

Prada: +22% ricavi primo trimestre a oltre 1 miliardo (RCO)  
+23% a cambi costanti il retail, +9% il wholesale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus)  
- Milano, 11 mag - Il gruppo Prada ha archiviato il primo trimestre 2023 con ricavi netti pari a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% (sia con cambi correnti sia costanti) anno su anno, 'nonostante il contesto macroeconomico incerto'. La nota del gruppo dettaglia che il canale retail ha registrato una crescita del 22% a cambi correnti e del 23% a cambi costanti rispetto al primo trimestre 2022 a 953 milioni di euro, trainato da sviluppo like-for-like a prezzo pieno. 'La crescita e' risultata in accelerazione rispetto al +14% del quarto trimestre dello scorso anno, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price', sottolinea il comunicato. Il wholesale ha fatturato 91 milioni di euro (+9% sia a cambi costanti che correnti) e le royalties 21 milioni (+52%). Il comunicato riporta che la pelletteria e' cresciuta del +14% a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche, e che l'abbigliamento continua a essere la categoria in piu' rapida crescita, registrando un +38%. E' stato registrato un forte aumento delle vendite anche per le calzature, con un +20%, grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle. com-emi (RADIOCOR) 11-05-23 13:46:43 (0462) 3 NNNN

Prada: +22% ricavi primo trimestre a oltre 1 miliardo (2)  
(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - La nota del gruppo di moda evidenzia che nel corso del trimestre, Prada ha continuato a consolidare la forte desiderabilita' del proprio marchio grazie al successo delle sfilate Autunno/Inverno 2023 per uomo e donna, e tramite diverse attivazioni ed eventi retail, tra cui quelli dedicati alla collezione di alta gioielleria Eternal Gold. Tra le novita', e' stata lanciata con successo la borsa 'Moon', ed e' continuato lo sviluppo di linee iconiche quali 'Galleria' e 'Re-Nylon'. Il primo trimestre ha visto anche l'apertura del Prada Caffè presso Harrods, a Londra. La forte visibilita' di Miu Miu e' stata ulteriormente sostenuta dalla sfilata Autunno/Inverno 2023, dalla campagna Primavera/Estate 2023 con Emma Corrin e Kendall Jenner, cosi' come dagli ottimi risultati registrati dal secondo lancio delle sneakers 'New Balance per Miu Miu'. Il marchio ha inoltre continuato a sviluppare con successo la propria offerta di pelletteria, con il debutto della nuova borsa 'Pocket'. Tornando ai numeri di vendita, rispetto allo stesso periodo del 2022, le vendite retail del marchio Prada nei primi tre mesi del 2023 sono aumentate del +21% a cambi costanti, quelle di Miu Miu hanno accelerato a +42%. A livello geografico, l'Asia Pacifico ha registrato una netta ripresa nel primo trimestre con

vendite retail in aumento del 22% a 360 milioni. La Cina e' tornata a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre, su una base di confronto particolarmente favorevole, e il sudest asiatico ha continuato a riportare risultati molto positivi. In Europa il trimestre si e' chiuso nuovamente in crescita sostenuta, con vendite retail per 259 milioni (+26% a cambi correnti e +28% costanti), trainate da turismo e consumi locali. Le Americhe hanno continuato a crescere moderatamente, con un +10% a cambi correnti e +5% a cambi costanti, su una base di confronto sfidante, a 174 milioni. E' stata registrata una netta accelerazione del Giappone a 113 milioni (+44% e +55%), grazie ai recenti investimenti retail del gruppo e alla solida domanda da clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente ha registrato una crescita solida nel primo trimestre a 47 milioni, con un aumento del 20% a cambi correnti e del 15% a tassi costanti su base annua, seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente. com-emi (RADIOCOR) 11-05-23 13:47:35 (0466) 5 NNNN

Contesto incerto, ma nostre priorita' strategiche sono chiare (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - 'Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilita' dei nostri marchi'. Cosi' il presidente e amministratore esecutivo di Prada, Patrizio Bertelli, ha commentato i numeri sulle vendite del primo trimestre 2023. 'Il contesto macroeconomico rimane complesso ed in continua evoluzione, ma le nostre priorita' strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattivita' che caratterizza il gruppo Prada. Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile', ha concluso. com-emi (RADIOCOR) 11-05-23 13:47:02 (0463) 5 NNNN

Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - 'E' stato un inizio d'anno positivo per il gruppo Prada. Nel corso del primo trimestre la Cina e' tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico'. Queste le parole dell'amministratore delegato di Prada, Andrea Guerra, a proposito dei numeri di vendita del primo trimestre. Il manager ha inoltre aggiunto: 'per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttivita' dei negozi. Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale e' in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo'. com-emi (RADIOCOR) 11-05-23 13:47:19 (0465) 5 NNNN

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - Andrea Guerra, amministratore delegato di Prada, ha detto in conference call con gli analisti che 'non ci sono

aggiornamenti sul dual listing'. In base alle indiscrezioni che circolano negli ambienti finanziari, il gruppo di moda starebbe studiando la quotazione a Piazza Affari, dopo quella avvenuta a Hong Kong nel 2011. emi- (RADIOCOR) 11-05-23 15:03:10 (0531) 5 NNNN

America si sta stabilizzando (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - L'ad di Prada, Andrea Guerra, si e' dichiarato 'contento' dei numeri che la societa' ha registrato ad aprile e che sono in continuazione di quelli del primo trimestre, quando le vendite sono salite del 22% a oltre un miliardo di euro. Il manager, per altro, ha insistito sulla desiderabilita' conquistata dai brand Prada e Miu Miu durante la conference call con gli analisti. Non si e' detto preoccupato della perfomanace del mercato americano, che rimane sempre importante per il comparto della moda. 'L'America credo si stia stabilizzando', ha detto. Il gruppo nel primo trimestre ha registrato 174 milioni di vendite retail nelle Americhe, in crescita piu' ridotta rispetto ad altre aree, ossia del 10% a cambi correnti o del 5% a cambi costanti. Guerra ha inoltre rimarcato che sta andando bene il mercato coreano, dove il trend e' buono in generale, ma in particolare e' molto apprezzato il marchio Miu Miu. emi- (RADIOCOR) 11-05-23 15:22:34 (0540) 5 NNNN

