



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A ha esaminato i Ricavi Netti della gestione al 30/09/2020.

Ricavi del terzo trimestre 2020

- **Importante crescita pari al +3,4% a cambi correnti rispetto al medesimo periodo dello scorso anno, che conferma le attese di incremento del fatturato;**
- **Significativo aumento dei ricavi in Nord America, Europa e Cina domestica: Nord America +9,2%, Europa +7,7%, Cina (incluso Hong Kong e Macao) +3,2%, Italia -6,9%, Resto del Mondo -5,7%;**
- **Ottima crescita nel canale wholesale pari al +20,5%, buona tenuta del canale retail in calo del -15,7%.**

Ricavi dei primi 9 mesi 2020

- **Ricavi netti pari a 378,7 milioni di Euro, in calo del -17,5% a cambi correnti (-17,4% a cambi costanti) rispetto ai 459,2 milioni di Euro al 30 settembre 2019;**
- **Nord America -21,4%, Europa -13,4%, Cina (incluso Hong Kong e Macao) -12,6%, Resto del Mondo -13,9%, Italia -23,1%;**
- **Performance per canali distributivi: wholesale -9,0%, retail -26,1%.**

Brunello Cucinelli, Presidente Esecutivo della Società, ha commentato:

“Abbiamo conseguito nel terzo trimestre di questo 2020 risultati davvero interessanti ed essendo giunti a più della metà dell’ultimo quarto, siamo in grado di immaginare anche per questo ultimo trimestre, dei risultati molto positivi che ci dovrebbero condurre ad una chiusura dell’anno con una “leggera” diminuzione dei ricavi intorno al 10%.

È proprio di questi giorni la “tanto attesa” notizia dell’arrivo del “vaccino” che tutta l’umanità ha appreso con gioia e speranza. Ciò ci ha consentito di tornare a vivere e lavorare in un’atmosfera migliore dopo un lungo periodo di vita a volte intenso e doloroso, sia per il corpo che per l’anima.

Dietro a tutto questo e forti della grande raccolta ordini che abbiamo in casa della Primavera Estate 2021, immaginiamo un prossimo anno che noi definiamo “anno del riequilibrio”, con un ritorno ad una bella crescita intorno al 15%.”



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 19 novembre 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 i ricavi netti consolidati di vendita al 30 settembre 2020.

Riportiamo la “Lettera per un nuovo contratto sociale con il Creato” scritta di recente da Brunello Cucinelli. Si tratta di una riflessione sul tempo che stiamo vivendo, in vista di un orizzonte di speranza e di rinnovata serenità che ci auguriamo possa giungere presto.

LETTERA PER UN NUOVO CONTRATTO SOCIALE CON IL CREATO

“Sono nato in una modesta famiglia di campagna, e lì, dove le stelle, durante le veglie, brillano più lucenti, è più forte il sentimento del Creato; sentivamo l’universo echeggiare dentro di noi, sentivamo intuitivamente le grandi regole della sua armonia. Nella mia vita ho sempre desiderato porre l’etica e il rispetto della dignità umana fra gli ideali più alti, e da tale aspirazione ho cercato di generare la mia attività di imprenditore del Cashmere, attento per quanto ho potuto a produrre senza provocare danni al Creato, a mantenere costante l’armonia tra il profitto e il dono.

Appassionato di filosofia, ebbi conferma, leggendo Kierkegaard, che le persone umane sono al tempo stesso singole e universali, e questo è per me un grande valore. Ho sempre creduto nell’umanesimo come un elemento dell’universo; è quanto pensarono grandi uomini del passato, da Dante, a Galileo, che ciascuno lungo la sua strada, declinarono l’umanesimo con la spiritualità e con la scienza. Senza umanesimo, credo, non si può vivere, e io ne ho fatto il più fedele amico della mia anima: da esso ho cercato di trarre la mia idea di capitalismo umanistico, e poi, ripensando ai cieli stellati della mia infanzia, l’idea di umanesimo universale.

Proprio per l’incanto di quella vita giovanile, per quel senso dell’infinito, penso al Creato come a un custode premuroso verso il quale siamo tutti debitori per i doni dorati che riceviamo con generosa abbondanza; a lui sono profondamente grato. Ma da qualche tempo, in questo anno, la nostra vita è stata affiancata da un compagno di viaggio imprevisto e non voluto, che sotto la forma di un virus pandemico si aggira per l’intero pianeta causando dolore al corpo e allo spirito delle persone umane, con un andamento imprevedibile ed estenuante, ora lento, ora accelerato, ora mite, ora crudele, nell’alternanza di speranze intraviste e subito deluse.

