

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2019

Milano, 18 marzo 2020 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A. ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato relativo all'intero esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Premessa

L'ottimo trend di crescita registrato nel secondo semestre 2019 e a gennaio 2020 si è interrotto a causa della diffusione del Coronavirus. Tutte le attività operative sono oggi condizionate dall'emergenza sanitaria che minaccia la salute delle persone e che rappresenta la nostra priorità. Gli sforzi dell'azienda sono concentrati a superare questo momento di crisi. Al contempo, il Gruppo Prada si sta preparando per cogliere la ripresa e continuare il proprio percorso di sviluppo.

Key highlights

- Risultati in miglioramento, particolarmente evidenti nel secondo semestre, conseguiti grazie alla strategia di trasformazione in atto e agli investimenti sui brand
- Vendite a prezzo pieno in accelerazione nel secondo semestre per Prada e Miu Miu su tutti i mercati e in tutte le categorie merceologiche
- Completata l'eliminazione dei saldi di fine stagione
- Messe in atto politiche più stringenti per il controllo delle piattaforme digitali
- Comunicazione innovativa e iniziative di sostenibilità a favore di una più ampia visibilità dei brand
- Nomina di Raf Simons nel ruolo di co-direttore creativo di Prada a conferma della visione radicale del Gruppo

Key figures

- **Ricavi netti** a 3.226 milioni di Euro in crescita del 3% a cambi correnti e flat a cambi costanti
- **Vendite Retail** in crescita del 4% a cambi correnti, +2% a cambi costanti; le **vendite a prezzo pieno**, in crescita a doppia cifra nel secondo semestre, hanno più che compensato la forte riduzione delle vendite a saldo
- **Vendite Wholesale** in calo del 3% a cambi correnti, -4% a cambi costanti, come da guidance
- **EBIT** a 307 milioni di Euro, 9,5% dei ricavi netti
- **Utile netto** a 256 milioni di Euro, incluso il beneficio del Patent Box
- **Posizione finanziaria netta** a -406 milioni di Euro
- **Flusso di cassa operativo** a 362 milioni di Euro

Il 2019 è stato un anno di importanti progressi per il Gruppo Prada

Gli investimenti finalizzati a valorizzare l'identità dei marchi del Gruppo e i loro caratteri distintivi si sono tradotti in una forte crescita delle vendite a prezzo pieno, che hanno registrato un trend a doppia cifra nella seconda parte dell'anno, con un'accelerazione ulteriore nell'ultimo trimestre.

Cresce l'interesse verso i marchi del Gruppo, favorito da una comunicazione completamente rinnovata e da iniziative di sostenibilità, ormai parte integrante della strategia di business.

La nomina di Raf Simons nel ruolo di co-direttore creativo conferma la leadership stilistica di Prada e pone ancora una volta l'innovazione al centro dell'identità del brand.

Il trend per canale di vendita riflette le scelte strategiche in atto

L'eliminazione dei saldi di fine stagione ha influito sul trend delle vendite retail nel corso del 2019 (mid-single-digit). Il significativo taglio del canale wholesale, a partire dalla collezione P/E 2020, ha comportato un calo delle vendite del 4%.

Entrambe queste decisioni strategiche mirano a preservare l'esclusività dei marchi e a proteggere il valore dei prodotti del Gruppo.

La reazione del mercato è stata molto positiva e le vendite a prezzo pieno sono aumentate del 6% su base annua, compensando l'impatto negativo della riduzione dei saldi e del canale wholesale. Il miglioramento è stato evidente nella seconda parte dell'anno (+10%) e in particolare nel quarto trimestre (+15%).

Il Retail cresce in tutte le aree geografiche

- **Europa** +6% a cambi correnti, con un chiaro miglioramento nel secondo semestre grazie sia alla clientela locale, sia ai flussi turistici
- **America** +11% a cambi correnti, favorita dai consumi domestici
- **APAC** -2% a cambi correnti, penalizzata dalle proteste di Hong Kong. Al di fuori di questo territorio, le vendite retail sono cresciute del 5% a cambi correnti e le vendite a prezzo pieno, in progressione nel secondo semestre, hanno raggiunto una crescita a doppia cifra, con risultati eccellenti in Corea del Sud e nella Cina continentale
- **Giappone** +9% a cambi correnti con trend delle vendite regolari positivo durante il semestre nonostante l'aumento dell'IVA a ottobre
- **Medio Oriente** -1% a cambi correnti, con vendite a prezzo pieno positive durante tutto l'anno

L'innovazione di prodotto e la comunicazione stimolano l'interesse dei consumatori

Il focus sulla creatività e le nuove iniziative di marketing e comunicazione - mirate a migliorare le interazioni con i consumatori e a offrire una più immersiva brand experience - hanno contribuito a generare risultati positivi in tutte le categorie di prodotto, sia per Prada, sia per Miu Miu.

