

Milano, 30 gennaio 2020

## **TOD'S S.p.A. – Le vendite del Gruppo ammontano a 916.1 Milioni di Euro nell'Esercizio 2019. Retail + 6.3%. Crescita a doppia cifra di Roger Vivier (+ 15.6%)**

### Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita dell'esercizio 2019

Il Consiglio di Amministrazione di Tod's S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano ed a capo dell'omonimo gruppo italiano del lusso, attivo nella creazione, produzione e distribuzione di calzature, accessori e abbigliamento di lusso e di alta qualità con i marchi Tod's, Hogan, Fay e Roger Vivier, ha approvato oggi i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's relativi all'esercizio 2019.

### **Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo**

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato:

*"I risultati dell'ultimo trimestre hanno evidenziato un miglioramento del trend dei ricavi, nonostante gli effetti negativi riguardanti la piazza di Hong Kong. Si cominciano a vedere i primi segnali positivi della strategia a suo tempo adottata.*

*Rimane per noi assolutamente prioritario tutelare la grande qualità dei nostri prodotti, l'Italian lifestyle raffinato e, sempre di più, la componente creativa che attira nuovi consumatori, che amano circondarsi di cose speciali.*

*La competizione del settore del lusso è sempre più forte, e pertanto, dobbiamo essere bravi ad avere prodotti sempre speciali e desiderabili. L'arrivo del nuovo Direttore Creativo del marchio Tod's, che coordinerà il lavoro dell'ufficio stile, servirà ad enfatizzare questi codici.*

*È inoltre indispensabile, per ora, continuare ad investire molto per essere competitivi e per sostenere la notorietà dei nostri marchi, soprattutto in considerazione della sempre maggiore importanza dei nuovi mercati, che richiedono grande attenzione.*

*Il nostro obiettivo è di realizzare in tempi brevi un modello di gruppo omni-channel, che ci permetta di vendere prodotti attraverso la nostra distribuzione diretta, i migliori e-tailers ed i nostri partners dei department stores. Sempre meno, invece, sarà per noi importante l'apporto del wholesale classico, che con prudenza stiamo cercando di contingentare. Anche se questo sacrifica temporaneamente un po' i fatturati, riteniamo del resto che sia la cosa giusta da fare, per poter controllare completamente la politica distributiva del nostro gruppo a livello mondiale.*

*Escludendo le eventuali ripercussioni, ad oggi imprevedibili, dell'epidemia in atto, riteniamo di guardare con ottimismo all'anno in corso, sicuri che la strada tracciata sia quella giusta."*

## **Commento ai dati di Fatturato del Gruppo**

Nell'esercizio 2019, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 916,1 milioni di Euro (-2,6% rispetto al 2018). Nel solo quarto trimestre dell'anno i ricavi ammontano a 238,4 milioni di Euro, con una crescita dell'1,7% rispetto al quarto trimestre 2018.

Nel corrente esercizio, i cambi hanno dato un contributo positivo ai risultati, particolarmente per i marchi Tod's e Roger Vivier, che hanno la maggiore presenza all'estero; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dell'anno 2018, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi del Gruppo sono pari a 905,7 milioni di Euro.

## **Suddivisione del Fatturato per Marchio**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2019		esercizio 2018	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Tod's	<b>461,8</b>	<b>455,3</b>	498,7	- 7,4%	- 8,7%
Roger Vivier	<b>200,6</b>	<b>197,4</b>	173,5	+15,6%	+13,8%
Hogan	<b>196,5</b>	<b>195,8</b>	206,1	- 4,7%	- 5,0%
Fay	<b>56,3</b>	<b>56,3</b>	61,3	- 8,2%	- 8,1%
Altro	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	0,9	n.s.	n.s.
<b>TOTALE</b>	<b>916,1</b>	<b>905,7</b>	940,5	-2,6%	-3,7%

Dati preliminari non certificati

I ricavi del marchio Tod's ammontano a 461,8 milioni di Euro nell'esercizio 2019; positivi i risultati del canale retail. Buon avvio delle vendite del nuovo progetto *T Timeless*, sia di calzature, sia di pelletteria.

Le vendite del marchio Roger Vivier ammontano a 200,6 milioni di Euro, con una crescita del 15,6% rispetto al 2018. Risultati positivi in tutte le aree geografiche in cui il marchio opera; ottimo riscontro sulle nuove famiglie di prodotto.

Il marchio Hogan ha registrato ricavi pari a 196,5 milioni di Euro; crescita a doppia cifra dei ricavi in Greater China, nonostante la delicata situazione di Hong Kong.

Infine, le vendite del marchio Fay ammontano a 56,3 milioni di Euro; il calo rispetto all'esercizio precedente riflette soprattutto la persistente debolezza del mercato domestico.

## **Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2019		esercizio 2018	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Calzature	<b>730,8</b>	<b>723,0</b>	743,7	-1,7%	-2,8%
Pelletteria e accessori	<b>121,7</b>	<b>119,2</b>	128,6	-5,4%	-7,3%
Abbigliamento	<b>62,7</b>	<b>62,6</b>	67,3	-6,7%	-6,9%
Altro	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	0,9	n.s.	n.s.
<b>TOTALE</b>	<b>916,1</b>	<b>905,7</b>	940,5	-2,6%	-3,7%

Dati preliminari non certificati

I ricavi delle calzature ammontano a 730,8 milioni di Euro nell'esercizio; positivo l'andamento della categoria nel quarto trimestre dell'anno.

