

TOD'S S.p.A.: eccellenti risultati di vendita nell'esercizio 2005: crescita pari al 19,6%. Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita per l'esercizio 2005 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 2005¹.

Il fatturato consolidato ammonta a 503,1 milioni di Euro, in crescita del 19,6% rispetto all'esercizio 2004; a cambi costanti il valore delle vendite è pari a 505,4 milioni, con un incremento del 20,1%.

Suddivisione per Marchio del Fatturato: forte crescita per tutti i marchi

valori in milioni di Euro	esercizio 2005	esercizio 2004	var. %
Tod's	288,6	239,9	+20,3%
Hogan	126,1	102,3	+23,3%
Fay	77,1	68,7	+12,3%
Altro	11,3	9,9	+13,4%
TOTALE	503,1	420,8	+19,6%

Dati preliminari non certificati

Tutti i marchi del Gruppo hanno registrato una forte crescita delle vendite nell'esercizio 2005. Più in particolare, i ricavi di Tod's sono cresciuti del 20,3% (21,2% a cambi costanti), quelli di Hogan del 23,3% (23,5% a cambi costanti) e quelli di Fay del 12,3% (le vendite del marchio sono interamente realizzate in Euro e non risentono, pertanto, delle fluttuazioni valutarie).

Al 31 dicembre 2005, i tre marchi rappresentano, rispettivamente, il 57,4%, il 25,1% ed il 15,3% del fatturato del Gruppo.

La voce Altro include i ricavi relativi a marchi prodotti dal Gruppo sulla base di accordi di licenza e/o di produzione, il cui valore complessivo di 11,3 milioni corrisponde al 2,2% del fatturato consolidato.

¹ I dati preliminari esposti nel presente comunicato sono stati predisposti secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS; per consentire la piena comparabilità dei valori di bilancio, i corrispondenti dati al 31 dicembre 2004 sono stati opportunamente riclassificati e rettificati, rispetto ai valori calcolati con i principi contabili italiani.

Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato: forte crescita per tutte le categorie di prodotto, eccellente il dato della pelletteria (+32%)

valori in milioni di Euro	Esercizio 2005	esercizio 2004	var. %
Calzature	314,8	268,2	+17,4%
Pelletteria e accessori	111,9	84,7	+32,0%
Abbigliamento	75,4	67,2	+12,2%
Altro	1,0	0,7	+54,2%
TOTALE	503,1	420,8	+19,6%

Dati preliminari non certificati

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

In particolare, le calzature, che rappresentano il 62,6% del fatturato consolidato al 31 dicembre 2005, sono cresciute del 17,4% (17,8% a cambi costanti).

I ricavi della pelletteria e accessori sono cresciuti del 32% (33,3% a cambi costanti) nell'esercizio 2005, evidenziando un'accelerazione nell'ultimo trimestre dell'anno, a conferma del crescente successo dei prodotti esistenti e grazie anche al continuo ampliamento dell'offerta di merceologie coerenti con la filosofia dei marchi. Al 31 dicembre 2005, i ricavi della pelletteria e degli accessori rappresentano complessivamente il 22,2% del fatturato consolidato, in forte crescita rispetto al 20,1% dell'esercizio precedente, in linea con la strategia di diversificazione di prodotto seguita dal Gruppo.

I ricavi dell'abbigliamento, infine, sono cresciuti del 12,2% nell'esercizio 2005 e rappresentano il 15% del fatturato consolidato al 31 dicembre 2005.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato: crescita a doppia cifra in tutti i mercati; Asia: +42%

valori in milioni di Euro	esercizio 2005	Esercizio 2004	var. %
Italia	241,4	204,5	+18,0%
Europa (escl. Italia)	134,4	116,7	+15,2%
Nord America	57,0	50,1	+13,7%
Asia e resto del mondo	70,3	49,5	+42,1%
TOTALE	503,1	420,8	+19,6%

Dati preliminari non certificati

Tutti i mercati in cui opera il Gruppo hanno riportato una crescita a doppia cifra delle vendite nell'esercizio 2005.

I ricavi sono cresciuti del 18% in Italia e del 15,2% nel resto dell'Europa; non è significativo l'impatto valutario sui ricavi di quest'area, che rappresenta complessivamente i due terzi del fatturato consolidato.

Ottimi i risultati del mercato americano, dove le vendite del Gruppo sono cresciute del 13,7% nell'esercizio 2005, evidenziando la prevista accelerazione nell'ultimo trimestre dell'anno. A cambi costanti l'incremento dell'esercizio è pari al 15,7%.

Infine, i mercati asiatici hanno confermato sull'intero esercizio 2005 gli eccellenti risultati, già registrati nei mesi precedenti, in linea con la strategia di espansione estera del Gruppo, attualmente focalizzata verso questa area. L'incremento dei ricavi dell'esercizio è pari al 42,1% ovvero al 44,7% a cambi costanti; al 31 dicembre 2005, i mercati asiatici rappresentano il 14% del fatturato del Gruppo, in forte miglioramento rispetto all'11,8% dell'esercizio precedente.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato: in crescita tutti i canali distributivi, ottima accelerazione della crescita organica

Valori in milioni di Euro	esercizio 2005	esercizio 2004	Var. %
DOS	258,8	219,6	+17,9%
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	244,3	201,2	+21,4%
TOTALE	503,1	420,8	+19,6%

Dati preliminari non certificati

In linea con la già commentata strategia di espansione nei mercati asiatici, nel 2005 il Gruppo sta proseguendo nella politica di aperture negozi. Nel 2005 sono stati aperti 15 negozi in *franchising* in quest'area, di cui 4 in Cina. Coerentemente con la strategia annunciata, i ricavi a clienti terzi sono complessivamente cresciuti del 21,4% (21,7% a cambi costanti)

Ottima anche la crescita dei ricavi realizzati attraverso la rete dei DOS, che sono cresciuti del 17,9% (18,6% a cambi costanti), trainati dalla crescita organica dei ricavi realizzati nei negozi esistenti.

Al 31 dicembre 2005, i ricavi del canale diretto di distribuzione rappresentano il 51,5% del fatturato consolidato.

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 2004, è pari a 13,6% nell'esercizio 2005, evidenziando una significativa accelerazione negli ultimi mesi dell'anno; tale dato era pari al 12% per il periodo gennaio – ottobre 2005.

Nel quarto trimestre del 2005 sono stati aperti un DOS in Europa e sei punti vendita in *franchising* in Asia; al 31 dicembre 2005 la rete distributiva del Gruppo è composta da 105 DOS e 46 negozi in *franchising*.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato: “Gli eccellenti dati di vendita dell’esercizio confermano la continua e costante crescita del nostro Gruppo, evidente in tutti i marchi, per tutti i prodotti e su tutti i mercati. Sono inoltre molto soddisfatto dell’ottima accoglienza che i nuovi prodotti stanno riscuotendo in tutto il mondo. Ritengo pertanto che anche sul piano reddituale avremo ottimi risultati e mantengo per il futuro del Gruppo una visione molto positiva.

Si sottolinea che i dati relativi al fatturato 2005 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione che si terrà il 30 marzo 2006.

Per chiarimenti: Ufficio Investor Relations - tel. +39 02 77 22 51
e-mail: c.oglio@todsgroup.com
Sito corporate: www.todsgroup.com