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - Guerra, durante la conference call, oltre che su Prada ha acceso i riflettori su Miu Miu, che nel primo trimestre ha visto accelerare le vendite del 42%. Merito 'del grande lavoro' realizzato in precedenza, con il gruppo che ha riposizionato il brand, rendendolo contemporaneo, attuale, con largo seguito tra i giovani. Per altro Guerra ha fatto capire agli analisti che i numeri del primo trimestre non riflettono il potenziale del brand, considerando il numero di persone che stanno entrando nei negozi e del seguito, tutti 'segnali importanti per il futuro'. Su Church, infine, l'ad di Prada ha dichiarato che il gruppo sta facendo 'un duro lavoro' di riposizionamento del marchio, sui negozi, di motivazione dei dipendenti. 'E' un brand di valore per il gruppo, un'opportunita' in un'ottica di medio-lungo periodo'. emi- (RADIOCOR) 11-05-23 15:27:04 (0543) 5 NNNN



ADN0785 7 ECO 0 ADN ECO NAZ PRADA: IN PRIMO TRIM. RICAVI NETTI A OLTRE 1 MLD, +22% = retail +23%, cresce anche pelletteria +14% Milano, 11 mag. (Adnkronos) - Il gruppo Prada archivia il primo trimestre del 2023 con ricavi netti pari a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% anno su anno, "nonostante il contesto macroeconomico incerto". Il canale retail ha registrato una crescita del +23% rispetto al primo trimestre 2022, trainato da sviluppo like-for-like a prezzo pieno. La crescita è risultata in accelerazione rispetto al +14% del quarto trimestre dello scorso anno, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price. A livello di Gruppo, la pelletteria cresce del +14% a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche. L'abbigliamento continua a essere la categoria in più rapida crescita, registrando un +38%. Forte aumento delle vendite anche per le calzature, con un +20%, grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle. Rispetto allo stesso periodo del 2022, le vendite retail del marchio Prada crescono del +21% a cambi costanti, e Miu Miu accelera a +42%. (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 13:43

ADN0787 7 ECO 0 ADN ECO NAZ \*PRADA: BERTELLI, 'DETERMINATI A PROSEGUIRE CRESCITA STABILE E SOSTENIBILE'\* = Milano, 11 mag. (Adnkronos) - "Il contesto macroeconomico rimane complesso e in continua evoluzione ma le nostre priorità strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattività che caratterizza il Gruppo Prada. Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile". Così Patrizio Bertelli, presidente e amministratore esecutivo del Gruppo Prada, commentando i risultati raggiunti nel primo trimestre dell'anno. "Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche - rimarca inoltre Bertelli - e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi". (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 13:43

ADN0798 7 ECO 0 ADN ECO NAZ \*PRADA: GUERRA, 'CONTINUEREMO A INVESTIRE PER SUPPORTARE CRESCITA'\* = 'Cina tornata ad essere uno dei motori crescita' Milano, 11 mag. (Adnkronos) - "Continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo". Così Andrea Guerra, amministratore

delegato del Gruppo Prada, commentando i risultati raggiunti nel primo trimestre dell'anno. Per il Gruppo, evidenzia Guerra, "è stato un inizio d'anno positivo. Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico. Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi". (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 13:48

ADN0799 7 ECO 0 ADN ECO NAZ PRADA: IN PRIMO TRIM. +22% VENDITE RETAIL ASIA PACIFICO = Cina torna a crescere, netta accelerazione Giappone a +55% Milano, 11 mag. (Adnkronos) - Nei primi tre mesi dell'anno il gruppo Prada ha registrato nell'area Asia Pacifico una netta ripresa con vendite retail in aumento del 22%. La Cina è tornata a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre, su una base di confronto particolarmente favorevole, e il sudest asiatico ha continuato a riportare risultati molto positivi. In Europa il trimestre si è chiuso nuovamente in crescita sostenuta, con vendite retail a +28%, trainate da turismo e consumi locali. Le Americhe hanno continuato a crescere moderatamente, con un +5%, su una base di confronto sfidante. Netta accelerazione del Giappone a +55%, grazie ai recenti investimenti retail del Gruppo e alla solida domanda da clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente ha registrato una crescita solida nel primo trimestre, con un aumento del 15% su base annua, seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente. (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 13:48

ADN1063 7 ECO 0 ADN ECO NAZ PRADA: GUERRA, 'SU DUAL LISTING NESSUN AGGIORNAMENTO' = Milano, 11 mag. (Adnkronos) - Sul dual listing "non ci sono aggiornamenti". Lo ha detto l'amministratore delegato di Prada durante una conference call con gli analisti. Secondo i rumors circolati negli ultimi mesi il gruppo, quotato a Hong Kong, starebbe pensando a una quotazione a Piazza Affari. (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 15:21

ADN1104 7 ECO 0 ADN ECO NAZ PRADA: GUERRA, 'APRILE IN CONTINUAZIONE CON PROGRESSO TRIMESTRE' = Milano, 11 mag. (Adnkronos) - "Il mese di aprile è in continuazione con il progresso registrato nel trimestre". Lo ha detto l'amministratore delegato del gruppo Prada, Andrea Guerra, durante una conference call con gli analisti. Il manager si è detto "contento" dei risultati di aprile, sottolineando come il gruppo abbia registrato "un'accelerazione in questi ultimi mesi, con una performance supportata dalla costante desiderabilità e da un forte momentum dei brand Prada e Miu Miu". L'America, ha osservato Guerra, "credo si stia stabilizzando", specificando che il gruppo concentrerà gli "sforzi e investimenti nell'aumentare la visibilità dei brand" e che "questo rimarrà il nostro focus principale". In particolare, il brand

Miu Miu "ha fatto un grande lavoro negli ultimi mesi e si è posizionato in quello che è oggi, un marchio molto contemporaneo e attuale, un brand di successo, anche per il retail" con risultati "che non esprimono tuttavia il potenziale del brand". Guerra ha espresso infine soddisfazione per il numero di persone "che entrano nei negozi, che tornano dopo quale mese a comprare", parlando di un segno "importante per il futuro". (Fem/Adnkronos) ISSN 2465 - 1222 11-MAG-23 15:36



Prada, avvio d'anno positivo, ricavi in crescita del 22% Bertelli: priorità strategiche chiare, organizzazione rafforzata Roma, 11 mag. (askanews) - Nel primo trimestre Prada ha realizzato ricavi netti per 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% anno su anno, nonostante il contesto macroeconomico incerto. Il gruppo di moda aggiunge in una nota dopo il cda che ha esaminato i ricavi che le vendite Retail sono crescita del 23% a 953 milioni di euro, grazie a un'ottima ripresa in Asia Pacifico con Vendite Retail in aumento del 22%, una crescita sostenuta in Europa, +28%, e in Giappone, +55%, nelle Americhe, +5% e Medio Oriente, +15%. Le Vendite Retail del marchio Prada hanno segnato una crescita del 21% con una notevole accelerazione di Miu Miu a +42%. Il gruppo ha registrato una crescita a doppia cifra in tutte le categorie di prodotto: pelletteria +14%, abbigliamento +38% e calzature +20%. Patrizio Bertelli, presidente e amministratore esecutivo del gruppo Prada, ha commentato: "Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi. Il contesto macroeconomico rimane complesso ed in continua evoluzione, ma le nostre priorità strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattività che caratterizza il gruppo Prada. Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile." Andrea Guerra, amministratore delegato del gruppo, ha aggiunto: "È stato un inizio d'anno positivo per il gruppo Prada. Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico. Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi. Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo". Bea 20230511T144929Z gn00 XFLA



