

Milano, 25 gennaio 2023

TOD'S S.p.A. – I ricavi del Gruppo hanno superato il miliardo di Euro nell'esercizio 2022, con un incremento del 13,9%. Marchio Tod's: +19,1%; pelletteria: +33,7%

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati preliminari di vendita dell'esercizio 2022

Adesione del Gruppo Tod's al Global Compact delle Nazioni Unite

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 preliminari di vendita del Gruppo Tod's relativi all'esercizio 2022.

Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo

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

“Sono molto soddisfatto del risultato raggiunto: il fatturato del Gruppo ha superato il miliardo di euro, in crescita del 13,9% rispetto al 2021. Ancora più importante è vedere la qualità di questi numeri: la crescita, infatti, è stata guidata dal canale retail e dal marchio Tod's, che ha registrato ottimi risultati in tutte le categorie di prodotto.

Stiamo raccogliendo i primi risultati che sono il frutto della strategia di medio periodo che abbiamo avviato, che ha come obiettivo principale quello di accrescere il valore patrimoniale del Gruppo e di ogni singolo marchio, destinandovi tutti gli investimenti necessari per ottenere questo risultato.

Prendiamo atto con piacere che i clienti apprezzano sempre più l'altissima qualità dei nostri prodotti, la loro artigianalità ed il loro iconico Italian lifestyle con un forte valore creativo.

Stiamo proseguendo la politica di sviluppo nella rete distributiva, con aperture di nuovi punti vendita selezionati anche in nuovi mercati e vogliamo con molta attenzione migliorare la crescita organica. Stiamo inoltre sviluppando sempre di più il nostro team di marketing e di comunicazione, con particolare attenzione al mondo del digitale, per avvicinarci sempre più alla clientela più giovane.

Considerando l'ottimo inizio di stagione nei nostri negozi e la solidità del portafoglio ordini per la prossima stagione, siamo molto fiduciosi per quanto riguarda i risultati futuri del Gruppo.”

Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Nell'esercizio 2022, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 1.006,9 milioni di Euro, in crescita del 13,9% rispetto all'esercizio 2021¹ ed è superiore di circa il 10% rispetto al valore del 2019.

Positivo l'impatto delle valute, soprattutto per i marchi Tod's e Roger Vivier, che hanno la maggiore presenza all'estero; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi del 2021, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sono pari a 984,2 milioni di Euro, con una crescita dell'11,4% rispetto al 2021.

Suddivisione del Fatturato per Marchio: bene tutti i marchi; ottima la crescita di Tod's (+19,1%)

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Tod's	509,9	498,6	428,3	+19,1%	+16,4%
Roger Vivier	246,0	237,2	229,6	+7,1%	+3,3%
Hogan	195,9	193,4	176,7	+10,9%	+9,4%
Fay	53,4	53,3	48,2	+10,7%	+10,6%
Altro	1,7	1,7	1,0	n.s.	n.s.
TOTALE	1.006,9	984,2	883,8	+13,9%	+11,4%

Dati preliminari non certificati

L'andamento dei singoli marchi riflette la composizione geografica e distributiva delle loro vendite ed è influenzato dalla situazione dei consumi e dal contesto sanitario delle aree geografiche in cui sono distribuiti.

Il marchio Tod's, che è quello con la distribuzione geografica più bilanciata, ha registrato un ottimo tasso di crescita in tutte le aree geografiche, a conferma del forte apprezzamento da parte dei clienti per le collezioni del marchio, sia nelle calzature che nelle nuove famiglie di pelletteria e accessori.

Il marchio Roger Vivier ha registrato un buon inizio di anno in tutte le aree geografiche, ma, data la sua elevata esposizione al mercato cinese, ha subito un rallentamento della crescita, a partire dal mese di marzo.

¹ Nel confronto tra i diversi esercizi, si deve considerare il significativo impatto della pandemia di Covid-19, che ha comportato temporanei periodi di chiusura dei negozi in alcune aree geografiche; nell'esercizio 2022 il tasso medio di apertura dei negozi è stato pari a 96% come media mondiale (99% se riferito alla sola Europa e 92% a *Greater China*), mentre nel 2021 è pari a 91% come media mondiale (83% se riferito alla sola Europa e 98% a *Greater China*).

Solido incremento a doppia cifra dei ricavi dei marchi Hogan e Fay, anche grazie alla facile base di confronto per la loro elevata esposizione ai mercati italiano ed europeo, che, nel 2021, avevano avuto alcuni periodi di chiusura di negozi, per i lockdown conseguenti alla pandemia di Covid-19.

Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica: pelletteria: +33,7%; crescita a doppia cifra di tutte le categorie

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Calzature	776,8	756,8	703,2	+10,5%	+7,6%
Pelletteria e accessori	160,6	158,3	120,1	+33,7%	+31,8%
Abbigliamento	67,8	67,4	59,5	+13,9%	+13,2%
Altro	1,7	1,7	1,0	n.s.	n.s.
TOTALE	1.006,9	984,2	883,8	+13,9%	+11,4%

Dati preliminari non certificati

Tutte le categorie di prodotto hanno registrato una solida crescita a doppia cifra; eccellenti riscontri dei clienti per le nuove collezioni di pelletteria ed accessori a livello mondiale.

