



# BRUNELLO CUCINELLI

## Comunicato Stampa

### **BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. approva il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2015**

- Ricavi netti a 111,7 milioni di Euro, +12,1% a cambi correnti rispetto al 31 marzo 2014;
- EBITDA pari a 19,2 milioni di Euro, +9,5%<sup>1</sup>;
- Utile netto pari a 9,3 milioni di Euro, +3,3%<sup>1</sup>;
- Mercati Internazionali in crescita del +15,2%, e Mercato Italiano in aumento del +1,7%;
- Crescita in tutti i Mercati Internazionali: Nord America +34,0%, Europa +5,5%, Greater China +10,2%, Resto del Mondo +3,8%;
- Incrementi di fatturato in tutti i canali distributivi: monomarca retail +33,1%, monomarca wholesale +1,3% (+7,7% al netto delle conversioni al canale diretto), multimarca wholesale +1,8%;
- Investimenti pari a 13,6 milioni di Euro nel primo trimestre 2015 (40,3 milioni di Euro investiti negli ultimi 12 mesi), all'interno del progetto pluriennale 2013-2015 (circa 115 milioni di Euro), strutturale per l'esclusività della presenza, del posizionamento, per lo sviluppo delle infrastrutture produttive, l'ampliamento dello stabilimento industriale di Solomeo e per la piattaforma tecnologica;
- Indebitamento finanziario netto pari a 68,2 milioni di Euro al 31 marzo 2015, coerentemente con la stagionalità del business, l'importante progetto di investimenti e l'esclusivo ampliamento del network monomarca.

**Brunello Cucinelli**, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

*“Siamo particolarmente contenti di come è partito l'anno 2015. Osserviamo per il nostro brand segnali forti. Alla luce dei risultati molto positivi del primo trimestre, avendo in casa tutti gli ordini di un'affascinante prossima stagione invernale e l'importante sell-out estivo, immaginiamo per l'anno in corso la conferma di una crescita a due cifre “bella”.*

*In questo anno, inoltre, va a completarsi il piano triennale di “grandi investimenti” che ci hanno condotto a sentirci un'industria dalle solide fondamenta, continuando a porre la massima attenzione in quel made in Italy “artigianale” nel quale tanto crediamo.*

*Tra le persone con cui lavoriamo, in Italia e all'estero, percepiamo l'avvio di una fase di rinnovata positività ed entusiasmo per tutto quello che proviene dalla nostra terra.”*

---

<sup>1</sup> Il confronto è relativo all'EBITDA e Utile Netto del 1° trimestre 2014 normalizzato, ovvero escludendo le componenti straordinarie realizzate nei primi 3 mesi dello scorso anno.



## BRUNELLO CUCINELLI

*Solomeo, 12 maggio 2015* – 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 e approvato in data odierna il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2015.

L'anno 2015 si apre con un primo trimestre che conferma il percorso di crescita “*garbata*” e di sostenibilità di lungo periodo, all'interno del progetto aziendale che da sempre si fonda su principi solidi e indirizzo univoco della strategia aziendale, basato su una consolidata proposta **prêt-à-porter** esclusiva e un sofisticato concetto di **lifestyle contemporaneo**.

**Eccellente qualità** delle fibre e materiali utilizzati, sapienti **manualità artigianali italiane** che producono i manufatti, **creatività** nella progettazione, **presenza esclusiva** nelle vie del lusso principali e nei più prestigiosi Luxury Department Store nel mondo: tutti questi sono gli elementi che da sempre caratterizzano il DNA dell'azienda, permettendo di raggiungere solidi risultati di crescita e fatturato.

La dinamica del trimestre conferma la solidità delle abitudini di acquisto del consumatore della fascia altissima, limitando l'influenza dei cambiamenti di carattere macro-economico, politico e monetario nelle scelte di acquisto, sia del consumatore locale che dei turisti.

### **Andamento dei ricavi**

I ricavi netti al 31 marzo 2015 sono pari a 111,7 milioni di Euro, in crescita del +12,1% (+8,6% a cambi costanti), rispetto ai 99,6 milioni di Euro riportati al 31 marzo 2014.

I ricavi delle vendite e delle prestazioni, inclusi gli altri ricavi operativi, sono pari a 111,9 milioni di Euro, in crescita del +11,0% rispetto ai 100,8 milioni di Euro del 31 marzo 2014, che comprendevano, nella voce altri ricavi operativi, una plusvalenza<sup>2</sup> di 0,8 milioni di euro.

Al netto di tale plusvalenza, la crescita dei ricavi delle vendite e delle prestazioni sarebbe pari al +11,8%.

