

Milano, 10 maggio 2023

TOD'S S.p.A. – Eccellenti risultati per il Gruppo Tod's: crescita dei ricavi del 23,2% nel primo trimestre 2023. Bene tutti i marchi, le categorie di prodotto e le aree geografiche. Tod's: +24,4%, Roger Vivier: +30,9%, pelletteria: +36,5%, retail: +23,6%

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati di vendita del primo trimestre 2023

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, Roger Vivier, Hogan e Fay, ha approvato oggi i dati di vendita del Gruppo Tod's relativi al primo trimestre 2023 (1 gennaio – 31 marzo 2023).

Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo

Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato:

“I dati di vendita del primo trimestre 2023 confermano l'ottimo andamento del nostro Gruppo: tutti i marchi hanno registrato una solida crescita a doppia cifra dei ricavi.

Eccellenti i risultati di Tod's e Roger Vivier, con ottimi riscontri in tutte le categorie di prodotto, a conferma del sempre maggior apprezzamento da parte dei clienti per l'altissima qualità dei prodotti, la loro artigianalità ed il loro Italian lifestyle. Tutte le aree geografiche sono in crescita. Il Gruppo ha registrato eccellenti risultati nel mercato italiano ed in quello europeo, grazie alla solida domanda locale e agli acquisti dei turisti. Molto importante il contributo del mercato cinese, che, con il venir meno delle restrizioni per Covid, è tornato a registrare eccellenti tassi di crescita e nel quale il nostro Gruppo è presente con una importante rete di negozi.

Rimaniamo focalizzati sul nostro obiettivo principale che è quello di accrescere il valore patrimoniale del Gruppo e dei singoli marchi, continuando a fare tutti gli investimenti in marketing, comunicazione e competenze manageriali necessari per rafforzare il loro posizionamento, pur in una logica di controllo dei costi e miglioramento dell'efficienza operativa e gestionale. Continuiamo a investire nella filiera produttiva, per garantire ai nostri prodotti la massima qualità possibile. Proseguiamo anche nello sviluppo della rete distributiva, con aperture di nuovi punti vendita selezionati e restando focalizzati sul miglioramento della crescita organica e sullo sviluppo della distribuzione omni-channel.

Il contesto macro-economico internazionale resta imprevedibile, ma considerando il buon trend delle vendite del mese di aprile e l'ottimo andamento degli ordini per le collezioni invernali, sono fiducioso sui risultati futuri del Gruppo.”

Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Nei primi tre mesi del 2023, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 270,5 milioni di Euro, in crescita del 23,2% rispetto al primo trimestre 2022¹. Non particolarmente significativo l'impatto delle valute; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi tre mesi del 2022, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sarebbero pari a 270,9 milioni di Euro, in crescita del 23,3% rispetto al primo trimestre 2022.

Suddivisione del Fatturato per Marchio: crescita di tutti i marchi; Tod's: +24,4%, RV: +30,9%

(valori in milioni di euro)

	I [^] trimestre 2023		I [^] trimestre 2022	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Tod's	130,2	130,8	104,6	+24,4%	+25,0%
Roger Vivier	68,6	68,5	52,4	+30,9%	+30,6%
Hogan	56,8	56,7	51,6	+10,1%	+10,0%
Fay	14,2	14,2	10,9	+30,6%	+30,5%
Altro	0,7	0,7	0,1	n.s.	n.s.
TOTALE	270,5	270,9	219,6	+23,2%	+23,3%

Tutti i marchi del Gruppo hanno iniziato l'anno con una solida crescita a doppia cifra dei ricavi; lo specifico andamento di ognuno di essi riflette anche la composizione geografica e distributiva delle sue vendite.

Eccellenti i risultati di Tod's (+24,4%) e Roger Vivier (+30,9%), con ottimi riscontri per le famiglie iconiche di calzature, pelletteria e accessori, sempre più ricercate dai clienti per la loro qualità, artigianalità e *Italian lifestyle*. Importante il contributo della Cina, in cui entrambi i marchi sono presenti, ciascuno con la propria rete di punti vendita nei più importanti *luxury malls*.

