

Milano, 25 gennaio 2023

**TOD'S S.p.A. – I ricavi del Gruppo hanno superato il miliardo di Euro nell'esercizio 2022, con un incremento del 13,9%. Marchio Tod's: +19,1%; pelletteria: +33,7%**

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita dell'esercizio 2022

Adesione del Gruppo Tod's al Global Compact delle Nazioni Unite

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, Roger Vivier, Hogan e Fay, ha approvato oggi i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's relativi all'esercizio 2022.

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

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

*“Sono molto soddisfatto del risultato raggiunto: il fatturato del Gruppo ha superato il miliardo di euro, in crescita del 13,9% rispetto al 2021. Ancora più importante è vedere la qualità di questi numeri: la crescita, infatti, è stata guidata dal canale retail e dal marchio Tod's, che ha registrato ottimi risultati in tutte le categorie di prodotto.*

*Stiamo raccogliendo i primi risultati che sono il frutto della strategia di medio periodo che abbiamo avviato, che ha come obiettivo principale quello di accrescere il valore patrimoniale del Gruppo e di ogni singolo marchio, destinandovi tutti gli investimenti necessari per ottenere questo risultato.*

*Prendiamo atto con piacere che i clienti apprezzano sempre più l'altissima qualità dei nostri prodotti, la loro artigianalità ed il loro iconico Italian lifestyle con un forte valore creativo.*

*Stiamo proseguendo la politica di sviluppo nella rete distributiva, con aperture di nuovi punti vendita selezionati anche in nuovi mercati e vogliamo con molta attenzione migliorare la crescita organica. Stiamo inoltre sviluppando sempre di più il nostro team di marketing e di comunicazione, con particolare attenzione al mondo del digitale, per avvicinarci sempre più alla clientela più giovane.*

*Considerando l'ottimo inizio di stagione nei nostri negozi e la solidità del portafoglio ordini per la prossima stagione, siamo molto fiduciosi per quanto riguarda i risultati futuri del Gruppo.”*

## Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Nell'esercizio 2022, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 1.006,9 milioni di Euro, in crescita del 13,9% rispetto all'esercizio 2021<sup>1</sup> ed è superiore di circa il 10% rispetto al valore del 2019.

Positivo l'impatto delle valute, soprattutto per i marchi Tod's e Roger Vivier, che hanno la maggiore presenza all'estero; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi del 2021, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sono pari a 984,2 milioni di Euro, con una crescita dell'11,4% rispetto al 2021.

### Suddivisione del Fatturato per Marchio: bene tutti i marchi; ottima la crescita di Tod's (+19,1%)

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Tod's	509,9	498,6	428,3	+19,1%	+16,4%
Roger Vivier	246,0	237,2	229,6	+7,1%	+3,3%
Hogan	195,9	193,4	176,7	+10,9%	+9,4%
Fay	53,4	53,3	48,2	+10,7%	+10,6%
Altro	1,7	1,7	1,0	n.s.	n.s.
<b>TOTALE</b>	<b>1.006,9</b>	<b>984,2</b>	<b>883,8</b>	<b>+13,9%</b>	<b>+11,4%</b>

*Dati preliminari non certificati*

L'andamento dei singoli marchi riflette la composizione geografica e distributiva delle loro vendite ed è influenzato dalla situazione dei consumi e dal contesto sanitario delle aree geografiche in cui sono distribuiti.

Il marchio Tod's, che è quello con la distribuzione geografica più bilanciata, ha registrato un ottimo tasso di crescita in tutte le aree geografiche, a conferma del forte apprezzamento da parte dei clienti per le collezioni del marchio, sia nelle calzature che nelle nuove famiglie di pelletteria e accessori.

Il marchio Roger Vivier ha registrato un buon inizio di anno in tutte le aree geografiche, ma, data la sua elevata esposizione al mercato cinese, ha subito un rallentamento della crescita, a partire dal mese di marzo.

<sup>1</sup> Nel confronto tra i diversi esercizi, si deve considerare il significativo impatto della pandemia di Covid-19, che ha comportato temporanei periodi di chiusura dei negozi in alcune aree geografiche; nell'esercizio 2022 il tasso medio di apertura dei negozi è stato pari a 96% come media mondiale (99% se riferito alla sola Europa e 92% a *Greater China*), mentre nel 2021 è pari a 91% come media mondiale (83% se riferito alla sola Europa e 98% a *Greater China*).

Solido incremento a doppia cifra dei ricavi dei marchi Hogan e Fay, anche grazie alla facile base di confronto per la loro elevata esposizione ai mercati italiano ed europeo, che, nel 2021, avevano avuto alcuni periodi di chiusura di negozi, per i lockdown conseguenti alla pandemia di Covid-19.

### **Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica: pelletteria: +33,7%; crescita a doppia cifra di tutte le categorie**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Calzature	776,8	756,8	703,2	+10,5%	+7,6%
Pelletteria e accessori	160,6	158,3	120,1	+33,7%	+31,8%
Abbigliamento	67,8	67,4	59,5	+13,9%	+13,2%
Altro	1,7	1,7	1,0	n.s.	n.s.
<b>TOTALE</b>	<b>1.006,9</b>	<b>984,2</b>	<b>883,8</b>	<b>+13,9%</b>	<b>+11,4%</b>

Dati preliminari non certificati

Tutte le categorie di prodotto hanno registrato una solida crescita a doppia cifra; eccellenti riscontri dei clienti per le nuove collezioni di pelletteria ed accessori a livello mondiale.

