

COMUNICATO STAMPA

GRUPPO PRADA: INIZIO D'ANNO POSITIVO CON VENDITE RETAIL IN CRESCITA DEL 13%

Milano, 30 aprile 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A., riunito in data odierna, ha esaminato e approvato i ricavi consolidati relativi al primo trimestre concluso il 31 marzo 2025.

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

- Il **dinamismo creativo** e l'**elevata rilevanza** dei marchi hanno sostenuto un **inizio d'anno in crescita a doppia cifra**, nonostante il contesto macroeconomico e di settore più sfidante
- **Ricavi Netti** pari a **1.341 milioni di euro, +13%** anno su anno
- **Vendite Retail** pari a **1.216 milioni di euro, +13%** anno su anno, con crescita qualitativa
- **Performance solida per Prada, stabile anno su anno**, a fronte di una base di confronto trimestrale molto sfidante
- **Miu Miu** prosegue su una **traiettoria di crescita sostenuta**, con **vendite Retail** in aumento **del 60%** anno su anno
- **Acquisizione di Versace** annunciata in data 10 aprile, con *closing* previsto nella seconda metà del 2025, soggetto all'approvazione delle autorità competenti

Patrizio Bertelli, Presidente e Amministratore Esecutivo del Gruppo Prada, ha commentato:

“Siamo soddisfatti di un altro trimestre contraddistinto da una performance solida. In uno scenario sempre più turbolento e incerto, abbiamo continuato ad eseguire la nostra strategia con disciplina, facendo leva sulla creatività e sulla qualità delle nostre persone. Il contesto in cui operiamo richiede agilità e flessibilità; allo stesso tempo, riteniamo fondamentale continuare ad investire in un'ottica di lungo periodo, preservando e sviluppando il know-how delle maestranze e della nostra organizzazione, supportando i nostri partner e rafforzando la nostra infrastruttura.”

Andrea Guerra, Amministratore Delegato del Gruppo, ha aggiunto:

“L'inizio d'anno è stato positivo per il Gruppo. Prada ha dimostrato solidità confrontandosi con il miglior trimestre del 2024; la base di comparazione diventerà un po' meno sfidante nel secondo semestre, ma ci aspettiamo che le dinamiche di settore rimangano complesse. Nonostante il contesto, Miu Miu ha confermato una traiettoria di crescita eccellente. La strategia resta incentrata sui nostri marchi, la loro rilevanza, creatività e capacità di interpretare lo spirito del tempo. Disciplina e precisione esecutiva saranno più importanti che mai nel contesto attuale e per confermare l'ambizione di generare una crescita solida, sostenibile e superiore alla media di mercato.”

Ricavi Netti¹

	Q1-24 € mln	Q1-25 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Ricavi Netti	1.187	1.341	13%	13%
Vendite Retail	1.071	1.216	13%	13%
Vendite Wholesale	90	96	7%	7%
Royalties	25	29	15%	15%

La capacità unica di **Prada** di interpretare la contemporaneità ha continuato ad alimentare la desiderabilità del marchio e la sua rilevanza culturale. Un mix bilanciato di categorie di prodotto ha supportato una performance molto solida, caratterizzata da un riscontro molto positivo nelle collezioni di Abbigliamento e un costante arricchimento dell'offerta di Pelletteria, attraverso nuove linee e icone. Le sfilate Autunno/Inverno 2025 uomo e donna hanno celebrato i codici creativi del brand, generando un forte apprezzamento. L'apertura del nuovo Mi Shang Prada Rong Zhai a Shanghai, ideato in collaborazione con il regista di fama internazionale Wong Kar Wai, di un Prada Caffè a Singapore e l'inaugurazione di uno store dedicato all'uomo sulla Fifth Avenue a New York hanno contribuito ad arricchire ulteriormente l'esperienza dei clienti.

Miu Miu ha continuato a registrare una performance eccellente, basata su un'estetica irriverente e anticonvenzionale. La Pelletteria rimane la categoria in maggiore crescita, anche grazie a iniziative d'impatto come la campagna Leathergoods Primavera/Estate 2025, dedicata all'iconico Matelassé. Il dinamismo creativo ha sostenuto il successo dell'Abbigliamento e delle Calzature, con il risultato di un mix prodotto diversificato e ben bilanciato. La sfilata Autunno/Inverno 2025, i pop-up ispirati allo sport di "Miu Miu Gymnasium" e il progetto Miu Miu Custom hanno rafforzato l'identità del marchio e la sua influenza nel dibattito culturale.

Vendite Retail (percentuali di crescita a cambi costanti)

Il canale Retail ha registrato **un incremento del 13%** anno su anno, trainato da vendite **like-for-like e full price**.

Vendite Retail stabili per **Prada**, a fronte della base comparativa più sfidante del 2024. **Miu Miu** ha confermato un'eccellente traiettoria di crescita, **+60%** anno su anno, con ottimi risultati in tutte le categorie e aree geografiche.

Vendite Retail per area geografica

	Q1-24 € mln	Q1-25 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Asia Pacifico	396	438	+10%	+10%
Europa	295	334	+13%	+14%
Americhe	181	201	+11%	+10%
Giappone	145	172	+19%	+18%
Medio Oriente	54	70	+31%	+26%
Vendite Retail	1.071	1.216	+13%	+13%

¹ Dati non sottoposti a revisione

L'**Asia Pacifico** ha registrato una crescita robusta a **+10%** anno su anno, nonostante la base di confronto impegnativa e condizioni di mercato sostanzialmente invariate nell'area.

L'**Europa** è cresciuta del **+14%** anno su anno, sostenuta dai consumi domestici e dal turismo.

Le **Americhe** hanno registrato un **+10%** su base annua, nonostante la crescente volatilità nel periodo, supportate dalla domanda locale.

Il **Giappone** ha mantenuto una traiettoria di crescita molto positiva, **+18%** su base annua, seppure in progressiva moderazione che ci si aspetta continui.

Il **Medio Oriente** è stata l'area con la migliore performance nel periodo, a **+26%** su base annua.

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 e Miu Miu, a cui si aggiungono Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa e punta ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria, calzature e gioielleria - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 609 negozi di proprietà (al 31 dicembre 2024), il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'eyewear e del beauty attraverso accordi di licenza, conta 26 stabilimenti e 15.216 dipendenti nel mondo.