

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2017

Trend in progressivo miglioramento nella seconda parte dell'anno

Ripresa della pelletteria e crescita in accelerazione per l'abbigliamento

Patrizio Bertelli *“Iniziamo a vedere i benefici concreti delle numerose iniziative avviate in questi anni: confido in un ritorno alla crescita nel 2018”*

Sintesi (dati finanziari pro-forma gennaio – dicembre)

- **Ricavi pari a Euro 3.057 milioni** in calo del 2% a cambi costanti rispetto al 2016 (3,6% a cambi correnti)
 - trend in visibile miglioramento nella seconda parte dell'anno dove l'azienda è tornata a crescere, (+1% a cambi costanti)
 - Prosegue la performance positiva per il RTW, che accelera nella seconda parte dell'anno (+10% a cambi costanti)
 - Pelletteria in progressivo recupero di volumi grazie all'ampliamento dell'offerta in tutte le fasce strategiche di prezzo
 - Crescita a doppia cifra del wholesale che ha beneficiato del canale e-tailers
- **Gross Margin** in aumento per il maggior contributo delle vendite a prezzo pieno, a seguito della decisione strategica del Gruppo di ridurre le vendite a saldo
- **Struttura dei costi ampiamente sotto controllo** nonostante le maggiori spese per digital e comunicazione
- **EBITDA a euro 588 milioni, 19,2%** sui ricavi netti (20% nel 2016)
- **EBIT a euro 360 milioni, 11,8%** sui ricavi netti (12,8% nel 2016)
- **Risultato Netto pari ad Euro 249 milioni, 8,1%** sui ricavi netti (8,2% nel 2016)
- Buona generazione di **cassa operativa pari a Euro 447 milioni** e **capitale circolante netto** in linea con il 2016
- **PFN a Euro 104 milioni** negativa

Patrizio Bertelli, CEO

“Sono soddisfatto di come abbiamo chiuso il 2017: nella seconda parte dell'anno e in questi primi mesi del 2018 il trend delle vendite è andato progressivamente migliorando, rendendo così visibili i primi importanti risultati derivanti dalle iniziative strategiche avviate su diversi fronti.

Gli investimenti fatti dal Gruppo, per ottimizzare il network retail, per ampliare la visibilità dei brand e per arricchire le collezioni sono stati potenziati da una crescente presenza digitale.

Abbiamo con successo arricchito l'offerta di pelletteria in tutte le fasce di prezzo con molte novità che stanno supportando le vendite a prezzo pieno.

Il brand Prada è tornato a crescere nelle principali aree geografiche.

Siamo convinti che avviare un nuovo capitolo della storia del Gruppo partendo dal nostro patrimonio culturale e dai valori distintivi dei nostri brand, sia la giusta risposta per competere in un mercato sempre più complesso.

*Il lancio della campagna **Black Nylon** rappresenta l'emblema di un nuovo percorso verso il futuro nel rispetto della nostra identità.*

Il 2018 ha avuto un avvio promettente: ringrazio tutti i colleghi del Gruppo Prada per l'impegno profuso in questi anni nel riportare l'azienda verso la crescita, che sono fiducioso rappresenti l'inizio di un nuovo periodo di sviluppo."

Risultati esercizio 2017

Milano 9 marzo 2018 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato relativo all'esercizio 2017, la cui chiusura è stata anticipata al 31 dicembre. Il conto economico del Gruppo redatto in conformità ai principi IFRS si basa su un periodo di 11 mesi. I dati esposti, per esigenze di trasparenza e comparabilità delle performance, sono quelli pro-forma dei 12 mesi gennaio-dicembre, sia per 2017 che per il 2016 a confronto.

Ricavi - I ricavi del 2017 ammontano a Euro 3.056,5 milioni, in calo del -2% a cambi costanti rispetto al 2016 (-3,6% a cambi correnti).

