

Milano, 29 gennaio 2003

TOD'S S.p.A.: crescita del 12.5% dei ricavi consolidati nell'esercizio 2002, con un'ulteriore accelerazione rispetto alla performance dei trimestri precedenti

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 annunciato oggi che il fatturato consolidato per l'esercizio 2002 ha raggiunto i 358.2 milioni di Euro, con una crescita del 12.5% rispetto all'esercizio 2001. L'impatto delle variazioni dei cambi è trascurabile.

**Suddivisione per Marchio del Fatturato al 31 dicembre 2002 e 2001:
(valori in milioni di Euro)**

MARCHIO	esercizio 2002	esercizio 2001	var. %
Tod's	213.1	196.5	8.5%
Hogan	90.6	81.3	11.4%
Fay	52.1	40.5	28.6%
altro	2.4	0.2	n.s.
TOTALE	358.2	318.5	12.5%

Dati preliminari non certificati

Tutti i marchi del Gruppo hanno registrato tassi di crescita positivi: in particolare, Tod's, che si conferma il marchio principale con il 59.5% del fatturato consolidato, ha riportato un incremento dell'8.5% rispetto all'esercizio 2001. Ancor più significativa la performance del marchio Hogan, che è cresciuto dell'11.4% rispetto all'esercizio 2001 e rappresenta il 25.3% dei ricavi consolidati al 31 dicembre 2002.

Particolarmente evidente, soprattutto in termini relativi, la crescita del 28.6% registrata da Fay, terzo marchio del Gruppo, con il 14.6% del fatturato consolidato.

**Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato al 31 dicembre 2002 e 2001:
(valori in milioni di Euro)**

CATEGORIA MERCEOLOGICA	esercizio 2002	esercizio 2001	var. %
calzature	247.1	233.6	5.8%
pelletteria	58.5	44.4	31.9%
abbigliamento	52.3	40.5	29.0%
altro	0.3	-	n.s.
TOTALE	358.2	318.5	12.5%

Dati preliminari non certificati

Particolarmente significativa la performance dei ricavi della pelletteria, che sono cresciuti del 31.9% rispetto all'esercizio 2001; al 31 dicembre 2002 questa categoria merceologica rappresenta complessivamente il 16.3% del fatturato consolidato, in forte crescita rispetto al 13.9% a fine 2001. Le calzature si confermano peraltro la merceologia di riferimento del

gruppo, con un'incidenza del 69.0% sul fatturato ed una crescita del 5.8% nell'esercizio 2002. Molto positivo anche l'andamento dei ricavi da abbigliamento, che, in linea con la performance del marchio Fay, hanno registrato una crescita del 29.0% nell'esercizio 2002 e rappresentano il 14.6% del fatturato consolidato a fine 2002.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato al 31 dicembre 2002 e 2001:
(valori in milioni di Euro)

AREA GEOGRAFICA	esercizio 2002	esercizio 2001	var. %
Italia	169.2	150.9	12.1%
Europa (escl. Italia)	107.0	91.8	16.6%
Nord America	59.2	57.6	2.7%
Asia e resto del mondo	22.8	18.2	25.5%
TOTALE	358.2	318.5	12.5%

Dati preliminari non certificati

Le vendite del Gruppo sono cresciute in tutti i mercati di riferimento, anche se con incrementi non omogenei. L'Italia si conferma il primo mercato per i prodotti del gruppo con una quota del 47.2% sul consolidato e con una crescita del 12.1% rispetto all'esercizio precedente. Ancora più significativo - pari al 16.6% - è stato l'incremento delle vendite negli altri paesi europei, che al 31 dicembre 2002 rappresentano il 29.9% del fatturato consolidato. Il mercato americano ha mostrato incoraggianti segnali di ripresa, con ricavi in crescita del 2.7% rispetto all'esercizio 2001 e rappresenta il 16.5% delle vendite complessive del Gruppo a fine 2002. Brillante la performance dei ricavi realizzati in Asia e resto del Mondo, cresciuti del 25.5% rispetto all'esercizio 2001: al 31 dicembre 2002 questa regione rappresenta il 6.4% del fatturato consolidato.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato al 31 dicembre 2002 e 2001:
(valori in milioni di Euro)

CANALE DISTRIBUTIVO	esercizio 2002	esercizio 2001	var. %
DOS	141.8	112.0	26.6%
Clienti terzi (Fr. + Indip.)	216.4	206.5	4.8%
TOTALE	358.2	318.5	12.5%

Dati preliminari non certificati

I ricavi realizzati attraverso la rete dei DOS sono cresciuti del 26.6% rispetto all'esercizio 2001 e rappresentano il 39.6% del fatturato del Gruppo, con un forte aumento della loro incidenza sulle vendite consolidate rispetto al 35.2% di fine 2001. Tale crescita deriva non solo dall'estensione della rete dei DOS, ma anche dalla crescita organica: su base omogenea, il tasso di crescita dei ricavi dei DOS è stato pari al 12.6% (media calcolata, come di consueto, a livello mondiale sui DOS esistenti al 1 gennaio 2001).

Infine, le vendite ai negozi in franchising ed ai clienti indipendenti hanno riportato complessivamente una crescita del 4.8% rispetto all'esercizio precedente e rappresentano il 60.4% dei ricavi consolidati a fine 2002.

Nel quarto trimestre 2002, il Gruppo ha ampliato di ulteriori 6 unità la rete dei DOS con le aperture di un negozio a Vicenza (DeV), quattro negli USA (San Josè, Las Vegas, Denver e Honolulu) e uno a St. Barth (Antille francesi); nell'intero esercizio 2002 sono state 21 le nuove aperture di DOS.

Al 31 dicembre 2002, la rete distributiva controllata è costituita da 71 DOS e 37 negozi in franchising.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato di Tod's SpA, ha così commentato:

"Sono molto soddisfatto dei risultati di vendita realizzati nell'esercizio 2002, che dimostrano che il nostro Gruppo è riuscito a raggiungere gli obiettivi prefissati, anche in un contesto particolarmente difficile sia a livello di settore che di economia in generale. Sono fiducioso che anche la performance reddituale sarà positiva e presenterà una crescita a doppia cifra dei margini. E' ancora presto per parlare di 2003, soprattutto tenendo conto della situazione di incertezza che l'economia mondiale sta attraversando, ma, per quello che vedo al momento, il trend in atto dovrebbe continuare, dandoci ulteriori soddisfazioni".

Si sottolinea che i dati relativi al fatturato 2002 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione che si terrà entro il 31 marzo 2003.