### **Ricavi per Area Geografica**

I risultati riportati sono positivi sia nei mercati internazionali, in aumento del +15,2% (con un peso del 79,1% sui ricavi netti), sia nel mercato italiano, con vendite in aumento del +1,7%.

Le dinamiche confermano l'appeal della proposta “Brunello Cucinelli” per il consumatore di “lusso assoluto”, oltre alla solidità della domanda del consumatore locale e del flusso di turismo della fascia più alta, che si concentra nelle località più esclusive e attraenti, siano esse nelle principali città mondiali o nelle località resort.

Mercato nordamericano - incremento dei ricavi pari al +34,0% (34,5 milioni di Euro rispetto a 25,8 milioni di Euro nel primo trimestre del 2014, con un peso sul fatturato del 30,9%).

Importante sia la crescita di fatturato nel canale diretto, grazie ai significativi risultati ottenuti nelle boutique esistenti e al contributo delle tre aperture avvenute negli ultimi 12 mesi (Atlanta e San Francisco, entrambe nel settembre 2014, e New York Soho al termine del mese di marzo 2015), sia l'aumento dei ricavi nel canale multimarca wholesale, trainato dai sell out di vendita negli spazi dei più importanti Luxury Department Stores.

---

<sup>2</sup> Operazione di cessione di un immobile non in prossimità del sito manifatturiero e logistico della Società, in quanto tale immobile non rientrava nel progetto di ampliamento e ristrutturazione che ha interessato l'intera area del sito di Solomeo; tale cessione aveva generato, nel primo trimestre del 2014, una plusvalenza pari ad Euro 755 migliaia.



## BRUNELLO CUCINELLI

I Luxury Department Stores, orientati a soddisfare le esigenze della clientela di fascia più alta e sofisticata, proseguono infatti nella scelta di concedere gli spazi più prestigiosi, incrementando nello stesso tempo le superfici di vendita, ai brand ritenuti “moderni e contemporanei”, caratterizzati dall’offerta di prodotti esclusivi e unici.

I risultati sono supportati sia dagli acquisti del consumatore locale, sia dai flussi di turismo di fascia alta, costantemente sostenuti nelle località più prestigiose.

Il network monomarca al 31 marzo 2015 è pari a 19 boutique (16 boutique al 31 marzo 2014).

Mercato europeo - vendite in aumento del +5,5% (35,2 milioni di Euro rispetto ai 33,4 milioni di Euro del primo trimestre del 2014, con un peso pari al 31,5%).

Risultati supportati dalla crescita dei ricavi degli spazi esistenti, in particolare nelle principali città e nelle più prestigiose località resort, con un contributo delle nuove superfici limitato a tre aperture (Vienna, nell’aprile 2014, Francoforte, nel gennaio 2015, e Parigi, nella seconda metà di marzo 2015).

Stabili i flussi del turismo della fascia più alta (da sempre meno soggetti alla volatilità correlata a dinamiche macro-economiche e valutarie), così come rimangono solidi i risultati delle vendite in Russia, sia in relazione alle performance riportate nelle boutique multibrand, sia nella raccolta ordini per la collezione AI 15.

Il network monomarca diretto al 31 marzo 2015 è pari a 24 boutique (21 boutique al 31 marzo 2014), mentre il network monomarca wholesale rimane invariato e pari a 19 boutique.

Greater China – fatturato in aumento del +10,2%, raggiungendo i 6,9 milioni di Euro (con un peso limitato e pari al 6,2%) al 31 marzo 2015, rispetto ai 6,2 milioni di Euro del 31 marzo 2014.

L’incremento delle vendite è trainato dalla performance del network esistente, in presenza di un network di boutique dirette invariato negli ultimi 12 mesi; la “normalizzazione” del trend di crescita del primo trimestre 2015 differisce dagli incrementi di fatturato dei precedenti trimestri, impattati positivamente dalle conversioni di boutique dal canale wholesale monomarca al canale diretto.

L’esclusività della distribuzione nella Mainland China è garantita dalla presenza limitata a una decina di boutique, selezionate vetrine per il consumatore di fascia alta, sia per i suoi acquisti nel mercato domestico, sia per quelli nelle principali capitali mondiali del lusso - da sempre rappresentativi di un’esperienza di acquisto prestigiosa e unica.

I flussi del turismo del consumatore asiatico più esclusivo, rivolti costantemente verso le location più esclusive, rimangono in linea con il trend dei precedenti trimestri, in presenza di una politica di prezzi da sempre equilibrata e bilanciata nelle diverse aree geografiche.

