



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato del primo trimestre 2023.

- Ricavi netti pari a 265,3 milioni di Euro, con una crescita molto, molto importante del +34,7% a cambi correnti (+32,8% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2022;
- Crescite in tutte le aree geografiche: Americhe +42,9%, Europa +15,8%, Asia +56,0%;
- Incremento dei ricavi in entrambi i canali di vendita: retail +63,7%, wholesale +4,7%;
- Conferito a Brunello Cucinelli il nobile premio internazionale “*Neiman Marcus Fashion Award for Distinguished Service in the field of Fashion*” per l’anno 2023, che rappresenta una sorta di “Oscar” della moda;
- Presentazione dei profumi “*Brunello Cucinelli pour Femme*” e “*Brunello Cucinelli pour Homme*”: due nuovi prodotti esclusivi nati dalla collaborazione con EuroItalia, eccellenza italiana specializzata nella creazione e distribuzione di fragranze di lusso;
- Altissimo valore dell’artigianalità e della manualità: il progetto di una nuova fabbrica a Penne, in Abruzzo, luogo per tradizione di grande importanza nella storia italiana del capospalla di altissima qualità.

Brunello Cucinelli, Presidente Esecutivo e Direttore Creativo della Casa di Moda ha commentato:

“Il primo trimestre di quest’anno si è chiuso con dei risultati eccellenti. Non vi è dubbio che stiamo raccogliendo i frutti positivi del tempo felice che vive il nostro brand sia per lo stile che rappresenta e forse per il modo di condividere le idee con tutti i nostri interlocutori.”

Riguardo alla nostra fascia di mercato del lusso assoluto, alla quale apparteniamo, seguiamo ad avere una visione molto positiva per l’intero anno a venire. Ogni giorno lavoriamo a nuovi progetti per capi di abbigliamento di grande qualità, manualità ed esclusività, e ci fa piacere immaginare che gli stessi esprimano un gusto raffinato e contemporaneo.

La forte positività generata dalle collezioni Autunno Inverno 2023 Uomo-Donna, insieme al gradevolissimo giudizio espresso dai nostri stimati multibrand e dai giornalisti internazionali; la bella atmosfera che si respira nelle boutique e gli importanti piani di investimento in comunicazione ed eventi nei negozi e nelle Case Cucinelli ci fanno immaginare per l’anno in corso una importante crescita di fatturato intorno al 15%.”



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 18 aprile 2023 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – Casa di Moda operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana (ora, Euronext) – ha esaminato in data odierna il fatturato del primo trimestre 2023, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

Il **primo trimestre 2023** si conclude con **risultati molto, molto importanti**, riportando una crescita del +34,7%, registrata in modo **diffuso ed equilibrato** all'interno delle diverse **aree geografiche** e in entrambi i **canali di vendita**.

Il solido e costante contributo di **Americhe ed Europa**, con incrementi che evidenziano la relativa crescita strutturale della domanda nella fascia del lusso assoluto, è accompagnato da risultati di altissimo valore in **Asia**, con la Cina che si conferma primaria opportunità di sviluppo per la nostra industria, migliorando ulteriormente il trend di crescita che già aveva riportato per tutto il 2022.

Buonissimi i **sell-out** delle collezioni **Primavera Estate 2023**, grazie al favore con cui i clienti e la stampa hanno accolto sia le collezioni femminili che quelle maschili. Rappresentativa la crescita negli ultimi 6 mesi (quarto trimestre 2022 e primo trimestre 2023 cumulati) del canale wholesale, che riporta un incremento del +22,2%.

Continuiamo a ricercare l'assoluta **contemporaneità in tutti gli spazi di vendita** in cui siamo presenti, sia all'interno del **canale retail** (aumento del +63,7% nel primo trimestre 2023) che nel **canale wholesale**, che ancora una volta mostra sinergia e complementarietà nel custodire un'offerta di collezione moderna e una esclusiva distribuzione.

