

**TOD'S S.p.A. - Ottimi risultati di vendita nell'esercizio 2006: ricavi +13,9%.  
Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita per  
l'esercizio 2006 del Gruppo Tod's.**

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 i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's relativi all'esercizio 2006.

Il fatturato consolidato dell'esercizio ammonta a 573 milioni di Euro, in crescita del 13,9% rispetto all'esercizio 2005; ininfluente l'impatto delle fluttuazioni valutarie<sup>1</sup>.

In linea con le aspettative del *management*, gli ultimi mesi dell'anno hanno confermato la prevista accelerazione delle vendite.

**Suddivisione per Marchio del Fatturato: ottimi risultati per tutti i marchi**

valori in milioni di Euro	esercizio 2006	esercizio 2005	var. %
Tod's	326,4	288,5	+13,1%
Hogan	155,5	126,1	+23,3%
Fay	82,4	77,1	+6,8%
Roger Vivier	6,5	3,8	+69,7%
Altro	2,2	7,5	n.s.
TOTALE	573,0	503,0	+13,9%

*Dati preliminari non certificati*

I ricavi a marchio Tod's sono cresciuti del 13,1% nell'esercizio 2006 e rappresentano il 57,0% del fatturato del Gruppo al 31 dicembre 2006.

Eccellenti i risultati del marchio Hogan, che hanno registrato un incremento delle vendite pari al 23,3% nell'esercizio 2006 e che rappresentano il 27,1% del fatturato consolidato al 31 dicembre 2006.

In linea con le previsioni del *management*, il marchio Fay ha registrato una crescita del 6,8% nell'esercizio 2006.

Infine, il marchio Roger Vivier ha confermato sull'intero esercizio la fortissima crescita (+69,7%) delle vendite evidenziata nei mesi precedenti; questo marchio di accessori di lusso e calzature, ricco di fascino e di esclusività, dimostra la sua grande potenzialità di crescita e di rappresentare, in futuro, un chiaro punto di riferimento nel panorama dei prodotti di grande prestigio e qualità. I ricavi dell'anno 2006 ammontano a 6,5 milioni di Euro, pari all'1,1% del fatturato consolidato.

<sup>1</sup> A cambi costanti il fatturato ammonta a 573,1 milioni di Euro.

### **Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato: ottimi risultati per tutte le categorie di prodotto**

<i>valori in milioni di Euro</i>	esercizio 2006	esercizio 2005	var. %
Calzature	357,5	314,8	+13,6%
Pelletteria e accessori	133,5	111,9	+19,4%
Abbigliamento	80,9	75,3	+7,4%
Altro	1,1	1,0	+2,5%
<b>TOTALE</b>	<b>573,0</b>	<b>503,0</b>	<b>+13,9%</b>

*Dati preliminari non certificati*

Tutte le categorie di prodotto del Gruppo hanno registrato ottimi risultati nell'esercizio 2006.

In particolare, le calzature sono cresciute del 13,6% nell'esercizio, incremento notevolmente superiore rispetto alla media del settore di riferimento, e rappresentano il 62,4% del fatturato consolidato al 31 dicembre 2006.

Nell'esercizio 2006, i ricavi di pelletteria e accessori sono cresciuti del 19,4%, continuando a registrare elevatissimi tassi di crescita, convalidando la strategia di continuo sviluppo della diversificazione merceologica verso accessori coerenti con la filosofia dei marchi. Al 31 dicembre 2006, l'incidenza complessiva di pelletteria e accessori è pari al 23,3% del fatturato complessivo, rispetto al 22,2% dell'esercizio precedente.

I ricavi dell'abbigliamento, infine, sono cresciuti del 7,4% nell'esercizio 2006 e riflettono sostanzialmente l'andamento delle vendite del marchio Fay.

