

Milano, 31 luglio 2001

TOD's S.p.A.: 26,7% la crescita del fatturato nei primi 6 mesi del 2001.

TOD's - Tod's S.p.A., il gruppo italiano del lusso, quotato alla Borsa di Milano e attivo con i marchi Tod's Hogan e Fay, ha annunciato oggi che il fatturato consolidato per i primi 6 mesi del 2001 è cresciuto del 26,7% a Euro 146,3 mln, rispetto allo stesso periodo del 2000 (Euro 115,5 mln). Il tasso di crescita medio (CAGR) del primo semestre per il triennio 1999-2001 è stato del 20%. L'esposizione del Gruppo alle aree non appartenenti all'Euro è limitata e pertanto l'impatto dei tassi di cambio sul fatturato è di poco superiore all'1% del fatturato consolidato.

1° Semestre 2000-2001, Fatturato per Marchio:

Fatturato per Marchio

<i>Euro mln</i>	giugno 2000	giugno 2001	Variazione %
Tod's	73,2	94,2	28,7%
Hogan	32,3	41,3	27,7%
Fay	9,2	10,7	16,9%
Altro	0,8	0,1	-87,5%
Totale	115,5	146,3	26,7%

Dati preliminari non certificati

Dopo un incremento del 18,3% nei primi 6 mesi del 2000 rispetto allo stesso periodo del 1999, il fatturato del marchio Tod's nel 1° semestre 2001 è cresciuto del 28,7%. Questo risultato conferma le aspettative aziendali ed è stato anche ottenuto grazie ad un network più sviluppato di negozi a gestione diretta (DOS) che al 30 giugno 2001 si compone di 34 punti vendita (DOS).

Anche il marchio Hogan ha registrato un'ottima performance crescendo del 27,7% nel semestre 2001 rispetto allo stesso periodo 2000, (+9,6% nei primi 6 mesi del 2000 rispetto ai primi 6 mesi del 1999), anche grazie alle nuove aperture.

Fay, che è ancora un marchio quasi esclusivamente domestico (il fatturato Fay in Italia nel 2000 è stato del 99,2% del fatturato totale del marchio) ha avuto una crescita del 16,9% nonostante il processo in atto di razionalizzazione dei prodotti e della struttura distributiva. Fay nei 6 mesi a giugno 2000 era cresciuto del 7,2% rispetto all'analogo periodo del 1999.

Questo significativo successo di tutti i marchi del Gruppo è dovuto non solo all'espansione del network di negozi a gestione diretta (DOS) ma anche alla diversificazione dei prodotti ed ai risultati positivi in tutte le aree geografiche.

1° Semestre 2000-2001, Fatturato per Categoria Merceologica:

Fatturato per Categoria Merceologica

<i>Euro mln</i>	giugno 2000	giugno 2001	<i>Variazione %</i>
Calzature	94,2	116,1	23,3%
Pelletteria	12,0	19,4	62,4%
Abbigliamento	9,3	10,7	15,6%
Altro	0,0	0,0	-89,8%
Totale	115,5	146,3	26,7%

Dati preliminari non certificati

Le calzature, al momento la principale categoria merceologica del Gruppo, sono cresciute del 23,3% a Euro 116,1 mln nei primi 6 mesi del 2001, rispetto allo stesso periodo del 2000.

Gli accessori in pelle (borse) sono cresciuti del 62,4% nei primi 6 mesi del 2001 a Euro 19,4 mln, contribuendo per il 13,3% al fatturato consolidato di Gruppo, rispetto ad una contribuzione del 10,4% nel 1° semestre 2000.

1° Semestre 2000-2001, Fatturato per Area Geografica:

Fatturato per Area Geografica

<i>Euro mln</i>	giugno 2000	giugno 2001	<i>Variazione %</i>
Italia	55,7	66,8	19,9%
Resto d'Europa	37,8	43,3	14,6%
Nord America	16,2	28,5	75,9%
Resto del Mondo	5,8	7,7	33,0%
Totale	115,5	146,3	26,7%

Dati preliminari non certificati

Nel 1° Semestre 2001 il fatturato del Gruppo è cresciuto in tutti i mercati di riferimento.

Nel resto del mondo il fatturato di periodo è cresciuto del 33,0% grazie alla performance positiva del network di franchise e dei 2 negozi a gestione diretta aperti nel corso del 2000 sul territorio asiatico.

L'esposizione del Gruppo al mercato asiatico nel periodo in considerazione rimane ancora limitata a solo il 4,5% del fatturato consolidato del semestre e rappresenta una più promettenti aree di crescita del Gruppo.

1° Semestre 2000-2001, Fatturato per Canale Distributivo:

Fatturato per Canale Distributivo

<i>Euro mln</i>	giugno 2000	giugno 2001	<i>Variazione %</i>
DOS	34,8	55,7	60,1%
Franchise e Indip	80,6	90,5	12,3%
Totale	115,5	146,3	26,7%

Dati preliminari non certificati

TOD'S s.p.a.

Il Gruppo ha continuato l'espansione del network di DOS e pertanto ha perseguito la strategia annunciata di modificare il peso dei diversi canali di distribuzione. Il fatturato dei DOS per i primi 6 mesi del 2001 conta per il 38,1% del fatturato di Gruppo, rispetto al 30,2% del giugno 2000.

Il fatturato della rete mondiale dei DOS è cresciuto complessivamente del 60,1% e del 29,1% per il medesimo perimetro di riferimento ("like for like"); in particolare il fatturato retail USA "like for like" è cresciuto del 25,7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Il Gruppo al 30 giugno 2001 ha 42 negozi a gestione diretta ed il management si è dichiarato fiducioso di aprire altri 8 nuovi negozi (+12 nel corso del 2001) entro fine anno.

Il Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, Diego Della Valle, commentando sui risultati del Gruppo per il periodo ha detto: "Abbiamo avuto un ottimo primo semestre, che prova il nostro impegno nella strategia di crescita annunciata, supportata dalla grande qualità dei nostri prodotti; un impegno che si è dimostrato essere sino ad oggi un successo anche in condizioni di mercato difficili. Il fatturato ha confermato per il primo semestre l'andamento registrato per i primi 3 mesi del 2001 e pertanto i nostri target di fine anno sono ancora una volta confermati".

Si sottolinea che i dati riferiti al primo semestre 2001 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati semestrali saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione convocato per il 12 settembre 2001.