

Milano, 12 maggio 2006

TOD'S S.p.A.: eccellente avvio dell'esercizio 2006.

Approvata dal Consiglio di Amministrazione la relazione del Gruppo Tod's relativa al primo trimestre 2006.

Ricavi del Gruppo nel primo trimestre 2006: 161,4 milioni di Euro, in crescita del 14,8% rispetto al primo trimestre 2005; EBITDA: 38,2 milioni di Euro, con un incremento pari al 27,3%; EBIT: 32,3 milioni di Euro, in crescita del 32,5%; Utile netto: 19,4 milioni di Euro, con un incremento pari al 30,5%

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 e Fay, ha approvato oggi la relazione del Gruppo Tod's relativa al primo trimestre del 2006 (1 gennaio – 31 marzo 2006).

La suddetta relazione consolidata è stata redatta secondo i principi internazionali IAS/IFRS; per consentire la piena comparabilità dei valori di bilancio, i dati del primo trimestre 2005 sono stati opportunamente riclassificati e rettificati, rispetto ai valori calcolati con i principi contabili italiani¹.

In linea con le attese del management, i primi mesi del 2006 confermano la continua crescita delle vendite e della redditività del Gruppo. I risultati del primo trimestre sono eccellenti, considerando anche che sono stati ottenuti su una base di confronto particolarmente impegnativa.²

Vogliamo peraltro nuovamente sottolineare che non è pienamente significativa l'analisi dei risultati economico-patrimoniali dei singoli trimestri, dal momento che i dati infrannuali risentono della non perfetta omogeneità nei diversi mesi dell'anno del flusso di ricavi e di costi derivanti dall'attività industriale. Pertanto, sarebbe errato considerare il conto economico del trimestre come quota proporzionale dell'intero esercizio.

A cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi del 2005, i ricavi ammontano a 160,1 milioni, con una crescita del 13,9% rispetto al primo trimestre 2005, mentre l'EBITDA e l'EBIT sarebbero sostanzialmente invariati.

¹ Il Gruppo ha iniziato ad adottare i principi internazionali IAS/IFRS con la relazione semestrale al 30 giugno 2005.

² Ricordiamo che nel primo trimestre del 2005 i ricavi erano cresciuti del 33% rispetto al precedente esercizio, l'EBITDA e l'EBIT erano cresciuti rispettivamente del 71% e del 157% (valori calcolati con i principi contabili italiani).

Suddivisione per Marchio del Fatturato: fortissima crescita dei due marchi principali

<i>valori in milioni di Euro</i>	I [^] trimestre 2006	I [^] trimestre 2005	var. %	esercizio 2005
Tod's	90,5	77,0	+17,6%	288,5
Hogan	46,9	40,2	+16,7%	126,1
Fay	21,1	20,3	+4,0%	77,1
Altro	2,9	3,1	-7,5%	11,3
TOTALE	161,4	140,6	+14,8%	503,0

Tutti i marchi del Gruppo confermano la loro continua e costante crescita.

Eccellenti i risultati dei marchi Tod's e Hogan, che rappresentano, rispettivamente, il 56,1% ed il 29,0% del fatturato del Gruppo al 31 marzo 2006. I ricavi a marchio Tod's sono cresciuti del 17,6%, mentre l'incremento dei ricavi di Hogan è stato pari a 16,7%.

I ricavi a marchio Fay sono cresciuti del 4% e rappresentano il 13,1% del fatturato consolidato.

La voce Altro include i ricavi relativi a marchi prodotti dal Gruppo sulla base di accordi di licenza e/o di produzione, per un valore complessivo di 2,9 milioni di Euro, pari al 1,8% del fatturato del Gruppo.

Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato: fortissima crescita delle calzature e della pelletteria

<i>valori in milioni di Euro</i>	I [^] trimestre 2006	I [^] trimestre 2005	var. %	esercizio 2005
Calzature	105,4	92,6	+13,9%	314,7
Pelletteria e accessori	35,8	28,2	+27,1%	111,9
Abbigliamento	20,0	19,6	+2,1%	75,4
Altro	0,2	0,2	n.s.	1,0
TOTALE	161,4	140,6	+14,8%	503,0

I risultati di vendita del primo trimestre 2006 confermano la continua forte crescita dei ricavi delle calzature e della pelletteria. I primi, che rappresentano il 65,3% del fatturato del Gruppo al 31 marzo 2006, hanno registrato un incremento pari al 13,9% nel periodo.

