



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A ha esaminato i dati di fatturato dei primi 9 mesi 2017

- Ricavi netti pari a 384,2 milioni di Euro, +10,3% a cambi correnti rispetto al 30 settembre 2016;
- Importanti crescite nei Mercati Internazionali e nel Mercato Italiano, rispettivamente pari al +10,4% e al +9,8%;
- Europa +10,4%, Nord America +6,3%, Greater China +37,7%, Resto del Mondo +8,0%;
- Incrementi delle vendite in tutti i canali distributivi: retail +19,8%, monomarca wholesale normalizzato +3,0%¹, multimarca wholesale +7,7%;

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“Siamo quasi alla fine di questo interessantissimo 2017, anno che noi vorremmo definire particolarmente bello, sia in termini economici che sotto il profilo dell’immagine, posizionamento e credibilità del brand. Le vendite delle collezioni invernali stanno andando molto molto bene, quindi possiamo dire con una certa tranquillità che immaginiamo una crescita a doppia cifra sia del fatturato che dell’utile.”

“Anche la raccolta ordini Primavera Estate 2018 è andata molto bene sia in termini numerici che di immagine. Ottimo il giudizio sulle collezioni sia dei clienti che della stampa internazionale. Tutto questo ci fa immaginare nel 2018 un altro anno molto importante con una sana crescita a due cifre sia dei ricavi che dei profitti.”

“Sempre affascinante e in parte sconosciuto, il mondo del web seguita a generarci grandi riflessioni su come possiamo “umanizzare” il nostro rapporto con la rete, affinché questa non si appropri della nostra anima che il Creato ci ha donato.”

¹ Performance a parità di perimetro, escludendo nei primi 9 mesi 2016 sia il contributo relativo alle vendite delle 4 boutique monomarca wholesale in Mosca, sia le vendite della nostra boutique on-line, convertite alla gestione diretta a partire dal primo trimestre 2017 (il risultato contabile riporta un calo del -25,9%).



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 14 novembre 2017 - 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 dei primi 9 mesi 2017, in accordo con gli *International Financial Reporting Standards (IFRS)* emessi dall'*International Accounting Standards Board*.

I dati delle vendite si inseriscono all'interno del **progetto di crescita di lungo periodo** dell'azienda, confermando la **sostenibilità del modello di business**, nell'ambito di quella che crediamo sarà la grande sfida dei prossimi anni: **proteggere il brand sia nel mondo fisico, sia in quello "on line"**, provando ad **"umanizzare la rete"**, e interpretando la nostra presenza nel mondo digitale quali **"artigiani umanisti del web"**.

La nostra Boutique On-Line

(Artigiani Umanisti del Web)

I risultati ottenuti sinora dalla nostra boutique on line, gestita direttamente a partire da gennaio 2017, sono molto, molto positivi, così come particolarmente importanti e amabili sono i commenti ricevuti dai clienti e anche da partners, fornitori e stampa.

Lo sviluppo della nostra presenza **"in rete"** è stato pensato e governato con l'obiettivo di rimanere **esclusivi** in un contesto in continua evoluzione, dove crediamo possa essere estremamente facile diluire e massificare l'offerta, e dove rimane fondamentale l'attività quotidiana di **"protezione del brand"**, con l'intento di operare nella rete con la stessa cura con cui da sempre affrontiamo il mondo fisico.

Riteniamo sia necessaria grande attenzione e capacità di ascolto per evolversi nel web, giorno dopo giorno, e per questo consideriamo la nostra boutique on-line la più importante vetrina internazionale, che desideriamo rappresenti pienamente il nostro gusto e lifestyle.

Come nel mondo fisico, nella nostra vetrina "on-line" dedichiamo una grandissima attenzione al **Visual Merchandising**, al cambio periodico degli *outfit*, e alla **cura di ogni dettaglio**, elementi imprescindibili per un'offerta di lusso.

Importanza assoluta riveste, anche nella "rete", il **rapporto "garbato e diretto"** e speriamo **"umano"** con il cliente finale, che vorremmo si sentisse sempre a suo agio, senza essere assillato con email inopportune intente a spingere agli acquisti, che potrebbero allontanarlo definitivamente dall'affezione al brand, diluendo l'allure del brand stesso.