Le vendite di pelletteria e accessori sono state complessivamente pari a 121,7 milioni di Euro. Positivi i risultati delle nuove famiglie di borse del marchio Tod's.

Infine, i ricavi di abbigliamento ammontano a 62,7 milioni di Euro; l'andamento rispecchia sostanzialmente quello del marchio Fay.

## **Suddivisione del Fatturato per Area Geografica**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2019		esercizio 2018	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Italia	<b>260,7</b>	<b>260,7</b>	282,2	-7,6%	-7,6%
Europa (escl. Italia)	<b>237,6</b>	<b>236,9</b>	243,9	-2,6%	-2,9%
Americhe (*)	<b>70,6</b>	<b>67,9</b>	73,0	-3,3%	-7,0%
Greater China (**)	<b>215,1</b>	<b>211,0</b>	210,3	+2,3%	+0,4%
Resto del Mondo	<b>132,1</b>	<b>129,2</b>	131,1	+0,8%	-1,4%
<b>TOTALE</b>	<b>916,1</b>	<b>905,7</b>	940,5	-2,6%	-3,7%

Dati preliminari non certificati

(\*) include l'intero continente americano (Nord e Sud America).

(\*\*) comprende: Cina Continentale, Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan Region.

I ricavi del Gruppo nel mercato domestico ammontano a 260,7 milioni di Euro; positivo l'andamento dei ricavi nel quarto trimestre dell'anno, con un miglioramento del trend dei risultati su entrambi i canali di vendita.

Nel resto dell'Europa, i ricavi del Gruppo ammontano complessivamente a 237,6 milioni di Euro; positivo il quarto trimestre dell'anno, grazie al contributo della distribuzione diretta.

Nelle Americhe il Gruppo ha registrato complessivamente 70,6 milioni di Euro di vendite; anche in quest'area è positivo il risultato del quarto trimestre, in cui entrambi i canali evidenziano un miglioramento del loro trend.

I ricavi del Gruppo nel mercato della Greater China ammontano a 215,1 milioni di Euro, in crescita del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2018. Ai positivi risultati registrati in Mainland China, che rappresenta più del 60% di questa regione, si è contrapposto il forte rallentamento della piazza di Hong Kong, dovuto alle note tensioni politiche.

Infine, nell'area "Resto del Mondo", il Gruppo ha complessivamente registrato ricavi pari a 132,1 milioni di Euro, in crescita dello 0,8% rispetto al 2018.

## **Suddisione del Fatturato per Canale distributivo**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2019		esercizio 2018	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Retail (DOS+online)	<b>645,9</b>	<b>637,0</b>	607,8	<b>+6,3%</b>	<b>+4,8%</b>
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	<b>270,2</b>	<b>268,7</b>	332,8	<b>-18,8%</b>	<b>-19,3%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>916,1</b>	<b>905,7</b>	940,5	<b>-2,6%</b>	<b>-3,7%</b>

Dati preliminari non certificati

Nell'esercizio 2019, i ricavi del canale diretto ammontano a 645,9 milioni di Euro, in crescita del 6,3% rispetto al 2018, e rappresentano più del 70% del fatturato del Gruppo. Su base omogenea<sup>1</sup>, l'incremento delle vendite di questo canale è pari al 4,4% nel solo quarto trimestre dell'anno, grazie alla crescita a doppia cifra dell'e-commerce ed al contributo delle nuove aperture.

Il dato di *Same Store Sales Growth* (SSSG), calcolato a cambi costanti come media a livello mondiale dei tassi di crescita dei ricavi registrati nei DOS, è pari a -4,0% nell'esercizio 2019, in progressivo miglioramento negli ultimi mesi dell'anno. Tale dato sarebbe migliore di oltre un punto percentuale a cambi correnti.

Al 31 dicembre 2019, la rete distributiva del Gruppo è composta da 290 DOS e 115 negozi in *franchising*, rispetto ai 284 DOS e 120 negozi in *franchising* al 31 dicembre 2018.

I ricavi a clienti terzi ammontano complessivamente a 270,2 milioni di Euro; il calo a doppia cifra riflette principalmente la debolezza del mercato domestico ed europeo.

<sup>1</sup> Come già ricordato nei precedenti comunicati, con l'acquisizione di Italiantouch, a partire dal 1° ottobre 2018, la relativa parte dei ricavi e-commerce è stata contabilizzata nei ricavi *retail*, e non più nel canale *wholesale*. Di conseguenza, nei primi nove mesi del 2019, il confronto dei ricavi per canale distributivo era disomogeneo, mentre, dal quarto trimestre, i dati tornano ad essere confrontabili.

**Si sottolinea che i dati relativi al fatturato dell'esercizio 2019 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione previsto in data 12 marzo 2020.**

*Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Rodolfo Ubaldi dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.*

Per chiarimenti: Ufficio Investor Relations - tel. +39 02 77 22 51

e-mail: c.oglio@todsgroup.com

**Sito corporate:** [www.todsgroup.com](http://www.todsgroup.com)