Sembra di assistere ad una sorta di lotta tra la biologia e la terra, che dura a lungo, ed ecco, infine, che lo stesso Creato ci ha chiesto aiuto. Ora credo che spetti a noi, persone umane, come imperativo morale, rispondere a tale richiesta importante e urgente; e penso a una sorta di nuovo contratto sociale con il Creato.

Il contratto sociale è un’idea antica, che risale ancora a Platone, Aristotele, e poi, più vicini a noi, Thomas Hobbes e John Locke, e infine Rousseau, che gli dedicò un libro. Il contratto che io immagino è nuovo perché non riguarda soltanto le persone umane, ma include anche ogni altro elemento del Creato. I lontani monti, i boschi profondi e ombrosi, i mari immensi e inquieti, i cieli azzurri e quelli stellati sotto ai quali gli animali e le piante vivono in costante armonia, io li vedo, insieme alle persone umane, i fattori integrali del nuovo contratto, e me li rappresento, nel loro insieme universale, come un paradiso terrestre dei nostri tempi, un ambiente al tempo stesso incantato e sacro, privo di confini, che spiega le sue ali su ogni recesso più lontano del Creato.



BRUNELLO CUCINELLI

Forse però ultimamente abbiamo un po' trascurato alcune regole naturali che per così lungo tempo sono state il verbo di un tipo di vita genuino e vero; forse abbiamo perso l'armonia che equilibrava il dare e l'avere nei rapporti tra noi e il Creato, e abbiamo iniziato a consumarlo, anziché utilizzarlo seguendo i bisogni naturali e necessari, come predicava Epicuro e come hanno fatto prima di noi centinaia di generazioni senza nome.

Per questo, se ora guardiamo nei nostri cuori con il coraggio della verità, se, in accordo con il pensiero di Kant, alziamo gli occhi al cielo sopra di noi e interroghiamo la legge morale dentro di noi, riconosceremo di esser stati figli prodighi, e allora, come in una corale confessione pubblica che coinvolge gran parte di noi, riconosceremo che se il Creato oggi ci chiede aiuto, anche noi siamo responsabili delle sue pene.

Pensiamo allora ai nostri figli, alle generazioni future, che più di ogni altra cosa sono la speranza del domani; pensiamo al mondo che riceveranno in eredità da noi, e che dovrà essere leggermente migliore di questo; pensiamo al retaggio del passato, senza il quale, come insegnano i filosofi, non vi è futuro. Se dimenticheremo gli insegnamenti del passato come potremo avviarci per le strade sicure della giustizia morale? Verso i giovani siamo debitori, mi sembra, di un tempo che abbiamo loro sottratto, delle speranze che seguono agli ideali; e i loro occhi ancora cercano i nostri, che sono spesso fuggitivi, perché non ci è facile rispondere con uno sguardo altrettanto diritto e vero come il loro.

È anche pensando con timore amorevole alle nuove generazioni che immagino il nuovo contratto sociale con il Creato, perché vorrei che i figli degli uomini di oggi possano avere la possibilità di tornare a vivere in un pianeta dove gli animali, le piante, le acque, ritrovano il tempo e il luogo per rigenerarsi secondo la natura, con quei ritmi larghi e sereni che hanno segnato per millenni il tempo della storia umana; un tempo e un luogo dove i boschi tornano a riconquistare la terra, sottraendola ai deserti, rianimando il pianeta di ossigeno e di frescura.

Così mi piace sognare che le generazioni future potranno vivere dove riterranno di riconoscere la loro patria, e avranno il mondo intero come scelta libera; se sapranno vedere nelle grandi migrazioni delle genti un'opportunità piuttosto che un pericolo, se per loro la riparazione e il riuso degli oggetti prevarrà sulla tentazione dello scarto, se lo Stato e le leggi non saranno ritenuti obblighi imposti ma mezzi di vita civile da rispettare per una vita più giusta; se sapranno sviluppare tecnologia e umanità come sorelle amabili, se ogni angolo del pianeta sarà considerato patrimonio di tutti e di ciascuno e infine, se, come pensava Adriano Imperatore, sapranno considerare i libri come i granai dell'anima, saranno felici. Tale è il contratto sociale che mi piacerebbe stipulare con il Creato, tale l'aiuto che sento di voler dare come risposta amabile ad un custode così premuroso. Grazie, che il Creato illumini il nostro cammino.”



BRUNELLO CUCINELLI

Il percorso di sana, equilibrata e sostenibile crescita

Il momento attuale, che dal 1° novembre abbiamo chiamato “seconda fase di gestione della pandemia”, ci suggerisce di continuare nella direzione che abbiamo scelto di percorrere a partire dal mese di marzo, cercando di condurre l’impresa con umiltà, coraggio, creatività e serietà.