Il medesimo approccio è utilizzato nell'inoltro di selezionatissime newsletter, considerando le richieste e specificità di ogni singolo cliente, e nell'invio di note personalizzate scritte a mano, che possono anche riportare qualche proposta esclusiva legata al prodotto e lifestyle, insieme a novità del Borgo di Solomeo e del nostro territorio.

Grande attenzione è rivolta al packaging con cui il capo viene consegnato, in modo che chi acquista possa vivere anche nella rete l'esclusività del nostro brand, l'artigianalità, la manualità e i sapori della nostra terra.



BRUNELLO CUCINELLI

Analisi delle Vendite

I ricavi netti al 30 settembre 2017, pari a 384,2 milioni di Euro, crescono del +10,3% rispetto ai 348,4 milioni di Euro dello scorso anno (+9,8% la crescita a cambi costanti); tutte le aree geografiche e tutti i canali di distribuzione riportano crescite significative.

Mercato Italiano – crescita di assoluto prestigio, con ricavi che raggiungono 70,6 milioni di Euro, in aumento del +9,8% rispetto ai 64,3 milioni di Euro dello scorso anno (incidenza invariata e pari al 18,4%).

Molto positive le crescite di tutti i canali, monomarca retail, monomarca wholesale e multibrand, che riteniamo di assoluta importanza anche in considerazione del ruolo che da sempre attribuiamo al mercato italiano, quale vetrina importantissima per l'immagine del brand e per l'offerta di **prêt-à-porter, chic e contemporanea** del nostro marchio – che pensiamo essere considerato quale simbolo del **made in Italy**, riferimento del **lusso** da indossare specialmente **di giorno**.

Risultati che possiamo considerare eccellenti sono riportati dalla nostra più grande boutique “**fisica**”, aperta nel gennaio 2017 in via Montenapoleone a Milano, che immaginiamo abbia saputo coniugare il desiderio di trasferire l'immagine e l'atmosfera della “*nostra terra*” con il “*nostro modo di vivere e lavorare*”, contribuendo ad elevare l'allure del brand.

Mercato Europeo – crescita del +10,4%, con ricavi che raggiungono i 116,1 milioni di Euro rispetto ai 105,2 milioni di Euro dello scorso anno, con un peso sulle vendite invariato e pari al 30,2%.

Il trend di incremento delle vendite è sostanzialmente omogeneo in tutti i mercati di riferimento, con aumenti sia nel canale monobrand che in quello multibrand, sostenuti dal **cliente locale** e dal **turismo di fascia alta**, entrambi in crescita.

In particolare, il trend positivo del turismo di fascia alta è supportato dalla ricerca di **manufatti “unici”** da parte di clienti in visita in Europa, in occasione di viaggi di piacere o di lavoro.

I nostri clienti hanno così la possibilità di fare shopping nelle principali capitali mondiali della moda, trovando una proposta di abbigliamento che, grazie alla **significativa ampiezza e profondità delle collezioni**, permette di avere a disposizione capi che potrebbero non essere presenti in altre boutique, e viceversa.

Pensiamo che lo speciale rapporto che da sempre cerchiamo di creare con il nostro cliente, sia supportato dai modi sempre garbati e rispettosi con cui ci relazioniamo, ponendoci quali “**amabili consiglieri**” nel suggerimento di nuovi capi, che si possono miscelare con uno già in guardaroba, oppure creando un outfit specifico per le esigenze di ogni singolo cliente.

Mercato Nordamericano – importante incremento del +6,3%, con vendite pari a 130,2 milioni di Euro (incidenza del 33,9%), rispetto ai 122,5 milioni di Euro al 30 settembre 2016 (peso del 35,2%), pur in presenza dell'impatto negativo della valuta, particolarmente nel terzo trimestre.



BRUNELLO CUCINELLI

Il trend in Nord America - mercato dove rimane fondamentale mantenere un'offerta di **“prodotti speciali e poco distribuiti”** - è sempre molto favorevole, supportato com'è dai risultati raggiunti sia nel canale monomarca, sia negli spazi dedicati del canale multimarca, che continuano a rappresentare **“vetrine importantissime”** per il brand.