Considerando la Greater China nella sua interezza, il numero complessivo delle boutique monomarca è pari a 19, con l’apertura di una boutique monomarca wholesale a Taiwan negli ultimi 12 mesi.



## BRUNELLO CUCINELLI

Resto del Mondo – risultato in crescita del +3,8%, pari a 11,7 milioni di Euro (peso del 10,5%) al 31 marzo 2015, rispetto agli 11,3 milioni di Euro del 31 marzo 2014.

Le relative dinamiche delle vendite sono impattate dalla conversione alla gestione diretta<sup>3</sup>, a partire dal 1° settembre 2014, del business in Giappone.

Tali passaggi e conversioni hanno influenzato i risultati dei primi 3 mesi; il primo trimestre dello scorso anno era infatti caratterizzato dalle consegne della Primavera Estate ai clienti wholesale monomarca e multimarca (fatturato sell-in), mentre le analoghe consegne nei punti vendita nel primo trimestre di quest'anno contribuiranno alle vendite sia del primo che del secondo trimestre.

Il numero dei negozi monomarca al 31 marzo 2015 è pari a 12 boutique (9 boutique al 31 marzo 2014), con tre aperture negli ultimi 12 mesi (San Paolo e Seoul nel 2014, mentre nel 2015 l'unica apertura è stata Singapore).

Mercato italiano – significativo il trend di crescita nel mercato italiano, con il fatturato che evidenzia un incremento del +1,7%, raggiungendo i 23,4 milioni di Euro, con un peso pari al 20,9% sul totale dei ricavi, rispetto ai 23,0 milioni di Euro del primo trimestre 2014.

Il risultato è trainato dalle performance delle boutique monomarca e multimarca nelle principali città e località resort, che beneficiano degli acquisti della clientela locale e del costante flusso di turisti di fascia alta.

Al 31 marzo 2015 il network monomarca diretto è pari a 13 boutique (11 boutique al 31 marzo 2013), con le sole aperture di Bari, nel mese di novembre 2014, e Palermo, alla fine del mese di marzo 2015, mentre il network del canale monomarca wholesale rimane pari a 4 boutique.

### **Ricavi per Canale Distributivo**

Canale monomarca Retail - aumento dei ricavi pari al +33,1%, che raggiungono i 43,8 milioni di Euro rispetto ai 32,9 milioni di Euro del primo trimestre 2014, con un peso del 39,2% sul totale dei ricavi (33,1% al 31 marzo 2014).

Le vendite *Like for Like*<sup>4</sup> della rete di negozi diretti sono in aumento del +4,8% nelle prime 18 settimane del 2015 (periodo 01 gennaio – 03 maggio 2015), in linea con il trend dei periodi precedenti.

Positivo il contributo delle 9 aperture di boutique degli ultimi 12 mesi (di cui 3 nella seconda metà del mese di marzo 2015) e delle 3 conversioni dalla rete wholesale monomarca al canale diretto (che raggiunge le 75 boutique al 31 marzo 2015), cui si aggiunge l'impatto del passaggio dei 13 hard-shop in Giappone alla gestione diretta.

Canale monomarca wholesale – ricavi pari 12,7 milioni di Euro (11,4% sul fatturato totale), con un incremento del +1,3% rispetto ai 12,6 milioni di Euro riportati al 31 marzo 2014 (12,6% sui ricavi totali). Il risultato è impattato dalle conversioni al canale diretto; al netto delle conversioni, la crescita del fatturato nel canale monomarca wholesale è pari al +7,7%.

Il network di boutique monomarca wholesale rimane invariato, e pari a 35 boutique al 31 marzo 2015, a fronte delle 3 conversioni al canale diretto (3 boutiques in Giappone) e 3 aperture avvenute negli ultimi 12 mesi.

---

<sup>3</sup> A partire dal 1° settembre 2014, sono state convertite in Giappone le 3 boutique monobrand wholesale in negozi diretti, e i 13 hard shop, nei più importanti Luxury Department Stores, sono passati dalla gestione wholesale multibrand al canale Retail.

<sup>4</sup> Il Like for Like del 2015 è calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti nei DOS esistenti al 1/1/2014.



## BRUNELLO CUCINELLI

**Canale di vendita multimarca** – fatturato in crescita del +1,8%, con vendite pari a 55,1 milioni di Euro (49,4% sui ricavi totali), rispetto ai 54,1 milioni di Euro al 31 marzo 2014 (peso pari al 54,3%).

Il risultato è influenzato, come anticipato, dalle conversioni, dal 1° settembre 2014, dei 13 spazi dedicati nei Luxury Department Store giapponesi dal canale multimarca al canale Retail.