In riferimento alla nostra Italia, importante menzionare le nuove aperture nelle nuove location dei flagship store di **Roma** a metà febbraio in **Via dei Condotti**, tra i luoghi più emblematici del lusso, e a **Forte dei Marmi**, tra le località resort di riferimento del Paese, in via Carducci, avvenuta nei primi giorni di aprile.

Siamo molto, molto soddisfatti dei risultati raggiunti in questa prima parte del 2023, e riteniamo che alla base dei risultati delle vendite a partire dallo scorso anno vi siano alcune dinamiche molto chiare: il valore altissimo dell'**esclusività nella distribuzione**, l'ancora leggera persistente **scarsità** di manufatti pregiati sul mercato, la domanda di capi affini al nostro **gusto chiaramente più sobrio**, e la **visibilità data dai grandi premi internazionali ricevuti**.

Crediamo che l'**esclusività** richieda sempre una proposta di manufatti unici, di qualità, di altissima artigianalità e manualità, creati per essere tramandati nel tempo. E che siano inoltre distribuiti sui mercati in un numero giusto e altamente selezionato. In questo contesto diventa per noi di grande valore la possibilità di parlare "sottovoce" al cliente, con un invito garbato a scoprire il brand.

Crediamo ancora una volta che sia stata importante da parte nostra la decisione, presa sin dai primissimi mesi della pandemia, di adottare una strategia verso tutti gli stakeholders che ci ha permesso con coerenza e responsabilità di **rafforzare la struttura produttiva, logistica e distributiva**, cogliendo così le opportunità offerte dal mercato.

Inoltre, è importante sottolineare come la moda stia virando verso un gusto **più sobrio e meno appariscente**, con il ritorno ciclico ad un modo di vestirsi curato.

Tutto questo è avvenuto con rapidità sia per la donna che per l'uomo, con la ricerca di un'eleganza contemporanea e, dunque, aderente al nostro gusto distintivo e al nostro pensiero.

Il premio "**Designer of the Year**" ricevuto nel **2021** da GQ ci aveva consolidati nella percezione di questo gusto, e già alla fine dell'anno e per il successivo 2022 avevamo visto un importante impatto sulle vendite. Viviamo ora un momento analogo, dopo l'annuncio nel mese di dicembre 2022



BRUNELLO CUCINELLI

dell'assegnazione a Brunello Cucinelli del premio **“Neiman Marcus Fashion Award for Distinguished Service in the field of Fashion”** per l'anno 2023, consegnato a Parigi lo scorso 5 marzo.

Questo premio segna un'ulteriore, importante **conferma del riconoscimento** che il mercato sta dimostrando nei confronti della nostra Casa di Moda in questo particolare momento storico, e che crediamo abbia contribuito significativamente ai risultati raggiunti nell'anno passato 2022 e nel primo trimestre 2023.

Il lancio dei Profumi Brunello Cucinelli e la contemporaneità delle collaborazioni

Il 28 marzo 2023 a Milano, in una conferenza stampa con numerosi giornalisti e addetti ai lavori, sono stati ufficialmente presentati i **due nuovi profumi** nati dalla creatività della nostra Casa di Moda.

I profumi **“Brunello Cucinelli pour Femme”** e **“Brunello Cucinelli pour Homme”** nascono dalla **collaborazione** con l'azienda lombarda **EuroItalia**, eccellenza italiana con una spiccata vocazione internazionale, specializzata nella creazione e distribuzione di fragranze di lusso.

Le due fragranze si propongono come raffinate ambasciatrici della **cultura del bello** e dei **valori artigiani** che la nostra azienda coltiva in armonioso accordo con il Creato e secondo il fondamentale valore della Umana Sostenibilità, contribuendo ad arricchire ulteriormente l'interpretazione **lifestyle** del nostro brand.

