

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA: RICAVI PRELIMINARI PER L'ESERCIZIO 2016 CHIUSO AL 31 GENNAIO 2017

RICAVI CONSOLIDATI 2016 A EURO 3.184 MILIONI SECONDO SEMESTRE IN PROGRESSIVO MIGLIORAMENTO GENNAIO E' TORNATO POSITIVO

Trend in progressivo miglioramento particolarmente visibile negli ultimi mesi: l'anno si conclude con gennaio tornato in territorio positivo

Europa e Asia le aree più dinamiche: la Cina è tornata a crescere dal terzo trimestre con un trend in forte accelerazione

Le iniziative commerciali e di marketing recentemente avviate iniziano a produrre i primi risultati concreti.

Milano, 13 Febbraio 2017 - Il Gruppo Prada chiude l'esercizio 2016 con ricavi consolidati pari a Euro 3.184 milioni, in calo del 9% a cambi costanti (-10% a cambi correnti), in linea con le aspettative del mercato.

Nel dettaglio le vendite per area geografica sono state:

- **L'Asia Pacific**, (-12% a cambi costanti), si è dimostrata nel secondo semestre notevolmente dinamica: in particolare la Cina ha ripreso a crescere a ritmi sostenuti a partire dal terzo trimestre mentre Hong Kong e Macao hanno ridotto significativamente la contrazione riscontrata negli ultimi anni, portando l'intera area Greater China a registrare vendite superiori all'anno precedente nell'ultimo trimestre.
- **Il mercato europeo**, (-5% a cambi costanti), ha risentito della riduzione dei flussi turistici che ha penalizzato per gran parte dell'anno soprattutto Italia e Francia, sebbene quest'ultima abbia mostrato chiari segnali di recupero nel quarto trimestre. Particolarmente positivi i trend in Russia, con una crescita a doppia cifra,

e nel mercato britannico che, dopo un calo registrato nel primo semestre ha invertito il trend e ha chiuso l'anno con un buon tasso di crescita.

- **Il mercato americano**, (-12% a cambi costanti), ha ancora subito il calo dei flussi turistici negli USA nonché una generale debolezza dei consumi, già emersa nella prima parte dell'anno; nettamente in crescita invece Messico e Brasile.
- **Il Giappone**, dopo un quinquennio di crescita ininterrotta, registra nel 2016 una flessione, (-13% a cambi costanti), riconducibile essenzialmente a un minore flusso turistico proveniente dalla Cina, dovuto anche alla rivalutazione dello yen.
- **Il Middle East** si presenta in calo del 10% a cambi costanti, rispetto all'esercizio precedente.

Venendo poi ai singoli **brand** ed alle varie classi di **prodotto**, entrambi i marchi **Prada** e **Miu Miu** hanno mostrato un miglioramento progressivo.

Il lavoro fatto nei mesi scorsi per rendere l'esperienza in negozio sempre più esclusiva e coinvolgente e per arricchire l'offerta con prodotti innovativi e a forte contenuto stilistico, sta già producendo risultati concreti sia nel **Ready-to-Wear**, cresciuto in tutto il secondo semestre, sia nel **Footwear** e nel **Leather Goods**, dove si è registrata un'ottima risposta del mercato a fronte delle ultime collezioni.

Per quanto riguarda il **Canale Retail**, i 620 negozi del Gruppo a gestione diretta hanno registrato ricavi nel 2016 pari a Euro 2.635 milioni, -13% a cambi costanti, -14% a cambi correnti, anche se il trend è andato progressivamente migliorando nel corso del secondo semestre, in particolare a dicembre e gennaio.

Canale Wholesale - primi frutti delle collaborazioni avviate recentemente con importanti partner *e-tailer*, settore nel quale il Gruppo ha dato avvio a un consistente programma di sviluppo: crescono così i ricavi del canale wholesale che raggiungono Euro 504 milioni, +14% a cambi costanti, +13% a cambi correnti.

Licenze - Crescono del 3% le attività in licenza, dove il trend è stato positivo sia per *eyewear* che per *fragrances*, con royalties che si attestano a Euro 45 milioni.

Patrizio Bertelli CEO

"Come già anticipato commentando i risultati del primo semestre, quest'anno abbiamo attuato una profonda fase di razionalizzazione dei processi operativi e gestionali - peraltro ancora in corso - identificando al tempo stesso importanti linee di azione per lo sviluppo futuro del Gruppo.

Mi riferisco in particolare alla definizione della nostra strategia digitale, con la costituzione di un team con elevate competenze ed esperienze professionali derivanti dal mondo delle tecnologie digitali e new media. Nel contempo, stiamo anche rafforzando la struttura manageriale in ambito Retail, con l'obiettivo di integrare il canale on-line e tradizionale in una dimensione veramente innovativa.

Confido che questa nuova visione globale consentirà ai nostri brand di esprimere pienamente il loro forte potenziale generando uno sviluppo sostenibile: qualità del prodotto e forti contenuti creativi anche per quanto riguarda il rapporto con la clientela e la comunicazione.”

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Prada

02.541921

ufficio.stampa@prada.com

PRADA Group

Il Gruppo PRADA – Codice HKSE: 1913 - è uno dei leader mondiali nel settore del lusso, attivo con i marchi Prada, Miu Miu, Church's e Car Shoe nella produzione e commercializzazione di borse, pelletteria, calzature, abbigliamento e accessori di alta qualità. Inoltre, nel 2014, Prada ha acquisito l'80% della Angelo Marchesi srl, proprietaria della storica pasticceria milanese fondata nel 1824. Sulla base di accordi di licenza, il Gruppo opera nel settore degli occhiali e dei profumi. I suoi prodotti sono venduti in 70 Paesi del mondo attraverso 620 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 gennaio 2017 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.