### **Il network del canale Monomarca**

Il network monomarca è pari a 110 boutique al 31 marzo 2015 (98 boutique al 31 marzo 2014), in presenza di 12 aperture nette negli ultimi 12 mesi; le conversioni dal canale monomarca wholesale al canale diretto, rispetto al 31 marzo 2014, sono state pari a 3 boutique.

Le boutique monomarca dirette sono pari a 75 (63 boutique al 31 marzo 2014), con 9 aperture nette e 3 conversioni dalla rete monomarca wholesale negli ultimi 12 mesi.

Il network monomarca wholesale comprende 35 boutique, invariate rispetto al 31 marzo 2014, con 3 nuove aperture e 3 passaggi negli ultimi 12 mesi.

All'interno del progetto di selezionate aperture, programmato per l'interno 2015, sono state inaugurate nel mese di aprile e inizio maggio le esclusive boutique dirette di Montecarlo e Ala Moana (Hawaii), cui si è aggiunta l'apertura, nel mese di aprile, della boutique monomarca wholesale di Sofia.

### **Analisi Conto Economico**

L'EBITDA raggiunge i 19,2 milioni di Euro (incidenza pari al 17,1% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni), con un incremento del +9,5% rispetto ai 17,5 milioni di Euro dell'EBITDA normalizzato<sup>5</sup> al 31 marzo 2014 (incidenza pari al 17,5%); includendo nel risultato dell'EBITDA al 31 marzo 2014 la plusvalenza riportata, la crescita del primo trimestre 2015 è pari al +5,0%, rispetto ai 18,3 milioni di Euro (incidenza pari al 18,1%) di EBITDA del 1° trimestre 2014.

Evoluzione del mix canale, sviluppo del business e LFL positivo favoriscono la crescita di marginalità, che a livello di EBITDA viene impattata dall'incremento dei costi operativi, correlati alle iniziative introdotte per la sostenibilità del progetto di crescita di lungo periodo, e per il posizionamento del brand nella fascia più alta del lusso.

Le dinamiche relative al mix canale determinano un incremento del peso delle vendite dirette dal 33,1% al 39,2%; positivo il contributo della performance LFL e dello sviluppo della presenza nel canale Retail.

Il network Retail, al 31 marzo 2015, comprende 75 boutique dirette, in presenza di 9 aperture e 3 conversioni dalla rete wholesale monomarca negli ultimi 12 mesi, cui si aggiungono i 13 hard-shop in Giappone, a seguito del loro passaggio alla gestione diretta dal 1° settembre 2014.

I costi operativi, la cui incidenza passa dal 38,2% al 42,7%, aumentano contestualmente alla crescita del business, alle dinamiche del network monomarca (nuove aperture e conversioni nel canale diretto), al passaggio della gestione del business in Giappone al canale diretto (avvenuto lo scorso primo settembre 2014, con il relativo incremento dei costi di struttura), e al trend degli affitti nelle località più esclusive.

---

<sup>5</sup> Operazione di cessione di un immobile non in prossimità del sito manifatturiero e logistico della Società, in quanto tale immobile non rientrava nel progetto di ampliamento e ristrutturazione che ha interessato l'intera area del sito di Solomeo; tale cessione aveva generato, nel primo trimestre del 2014, una plusvalenza, contabilizzata nella voce "Altri Ricavi", pari ad Euro 755 migliaia.



## BRUNELLO CUCINELLI

A fronte di tali elementi, i costi del personale (la cui incidenza passa dal 15,0% al 16,4%), e soprattutto i costi di affitto (incidenza dal 6,1% al 9,3%) aumentano significativamente; i costi del personale passano dai 15,1 milioni di Euro a 18,3 milioni di Euro, mentre gli affitti crescono da 6,2 milioni di Euro a 10,4 milioni di Euro.

L'incremento dei costi del personale è impattato dalle assunzioni degli ultimi 12 mesi, con il totale personale dell'azienda che passa da 1.169 FTE (Full Time Equivalent), al 31 marzo 2014, agli attuali 1.362 FTE; le assunzioni hanno coinvolto principalmente sia il personale delle nuove boutique e spazi di vendita, sia la struttura organizzativa per la gestione del business in Giappone e dei nuovi show-room aperti nella seconda metà del 2014.

Lo sviluppo del network determina contestualmente la crescita dei costi di affitto, che incrementano anche in presenza dei riposizionamenti e ampliamenti di alcune delle più importanti boutique, e della rinegoziazione di contratti in scadenza, all'interno di un contesto di crescita e di apprezzamento del mercato immobiliare per le location più esclusive.

