



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il CdA ha esaminato i dati di fatturato del primo trimestre 2020.

- Ricavi netti a 156,7 milioni di Euro, -2,3% a cambi correnti (-2,9% a cambi costanti) rispetto ai 160,4 milioni di Euro al 31 marzo 2019;
- Nord America +9,5%, Europa -2,2%, Italia -13,9%, Cina -27,2%, Resto del Mondo +6,6%;
- Performance per canali distributivi: monomarca retail -7,4%, multimarca wholesale +2.0%; monomarca wholesale +0,5%.

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“L’anno in corso è partito molto, molto bene sotto il profilo economico e di immagine del brand, sino al 29 febbraio; l’unica eccezione era rappresentata dalla Cina a causa dell’epidemia da Covid-19. La nostra azienda ha reagito da subito all’emergenza sanitaria mettendo la propria azione a salvaguardia della salute della totalità dei suoi dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti di tutto il mondo. Le scelte precauzionali adottate e le misure eccezionali introdotte dai governi di diversi Paesi nel mondo per contenere la diffusione del virus, hanno portato alla conseguente chiusura di un importante numero di boutique nel mondo ed hanno influito sulle vendite solo nelle ultime settimane del primo trimestre, riducendone quindi in misura marginale il risultato complessivo.”

“L’impatto economico e finanziario della pandemia è atteso principalmente sul secondo trimestre, con le vendite che saranno significativamente influenzate dalla chiusura ancora di una quantità importante di boutique nel mondo. Forte attenzione è dedicata alla progettazione del biennio 2021-2022 per il quale immaginiamo una forte e significativa ripresa del business, consentendoci di seguire a lavorare per il nostro piano decennale 2019 – 2028, che ci dovrebbe portare al raddoppio del fatturato.”

“Riteniamo questo momento fortemente congiunturale; per questa ragione la nostra attenzione è rivolta alla gestione dell’anno in corso e al sano controllo dei costi, mantenendo fortemente solida la nostra struttura aziendale per essere pronti nel miglior modo a riprendere completamente l’attività e seguiamo coerentemente con la nostra progettazione, a mantenere il forte programma di investimenti strategici per tutto ciò che riguarda la parte di distribuzione e di produzione dell’azienda, nonché al sostegno del brand nella sua totalità.”



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 7 maggio 2020 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – Maison italiana operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana – ha esaminato in data odierna il fatturato del primo trimestre 2020, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti del primo trimestre 2020 sono pari a 156,7 milioni di Euro, con una performance a cambi correnti pari al -2,3% (-2,9% a cambi costanti) rispetto ai 160,4 milioni di Euro dello scorso anno.

Ricavi per Area Geografica

Mercato Italiano – i ricavi sono pari a 24,4 milioni di Euro (15,6% sul totale), con una performance del -13,9% rispetto ai 28,4 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Il mercato italiano ha riportato positivi risultati nella prima parte del trimestre, con risultati di vendita delle collezioni Primavera/Estate 2020 molto interessanti; la seconda parte del trimestre è stata impattata dalla completa chiusura degli spazi di vendita. Molto positiva la raccolta ordini per l'Autunno – Inverno 2020.

Mercato Europeo – vendite pari a 51,0 milioni di Euro (32,5% sul totale), con una performance del -2,2% rispetto ai 52,1 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Il trimestre riportava, fino ai primi di marzo, incrementi di crescita più che buoni beneficiando anche di un trend della moda virato verso un gusto più pulito confacente al nostro. La raccolta ordini per l'Autunno – Inverno 2020 è stata particolarmente interessante.

La chiusura delle boutique in Europa, a fronte dell'emergenza sanitaria che si è progressivamente espansa nelle varie aree geografiche, è avvenuta nelle ultime 2 settimane del mese di marzo, impattando i risultati del primo trimestre in misura marginale.

Mercato Nordamericano – ricavi pari a 50,8 milioni di Euro (32,4% sul totale), con un risultato del +9,5%, rispetto ai 46,4 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Il trend ha riportato un deciso incremento sino alla prima decade di marzo, dopodiché è avvenuta la chiusura delle boutique monobrand e degli spazi multibrand.

Anche in questo mercato segnaliamo una importante raccolta ordini per la campagna Autunno – Inverno 2020.

Cina – fatturato pari a 11,2 milioni di Euro (7,2% del totale), con una performance pari al -27,2% rispetto ai 15,4 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Partendo da un inizio del 2020 molto positivo, con un notevole apprezzamento delle collezioni che supportava crescite importanti del sell-out, le dinamiche del trimestre sono poi state ampiamente impattate dall'evoluzione correlata all'emergenza Coronavirus.



BRUNELLO CUCINELLI

In particolare, sono stati riportati significativi cali a partire dall'ultima settimana di gennaio e per tutto il mese di febbraio, in presenza dei tempestivi interventi normativi del governo cinese per arginare l'espandersi dei contagi; nei primi 10 giorni di marzo, a seguito della progressiva normalizzazione della situazione sanitaria, delle riaperture degli spazi di vendita e soprattutto della voglia di ripartenza, vi sono stati i primi miglioramenti rispetto al trend delle precedenti settimane, consolidatesi negli ultimi giorni. Significativa la raccolta ordini Autunno – Inverno 2020.

