

Sant'Elpidio a Mare, 11 novembre 2020

TOD'S S.p.A. – Sensibile miglioramento dell'andamento dei ricavi nel terzo trimestre (con incremento a doppia cifra in Cina); e-commerce in fortissima crescita su tutti i nove mesi. Approvato un nuovo Progetto Welfare a favore dei dipendenti del Gruppo

Approvati dal Consiglio di Amministrazione i dati di vendita dei primi nove mesi del 2020, il calendario finanziario per il 2021 e l'adeguamento dello Statuto Sociale alla Legge 160/2019

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, Roger Vivier e Fay, ha approvato oggi i dati preliminari di vendita del Gruppo Tod's relativi ai primi nove mesi del 2020 (1 gennaio – 30 settembre 2020).

Commento del Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo

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

“Il terzo trimestre ha evidenziato un sensibile miglioramento delle vendite, anche se i dati complessivi sono ancora negativi; particolarmente buoni i risultati della Cina, che ha registrato una solida crescita a doppia cifra nel terzo trimestre.

La tendenza positiva è proseguita anche nel mese di ottobre. Le nostre collezioni invernali stanno registrando in tutto il mondo un'ottima accoglienza da parte della clientela locale; ovviamente nel mondo occidentale i risultati dei negozi sono negativamente influenzati dalla assenza di turisti e, nelle ultime settimane, sono ulteriormente impattati dalle nuove chiusure di negozi imposte per contenere la seconda ondata della pandemia. Ottima la performance del canale digitale, che ha registrato una progressiva accelerazione ed è cresciuto in tutti i nove mesi a solida doppia cifra. Questo è per noi un canale prioritario, nel quale stiamo continuando ad investire molto; stiamo allargando la base di clienti, anche grazie alle nuove forme digitali di comunicazione. Nel corso del terzo trimestre abbiamo iniziato il primo test sul mercato europeo del modello omni-channel di distribuzione.

In questo contesto di crisi senza precedenti, pur con una visibilità molto limitata sul futuro, stiamo gestendo tutte le attività guardando già al 2021, seguendo le indicazioni del nostro percorso strategico, con una forte attenzione ai costi, una grande prudenza nella raccolta degli ordini wholesale, con particolare enfasi sul progetto digitale, cercando di rimanere flessibili e reattivi, per fronteggiare la continua evoluzione dei mercati internazionali. La protezione della salute dei dipendenti e dei clienti resta una priorità per il Gruppo.

La nostra attenzione adesso è fortemente concentrata sulla comunicazione, soprattutto quella digitale. Il nostro Gruppo ha una storia ed una reputazione dei propri marchi molto solida, con la nostra clientela; ora dobbiamo catturare sempre più

l'attenzione dei nuovi consumatori, che sono il motore della crescita dirompente del nostro settore. Per riuscire in questo scopo, stiamo inserendo nuove persone del settore, di grande qualità, e adottando una strategia precisa e coerente, che mi auguro ci porti i risultati auspicati in tempi brevi.

Siamo convinti che il nostro Gruppo, passati questi momenti, potrà fare molto bene, grazie alla forza dei suoi marchi, all'eccellente qualità dei prodotti, alle competenze dei team manageriali e alla solidità della struttura patrimoniale”.

Commento ai dati di Fatturato del Gruppo

Nei primi nove mesi del 2020, il fatturato consolidato del Gruppo Tod's ammonta a 452,6 milioni di Euro (-33,2% rispetto allo stesso periodo del 2019); nel solo terzo trimestre i ricavi sono stati pari a 195,7 milioni di Euro, in calo del 12,3% rispetto al terzo trimestre 2019, risultato che evidenzia un forte miglioramento rispetto ai due trimestri precedenti.

Nel corrente esercizio l'impatto delle valute è leggermente negativo; a cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi nove mesi del 2019, comprensivi degli effetti delle coperture, i ricavi sono pari a 453,8 milioni di Euro, in calo del 33% rispetto allo stesso periodo del 2019.

Nel corso del terzo trimestre, la situazione dei negozi si è progressivamente normalizzata e a fine trimestre la quasi totalità degli stessi era operativa. In maggior dettaglio, al 30 settembre 2020, l'89% dei negozi era aperto regolarmente, il 9% era aperto ad orario limitato e solo il 2% era ancora chiuso (mentre all'inizio del trimestre, il 78% dei negozi era aperto regolarmente, il 16% era aperto ad orario limitato ed il 6% era ancora chiuso).

La situazione è ora in rapida evoluzione, alla luce dei provvedimenti che i governi locali stanno adottando per fronteggiare il riaccutizzarsi della pandemia.

Il livello di operatività ha però avuto intensità molto diversa nelle varie aree del mondo. Il mercato più vivace è stato quello della Cina Continentale, dove i ricavi hanno registrato una solida crescita a doppia cifra, in progressiva accelerazione. Rimangono tuttora molto deboli l'Europa e gli Stati Uniti, aree fortemente penalizzate dall'assenza dei turisti e dalla nostra politica di prudenza con il canale *wholesale*, al quale questi mercati sono molto esposti.

Il canale *e-commerce* ha continuato a crescere a solida doppia cifra. Questo è un canale prioritario per il Gruppo, nel quale continuano gli investimenti per allargare la base di clienti, anche grazie alle nuove forme digitali di comunicazione. Nel corso del terzo trimestre è stato avviato il primo test sul mercato europeo del modello *omni-channel* di distribuzione.