Rimane positiva la leva sugli altri costi operativi, la cui incidenza passa dal 17,2% al 17,0%, con gli investimenti in comunicazione che crescono da 5,7 milioni di euro del primo trimestre 2014 ai 6,0 milioni di euro al 31 marzo 2015.

Gli ammortamenti sono in crescita del +36,5%, a fronte dei significativi investimenti degli ultimi 12 mesi, passando da 3,1 milioni di euro (incidenza pari al 3,1%) al 31 marzo 2014, ai 4,2 milioni di euro al 31 marzo 2015 (incidenza pari al 3,8%).

L'incremento dell'indebitamento medio di periodo impatta la crescita degli oneri finanziari netti, che passano da 0,7 milioni di Euro (incidenza dello 0,7%) a 1,2 milioni di Euro pari (incidenza dell'1,1%).

La tassazione cala rispetto al periodo precedente, raggiungendo un tax rate del 31,9% al 31 marzo 2015 rispetto al 33,8% al 31 marzo 2014.

L'Utile Netto è pari a 9,3 milioni di Euro, con una crescita del +3,3% rispetto ai 9,1 milioni di Euro dell'Utile Netto normalizzato<sup>5</sup> al 31 marzo 2014; includendo nel risultato dell'Utile Netto del primo trimestre dello scorso anno la plusvalenza riportata, il risultato al 31 marzo 2015 riporta una variazione pari al -2,3%.

### **Situazione Patrimoniale**

Il capitale circolante è pari a 114,2 milioni di Euro al 31 marzo 2015 (incidenza sul fatturato degli ultimi 12 mesi pari al 31,0%), rispetto a 89,4 milioni di euro del 31 marzo 2014 (incidenza pari al 26,8%).

Il magazzino passa da 91,5 milioni di Euro (incidenza pari al 27,5% sul fatturato degli ultimi 12 mesi) a 127,6 milioni di Euro (incidenza pari al 34,7%); il relativo incremento è strutturale allo sviluppo del business, all'evoluzione del network di boutique monomarca dirette (9 aperture nette e 3 conversioni negli ultimi 12 mesi, raggiungendo un totale di 75 boutique) e all'evoluzione della modalità di gestione del business in Giappone, dal 1 settembre 2014, che include anche 13 spazi nei Luxury Department Stores.

L'incremento del magazzino è parzialmente bilanciato dalla variazione delle "Altre passività nette", pari a 20,4 milioni di Euro al 31 marzo 2015 rispetto a 5,3 milioni di Euro al 31 marzo 2014, con un incremento correlato alla valutazione del *fair value* sugli strumenti derivati di copertura in essere<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> La variazione delle "Altre passività nette" è riconducibile alla valutazione dei fair value sugli strumenti derivati di copertura del rischio di cambio connesso alle transazioni commerciali in valuta estera. A tale proposito, si ricorda che il



## BRUNELLO CUCINELLI

Tra le altre voci del capitale circolante netto, le variazioni dei crediti e debiti commerciali seguono l'andamento del business; i crediti commerciali passano da 59,8 milioni di Euro al 31 marzo 2014 a 64,2 milioni di euro al 31 marzo 2015, in relazione alla dinamica degli incassi tra i differenti trimestri, mentre i debiti commerciali passano dai 56,6 milioni di Euro, al 31 marzo 2014, a 57,3 milioni di Euro al 31 marzo 2015.

### **Posizione Finanziaria Netta e Investimenti**

La posizione finanziaria netta è pari a 68,2 milioni di Euro al 31 marzo 2015, rispetto ai 28,3 milioni di euro al 31 marzo 2014.

Il progetto pluriennale di forti investimenti, iniziato nel 2013 e che si completerà nel 2015, per un totale di ca. 115 milioni di Euro, prosegue nel primo trimestre del 2015.

Gli investimenti al 31 marzo 2015 sono pari a 13,6 milioni di euro (12,9 milioni di Euro al 31 marzo 2014); il totale degli investimenti negli ultimi 12 mesi raggiunge quindi i 40,3 milioni di Euro.

Gli investimenti commerciali, al 31 marzo 2015, sono pari a 9,1 milioni di Euro, dedicati principalmente alle aperture delle esclusive boutiques e all'incremento di alcune superfici di vendita relative e degli spazi nei più prestigiosi Luxury Department Stores.

Gli investimenti relativi alla produzione e logistica sono pari a 4,5 milioni di Euro, che includono gli investimenti per la piattaforma tecnologica, all'interno dell'importante progetto pluriennale di rafforzamento ed evoluzione, iniziato nel 2014 e che si completerà il prossimo anno.