### **Suddivisione del Fatturato per Area Geografica: ottimi risultati in Italia, Europa e Giappone**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Italia	251,7	251,7	217,2	+15,9%	+15,9%
Europa (escl. Italia)	216,8	215,0	172,5	+25,7%	+24,6%
Americhe (*)	81,9	74,9	62,5	+31,2%	+19,9%
Greater China (**)	287,2	269,6	313,4	-8,4%	-14,0%
Resto del Mondo	169,3	173,0	118,2	+43,3%	+46,4%
<b>TOTALE</b>	<b>1.006,9</b>	<b>984,2</b>	<b>883,8</b>	<b>+13,9%</b>	<b>+11,4%</b>

Dati preliminari non certificati

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

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

L'Italia ed il Resto Europa hanno registrato un progressivo miglioramento dei risultati, a partire dal secondo trimestre dell'anno, grazie al dinamismo degli acquisti della clientela domestica e alle buone presenze di turisti infra-europei, americani e medio-orientali.

Anche il mercato americano ha registrato risultati eccellenti, aiutato anche dalla base di confronto favorevole, nonostante lo spostamento all'estero degli acquisti del *cluster* americano, in particolare durante i mesi estivi.

Il mercato cinese, dopo un buon inizio d'anno, ha subito un sensibile rallentamento della crescita a partire da marzo, con l'imposizione delle rigide restrizioni governative per fronteggiare la pandemia di Covid-19. Anche dopo il progressivo allentamento di tali misure, nel secondo semestre, l'andamento dei consumi è rimasto volatile e impattato da locali e temporanei *lockdown* in diverse primarie città.

Molto forte per tutto l'anno, invece, l'area "Resto del Mondo", trainata dagli eccellenti risultati di Giappone e Corea.

### **Suddivisione del Fatturato per Canale Distributivo: crescita a doppia cifra su entrambi i canali; bene anche l'e-commerce**

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Retail (DOS+online)	743,3	724,5	659,4	+12,7%	+9,9%
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	263,6	259,7	224,4	+17,5%	+15,8%
<b>TOTALE</b>	<b>1.006,9</b>	<b>984,2</b>	<b>883,8</b>	<b>+13,9%</b>	<b>+11,4%</b>

Dati preliminari non certificati

Il canale *retail* ha totalizzato 743,3 milioni di euro di ricavi nell'esercizio 2022, pari a circa il 74% del fatturato del Gruppo, con una crescita del 12,7% rispetto al 2021. Decisamente positivo il dato della crescita organica nei punti vendita del Gruppo, nonostante l'impatto della debolezza del mercato cinese. Bene anche il canale *e-commerce*, anche grazie agli importanti investimenti fatti dal Gruppo nel mondo del digitale.

Al 31 dicembre 2022, la rete distributiva del Gruppo è composta da 333 DOS e 89 negozi in *franchising*, rispetto ai 318 DOS e 88 negozi in *franchising* al 31 dicembre 2021.

Crescita a doppia cifra anche per i ricavi del canale *wholesale*, che è tornato a registrare risultati positivi, dopo la razionalizzazione degli anni scorsi.

### **Adesione del Gruppo al Global Compact delle Nazioni Unite**

Nel solco del suo costante impegno per la sostenibilità, il Gruppo Tod's ha aderito, in data 16 gennaio 2023, al Global Compact delle Nazioni Unite, l'iniziativa strategica di sostenibilità e cittadinanza d'impresa più ampia al mondo, nata dalla volontà di promuovere un'economia globale sostenibile, rispettosa dei diritti umani, degli standard lavorativi, della salvaguardia dell'ambiente e impegnata nella lotta alla corruzione.

Questa iniziativa rafforza ulteriormente l'impegno del Gruppo nella gestione responsabile e sostenibile dei propri processi decisionali e operativi, allineandoli ai dieci principi del Global Compact e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, definiti a livello globale.

*“Il nostro impegno nell'adottare comportamenti responsabili per la tutela dei diritti umani, la salute, la sicurezza e il benessere nei luoghi di lavoro, promuovendo, altresì, la salvaguardia dell'ambiente e degli ecosistemi, fa parte della nostra cultura e rispecchia i valori che la nostra organizzazione, da sempre, traduce in progetti concreti e virtuosi a beneficio delle comunità e dei territori nei quali operiamo”* commenta con grande orgoglio Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Tod's.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato la nuova Politica per la Tutela della Diversità, dell'Equità e dell'Inclusione del Gruppo TOD'S, nata per formalizzare l'impegno del Gruppo nel promuovere i valori dell'inclusione e dell'uguaglianza tra le persone, in linea con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni ILO in materia di non discriminazione e con quanto dichiarato nel Codice Etico e nella Politica di Sostenibilità del Gruppo.

**Si sottolinea che i dati relativi al fatturato dell'esercizio 2022 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione previsto in data 13 marzo 2023.**

*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)