### **Suddivisione per Area Geografica del Fatturato: significativa crescita in tutti i mercati**

<i>valori in milioni di Euro</i>	esercizio 2006	esercizio 2005	var. %
Italia	279,6	241,4	+15,8%
Europa (escl. Italia)	145,4	134,3	+8,2%
Nord America	60,0	57,0	+5,2%
Asia e resto del mondo	88,0	70,3	+25,3%
<b>TOTALE</b>	<b>573,0</b>	<b>503,0</b>	<b>+13,9%</b>

*Dati preliminari non certificati*

Il Gruppo ha registrato risultati di vendita molto buoni in tutte le area geografiche in cui opera.

In particolare, i ricavi sono cresciuti del 15,8% in Italia e dell'8,2% nel resto dell'Europa. L'incremento reale riferito ai soli marchi del Gruppo è stato maggiore e pari al 12,9%; infatti, nel 2006, dato il quasi esclusivo e più efficiente utilizzo della capacità produttiva per i marchi propri, non si è ritenuto di dare impulso all'attività di produzione per conto di soggetti terzi.

I ricavi sul mercato americano sono cresciuti del 5,2% nell'esercizio 2006, evidenziando buoni segnali di accelerazione.

Infine, nel resto del mondo i ricavi sono complessivamente cresciuti del 25,3% nell'esercizio 2006, principalmente grazie agli ottimi risultati registrati nel *Far East*, dove è attualmente concentrata la maggior parte delle aperture di punti vendita. Al 31 dicembre 2006, il mercato "Asia e resto del mondo" rappresenta complessivamente il 15,4% del fatturato consolidato, in forte crescita, rispetto al 14% di fine 2005.

**Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato: accelerazione della crescita organica; crescita di tutti i canali distributivi**

Valori in milioni di Euro	esercizio 2006	Esercizio 2005	Var. %
DOS	283,2	258,8	+9,4%
Clienti terzi ( <i>Franchising</i> + Indipendenti)	289,8	244,2	+18,7%
TOTALE	573,0	503,0	+13,9%

*Dati preliminari non certificati*

L'analisi dei ricavi per canale distributivo consente di apprezzare un primo positivo risultato della pianificata strategia di prestare anche grande attenzione allo sviluppo, tanto dell'attività di vendita *wholesale*, quanto della rete di punti vendita in *franchising*: ne deriva una crescita particolarmente forte dei ricavi a clienti terzi. Nell'esercizio 2006 sono stati aperti 17 negozi in *franchising*, prevalentemente in Asia. La rete distributiva al 31 dicembre 2006 è rappresentata da 110 DOS e 63 negozi in *franchising*, rispetto a 105 DOS e 47 negozi in *franchising* di fine 2005.

I ricavi a clienti terzi sono complessivamente cresciuti del 18,7%, risultato ottenuto non solo grazie al contributo delle nuove aperture in *franchising*, ma anche per effetto della commentata crescita organica del fatturato *wholesale* verso i clienti.

Ottimo anche l'andamento delle vendite nel canale diretto di distribuzione: i ricavi realizzati attraverso la rete dei DOS sono cresciuti del 9,4% nell'esercizio 2006, trainati principalmente dalla crescita organica dei negozi esistenti.

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 2005, è pari a 8,1% nell'esercizio 2006, evidenziando l'attesa significativa accelerazione negli ultimi mesi dell'anno; ricordiamo infatti che tale dato era pari al 6,6% per il periodo gennaio – ottobre 2006.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: “Gli ottimi dati di vendita dell’esercizio 2006 hanno soddisfatto le nostre attese e hanno evidenziato il successo di tutti i prodotti e i marchi del Gruppo. Si confermano quindi le nostre aspettative di una più che proporzionale crescita dei risultati reddituali. Riteniamo che i prossimi esercizi daranno segni ancor più evidenti dell’efficacia degli investimenti effettuati negli scorsi anni, in termini di una continua e costante crescita delle vendite e della redditività.”

**Si sottolinea che i dati relativi al fatturato 2006 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione che si terrà il 29 marzo 2007.**

Per chiarimenti: Ufficio Investor Relations - tel. +39 02 77 22 51  
e-mail: [c.oglio@todsgroup.com](mailto:c.oglio@todsgroup.com)  
Sito corporate: [www.todsgroup.com](http://www.todsgroup.com)