Tale progetto comprende inoltre gli investimenti destinati al rafforzamento della presenza digitale del brand, coerentemente con il posizionamento di esclusività e prestigio del marchio.

### **Governo Societario**

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione della Società ha deliberato, con il parere favorevole del Comitato Controllo e Rischi (composto da tre amministratori indipendenti), di modificare la procedura per le operazioni con parti correlate ai sensi della disciplina Consob, il cui testo era stato da ultimo aggiornato il 9 maggio 2012 (subito dopo l'inizio delle negoziazioni delle azioni della Società sul MTA). Le modifiche, oltre ad alcuni interventi di semplificazione ed aggiornamento dei riferimenti, riguardano una migliore definizione di Operazioni di Importo Esiguo e la precisazione che le operazioni oggetto di delibere-quadro possano consistere non solo nella prestazione di servizi (anche di natura consulenziale), ma altresì nell'esecuzione di opere.

La versione aggiornata della procedura è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo <http://investor.brunellocucinelli.com> sezione "Governo Societario".

---

Gruppo si avvale della contabilizzazione dei citati strumenti derivati secondo le regole del "Cash Flow Hedge", che prevede l'iscrizione dei fair value in una voce dell'attivo o passivo di Stato Patrimoniale (Attività o Passività per strumenti finanziari correnti) con contropartita una apposita riserva di Patrimonio Netto per la componente ritenuta efficace della variazione di fair value degli strumenti derivati, che sarà riversata a conto economico tra i ricavi al momento della manifestazione contabile delle transazioni oggetto di copertura.



# BRUNELLO CUCINELLI

\*\*\*

*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 il Resoconto Intermedio di Gestione, predisposto ai sensi dell'art. 154-ter, comma 5, del D.Lgs. N. 58 del 1998, non è soggetto a revisione.*

*Si rende noto che il documento in formato pdf dell'Analyst Presentation relativo ai risultati al 31 marzo 2015 è consultabile nella sezione "Presentazioni" del sito internet della Società all'indirizzo <http://investor.brunellocucinelli.com/it/servizi/archivio-generale/investor/presentazioni>.*

*Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Brunello Cucinelli SpA. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori.*

\*\*\*

**Brunello Cucinelli S.p.A.** è una casa di moda italiana che opera nel settore dei beni di lusso assoluto, specializzata nel cashmere è oggi uno dei brand più esclusivi a livello mondiale nel settore del **prêt-à-porter** chic, espressione di *lusso quotidiano*.

La Brunello Cucinelli, fondata nel 1978 dall'omonimo stilista e imprenditore, ha riportato ricavi netti nel 2014 pari a 355,9 milioni di Euro (+10,4% rispetto all'anno precedente), di cui l'80,8% fatturato all'estero, e un EBITDA di 63,0 milioni di Euro (in crescita dell'8,4% rispetto all'EBITDA del 2013), con la presenza attuale di oltre 1.200 addetti. Il successo della Brunello Cucinelli affonda le sue radici nella storia e nell'eredità del grande artigianato nonché nella contemporaneità del *design*: una strategia di valore fondata sulla combinazione di innovazione e artigianalità.

L'attenzione e la cura riposte nella realizzazione del prodotto si esprimono attraverso l'utilizzo di materie prime di eccellenza, la sartorialità, l'**artigianalità** delle lavorazioni, eseguite esclusivamente **in Italia**, unite al *savoir faire* e alla **creatività**, fanno dell'azienda di Solomeo uno dei più esclusivi testimonial del **lifestyle** italiano nel mondo.

La vita dell'azienda si svolge da sempre nel borgo medievale di Solomeo, alle porte di Perugia. Il brand è oggi distribuito a livello internazionale in oltre 60 Paesi attraverso 110 boutique monomarca nelle più importanti capitali e città del mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza significativa in circa 650 selezionati multibrand, compresi i principali *department stores* del lusso.