Crediamo che la solidità dei risultati raggiunti nel canale multimarca sia riconducibile alla cura che dedichiamo a tutti gli spazi dove il brand è presente, Luxury Department Stores e selezionati multibrand, a cui prestiamo la stessa attenzione con cui gestiamo le boutique dirette, a partire dal **Visual merchandising**, con un team dedicato per la realizzazione di vetrine, outfit e assortimenti, che rappresentano pienamente il gusto delle collezioni, fino ad arrivare al **servizio offerto al cliente**.

Elemento imprescindibile per il successo nel mercato americano, tra i più sofisticati in assoluto, rimane inoltre l'offerta di collezioni sempre contemporanee, con una marcata impronta artigianale e manuale, simbolo di quel Made in Italy che per i clienti rappresenta un ulteriore elemento di prestigio.

Greater China – incremento molto positivo, pari al +37,7%, sia pure rispetto a valori limitati; i ricavi crescono da 21,4 milioni di euro dei primi 9 mesi dello scorso anno (incidenza del 6,1%) agli attuali 29,5 milioni di euro (incidenza del 7,7%).

Molto positivo il trend delle vendite in tutte le aree di riferimento della Greater China, Mainland China, Hong Kong e Macao, grazie in particolare all'aumento delle vendite nel network di boutique esistenti; positivo il contributo di un'apertura netta - ultima di quest'anno - nella Mainland China (13 boutique presenti al 30 settembre 2017) e di un'apertura a Macao.

La crescita in Greater China coniuga il forte **interesse e potenziale** per il brand, con la **nostra volontà di “proteggerlo”**, mantenendone **esclusività e allure**, attraverso una **distribuzione limitata**, nella consapevolezza che, se troppo distribuito, il brand perda allure, risultando poco affascinante.

Resto del Mondo – molto buono l'incremento del fatturato, pari al +8,0%, con le vendite che raggiungono 37,9 milioni di euro (incidenza del 9,9%), rispetto a 35,1 milioni di euro al 30 settembre 2016 (incidenza del 10,1%).

Prosegue il trend positivo di crescita, con solidi risultati in tutti i principali mercati di riferimento, quali Giappone, Corea del Sud, Middle East; la performance in Giappone è supportata dai risultati delle boutique dirette e dai risultati di vendita degli spazi all'interno dei Luxury Department Stores.

In tutti i canali di vendita, **l'attenzione all'immagine degli spazi**, gli **outfit proposti**, e il **rapporto con il cliente** incrocia le richieste di una **clientela sempre più esigente** e consapevole del valore del “bello”; le dinamiche del **flusso di turismo**, in particolare Giappone e Corea del Sud, mantengono un **progressivo e sostenibile incremento**, motivato dalla presenza di un cliente di fascia alta meno influenzato dalle dinamiche macro-economiche che impattano maggiormente il turismo di fascia media.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Canale Distributivo

Canale Retail – incremento pari al +19,8%, con i ricavi che raggiungono i 187,3 milioni di euro (incidenza del 48,7%) rispetto ai 156,3 milioni di euro nei primi 9 mesi dello scorso anno (incidenza del 44,9%).

La crescita molto buona è favorita dalla performance LFL e dall'evoluzione del network di boutique, che include la conversione di alcuni spazi di vendita dalla gestione di terzi alla gestione diretta.

La performance ***Like for Like*** è pari al **+4,2%**² (periodo compreso tra il 1 gennaio e il 05 novembre 2017), confermando ancora una volta la sostenibilità del trend di crescita a pari perimetro.

I 9 mesi dell'anno presentano **dati di sell-out molto interessanti**, sia per quanto riguarda le **collezioni primavera/estate 2017**, sia in relazione alle vendite in corso dell'**autunno/inverno 2017**, grazie a un'offerta di collezione che crediamo abbia saputo mantenere quelle caratteristiche fondamentali di **modernità e altissima artigianalità**.

Contribuisce alla crescita l'evoluzione del network boutique, che raggiunge 93 boutique dirette al 30 settembre 2017, con 3 aperture nette negli ultimi 12 mesi e la conversione delle 4 boutique di Mosca dal canale monomarca wholesale.

Positivo inoltre il contributo del passaggio alla gestione diretta, dalla gestione multimarca wholesale, di alcuni shop-in-shop in Canada presso i Luxury Department Stores di Holt Renfrew in Canada³.

