

Milano, 27 gennaio 2010

TOD'S S.p.A.: ricavi in crescita anche nell'esercizio 2009; centrati gli obiettivi aziendali. Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's per l'esercizio 2009.

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, pelletteria e abbigliamento di lusso 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 2009.

Il fatturato consolidato del Gruppo ammonta a 713,1 milioni di Euro nell'esercizio 2009, con una crescita pari allo 0,8% rispetto all'anno 2008. A cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi del 2008, i ricavi sono pari a 707,9 milioni di Euro, allineati all'esercizio precedente.

Suddivisione per Marchio del Fatturato: buona tenuta delle vendite

valori in milioni di Euro	esercizio 2009	esercizio 2008	var. %
Tod's	348,8	356,7	- 2,2%
Hogan	256,9	238,7	+ 7,6%
Fay	91,6	93,3	- 1,7%
Roger Vivier	15,0	16,8	- 11,0%
Altro	0,8	2,1	n.s.
TOTALE	713,1	707,6	+ 0,8%

Dati preliminari non certificati

I ricavi a marchio Tod's ammontano a 348,8 milioni di Euro nel 2009, dimostrando una buona tenuta, considerata anche una precisa politica di vendita che aveva come obiettivi primi la protezione del marchio e la qualità della distribuzione.

Il marchio Hogan conferma i risultati molto positivi delle ultime stagioni: i ricavi sono pari a 256,9 milioni di Euro nel 2009, con una crescita del 7,6% rispetto all'esercizio 2008.

I ricavi a marchio Fay ammontano a 91,6 milioni di Euro nel 2009, con una differenza dell'1,7% rispetto all'anno precedente; molto soddisfacente la tenuta dei ricavi di Fay, alla luce dell'andamento del settore.

Infine, il marchio Roger Vivier ha realizzato ricavi pari a 15 milioni di Euro nell'esercizio 2009; questo marchio, che rappresenta circa il 2,1% del fatturato del Gruppo, procede nel suo percorso strategico, con scelte di distribuzione super selettiva, coerenti con la politica di esclusività che lo contraddistingue.

Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato: continua la crescita del core business; positivi segnali di ripresa nei volumi della pelletteria

valori in milioni di Euro	esercizio 2009	esercizio 2008	var. %
Calzature	506,1	485,6	+ 4,2%
Pelletteria e accessori	111,4	126,6	- 12,0%
Abbigliamento	95,0	94,5	+ 0,5%
Altro	0,6	0,9	n.s.
TOTALE	713,1	707,6	+ 0,8%

Dati preliminari non certificati

Confermata la crescita nel *core business* delle calzature, che rappresenta circa il 71% del fatturato del Gruppo; i ricavi dell'esercizio 2009 ammontano a 506,1 milioni di Euro, con un incremento del 4,2% rispetto al 2008.

Positivi i dati di vendita registrati nei nostri DOS dai prodotti di pelletteria; i dati di fatturato sono peraltro influenzati anche dal minor prezzo unitario di alcuni nuovi prodotti di successo, come ad esempio la G-Bag in tessuto a marchio Tod's. I ricavi complessivi di questa categoria ammontano a 111,4 milioni di Euro nell'esercizio 2009, pari al 15,6% del fatturato del Gruppo.

I ricavi dell'abbigliamento, infine, sono pari a 95 milioni di Euro nell'esercizio 2009, con una leggera crescita rispetto all'anno precedente, particolarmente significativa alla luce dell'andamento del settore.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato: significativa crescita in Italia e in Asia

valori in milioni di Euro	esercizio 2009	esercizio 2008	var. %
Italia	405,1	384,1	+ 5,5%
Europa (escl. Italia)	150,7	161,0	- 6,4%
Nord America	46,4	59,3	- 21,7%
Asia e resto del mondo	110,9	103,2	+ 7,5%
TOTALE	713,1	707,6	+ 0,8%

Dati preliminari non certificati

Il Gruppo conferma la sua indiscussa *leadership* sul mercato italiano, dove i ricavi hanno raggiunto i 405,1 milioni di Euro nell'esercizio 2009, in crescita del 5,5% rispetto al 2008.

Nel resto dell'Europa, le vendite del Gruppo ammontano a 150,7 milioni di Euro nel 2009, con una differenza del 6,4% rispetto all'anno precedente.

Nel mercato USA i ricavi sono pari a 46,4 milioni di Euro, rappresentando il 6,5% del fatturato del Gruppo; nel quarto trimestre hanno trovato conferma i positivi segnali registrati nel mese di settembre.

Molto positivi i risultati registrati nel Resto del Mondo, in particolare nel mercato cinese; i ricavi complessivi di quest'area sono pari a 110,9 milioni di Euro nell'esercizio 2009, con una crescita del 7,5% rispetto al 2008.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato: molto buoni i risultati dei DOS

valori in milioni di Euro	esercizio 2009	esercizio 2008	var. %
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	364,2	372,0	- 2,1%
DOS	348,9	335,6	+ 4,0%
TOTALE	713,1	707,6	+ 0,8%

Dati preliminari non certificati

Nell'esercizio 2009, i ricavi a clienti terzi ammontano complessivamente a 364,2 milioni di Euro, con una differenza del 2,1% rispetto al 2008, risultato particolarmente buono, data la politica di prudenza distributiva adottata nel corso dell'anno, in relazione alla congiuntura mondiale.

Molto positivi i dati registrati nella rete dei DOS; i ricavi sono pari a 348,9 milioni di Euro nell'esercizio 2009, con una crescita del 4% rispetto all'anno precedente. Di particolare rilievo la loro favorevole composizione; infatti, nel quarto trimestre 2009 la parte di vendite ordinarie a prezzo pieno, rispetto a quelle promozionali, è stata significativamente superiore a quanto accaduto nel quarto trimestre 2008.

Il dato di *Same Store Sales Growth* (SSSG), calcolato come media a livello mondiale dei tassi di crescita dei ricavi registrati nei DOS esistenti al 1° gennaio 2008, è pari a -0,2% nell'intero esercizio 2009, evidenziando una buona accelerazione nei mesi di novembre e dicembre.

Al 31 dicembre 2009, la rete distributiva del Gruppo è composta da 149 DOS e 78 negozi in *franchising*, rispetto a 150 DOS e 71 negozi in *franchising* di fine 2008.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: "Sono molto soddisfatto dei risultati ottenuti ed ancor più della qualità degli stessi, che si rifletterà positivamente sulla redditività attesa.

I nostri obiettivi prioritari erano: 1) il mantenimento del fatturato, 2) l'alta redditività, 3) il rafforzamento patrimoniale e finanziario.

Ritengo di poter affermare che tutti sono stati centrati, nel rispetto della nostra strategia di tutela del prestigio dei marchi e della loro esclusività, in un momento in cui la crisi mondiale ha reso i mercati particolarmente instabili."

Si sottolinea che i dati relativi al fatturato 2009 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati completi dell'esercizio 2009 saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione previsto per il 24 marzo 2010.

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