

## COMUNICATO STAMPA

### PRADA SPA: RICAVI PRELIMINARI PER L'ESERCIZIO 2016 CHIUSO AL 31 GENNAIO 2017

#### RICAVI CONSOLIDATI 2016 A EURO 3.184 MILIONI SECONDO SEMESTRE IN PROGRESSIVO MIGLIORAMENTO GENNAIO E' TORNATO POSITIVO

---

**Trend in progressivo miglioramento particolarmente visibile negli ultimi mesi: l'anno si conclude con gennaio tornato in territorio positivo**

**Europa e Asia le aree più dinamiche: la Cina è tornata a crescere dal terzo trimestre con un trend in forte accelerazione**

**Le iniziative commerciali e di marketing recentemente avviate iniziano a produrre i primi risultati concreti.**

---

**Milano, 13 Febbraio 2017** - Il Gruppo Prada chiude l'esercizio 2016 con ricavi consolidati pari a Euro 3.184 milioni, in calo del 9% a cambi costanti (-10% a cambi correnti), in linea con le aspettative del mercato.

Nel dettaglio le vendite per area geografica sono state:

- **L'Asia Pacific**, (-12% a cambi costanti), si è dimostrata nel secondo semestre notevolmente dinamica: in particolare la Cina ha ripreso a crescere a ritmi sostenuti a partire dal terzo trimestre mentre Hong Kong e Macao hanno ridotto significativamente la contrazione riscontrata negli ultimi anni, portando l'intera area Greater China a registrare vendite superiori all'anno precedente nell'ultimo trimestre.
- **Il mercato europeo**, (-5% a cambi costanti), ha risentito della riduzione dei flussi turistici che ha penalizzato per gran parte dell'anno soprattutto Italia e Francia, sebbene quest'ultima abbia mostrato chiari segnali di recupero nel quarto trimestre. Particolarmente positivi i trend in Russia, con una crescita a doppia cifra,

e nel mercato britannico che, dopo un calo registrato nel primo semestre ha invertito il trend e ha chiuso l'anno con un buon tasso di crescita.

- **Il mercato americano**, (-12% a cambi costanti), ha ancora subito il calo dei flussi turistici negli USA nonché una generale debolezza dei consumi, già emersa nella prima parte dell'anno; nettamente in crescita invece Messico e Brasile.
- **Il Giappone**, dopo un quinquennio di crescita ininterrotta, registra nel 2016 una flessione, (-13% a cambi costanti), riconducibile essenzialmente a un minore flusso turistico proveniente dalla Cina, dovuto anche alla rivalutazione dello yen.
- **Il Middle East** si presenta in calo del 10% a cambi costanti, rispetto all'esercizio precedente.

Venendo poi ai singoli **brand** ed alle varie classi di **prodotto**, entrambi i marchi **Prada** e **Miu Miu** hanno mostrato un miglioramento progressivo.

Il lavoro fatto nei mesi scorsi per rendere l'esperienza in negozio sempre più esclusiva e coinvolgente e per arricchire l'offerta con prodotti innovativi e a forte contenuto stilistico, sta già producendo risultati concreti sia nel **Ready-to-Wear**, cresciuto in tutto il secondo semestre, sia nel **Footwear** e nel **Leather Goods**, dove si è registrata un'ottima risposta del mercato a fronte delle ultime collezioni.

Per quanto riguarda il **Canale Retail**, i 620 negozi del Gruppo a gestione diretta hanno registrato ricavi nel 2016 pari a Euro 2.635 milioni, -13% a cambi costanti, -14% a cambi correnti, anche se il trend è andato progressivamente migliorando nel corso del secondo semestre, in particolare a dicembre e gennaio.

**Canale Wholesale** - primi frutti delle collaborazioni avviate recentemente con importanti partner *e-tailer*, settore nel quale il Gruppo ha dato avvio a un consistente programma di sviluppo: crescono così i ricavi del canale wholesale che raggiungono Euro 504 milioni, +14% a cambi costanti, +13% a cambi correnti.

**Licenze** - Crescono del 3% le attività in licenza, dove il trend è stato positivo sia per *eyewear* che per *fragrances*, con royalties che si attestano a Euro 45 milioni.

## Patrizio Bertelli CEO

---

*"Come già anticipato commentando i risultati del primo semestre, quest'anno abbiamo attuato una profonda fase di razionalizzazione dei processi operativi e gestionali - peraltro ancora in corso - identificando al tempo stesso importanti linee di azione per lo sviluppo futuro del Gruppo.*

*Mi riferisco in particolare alla definizione della nostra strategia digitale, con la costituzione di un team con elevate competenze ed esperienze professionali derivanti dal mondo delle tecnologie digitali e new media. Nel contempo, stiamo anche rafforzando la struttura manageriale in ambito Retail, con l'obiettivo di integrare il canale on-line e tradizionale in una dimensione veramente innovativa.*

*Confido che questa nuova visione globale consentirà ai nostri brand di esprimere pienamente il loro forte potenziale generando uno sviluppo sostenibile: qualità del prodotto e forti contenuti creativi anche per quanto riguarda il rapporto con la clientela e la comunicazione.”*

Per ulteriori informazioni contattare:

**Ufficio Stampa Prada**

02.541921

[ufficio.stampa@prada.com](mailto:ufficio.stampa@prada.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 620 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 gennaio 2017 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.