

TWINSET

PRESS RELEASE

TWINSET S.P.A. ANNOUNCES ITS NEW CORPORATE BRAND AND PRELIMINARY RESULTS FOR THE TWO MONTHS ENDED AUGUST 31, 2017, UPDATES ON WHOLESALE PRE-ORDERS AND A NEW CO-CREATIVE DIRECTOR

Carpi, October 6, 2017 – TWINSET S.p.A. (the “**Company**”), the Italian women’s clothing brand focused on the attractive contemporary accessible luxury segment, announces that, in connection with the new corporate name – TWINSET S.p.A. – our main product line will now be branded TWINSET MILANO.

The Company is also pleased to announce that Lara Davies and Bill Shapiro joined the Group as a co-creative director during IIIQ 2017. Ms. Davies has more than 15 years of experience in the fashion industry and has designed for such international, contemporary brands as Philosophy, Chloé and Alberta Ferretti, while Mr. Shapiro was head designer at the Moschino fashion house.

In addition, the Company announces improved results in our current trading.

Based on our unaudited management accounts and information currently available, we estimate that our results for the months of July and August 2017 will show similar trends to those observed in the first half of 2017, although the approximately 1.1% decrease in Twinset Revenue observed in the first half of 2017 compared to the same period in 2016 is not expected to carry over into the months of July and August 2017, in which we expect that Twinset Revenue will show slight growth as compared to the corresponding period in 2016. These results have been driven by the continued growth of our e-commerce channel, as well as increased Twinset Revenue in both our boutique and outlet channels, driven by positive like-for-like performance (approximately +2.0% for the eight months ended August 31, 2017) and the opening of 12 new retail points of sale from July 2016 to August 2017 (partially offset by the closing of three boutiques), consisting of seven new boutiques and three new outlets in Italy and a new boutique in each of France and Spain. These positive results were partially offset, as in the first half of 2017, by a decrease in Twinset Revenue from our wholesale channel for the months of July and August 2017 as compared to the corresponding period in 2016, primarily as a result of decreased sales of off-season products and due to timing differences between 2016 and 2017 in our shipments and invoicing to wholesale customers. In May, June and July of 2016, shipments and invoicing to wholesale customers were greater than in the corresponding period of 2017 (contributing to the decrease in Twinset Revenue from our wholesale channel for the months of July and August 2017 as compared to the corresponding period in 2016), although from August 2017, such shipments and invoicing have increased over 2016. In addition, our like-for-like performance including the performance of our e-commerce channel grew approximately 4.0% for the eight months ended August 31, 2017, as compared to approximately +1.2% for the six months ended June 30, 2017, and approximately (2.3)% and +10.4% for the years ended December 31, 2016 and 2015, respectively.

TWINSET S.p.A.

*Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497*

TWINSET

These preliminary indications are estimates based on our management's initial reviews of our results of operations. Our independent auditors have not audited, reviewed, compiled or performed any procedures with respect to such unaudited financial information and accordingly, they have not expressed an opinion or provided any form of assurance with respect thereto. Furthermore, the unaudited financial information does not take into account any circumstances or events occurring after the period to which it refers. The foregoing information relating to our results is based in part on estimates. These estimates are based on our internal management accounts for the months ended July 31, 2017 and August 31, 2017, which are unaudited. While we believe these estimates are reasonable, our actual results for the two months ended August 31, 2017 may differ from those presented above, remain subject to change and may not be indicative of our future results. The information above should not be regarded as an indication, forecast or representation regarding our financial results for full year ending December 31, 2017. You should therefore not place undue reliance on the information presented above.

Further, we announce certain information regarding wholesale pre-orders of products from our Ready to Wear product category. We believe the evolution of this data in respect of our Ready to Wear product line, as opposed to our other product lines, is most indicative of the success of our design team headed, for the past two years, by our CEO Alessandro Varisco working with, more recently, our two newly hired co-creative directors. The trends observed represent the prospective Twinset Revenue attributable to pre-orders placed for the relevant Spring/Summer or Fall/Winter campaign that is subject to change based on confirmation of, and payment on, those pre-orders. Pre-orders for Spring/Summer campaigns of any given year are placed from mid-May through the end of September of the year preceding the year in which those items are sold in stores, while pre-orders for Fall/Winter campaigns of any given year are placed from mid-November of the preceding year through the end of March of the same year in which those items are sold in stores. While a small number of legacy products are sold across multiple seasons, pre-orders for each season are, for the most part, for products independent to the relevant upcoming season.