Impatto della pandemia sui risultati del Gruppo

Riguardo a questo argomento, si confermano tutte le indicazioni fornite dal Gruppo in occasione della pubblicazione della Relazione semestrale al 30 giugno 2020. Non ci sono novità di rilievo; continuano tutte le attività di controllo dei costi, da un lato, e di protezione e sviluppo delle vendite, dall'altro.

Al momento, le attività produttive proseguono con regolarità, ferma restando l'adozione di tutti i provvedimenti di cautela e prevenzione, a tutela della salute dei dipendenti.

E' molto rilevante la percentuale del lavoro a distanza, in particolare nelle zone in cui è maggiore la diffusione del virus.

Dettaglio dei ricavi del Gruppo al 30 settembre 2020

L'impatto della pandemia ha condizionato i risultati di vendita di tutti i marchi del Gruppo, in tutte le aree geografiche, le categorie di prodotto e su entrambi i canali di vendita.

L'andamento dei ricavi di ogni marchio riflette la sua composizione geografica e la sua struttura di distribuzione.

Di seguito si riportano le tabelle con le consuete suddivisioni del fatturato.

Suddivisione del Fatturato per Marchio

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2020		9 mesi 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Tod's	211,3	211,8	344,3	-38,6%	-38,5%	461,8
Hogan	109,1	109,2	150,3	-27,4%	-27,3%	196,5
Roger Vivier	106,6	107,2	144,0	-26,0%	-25,6%	200,5
Fay	25,3	25,3	38,5	-34,2%	-34,3%	56,3
Altro	0,3	0,3	0,6	n.s.	n.s.	0,9
TOTALE	452,6	453,8	677,7	-33,2%	-33,0%	916,0

Suddivisione del Fatturato per Categoria Merceologica

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2020		9 mesi 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Calzature	371,1	372,3	543,2	-31,7%	-31,5%	730,7
Pelletteria e accessori	51,8	51,8	91,5	-43,4%	-43,4%	121,7
Abbigliamento	29,4	29,4	42,4	-30,5%	-30,6%	62,7
Altro	0,3	0,3	0,6	n.s.	n.s.	0,9
TOTALE	452,6	453,8	677,7	-33,2%	-33,0%	916,0

Suddivisione del Fatturato per Area Geografica

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2020		9 mesi 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Italia	123,9	123,9	195,3	-36,6%	-36,6%	260,6
Europa (escl. Italia)	115,1	114,6	176,3	-34,7%	-35,0%	237,6
Americhe (*)	25,9	25,7	49,9	-48,2%	-48,6%	70,6
Greater China (**)	124,8	126,0	156,4	-20,2%	-19,4%	215,1
Resto del Mondo	62,9	63,6	99,8	-36,9%	-36,3%	132,1
TOTALE	452,6	453,8	677,7	-33,2%	-33,0%	916,0

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

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

Suddivisione del Fatturato per Canale distributivo

(valori in milioni di euro)

	9 mesi 2020		9 mesi 2019	variazione %		esercizio 2019
	cambi correnti	cambi costanti		cambi correnti	cambi costanti	
Retail (DOS+online)	304,2	305,9	466,5	-34,8%	-34,4%	645,8
Clienti terzi (Franchising + Indipendenti)	148,4	147,9	211,2	-29,7%	-29,9%	270,2
TOTALE	452,6	453,8	677,7	-33,2%	-33,0%	916,0

Al 30 settembre 2020, la rete distributiva del Gruppo è composta da 296 DOS e 109 negozi in *franchising*, rispetto ai 290 DOS e 111 negozi in *franchising* al 30 settembre 2019.

Approvato il nuovo Piano Welfare

Nella riunione odierna, il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato un nuovo Piano Welfare, a beneficio dei propri dipendenti, per dare a loro, e ai loro familiari, la possibilità di fruire di una serie di servizi finalizzati al supporto della vita personale e familiare, compreso il possibile potenziamento della loro copertura previdenziale e sanitaria.

Calendario Finanziario per il 2021

Nella riunione odierna, il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato il Calendario Finanziario per il 2021, come qui sotto riportato.

Riunioni previste del Consiglio di Amministrazione:

27 gennaio 2021	CdA per l'esame dei dati di vendita dell'esercizio 2020
3 marzo 2021	CdA per la Convocazione dell'Assemblea Annuale degli Azionisti
10 marzo 2021	CdA per l'approvazione dei risultati dell'esercizio 2020

- 21 aprile 2021(*) Cda per la formazione dei comitati e l'attribuzione di deleghe all'interno del consiglio
- 12 maggio 2021 CdA per approvazione dei dati di vendita relativi al primo trimestre 2021
- 8 settembre 2021 CdA per approvazione della Relazione Finanziaria Semestrale 2021
- 10 novembre 2021 CdA per approvazione dei dati di vendita relativi al periodo 1° gennaio - 30 settembre 2021

L'assemblea degli azionisti per l'approvazione del bilancio dell'esercizio 2020 sarà presumibilmente convocata il 21 aprile 2021.

(*) o data diversa, che coinciderà comunque con il giorno in cui si svolgerà l'assemblea degli azionisti

Adeguamento dello Statuto Sociale alla L. 160/2019

In data odierna il Consiglio di Amministrazione di Tod's S.p.A. ha altresì deliberato di modificare gli articoli 17 e 27 dello Statuto Sociale, al fine di adeguarne il contenuto alle disposizioni introdotte dalla Legge 160/2019 (c.d. Legge di bilancio 2020), in materia di equilibrio tra i generi negli organi di amministrazione e controllo delle società quotate, avuto altresì riguardo alla normativa regolamentare applicabile.

La Società procederà a mettere a disposizione del pubblico con le modalità e nei termini di legge il verbale delle deliberazioni adottate e lo statuto sociale aggiornato.

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