

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI DEL GRUPPO AL 31 DICEMBRE 2018

Ricavi in crescita del 6% a cambi costanti

Patrizio Bertelli *“Si apre una fase di rinnovamento strategico che intendiamo impostare nel rispetto della nostra storia, per costruire il futuro del Gruppo”*

Sintesi

- **Ricavi pari a Euro 3.142 milioni in crescita del 6% a cambi costanti** rispetto al 2017
 - Buona crescita per il canale Retail: **+7%** (cambi costanti)
 - Crescita **controllata per il Wholesale, +1%** (cambi costanti), a seguito della nostra strategia selettiva
 - Progresso in tutte le aree geografiche e in tutte le categorie merceologiche
- **EBITDA a Euro 551 milioni, 18% sui ricavi**
- **EBIT a Euro 324 milioni, 10% sui ricavi**
- **Risultato Netto pari ad Euro 205 milioni, 7% sui ricavi**
- Buona generazione di **cassa operativa, pari a Euro 365 milioni**
- **PFN: Euro -309 milioni**
- **797 posti di lavoro creati nel 2018**
- **Proposta distribuzione di un dividendo pari a 6 centesimi di euro per azione**

Patrizio Bertelli, CEO

“Il 2018 si chiude con risultati che dimostrano come le nostre recenti iniziative abbiano avuto un riscontro positivo dal mercato con un ritorno in termini di crescita dei ricavi.

Il rinnovamento strategico e la conseguente revisione organizzativa, da completarsi nei prossimi mesi, conferiranno all'azienda una struttura più dinamica e una rinnovata capacità di interpretare l'evoluzione culturale delle nuove generazioni, con le quali condividere l'identità dei nostri brand.

Abbiamo già avviato un programma di aggiornamento tecnologico che accrescerà il controllo e l'efficienza su tutti i fattori del business, dal marketing alla logistica, dal prodotto al servizio al cliente.

È ormai evidente come la trasformazione digitale abbia cambiato radicalmente la relazione con il consumatore, rendendolo più consapevole delle sue scelte di acquisto e come la comunicazione stia assumendo una rilevanza ancor più cruciale per raggiungere i clienti in modo efficace. Con questo obiettivo, continueremo ad investire nelle tecnologie digitali per offrire una brand experience sempre più immersiva e coinvolgente.

Inoltre stiamo investendo per rafforzare l'infrastruttura industriale al fine di garantire tempestività delle risposte alle diverse esigenze dei singoli mercati, traducendo la nostra visione creativa dell'evoluzione dei costumi, in prodotti prontamente disponibili presso i nostri negozi.

I prossimi mesi ci vedranno impegnati nell'accelerazione di questo processo di rinnovamento e sono certo che tutte queste iniziative, fondamentali per il futuro del Gruppo, si tradurranno in crescita di valore per gli azionisti su un ampio orizzonte temporale”.

Risultati esercizio 2018

Milano 15 marzo 2019 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A. riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato relativo all'esercizio 2018, chiuso al 31 dicembre. I dati esposti a confronto, per esigenze di trasparenza e comparabilità delle performance, sono quelli pro-forma dei 12 mesi gennaio-dicembre 2017.

Ricavi - I ricavi del 2018 ammontano a Euro 3.142 milioni, in crescita del 3% a cambi correnti, rispetto a Euro 3.056 milioni del 2017 (+6% a cambi costanti).

Il canale **Retail** mette a segno una buona performance progredendo del 7% a cambi costanti, trainata dalle vendite a prezzo pieno, in linea con la decisione strategica di progressivo contenimento dei saldi.

Più contenuto lo sviluppo del canale **Wholesale**, stabile a cambi correnti, a seguito di una attenta selezione dei partner commerciali.

Area geografica

Trend positivo in tutti i mercati:

- il mercato dell'**Asia Pacific** ha riportato vendite in **crescita del +10%** a cambi costanti, evidenziando un progresso in tutti i principali mercati dell'area, per effetto sia dei consumi locali che dei flussi turistici intra-regione. In **Greater China** le vendite sono **cresciute dell'8%** a cambi costanti;
- i ricavi nel **mercato americano**, sostenuto sia dai clienti locali che dai turisti, hanno segnato un progresso a cambi costanti del **4%**;
- positiva la performance dell'**Europa** che, nonostante il calo dei flussi turistici, segna un **progresso del 3%** a cambi costanti, supportato da un'ottima risposta della clientela locale;
- i consumi domestici continuano a sostenere anche i ricavi nel **mercato giapponese** che **crece del 7%** a cambi costanti;
- il **Middle East** progredisce a cambi costanti del **5%**.

Brand e categoria merceologica

Proseguendo il trend positivo iniziato negli ultimi mesi del 2017, il marchio **Prada** chiude l'esercizio in esame con una **crescita del 7% a cambi costanti**, con trend positivi in tutti i mercati e in tutte le categorie merceologiche.

Le vendite del marchio **Miu Miu**, nel periodo in esame **incrementano del 2% a cambi costanti**, con abbigliamento in crescita del 7% e una sostanziale conferma dei valori del 2017 nelle altre categorie merceologiche.

L'apprezzamento del mercato per i molti prodotti nuovi presentati e per quelli iconici fa progredire le vendite della categoria **Leather Goods** che segnano uno **sviluppo del 6%**.

Crescono i ricavi della categoria **Ready-to-Wear**, che nel periodo in esame **progredisce del 10%** a cambi costanti, così come quelli del **Footwear (+2% a cambi costanti)**, grazie anche al successo delle nuove collezioni di sneakers.

Risultati economici e finanziari - Nell'esercizio 2018 l'andamento valutario sfavorevole si è tradotto in una diluizione dei margini operativi di circa 140 punti base; i margini a cambi costanti sono rimasti sostanzialmente stabili.

L'EBITDA è stato di Euro 551 milioni, 17,5% sui ricavi (19,2% nel 2017);

L'EBIT si è attestato a Euro 324 milioni, 10,3% sui ricavi (11,8% nel 2017);

Il risultato netto pari a Euro 205 milioni, 6,5% dei ricavi (8,1% nel 2017).

Nel corso dell'esercizio 2018 il Gruppo ha generato un importante **flusso operativo di cassa** pari a Euro 365 milioni. Gli **investimenti** del periodo ammontano a Euro 284 milioni e sono stati destinati ad accrescere, con oltre 150 progetti realizzati, la capacità attrattiva dei negozi, nonché a rafforzare la supply-chain e l'infrastruttura tecnologica del Gruppo.

La Posizione Finanziaria Netta, al 31 dicembre 2018 era negativa per Euro 309 milioni, avendo distribuito nel corso dell'esercizio Euro 198 milioni di dividendi.

Il Consiglio ha proposto all'Assemblea degli Azionisti, convocata per il prossimo 30 aprile, la distribuzione di un dividendo di 6 centesimi di Euro per azione, pari a un pay-out ratio del 75%.

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 1824, 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 634 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 dicembre 2018 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.