

Milano, 30 luglio 2002

**TOD'S S.p.A.: andamento dei ricavi semestrali in crescita: fatturato +14,2%**

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 il primo semestre 2002 ha raggiunto i 167,1 milioni di Euro, con una crescita del 14,2% rispetto al corrispondente periodo del 2001. L'impatto delle variazioni dei cambi è del tutto trascurabile, anche a causa della limitata esposizione del Gruppo verso i paesi non appartenenti all'area Euro.

**Suddivisione per Marchio del Fatturato (valori in milioni di Euro):**

MARCHIO	1^ semestre 2002	1^ semestre 2001	var. %	esercizio 2001
Tod's	102,7	94,2	+9,0	196,5
Hogan	48,3	41,3	+17,1	81,3
Fay	15,9	10,7	+48,2	40,5
altro	0,2	0,1	n.s.	0,2
TOTALE	167,1	146,3	+14,2	318,5

*Dati preliminari non certificati*

La crescita ha interessato tutti i marchi del Gruppo: in particolare, Tod's, che si conferma il marchio principale con il 61,5% del fatturato consolidato, ha registrato un incremento del 9,0% rispetto al primo semestre 2001. Più significativa, pari al 17,1%, è stata la crescita di Hogan, marchio che rappresenta il 28,9% dei ricavi consolidati al 30 giugno 2002.

Particolarmente evidente, soprattutto in termini relativi, l'incremento del 48,2% registrato da Fay, terzo marchio del Gruppo, con il 9,5% del fatturato del semestre.

**Suddivisione per Categoria Merceologica del Fatturato (valori in milioni di Euro):**

CATEGORIA MERCEOLOGICA	1^ semestre 2002	1^ semestre 2001	var. %	esercizio 2001
calzature	123,8	116,1	+6,6	233,6
pelletteria	27,3	19,5	+40,3	44,4
abbigliamento	15,9	10,7	+48,7	40,5
altro	0,1	0	n.s.	-
TOTALE	167,1	146,3	+14,2	318,5

*Dati preliminari non certificati*

Si è confermato anche nel semestre il trend di crescita dei ricavi della pelletteria (+ 40,3%); questa categoria merceologica, che ora comprende anche le nuove collezioni di piccola pelletteria e di articoli da viaggio, rappresenta al 30 giugno 2002 il 16,3% del fatturato consolidato. Le calzature si confermano peraltro la merceologia di riferimento del gruppo, con un'incidenza del 74,1% sul fatturato ed una crescita del 6,6% nel periodo di riferimento. L'andamento dei ricavi da abbigliamento, che, con una crescita del 48,7% nel periodo,

rappresentano il 9,5% del fatturato consolidato del semestre, riflette la performance del marchio Fay.

**Suddivisione per Area Geografica del Fatturato (valori in milioni di Euro):**

AREA GEOGRAFICA	1^ semestre 2002	1^ semestre 2001	var. %	esercizio 2001
Italia	69,5	66,8	+4,1	150,9
Europa (escl. Italia)	58,1	43,3	+34,3	91,8
Nord America	29,5	28,5	+3,6	57,6
Asia e resto del mondo	10,0	7,7	+28,9	18,2
TOTALE	167,1	146,3	+14,2	318,5

*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 41,6% sul consolidato e con una crescita del 4,1% rispetto all'analogo periodo dell'esercizio precedente. Particolarmente significativo è stato l'incremento delle vendite negli altri paesi europei, in progresso del 34,3%, che porta quest'area geografica a rappresentare il 34,8% del fatturato. Apprezzabile è anche l'incremento del 3,6% registrato nel mercato americano, area geografica in cui il Gruppo ha realizzato nel primo semestre 2002 il 17,6% delle proprie vendite. Brillante la performance dei ricavi realizzati in Asia e resto del Mondo, cresciuti del 28,9% rispetto al primo semestre 2001, pur agevolati da una minore base di confronto: al 30 giugno 2002 questa regione rappresenta il 6% del fatturato consolidato.

**Suddivisione per Canale Distributivo del Fatturato (valori in milioni di Euro):**

CANALE DISTRIBUTIVO	1^ semestre 2002	1^ semestre 2001	var. %	esercizio 2001
DOS	65,1	55,7	+16,8	112,0
Clienti terzi	102,0	90,6	+12,7	206,5
TOTALE	167,1	146,3	+14,2	318,5

*Dati preliminari non certificati*

L'incremento delle vendite realizzate attraverso la rete dei DOS, pari al 16,8% rispetto ai primi sei mesi del 2001, ha portato al 38,9% il peso dei ricavi derivanti da questo canale sul fatturato semestrale consolidato. Su base omogenea, la crescita dei ricavi dei DOS è stata pari all' 8,7% (media calcolata a livello mondiale).

Il restante 61,1% dei ricavi consolidati è rappresentato dalle vendite ai negozi in franchising ed ai clienti indipendenti; questo canale di vendita ha registrato una crescita complessiva del 12,7% rispetto al primo semestre 2001.

Nel secondo trimestre 2002, il Gruppo ha ampliato di ulteriori 2 unità la rete dei DOS con le aperture delle boutiques di Amsterdam e di Francoforte; al 30 giugno 2002, la distribuzione controllata conta 57 DOS, a cui si vanno ad aggiungere 42 negozi in franchising.

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato di Tod's SpA, ha così commentato:  
"I dati di vendita denotano il positivo andamento del nostro Gruppo anche nel primo semestre 2002. Alla soddisfazione per il raggiungimento di tale risultato si somma quella di vedere confermate le nostre aspettative, così come da tempo annunciate al mercato. Mi dichiaro ottimista circa i risultati di fine anno".

**Si sottolinea che i dati relativi al primo semestre 2002 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati semestrali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione entro il 13 settembre 2002.**