

COMUNICATO STAMPA

INIZIO D'ANNO POSITIVO PER IL GRUPPO PRADA

Vendite Retail a +23% nel primo trimestre 2023, trainate da crescita *like-for-like*

Milano, 11 Maggio 2023 - In data odierna, il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A. ha esaminato e approvato i ricavi consolidati al 31 marzo 2023.

Informazioni di sintesi (*percentuali di crescita a cambi costanti*)

- **Elevata desiderabilità di Prada e Miu Miu**
- **Ricavi Netti** pari a **1.065 milioni** di euro, in crescita del **22%** anno su anno, nonostante il contesto macroeconomico incerto
- **Vendite Retail** pari a **953 milioni** di euro, **+23%**, trainate da crescita *like-for-like* e *full price*
- 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%**
- Vendite Retail del marchio **Prada** in solida crescita a **+21%**; notevole accelerazione di **Miu Miu** a **+42%**

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.”

Ricavi Netti¹

	Q1-22 € mln	Q1-23 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Ricavi Netti	876	1.065	+22%	+22%
Vendite Retail	778	953	+22%	+23%
Vendite Wholesale	84	91	+9%	+9%
Royalties	14	21	+52%	+52%

Prada e Miu Miu: elevata desiderabilità e *brand momentum*

Nel corso del trimestre, **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. Tra le novità, è stata lanciata con successo la borsa “Moon”, ed è 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 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 con successo la propria offerta di pelletteria, con il debutto della nuova borsa “Pocket”.

Vendite Retail: accelerazione sul trimestre precedente (*percentuali a cambi costanti*)

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%**.

¹ Dati non sottoposti a revisione

Vendite Retail per area geografica²

	Q1-22 € mln	Q1-23 € mln	Variazioni a cambi correnti	Variazioni a cambi costanti
Asia Pacifico	296	360	+22%	+22%
Europa	207	259	+26%	+28%
Americhe	158	174	+10%	+5%
Giappone	78	113	+44%	+55%
Medio Oriente	39	47	+20%	+15%
Vendite Retail	778	953	+22%	+23%

L'**Asia Pacifico** ha registrato una netta ripresa nel primo trimestre 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.

Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa Gruppo Prada
corporatepress@prada.com
www.pradagroup.com

Il Gruppo Prada

Voce autorevole nel settore del lusso e precursore di un dialogo costante con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali, il Gruppo Prada fonda la sua identità su valori essenziali quali l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile. Sulla base di questi principi, offre ai suoi marchi una visione condivisa per interpretare ed esprimere il loro spirito. Il Gruppo possiede alcuni dei più prestigiosi marchi nel settore del lusso, Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria e calzature - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 612 negozi di proprietà, il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'occhialeria e dei profumi attraverso accordi di licenza, conta 24 stabilimenti e oltre tredicimilasettecento dipendenti nel mondo (tutti i dati sono riferiti al 31 dicembre 2022). Visita www.pradagroup.com

² Dati non sottoposti a revisione