AGI0545 3 ECO 0 R01 / == Prada: +22% ricavi I trim. a 1,06 mld; +23% vendite retail = (AGI) - Roma, 11 mag. - Il Gruppo Prada ha chiuso il primo trimestre del 2023 con ricavi netti pari a 1,065 miliardi di euro, in crescita del 22% anno su anno, nonostante il contesto macroeconomico incerto. Le vendite retail sono state pari a 953 milioni di euro, +23%, trainate da crescita like-for-like e full price. A livello di Gruppo, la pelletteria cresce del +14% a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche. L'abbigliamento continua a essere la categoria in piu' rapida crescita, registrando un +38%. Forte aumento delle vendite anche per le calzature, con un +20%, grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle. Rispetto allo stesso periodo del 2022, le Vendite Retail del marchio Prada crescono del +21% a cambi costanti, e Miu Miu accelera a +42%. (AGI)Ila (Segue) 111348 MAG 23

AGI0546 3 ECO 0 R01 / == Prada: +22% ricavi I trim. a 1,06 mld; +23% vendite retail (2)= (AGI) - Roma, 11 mag. - L'Asia Pacifico ha registrato una netta ripresa nel primo trimestre con Vendite Retail in aumento del 22%. La Cina e' tornata a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre, su una base di confronto particolarmente favorevole, e il sudest asiatico ha continuato a riportare risultati molto positivi. In Europa il trimestre si e' chiuso nuovamente in crescita sostenuta, con Vendite Retail a +28%, trainate da turismo e consumi locali. Le Americhe hanno continuato a crescere moderatamente, con un +5%, su una base di confronto sfidante. Netta accelerazione del Giappone a +55%, grazie ai recenti investimenti retail del Gruppo e alla solida domanda da clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente ha registrato una crescita solida nel primo trimestre, con un aumento del 15% su base annua, seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente. (AGI)Ila 111348 MAG 23

AGI0552 3 ECO 0 R01 / == Prada: Bertelli, prosegue percorso crescita sostenibile = (AGI) - Roma, 11 mag. - "Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilita' dei nostri marchi. Il contesto macroeconomico rimane complesso ed in continua evoluzione, ma le nostre priorita' strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattivita' che caratterizza il Gruppo Prada. Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile": cosi' Patrizio Bertelli, Presidente e Amministratore Esecutivo del



Gruppo Prada, ha commentato i risultati del primo trimestre. (AGI)Ila 111351  
MAG 23

AGI0548 3 ECO 0 R01 / == Prada: Guerra, inizio anno positivo; Cina motore crescita = (AGI) - Roma, 11 mag. - "E' stato un inizio d'anno positivo per il Gruppo Prada. Nel corso del primo trimestre la Cina e' tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico. Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttivita' dei negozi". Lo afferma Andrea Guerra, Amministratore Delegato del Gruppo Prada commentando i conti del primo trimestre 2023. "Inoltre, - aggiunge - continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale e' in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo". (AGI)Ila 111349 MAG 23

The ANSA logo consists of the word "ANSA" in white, bold, uppercase letters, centered within a solid green rectangular background.

Nel primo trimestre i ricavi di Prada a 1 miliardo (+22%) (ANSA) - MILANO, 11 MAG - Il 2023 parte con slancio per il gruppo Prada. Nel primo trimestre i ricavi netti salgono a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% rispetto agli 876 milioni dei primi tre mesi 2022. Le vendite retail sono pari a 953 milioni (+23%) con una forte accelerazione di Miu Miu (+42%), accanto a una crescita del 21% del marchio Prada. "Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi", commenta il presidente e amministratore esecutivo, Patrizio Bertelli. A livello geografico, l'area Asia Pacifico è in ottima ripresa, dopo la contrazione del 2022 causata dal lockdown, con vendite retail in aumento del 22% a 360 milioni. La crescita è sostenuta anche in Europa (+28%) e in Giappone (+55%), mentre, le Americhe segnano un +5% e il Medio Oriente +15%. La crescita del gruppo è a doppia cifra in tutte le categorie di prodotto: pelletteria (+14%), abbigliamento (+38%) e calzature (+20%). (ANSA). Y82-CN 2023-05-11 13:46 S0A QBXB ECO

Nel primo trimestre i ricavi di Prada a 1 miliardo (+22%) (2) (ANSA) - MILANO, 11 MAG - "Nel corso del trimestre - si legge nella nota del gruppo - Prada ha continuato a consolidare la forte desiderabilità del proprio marchio grazie al successo delle sfilate autunno/inverno 2023 per uomo e donna, e tramite diverse attivazioni ed eventi retail, tra cui quelli dedicati alla collezione di alta gioielleria Eternal Gold". Il primo trimestre ha visto anche l'apertura del Prada Caffè presso Harrods, a Londra. "La forte visibilità di Miu Miu è stata ulteriormente sostenuta dalla sfilata autunno/Inverno 2023, dalla campagna primavera/estate 2023 con Emma Corrin e Kendall Jenner, così come dagli ottimi risultati registrati dal secondo lancio delle sneakers New Balance per Miu Miu". Il marchio ha inoltre continuato a sviluppare la propria offerta di pelletteria, con il debutto della nuova borsa "Pocket". In generale, per tutti i marchi del gruppo di Miuccia Prada e di Patrizio Bertelli, quotato alla Borsa di Hong Kong, le vendite nei negozi sono trainate da uno sviluppo 'like-for-like' a prezzo pieno. La crescita del 23% è in accelerazione rispetto al +14% del quarto trimestre 2022, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price. A livello geografico, la Cina torna a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre e il sudest asiatico continua a riportare risultati molto positivi. In Europa le vendite sono trainate da turismo e consumi locali, mentre, l'accelerazione del Giappone è determinata dai recenti investimenti retail del gruppo e dalla solida domanda dei clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente continua a crescere, seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente, mentre la moderata crescita delle

