



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A ha esaminato i dati di fatturato del primo trimestre 2018

- **Ricavi netti¹ a 148,3 milioni di Euro, +9,1% a cambi correnti (+12,2% a cambi costanti) rispetto ai 136,0 milioni di Euro al 31 marzo 2017;**
- **Incremento delle vendite sia nei Mercati Internazionali, pari al +10,2%, sia nel Mercato Italiano, in crescita del +4,4%;**
- **Fatturato in aumento in tutte le aree geografiche: Italia +4,4%, Europa +14,9%, Nord America +2,2% (incremento “high single digit” a cambi costanti), Greater China +31,2%, Resto del Mondo +5,3%;**
- **Crescita delle vendite in tutti i canali distributivi: retail +9,8%, monomarca wholesale +12,9%, multimarca wholesale +7,9%.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“Siamo molto molto soddisfatti del lavoro in questa prima parte dell’anno, visti i sell out in corso della Primavera Estate 2018, in considerazione dell’ottima campagna vendite Autunno Inverno 2018 e analizzando l’alta qualità delle vendite, siamo a confermarvi le nostre attese per un anno in crescita a due cifre sia del fatturato che dei profitti.

Grazie di cuore a tutti i nostri dipendenti che con il loro operato ci aiutano a mettere in pratica quella tanto desiderata volontà di lavorare e vivere nel rispetto dell’umana riservatezza”. La riservatezza tutela la nostra intimità; abbiamo bisogno di una riservatezza giusta, che armonizzi la nostra parte pubblica con quella privata e insieme giovino al nostro benessere”.

¹ Dal 1° gennaio 2018 è entrato in vigore il nuovo principio contabile IFRS 15 (“Ricavi provenienti da contratti con i clienti”), la cui applicazione ha richiesto una diversa contabilizzazione rispetto al passato per alcune tipologie contrattuali, riconducibili alle vendite realizzate all’interno di spazi multibrand gestiti con la formula della “concession”.

L’applicazione del nuovo principio contabile determina un incremento dei ricavi netti e dei costi operativi (affitti) per il medesimo ammontare, senza quindi produrre alcuna variazione nel valore assoluto del risultato di esercizio.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 10 maggio 2018 - 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 oggi il fatturato del primo trimestre 2018, in accordo con gli *International Financial Reporting Standards (IFRS)* emessi dall'*International Accounting Standards Board*.

Le indicazioni ricevute nei **primi tre mesi**, gli **importanti sell-out** della collezione **Primavera Estate**, e la **raccolta ordini molto molto positiva** per l'**Autunno/Inverno 2018**, rendono **solide e concrete le aspettative** di un 2018 molto bello e ricco di spunti interessanti per il prosieguo del nostro lavoro.

Continuiamo a dedicare **grandissima attenzione al prodotto**, su cui lavoriamo quotidianamente con scrupolo e cura ad ogni singolo dettaglio, sperando che possa essere **sempre contemporaneo** e in grado di trasmettere l'essenza di un **made in italy** e **lifestyle** riconoscibile.

Tutte le aree geografiche evidenziano sell-out delle **collezioni estive** molto interessanti: dopo gli **ottimi apprezzamenti** che avevamo ricevuto già in fase di presentazione dalla **stampa internazionale specializzata e dai buyers** dei più prestigiosi Department Stores al mondo, abbiamo incontrato il giudizio di **grandissimo apprezzamento** da parte dei **clienti finali**, che riteniamo sia sempre insindacabile e rappresenti le fondamenta per il mantenimento dell'**allure del brand**.

Altrettanto favorevoli sono stati i **giudizi** sulle collezioni **Autunno Inverno 2018** da parte dei **grandi buyers e dalla stampa internazionale**, che ascoltiamo sempre con la massima attenzione, consapevoli dell'importanza del loro giudizio.

Sempre molto speciale è la continua ricerca nell'esclusività del prodotto, proponendo manufatti di alto livello, con grande contenuto di manualità e qualità delle materie prime, grande dedizione al visual merchandising sia nelle boutique monobrand che nei multibrand.