**Contatti: Investor Relations**

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

**Media**

Vittoria Mezzanotte  
Brunello Cucinelli S.p.A.  
Tel. 02/34.93.34.78

Ferdinando de Bellis  
Barabino & Partners  
Tel. 02/72.02.35.35

Corporate web-site: [www.brunellocucinelli.com](http://www.brunellocucinelli.com)

In allegato i prospetti contabili



# BRUNELLO CUCINELLI

## SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA AL 31 MARZO 2015

### STATO PATRIMONIALE

(In migliaia di Euro)

	31-mar-15	di cui con parti correlate	31-dic-14	di cui con parti correlate	31-mar-14	di cui con parti correlate
<b>ATTIVITA' NON CORRENTI</b>						
Attività immateriali	32,759		29,649		30,269	
Immobili, impianti e macchinari	88,464	11,904	80,157	11,475	63,427	8,912
Altre attività finanziarie non correnti	5,891	32	4,786	32	3,992	41
Imposte differite attive	12,851		13,307		9,316	
<b>TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI</b>	<b>139,965</b>		<b>127,899</b>		<b>107,004</b>	
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>						
Rimanenze	127,615		125,114		91,527	
Crediti commerciali	64,234	16	45,051	31	59,793	13
Crediti tributari	2,133		1,023		2,158	
Altri crediti ed attività correnti	15,723		14,873		13,352	1,790
Altre attività finanziarie correnti	78		44		-	
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	52,050		53,635		42,512	
Attività per strumenti finanziari derivati correnti			495		789	
<b>TOTALE ATTIVITA' CORRENTI</b>	<b>261,833</b>		<b>240,235</b>		<b>210,131</b>	
<b>TOTALE ATTIVITA'</b>	<b>401,798</b>		<b>368,134</b>		<b>317,135</b>	

(In migliaia di Euro)

	31-mar-15	di cui con parti correlate	31-dic-14	di cui con parti correlate	31-mar-14	di cui con parti correlate
<b>PATRIMONIO NETTO</b>						
<b>PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO</b>						
Capitale sociale	13,600		13,600		13,600	
Riserva sovrapprezzo azioni	57,915		57,915		57,915	
Altre riserve	86,458		60,182		69,909	
Risultato netto di Gruppo	9,858		33,060		9,732	
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO</b>	<b>167,831</b>		<b>164,757</b>		<b>151,156</b>	
<b>PATRIMONIO NETTO DI TERZI</b>						
Capitale e riserve di terzi	7,997		6,841		6,824	
Risultato netto di pertinenza di terzi	(509)		(1,273)		(161)	
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI</b>	<b>7,488</b>		<b>5,568</b>		<b>6,663</b>	
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>175,319</b>		<b>170,325</b>		<b>157,819</b>	
<b>PASSIVITA' NON CORRENTI</b>						
Passività per beneficiari dipendenti	3,329		3,310		3,180	
Fondi per rischi ed oneri	962		947		831	
Debiti verso banche non correnti	52,355		42,450		18,173	
Debiti finanziari non correnti	2,887		2,663		3,493	
Altre passività non correnti	6,032		4,908		2,162	
Imposte differite passive	251		3,280		4,085	
Passività per strumenti finanziari derivati non correnti	504		467		249	
<b>TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI</b>	<b>66,320</b>		<b>58,025</b>		<b>32,173</b>	
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>						
Debiti commerciali	57,258	322	62,185	625	56,569	1,119
Debiti verso banche correnti	62,423		48,709		48,522	
Debiti finanziari correnti	1,776		1,682		178	
Debiti tributari	5,400		1,152		5,351	
Passività per strumenti finanziari derivati correnti	18,799		6,244		317	
Altre passività correnti	14,503		19,812		16,206	
<b>TOTALE PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>160,159</b>		<b>139,784</b>		<b>127,143</b>	
<b>TOTALE PASSIVITA'</b>	<b>226,479</b>		<b>197,809</b>		<b>159,316</b>	
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'</b>	<b>401,798</b>		<b>368,134</b>		<b>317,135</b>	



# BRUNELLO CUCINELLI

## CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 31 MARZO 2015

(In migliaia di Euro)	Esercizio chiuso al 31 Marzo			
	2015	di cui con parti correlate	2014	di cui con parti correlate
Ricavi netti	111,701	7	99,643	3
Altri ricavi operativi	188	10	1,155	762
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>111,889</b>		<b>100,798</b>	<b>765</b>
Costi per materie prime e materiali di consumo	(23,533)		(23,231)	(26)
Costi per servizi	(50,026)	(479)	(43,676)	(429)
Costo del personale	(18,315)	(76)	(15,083)	(61)
Altri costi operativi	(969)		(557)	(2)
Incrementi di immobilizzazioni per costi interni	251		254	
Ammortamenti	(4,197)		(3,074)	
Rettifiche di valore di attività e altri accantonamenti	(130)		(250)	
<b>Totale costi operativi</b>	<b>(96,919)</b>		<b>(85,617)</b>	<b>(518)</b>
<b>Risultato operativo</b>	<b>14,970</b>		<b>15,181</b>	<b>247</b>
Oneri finanziari	(8,795)		(1,794)	
Proventi finanziari	7,554		1,069	
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>13,729</b>		<b>14,456</b>	<b>247</b>
Imposte sul reddito	(4,380)		(4,885)	
<b>Risultato del periodo</b>	<b>9,349</b>		<b>9,571</b>	<b>247</b>
Risultato di Gruppo	9,858		9,732	
Risultato di Terzi	(509)		(161)	
Utile per azione base	0.14147		0.14312	
Utile per azione diluito	0.14147		0.14312	

## CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

(In Euro)	Esercizio chiuso al 31 marzo	
	2015	2014
<b>Risultato Netto del periodo (A)</b>	<b>9,349</b>	<b>9,571</b>
<b>Effetti con possibile impatto futuro sul conto economico</b>	<b>(4,402)</b>	<b>(470)</b>
Utile/(Perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ("cash flow hedge")	(9,533)	(479)
Effetto fiscale	2,622	132
Totale utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ("cash flow hedge")	<b>(6,911)</b>	<b>(347)</b>
Totale differenze di conversione di bilanci esteri	2,509	(123)
<b>Effetti che non avranno impatto futuro sul conto economico</b>	-	-
Utili/(perdite) da rimisurazione sui piani a benefici definiti	-	-
Effetto fiscale	-	-
<b>Totale altri utili/(perdite) al netto dell'effetto fiscale (B)</b>	<b>(4,402)</b>	<b>(470)</b>
<b>Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A) + (B)</b>	<b>4,947</b>	<b>9,101</b>
<i>Atribuibili a:</i>		
Gruppo	5,107	9,333
Terzi	(160)	(232)



# BRUNELLO CUCINELLI

## RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 31 MARZO 2015

(In migliaia di Euro)

	Periodo chiuso al 31 marzo	
	2015	2014
<b>FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' OPERATIVE</b>		
Utile netto dell'esercizio	9,349	9,571
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile netto al flusso di cassa generato / (assorbito) dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	4,197	3,074
Accantonamenti a Passività per benefici ai dipendenti	21	23
Accantonamenti a Fondi per rischi ed oneri / fondo obsolescenza / fondo svalutazione crediti	122	250
Variazione delle Altre passività non correnti	517	156
Minusvalenze / (Plusvalenze) da cessione immobilizzazioni	12	(726)
Pagamenti di Passività per benefici ai dipendenti	(2)	(21)
Pagamenti per Fondi per rischi ed oneri		
Variazione netta di Imposte differite attive e passive	264	1,124
Variazione di <i>fair value</i> strumenti finanziari	3,553	416
<i>Variazioni nelle attività e passività operative:</i>		
Crediti commerciali	(18,076)	(16,660)
Rimanenze	3,050	3,746
Debiti commerciali	(11,583)	(7,518)
Altre attività e passività correnti	(3,362)	(605)
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE (A)</b>	<b>(11,938)</b>	<b>(7,170)</b>
<b>FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO</b>		
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	(9,073)	(6,594)
Investimenti in Attività immateriali	(3,631)	(1,622)
Investimenti in Attività finanziarie	(863)	(525)
Acquisizione SAS White Flannel al netto della cassa acquisita		(549)
Acquisizione Pearl Flannel S.p.r.l. al netto della cassa acquisita		(443)
Acquisizione ramo d'azienda d'Avenza Fashion S.p.A. al netto della cassa acquisita		(84)
Cessione di Immobili, impianti e macchinari e <i>key money</i>	291	2,034
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO (B)</b>	<b>(13,276)</b>	<b>(7,783)</b>
<b>FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO</b>		
Erogazioni di finanziamenti a medio-lungo termine	17,430	10,000
Rimborso di finanziamenti a medio-lungo termine	(12,432)	(528)
Variazione netta delle passività finanziarie a breve termine	16,991	6,002
Variazione netta delle passività finanziarie a lungo termine	16	
Distribuzione di dividendi		
Variazione di patrimonio netto	47	3,335
<b>FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO (C)</b>	<b>22,052</b>	<b>18,809</b>
<b>FLUSSO DI CASSA COMPLESSIVO (D=A+B+C)</b>	<b>(3,162)</b>	<b>3,856</b>
<b>EFFETTO DEI CAMBI SULLE DISPONIBILITA' LIQUIDE NETTE (E)</b>	<b>1,577</b>	<b>(20)</b>
<b>DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO (F)</b>	<b>53,635</b>	<b>38,676</b>
<b>DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO (G=D+E+F)</b>	<b>52,050</b>	<b>42,512</b>
Informazioni aggiuntive:		
Interessi pagati	481	310
Imposte sul reddito pagate	1,021	1,141