Resto del Mondo – vendite pari a 19,3 milioni di Euro (12,3% del totale), con un risultato del +6,6% rispetto ai 18,1 milioni di Euro dello scorso primo trimestre 2019.

La performance del trimestre è molto buona con un impatto contenuto in questa area solo negli ultimi giorni di marzo. Buonissima la raccolta ordini Autunno – Inverno 2020.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – ricavi pari a 65.9 milioni di Euro (42,1% del totale), con una performance del -7,4% rispetto ai 71,2 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Il risultato riportato rispecchia una prima parte del trimestre, fino alla fine del mese di febbraio, con risultati e LFL decisamente positivi, accompagnati da incrementi dei sell-out di vendita delle collezioni Primavera Estate 2020, al netto dell'impatto dell'emergenza sanitaria in Cina e Asia. Le dinamiche relative alla chiusura di un importante numero di boutique influiscono in particolare nella seconda parte del trimestre.

Il network al 31 marzo 2020 è pari a 107 boutique (106 boutique al 31 dicembre 2019); nel primo trimestre 2020 è stata aperta la nuova boutique di New York nel quartiere trendy di Meatpacking District.

Canale monomarca Wholesale – vendite pari a 11,2 milioni di Euro (7,1% del totale), con una performance del +0,5% rispetto a 11,1 milioni di Euro al 31 marzo 2019; il network è pari a 30 boutique, invariato rispetto al 31 dicembre 2019.

Canale multimarca Wholesale – fatturato pari a 79,7 milioni di Euro (50,8% sul totale), con un risultato del +2.0% rispetto ai 78,1 milioni di Euro al 31 marzo 2019.

Il risultato riflette risultati molto positivi delle collezioni Primavera 20, con sell-out di vendita per i nostri multibrand in significativo rialzo sino al mese di febbraio, al netto della Cina.

Nel pieno rispetto delle disposizioni previste dal governo italiano, a partire dalla seconda metà di marzo le attività aziendali che non potevano essere gestite con lo “smart working” erano state infatti temporaneamente sospese, e tra queste le consegne al canale wholesale, multimarca e monomarca. Tali attività sono riprese da qualche settimana per soddisfare le richieste di ordini che nel frattempo erano state confermate da parte dei più importanti multibrand.



BRUNELLO CUCINELLI

Riteniamo che queste dinamiche siano favorite dal bellissimo rapporto che crediamo di avere con i nostri clienti multibrand; vorremmo quindi sottolineare le numerose risposte attraverso lettere, email e messaggi che abbiamo ricevuto a seguito della condivisione dei pensieri di Brunello Cucinelli sul periodo che stiamo vivendo, come già facemmo nell'ultima crisi economica del 2008; in quell'occasione infatti inviammo una lettera a tutti i nostri clienti e partner dicendo che avremmo affrontato quel periodo insieme, fianco a fianco, garantendo l'appoggio ed il supporto della nostra impresa, per un'auspicata ripartenza che poi fu di fatto importante e ricca di benefici.

OUTLOOK

L'anno in corso è partito molto, molto bene sotto il profilo economico e di immagine del brand, sino al 29 febbraio; l'unica eccezione era rappresentata dalla Cina a causa dell'epidemia da Covid-19. La nostra azienda ha reagito da subito all'emergenza sanitaria mettendo **al centro della propria azione la salvaguardia della salute della totalità dei suoi dipendenti, collaboratori, fornitori e clienti di tutto il mondo.**

Le scelte precauzionali adottate e le misure eccezionali introdotte dai governi di diversi Paesi nel mondo per contenere la diffusione del virus, hanno portato alla conseguente chiusura di un importante numero di boutique nel mondo ed hanno influito sulle vendite solo nelle ultime settimane del **primo trimestre, riducendone quindi in misura marginale il risultato complessivo.**

L'impatto economico e finanziario della pandemia è **atteso principalmente sul secondo trimestre, con le vendite che saranno significativamente influenzate** dalla chiusura ancora di una quantità importante di boutique nel mondo.

Da giovedì 16 aprile l'azienda ha ripreso ad operare nella sua sede di Solomeo con tutto lo staff inerente alle collezioni e prototipia, consistente in circa il 23% dei collaboratori. **Dal 4 maggio**, tutta l'azienda è al completo come altresì la filiera produttiva, chiaramente nel rispetto dei protocolli sanitari a tutela delle umane risorse.