Our international wholesale channel is growing, which we believe is due to the strength and growing appeal of our collections. International wholesale pre-orders of products from our Ready to Wear product category grew for both our Spring/Summer campaign (growing at a CAGR of approximately 6.5% from the 2015 Spring/Summer campaign to the 2018 Spring/Summer campaign) as well as our Fall/Winter campaign (growing at a CAGR of approximately 11.4%) from the 2015 Fall/Winter campaign to the 2017 Fall/Winter campaign. This growth is consistent across both the wholesale and franchise sub-channels of the wholesale channel.

Moreover, within Italy, we have reduced the total number of our wholesale channel customers by strategically eliminating underperforming wholesale customers and wholesale customers that we believe did not appropriately communicate our brand message from our Italian wholesale network. Despite this strategic reduction in wholesalers, we believe that the increasing percentage of pre-orders of products from our Ready to Wear product category for both our Spring/Summer campaigns (between 2016 and 2018) and Fall/Winter campaigns (between 2015 and 2017) made by our top 50

TWINSET S.p.A.

Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497

TWINSET

customers (which grew at a CAGR of approximately 6% and 8%, respectively) demonstrates the strength and growing appeal of our collections among our top wholesale customers.

In addition, between June 30, 2016 and June 30, 2017, the growth of Twinset Revenue generated from our international wholesale channel, on the strength of the growing amount of pre-orders, partially offset decreased Twinset Revenue generated from our Italian wholesale channel.

Pre-orders from our wholesale channel is a forward-looking metric. Pre-orders for each campaign are subject to confirmation and booking of, and payment for, the final sale. While we have historically had an order-to-sale-conversion rate (the percentage of a pre-order that is successfully sold to the customer without cancellation or return) of approximately 95%, there can be no guarantee that this historical order-to-sale-conversion rate will not decrease in future campaigns, including for the 2018 Spring/Summer campaign. If the order-to-sale-conversion rate were to decrease for any given campaign, actual, recognized Twinset Revenue from that campaign would be less than the amount that would be implied from our pre-orders from such campaign, including by amounts that may be material. Our wholesale customers' ability or willingness to confirm and pay for their pre-orders is subject to a number of factors, many of which may be outside our control.

This press release constitutes a public disclosure of inside information by Barbara Maurer, Chief Financial Officer, on behalf of TWINSET S.p.A., under Regulation (EU) 596/2014 (16 April 2014).

*** **

Forward Looking Statements

This press release may include “forward-looking statements” within the meaning of the securities laws of certain applicable jurisdictions. These forward-looking statements include, but are not limited to, all statements other than statements of historical facts contained in this press release, including, without limitation, those regarding the Company’s intentions, beliefs or current expectations concerning, among other things: the Company’s future financial conditions and performance, results of operations and liquidity; the Company’s strategy, plans, objectives, prospects, growth, goals and targets; future developments in the markets in which the Company participates or is seeking to participate; and anticipated regulatory changes in the industry in which the Company operates. These forward-looking statements can be identified by the use of forward-looking terminology, including the terms “aim,” “anticipate”, “believe”, “continue”, “could”, “estimate”, “expect”, “forecast”, “guidance”, “intend”, “may”, “plan”, “project”, “should” or “will” or, in each case, their negative, or other variations or comparable terminology. By their nature, forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors because they relate to events and depend on circumstances that may or may not occur in the future. Readers are cautioned that forward-looking statements are not guarantees of future performance and that the Company’s actual financial condition, results of operations and cash flows, and the development of the industry in which the Company operates, may differ materially from (and be more negative than) those made in, or suggested by, the forward-looking statements contained in this press release. In addition, even if the Company’s financial condition, results of operations and cash flows, and the development of the industry in which the Company operates, are consistent with the forward-looking statements contained in this press release, those results or developments may not be indicative of results or developments in subsequent periods.

