

Milano, 24 ottobre 2016

TOD'S S.p.A. – vendite del Gruppo a 758 milioni di Euro nei primi 9 mesi del 2016

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati di vendita dei primi nove mesi del 2016

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, accessori e abbigliamento di lusso e di alta qualità con i marchi Tod's, Hogan, Fay e Roger Vivier, ha approvato oggi i dati di vendita del Gruppo Tod's relativi ai primi nove mesi del 2016 (1 gennaio – 30 settembre 2016).

Come comunicato in data 21 aprile 2016, Tod's S.p.A. ha deciso di adeguarsi ai recenti cambiamenti normativi adottati in Italia, in ottemperanza ai principi di armonizzazione degli obblighi di trasparenza degli emittenti europei (Decreto Legislativo 15 febbraio 2016 n. 25, in attuazione delle modifiche alla Direttiva "Transparency" 2004/109/CE) e, di conseguenza, non procederà più alla pubblicazione del resoconto intermedio di gestione del Gruppo Tod's relativo al 31 marzo e al 30 settembre di ciascun esercizio.

Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo:

"Come previsto, i dati di vendita dei nove mesi riflettono un contesto economico e finanziario volatile ed incerto, caratterizzato dalla persistente debolezza dei consumi in molti mercati importanti per i beni di lusso. La parte più significativa della stagione Autunno/Inverno ha avuto inizio solo dalla seconda metà di settembre; le collezioni ora nei negozi stanno avendo un riscontro positivo. I clienti apprezzano la focalizzazione su prodotti di grande qualità, calzature, borse e piccola pelletteria in primis, che ben rispecchiano l'artigianalità, lo stile di vita italiano e la forte innovazione che caratterizzano i nostri marchi.

Pensiamo di essere nella giusta direzione nel nostro percorso strategico di crescita per i prossimi anni e stiamo continuando con determinazione su questa strada. Rimaniamo concentrati sulla crescita organica dei negozi, affiancata da una selettiva e prudente strategia di sviluppo della rete, focalizzandoci sulle aperture necessarie e su progetti speciali. Diamo grande importanza anche al canale wholesale, che è in continua evoluzione e che monitoriamo attentamente per adeguarci ai suoi cambiamenti. Continuiamo ad investire nella comunicazione e nel marketing, con investimenti che si mantengono sui livelli degli anni scorsi, dando particolare enfasi alla parte digitale. Per la realizzazione del piano, ci siamo dotati e ci stiamo dotando delle persone con le necessarie caratteristiche, in particolare per quanto riguarda lo stile ed il marketing. Resta forte l'attenzione al controllo dei costi operativi. Siamo pertanto fiduciosi sull'andamento dell'ultima parte dell'anno e sui risultati futuri del Gruppo."

Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Come evidenziato anche negli scorsi anni, non è pienamente significativa l'analisi dei dati dei singoli trimestri, data la non perfetta omogeneità nei diversi mesi dell'anno dei ricavi dell'attività industriale; anche piccole variazioni temporali delle spedizioni possono avere un impatto sui numeri.

Il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 757,7 milioni di Euro nei primi nove mesi del 2016, con un calo del 3,7% rispetto allo stesso periodo del 2015. A cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi nove mesi del 2015, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sarebbero pari a 751,9 milioni di Euro (-4,4% rispetto allo scorso anno).

Suddivisione per Marchio del Fatturato

<i>Valori in milioni di Euro</i>	9 mesi 2016	9 mesi 2015	var. % a cambi correnti	var. % a cambi costanti	esercizio 2015
Tod's	419,4	453,3	- 7,5%	- 8,4%	599,0
Hogan	171,9	176,8	-2,8%	-2,9%	221,4
Fay	45,5	43,8	+4,1%	+4,0%	59,4
Roger Vivier	119,8	112,1	+6,9%	+5,5%	156,0
Altro	1,1	0,9	n.s.	n.s.	1,2
TOTALE	757,7	786,9	-3,7%	-4,4%	1.037,0

I ricavi del marchio Tod's ammontano a 419,4 milioni di Euro nei primi nove mesi del 2016; la diminuzione delle vendite rispetto all'anno scorso riflette la debolezza dei consumi nei principali mercati per i beni di lusso, soprattutto per il forte calo dei flussi dei turisti.

Il marchio Hogan ha registrato ricavi pari a 171,9 milioni di Euro, in calo del 2,8% rispetto allo stesso periodo del 2015. Il marchio ha particolarmente risentito della debolezza del mercato italiano, accentuata anche dal forte calo dei flussi di turisti, spinti nel 2015 dallo svolgimento dell'Expo di Milano.

Le vendite del marchio Fay ammontano a 45,5 milioni di Euro, con una crescita del 4,1%. Positive tutte le aree geografiche in cui Fay è distribuito; risultati molto buoni sui mercati asiatici, che registrano una solida crescita a doppia cifra, pur su dimensioni ancora contenute.

Infine, i ricavi del marchio Roger Vivier sono pari a 119,8 milioni di Euro, con un incremento del 6,9% rispetto allo stesso periodo del 2015, che incorpora una buona accelerazione della crescita nel terzo trimestre dell'anno. Positive tutte le aree geografiche, ad eccezione del mercato americano.

Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato

<i>valori in milioni di Euro</i>	9 mesi 2016	9 mesi 2015	var. % a cambi correnti	var. % a cambi costanti	esercizio 2015
Calzature	603,3	621,3	-2,9%	-3,5%	811,7
Pelletteria e accessori	103,8	115,7	-10,3%	-11,8%	157,2
Abbigliamento	49,5	49,0	+0,9%	+0,8%	66,9
Altro	1,1	0,9	n.s.	n.s.	1,2
TOTALE	757,7	786,9	-3,7%	-4,4%	1.037,0

I ricavi delle calzature ammontano a 603,3 milioni di Euro, in lieve calo rispetto al valore dello stesso periodo del 2015.

Le vendite di pelletteria e accessori sono state complessivamente pari a 103,8 milioni di Euro, con un leggero miglioramento nel terzo trimestre dell'anno, trainato dal successo dei nuovi prodotti delle collezioni invernali che stanno arrivando nei negozi.

Infine, i ricavi di abbigliamento ammontano a 49,5 milioni di Euro, in lieve crescita rispetto allo stesso periodo del 2015.

Suddivisione per Area Geografica del Fatturato

<i>Valori in milioni di Euro</i>	9 mesi 2016	9 mesi 2015	var. % a cambi correnti	var. % a cambi costanti	esercizio 2015
Italia	243,9	254,1	-4,0%	-4,0%	322,8
Europa (escl. Italia)	188,3	189,7	-0,7%	-0,4%	248,6
Americhe (*)	69,5	73,9	-6,0%	-8,0%	105,6
Greater China (**)	152,9	167,8	-8,9%	-10,4%	225,8
Resto del Mondo	103,1	101,4	+1,6%	-0,7%	134,2
TOTALE	757,7	786,9	-3,7%	-4,4%	1.037,0

(*) include l'intero continente americano (Nord e Sud America).

(**) comprende: Cina Continentale, Hong Kong, Macao e Taiwan.

Nei primi nove mesi del 2016, i ricavi in Italia ammontano a 243,9 milioni di Euro, con un calo del 4%, rispetto allo stesso periodo del 2015; tale risultato risente anche dei minori acquisti da parte dei turisti, che nel 2015 avevano beneficiato del traino dell'Expo di Milano.

Nel resto dell'Europa, i ricavi del Gruppo ammontano complessivamente a 188,3 milioni di Euro, valore sostanzialmente allineato a quello dell'anno precedente. Francia e Regno Unito sono i paesi che hanno maggiormente risentito del calo delle vendite ai turisti.

Nelle Americhe il Gruppo ha registrato complessivamente 69,5 milioni di Euro di vendite, con una diminuzione del 6,0% rispetto al 2015. Questo dato riflette la debolezza dei consumi del mercato, soprattutto relativamente ai turisti; migliore l'andamento degli acquisti della clientela domestica.

I ricavi del Gruppo nel mercato della *Greater China* ammontano a 152,9 milioni di Euro. Il calo dell'8,9% è quasi interamente dovuto alla debolezza di Hong Kong e Taiwan, mentre si iniziano a vedere segni di miglioramento nella Cina continentale, che rappresenta poco più della metà di quest'area.

Infine, nel "Resto del Mondo", il Gruppo ha complessivamente registrato ricavi pari a 103,1 milioni di Euro, con una crescita dell'1,6% rispetto all'anno precedente. Solida crescita a doppia cifra dei ricavi in Corea.

Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato

<i>Valori in milioni di Euro</i>	9 mesi 2016	9 mesi 2015	var. % a cambi correnti	var. % a cambi costanti	esercizio 2015
DOS	453,6	482,8	-6,1%	- 6,8%	658,4
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	304,1	304,1	+0,0%	-0,6%	378,6
TOTALE	757,7	786,9	-3,7%	-4,4%	1.037,0

Nei primi nove mesi del 2016, i ricavi del canale diretto ammontano a 453,6 milioni di Euro, in calo del 6,1% rispetto a quelli dello stesso periodo del 2015.

Il dato di *Same Store Sales Growth* (SSSG), calcolato a cambi costanti come media a livello mondiale dei tassi di crescita dei ricavi registrati nei DOS esistenti al 1° gennaio 2015, è pari a -14,6% nei 9 mesi. Il lieve peggioramento rispetto al dato del primo semestre è interamente attribuibile ai mesi di luglio ed agosto e riflette la debolezza dei consumi sui principali mercati del lusso. Migliore, invece, il dato a partire dal mese di settembre; il *trend* positivo sta continuando anche nell'attuale mese di ottobre.

Al 30 settembre 2016, la rete distributiva del Gruppo è composta da 266 DOS e 103 negozi in *franchising*, rispetto ai 255 DOS e 95 negozi in *franchising* a fine settembre del 2015.

I ricavi a clienti terzi ammontano complessivamente a 304,1 milioni di Euro, valore identico a quello dello stesso periodo del 2015.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Rodolfo Ubaldi dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

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