Brunello Cucinelli ha così commentato il lancio della nuova linea:

«Sono particolarmente lieto di annunciare la nuova produzione che vede aggiungere alla linea di eleganza della nostra Casa di Moda due profumi, uno per donna e uno per uomo. Diversi anni fa, quando scomparve un mio carissimo amico che produceva essenze aromatiche, un'anima bella, sognai che un giorno avrei dedicato a lui un nuovo prodotto che lo ricordasse. Oggi rendo reale quel sogno, che non ho mai abbandonato per tutti gli anni, e proprio la durata, che ritengo un grande valore, mi ha ispirato in tale scelta, nel considerare quanto a lungo i profumi, dall'oriente antico all'occidente moderno, hanno affascinato donne e uomini e hanno accompagnato la loro vita. Mi piace pensare che un profumo moderatamente utilizzato sia come una carezza, che insieme alla fiducia dona alla persona umana una visione a colori del mondo».

Le due nuove creazioni nascono da un lavoro sinergico ed estremamente accurato, iniziato nel 2019 insieme alla famiglia **Sgariboldi**, proprietaria di EuroItalia, e ai sapienti nasi profumieri **Daphné Bugey e Olivier Cresp**. Sin dall'inizio, il nostro desiderio è stato quello di trovare le fragranze giuste, che trasmettessero una sensazione **contemporanea di fascino ed eleganza**, nonché un **omaggio** alle emozioni, ai colori e alle fragranze della **terra umbra**.

Questi due profumi per noi molto speciali si vanno dunque ad aggiungere alle Collezioni ready-to-wear e accessori per Donna e per Uomo, **arricchendo il mondo**, il **gusto** e la **filosofia estetica** del nostro brand, seguendo lo stesso approccio adottato con **EssilorLuxottica** per la progettazione, produzione e distribuzione di Occhiali da vista e da sole Brunello Cucinelli.

Crediamo che la **contemporaneità** di queste **collaborazioni**, con la famiglia Sgariboldi nelle fragranze e con EssilorLuxottica nell'eyewear, risieda proprio nella cura e nella dedizione con cui i nostri partner e la nostra Casa di Moda seguono insieme, passo dopo passo, tutte le fasi legate allo **sviluppo dei prodotti** e, importantissimo, la relativa **distribuzione**, indentificando congiuntamente gli **spazi più esclusivi**, tra cui la **presenza limitata** alle nostre Boutique monomarca e ai punti vendita multibrand specializzati e di maggior prestigio nelle rispettive categorie.



BRUNELLO CUCINELLI

La nuova fabbrica a Penne

Convinti che **manualità e artigianalità** siano il fulcro della nostra Casa di Moda, abbiamo deciso di dare vita ad una **nuova attività produttiva** che sorgerà a **Penne**, in **Abruzzo**, un luogo per tradizione estremamente importante nella storia italiana della manifattura artigianale, in particolare dell'abito maschile.

Crediamo infatti che in questo specifico segmento vi siano delle **grandi potenzialità di crescita**. Su tali basi, il piano d'investimento prevede la creazione della nostra "bella fabbrica" che occuperà progressivamente un numero consistente di maestranze altamente qualificate nel settore della sartoria maschile.

Questo nuovo progetto rientra in quella programmazione che immaginiamo concreta espressione del concetto di crescita sana ed equilibrata che vorremmo sempre guidasse la nostra impresa, in linea con l'acquisizione del **comparto produttivo** della **prestigiosa "Sartoria D'Avenza"** in **Carrara** avvenuta nel **2013**, altra eccellenza del Made in Italy nella manifattura dell'abito sartoriale da uomo.

Ricavi per Area Geografica

	1° trim. 23	% sul	1° trim. 22	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Italia	27.559	10,4%	24.207	12,3%	13,8%
Europa (esclusa Italia)	67.942	25,6%	58.255	29,5%	16,6%
Totale Europa	95.501	36,0%	82.462	41,8%	15,8%
Americhe	95.549	36,0%	66.873	34,0%	42,9%
Asia	74.281	28,0%	47.601	24,2%	56,0%
Ricavi Netti	265.331	100,0%	196.936	100,0%	34,7%
var.% a cambi costanti					32,8%

Italia – ricavi pari a 27,6 milioni di Euro, in aumento del +13,8% rispetto al primo trimestre 2022, con un peso relativo del 10,4%.