Americhe avviene su una base di confronto sfidante". (ANSA). Y82-CN 2023-05-11 13:47 S0A QBXB ECO

Bertelli (Prada), 'ottimisti sul futuro, crescita è solida' (ANSA) - MILANO, 11 MAG - Il gruppo Prada guarda al futuro "con ottimismo. Siamo determinati a proseguire il nostro percorso di crescita solida, stabile e sostenibile". A dirlo è il presidente e amministratore esecutivo Patrizio Bertelli, dopo l'approvazione del cda dei ricavi consolidati al 31 marzo 2023 che hanno segnato una crescita del 22%. "Il contesto macroeconomico rimane complesso ed in continua evoluzione - spiega -, ma le nostre priorità strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattività che caratterizza il gruppo". "È stato un inizio d'anno positivo", aggiunge l'amministratore delegato, Andrea Guerra, sottolineando che "nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico". Per l'anno in corso "il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi. Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo." (ANSA). Y82-CN 2023-05-11 13:49 S0A QBXB ECO

Guerra (Prada), 'avvio solido, soddisfatti anche per aprile' (ANSA) - MILANO, 11 MAG - Dopo "una solida partenza" nella prima parte di quest'anno "siamo soddisfatti anche dei risultati di aprile". Così l'amministratore delegato di Prada, Andrea Guerra, durante la conference call sui risultati del primo trimestre, sottolineando che la crescita "è supportata da "una costante ed elevata desiderabilità dei marchi Prada e Miu Miu". Sicuramente questo "è solo l'inizio dell'anno" e viviamo in un periodo in cui "tutto può succedere in ogni momento", aggiunge Guerra, sottolineando che il gruppo è in grado di crescere "nel lungo periodo". Ad oggi "abbiamo una crescita bilanciata nelle diverse aree geografiche", spiega l'a.d., evidenziando il rimbalzo della Cina. Inoltre, "ci aspettiamo un rimbalzo in Europa nella seconda metà dell'anno da parte dei consumatori cinesi e asiatici". Quanto al mercato americano, che nel primo trimestre ha segnato una moderata crescita, Guerra non è preoccupato, in quanto ritiene che sia un mercato che "si sta stabilizzando". (ANSA). Y82-CN 2023-05-11 15:52 S0A QBXB ECO



## Morning note: economia e finanza dai giornali



Radiocor

12 maggio 2023

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 12 mag - Mercati: la Bank of England alza i tassi al 4,5%: possibili altre strette. Venti di recessione, Borse globali in frenata (Il Sole 24 Ore, pag. 2) Energia: gas, prezzi ai minimi e rebus scorte (Il Sole 24 Ore, pag. 3) Fisco: piu' incentivi per favorire il rientro in Italia delle imprese. Bonomi (Confindustria): gli extraprofitti non riguardano la manifattura. Ruffini: nove testi unici per far partire il riordino (Il Sole 24 Ore, pag. 10). Patuelli (Abi, intervista): 'Gli extraprofitti delle banche non esistono il governo non colpisca i nostri azionisti' (La Stampa, pag. 4) Pnrr: il pericolo di saturazione per il mercato delle infrastrutture. Alloggi universitari, sbloccato il fondo da 660 milioni (Il Sole 24 Ore, pag. 4) Oro: le banche centrali perdono appetito, riserve auree ferme (Il Sole 24 Ore, pag. 2) Eurovita: sara' divisa in cinque. Serve un ponte per i riscatti (Il Sole 24 Ore, pag. 25) Tim: per Labriola i target sono a tiro 'La rete via maestra per il debito' (Il Sole 24 Ore, pag. 29) Ita: l'ingresso di Lufthansa accumula un nuovo ritardo (Repubblica, pag. 22) Pirelli: cda rinviato. Profitti a 115 milioni (Il Sole 24 Ore, pag. 25) Nexi: aperta a nuovi partner, occhi su Bpm e UniCredit (Il Sole 24 Ore, pag. 27) Mediobanca: utili a 791 milioni. Nagel, focus sulla governance (Il Sole 24 Ore, pag. 27) Ifis: i tassi alti spingono gli utili del 31% (Il Sole 24 Ore, pag. 27) **Prada:** in tre mesi oltre il miliardo (Il Sole 24 Ore, pag. 27) Ing: lancia un nuovo buyback da 1,5 miliardi (Il Sole 24 Ore, pag. 27) Leonardo: Cingolani vara un primo riassetto L'ex dg Cioffi verso l'uscita (Il Sole 24 Ore, pag. 29) Google: modello iPhone per diversificare l'entita' dei ricavi (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Apple: mercato delle app, aperta istruttoria per presunto abuso di posizione dominante (Il Sole 24 Ore, pag. 8) Softbank: i Vision Fund hanno perso 39 miliardi (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Helios: Microsoft crede nelle fusione nucleare (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Iren: piu' investimenti per efficienza e rifiuti (Il Sole 24 Ore, pag. 31) A2A: trimestre in crescita: target 2023 rivisti al rialzo (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Eni: rimette Descalzi in sella e avvia buyback da 1 miliardo (Liberio, pag. 19) Private equity: Aksia realizza il polo italiano della pizza e rileva Menchetti Food (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Lumen Ventures: potenzia il team di gestione Luca Adinolfi nuovo partner (QN, pag. 23) Disney: crolla a Wall Street dopo gli utili (Il Sole 24 Ore, pag. 31) Snam: ricavi in crescita Faro su Edison stoccaggio (Il Sole 24 Ore, pag. 32) Banca Generali: balza del



45% il risultato a quota 77 milioni (Il Sole 24 Ore, pag. 32) Revo: premi in aumento e redditività migliore (Il Sole 24 Ore, pag. 32) Prysmian: batte le attese ma l'outlook presta prudente (Il Sole 24 Ore, pag. 32) Cariparma: 37,2 milioni di avanzo (Corriere della Sera, pag. 31) Geox: crescita a doppia cifra per canale fisico e online (Il Sole 24 Ore, pag. 32) Angelini Pharma: investe 500 milioni con Jcr per i farmaci sull'epilessia (Il Sole 24 Ore, pag. 18) Valvitalia: 'Verso 300 milioni, rilancio dopo il grande tracollo', parla l'ad Andrea Forzi (Il Sole 24 Ore, pag. 19) Lumesia: nasce la nuova piattaforma europea di servizi per l'autotrasporto (Il Messaggero, pag. 17) Autogrill: ultima chiamata per l'Opas Dufry (Il Messaggero, pag. 18) Enac: traffico aereo in forte ripresa: +104% nel 2022 (Il Messaggero, pag. 15) Demografia: bassa natalità, il Pil italiano potrà perdere 500 miliardi (Il Sole 24 Ore, pag. 5) Alimentare: vale il 31,8% del Pil (Il Sole 24 Ore, pag. 17).