TWINSET S.p.A.

Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497

TWINSET

COMUNICATO STAMPA

TWINSET S.P.A. ANNUNCIA IL PROPRIO NUOVO MARCHIO, I RISULTATI PRELIMINARI RELATIVI AL BIMESTRE CHIUSO IN DATA 31 AGOSTO 2017, GLI AGGIORNAMENTI CIRCA I PRE-ORDINI DEL CANALE *WHOLESALE* ED UN NUOVO CO-DIRETTORE CREATIVO

Carpi, 6 ottobre 2017 – TWINSET S.p.A. (la “Società”), il marchio di moda femminile operante nel segmento del lusso attraente contemporaneo e accessibile comunica che, in relazione alla propria nuova ragione sociale – TWINSET S.p.A. – la principale linea prende ora il nome di TWINSET MILANO.

La Società è inoltre lieta di comunicare che Lara Davies e Bill Shapiro sono entrati a far parte del Gruppo in qualità di co-direttori creativi nel corso del terzo trimestre del 2017. Lara Davies vanta più di 15 anni di esperienza nel settore della moda ed ha disegnato le collezioni di marchi internazionali contemporanei quali Philosophy, Chloé e Alberta Ferretti, mentre Bill Shapiro ha ricoperto il ruolo di primo *designer* in Moschino.

Inoltre, la Società fornisce informazioni circa i miglioramenti relativi ai risultati delle operazioni correnti.

Secondo le nostre informazioni finanziarie non sottoposte a revisione predisposte dal *management* e le informazioni al momento disponibili, stimiamo che i risultati del bimestre luglio agosto 2017 saranno in linea con quelli della prima metà del 2017, tuttavia la diminuzione dei Ricavi Twinset pari a circa l'1,1% registrata nella prima metà del 2017 non è previsto che continui anche nei mesi di luglio e agosto 2017 dove al contrario prevediamo che i Ricavi Twinset crescano leggermente in rapporto al corrispondente periodo del 2016. Tali risultati sono stati ottenuti grazie alla continua crescita del nostro canale *e-commerce*, così come dei canali *boutique* e *outlet*, alla positiva *performance* del comparto *like-for-like* (in crescita di circa il 2,0% negli otto mesi al 31 agosto 2017) e all'apertura di 12 nuovi punti vendita dal luglio 2016 all'agosto 2017 (parzialmente compensati dalla chiusura di tre *boutiques*) di cui sette nuove *boutiques* e tre nuovi *outlets* in Italia e una nuova *boutique* sia in Francia che in Spagna. Tali risultati positivi sono stati parzialmente compensati, come è stato nella prima metà del 2017, da una diminuzione dei Ricavi Twinset provenienti dal canale *wholesale* durante i mesi di luglio e agosto 2017 rispetto al corrispondente periodo del 2016, principalmente in conseguenza della diminuzione delle vendite dei prodotti fuori stagione e alla differente tempistica di spedizione e fatturazione ai nostri rivenditori *wholesale* tra il 2016 ed il 2017. Nei mesi di maggio, giugno e luglio del 2016, le spedizioni e le fatturazioni ai rivenditori *wholesale* sono state più numerose di quelle del corrispondente periodo del 2017 (contribuendo alla diminuzione dei Ricavi Twinset provenienti dal nostro canale *wholesale* nei mesi di luglio e agosto 2017 rispetto al corrispondente periodo del 2016), tuttavia a partire da agosto 2017, le spedizioni e fatturazioni sono aumentate rispetto al 2016. Inoltre, la *performance* del comparto *like-for-like* inclusa quella del nostro canale *e-commerce* è cresciuta di circa il 4,0% negli otto mesi al 31 agosto 2017 rispetto a circa l'1,2% dei sei mesi al 30 giugno 2017 e rispettivamente al meno circa 2,3% e al 10,4% degli esercizi chiusi al 31 dicembre 2016 e 2015.

