

Domande azionista

Nuove strategie e andamento gestionale

1. Potreste fornire dettagli aggiuntivi aggiornati al 30/4 sull'andamento degli ordinativi della stagione autunno/inverno 2021?

Come noto, la Società è tenuta a diffondere i dati sensibili, quali quelli richiesti, con modalità che assicurino e garantiscano accesso rapido e effettiva diffusione in tutta la Comunità europea.

In data 18 maggio 2021 si riunirà il Consiglio di Amministrazione che approverà e diffonderà con le modalità di cui sopra i principali indicatori economici relativi al primo trimestre 2021.

2. Quali sono gli sviluppi previsti in termini di incremento di ricavi e margini con l'implementazione del sito *e-commerce B2C*?

L'iniziativa *e-commerce* deve essere inquadrata non solo nell'ottica di ampliamento dei propri canali commerciali, ma anche di iniziativa di c.d. "ADV", ovvero di sostegno di visibilità e promozione (*brand awareness*).

Quali sono stati gli investimenti?

Gli investimenti su questo fronte sono stati contenuti, poiché si è optato per una internalizzazione del processo, strategia finalizzata anche a diffondere una cultura aziendale in tal senso.

Le *operations* relative a *e-commerce* (es. *customer service* e logistica) sono internalizzate?

Customer Service e Logistica si appoggiano sulla struttura esistente creando evidenti sinergie di costo a basso impatto per l'azienda.

Quando si prevede il *break-even*?

Dipende molto da come si considera la voce del c.d. ADV sul canale web. Come infatti sopra esposto l'iniziativa dell'*e-commerce* ha per noi un doppio obiettivo: creare fatturato e creare *brand awareness*.

3. Quali sono le politiche di promozione pubblicitaria per il lancio e lo sviluppo del sito *e-commerce*?

Campagne ADV dirette sul web, utili a generare il "traffico" di un pubblico potenzialmente interessato ai nostri prodotti con l'obiettivo di aumentare la conversione dello stesso in acquisti on line e parimenti di aumentare il prestigio del brand.

4. Sulla base del sito *e-commerce*, si nota che sono servite solo Italia e EU? Si prevede un allargamento anche ad altri mercati (es. US)?

In una prima fase abbiamo ritenuto utile limitare le attività alla sola Europa, per contenere inizialmente le complessità gestionali e logistiche.

5. Sempre sulla base del sito *e-commerce*, si nota che ad esempio per la parte uomo vi sono solo 50 tipologie disponibili. È previsto un incremento della gamma prodotti caricati?

È nostra intenzione seguire con attenzione il riscontro commerciale che avremo su tale canale, per valutare i prossimi assortimenti. L'allargamento della gamma di prodotto è possibile, ma la valutazione deve essere ponderata in funzione della necessità di una ulteriore immobilizzazione di magazzino.

6. Alla data attuale, quali sono i feedback ricevuti relativi al *rebranding* effettuato nel corso del 2019?

I riscontri, per quanto difficili da misurare in termini quantitativi, sono estremamente positivi.

Il *brand* sta guadagnando in *appeal*, diventando sempre più "marchio" e meno "prodotto".

Come sono i primi dati di accessi/conversione del sito *e-commerce*?

I primi dati risultano estremamente difficili da valutare, poiché la base di dati in termini assoluti non è ancora sufficiente per trarre delle indicazioni.

7. Nel comunicato stampa, quando si parla di “*allargamento della gamma di prodotti complementari al pantalone*” a che tipologia di oggetti si fa riferimento? In quale stagione si prevede l'entrata in commercio di tali prodotti? Quali sono le prospettive?

Dalla Primavera-Estate 2022 la collezione PT Torino vedrà accostarsi ai pantaloni ed al denim altre linee di prodotto (outerwear, knitwear, jersey, shirts).

Nuovi progetti e processo di sviluppo internazionale

1. Quale sono gli sviluppi in essere in tema di nuovi mercati/integrazione con altre realtà?
Si rimanda alla lettura della Relazione sulla gestione per una più approfondita descrizione sul tema.
2. Da un'intervista su Milano Finanza del gennaio 2020 si indicava l'obiettivo della Cina. Vi sono aggiornamenti?
Il mercato cinese è senz'altro molto interessante nell'ambito delle strategie di sviluppo a livello internazionale. In una fase precedente alla pandemia la Società aveva avviato diversi progetti che purtroppo hanno subito una sospensione per le note vicende. La Società ha in programma di riavviare le azioni intraprese non appena la situazione si sarà normalizzata.
3. La grande disponibilità di liquidità e il finanziamento bancario a condizioni vantaggiose effettuato nel corso del 2020 sono indici di operazioni straordinarie in *pipeline*, così come prospettato nelle relazioni sulla gestione degli ultimi anni?
La Società è sempre attenta e pronta a trarre beneficio da operazioni che possano portare ad un beneficio economico/finanziario. Eventuali aggiornamenti verranno dati con le modalità e tempistiche imposte dalla normativa.

Andamento titolo

1. Quali sono le azioni che si prevede di porre in essere per recuperare il valore del titolo in borsa?
La Società continuerà a perseguire il proprio piano industriale con impegno e determinazione, assicurando al mercato la massima trasparenza sulle proprie azioni e sui risultati, anche per consentire una adeguata valutazione del valore delle proprie azioni.
2. Chiederei nell'ambito di approccio “*friendly*” con gli azionisti di minoranza di valutare, come fatto da altre società di analoghe dimensioni, l'implementazione di una *conference call* per la discussione dei risultati economico/finanziari a valle dei comunicati stampa.
La ringraziamo per il suggerimento che verrà valutato nell'ambito del nostro programma di sviluppo della comunicazione.