Canale monomarca Wholesale – vendite pari a 21,8 milioni di Euro (incidenza del 5,7%), con una crescita del +3,0%, escludendo i passaggi dalla gestione di terzi alla gestione diretta della nostra boutique on-line e delle 4 boutique di Mosca (la performance contabile è pari al -25,9%⁴).

Il trend di crescita è favorito da una presenza esclusiva, con un network attuale di 30 boutique presenti in location prestigiose, con spazi di vendita che permettono di esprimere interamente il gusto delle collezioni, gestiti dai nostri partner con la stessa cura e attenzione con cui sono gestite le boutique dirette.

Canale multimarca Wholesale – crescita del +7,7%, con i ricavi pari a 175,1 milioni di Euro al 30 settembre 2017 (incidenza del 45,6%) rispetto ai 162,6 milioni di Euro al 30 settembre 2016 (incidenza del 46,7%).

² Il L.F.L. del 2017 è calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti nei DOS esistenti alla data 01/01/2016.

³ Il passaggio è relativo alla gestione diretta di 5 shop-in-shop all'interno dei Luxury Department Stores di Holt Renfrew in Canada, precedentemente operativi con formula di vendita wholesale, avvenuto a seguito dell'accordo firmato il 13 marzo 2017.

⁴ La performance contabile, includendo nel fatturato dei primi 9 mesi del 2016 i ricavi delle boutique convertite e il fatturato della boutique on-line (passata alla gestione diretta a partire dal mese di gennaio 2017), riporta un calo del -25,9% (21,8 milioni di euro i ricavi dei primi 9 mesi 2017 rispetto ai 29,4 milioni di Euro al 30 settembre 2016).



BRUNELLO CUCINELLI

La raccolta ordini delle collezioni Primavera/Estate 2018, recentemente conclusa, ha evidenziato dati molto interessanti, che confermano un trend di progressiva crescita, importante e - immaginiamo - sostenibile nel medio-lungo periodo.

La performance del canale multimarca, con solidi risultati in tutte le aree geografiche, è resa possibile sia dal **rapporto** che pensiamo di aver saputo creare, nel corso degli anni, con i multimarca più prestigiosi e con i più importanti Luxury Department Store, sia da tutte quelle attenzioni che dedichiamo agli spazi dove è presente il nostro brand.

Molto, molto positivo il contributo alla crescita delle vendite nel canale multimarca in Cina, business che si sta sviluppando progressivamente con risultati molto interessanti e un potenziale che crediamo forte nel medio-lungo periodo, considerando che questi nuovi multibrand stanno assumendo un ruolo sempre più importante per il cliente della fascia più alta, affascinato dalla possibilità di confrontare e miscelare prodotti speciali di diversi marchi, accomunati da prestigio e unicità.

Facendo seguito alla comunicazione in data 30 agosto 2017 dell'accordo siglato con l'Agenzia delle Entrate per la definizione dei metodi e criteri di calcolo del contributo economico alla produzione del reddito di impresa dei beni immateriali ai fini del c.d. Patent Box, si comunica inoltre che il beneficio fiscale per l'anno 2016 è stato quantificato nell'ordine di 3,5 milioni di Euro (2,9 milioni di Euro il beneficio fiscale relativo al 2015); la quantificazione del beneficio relativo al 2017⁵, 2018 e 2019 potrà essere fatta in sede di predisposizione del bilancio di esercizio dei rispettivi anni.

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. 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 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 2016 pari a 456 milioni di Euro (+10,1% rispetto all'anno precedente), di cui l'83,3% fatturato all'estero, e un EBITDA normalizzato di 78,2 milioni di Euro, in crescita del 13,2% rispetto all'anno precedente, con la presenza di circa 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.

⁵ Il beneficio fiscale spettante per gli anni di imposta 2015, 2016 e 2017 sarà imputato nel bilancio 2017 a riduzione delle imposte di conto economico della Brunello Cucinelli S.p.A. e sarà utilizzato cumulativamente in sede di versamento delle imposte.



BRUNELLO CUCINELLI

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 123 boutique monomarca (93 boutique dirette e 30 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**
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