 30 septembre 2022.

Pour le **troisième trimestre 2022**, les revenus de base s'élèvent à environ 6,7 millions d'euros, soit +7,0% par rapport à 6,3 millions d'euros au troisième trimestre 2021 (Take Off S.p.A. environ 5,3 millions d'euros, +12,5% et Over S.p.A. environ 1,4 million d'euros, -9,9%). Le prix de vente moyen du Groupe a été de 14,12 euros, contre 10,61 euros au troisième trimestre 2021 (Take Off S.p.A. 19,39 euros contre 15,27 euros au troisième trimestre 2021, Over S.p.A. 6,89 euros contre 5,47 euros au troisième trimestre 2021).

Aldo Piccarreta, président et directeur général de TAKE OFF, a déclaré : « *Nous sommes satisfaits de la croissance des recettes réalisée au cours des neuf premiers mois de 2022 (+10%), générée, dans un contexte difficile en raison des incertitudes sur les tendances économiques futures, par les moteurs stratégiques sur lesquels repose notre modèle économique : modèle de remise personnalisé, gestion rationnelle des entrepôts, forte concentration sur l'expérience client et évolutivité de l'e-commerce propriétaire. Nous continuons dans cette direction, avec pour objectif d'établir notre modèle économique, synonyme d'originalité et d'accessibilité, à l'échelle nationale.* »

Le **Groupe TAKE OFF** (TKO:IM – ISIN IT0005467425) est spécialisé dans le *retail trade* d'habillement et d'accessoires pour adultes et enfants. Il est présent dans toute l'Italie avec 175 magasins, dont 42 exploités directement et 133 par le biais de contrats de franchise. Il poursuit un projet de développement stratégique basé sur l'expansion des points de vente en s'appuyant sur cinq avantages concurrentiels : la connaissance des préférences d'une large catégorie de clients, une attention particulière concentrée sur la *customer experience*, une compétence opérationnelle élevée, de solides relations avec les fournisseurs et des politiques d'achat efficaces.

La société-mère Take Off S.p.A. est la première chaîne italienne de magasins outlet avec des produits de marque propre et de marque de tiers. En plus de distribuer des marques de renommée internationale, il propose des expériences d'achat « de mode boutique » à travers un large portefeuille de marques propriétaires destinées à un public à la fois masculin et féminin (Andrea Maggi Milano, Henry Smith London, 121, Gaia Galli Milano, Stella Berg, Yuko Hayate, Tokyo, Massimo Moresco). Avec 49 magasins, dont 42 sont gérés directement et 7 en affiliation, elle se targue d'un modèle économique innovant basé sur le discount et la gestion des stocks, grâce à la gestion « active » de la logistique et à la base de données d'environ 162 000 clients affiliés. En 2021, elle a inauguré son propre canal de commerce électronique comme outil pour maximiser la notoriété de la marque.

La filiale Over S.p.A., avec 126 magasins affiliés en exclusivité et une base de données de 306 000 clients, fabrique des produits de marque propre pour les enfants jusqu'à 14 ans : la marque Overkids combine une qualité élevée avec des prix abordables, ce qui permet au groupe de servir des clients de toutes les tranches d'âge et d'augmenter leur taux de fidélité.

Communiqué disponible sur www.1info.it et sur www.takeoffoutlet.com

CONTACTS

ÉMETTEUR - Take Off

T +39 329 3397423

Davide Piccinno, Responsable RI davide.piccinno@takeoffoutlet.com

IR ADVISOR – IR Top Consulting



T +390245473884

Maria Antonietta Pireddu, m.pireddu@irtop.com, Domenico Gentile, d.gentile@irtop.com

EURONEXT GROWTH ADVISOR - EnVent Capital Markets Ltd

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

Luca Perconti, lperconti@enventcapitalmarkets.uk

TAKE OFF S.p.A.

Via Montenapoleone, 8 • 20121 Milan • www.takeoffoutlet.com