

Empresa

Tod's acumula una caída del 33,2% hasta septiembre lastrado por Europa y América

La empresa ha reducido sus ventas a doble dígito en todas las categorías, todos los mercados y todas las marcas con las que opera.

Modaes
13 nov 2020 - 17:11



Sin eventos no hay *gomminos*. Tod's ha cerrado el tercer trimestre, cuando la gran mayoría de tiendas estaban ya abiertas, con una caída de las ventas del 12,3%, hasta 195,7 millones de euros.

En el acumulado de los nueve primeros meses, la empresa facturó 452,6 millones de euros, un 33,2% menos que en el mismo periodo del año anterior. Por marcas, **Tod's fue la que peor evolucionó, con un desplome de las ventas del 38,6%**, hasta 344,3 millones de euros.

Modaes

Hogan, por su parte, encogió su facturación un 27,4% y **Roger Vivier retrocedió un 26%**. Fay anotó un descenso del 34,2%, pero tiene un peso residual en el grupo, con ventas de 25,3 millones de euros.

Tod's ha comenzado a implementar una estrategia omnicanal en Europa

La evolución de las ventas ha variado mucho según el área geográfica: mientras China se ha recuperado con rapidez, con subidas a doble dígito en el tercer trimestre, Europa y Estados Unidos continúan “débiles”, penalizadas por la falta de turistas.

El canal online también continuó creciendo a doble dígito y, durante el último trimestre, la empresa comenzó a testar un modelo de distribución omnicanal en el mercado europeo.

Por tipología de productos, los que más sufrieron fueron los artículos de piel y accesorios, con un desplome del 43,4%, hasta 51,8 millones de euros. La ropa, por su parte, se redujo un 30,5% y el calzado, la categoría reina de Tod's, con casi 400 millones de euros de facturación, encogió un 31,7%.