Nel **quotidiano lavoro di ascolto**, pensiamo che tematiche quali il grande valore della **"riservatezza"** e del **rapporto garbato** stiano diventando sempre più forti, e fondamenta di un **rapporto di lungo periodo** con il cliente finale.

Un rapporto che non dovrebbe mai essere invasivo ma al contrario basato sul **"piacere"**: il piacere ad esempio di ricevere una chiamata, che possa avvisarti dell'arrivo di un capo che **"immaginiamo forse potrebbe piacerti"**, partendo sempre da un rapporto personale che viene costruito stagione dopo stagione. Crediamo molto nella sensibilità dell'essere umano su questo tema, per tutti di grande attualità, e da sempre al centro del nostro modo di relazionarci con il mondo.

Per questo motivo, sin dal primo momento in cui abbiamo affrontato il **mondo affascinante** e in parte sconosciuto della **rete**, abbiamo provato a trasferirvi gli **stessi valori** con cui abbiamo sempre operato nel **mondo "fisico"**, provando a comportarci come **"Artigiani Umanisti del Web"**.

Quotidianamente rivolgiamo **grande attenzione a questo "nuovo mondo"** e in particolare alla **protezione del brand**, consapevoli del fatto che il "web" sia in grado di massificare con facilità qualsiasi cosa, e che l'**allure del brand** possa mantenersi nel lungo periodo solo creando un **rapporto sano e rispettoso** della privacy dei clienti.

Riteniamo che questa possa essere la **corretta strada con cui affrontare il mondo digitale**, coerentemente con il nostro posizionamento e la nostra identità, e anche i **risultati molto importanti** raggiunti nella gestione diretta della boutique on-line sembrerebbero confermare pienamente la nostra visione.



BRUNELLO CUCINELLI

Analisi delle Vendite

I ricavi netti al 31 marzo 2018 raggiungono 148,3 milioni di Euro, incrementando del +9,1% a cambi correnti (+12,2% a cambi costanti) rispetto ai 136,0² milioni di Euro al 31 marzo 2017.

In aumento tutti i mercati, così come i canali distributivi, sia per quanto riguarda il Retail, il monomarca wholesale e il multimarca wholesale.

Ricavi per Area Geografica

Mercato Italiano – prosegue l'importante trend di crescita, con un fatturato in aumento del +4,4% rispetto ai dati dello scorso anno; i ricavi sono pari a 27,2 milioni di Euro, rispetto ai 26,1 milioni di Euro al 31 marzo 2017, con un'incidenza del 18,4% sul totale.

Consideriamo molto significativo il risultato riportato nel primo trimestre 2018, consapevoli che il mercato italiano – da sempre - rappresenta un **riferimento imprescindibile per il gusto dell'offerta di collezione**.

Mercato Europeo – incremento pari al +14,9% delle vendite, che raggiungono i 48,0 milioni di Euro rispetto ai 41,7 milioni di Euro al 31 marzo 2017, con un peso relativo del 32,3%.

Tutti i paesi del mercato europeo riportano **andamenti delle vendite molto solidi**, così come tutti i canali delle vendite, retail, monomarca wholesale e multimarca wholesale.

Mercato Nordamericano – significativa crescita *"high single digit"* a cambi costanti, con vendite pari a 42,5 milioni di Euro, in aumento del +2,2% a cambi correnti rispetto ai 41,6 milioni di Euro al 31 marzo 2017, con un'incidenza del 28,6%.

Molto interessanti i sell-out di vendita sia nel canale Retail, con un network di boutique sostanzialmente invariato in assenza di nuove aperture nella prima parte del 2018, sia nel **canale multimarca**, dove gli attuali **sell-through**, dopo una raccolta ordini decisamente positiva, evidenziano **trend in ulteriore crescita** rispetto allo scorso anno.

Greater China – prosegue il trend di forte aumento, con una crescita del 31,2%, sia pure rispetto a valori ancora limitati; le vendite raggiungono i 13,7 milioni di Euro al 31 marzo 2018, rispetto ai 10,4 milioni di Euro al 31 marzo 2017, con un'incidenza del 9,2%.

Performance molto positive in tutti i mercati di riferimento, sia nella **Cina Continentale** che **Hong Kong, Taiwan e Macao**.