Suddivisione del Fatturato per Area Geografica: ottimi risultati in Italia, Europa e Giappone

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Italia	251,7	251,7	217,2	+15,9%	+15,9%
Europa (escl. Italia)	216,8	215,0	172,5	+25,7%	+24,6%
Americhe (*)	81,9	74,9	62,5	+31,2%	+19,9%
Greater China (**)	287,2	269,6	313,4	-8,4%	-14,0%
Resto del Mondo	169,3	173,0	118,2	+43,3%	+46,4%
TOTALE	1.006,9	984,2	883,8	+13,9%	+11,4%

Dati preliminari non certificati

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

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

L'Italia ed il Resto Europa hanno registrato un progressivo miglioramento dei risultati, a partire dal secondo trimestre dell'anno, grazie al dinamismo degli acquisti della clientela domestica e alle buone presenze di turisti infra-europei, americani e medio-orientali.

Anche il mercato americano ha registrato risultati eccellenti, aiutato anche dalla base di confronto favorevole, nonostante lo spostamento all'estero degli acquisti del *cluster* americano, in particolare durante i mesi estivi.

Il mercato cinese, dopo un buon inizio d'anno, ha subito un sensibile rallentamento della crescita a partire da marzo, con l'imposizione delle rigide restrizioni governative per fronteggiare la pandemia di Covid-19. Anche dopo il progressivo allentamento di tali misure, nel secondo semestre, l'andamento dei consumi è rimasto volatile e impattato da locali e temporanei *lockdown* in diverse primarie città.

Molto forte per tutto l'anno, invece, l'area "Resto del Mondo", trainata dagli eccellenti risultati di Giappone e Corea.

Suddivisione del Fatturato per Canale Distributivo: crescita a doppia cifra su entrambi i canali; bene anche l'e-commerce

(valori in milioni di euro)

	esercizio 2022		esercizio 2021	variazione %	
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti
Retail (DOS+online)	743,3	724,5	659,4	+12,7%	+9,9%
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	263,6	259,7	224,4	+17,5%	+15,8%
TOTALE	1.006,9	984,2	883,8	+13,9%	+11,4%

Dati preliminari non certificati

Il canale *retail* ha totalizzato 743,3 milioni di euro di ricavi nell'esercizio 2022, pari a circa il 74% del fatturato del Gruppo, con una crescita del 12,7% rispetto al 2021. Decisamente positivo il dato della crescita organica nei punti vendita del Gruppo, nonostante l'impatto della debolezza del mercato cinese. Bene anche il canale *e-commerce*, anche grazie agli importanti investimenti fatti dal Gruppo nel mondo del digitale.

Al 31 dicembre 2022, la rete distributiva del Gruppo è composta da 333 DOS e 89 negozi in *franchising*, rispetto ai 318 DOS e 88 negozi in *franchising* al 31 dicembre 2021.

Crescita a doppia cifra anche per i ricavi del canale *wholesale*, che è tornato a registrare risultati positivi, dopo la razionalizzazione degli anni scorsi.

Adesione del Gruppo al Global Compact delle Nazioni Unite

Nel solco del suo costante impegno per la sostenibilità, il Gruppo Tod's ha aderito, in data 16 gennaio 2023, al Global Compact delle Nazioni Unite, l'iniziativa strategica di sostenibilità e cittadinanza d'impresa più ampia al mondo, nata dalla volontà di promuovere un'economia globale sostenibile, rispettosa dei diritti umani, degli standard lavorativi, della salvaguardia dell'ambiente e impegnata nella lotta alla corruzione.

Questa iniziativa rafforza ulteriormente l'impegno del Gruppo nella gestione responsabile e sostenibile dei propri processi decisionali e operativi, allineandoli ai dieci principi del Global Compact e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, definiti a livello globale.

“Il nostro impegno nell'adottare comportamenti responsabili per la tutela dei diritti umani, la salute, la sicurezza e il benessere nei luoghi di lavoro, promuovendo, altresì, la salvaguardia dell'ambiente e degli ecosistemi, fa parte della nostra cultura e rispecchia i valori che la nostra organizzazione, da sempre, traduce in progetti concreti e virtuosi a beneficio delle comunità e dei territori nei quali operiamo” commenta con grande orgoglio Diego Della Valle, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Tod's.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato la nuova Politica per la Tutela della Diversità, dell'Equità e dell'Inclusione del Gruppo TOD'S, nata per formalizzare l'impegno del Gruppo nel promuovere i valori dell'inclusione e dell'uguaglianza tra le persone, in linea con la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni ILO in materia di non discriminazione e con quanto dichiarato nel Codice Etico e nella Politica di Sostenibilità del Gruppo.

Si sottolinea che i dati relativi al fatturato dell'esercizio 2022 esposti nel presente comunicato sono preliminari e non certificati. I dati annuali completi saranno approvati dal Consiglio di Amministrazione previsto in data 13 marzo 2023.

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