

Milano, 28 luglio 2004

Gruppo TOD'S: eccellenti risultati di vendita nel primo semestre 2004, ricavi: +14,4%.

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 i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's per il primo semestre 2004.

Il fatturato consolidato del Gruppo nel periodo, a cambi costanti, è pari a 198,3 milioni di Euro, con un incremento del 14,4% rispetto ai primi sei mesi del 2003; al netto dell'impatto sfavorevole delle valute, i ricavi ammontano a 194,5 milioni di Euro, in crescita del 12,1% rispetto al corrispondente semestre dell'anno precedente.

Suddivisione per Marchio del Fatturato: forte crescita di Tod's e Hogan

<i>valori in milioni di Euro</i>	1^ semestre 2004	1^ semestre 2003	var. %	esercizio 2003
Tod's	115,7	103,1	+12,2%	213,7
Hogan	50,2	43,9	+14,3%	86,7
Fay	23,8	24,0	-1,1%	64,9
altro	4,8	2,4	n.s.	6,1
TOTALE	194,5	173,4	+12,1%	371,4

Dati preliminari non certificati

Analogo il tasso di crescita a cambi costanti per i marchi Tod's e Hogan, rispettivamente pari a 15,5% e 15,2% nel primo semestre 2004. In valore assoluto, il maggior contributo alla crescita del fatturato semestrale viene dal marchio Tod's, che si conferma marchio principale del Gruppo con il 59,5% del fatturato consolidato al 30 giugno 2004.

Il marchio Hogan conferma la tendenza positiva già evidente nel primo trimestre dell'anno, anche al di fuori del mercato domestico. La crescita dei ricavi, a cambi attuali, è pari al 14,3%. Al 30 giugno 2004, le vendite a marchio Hogan rappresentano il 25,8% del fatturato del Gruppo.

Sostanzialmente stabili i ricavi a marchio Fay (-1,1%). Nel primo semestre 2004 Fay consolida la forte crescita registrata nell'esercizio precedente; al 30 giugno 2004 i ricavi del marchio rappresentano il 12,2% del fatturato consolidato.

Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato: importante crescita a doppia cifra di pelletteria e calzature

<i>valori in milioni di Euro</i>	1^ semestre 2004	1^ semestre 2003	var. %	esercizio 2003
calzature	132,2	118,6	+11,4%	237,9
pelletteria	38,6	31,6	+21,8%	69,4
abbigliamento	23,1	23,1	-	63,3
altro	0,6	0,1	n.s.	0,8
TOTALE	194,5	173,4	+12,1%	371,4

Dati preliminari non certificati

Nel primo semestre 2004 le calzature registrano, a cambi costanti, un incremento delle vendite del 13,4% e si confermano la prima categoria merceologica del Gruppo con il 68% dei ricavi complessivi. Ottima, da parte dei consumatori, l'accoglienza dei nuovi progetti avviati nel primo semestre.

In linea con il continuo ampliamento delle categorie merceologiche del Gruppo, è proseguita la forte crescita dei ricavi della pelletteria, il cui incremento nel semestre, a cambi costanti, è pari al 26,5%. E' pertanto anche aumentata la relativa incidenza di questa categoria merceologica sui ricavi consolidati: 19,8% a fine giugno 2004, rispetto al 18,2% dell'esercizio precedente.

I ricavi dell'abbigliamento sono invariati rispetto al semestre precedente, riflettendo sostanzialmente l'andamento delle vendite a marchio Fay e, al 30 giugno 2004, rappresentano l'11,9% del fatturato del Gruppo.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato: ottima crescita in tutti i mercati, Asia: +72%

<i>valori in milioni di Euro</i>	1^ semestre 2004	1^ semestre 2003	var. %	esercizio 2003
Italia	89,2	82,4	+8,2%	181,5
Europa (escl. Italia)	56,2	51,4	+9,4%	104,6
Nord America	24,9	25,5	-2,5%	53,1
Asia e resto del mondo	24,2	14,1	+71,9%	32,2
TOTALE	194,5	173,4	+12,1%	371,4

Dati preliminari non certificati

Al 30 giugno 2004, l'Italia, che ha riportato un incremento dell' 8,2%, resta il mercato principale del Gruppo con il 45,8% del fatturato complessivo; peraltro, la contemporanea crescita più che proporzionale dei mercati esteri fa salire la quota delle esportazioni.