Nella consapevolezza che l'andamento della pandemia e le misure prese dai governi non permettono al momento la completa riapertura delle boutique, tutto ciò rende difficile valutare l'andamento del 2020, ma rimaniamo **molto fiduciosi sulla seconda parte dell'anno, dove immaginiamo un progressivo e marcato recupero rispetto ai primi sei mesi.**

Riteniamo questo momento **fortemente congiunturale**; per questa ragione la nostra attenzione è rivolta alla **gestione dell'anno in corso e al sano controllo dei costi, mantenendo fortemente solida la nostra struttura aziendale per essere pronti nel miglior modo a riprendere completamente l'attività quando sarà possibile.**

Forte attenzione è altresì dedicata alla **progettazione del biennio 2021-2022** per il quale immaginiamo una **forte e significativa ripresa del business**, consentendoci di seguire a lavorare per il nostro **piano decennale 2019 – 2028**, che ci dovrebbe portare al raddoppio del fatturato.



BRUNELLO CUCINELLI

Coerentemente con la nostra progettazione, **manteniamo il forte programma di investimenti strategici per tutto ciò che riguarda la parte di distribuzione e di produzione dell'azienda, nonché al sostegno del brand nella sua totalità.**

Contestualmente alla ripresa delle attività lavorative, in aggiunta al rispetto delle normative previste e per **garantire la massima sicurezza e assoluta serenità all'intera comunità aziendale, alle rispettive famiglie e a tutte le persone in visita a Solomeo** presso la nostra azienda, è partito uno speciale progetto frutto di un accordo tra l'azienda e il Dipartimento di Medicina dell'Università degli Studi di Perugia. Tale progetto prevede la **possibilità di sottoporsi al doppio esame del tampone rinofaringeo e del prelievo sierologico per individuare l'eventuale positività al Covid19.**

Grazie a **spazi dedicati** dove poter eseguire i prelievi, alla presenza di **personale medico specialistico** e con la disponibilità di **avanzate strumentazioni**, acquisite dall'azienda e dalla Fondazione "Brunello e Federica Cucinelli", è possibile **"processare" il singolo esame in poco più di mezz'ora.** Riteniamo che questo approccio possa in qualche modo proporre un possibile modello per la ripresa e la gestione delle attività lavorative nella massima sicurezza, contribuendo alla serenità dell'anima di tutte le umane risorse che con noi collaborano.

Aggiornamento Calendario Finanziario 2020

La Società comunica che, in data 21 maggio 2020, al termine dell'Assemblea degli Azionisti che rinoverà gli organi sociali, si terrà la prima riunione del nuovo Consiglio di Amministrazione per il conferimento delle deleghe e per la nomina dei comitati interni.

Inoltre, si comunica che il 14 luglio 2020, data in cui verranno pubblicati al mercato i dati Preliminari dei Ricavi Netti al 30 giugno 2020 (evento già indicato nel Calendario Finanziario 2020 diffuso il 7 novembre 2019), si terrà anche una conference call con investitori istituzionali e analisti finanziari, che ha come fine un aggiornamento del nostro business.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Moreno Ciarapica, dichiara ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 58 del 1998 che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Si precisa che i dati preliminari di fatturato del presente comunicato non sono stati sottoposti a revisione.

Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Brunello Cucinelli S.p.A.. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri.



BRUNELLO CUCINELLI

Brunello Cucinelli S.p.A. è un'azienda di moda italiana - fondata nel 1978 dall'omonimo stilista e imprenditore e quotata al Mercato Telematico di Borsa Italiana - che opera nella **creazione di manufatti di lusso**. L'Azienda, da sempre **radicata nel borgo medievale di Solomeo**, è considerata espressione autentica dell'idea di "Capitalismo Umanistico", capace di conciliare una crescita costante e solida con una filosofia imprenditoriale volta ai grandi temi dell'**Armonia con il Creato** e dell'**Umana Sostenibilità**.

Specialista per le produzioni in cashmere, il **brand** è ritenuto **tra i più esclusivi del prêt-à-porter chic**, riconosciuto in tutto il mondo come espressione di lifestyle quotidiano. La combinazione di **modernità e artigianalità**, di **eleganza e creatività**, di **passione e valori umani** rendono Brunello Cucinelli tra i più esclusivi e ammirati **testimonial del gusto italiano** nel mondo, interpretando autenticamente quei valori di **sartorialità e artigianalità** caratteristici del **Made in Italy** e del territorio umbro, sapientemente coniugati con l'attenzione all'**innovazione** e alla **contemporaneità dello stile**.

Attraverso un **percorso di crescita sano, equilibrato e sostenibile**, il grande obiettivo dell'impresa è quello di provare a realizzare profitti con **etica, morale e dignità**, nel pieno rispetto della dignità morale ed economica delle oltre 1.800 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

Nel 2019 sono stati superati i 600 milioni di Euro di ricavi, una presenza selezionata nel mercato, limitata a 136 boutique monomarca e negli spazi più prestigiosi dei più importanti multibrand mondiali.

Contatti: **Investor Relations & Corporate Planning**

Pietro Arnaboldi
Brunello Cucinelli S.p.A.
Tel. 075/69.70.079

Media

Vittoria Mezzanotte	Ferdinando de Bellis
Brunello Cucinelli S.p.A.	Barabino & Partners
Tel. 02/34.93.34.78	Tel. 02/72.02.35.35

Corporate website: www.brunellocucinelli.com