I ricavi della pelletteria e accessori sono cresciuti del 27,1% nel primo trimestre 2006 e rappresentano complessivamente il 22,2% del fatturato consolidato al 31 marzo 2006, in crescita di oltre due punti percentuali rispetto al corrispondente dato dell'esercizio precedente.

I ricavi dell'abbigliamento, infine, sono cresciuti del 2,1% nei primi tre mesi del 2006 e rappresentano il 12,4% del fatturato del Gruppo al 31 marzo 2006.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato: crescita dei ricavi in tutti i mercati; ottimi risultati in Italia e in Asia

valori in milioni di Euro	I [^] trimestre 2006	I [^] trimestre 2005	var. %	esercizio 2005
Italia	78,2	67,8	+15,3%	241,4
Europa (escl. Italia)	44,3	42,3	+4,9%	134,3
Nord America	14,1	13,3	+5,9%	57,0
Asia e resto del mondo	24,8	17,2	+44,4%	70,3
TOTALE	161,4	140,6	+14,8%	503,0

Il Gruppo ha realizzato ottimi risultati sul mercato domestico: i ricavi sono cresciuti del 15,3% nel primo trimestre 2006 e rappresentano il 48,4% del fatturato consolidato al 31 marzo 2006.

Nel resto dell'Europa le vendite del Gruppo sono cresciute del 4,9% nel periodo considerato.

Buona anche la crescita del mercato americano, che ha registrato un incremento dei ricavi pari al 5,9%.

Infine, i mercati asiatici continuano la loro eccellente *performance*, beneficiando anche della corrente focalizzazione dell'espansione del Gruppo in quest'area. I ricavi sono cresciuti del 44,4% nel primo trimestre 2006 e, al 31 marzo 2006, rappresentano il 15,4% del fatturato del Gruppo, in crescita di oltre tre punti percentuali rispetto al corrispondente dato dell'esercizio precedente.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato: forte crescita organica in tutti i canali di vendita

Valori in milioni di Euro	I [^] trimestre 2006	I [^] trimestre 2005	var. %	esercizio 2005
DOS	57,3	52,9	+8,3%	258,8
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	104,1	87,7	+18,7%	244,2
TOTALE	161,4	140,6	+14,8%	503,0

Come già ricordato più volte, l'analisi dei ricavi per canale distributivo non è significativa nel primo trimestre dell'anno: questo periodo si caratterizza per la prevalenza di vendite *wholesale*; infatti, per la diversa tempistica di contabilizzazione dei ricavi, nel primo trimestre le consegne al canale dei DOS si traducono in magazzino degli stessi DOS nel processo di consolidamento e diventeranno ricavi di vendita solo nel secondo trimestre, quando i prodotti saranno venduti al consumatore finale.

I ricavi a clienti terzi sono complessivamente cresciuti del 18,7% nel primo trimestre del 2006, spinti sia dal continuo sviluppo dei clienti indipendenti, seguente alla razionalizzazione operata negli scorsi esercizi, che dalla forte crescita in atto della rete dei negozi in *franchising*, (52 unità al 31 marzo 2006 rispetto a 36 dell'anno precedente).

Ottima anche la crescita dei ricavi realizzati attraverso la rete dei DOS, che, nel periodo considerato, sono cresciuti del 8,3%, spinti dalla crescita organica dei ricavi realizzati nei negozi esistenti.

Il dato di *Same Store Growth* (SSG), calcolato come media a livello mondiale dei tassi di crescita dei ricavi registrati nei DOS esistenti al 1° gennaio 2005, è pari a 8,1% per il periodo gennaio – aprile 2006 (prime 18 settimane).

Nel primo trimestre del 2006 sono stati aperti sei punti vendita in *franchising* in Asia; al 31 marzo 2006 la rete distributiva del Gruppo è composta da 105 DOS e 52 negozi in *franchising*.

Commento alle principali voci di Conto Economico

Nel primo trimestre del 2006, l'EBITDA del Gruppo ammonta a 38,2 milioni, in crescita del 27,3% rispetto al corrispondente periodo del 2005. Il margine sulle vendite è pari al 23,6%, in crescita di oltre due punti percentuali rispetto al 21,3% dei primi tre mesi del 2005.

Ricordando nuovamente che nel primo trimestre dell'anno l'analisi delle variazioni delle voci di conto economico non è particolarmente significativa, evidenziamo solo che la fortissima crescita dell'EBITDA deriva principalmente del continuo miglioramento dell'efficienza produttiva e della leva operativa. In linea con la continua crescita degli organici del Gruppo (2.202 dipendenti al 31 marzo 2006 rispetto ai 2.118 al 31 marzo 2005), è leggermente aumentata l'incidenza sulle vendite dei costi del personale (13,2% nel Q1 2006 rispetto al 12,7% del Q1 2005).