Anche nel resto d'Europa, le vendite hanno registrato una decisa accelerazione nel secondo trimestre dell'anno; la crescita di questa area nei primi sei mesi del 2004 è pari, a cambi costanti, al 9,5%.

Il mercato americano conferma nell'intero semestre 2004 i segnali di ripresa già evidenti nei mesi precedenti: la crescita del periodo, a cambi costanti, è pari all'8,4%; la diminuzione del 2,5% è infatti determinata esclusivamente dall'impatto negativo delle fluttuazioni valutarie.

Eccellente e conforme alle nostre aspettative, infine, è la *performance* dei mercati asiatici, a conferma delle fortissime potenzialità che questi mercati riservano ai nostri marchi; nel primo semestre 2004 i ricavi di vendita sono cresciuti del 78,7%, a cambi costanti. Al 30 giugno 2004 l'incidenza di quest'area sul fatturato del Gruppo è salita al 12,5%, rispetto all'8,1% dell'esercizio precedente.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato: ottima crescita dei DOS, forte contributo del *like-for-like*

<i>valori in milioni di Euro</i>	1^ semestre 2004	1^ semestre 2003	var. %	esercizio 2003
DOS	103,7	81,3	+27,5%	177,7
Clienti terzi (<i>Franchising</i> + Indipendenti)	90,8	92,1	-1,4%	193,7
TOTALE	194,5	173,4	+12,1%	371,4

Dati preliminari non certificati

I ricavi realizzati attraverso la rete dei DOS sono cresciuti, a cambi costanti, del 30,9% nel primo semestre del 2004. Alla forte crescita dei ricavi hanno contribuito sia le nuove aperture, con 14 punti vendita aggiuntivi rispetto al dato di fine giugno 2003, che il positivo andamento di crescita *like-for-like*.

Il dato di *Same Store Growth* (SSG), calcolato come media a livello mondiale dei tassi di crescita dei ricavi registrati nei 71 DOS esistenti al 1° gennaio 2003, è pari a 10% per i primi sei mesi dell'anno.

Al 30 giugno 2004, il 53,3% del fatturato consolidato è realizzato attraverso la rete dei DOS.

Per quanto riguarda il canale *wholesale* di vendita, si conferma che il processo di razionalizzazione distributiva è pressoché completato, come in precedenza annunciato ed in conformità ai piani aziendali; infatti, le vendite a clienti terzi nel primo semestre, al netto dell'effetto sfavorevole delle valute, sono rimaste sostanzialmente invariate rispetto al periodo precedente, fermo restando il forte sviluppo della rete dei DOS.

Nel secondo trimestre del 2004 sono stati aperti due negozi a Napoli, uno a marchio Fay ed uno Hogan, ed un negozio Tod's ad Hong Kong. Al 30 giugno 2004, la rete distributiva è costituita da 102 DOS e 29 negozi in *franchising*.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: "Siamo molto soddisfatti dei risultati di vendita realizzati nel semestre, segno dell'ottima accoglienza che i consumatori continuano a riservare in tutto il mondo ai nostri prodotti. I dati semestrali di vendita ci consentono di confermare pienamente le potenzialità di sviluppo nel medio e lungo termine e le previsioni di una significativa crescita dei ricavi per l'anno in corso e di un miglioramento della redditività."

Si sottolinea che i dati relativi al primo semestre 2004 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati semestrali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione entro il 13 settembre 2004.