La crescita nella Cina Continentale è trainata dai **risultati** raggiunti nel network di **boutique esistenti**, con **alcuni selezionati ampliamenti**, dal contributo di **1 apertura** negli ultimi 12 mesi, e da nuovi **spazi** dedicati al brand **nei multibrand più esclusivi**, che si stanno progressivamente sviluppando.

Resto del Mondo – incremento del fatturato pari al +5,3% (crescita *"high single digit"* a cambi costanti), con ricavi che raggiungono i 17,1 milioni di Euro rispetto ai 16,2 milioni di Euro al 31 marzo 2017, e un'incidenza pari all'11,5%.

² I ricavi al 31 marzo 2017 sono stati riclassificati per una comparazione omogenea con i ricavi al 31 marzo 2018, che utilizzano il principio contabile IFRS 15. Applicando il medesimo principio contabile ai ricavi al 31 marzo 2017, le vendite passano da 134,1 milioni di Euro a 136,0 milioni di Euro.



BRUNELLO CUCINELLI

Risultati solidi in tutte le aree geografiche dove il brand è presente, con un positivo contributo dell'apertura della prestigiosa **boutique monomarca wholesale di Dubai**, all'interno dell'esclusivo Dubai Mall, avvenuta nell'ultima parte del primo trimestre 2018.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – aumento del 9,8% dei ricavi, che raggiungono i 65,6 milioni di Euro al 31 marzo 2018 rispetto ai 59,7 milioni di Euro al 31 marzo 2017, con un'incidenza sulle vendite pari al 44,2%

La performance è guidata dalla **crescita a perimetro omogeneo**, con il positivo contributo del **limitato numero di aperture** avvenute nella seconda parte del 2017.

I **dati di sell-out** di vendita della collezione Primavera – Estate 2018 si confermano **molto positivi**, supportando in maniera molto concreta le attese di crescita sul fine anno.

Il **network è pari a 94 boutique** al 31 marzo 2018, invariato rispetto al 31 dicembre 2017.

Canale monomarca Wholesale – fatturati in aumento del 12,9%, raggiungendo gli 11,6 milioni di Euro al 31 marzo 2018, rispetto ai 10,3 milioni di euro dello scorso anno, con un'incidenza sulle vendite pari al 7,8%.

La base di **comparazione** diventa **omogenea**, dopo il passaggio dalla gestione di terzi alla gestione diretta delle 4 boutique di Mosca e della nostra boutique on-line avvenuto a inizio dello scorso anno.

Il network monomarca wholesale è pari a **31 boutique** al 31 marzo 2018 (30 le boutique al 31 dicembre 2017), con l'apertura nel primo trimestre 2018 di 1 boutique nel prestigioso Dubai Mall.

Canale multimarca Wholesale – a sostegno della nostra visione molto positiva del multibrand, che consideriamo di grande importanza strategica, riteniamo molto interessante la crescita del 7,9%, con ricavi che raggiungono i 71,1 milioni di Euro rispetto ai 66,0 milioni di Euro al 31 marzo 2017, e un'incidenza del 48,0%.

Positivo il contributo dell'**incremento delle superfici all'interno dei Luxury Department dove il brand è già presente**, così come l'**ingresso in selezionati multibrand molto esclusivi**, in particolare nella Cina Continentale.

Crediamo che i risultati raggiunti continuino ad essere supportati dal prestigio e da quell'atmosfera sofisticata che la presenza del nostro brand contribuisce a creare negli spazi dei multibrand, sempre alla ricerca di manufatti di prestigio, in qualche modo "unici" e distribuiti in maniera selettiva.

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 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 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 2017 pari a 503,6 milioni di Euro (+10,4% rispetto all'anno precedente), di cui l'83,2% fatturato all'estero, e un EBITDA di 87,5 milioni di Euro, in crescita dell'11,8% rispetto l'Ebitda normalizzato del 2016, con la presenza di oltre 1.600 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 125 boutique monomarca (94 boutique dirette e 31 monomarca wholesale) nelle più importanti capitali e città del Mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza selezionata in circa 650 multibrand, compresi i principali *department stores* del lusso.

Contatti: **Investor Relations & Corporate Planning**

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 website: www.brunellocucinelli.com