In **Italia**, la prima parte dell'anno ha visto un'importante partecipazione di clienti e di stampa specializzata alle presentazioni delle collezioni invernali 2023, sia a Pitti Uomo Firenze che durante le Settimane della Moda Milanese femminile e maschile, nonché durante i numerosi eventi organizzati a Solomeo e in altre occasioni speciali.

Tra tutti, ricordiamo l'importante apertura del nuovo **flagship a Roma**, celebrata con una piacevole serata insieme a numerosi amici, clienti e ospiti speciali, e nel mese di aprile della boutique resort di Forte dei Marmi, entrambe conversioni alla gestione diretta rispetto alla precedente gestione wholesale monomarca.



BRUNELLO CUCINELLI

In particolare, la nuova boutique romana si trova in **Via dei Condotti**, uno dei luoghi emblematici e più noti della “Città Eterna”, e si dispone su quattro piani finemente arredati tra riferimenti al mondo di Solomeo e pezzi unici che evocano la storia romana.

Europa (esclusa Italia) – fatturato pari a 67,9 milioni di Euro, in aumento del +16,6% rispetto al primo trimestre del 2022, con un peso del 25,6%.

In **Europa** registriamo il costante e strutturale contributo del **cliente locale**, con una sana presenza del **turismo** nelle principali località; in questo primo trimestre abbiamo accolto con piacere l’iniziale **ritorno della clientela** proveniente **dall’Oriente**, dopo che nei mesi scorsi la clientela **americana** era tornata a viaggiare nel continente.

Importante rilevare inoltre come l’inizio del 2023 sembri confermare un **ritorno** sempre più consistente a una piena **quotidianità** vissuta in **socialità** e, soprattutto, in sicurezza.

Americhe – ricavi pari a 95,5 milioni di Euro, in crescita del +42,9% rispetto al primo trimestre 2022, con un peso sulle vendite pari al 36,0%.

Anche nel mercato del **Nord America** la crescente domanda appare sempre più **strutturale** e caratterizzata da una **forte solidità**. Importante sottolineare come le bellissime crescite siano sorrette anche sotto un **profilo qualitativo** dal coinvolgimento dei clienti nei confronti del gusto e del mondo della nostra azienda; proprio in questi giorni Brunello Cucinelli è presente a Dallas in occasione di alcuni importanti eventi che proseguono a seguito del **premio** conferitogli lo scorso marzo da **Neiman Marcus**.

Asia – vendite pari a 74,3 milioni di Euro, in rialzo del +56,0% rispetto ai primi 3 mesi del 2022, con un peso delle vendite pari al 28,0%.

Continua il trend **decisamente positivo** in **Cina**, dove in questa prima parte di anno abbiamo registrato segnali molto incoraggianti che confermano il **potenziale** futuro di questo importante mercato. Il primo trimestre 2023, infatti, ha portato per il nostro brand un **grandissimo risultato**, a cui si aggiungono le **impressioni positive** e i **commenti fiduciosi** raccolti dai **nostri team** nonché dai **clienti multimarca** e dai nostri **landlord**.

Ci appare anche sempre più evidente che i clienti cinesi siano **attenti e sensibili** verso brand con un posizionamento molto alto, espressione di altissima qualità, artigianalità ed eleganza sofisticata (un gusto quindi autentico, svincolato da loghi o simboli potenzialmente vistosi).

Il nostro desiderio per i prossimi anni a venire è dunque di poter vedere **svilupparsi e consolidarsi** un mercato domestico sostenuto dalla **qualità del servizio** offerto ai clienti dai nostri collaboratori, dall’**ampiezza della nostra offerta** e da una **politica di pricing** che vorremmo definire **leale e coerente**, a cui il nostro brand tiene particolarmente.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Canale Distributivo

	1° trim. 23	% sul	1° trim. 22	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Retail	164.024	61,8%	100.196	50,9%	63,7%
Wholesale	101.307	38,2%	96.740	49,1%	4,7%
Ricavi Netti	265.331	100,0%	196.936	100,0%	34,7%

Canale retail – Ricavi pari a 164,0 milioni di Euro, in crescita del +63,7% rispetto al primo trimestre 2022, con un peso relativo delle vendite pari al 61,8%.