Pasta, il braccio di ferro, guerra di cifre al tavolo ministeriale sul prezzo (La Stampa, pag. 24) Nomine: Pisani nuovo capo della Polizia Gdf, accordo per De Gennaro, Sergio ad della Rai (Il Sole 24 Ore, pag. 12) Politica: voto nelle città, il test per i partiti (Corriere della Sera, pag. 9). 'Nessuna crisi tra Macron e Meloni' Parigi sceglie la via del dialogo (Repubblica, pag. 8) Ue: Mes, Giorgetti apre ma se cambia il Patto Ue. Più Cina nei porti Ue, concessa a Cosco una quota di Amburgo (Il Sole 24 Ore, pag. 13). L'Europarlamento contro l'obsolescenza programmata, ora i negoziati con il Consiglio. Intelligenza artificiale, i paletti di Strasburgo (Corriere della Sera, pag. 28) Ucraina: possibile incontro a Roma tra il Papa e Zelensky (Il Sole 24 Ore, pag. 13) Usa: Yellen: 'Default americano impensabile, scatterebbe una crisi finanziaria globale' (Il Sole 24 Ore, pag. 13). Sul tavolo del G7 lo scontro Usa-Ue sui rapporti con la Cina (Repubblica, pag. 21).

Col-Arf

(RADIOCOR) 12-05-23 08:22:18 (0160)NEWS 3 NNNN





## Prada : +22% ricavi primo trimestre a oltre 1 miliardo (RCO)



Radiocor

11 maggio 2023

+23% a cambi costanti il retail, +9% il wholesale (Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Milano, 11 mag - Il gruppo **Prada** ha archiviato il primo trimestre 2023 con ricavi netti pari a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% (sia con cambi correnti sia costanti) anno su anno, 'nonostante il contesto macroeconomico incerto'. La nota del gruppo dettaglia che il canale retail ha registrato una crescita del 22% a cambi correnti e del 23% a cambi costanti rispetto al primo trimestre 2022 a 953 milioni di euro, trainato da sviluppo like-for-like a prezzo pieno. 'La crescita e' risultata in accelerazione rispetto al +14% del quarto trimestre dello scorso anno, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price', sottolinea il comunicato. Il wholesale ha fatturato 91 milioni di euro (+9% sia a cambi costanti che correnti) e le royalties 21 milioni (+52%). Il comunicato riporta che la pelletteria e' cresciuta del +14% a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche, e che l'abbigliamento continua a essere la categoria in piu' rapida crescita, registrando un +38%. E' stato registrato un forte aumento delle vendite anche per le calzature, con un +20%, grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle.

com-emi

(RADIOCOR) 11-05-23 13:46:43 (0462) 3 NNNN





La sfilata donna di Prada autunno-inverno 2023

## Prada, +22% il fatturato nel trimestre

Prada continua la sua crescita nei primi tre mesi del 2023 e registra ricavi netti pari a 1.065 milioni di euro, in salita del 22% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Bene tutte le categorie di prodotto e le aree geografiche.







LA CORSA DEL LUSSO

Prada, in tre mesi  
oltre il miliardo

+42%

CRESCITA DI MIU MIU

La lepre del gruppo  
nel canale retail

Lo scenario globale sarà pure incerto, ma l'inizio del 2023 conferma la corsa dei marchi di alta gamma italiani. Dopo le trimestrali di Cucinelli (+34%), Moncler (+23%), Tod's (+23,2%) è arrivata quella del gruppo Prada, che per la prima volta ha superato, in soli tre mesi, il miliardo di euro e a questi ritmi manterrà, a fine 2023, la leadership tra le aziende italiane - quotate e non - della moda e del lusso. Il numero uno al mondo del settore, Lvmh, appare lontano per dimensione (i ricavi del primo trimestre hanno superato i 20 miliardi e la capitalizzazione a Parigi i 500), non per dinamicità. All'interno del gruppo Prada il marchio che ha corso di più è stato Miu Miu (+42%), anche grazie alle numerose e inaspettate collaborazioni, come quella con il brand di sneaker New Balance. (G.Cr.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## Lusso

### Prada, fatturato a quota 1 miliardo +23% il retail

Prada chiude il primo trimestre con un aumento dei ricavi a doppia cifra e pari a 1,065 miliardi (+22%). «Guardiamo al futuro con fiducia — ha dichiarato il presidente Patrizio Bertelli — determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile». I negozi del gruppo hanno aumentato le vendite del 23%, l'abbigliamento di Prada del 38% e il marchio Miu Miu del 42%. A livello geografico, la migliore performance arriva dal Giappone (+44%) e anche dall'Asia (+22%) trainata dalle riaperture della Cina, che contribuisce per oltre un terzo (360 milioni) al fatturato del gruppo.





► 12 maggio 2023

PAESE :Italia  
PAGINE :1  
SUPERFICIE :1 %  
PERIODICITÀ :Quotidiano□□

DIFFUSIONE :(98970)  
AUTORE :Camurati



**La Cina spinge  
i ricavi di Prada  
oltre quota  
un miliardo**

In crescita soprattutto  
Europa e Asia  
Miu Miu balza del 42%

**Camurati  
in MF Fashion**





## Borsa

# L'Asia spinge Prada oltre il miliardo

Accelera il Giappone (+55%) e la Cina torna a essere uno dei motori di crescita del gruppo, che chiude il primo trimestre con vendite retail per 953 milioni. I ricavi netti salgono a 1,06 miliardi (+22%). «Performance in tenuta in tutte le categorie e regioni», afferma il presidente Bertelli. «Continuiamo a rafforzare la desiderabilità dei nostri marchi». **Federica Camurati**

