

COMUNICATO STAMPA

INIZIO D'ANNO POSITIVO PER IL GRUPPO PRADA CON VENDITE RETAIL IN CRESCITA DEL 18%

Milano, 24 Aprile 2024 - Il Consiglio di Amministrazione di Prada S.p.A., riunito in data odierna, ha esaminato e approvato i ricavi consolidati relativi al primo trimestre concluso il 31 marzo 2024.

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

- Crescita solida del **+16%** anno su anno con **Ricavi Netti** pari a **1.187** milioni di euro, sostenuta dalla **forte identità, creatività e dinamismo dei brand**
- **Vendite Retail** pari a **1.071** milioni di euro, **+18%** anno su anno, trainate da crescita *like-for-like* e volumi *full price*
- Performance superiore alla media di mercato per **Prada**, con **Vendite Retail** a **+7%** anno su anno
- **Miu Miu** conferma la traiettoria di forte crescita, con **Vendite Retail** in aumento dell'**89%** anno su anno
- L'**Asia Pacifico** continua a crescere con **Vendite Retail** a **+16%**, nonostante il confronto con il trimestre di riapertura del 2023; crescita sostenuta in **Europa** con **+18%**; **Americhe** **+5%**; ottima performance del **Giappone** con **+46%**; **Medio Oriente** **+15%**

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

“Il Gruppo prosegue nel suo percorso di sviluppo strategico, con investimenti volti a conseguire una crescita di lungo periodo e sostenibile. La performance nel primo trimestre è stata solida, in un contesto di mercato più intricato. Dobbiamo mantenere la flessibilità e l'agilità necessarie per far fronte a dinamiche di settore in costante evoluzione, continuando a innovare e investire, grazie alla forza della nostra organizzazione e al talento delle nostre persone”.

Andrea Guerra, Amministratore Delegato del Gruppo, ha aggiunto:

“Abbiamo iniziato l'anno in maniera positiva. Nel primo trimestre Prada ha conseguito una crescita solida e superiore alla media di mercato, nonostante la base di confronto fosse molto sfidante. La performance di Miu Miu è frutto di una strategia efficace e di un'esecuzione disciplinata. Continuiamo nel nostro percorso verso l'eccellenza nel Retail, arricchendo la nostra offerta e puntando a un sempre maggiore coinvolgimento dei clienti per sostenere la desiderabilità dei marchi. Chiarezza e incisività in riferimento a posizionamento, creatività e comunicazione saranno quanto mai determinanti nell'anno in corso; pur affrontando nuove dinamiche di settore, confermiamo la nostra ambizione di continuare a generare una crescita solida, sostenibile e superiore alla media di mercato”.

Ricavi Netti¹

	Q1-23 € mln	Q1-24 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Ricavi Netti	1.065	1.187	+11%	+16%
Vendite Retail	953	1.071	+12%	+18%
Vendite Wholesale	91	90	-1%	+0%
Royalties	21	25	+22%	+22%

Elevata desiderabilità per Prada e forte *momentum* per Miu Miu

Prada continua a dimostrare elevata desiderabilità, anche grazie al successo delle sfilate Uomo e Donna Autunno/Inverno 2024. L'introduzione di novità nella Pelletteria, come la Buckle Bag, ha contribuito ad arricchire l'offerta, assieme alla continua reinterpretazione dei prodotti iconici. Nel corso del trimestre, il focus sulla collezione Prada Re-Nylon ha confermato l'impegno del brand in materia di sostenibilità.

Permane il *momentum* positivo di **Miu Miu**, rafforzato dal successo di critica della sfilata Autunno/Inverno 2024, che ha alimentato ulteriormente la desiderabilità del marchio. La Pelletteria ha continuato a registrare un riscontro molto positivo da parte della clientela, grazie alle nuove linee (Ivy e Softy) e alle icone (Arcadie e Wander), supportate anche da campagne dedicate. Le collaborazioni con Church's e New Balance hanno contribuito a dare ulteriore dinamismo all'identità di Miu Miu. Eventi e iniziative di comunicazione rappresentative del marchio hanno animato il dialogo con la comunità in tutto il mondo.

Vendite Retail (*percentuali di crescita a cambi costanti*)

Continua la crescita del canale Retail, **+18%** anno su anno, trainata da vendite *like-for-like* e volumi *full price*.

Rispetto allo stesso periodo del 2023, le Vendite Retail di **Prada** sono aumentate del **7%**; **Miu Miu** ha mantenuto una forte traiettoria di crescita con un **+89%**.

¹ Dati non sottoposti a revisione

Vendite Retail per area geografica²

	Q1-23 € mln	Q1-24 € mln	variazioni a cambi correnti	variazioni a cambi costanti
Asia Pacifico	360	396	+10%	+16%
Europa	259	295	+14%	+18%
Americhe	173	181	+4%	+5%
Giappone	113	145	+29%	+46%
Medio Oriente	47	54	+14%	+15%
Vendite Retail	953	1.071	+11%	+18%

Solida performance in **Asia Pacifico**, **+16%** anno su anno, nonostante il confronto con il primo trimestre del 2023 caratterizzato dall'eliminazione delle restrizioni legate al Covid-19 nella regione.

L'**Europa** ha registrato una crescita del **18%** anno su anno, sostenuta dai consumi domestici e dal turismo.

In ulteriore leggero miglioramento la performance delle **Americhe** rispetto al quarto trimestre 2023, con un aumento del **5%** anno su anno.

Il **Giappone** continua a registrare la crescita più elevata, **+46%** anno su anno, sostenuto dai consumi locali e dalla crescente presenza di turisti.

Solida crescita in **Medio Oriente**, con un **+15%** anno su anno.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Gruppo Prada
corporatepress@prada.com
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 e Miu Miu, a cui si aggiungono Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa e punta ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria, calzature e gioielleria - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 606 negozi di proprietà (al 31 dicembre 2023), il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'eyewear e del beauty attraverso accordi di licenza, conta 26 stabilimenti e 14.876 dipendenti nel mondo. Per maggiori informazioni si invita a visitare il sito www.pradagroup.com.

² Dati non sottoposti a revisione