All’inizio della pandemia abbiamo fatto tre grandi scelte: non licenziare nessuno e garantire lo stesso livello retributivo a tutti i nostri dipendenti, non chiedere sconti coerentemente con la cultura d’impresa, e con il progetto “*Brunello Cucinelli for Humanity*” mettere a disposizione di alcuni esseri umani la merce in sovrappiù relativa ai mesi di chiusura delle boutique dirette, provando in qualche modo a migliorare le loro condizioni di vita.

Crediamo che il nostro approccio e la progettazione con cui abbiamo gestito le attività in questi mesi abbiano contribuito al raggiungimento di **risultati molto, molto positivi** nel terzo trimestre, con un’importante crescita dei ricavi.

Abbiamo la percezione di aver **riavviato il percorso per una sana, equilibrata e sostenibile crescita**, supportato da quattro caratteristiche peculiari della nostra azienda che sono risultate, a nostro avviso, determinanti:

- 1) l’importanza della filiera di produzione interamente italiana;
- 2) il ruolo strategico da sempre riconosciuto al canale wholesale;
- 3) la centralità e la resilienza del mercato americano;
- 4) la vocazione alla ricerca di essere “domestici” in tutti i mercati.

L’inizio del quarto trimestre conferma la significativa inversione di tendenza iniziata già nel terzo trimestre, ed è contraddistinto dall’equilibrio tra i mercati, con la ripresa e il dinamismo di Cina e Russia e i solidi risultati di Giappone e USA, che compensano le difficoltà di una parte dell’Europa, lasciandoci intravedere una crescita dei ricavi anche in quest’ultima parte dell’anno.

La concretezza dei piani di crescita è supportata dalla raccolta ordini **molto positiva** della **Primavera Estate 2021**, e dall’allure che respiriamo intorno al brand.

Proseguono gli importanti **progetti di ampliamento**, molti dei quali a cavallo tra il 2020 e 2021, quali l’inaugurazione della nuova boutique di **San Pietroburgo** e di Omotesando a **Tokyo**, e il raddoppio della superficie del flagship di Madison Avenue a **New York** e della boutique di **Las Vegas Crystals**.

Riteniamo fondamentale accompagnare questo sano piano di sviluppo con significativi **investimenti in comunicazione**, a sostegno dell’esclusività del nostro brand e della desiderabilità dei nostri prodotti.

L’attività produttiva prosegue con assoluta regolarità e risulta ad oggi perfettamente allineata ai tempi di consegna previsti per le boutique monomarca e multibrand.

Seguitiamo con la stessa attenzione il progetto iniziato in marzo di salvaguardia della salute della totalità delle nostre umane risorse e di tutti i collaboratori, con test sierologici e tamponi che contribuiscono a garantire un ambiente di lavoro “protetto” e uno spirito sereno.

Proseguiamo quindi a immaginare per il **2020 un calo leggero dei ricavi** intorno al -10%, con una crescita molto positiva e un **incremento del fatturato intorno al +15% nel 2021**, “**anno del riequilibrio**”, continuando nell’importante progetto di investimenti e nel progressivo riequilibrio della Posizione Finanziaria Netta, in presenza di una solida e sana situazione patrimoniale.



BRUNELLO CUCINELLI

Crediamo infine che il nostro **progetto di crescita decennale 2019 – 2028**, con l'obiettivo di raddoppiare il fatturato, non subisca interruzioni.

Pur essendo oggi l'**azienda la stessa di febbraio**, riteniamo che sia ancora **più solida e forte** sotto molteplici aspetti.

Il primo è rappresentato dalle nostre **umane risorse**, che hanno mostrato coraggio, estrema concretezza e velocità nel trasformare scelte e idee in azioni, dandoci la consapevolezza di poter affrontare con serenità e fiducia le sfide che il tempo ci riserverà.

Abbiamo poi sentito la necessità e l'opportunità di rafforzare ulteriormente la comunicazione con tutti i nostri **façonisti, fornitori di materie prime e clienti multimarca**, e riteniamo che questo impegno comunicativo ci abbia restituito un rapporto ancora più speciale e autentico con ciascuno di loro.

I nostri **façonisti** hanno mostrato grande reattività, dandoci la conferma che possiamo contare non solo su mani sapienti ma anche su piccole e medie aziende ben strutturate, finanziariamente solide e capaci di risolvere sfide impegnative, permettendoci di progettare con rinnovata serenità la crescita futura dell'azienda.

Abbiamo apprezzato la grande creatività dei nostri **fornitori di materie prima**, impegnati in un dialogo costante con i nostri uffici creativi nella ricerca della contemporaneità del prodotto.

Ai **clienti multimarca** riteniamo di aver dato prova concreta della loro centralità nella nostra strategia di lungo periodo, inaugurando una nuova fase progettuale che ha delineato gli obiettivi comuni dei prossimi 5-10 anni.