**R**ipartenza in corsa per il Far East, con la Cina che torna a essere uno dei motori della crescita del gruppo Prada. E così, con un netto aumento delle vendite retail del 22%, l'Asia Pacifico ha contribuito con i suoi 360 milioni di euro a portare la società luxury a registrare vendite retail per 953 milioni (+23%) nel primo trimestre 2023. «Abbiamo chiuso il periodo in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi, in particolare Prada (+21%) e Miu Miu (+42%)», ha commentato il presidente e amministratore esecutivo Patrizio Bertelli. Nei tre mesi i ricavi netti sono ammontati a 1,06 miliardi di euro (+22%). Il canale retail ha riportato una crescita trainata dallo sviluppo like-for-like a prezzo pieno, risultando in accelerazione anche rispetto al +14% del quarto trimestre dello scorso anno, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price. La categoria della pelletteria è aumentata del 14%

a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche, mentre l'abbigliamento continua a essere il segmento in più rapido miglioramento (+38%). Forte incremento delle vendite anche per la divisione calzature (+20%), grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle. Nel corso del primo trimestre, Prada ha continuato a consolidare la forte desiderabilità del proprio

marchio grazie al successo delle sfilate autunno-inverno 2023 uomo e donna e tramite diverse attiva-

zioni ed eventi retail, tra cui quelli dedicati alla collezione di alta gioielleria Eternal gold. Tra le novità, il lancio della borsa Moon e l'apertura del Prada caffè da Harrods, a Londra. La forte visibilità di Miu Miu è stata ulteriormente sostenuta dall'ultimo show, dalla campagna primavera-estate 2023 con Emma Corrin e Kendall Jenner, nonché dagli ottimi risultati registrati dal secondo lancio delle sneakers New Balance x Miu Miu. Il marchio ha inoltre continuato a sviluppare la propria of-

ferta di pelletteria con il debutto della borsa Pocket. «È stato un inizio d'anno positivo per il gruppo Prada. Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico», ha precisato l'amministratore delegato Andrea Guerra. «Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi. Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo». Intanto la Cina è tornata a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre, su





una base di confronto particolarmente favorevole, e il Sud-est asiatico ha continuato a riportare risultati molto positivi. Netta accelerazione per il Giappone (+55%) grazie ai recenti investimenti retail del gruppo e alla solida domanda da

clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente ha evidenziato un andamento solido nel primo trimestre (+15%), seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente. In Europa il periodo si è chiuso nuovamente in crescita sostenuta, con vendite retail in aumento del 28% trainate da turismo e consumi locali. Le Americhe hanno proseguito la loro crescita moderata (+5%). «Il contesto macroeconomico rimane complesso e in continua evoluzione, ma le nostre priorità strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattività che caratterizza il gruppo Prada», ha concluso il presidente Bertelli. «Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile». Il cda ha infine nominato **Paolo Zannoni** vice presidente vicario e ha istituito la figura del lead independent director, attribuendo il ruolo a **Yoël Zaoui**, come da indicazione degli amministratori non esecutivi indipendenti. (riproduzione riservata)









Gruppo Prada

**Ricavi oltre il miliardo  
nel primo trimestre**

Nel primo trimestre i ricavi netti del Gruppo Prada (foto: il presidente Patrizio Bertelli) salgono a 1.065 milioni (+22%)





NEL PRIMO TRIMESTRE

## Prada supera il miliardo di ricavi

Il 2023 parte con slancio per il gruppo Prada che supera il miliardo di ricavi (1.065 milioni) nei primi tre mesi con una crescita del 22%. Le vendite nei negozi retail sono pari a 953 milioni (+23%) con una forte accelerazione di Miu Miu (+42%), accanto a un +21% del marchio Prada. Il presidente Patrizio Bertelli parla di una crescita «solida, stabile e sostenibile», evidenziando «la desiderabilità dei marchi». La spinta alle vendite arriva da Giappone (+55%), Europa (+28%) e Asia Pacifico (+22%).





Gruppo Prada

**Ricavi oltre il miliardo  
nel primo trimestre**

Nel primo trimestre i ricavi netti del Gruppo Prada (foto: il presidente Patrizio Bertelli) salgono a 1.065 milioni (+22%)





### Gruppo Prada

## **Ricavi oltre il miliardo nel primo trimestre**

Nel primo trimestre i ricavi netti del Gruppo Prada (foto: il presidente Patrizio Bertelli) salgono a 1.065 milioni (+22%)





# Prada e Pirelli più solide già a bordo di Luna Rossa

►Riformulato l'accordo tra le due società ►La società delle gomme vola a 1,7 miliardi per investire 90 milioni nell'America's Cup Nel gruppo del lusso accelera Miu Miu (+42%)

## IL TRIMESTRE

ROMA Prada e Pirelli restano alleati nel sostegno di Luna Rossa Prada Pirelli, l'imbarcazione a vela che parteciperà alle competizioni della 37ª edizione dell'America's Cup in programma tra agosto e settembre del 2024 in Spagna. Proprio in questi giorni sono partiti i primi test nel Golfo di Cagliari con l'AC40 (la sigla della nuova imbarcazione) completamente armata. Ieri la Bicocca e la griffe del lusso hanno riunito i loro cda per approvare i conti del primo trimestre 2023 e appunto il piano America's Cup, che richiederà un investimento di 45 milioni ciascuno. A Pirelli e Prada si è aggiunto il gruppo Unipol che, assieme ad altri, destinerà a Luna Rossa 10 milioni per un totale di 100 milioni di budget anche a supporto della sensibilità verso i temi ambientali, che Luna Rossa Prada Pirelli porta avanti con diverse iniziative legate alla salvaguardia degli oceani.

## TRONCHETTI E IL GOLDEN POWER

Venendo ai conti trimestrali, sia Pirelli che Prada hanno ottenuto performance lusinghiere. I risultati del gruppo guidato da Marco Tronchetti Provera sono tutti in crescita, con ricavi per quasi 1.700 milioni (+11,7%), un ebitda adjusted di 359,7 milioni (+8%), un ebit adjusted a 248,1 milioni (+8,6%) e un utile netto salito del 4,7% a 115 milioni. Confermati i target per l'esercizio 2023 con ricavi fra 6,6-6,8 miliardi. Per quanto riguarda alcune scelte, come il

rinnovo del cda e l'aggiornamento del piano al 2025, tutto rinvia-

to. Per il nuovo board si attende il pronunciamento di Palazzo Chigi sul golden power riguardo il ruolo dei cinesi di Sinochem che potrebbero ridurre la loro presenza azionaria o limitare i diritti di voto: «E' un processo in corso che si dovrebbe concludere tra fine maggio e i primi giugno, fino ad allora non è possibile aggiungere nulla», ha detto Tronchetti, leader della Pirelli.

## LA SPINTA DEL RETAIL

A sua volta Prada ha realizzato ricavi netti per 1.065 milioni in crescita del 22% «nonostante il contesto macroeconomico incerto». Le vendite retail sono risultate pari a 953 milioni (+23%) con una forte accelerazione del brand Miu Miu (+42%) accanto a una crescita del 21% del marchio Prada. «Siamo determinati a proseguire il percorso di crescita solida, stabile e sostenibile», ha commentato il presidente Patrizio Bertelli. «Sono contento dei numeri ad aprile» ha spiegato a sua volta Andrea Guerra, ad da pochi mesi. Di fronte alle aspettative di un'accelerazione sul dual listing, cioè sulla quotazione del titolo anche a Milano oltre che a Hong Kong dove è trattato dal 2011, «non ci sono aggiornamenti», ha precisato Guerra. Il cda della società del lusso ha infine nominato Paolo Zannoni vicepresidente.

r. dim.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**MODA**

## **Prada cresce con le vendite in Cina**

«La Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico» ha spiegato Andrea Guerra, amministratore Delegato, di Prada, commentando i conti del primo trimestre, chiusi con ricavi in crescita del 22% (a 1,06 miliardi di euro).