Molto bella la **crescita a parità di perimetro**, con le vendite delle collezioni primaverili che riportano **sell-out in significativo aumento**. Importante il **contributo dello sviluppo del network**, che include nuove **aperture, ampliamenti** di spazi esistenti e la **conversione** a gestione diretta nel primo trimestre 2023 della boutique di **Roma**.

La **percentuale di crescita** del primo trimestre è favorita in particolar modo dalla **base di comparazione** con lo scorso anno, quando l'incidenza delle vendite retail è pesata maggiormente nei trimestri successivi, a fronte degli **impatti correlati alla pandemia** - ancora parzialmente presenti nel 1° trimestre 2022 - e alle **dinamiche di sviluppo del network**.

Al 31 marzo 2023, dunque, le **boutique retail** sono complessivamente pari a **122** rispetto alle 115 dello stesso periodo dell'anno precedente (119 le boutique al 31 dicembre 2022).

Canale wholesale – vendite pari a 101,3 milioni di Euro, in aumento del +4,7% rispetto al primo trimestre 2022, con un peso relativo del 38,2%.

Crediamo che la crescita pari al **+22,2%** del canale wholesale negli **ultimi 6 mesi**, ovvero nel quarto trimestre 2022 e nel primo trimestre 2023, sia rappresentativa dell'**ottimo risultato** della **raccolta ordini** sulle collezioni **Primavera Estate 2023**, che rappresentano il cuore del fatturato wholesale di questi due trimestri.

La crescita nella prima parte del 2023 deve tenere in considerazione le **richieste** di molti clienti wholesale di **anticipare nei mesi di novembre e dicembre** dello scorso anno le **consegne dei capi della Primavera Estate 2023**, anche a causa della scarsità di merce che era presente nel mercato, con la nostra struttura produttiva, logistica e distributiva che ci aveva permesso di cogliere queste opportunità.

Il canale multimarca conferma pienamente il **valore strategico** per il nostro brand e per l'offerta di ready-to-wear moderna e contemporanea; pensiamo inoltre che i **sell-out molto positivi** delle collezioni **Primavera Estate 2023** negli spazi dei Luxury Department Stores e nei Specialty Stores in cui siamo presenti, riflettano pienamente i commenti di grande valore ricevuti dalla stampa specializzata in sede di presentazione delle collezioni.



BRUNELLO CUCINELLI

Le nostre aspettative

La crescita del **+34,7%** (+32,8% a cambi costanti) del **primo trimestre 2023** rende molto concreta e solida l'aspettativa di raggiungere nel **2023** una crescita complessiva del **+15%** circa, che consideriamo **sana ed equilibrata**.

Pensiamo sia necessario tener presente che il risultato dei primi tre mesi del 2023 sia decisamente favorito dalla base di comparazione del primo trimestre 2022, relativamente meno impegnativa dei successivi trimestri. In particolare, nel **confronto** con l'**anno passato**, avevamo definito "buono" il risultato del primo trimestre, "più che buono" quello del secondo e "ottimo" quello degli ultimi due trimestri.

Le percentuali di crescita del primo trimestre 2023, rispetto alle attese di fine anno, beneficiano inoltre della **persistenza di alcuni impatti** correlati alla **pandemia** sul **primo trimestre 2022**, e infine della dinamica e delle tempistiche di **sviluppo del network retail**, che avevano favorito la crescita in particolare nella seconda parte dello scorso anno.

Proseguiamo infine a considerare molto concreta per il **2024** una crescita dei ricavi nell'ordine del **+10% circa**.



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 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 rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri.

Brunello Cucinelli S.p.A. è una Casa 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**. La nostra Casa di Moda, 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 alta **artigianalità** caratteristici del **Made in Italy** e peculiari 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 e armonia**, nel pieno rispetto della dignità morale ed economica delle oltre 2.300 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

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

Corporate website: www.brunellocucinelli.com