Per entrambi i marchi si registrano vendite a prezzo pieno in crescita a doppia cifra nel secondo semestre. Le nuove collezioni, supportate da iniziative dedicate on line e in-store, hanno avuto successo in tutti i mercati e in tutte le categorie di prodotto.

Il **Ready-to-Wear**, già forte nella prima metà dell'anno, cresce del 12% a cambi correnti, con un progresso a doppia cifra delle vendite a prezzo pieno in tutte le aree geografiche.

La Pelletteria e le Calzature hanno registrato un miglioramento sequenziale. La **Pelletteria** è cresciuta del 2% a cambi correnti grazie a un buon trend delle vendite regolari, sia delle nuove collezioni, sia delle linee iconiche. Le **Calzature**, +2% a cambi correnti, hanno beneficiato di una crescita a doppia cifra delle vendite a prezzo pieno nel secondo semestre, sostenute dalla domanda di sneakers e collezioni lifestyle.

La strategia in atto e il progresso delle vendite si riflettono nei risultati economici – (Full Year 2018 non IFRS 16)

EBIT pari a 307 milioni di Euro, +9,5% dei ricavi netti (324 milioni di Euro, 10,3% nel 2018).

Utile netto pari a 256 milioni di Euro, 7,9% dei ricavi netti incluso il beneficio fiscale del Patent Box per gli anni 2015-2019 (205 milioni di Euro, 6,5% nel 2018)

Flusso di cassa operativo generato dal Gruppo pari a 362 milioni di Euro (365 milioni di Euro nel 2018)

Investimenti pari a 302 milioni di Euro, relativi principalmente al canale retail (inclusa l'acquisizione di un immobile commerciale a Madrid).

Posizione Finanziaria Netta, dopo il pagamento dei dividendi agli azionisti per 154 milioni di Euro, a -406 milioni di Euro

Il Consiglio ha proposto all'Assemblea degli Azionisti la distribuzione di un dividendo di 2 centesimi di Euro per azione.

Patrizio Bertelli, CEO del Gruppo Prada, ha commentato: *“Il 2019 è stato un anno di grandi progressi. L'insieme degli investimenti e delle iniziative gestionali messe in atto negli ultimi anni ha ampliato l'interesse verso i nostri brand, testimoniato dal positivo trend delle vendite. Siamo certi che il nostro impegno per mantenere ai massimi livelli la qualità dei nostri prodotti e rafforzare la desiderabilità dei nostri marchi, sia la strada giusta da percorrere per una crescita profittevole e sostenibile nel lungo periodo.*

Il Gruppo Prada ha iniziato il 2020 registrando un'ottima performance; tuttavia, l'epidemia di Coronavirus ha interrotto il nostro percorso di crescita. Quello che sta succedendo oggi è un evento senza precedenti che ci richiede di agire con grande senso di responsabilità e i nostri pensieri e il nostro sostegno sono rivolti alle persone che stanno affrontando questo momento di grande difficoltà. La sicurezza e il benessere dei nostri collaboratori e dei nostri clienti sono prioritari e faremo tutto il possibile per superare questa crisi insieme.

Sebbene sia difficile prevedere l'evoluzione dell'epidemia, ci aspettiamo un impatto negativo sui risultati di quest'anno. Stiamo mettendo in atto un piano di azione articolato per mitigarne gli effetti, forti della flessibilità della nostra supply chain e dell'agilità della nostra organizzazione.

La solidità della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo ci consente di guardare con serenità al futuro, sicuri che saremo in grado di affrontare questo periodo di crisi imprevista e che ci troveremo pronti per ripartire al termine di questa emergenza.”

Ufficio Stampa Prada

+39 02 541921

www.pradagroup.com

Il Gruppo Prada

Prada S.p.A. è uno dei leader mondiali nel settore del lusso. Il Gruppo Prada, a cui appartengono i marchi Prada, Miu Miu, Church's e Car Shoe, produce e commercializza articoli di pelletteria, calzature e abbigliamento tramite la propria filiera che conta 22 stabilimenti di proprietà. Il Gruppo opera, inoltre, nel comparto food con il brand Marchesi 1824, e nel settore degli occhiali e dei profumi sulla base di accordi di licenza.

Nel Gruppo operano quasi quattordicimila dipendenti e i suoi prodotti sono venduti in 70 paesi del mondo attraverso 641 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 dicembre 2019 e una rete selezionata di negozi multimarca e grandi magazzini.

Il Gruppo Prada è sinonimo di rinnovamento, trasformazione, indipendenza e si impegna a promuovere una cultura d'impresa orientata alla ricerca di equilibri sostenibili. Grazie a questi principi, il Gruppo offre ai suoi marchi una visione condivisa all'interno della quale sviluppare la propria espressione.

Prada S.p.A. è quotata alla Borsa a Hong Kong come 1913.HK.