**PRADA****Nel primo trimestre i ricavi a un miliardo**

Il 2023 parte con slancio per il gruppo Prada. Nel primo trimestre i ricavi netti salgono a 1.065 milioni, +22% rispetto agli 876 milioni dei primi tre mesi 2022. Le vendite retail sono pari a 953 milioni (+23%). A livello geografico, l'area Asia Pacifico è in ottima ripresa, dopo la contrazione 2022 causata dal lockdown, bene anche l'Europa (+28%) e il Giappone (+55%), mentre, le Americhe segnano un +5% e il Medio Oriente +15%.



**PRADA****Nei primo trimestre i ricavi a un miliardo**

Il 2023 parte con slancio per il gruppo Prada. Nel primo trimestre i ricavi netti salgono a 1.065 milioni, +22% rispetto agli 876 milioni dei primi tre mesi 2022. Le vendite retail sono pari a 953 milioni (+23%). A livello geografico, l'area Asia Pacifico è in ottima ripresa, dopo la contrazione 2022 causata dal lockdown, bene anche l'Europa (+28%) e il Giappone (+55%), mentre, le Americhe segnano un +5% e il Medio Oriente +15%.







## MERCATINO

### LA CINA METTE IL TURBO A PRADA

■ Il gruppo Prada ha archiviato il primo trimestre 2023 con ricavi netti pari a 1.065 milioni, in crescita del 22%, «nonostante il contesto macroeconomico incerto». «Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita», ha detto l'ad Andrea Guerra.



CORRIERE DELLA SERA 

# L'Economia

RISPARMI, MERCATI, IMPRESE

MODA

## Prada, +22% i ricavi nel primo trimestre: la Cina torna motore di crescita

di Emily Capozucca

Sfilata FW 2023 di [Prada](#)

Dopo la chiusura di un anno record che ha battuto le aspettative su fatturato e margini, [Prada](#) continua a crescere anche nei primi tre mesi del 2023, registrando ricavi netti pari a 1.065 milioni di euro, in salita del 22% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. «Abbiamo chiuso il primo trimestre in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche — ha commentato i dati **Patrizio Bertelli, presidente e amministratore esecutivo del gruppo Prada** —, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi» anche grazie alla Cina che «è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico», dove le vendite retail sono cresciute del 22%. Ma sono cresciute anche in tutte le altre aree geografiche: **in Europa, ad esempio, il**





**retail è salito del 28%**, trainato da turismo e consumi locali, e fa un balzo il Giappone del 55%. «Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi — ha sottolineato Andrea Guerra, amministratore delegato del gruppo — Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura».

## LUSSO



Il successo delle sfilate Autunno/Inverno 2023 per uomo e donna hanno **consolidato l'alta desiderabilità dei brand Prada e Miu Miu**. «È un nostro focus al quale dedichiamo tempo, sforzi e investimenti» ha aggiunto Guerra. Rispetto al primo trimestre 2022, le vendite retail sono cresciute del 23% a 953 milioni e del 14% sul quarto trimestre dello scorso anno. Salgono del 21% quelle di Prada e balzano del 42% quelle di Miu Miu.



Crescono a **doppia cifra tutte le categorie di prodotto, trainate soprattutto dall'abbigliamento (+38%)** seguito dalle calzature (+20%) e la pelletteria (+14%) spinta da nuovi prodotti e le linee iconiche. Nonostante il contesto macroeconomico globale rimanga incerto e in continua evoluzione «vediamo benefici nell'accelerare gli investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo» ha aggiunto Guerra. Un pensiero confermato anche da Bertelli che guarda al futuro «con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile».



la Repubblica **Teleborsa**

# Prada, ricavi in crescita del 22% nel 1° trimestre grazie a ripresa Cina



11 maggio 2023 - 14.46

(Teleborsa) - Prada, gruppo italiano del lusso quotato a Hong Kong, ha chiuso il primo trimestre del 2023 con Ricavi Netti pari a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% anno su anno. Le Vendite Retail sono state pari a 953 milioni di euro, +23%, trainate da crescita like-for-like e full price.

La società parla di una "ottima ripresa" in Asia Pacifico con Vendite Retail in aumento del 22%; "crescita sostenuta" in Europa, +28%, e in Giappone, +55%; Americhe +5%; Medio Oriente +15%. Crescita a doppia cifra in tutte le categorie di prodotto: Pelletteria +14%, Abbigliamento +38% e Calzature +20%. Le Vendite Retail del marchio Prada sono in crescita del 21%, mentre c'è stata una notevole accelerazione di Miu Miu

a +42%.

"È stato un inizio d'anno positivo per il gruppo Prada - ha commentato l'AD Andrea Guerra - Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico".

"Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi - ha aggiunto - Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo".



Prada, i ricavi crescono del 22% nel primo trimestre. Più vicino il traguardo dei 4 miliardi di fatturato a

fine anno  
di Sara Bennewitz



*Nei negozi vendita in crescita del 23%, + 320% per le calzature*  
11 AGGIO 2023 ALLE 13:53 1 MINUTI DI LETTURA

Anche Prada dopo Lvmh e Hermes, è tra i grandi brand del lusso a chiudere il primo trimestre con un aumento dei ricavi a doppia cifra. Il gruppo presieduto da Patrizio Bertelli per la prima volta da quando è quotata a Hong Kong nel 2011, ha annunciato i risultati di un trimestre eccezionale chiuso con ricavi in aumento del 22% a 1.065 miliardi, un traguardo che lascia presagire che il gruppo supererà i target di 4 miliardi di ricavi, annunciato al piano industriale annunciato a fine 2021. "Guardiamo al futuro con fiducia- ha dichiarato Bertelli -determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile".