Per tutte queste ragioni ci sembra che **l'azienda sia strutturalmente pronta per riprendere il proprio cammino di crescita**, come iniziato a fare nella seconda parte di quest'anno, con la convinzione che l'autenticità e la consistenza delle nostre azioni resteranno i fattori chiave di successo anche per il nostro futuro.

Analisi delle Vendite e Ricavi per Area Geografica

Le vendite del terzo trimestre sono pari a 173,5 milioni di Euro, con una crescita a cambi correnti pari al +3,4% rispetto ai 167,8 milioni di Euro dello scorso anno.

I ricavi dei primi 9 mesi del 2020 sono pari a 378,7 milioni di Euro, con una performance a cambi correnti pari al -17,5% (-17,4% a cambi costanti) rispetto ai 459,2 milioni di Euro dello scorso anno, a seguito del forte impatto della pandemia nella prima parte del 2020.

Mercato Nordamericano – il terzo trimestre riporta un importante risultato pari al +9,2%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 116,5 milioni di Euro (30,7% sul totale), con una performance del -21,4% rispetto ai 148,2 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

Le dinamiche del trimestre evidenziano un significativo trend di crescita, supportato dalla resilienza della domanda "domestica", con i clienti che tornano con maggior confidenza ad acquistare nelle boutique e nei multibrand delle proprie città.



BRUNELLO CUCINELLI

Mercato Europeo – il terzo trimestre riporta un solido incremento pari al +7,7%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 120,9 milioni di Euro (31,9% sul totale), con un risultato del -13,4% rispetto ai 139,5 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

Le performance riportate evidenziano incrementi rilevanti in tutto il centro e nord Europa, sostenuti dal ritorno nei negozi del cliente locale, mentre le vendite nell'Europa mediterranea risultano ancora impattate dai risultati delle città turistiche e, in alcune aree, dalla persistenza dei timori correlati al virus.

Mercato Italiano – il terzo trimestre riporta una performance pari al -6,9%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 58,5 milioni di Euro (15,5% sul totale), con una flessione del -23,1% rispetto ai 76,1 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

La crescita degli acquisti dei clienti locali compensa parzialmente il significativo calo del turismo internazionale.

Cina – il terzo trimestre riporta una crescita pari al +3,2%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 38,1 milioni di Euro (10,1% sul totale), con una performance del -12,6% rispetto ai 43,5 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

Solido trend positivo di crescita nella “Mainland China” e Taiwan, capace nel terzo trimestre di compensare completamente le difficoltà relative all'importante calo del traffico in città di rilievo quali Hong Kong e Macao.

Resto del Mondo – il terzo trimestre riporta un risultato pari al -5,7%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 44,7 milioni di Euro (11,8% sul totale), con un calo del -13,9% rispetto ai 51,9 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

La positiva performance della Corea del Sud, mercato per noi ancora interamente wholesale, non bilancia la riduzione del fatturato in Giappone, che nel terzo trimestre dello scorso anno aveva riportato ottimi risultati nell'attesa dell'innalzamento dell'imposta di valore aggiunto.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale Retail – il terzo trimestre riporta un discreto risultato pari al -15,7%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 169,3 milioni di Euro (44,7% sul totale), con una performance del -26,1% rispetto ai 229,2 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

Il significativo peso dei clienti locali ci consente di limitare la perdita legata alla mancanza di mobilità internazionale.

Il network al 30 settembre 2020 è pari a 107 boutique (106 boutique al 31 dicembre 2019).

Canale Wholesale¹ – il terzo trimestre riporta un'ottima crescita pari al +20,5%; i primi 9 mesi del 2020 sono pari a 209,4 milioni di Euro (55,3% sul totale), con una performance del -9,0% rispetto ai 230,0 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

¹ Il canale wholesale accorpa il canale wholesale multimarca e il canale wholesale monomarca.

I ricavi del canale wholesale multimarca al 30 settembre 2020 sono pari a 186,4 milioni di Euro, rispetto ai 205 milioni di Euro al 30 settembre 2019.

Il canale wholesale monomarca riporta al 30 settembre 2020 un fatturato pari a 23,0 milioni di Euro, rispetto ai 25,0 milioni di Euro al 30 settembre 2019. Il relativo network è pari a 31 boutique al 30 settembre 2020 (rispetto alle 30 boutique al 31 dicembre 2019).



BRUNELLO CUCINELLI

Le puntuali consegne delle collezioni Autunno Inverno 2020 ci hanno permesso di realizzare un ottimo fatturato nel terzo trimestre nei differenti mercati di riferimento.

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 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 2.000 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano. Nel 2019 sono stati superati i 600€ mio di ricavi, con 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

Brunello Cucinelli S.p.A.

Tel. 02/34.93.34.78

Corporate website: www.brunellocucinelli.com