

Sant'Elpidio a Mare, 13 maggio 2020

**TOD'S S.p.A. – buon inizio dell'anno fino all'arrivo dell'epidemia; vendite del Gruppo pari a 152,8 milioni nel primo trimestre 2020, in calo del 29,4% rispetto al Q1 2019, per l'impatto Covid-19.**

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati di vendita del primo trimestre 2020

Riduzione emolumenti Comitato Esecutivo e Top Management

Variazione calendario finanziario 2020

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, Roger Vivier e Fay, ha approvato oggi i dati di vendita del Gruppo Tod's relativi al primo trimestre 2020 (1 gennaio – 31 marzo 2020).

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

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

*“Buon inizio dell'anno con una crescita dei ricavi in tutte le regioni a conferma che il lavoro fatto cominciava a produrre i suoi risultati.*

*Il manifestarsi dell'epidemia in Cina e la sua veloce diffusione in tutto il mondo hanno cambiato ogni prospettiva e ci hanno costretti a rivedere tutto, dando priorità a molte problematiche, spesso sconosciute, che abbiamo dovuto gestire inaspettatamente. Il nostro primo obiettivo assoluto è stato quello di preoccuparci della salute dei nostri dipendenti e delle loro famiglie, gestendo la chiusura degli impianti produttivi, degli uffici e dei negozi sparsi in tutto il mondo. E questo rimane ancora il nostro primo obiettivo.*

*Nel frattempo, vista l'impossibilità di prevedere e governare il futuro, abbiamo deciso di adottare una politica di forte prudenza, cercando di immettere sul mercato meno prodotto possibile, onde evitare che per la crisi in corso rimanesse invenduto con tutte le problematiche conseguenti. Abbiamo inoltre cercato di preparare i nostri negozi per dotarli di un'immagine di freschezza e raffinatezza e renderli attraenti alla riapertura.*

*Per quanto riguarda la seconda parte dell'anno, rimane un atteggiamento di prudenza, ma con grande attenzione alle risposte che daranno i mercati per poter essere pronti e reattivi ai primi segnali positivi.*

*Grande attenzione è dedicata da parte di tutti ad una strategia di taglio costi e di efficientamento, che ci daranno buoni risultati. Voglio in questo caso ringraziare tutti i nostri managers, che stanno facendo un lavoro enorme ed eccellente nel cercare di ottimizzare ogni cosa. Considerando che nulla sarà più come prima, stiamo predisponendo un piano collezioni, di*

*marketing e comunicazione totalmente nuovo e che tenga conto delle abitudini della gente ad utilizzare sempre di più il web, che in futuro sarà sempre più protagonista nel diffondere prodotti, storie e tutto quello che servirà per fare comunicazione ed, inoltre, aiuterà molto la nostra divisione e-commerce, che si sta sviluppando molto bene.*

*Infatti, lo sviluppo dell'e-commerce e l'aumento dei fatturati nei nostri Dos sono i due elementi che potranno far ottenere al Gruppo la crescita necessaria in tempi relativamente brevi e su questo concentreremo i nostri sforzi maggiori.*

*Continueremo, sempre con più enfasi, a sostenere la filosofia dei nostri marchi, che esaltano la grande qualità, l'esclusività e l'unicità, valori che stanno tornando sempre di più di grande attualità in questo periodo.*

*Il nostro Gruppo si è attivato con più progetti di solidarietà a sostegno dei nostri dipendenti e del nostro Paese, cercando di non far mancare il proprio apporto, come sempre facciamo, quando serve aiutare chi ha più bisogno.*

*Speriamo nei prossimi mesi di avere maggiore visibilità per poter operare con più efficacia e per poter avere obiettivi realistici, auspicando che si possa ricominciare, anche se gradatamente, a vedere un futuro più chiaro.”*

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

Nei primi tre mesi del 2020, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 152,8 milioni di Euro (-29,4% rispetto al primo trimestre del 2019), anche a seguito di una politica di consegne molto prudente in entrambi i canali di vendita. Leggermente positivo l'impatto delle valute; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi tre mesi del 2019, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sono pari a 152 milioni di Euro, in calo del 29,7% rispetto al primo trimestre 2019.