Tali indicazioni preliminari sono stime basate sull'analisi iniziale dei nostri risultati operativi da parte del management. I nostri revisori indipendenti non hanno sottoposto a revisione, predisposto o eseguito alcuna procedura in relazione a tali informazioni finanziarie non sottoposte a revisione ai fini della loro inclusione nel presente documento e, di conseguenza, non hanno formulato una opinione o fornito alcuna forma di garanzia in relazione ad esse. Inoltre, le informazioni finanziarie non sottoposte a revisione non tengono in considerazione alcuna circostanza o evento accaduto successivamente al relativo periodo di riferimento. Le predette informazioni relative ai nostri risultati sono basate in parte su stime. Tali stime sono basate sui nostri internal management accounts relativi ai mesi conclusi in data 31 luglio 2017 e 31 agosto 2017 che non sono stati sottoposti a revisione. Nonostante riteniamo che tali valutazioni di stima siano ragionevoli, i nostri effettivi risultati per il bimestre chiuso in data 31 agosto 2017 potrebbero differire da quelli sopra presentati,

TWINSET S.p.A.

Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497

TWINSET

rimanere soggetti a cambiamenti e potrebbero non essere indicativi dei nostri risultati futuri. Le informazioni di cui sopra non dovrebbero essere considerate come un'indicazione, previsione o rappresentazione circa i nostri risultati finanziari relativamente all'intero anno che si concluderà in data 31 dicembre 2017. Non va quindi posto eccessivo affidamento sulle informazioni sopra presentate.

Siamo anche a comunicare una serie di *informazioni* riguardanti i pre-ordini pervenuti e relativi ai prodotti appartenenti alla nostra linea *Ready to Wear*. Riteniamo che l'evoluzione di tali dati con riferimento alla nostra linea *Ready to Wear*, rispetto alle altre linee, sia particolarmente indicativa del successo riscosso dalla nostra squadra *design* guidata, negli ultimi due anni, dal nostro amministratore delegato Alessandro Varisco coadiuvato, più di recente, dai due nostri nuovi co-direttori creativi. Gli andamenti registrati rappresentano i Ricavi Twinset prospettici attribuibili ai pre-ordini pervenuti e relativi alla collezione Primavera/Estate o Autunno/Inverno, tali importi potranno variare in diminuzione in quanto i pre-ordini dovranno essere confermati ed evasi tramite relativo pagamento da parte del cliente. I pre-ordini per le collezioni Primavera/Estate di ogni anno vengono immessi da metà maggio fino alla fine di settembre dell'anno precedente quello in cui la merce viene venduta nei negozi, mentre i pre-ordini per le collezioni Autunno/Inverno di ogni anno vengono immessi da novembre dell'anno precedente fino alla fine di marzo dello stesso anno in cui la merce viene venduta nei negozi. Mentre un esiguo numero di prodotti viene venduto nel corso di più stagioni, i pre-ordini per ogni stagione sono, per la gran parte, relativi a capi non correlati alla stagione in arrivo.

Il nostro canale *wholesale international* è in crescita e riteniamo che ciò sia dovuto al forte e crescente *appeal* delle nostre collezioni. I pre-ordini del *canale wholesale international* relativi ai prodotti della nostra linea *Ready to Wear* sono aumentati con riferimento sia alla collezione Primavera/Estate (crescendo ad un CAGR di circa il 6,5% dalla collezione del 2015 a quella del 2018) che a quella Autunno/Inverno (crescendo ad un CAGR di circa l'11,4%) rispetto a quelli relativi alle collezioni Autunno/Inverno dal 2015 al 2017. Tale crescita si conferma in entrambe i sub-canali *wholesale* e *franchise* del canale *wholesale*.

