

COMUNICATO STAMPA

PRADA SPA APPROVA I RISULTATI DEL GRUPPO AL 31 LUGLIO 2017

Prosegue l'articolata fase di ristrutturazione del Gruppo Prada

Risultati positivi nell'abbigliamento e nei nuovi prodotti di pelletteria nelle fasce di prezzo più alte

In rapido progresso la trasformazione digitale

Patrizio Bertelli “Siamo in una fase di profondo cambiamento: vogliamo crescere rispettando la nostra identità”

In sintesi

- **Ricavi pari a Euro 1.469 milioni** in calo del 5,5% rispetto al primo semestre 2016
 - performance positiva per il RTW, sia per Prada che per Miu Miu
 - buoni riscontri in tutti i mercati per i nuovi prodotti di pelletteria dove prosegue il lavoro di ampliamento dell'offerta in tutte le fasce di prezzo
 - Ridotta incidenza delle vendite promozionali
 - Positivi risultati dei business in licenza sia per eyewear che per fragrances
 - Importanti progressi nell'esecuzione della strategia “digital”: il canale e-commerce cresce e si ampliano le collaborazioni con partner e-tailer strategici
- **Gross Margin in crescita**, grazie alla consistente riduzione delle vendite promozionali
- **Struttura dei costi sotto controllo** nonostante i maggiori investimenti in ambito digital e comunicazione
- **EBITDA a euro 279,6 milioni, 19,1%** sui ricavi netti (21,2% nel primo semestre 2016)
- **EBIT a euro 166,8 milioni, 11,4%** sui ricavi netti (13,8% nel primo semestre 2016)
- **Risultato Netto pari ad Euro 116 milioni, 7,9%** sui ricavi netti (9,1% nel primo semestre 2016)
- Buona generazione di **cassa operativa pari a Euro 208 milioni** (Euro 267 milioni nel primo semestre 2016) e capitale circolante netto in linea con il 2016.

Patrizio Bertelli, CEO

“Il lavoro di complessa ristrutturazione di tutti i processi operativi, finalizzato a dotare il Gruppo degli strumenti necessari per imporsi in un mercato sempre più competitivo, prosegue efficacemente ma non può dirsi ancora concluso.

Consapevoli di possedere uno dei brand più riconosciuti e rispettati nel panorama internazionale per la sua indiscussa leadership stilistica e d'innovazione, stiamo compiendo scelte che, nel perseguire obiettivi di crescita, privilegiano la tutela di quegli elementi culturali e stilistici su cui abbiamo fondato nel tempo l'identità dei nostri brand.

Si conferma l'andamento positivo dell'abbigliamento, in crescita da più stagioni, e delle nuove proposte di pelletteria che hanno avuto un ottimo riscontro in tutti i mercati. Restiamo peraltro ancora impegnati nella costruzione di un'offerta completa in termini di fasce di prezzo.

La nostra trasformazione digitale prosegue velocemente e si arricchisce con il lancio dell'e-commerce in tutti i mercati incluso la Cina, mentre il team dedicato si è ampliato significativamente per completare la presenza digitale dei brand del Gruppo e perseguire l'importante obiettivo di offrire una shopping-experience integrata tra on-line e off-line.

Il profondo lavoro di revisione svolto sulla struttura dei costi ci consente già oggi di godere di una buona leva operativa che permetterà ai profitti del Gruppo di cogliere un immediato beneficio dalla crescita dei ricavi. Al contempo continueremo a proteggere la generazione di cassa tenendo sotto controllo investimenti e Capitale Circolante Netto.

Siamo fiduciosi che le azioni impostate siano la giusta risposta per tornare a far crescere stabilmente ricavi e margini, seppur coscienti che stanno richiedendo tempi più lunghi del previsto per produrre gli effetti desiderati. La nostra situazione patrimoniale e finanziaria resta solida e ci consente di focalizzarci sulla creazione di valore per gli azionisti su un ampio orizzonte temporale.”

Risultati primo semestre 2017

Milano 8 settembre 2017 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato il Bilancio Consolidato relativo al primo semestre 2017 chiuso al 31 luglio 2017. **Ricavi** - I ricavi del periodo ammontano a Euro 1.469 milioni, in calo del 5,5% rispetto al primo semestre 2016 (-5,7% a cambi costanti).

Vendite per area geografica

- Il mercato in **Asia Pacific** ha invertito il trend con ricavi che hanno recuperato i valori dell'anno precedente, +0,4% (-0,6% a cambi costanti). Positiva la performance registrata in Greater China dove le vendite sono cresciute del 5,2% a cambi costanti e hanno visto valori positivi anche a Macau ed Hong Kong.
- Il **mercato americano**, ha contenuto la flessione rispetto al 2016 con un calo del 3,7% (-5,8% a cambi costanti). Performance positive nel periodo si sono peraltro registrate in Messico e Canada.
- In **Europa** i ricavi del semestre registrano una flessione del 7,7% (-6,6% a cambi costanti) penalizzati, soprattutto nel secondo trimestre, dal rafforzamento dell'euro e dalla stabilizzazione del mercato britannico.
- Non mutano le condizioni di mercato in **Giappone** che presenta un calo del 14,2% sia a cambi correnti che costanti, evidenziando consumi deboli sia da parte della clientela domestica che dei turisti.
- Il **Middle East** si presenta in flessione dell'11,7% (-13,1% a cambi costanti), penalizzato dalle tensioni geopolitiche locali che hanno influenzato i flussi turistici nella zona.

Risultati economici e finanziari - Il programma di revisione dei costi, avviato lo scorso esercizio su tutti i processi operativi, ha continuato a produrre effetti concreti, pur a fronte di maggiori spese a sostegno della strategia digitale e di comunicazione.

Il **Gross Margin** cresce passando al 74,1% (dal 72,2% del semestre precedente) e beneficia di una migliore qualità dei ricavi, conseguente alla riduzione delle vendite a saldo.

E' proseguito il piano di ottimizzazione della rete retail: il Gruppo ha aperto nel periodo 6 punti vendita e ne ha chiusi 13. Al 31 Luglio 2017 il network retail del gruppo contava 613 DOS.

L'EBITDA è stato di Euro 279.6 milioni pari al 19,1% dei ricavi (21,2% nel 2016)

L'EBIT si è attestato a Euro 166,8 milioni equivalente al 11,4% dei ricavi (13,8% nel 2016)

Il risultato netto pari a Euro 116 milioni rappresenta il 7,9% dei ricavi (9,1% nel 2016)

Nel corso del semestre il Gruppo ha generato un significativo **flusso operativo di cassa** pari a Euro 208 milioni (Euro 267 milioni nel 2016). Il **Capitale Circolante Netto** resta sostanzialmente invariato rispetto alla fine dell'esercizio precedente nonostante un lieve incremento del magazzino propedeutico ad un più efficace riassortimento delle scorte retail.

Gli **investimenti** del periodo ammontano a Euro 105,6 milioni e sono stati allocati, sia alla valorizzazione della rete retail, con 100 progetti finalizzati per adeguare l'immagine dei negozi ai nuovi codici estetici, sia al rafforzamento della supply chain con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente le capacità industriali e logistiche del Gruppo.

La Posizione Finanziaria Netta, al 31 Luglio 2017 era negativa per Euro 223 milioni, dopo la distribuzione di Euro 307 milioni di dividendi.

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 613 negozi gestiti direttamente (DOS) al 31 luglio 2017 e una rete selezionata di grandi magazzini di lusso, negozi multimarca e in franchising.