

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI DEL GRUPPO AL 31 GENNAIO 2017

Uno sviluppo sostenibile: il piano d'azione definito per rispondere alle sfide di un mercato in costante evoluzione si sta già traducendo in migliori trend di vendite e nella stabilizzazione dei margini

In sintesi

- Ricavi in linea con le attese a Euro 3,2 miliardi con trend in miglioramento nel secondo semestre, (-9% a cambi costanti sull'intero esercizio e -6% a cambi costanti nel secondo semestre)
- Elevato Gross Margin, stabile al 72% grazie alla continua attenzione alle efficienze industriali
- Consistenti progressi nella gestione dei costi con un calo delle spese operative del 10% rispetto al 2015
- Livelli di redditività elevati, con EBITDA al 21% ed EBIT al 14%, stabilizzati nel secondo semestre
- Buona generazione di cassa operativa pari a Euro 632 milioni (Euro 368 milioni nel 2015) grazie a una più efficiente gestione del capitale circolante
- Investimenti, completamente autofinanziati, per Euro 251 milioni, prioritariamente dedicati al rinnovo della rete retail anziché alla sua espansione
- La Posizione Finanziaria Netta torna positiva, anche dopo la distribuzione del dividendo.

Patrizio Bertelli, CEO

"Il 2016 ha rappresentato per il Gruppo Prada uno sfidante anno di transizione, ciò non di meno sono stati conseguiti risultati soddisfacenti e in linea con le attese del mercato.

La nostra offerta è stata arricchita con prodotti che si contraddistinguono per stile innovativo e qualità, mentre al contempo la struttura dei costi è stata razionalizzata in tutte le linee di business.

La strategia retail si è spostata dall'espansione geografica all'ottimizzazione del network, nonché alla sua integrazione digitale: abbiamo creato nuovi concept all'interno dei negozi per valorizzare la shopping experience e i primi risultati sono incoraggianti.

Per integrare il canale on-line e quello retail continueremo a dedicare importanti risorse allo sviluppo di un'offerta omni-channel, attraverso l'espansione della nostra piattaforma digitale, la collaborazione con partner e-tailers e la completa integrazione con i nostri negozi. Con questi obiettivi abbiamo costituito un nuovo team che con la propria esperienza contribuirà a innovare la strategia digitale del Gruppo.

Sono fiducioso che la nostra visione creativa unita agli investimenti finalizzati ad accrescere il coinvolgimento off-line e on-line dei nostri clienti, ci posizioni stabilmente su un percorso di crescita sostenibile.

L'elevata generazione di cassa e la fiducia nel futuro sviluppo del Gruppo ci consentono di proporre alla prossima Assemblea degli Azionisti un dividendo pari a 12 centesimi di Euro per azione, con un incremento del 9% rispetto all'anno precedente".

Risultati esercizio 2016

Milano 12 aprile 2017 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato per l'esercizio chiuso al 31 gennaio 2017.

Ricavi

I ricavi del periodo ammontano a Euro 3.184,1 milioni, in calo del 9% a cambi costanti rispetto all'esercizio 2015 (-10% a cambi correnti).

- **Canale Retail** – le vendite si presentano in calo del 13% a cambi costanti (-14% a cambi correnti) attestandosi a Euro 2.634,9 milioni, con un trend in progressivo miglioramento nel secondo semestre e in particolare negli ultimi mesi dell'esercizio.
- **Canale Wholesale** – in crescita del 15% a cambi costanti (+13% a cambi correnti) raggiunge Euro 504,4 milioni, un progresso significativo rispetto al 2015 grazie ai positivi risultati delle collaborazioni recentemente avviate con partner e-tailers.
- **Licenze** – crescono del 3% i ricavi legati ai business in licenza, con andamenti positivi sia per eyewear che per fragrances e royalties che raggiungono Euro 45 milioni.

Vendite nette per area geografica

- Le condizioni di mercato in **Europa** sono rimaste piuttosto contrastate per la maggior parte dell'anno e l'area ha chiuso l'esercizio con una flessione del 5% a cambi costanti rispetto al 2015. Da segnalare la crescita del mercato britannico, sostenuto dal consumo domestico e dai flussi turistici favoriti dalla sterlina debole, e del mercato russo dove il trend è stato a doppia cifra per l'intero anno. Il resto dell'Europa ha invece continuato a risentire del calo dei flussi turistici, in particolare in Francia, dove tuttavia consistenti segnali di miglioramento sono stati registrati nell'ultimo trimestre.
- **L'Asia Pacific** nonostante una contrazione del 12% a cambi costanti si è tuttavia dimostrata particolarmente dinamica nel secondo semestre dell'anno: la Cina è tornata in territorio positivo nel terzo trimestre e ha ripreso a crescere a ritmi sostenuti. Hong Kong e Macau hanno significativamente ridotto il calo degli ultimi anni e mostrato tendenze in netto recupero verso la fine dell'esercizio.
- Le vendite del **mercato Americano** si presentano in flessione del 12% a cambi costanti, penalizzate dal calo dei flussi turistici negli USA. Performance positive si sono invece registrate in Messico e Brasile.
- Dopo cinque anni di crescita ininterrotta, le vendite in **Giappone** registrano un calo del 13% a cambi costanti, essenzialmente riconducibile alla rivalutazione dello yen che ha penalizzato il flusso di turisti provenienti dalla Cina.
- Il **Middle East** si presenta in calo del -10% a cambi costanti.

Il lavoro fatto nei mesi scorsi per rendere l'esperienza in negozio sempre più dinamica e coinvolgente e per arricchire l'offerta con prodotti innovativi, sta già producendo risultati concreti: il **Ready to Wear** è cresciuto in tutto il secondo semestre e le ultime collezioni **Footwear** e **Leather Goods** hanno ottenuto un'ottima risposta da parte del mercato.

Risultati economici e finanziari

L'attuazione del programma di razionalizzazione dei processi operativi e gestionali ha significativamente mitigato l'impatto sui margini derivante dalla flessione del fatturato: il Gross Margin

si mantiene su livelli elevati (72%) e la revisione della struttura dei costi ha consentito una riduzione delle le spese operative del 10% rispetto allo scorso anno, con un'azienda globalmente più snella ed efficiente.

L'EBITDA è stato di Euro 653,4 milioni pari al 20,5% dei ricavi (22,6% nel 2015)

L'EBIT si è attestato a Euro 431,2 milioni equivalente al 13,5% dei ricavi (14,2% nel 2015)

Il risultato netto pari a Euro 278,3 milioni rappresenta l'8,7% dei ricavi (9,3% nel 2015)

Nel corso dell'anno il Gruppo ha generato un importante flusso operativo di cassa per Euro 632 milioni (Euro 368 milioni nel 2015); ciò è stato possibile anche grazie all'efficiente gestione del Capitale Circolante Netto, in particolare alla consistente riduzione del magazzino. Tale flusso di cassa ha consentito di finanziare interamente gli investimenti per Euro 251 milioni, nonché di migliorare significativamente la Posizione Finanziaria Netta, passata da un valore negativo a fine esercizio 2015 (Euro -111 milioni) ad uno positivo al 31 gennaio 2017, pari a Euro 23 milioni, pur avendo distribuito Euro 281 milioni di dividendi.

Il Consiglio ha proposto all'Assemblea degli Azionisti, convocata per il prossimo 31 Maggio, la distribuzione di un dividendo di 12 centesimi di euro per azione, in crescita del 9% rispetto a quello del 2015.

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Prada
02.541921
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.