

## COMUNICATO STAMPA

### CONTINUA LA SOLIDA PERFORMANCE DEL GRUPPO PRADA

#### Vendite Retail a +17% nei primi nove mesi dell'anno

**Milano, 31 ottobre 2023** - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A. ha esaminato e approvato i ricavi consolidati al 30 settembre 2023.

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

- **Grande apprezzamento** per la sfilata **Prada P/E24**, che conferma il **momentum positivo** e la **forza creativa** del marchio
- **Efficacia della strategia** di Miu Miu che registra **ottimi risultati**
- **Ricavi Netti** pari a **3.344 milioni** di euro, in crescita del **17%** anno su anno
- **Vendite Retail +17%**, pari a **2.979 milioni** di euro, con **Prada +13%** e **Miu Miu +49%**; **terzo trimestre +10%** anno su anno, nonostante la base di confronto molto sfidante
- **Asia Pacifico, Giappone e Europa** trainano la crescita, con Vendite Retail nei nove mesi in crescita rispettivamente del **+21%**, **+47%** e **+17%**; **Medio Oriente +12%** e **Americhe -1%**
- Crescita anno su anno in tutte le categorie di prodotto, guidata da **Abbigliamento +32%**; **Pelletteria +8%** e **Calzature +16%**

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

*"L'esecuzione attenta della strategia ha generato una crescita solida nei nove mesi, e anche nel terzo trimestre, nonostante la base di confronto molto sfidante. Il Gruppo ha continuato a consolidare la desiderabilità dei propri marchi e ha accelerato gli investimenti come previsto. Guardando avanti, possiamo contare sulla nostra rafforzata organizzazione per accelerare sull'innovazione e rendere il nostro Gruppo ancora più dinamico, mantenendo la flessibilità e reattività che da sempre lo caratterizzano."*

**Andrea Guerra, Amministratore Delegato del Gruppo**, ha aggiunto:

*"Nel terzo trimestre Prada ha mantenuto una traiettoria di crescita solida, sostenuta da vendite like-for-like a prezzo pieno. Miu Miu ha registrato nuovamente un'ottima performance in tutte le geografie e categorie di prodotto. In un contesto geopolitico ed economico incerto che ci richiede di rimanere vigili, continuiamo ad osservare momentum favorevole e forte entusiasmo attorno ai nostri marchi. Questo ci posiziona bene per un quarto trimestre positivo ed in relazione alla nostra ambizione per l'anno di crescita solida, sostenibile e superiore alla media di mercato."*

## Ricavi Netti<sup>1</sup>

	9M-22 € mln	9M-23 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
<b>Ricavi Netti</b>	<b>2.976</b>	<b>3.344</b>	<b>+12%</b>	<b>+17%</b>
Vendite Retail	2.653	2.979	+12%	+17%
Vendite Wholesale	279	291	+4%	+6%
Royalties	44	73	+67%	+67%

### Continua il forte *brand momentum* di Prada e Miu Miu

Forza del marchio e creatività sostengono la crescita di **Prada** nei nove mesi. Nel terzo trimestre, la sfilata Donna Primavera/Estate 2024, che ha celebrato i 110 anni di storia del marchio reinterpretandone i codici iconici e l'identità culturale, è stata accolta con grande successo.

Le collezioni di Abbigliamento e Calzature hanno continuato a registrare grande apprezzamento da parte della clientela. Nella Pelletteria, prosegue la grande attenzione al rafforzamento di prodotti iconici – sulla linea della campagna di successo lanciata nel secondo trimestre dedicata alla “Galleria” – che si affianca alla continua introduzione di novità. Inoltre, il Q3 ha visto il lancio delle linee Prada Beauty Makeup e Skincare, accolte con ottimi consensi.

Dopo la chiusura del trimestre, Prada ha annunciato una partnership con Axiom Space per la fornitura di tute spaziali alla NASA, in vista della missione Artemis III. La partnership si fonda sull'esperienza decennale del Gruppo Prada nella sperimentazione di tecnologie e design all'avanguardia, un percorso cominciato negli anni Novanta con la partecipazione di Luna Rossa all'America's Cup.

**Miu Miu** conferma un'ottima performance nel corso dei nove mesi, sostenuta da una crescente popolarità del marchio e dal continuo rafforzamento del rapporto con la clientela su scala globale. La campagna Autunno/Inverno 2023 "Miu Miu Live!" ha ottenuto un ottimo riscontro, così come le ultime sfilate e le collezioni più recenti. Il marchio ha registrato una crescita significativa in tutte le categorie di prodotto, compresa la Pelletteria, in particolare grazie al successo delle borse "Wander" e "Arcadie", confermando forte appeal e una distintiva interpretazione della modernità.

La sfilata Primavera/Estate 24, svoltasi subito dopo la chiusura del terzo trimestre, ha ottenuto nuovamente grande successo.

### **Vendite Retail: performance positiva in tutto il periodo di riferimento** (*percentuali a cambi costanti*)

Il canale Retail ha registrato una crescita del **+17%** anno su anno nei nove mesi, con una solida performance nel terzo trimestre pari a **+10%**, su base di confronto molto sfidante (+32% per il Q3-22). La crescita ha continuato a essere sostenuta sia da prezzo medio, sia da volumi *full price*.

Le Vendite Retail di **Prada** sono aumentate del **+13%** su base annua, mentre **Miu Miu** ha registrato un **+49%**.

<sup>1</sup> Dati non sottoposti a revisione

## Vendite Retail per area geografica<sup>2</sup>

	9M-22 € mln	9M-23 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Asia Pacifico	910	1.043	+15%	+21%
Europa	831	941	+13%	+17%
Americhe	550	536	-3%	-1%
Giappone	249	334	+34%	+47%
Medio Oriente	114	125	+10%	+12%
<b>Vendite Retail</b>	<b>2.653</b>	<b>2.979</b>	<b>+12%</b>	<b>+17%</b>

L'**Asia Pacifico** ha riportato buoni sviluppi nei primi nove mesi, con crescita a **+21%**, su una base di confronto volatile in quanto caratterizzata da significative restrizioni nel Q2 e nel Q4 2022.

L'**Europa** ha registrato un **+17%** nei nove mesi, grazie alla forte domanda locale e ai flussi turistici, nonostante una base di confronto molto sfidante. Il terzo trimestre ha continuato a registrare una performance positiva, sostenuta da una solida domanda, seppur con un tasso di crescita anno su anno più moderato, come previsto.

Le vendite Retail nell'area **Americhe** sono rimaste sostanzialmente invariate nei nove mesi registrando un **-1%**, con un moderato miglioramento nel terzo trimestre rispetto al secondo.

Il **Giappone**, a **+47%**, si è confermata l'area con la migliore performance, con crescita solida e stabile nei nove mesi, largamente trainata dalla domanda locale.

Infine, il **Medio Oriente** ha registrato una solida performance, con un **+12%** nei primi nove mesi del 2023.

### Per ulteriori informazioni

Ufficio Stampa Gruppo Prada  
[corporatepress@prada.com](mailto:corporatepress@prada.com)  
[www.pradagroup.com](http://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, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria e calzature - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 603 negozi di proprietà, il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'occhialeria e dei profumi attraverso accordi di licenza, conta 24 stabilimenti e 14.085 dipendenti nel mondo (tutti i dati sono riferiti al 30 giugno 2023). Visita [www.pradagroup.com](http://www.pradagroup.com)

<sup>2</sup> Dati non sottoposti a revisione