E nel dettaglio, i negozi a gestione diretta hanno aumentato le vendite del 23%, per la strategia di controllare la distribuzione a scapito del canale wholesale (+9%). La pelletteria, che è il segmento a maggior margine, ha aumentato le vendite del 14%, le calzature del 320% e l'abbigliamento della collezione firmata da Raf Simons e Miuccia Prada è balzato in rialzo del 38% rispetto al primo trimestre del 2022. La migliore crescita è stata registrata dal marchio Miu Miu (+42%), con Prada in progresso del 21%. A livello geografico, la migliore performance è stata registrata in Giappone (+445), seguito dall'Europa con un aumento delle vendite del trimestre del 28%, e poi dall'Asia (+22%) trainata dalle riaperture della Cina, che contribuisce per oltre un terzo (360 milioni) del fatturato del gruppo.

"Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei maggiori motori di crescita- spiega [Andrea Guerra, neo ceo del gruppo](#) - generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacific. Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi".



## L'Asia (+23%) spinge il primo trimestre del gruppo Prada

Accelera il Giappone (+55%) e la Cina torna a essere uno dei motori di crescita della società, che apre l'anno con vendite retail per 953 milioni di euro. I ricavi netti ammontano a 1,06 miliardi (+22%). «Performance solide in tutte le categorie e regioni», afferma il presidente Patrizio Bertelli, «e continuiamo a consolidare la desiderabilità dei marchi Prada (+21%) e Miu Miu (+42%)»

di Federica Camurati  
11/05/2023



Il finale dello show fall-winter

2023 di Prada (courtesy Prada)

Ripartenza in corsa per il Far East, con la Cina che torna a essere uno dei motori della crescita del gruppo **Prada**. E così, con un netto aumento delle vendite retail del 22%, l'Asia Pacifico ha contribuito con i suoi 360 milioni di

euro a portare la società luxury a registrare vendite retail per 953 milioni (+23%) nel primo trimestre 2023. «Abbiamo chiuso il periodo in solida crescita, in tutte le categorie di prodotto e aree geografiche, e abbiamo continuato a consolidare la desiderabilità dei nostri marchi, in particolare **Prada** (+21%) e **Miu Miu** (+42%)», ha commentato il presidente e amministratore esecutivo **Patrizio Bertelli**. Nei tre mesi i ricavi netti sono ammontati a 1,06 miliardi di euro (+22%).

Il canale retail ha riportato una crescita trainata dallo sviluppo like-for-like a prezzo pieno, risultando in accelerazione anche rispetto al +14% del quarto trimestre dello scorso anno, con contribuzione positiva sia dal prezzo medio sia dai volumi full price. La categoria della pelletteria è aumentata del 14% a cambi costanti, trainata sia da nuovi prodotti, sia da linee iconiche, mentre l'abbigliamento continua a essere il segmento in più rapido miglioramento (+38%). Forte incremento delle vendite anche per la divisione calzature (+20%), grazie al continuo successo sia delle collezioni formali sia lifestyle.

Nel corso del primo trimestre, Prada ha continuato a consolidare la forte desiderabilità del proprio marchio grazie al successo delle sfilate autunno-inverno 2023 uomo e donna e tramite diverse attivazioni ed eventi retail, tra cui quelli dedicati alla collezione di alta gioielleria Eternal gold. Tra le novità, il lancio della borsa Moon e l'apertura del **Prada caffè** da **Harrods**, a Londra. La forte visibilità di Miu Miu è stata ulteriormente sostenuta dall'ultimo show, dalla campagna primavera-estate 2023 con **Emma Corrin** e **Kendall Jenner**, nonché dagli ottimi risultati registrati dal secondo lancio delle sneakers **New Balance** x Miu Miu. Il marchio ha inoltre continuato a sviluppare la propria offerta di pelletteria con il debutto della borsa Pocket.

«È stato un inizio d'anno positivo per il gruppo Prada. Nel corso del primo trimestre la Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico», ha precisato l'amministratore delegato **Andrea Guerra**. «Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi. Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti, se le condizioni continueranno a permetterlo».



Intanto la Cina è tornata a crescere, con un'ulteriore accelerazione verso la fine del trimestre, su una base di confronto particolarmente favorevole, e il Sud-est asiatico ha continuato a riportare risultati molto positivi. Netta accelerazione per il Giappone (+55%) grazie ai recenti investimenti retail del gruppo e alla solida domanda da clienti locali, ai quali si sono aggiunti flussi turistici in aumento. Anche il Medio Oriente ha evidenziato un andamento solido nel primo trimestre (+15%), seppur in moderazione rispetto al trimestre precedente. In Europa il periodo si è chiuso nuovamente in crescita sostenuta, con vendite retail in aumento del 28% trainate da turismo e consumi locali. Le Americhe hanno proseguito la loro crescita moderata (+5%).

«Il contesto macroeconomico rimane complesso e in continua evoluzione, ma le nostre priorità strategiche sono chiare e possiamo contare su un'organizzazione rafforzata e sulla reattività che caratterizza il gruppo Prada», ha concluso il presidente Bertelli. «Guardiamo al futuro con fiducia, determinati a proseguire il nostro percorso di crescita stabile e sostenibile». (riproduzione riservata)



## Prada , ricavi in crescita del 22% nel 1° trimestre grazie a ripresa Cina



Publicato il 11/05/2023 Ultima modifica il 11/05/2023 alle ore 14:41Teleborsa



### Prada

, gruppo italiano del lusso quotato a Hong Kong, ha chiuso il primo trimestre del 2023 con

#### **Ricavi Netti**

pari a 1.065 milioni di euro, in crescita del 22% anno su anno. Le

#### **Vendite Retail**

sono state pari a 953 milioni di euro, +23%, trainate da crescita like-for-like e full price.

La società parla di una "ottima ripresa" in **Asia Pacifico** con Vendite Retail in aumento del 22%; "crescita sostenuta" in Europa, +28%, e in Giappone, +55%; Americhe +5%; Medio Oriente +15%. Crescita a doppia cifra in tutte le categorie di prodotto: Pelletteria +14%, Abbigliamento +38% e Calzature +20%. Le Vendite Retail del marchio Prada sono in crescita del 21%, mentre c'è stata una notevole accelerazione di Miu Miu a +42%.



"È stato un inizio d'anno positivo per il gruppo **Prada** - ha commentato l'**AD Andrea Guerra** - Nel corso del primo trimestre la **Cina è tornata a essere uno dei motori della crescita**, generando una netta ripresa delle vendite nell'area Asia Pacifico".

"Per l'anno in corso il focus rimane sul canale retail e sull'aumento della produttività dei negozi - ha aggiunto - Inoltre, continueremo a investire nei nostri marchi, nella nostra rete di vendita e nelle nostre strutture, per supportare la crescita futura. Il contesto globale è in costante mutamento e richiede attenzione, ma **vediamo benefici nell'accelerare questi investimenti**, se le condizioni continueranno a permetterlo".