Dopo un buon avvio delle vendite nelle prime settimane dell'anno, i risultati dei negozi sono stati visibilmente influenzati dallo scoppio della pandemia provocata dal coronavirus Covid-19, data la progressiva chiusura delle attività commerciali al dettaglio in tutte le aree geografiche ed il forte calo del traffico dei turisti.

Più in particolare, alla fine di gennaio sono iniziate le prime chiusure dei punti vendita in Cina e sono stati bloccati i flussi di turisti da quell'area, con impatto negativo sul traffico dei negozi a livello mondiale. A partire dal mese di marzo, le chiusure dei negozi si sono estese all'Europa e, successivamente, all'America. Solo a metà marzo, sono stati progressivamente riaperti i punti vendita in Cina, con una graduale ripresa dell'attività.

L'impatto della pandemia ha pesantemente condizionato i risultati di vendita di tutti i marchi del Gruppo, in tutte le aree geografiche, le categorie di prodotto e su entrambi i canali di vendita.

Di conseguenza, nel presente comunicato si riportano le tabelle con le consuete suddivisioni del fatturato, senza aggiungere ulteriori commenti alle stesse.

### Suddivisione del Fatturato per Marchio

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2020		I ^ trimestre 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Tod's	72,7	72,2	106,4	- 31,7%	-32,2%	461,8
Hogan	39,8	39,7	54,0	-26,4%	-26,5%	200,5
Roger Vivier	30,5	30,3	43,9	-30,4%	-30,8%	200,5
Fay	9,7	9,7	12,0	-19,0%	-19,2%	56,3
Altro	0,1	0,1	0,1	n.s.	n.s.	0,9
<b>TOTALE</b>	<b>152,8</b>	<b>152,0</b>	<b>216,4</b>	<b>-29,4%</b>	<b>-29,7%</b>	<b>916,0</b>

### Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2020		I ^ trimestre 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Calzature	123,6	123,1	175,3	-29,5%	-29,8%	730,7
Pelletteria e accessori	17,9	17,7	27,6	-35,1%	-35,8%	121,7
Abbigliamento	11,2	11,1	13,4	-16,8%	-16,9%	62,7
Altro	0,1	0,1	0,1	n.s.	n.s.	0,9
<b>TOTALE</b>	<b>152,8</b>	<b>152,0</b>	<b>216,4</b>	<b>-29,4%</b>	<b>-29,7%</b>	<b>916,0</b>

### Suddivisione del Fatturato per Area Geografica

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2020		I ^ trimestre 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Italia	46,6	46,6	63,6	-26,8%	-26,8%	260,6
Europa (escl. Italia)	43,3	43,1	54,8	-21,0%	-21,4%	237,6
Americhe (*)	11,7	11,4	15,1	-22,2%	-24,2%	70,6
Greater China (**)	26,5	26,4	50,2	-47,2%	-47,5%	215,1
Resto del Mondo	24,7	24,6	32,7	-24,4%	-24,7%	132,1
<b>TOTALE</b>	<b>152,8</b>	<b>152,0</b>	<b>216,4</b>	<b>-29,4%</b>	<b>-29,7%</b>	<b>916,0</b>

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

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

### Suddivisione del Fatturato per Canale distributivo

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2020		I ^ trimestre 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Retail (DOS+online)	92,5	91,9	138,8	-33,3%	-33,7%	645,8
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	60,3	60,1	77,6	-22,3%	-22,6%	270,2
<b>TOTALE</b>	<b>152,8</b>	<b>152,0</b>	<b>216,4</b>	<b>-29,4%</b>	<b>-29,7%</b>	<b>916,0</b>

Al 31 marzo 2020, la rete distributiva del Gruppo è composta da 291 DOS e 114 negozi in *franchising*, rispetto ai 283 DOS e 118 negozi in *franchising* al 31 marzo 2019.