Inoltre, abbiamo ridotto il numero totale di rivenditori del nostro canale *wholesale* in Italia attraverso l'interruzione dei rapporti sia con quelli di loro che hanno fatto registrare *performance* al di sotto delle aspettative che con coloro non in grado di trasferire il messaggio del nostro brand al cliente finale. Nonostante tale riduzione strategica del numero di rivenditori, riteniamo che l'aumento percentuale dei pre-ordini relativi alla nostra linea *Ready to Wear* sia per le collezioni Primavera/Estate (tra il 2016 ed il 2018) che per quelle Autunno/Inverno (tra il 2015 ed il 2017) pervenuti da parte dei nostri 50 principali clienti (che sono cresciute ad un CAGR rispettivamente di circa il 6% e 8%) testimoniano la forza ed il crescente *appeal* delle nostre collezioni tra i nostri principali clienti *wholesale*.

Tra il 30 giugno 2016 e il 30 giugno 2017, la crescita dei Ricavi Twinset generati dal nostro canale *wholesale international*, grazie al crescente ammontare di pre-ordini, ha parzialmente bilanciato la diminuzione dei Ricavi Twinset generati dal canale *wholesale* in Italia.

I pre-ordini del nostro canale wholesale sono una metrica prospettica. I pre-ordini per ciascuna collezione sono soggetti a prenotazione e conferma tramite pagamento della merce da parte del cliente. Pur vantando storicamente un tasso di conversione ordine-vendita (percentuale di pre-ordini che vengono effettivamente evasi senza cancellazione degli stessi o ritorno della merce da parte del cliente) pari a circa il 95%, non possiamo garantire che tale tasso di conversione ordine-vendita non diminuisca in futuro, incluso con riferimento alla collezione Primavera/Estate del 2018. Se il tasso di conversione ordine-vendita dovesse diminuire con riferimento ad una determinata collezione, i Ricavi Twinset attuali e registrati relativi a tale collezione verrebbero ad essere inferiori, anche per un importo sostanziale, rispetto all'ammontare originariamente registrato in base ai pre-ordini ricevuti per tale collezione. L'abilità o la volontà dei nostri clienti wholesale di confermare i pre-ordini attraverso il pagamento della merce è soggetta ad una serie di fattori, molti dei quali non dipendono da noi.

TWINSET S.p.A.

Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497

TWINSET

Il presente comunicato stampa costituisce una comunicazione al pubblico di informazioni privilegiate da parte di Barbara Maurer, Chief Financial Officer, per conto di TWINSET S.p.A., ai sensi del Regolamento (UE) 596/2014 (16 aprile 2014).

*** **

Forward Looking Statements

This press release may include “forward-looking statements” within the meaning of the securities laws of certain applicable jurisdictions. These forward-looking statements include, but are not limited to, all statements other than statements of historical facts contained in this press release, including, without limitation, those regarding the Company’s intentions, beliefs or current expectations concerning, among other things: the Company’s future financial conditions and performance, results of operations and liquidity; the Company’s strategy, plans, objectives, prospects, growth, goals and targets, including the Capital Increase and the proposed JV; future developments in the markets in which the Company participates or is seeking to participate; and anticipated regulatory changes in the industry in which the Company operates. These forward-looking statements can be identified by the use of forward-looking terminology, including the terms “aim,” “anticipate”, “believe”, “continue”, “could”, “estimate”, “expect”, “forecast”, “guidance”, “intend”, “may”, “plan”, “project”, “should” or “will” or, in each case, their negative, or other variations or comparable terminology. By their nature, forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors because they relate to events and depend on circumstances that may or may not occur in the future. Readers are cautioned that forward-looking statements are not guarantees of future performance and that the Company’s actual financial condition, results of operations and cash flows, and the development of the industry in which the Company operates, may differ materially from (and be more negative than) those made in, or suggested by, the forward-looking statements contained in this press release. In addition, even if the Company’s financial condition, results of operations and cash flows, and the development of the industry in which the Company operates, are consistent with the forward-looking statements contained in this press release, those results or developments may not be indicative of results or developments in subsequent periods.

TWINSET S.p.A.

*Sede sociale: Via del Commercio, 32 - 41012 Carpi (MO) Italy, Tel. +39.059.91.95.1 – Fax +39.059.91.95.101, e-mail: info@twinset.com
Iscritta al Registro Imprese di Modena, C.F. e P. Iva IT 07889180969 - Iscritta al R.E.A. di Modena n. 390497*