COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI DEL GRUPPO AL 31 LUGLIO 2016

Primo semestre contrastato con una flessione più marcata nel primo trimestre e un successivo miglioramento nei mesi successivi.

Ricavi consolidati a € 1,6 miliardi (-13% a cambi costanti rispetto al 2015): retail in contrazione, mentre il canale wholesale è stabile grazie anche alle recenti partnership con e-tailer internazionali; royalties in progressione, trainate dal successo delle nuove fragranze.

- **EBITDA** al 21% (24% nel 2015) con una buona generazione di cassa pari a € 267 milioni e una PFN al 31 luglio di € 246 milioni, con un miglioramento di € 12 milioni rispetto al 2015.
- **EBIT** in netto miglioramento dal primo (6%) al secondo trimestre (19%) che si assesta sull'intero periodo al 14% (16% nel 2015); i progressi nel piano di contenimento dei costi si traducono in una riduzione delle spese operative del 12% rispetto al 2015.
- **Utile netto** del semestre a € 142 milioni, pari al 9% dei ricavi (10% nel 2015).

Milano 26 Agosto 2016 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato la Relazione Finanziaria Semestrale Consolidata al 31 Luglio 2016.

Ricavi Consolidati - I ricavi del periodo ammontano a € 1.554 milioni con una flessione del 13% a cambi costanti rispetto al medesimo periodo del 2015 (- 15% a cambi correnti).

Canale Retail - I ricavi si attestano a € 1.277 milioni, in flessione del 16% a cambi costanti rispetto al 2015:

- **Il mercato europeo** (-18% a cambi costanti) è stato particolarmente penalizzato dalla riduzione dei flussi turistici, mentre la clientela domestica si è dimostrata più stabile. Da segnalare comunque la Russia con un tasso di crescita organica a doppia cifra e il mercato britannico che beneficia di un cambio più favorevole conseguente alla *Brexit*.

- **Il mercato americano** (-15% a cambi costanti) ha ugualmente risentito del calo dei flussi turistici; nettamente positiva invece la performance dei negozi in Messico e Brasile.
- **L' Asia Pacific** (-18% a cambi costanti) ha risentito della permanente congiuntura negativa a Hong Kong e Macao, tuttavia la Greater China ha iniziato a mostrare significativi segnali di miglioramento a partire da luglio.
- **Il Giappone**, dopo una crescita ininterrotta dal 2010, registra una flessione (-9% a cambi costanti) riconducibile essenzialmente a un minore flusso turistico proveniente dalla Cina, dovuto essenzialmente a un cambio meno favorevole.
- **Il Middle East** consegue invece ricavi a cambi costanti in linea con l'esercizio precedente, grazie soprattutto alla ripresa dei consumi da parte della clientela locale.

Canale Wholesale - Con ricavi a € 253 milioni, è sostanzialmente in linea con il 2015, registrando i primi effetti positivi delle nuove collaborazioni con importanti partner e-tailer.

Licenze - La crescita ha interessato sia eyewear che fragrances; le royalties progrediscono complessivamente dell'8%, attestandosi a € 25 milioni.

Risultati economico e finanziari

Il calo dei margini, ascrivibile alla riduzione dei ricavi, è stato in parte contenuto grazie ai primi effetti del piano di revisione dei processi aziendali, avviato lo scorso anno e tutt'ora in atto.

Si tratta di interventi di natura essenzialmente strutturale, i cui effetti si protrarranno quindi anche nella seconda parte di questo esercizio e in quelli successivi.

L'EBITDA si è attestato a € 330 milioni, pari al 21% dei ricavi (24% nel primo semestre 2015).

L'EBIT è stato pari a € 214 milioni, vale a dire il 14% dei ricavi (16% nello stesso periodo del 2015).

L'utile netto del semestre, pari a € 142 milioni, rappresenta il 9% dei ricavi consolidati (10% nel 2015).

Il Gruppo ha generato nel periodo in esame un importante flusso di cassa operativo pari a € 267 milioni; ciò è stato possibile grazie all'efficiente gestione del Capitale Circolante, in particolare con azioni volte alla riduzione del magazzino. Tale cash flow ha consentito di finanziare interamente gli investimenti per € 108 milioni e di non incidere negativamente sulla Posizione Finanziaria Netta che al 31 Luglio 2016 è stata pari a € 246 milioni, in miglioramento di € 12 milioni rispetto al 31 luglio 2015, anche avendo distribuito € 281 milioni di dividendi.

Patrizio Bertelli CEO

"Con l'attuazione della prima fase di razionalizzazione dei vari processi operativi e gestionali e con l'avvio di una serie di nuove iniziative che consentiranno al Gruppo di rispondere più rapidamente alle esigenze di un mercato in rapida evoluzione, considero il 2016 un punto di svolta importante.

Intendo in particolare riferirmi a tre principali linee d'azione:

- *L'ampliamento della diffusione della nostra piattaforma on-line, dando priorità a Cina, Hong Kong e Singapore, con l'obiettivo di una copertura globale entro due anni, cui corrisponderà una costante evoluzione dell'esperienza "shopping on-line" da parte dei clienti. La nostra presenza e-commerce sarà anche valorizzata dalle nuove partnership con leader internazionali del settore.*
- *La ridefinizione dei criteri di composizione dell'offerta, che ponga in massima evidenza le esigenze dei singoli mercati e le fasce di pricing strategiche per i nostri brand. Al medesimo tempo la comunicazione a supporto delle collezioni andrà ampliando sensibilmente i propri confini al mondo digitale.*
- *Infine il network retail è attualmente oggetto di una incisiva revisione, con chiusure di location non più strategiche e aperture selettive in mercati ad alto potenziale; parte di questo processo sarà anche una nuova concezione degli spazi interni, come nel caso del recente restyling dei negozi Prada a Shanghai-Plaza 66 e a Mosca-Magazzini Gum, ripensati per offrire una nuova ed esclusiva "shopping experience" a una clientela sempre più esigente.*

Tutti questi elementi sono la base su cui possiamo fondare un futuro di crescita sostenibile."

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Prada

02.541921

ufficio.stampa@prada.com

Finsbury

Edward Simpkins

+44 7947 740 551

Edward.Simpkins@Finsbury.com

Benita Barretto

+44 7957 203 615

Benita.Barretto@Finsbury.com

+44 203 7251 3801

Prada@Finsbury.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 di alta qualità. Inoltre, nel 2014, Prada ha acquisito l'80% della Angelo Marchesi srl, proprietaria della storica pasticceria milanese fondata nel 1824. Sulla base di accordi di licenza, il Gruppo opera nel settore degli occhiali e dei profumi. I suoi prodotti sono venduti in 70 Paesi del mondo attraverso 622 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 luglio 2016 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.