## **Emergenza da COVID-19**

Il Gruppo ha subito adottato tutte le misure necessarie a tutelare la salute ed il benessere dei dipendenti, delle loro famiglie e delle comunità, in stretta osservanza alle disposizioni delle autorità sanitarie e governative dei diversi paesi in cui sono presenti le attività del Gruppo. Sotto il coordinamento del comitato interno appositamente costituito per gestire l'emergenza, il Gruppo sta continuando a monitorare l'evoluzione della pandemia e sta ora progressivamente e gradualmente riavviando le attività nei diversi paesi del mondo, sempre dando priorità alla protezione della salute delle persone.

Le attività commerciali sono state interrotte nel mese di gennaio, a partire dalla Cina; a fine gennaio il 57% dei negozi in Cina era chiuso e la restante parte era aperta con orario ridotto.

A febbraio le chiusure si sono estese anche ad altri paesi dell'area asiatica e, a partire dal 12 marzo, anche all'Italia, all'Europa e all'America. Da metà marzo, iniziarono ad essere riaperti i negozi dell'area cinese, seppur con orario limitato.

A fine marzo la situazione della rete distributiva era la seguente: in Italia chiuso il 100% dei negozi, nel Resto Europa chiuso il 97% dei negozi, nelle Americhe chiuso il 100% dei negozi, in Giappone il 22% dei negozi era aperto regolarmente ed il restante aperto con orario limitato, in Greater China il 43% dei negozi era aperto regolarmente, il 2% era chiuso ed il resto aperto con orario ridotto.

Nel mese di aprile ci sono state nuove chiusure in Giappone ed altri paesi dell'area asiatica.

Ad oggi la situazione è la seguente: in Italia chiuso il 100% dei negozi, nel Resto Europa chiuso il 52% dei negozi, il 3% è aperto regolarmente ed il 45% è aperto ad orario limitato, nelle Americhe chiuso il 68% dei negozi e aperto il 32% ad orario limitato, in Giappone chiuso il 100% dei negozi, in Greater China il 90% dei negozi è aperto regolarmente, il 9% è aperto con orario ridotto e solo l'1% è chiuso.

Il canale *e-commerce* è sempre rimasto operativo, anche se ha parzialmente risentito di alcune restrizioni nelle attività di logistica, e continua a crescere in modo significativo.

Le attività produttive sono state sospese a partire dal 12 marzo 2020 e sono ripartite il 4 maggio 2020 in maniera graduale, con tutte le adeguate modalità e regole di sicurezza e sanitarie previste per la tutela dei dipendenti.

E' stato immediatamente attivato il *remote-working* per le funzioni non operative degli uffici regionali e della sede centrale.

Il Gruppo ha messo in atto diverse attività di controllo dei costi operativi, come riduzione e rinvio delle spese di marketing, rinegoziazione degli affitti, selettività degli investimenti e taglio di costi non indispensabili, alla luce della situazione attuale.

## **Altre delibere**

### Riduzione emolumenti membri Comitato Esecutivo e Top Management

Ridotti i compensi attribuiti ai membri del Comitato Esecutivo, il Consiglio ha altresì preso atto della decisione del *top management* del Gruppo di ridurre la propria remunerazione.

### Variazione Calendario Finanziario 2020

In conseguenza dell'attuale situazione generata dalla pandemia Covid19, il Consiglio ha deciso di rinviare all'8 settembre l'approvazione della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2020. Il Calendario finanziario aggiornato per l'esercizio 2020 diventa quindi:

3 giugno 2020 : Assemblea ordinaria degli Azionisti per l'approvazione del Bilancio dell'esercizio 2019

8 settembre 2020: Consiglio di Amministrazione per l'approvazione della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2020

11 novembre 2020: Consiglio di Amministrazione per approvazione dei dati di vendita relativi al periodo 1° gennaio-30 settembre 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](mailto:c.oglio@todsgroup.com)

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