L'EBIT del Gruppo si è attestato a 32,3 milioni nel primo trimestre 2006, in crescita del 32,5% rispetto al corrispondente dato dei primi tre mesi del 2005. Il margine sulle vendite è pari al 20%, in miglioramento di quasi tre punti percentuali rispetto al 17,4% dei primi tre mesi del 2005. La forte crescita della redditività operativa è stata amplificata dall'ulteriore riduzione dell'incidenza sui ricavi dei costi di ammortamento (3,6% nei primi tre mesi del 2006 rispetto al 3,9% del primo trimestre 2005).

L'utile ante imposte del periodo è di 32,3 milioni, allineato all'EBIT, dato il sostanziale pareggio del risultato della gestione finanziaria, e presenta un margine sulle vendite del 20%.

Dopo aver scontato imposte per 13,2 milioni, il risultato netto consolidato ammonta a 19,1 milioni, in crescita del 28,8% rispetto al dato dei tre mesi del 2005. Al netto degli interessi di terzi, infine, il risultato netto del Gruppo è pari a 19,4 milioni, con una crescita del 30,5% rispetto ai primi tre mesi del 2005.

Commento alle principali voci di Stato Patrimoniale e Cash Flow

Nei primi tre mesi del 2006, il Gruppo ha complessivamente investito 5 milioni in attività materiali e immateriali, in linea con quanto impiegato nel corrispondente periodo del 2005. Gli investimenti sono principalmente riferibili al normale sviluppo delle strutture industriali, commerciali e amministrative.

La posizione finanziaria netta al 31 marzo 2006 è positiva e pari a 80,4 milioni (era di 48,2 milioni alla stessa data del 2005). La variazione di 16,5 milioni rispetto al 31 dicembre 2005 è dovuta al fisiologico e momentaneo finanziamento dei crediti commerciali, che verrà completamente riassorbito nel trimestre successivo, quando verranno incassati i suddetti crediti.

Il patrimonio netto consolidato è pari a 497,5 milioni (rispetto ai 478,5 del 31 dicembre 2005).

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: “I dati trimestrali oggi commentati confermano la solidità della crescita del Gruppo, segno tangibile dell’efficacia delle strategie che stiamo sviluppando e delle forti potenzialità di ulteriore crescita per i prossimi esercizi. Sono molto soddisfatto dell’ottimo andamento degli ordini delle collezioni invernali. Posso quindi confermare le nostre aspettative di una significativa crescita delle vendite e, ancor più, degli utili nell’esercizio in corso”.

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)

ALLEGATI

GRUPPO TOD'S

Principali dati di Conto Economico (secondo i principi IAS/IFRS)

Valori in milioni di Euro	Q1 2006	Q1 2005	Esercizio 2005
Ricavi di vendita	161,4	140,6	503,0
EBITDA	38,2	30,0	112,9
EBIT	32,3	24,4	90,1
Utile ante imposte	32,3	24,8	91,9
Utile netto	19,1	14,9	53,9
Di cui: di pertinenza del Gruppo	19,4	14,8	53,4
di terzi	(0,3)	(0,1)	0,5

Principali dati di Stato Patrimoniale (secondo i principi IAS/IFRS)

Valori in milioni di Euro	31 marzo 2006	31 marzo 2005	31 dicembre 2005
Capitale circolante netto operativo (1)	158,1	131,0	114,5
Attività materiali e immateriali	278,3	280,3	279,7
Altre attività/(passività) nette	(19,3)	(9,1)	(12,7)
Totale Capitale impiegato	417,1	402,2	381,5
Posizione finanziaria netta (positiva)	(80,4)	(48,2)	(97,0)
Patrimonio netto consolidato	497,5	450,4	478,5

(1) Crediti commerciali + Magazzino – Debiti commerciali

Principali dati di Cash Flow (secondo i principi IAS/IFRS)

Valori in milioni di Euro	3 mesi 2006	3 mesi 2005
Cash Flow operativo	(11,7)	0,8
Cash flow generato/(impiegato) dall'attività di investimento	(4,5)	(4,7)
Cash Flow generato/(impiegato) dall'attività di finanziamento	(0,7)	(0,5)
Free Cash Flow generato/(impiegato)	(16,9)	(4,4)