Area geografica

- Il mercato in **Asia Pacific** ha invertito il trend con ricavi che hanno recuperato i valori dell'anno precedente, +1% a cambi costanti. Ottima la performance registrata in Greater China dove le vendite sono cresciute dell'8% a cambi costanti.
- Il **mercato americano**, complessivamente in flessione nell'anno (- 4% a cambi costanti), ha mostrato tuttavia una chiara ripresa confermata nei primi mesi del 2018.
- L'**Europa** segna un importante recupero e chiude l'esercizio con ricavi sostanzialmente in linea con il 2016.
- Il **mercato giapponese** (-11% a cambi costanti nel 2017) si è mostrato debole all'inizio dell'anno, ma ha evidenziato negli ultimi mesi una significativa ripresa, sia della clientela domestica, sia dei turisti.
- Anche il **Middle East** registra una seconda parte dell'anno in miglioramento e chiude l'esercizio con una flessione del 9% a cambi costanti.

Categoria merceologica e brand

Continua a mostrarsi molto positivo il trend del **RTW** che accelera nella seconda parte dell'anno e chiude l'esercizio con +7% a cambi costanti. La performance è stata buona per entrambi i marchi in tutti i principali mercati.

In netta ripresa, nella seconda parte dell'anno, le vendite della categoria **Leather goods** dove prosegue l'apprezzamento del mercato per i molti prodotti nuovi e per quelli iconici, supportati da campagne pubblicitarie con un forte contenuto digitale.

Trend in flessione per il **Footwear**, seppur meno marcato nella seconda parte dell'anno, grazie al successo delle nuove collezioni di sneakers.

Il marchio **Prada** chiude l'esercizio in linea con i valori del 2016. Il trend di **Miu Miu** resta influenzato nel periodo dall'effetto delle temporanee chiusure legate ai numerosi progetti di restyling dei negozi, essenziali per lo sviluppo strategico del brand.

Risultati economici e finanziari - Il programma di razionalizzazione dei processi gestionali, avviato lo scorso esercizio, ha continuato a produrre effetti concreti: pur a fronte di maggiori spese a sostegno della strategia digitale e di comunicazione, le spese operative si mantengono sostanzialmente in linea con il 2016.

Il **Gross Margin** cresce raggiungendo il 73,5% (72% del 2016) e beneficia di una migliore qualità dei ricavi che hanno visto crescere la quota di vendite a prezzo pieno.

L'**EBITDA** è stato di Euro 588 milioni pari al 19,2% dei ricavi (20% nel 2016).

L'**EBIT** si è attestato a Euro 360 milioni, equivalente al 11,8% dei ricavi (12,8% nel 2016).

Il **risultato netto** pari a Euro 249 milioni rappresenta l'8% dei ricavi come nel 2016.

Nel corso dell'esercizio sociale 2017 (1 febbraio - 31 dicembre) il Gruppo ha generato un importante **flusso operativo di cassa** pari a Euro 447 milioni. Il **Capitale Circolante Netto** resta sostanzialmente invariato rispetto alla fine dell'esercizio precedente.

Gli **investimenti** del periodo ammontano a Euro 251 e sono stati destinati ad accrescere, con oltre 160 progetti realizzati, la capacità attrattiva dei negozi, nonché a rafforzare la supply chain sviluppando ulteriormente le capacità industriali e logistiche del Gruppo.

La **Posizione Finanziaria Netta**, al 31 dicembre 2017 era negativa per Euro 104 milioni, avendo distribuito nel corso dell'esercizio Euro 307 milioni di dividendi.

Il Consiglio ha proposto all'Assemblea degli Azionisti, convocata per il prossimo 27 aprile, la distribuzione di un dividendo di 7,5 centesimi di euro per azione, pari a un pay-out ratio dell'88%.

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Prada
+39 02.541921
corporatepress@prada.com
www.pradagroup.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. Il Gruppo opera, inoltre, nel comparto food con il brand Marchesi, e nel settore degli occhiali e dei profumi sulla base di accordi di licenza. I suoi prodotti sono venduti in 70 Paesi del mondo attraverso 625 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 dicembre 2017 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.