¹ 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. Questo *reminder* è ancor più importante per il primo trimestre dell'anno, quando l'importo dei volumi di vendita rappresenta solo una piccola parte del fatturato annuale.

Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica: crescita a doppia cifra di tutte le categorie; pelletteria: +36,5%, calzature: +19,3%

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2023		I ^ trimestre 2022	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Calzature	206,8	206,7	173,4	+19,3%	+19,2%
Pelletteria e accessori	43,2	43,7	31,6	+36,5%	+38,3%
Abbigliamento	19,8	19,8	14,4	+37,2%	+37,3%
Altro	0,7	0,7	0,1	n.s.	n.s.
TOTALE	270,5	270,9	219,6	+23,2%	+23,3%

Tutte le categorie di prodotto hanno registrato una solida crescita a doppia cifra dei ricavi.

Ottimi riscontri a livello internazionale delle famiglie iconiche dei marchi e dei nuovi progetti delle collezioni di calzature, pelletteria ed accessori.

Suddivisione del Fatturato per Area Geografica: significativa crescita in tutte le aree geografiche; Italia ed Europa: +18%; Cina: +29%

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2023		I ^ trimestre 2022	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Italia	59,9	59,9	50,9	+17,8%	+17,8%
Europa (escl. Italia)	57,3	57,3	48,4	+18,3%	+18,4%
Americhe (*)	16,7	16,1	15,7	+6,6%	+2,3%
Greater China (**)	88,6	88,2	68,5	+29,2%	+28,8%
Resto del Mondo	48,0	49,4	36,1	+32,8%	+36,6%
TOTALE	270,5	270,9	219,6	+23,2%	+23,3%

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

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

Gli ottimi risultati del mercato domestico e di quello europeo sono stati raggiunti grazie alla forza della domanda locale e all'importante contributo degli acquisti dei turisti, soprattutto americani, infra-europei e medio-orientali.

Anche il mercato americano ha registrato un positivo andamento delle vendite, nonostante lo spostamento all'estero di una significativa parte degli acquisti dei clienti americani.

Il mercato della *Greater China*, debole nei primi giorni dell'anno, ha registrato una repentina ripartenza con il venir meno delle rigide restrizioni imposte dal Governo centrale per fronteggiare la pandemia di Covid-19, e sta mantenendo tassi di crescita a doppia cifra sia in *Mainland China*, che, ancor di più, a Hong Kong e Macao.

Molto forte anche l'area "Resto del Mondo", trainata dagli eccellenti risultati di Giappone, Singapore e Middle East.

Suddivisione del Fatturato per Canale Distributivo: crescita a doppia cifra su entrambi i canali; molto bene il retail (+23,6%)

(valori in milioni di euro)

	I ^ trimestre 2023		I ^ trimestre 2022	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Retail (DOS+online)	193,0	193,9	156,1	+23,6%	+24,2%
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	77,5	77,0	63,5	+22,0%	+21,2%
TOTALE	270,5	270,9	219,6	+23,2%	+23,3%

Entrambi i canali di vendita hanno registrato una solida crescita a doppia cifra delle vendite.

Il canale *retail*, che rappresenta più del 70% del fatturato del Gruppo, ha registrato un incremento dei ricavi del 23,6%. Bene il canale *e-commerce*, che sta raccogliendo i risultati degli importanti investimenti fatti dal Gruppo nel mondo del digitale.

Al 31 marzo 2023, la rete distributiva del Gruppo è composta da 333 DOS e 89 negozi in *franchising*, rispetto ai 318 DOS e 86 negozi in *franchising* al 31 marzo 2022.

Crescita a doppia cifra anche per i ricavi del canale *wholesale*, con buoni risultati in tutte le aree geografiche, dopo la razionalizzazione degli anni scorsi.

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**