



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha approvato il Resoconto Intermedio di gestione al 30 settembre 2015

- Ricavi netti a 317,6 milioni di Euro, +14,5% a cambi correnti rispetto al 30 settembre 2014;
- EBITDA pari a 53,9 milioni di Euro, +12,1%¹;
- Utile netto pari a 25,7 milioni di Euro, +1,2%¹;
- Crescita delle vendite sia nei Mercati Internazionali, in aumento del +17,9%, sia nel Mercato Italiano, in progresso del +1,9%;
- Incremento dei ricavi in tutte le aree geografiche internazionali: Nord America +25,4%, Europa +6,8%, Greater China +18,3%, Resto del Mondo +33,6%;
- Fatturati in sviluppo in tutti i canali distributivi: monomarca retail +34,5%, monomarca wholesale +0,9% (+3,7% al netto delle conversioni al canale diretto), multimarca wholesale +3,4%;
- Indebitamento finanziario netto pari a 83,7 milioni di euro al 30 settembre 2015, coerentemente con la stagionalità del business e gli investimenti dei primi 9 mesi dell'anno (32,4 milioni di euro), a conclusione del significativo piano triennale, iniziato nel 2013 e che si chiuderà nel 2015.

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

«L'anno in corso sta per concludersi con dei risultati "bellissimi", con una crescita costante, solida e giusta. Una crescita che riguarda sia i ricavi, sia i margini reddituali, per la soddisfazione di soci grandi e piccoli che hanno voluto affiancarci nel nostro progetto industriale».

«I sell out delle collezioni invernali 2015 stanno andando "molto molto bene". Stiamo ultimando il grande progetto di investimenti 2013 – 2015 che ci ha portati a divenire un'industria ancor più solida e robusta per gli anni a venire. La campagna vendite Primavera Estate 2016 è terminata con dei risultati "eccellenti" e con giudizi molto speciali sia dai multibrand che dalla stampa specializzata. Quindi, dietro a questi risultati, immaginiamo un 2016 e il prossimo triennio, molto positivi, con una crescita a due cifre garbata».

«Il nostro impegno è, ora come sempre, quello di raccogliere i vari stimoli, ispirazioni e indicazioni che ci arrivano dal mondo (specialmente da internet) e tradurli quotidianamente in realtà. Sempre più pensiamo al mondo fisico e al mondo digitale in modo unico ed integrato, con l'obiettivo di coniugare identità e progetti in modo coerente».

«Sulla nostra amabile Italia un nuovo sole torna a scaldare gli animi: un sole che consiste in un nuovo stato d'animo creatore di nuovi progetti, la consapevolezza del valore del made in Italy nel mondo. Siamo di nuovo fieri del nostro paese, siamo tornati a credere nello Stato. Concretamente viviamo un'atmosfera di positività e vediamo la costruzione di un futuro nuovo».

¹ Il confronto è relativo all'EBITDA e Utile Netto dei primi 9 mesi 2014 normalizzato, ovvero escludendo le componenti straordinarie realizzate nei primi 9 mesi dello scorso anno.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 10 novembre 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 relativo ai primi 9 mesi del 2015.

L'azienda prosegue costantemente lungo il percorso di crescita sostenibile, nonostante la volatilità del settore e il contesto economico di riferimento, grazie alla forza del brand, al posizionamento nella fascia alta del lusso e alla proposta di **lifestyle sofisticato** e contemporaneo.

L'andamento delle vendite dei primi nove mesi del 2015 e le crescite riportate confermano i trend dei precedenti mesi; l'identificazione del brand quale espressione di lusso assoluto, ormai riconosciuto a livello mondiale, avvalorata la positività intorno al marchio, guidata dalla proposta unica, di altissima qualità, artigianalità e manualità.

Le scelte del consumatore della fascia più alta, per il quale le influenze delle dinamiche macroeconomiche, politiche e monetarie, che hanno caratterizzato gli ultimi mesi, si confermano assolutamente marginali, proseguono verso la ricerca di un **prêt-à-porter** sempre più esclusivo e distribuito in maniera selettiva, coerentemente con l'approccio al mercato dell'azienda.

I risultati raggiunti trovano inoltre sostegno nell'atteggiamento di fiducia e di *"condivisione dei valori"* da parte dei clienti, nel rispetto della dignità economica e morale delle persone che lavorano in azienda, degli *"stakeholders"* e del territorio.

Andamento delle vendite e Ricavi per Area Geografica

I ricavi netti al 30 settembre 2015 aumentano del +14,5% (+9,4% a cambi costanti), raggiungendo i 317,6 milioni di Euro rispetto ai 277,3 milioni di Euro del 30 settembre 2014, con vendite che si incrementano in tutti i mercati internazionali e canali distributivi.

Mercato nordamericano – fatturato in crescita del +25,4% (114,3 milioni di Euro rispetto ai 91,1 milioni di Euro al 30 settembre 2014, con un peso del 36% sul totale ricavi netti).

I ricavi crescono sia nelle esclusive boutique del canale diretto, sia negli spazi più importanti dei Luxury Department Stores, che ampliano progressivamente le aree di vendita più prestigiose dedicate al brand, per soddisfare la crescente domanda di *prêt-à-porter "esclusivo"* e di *"alta artigianalità e manualità"*.

Il trend evidenzia l'incremento della domanda sia da parte del cliente locale, da sempre identificato quale cliente "tradizionale", sia del turista sofisticato.

I risultati di vendita sono positivi in entrambi i canali distributivi, monomarca e multimarca, caratterizzato quest'ultimo dalla presenza nei più importanti Luxury Department Stores, che incrementano progressivamente l'offerta per la fascia dei clienti più alta.

Nel canale monomarca retail le crescite sono supportate dai risultati delle boutique esistenti, grazie ai sell-out di vendita, e dal contributo delle 3 aperture avvenute negli ultimi 12 mesi.

Il network monomarca al 30 settembre 2015 è pari a 21 boutique (18 boutique al 30 settembre 2014).



BRUNELLO CUCINELLI

Mercato europeo – aumento dei ricavi pari al +6,8% (98,2 milioni di Euro rispetto ai 91,9 milioni di Euro al 30 settembre 2014, con un peso sul fatturato del 30,9%).

La solidità della domanda del cliente locale e i crescenti flussi del turismo di alto livello, in particolare quello asiatico, trainano la crescita riportata, con risultati particolarmente positivi nelle boutique e spazi di vendita delle principali città e delle prestigiose località resort.

I risultati si mostrano solidi in tutti i paesi del mercato europeo, sia per quanto riguarda l'Europa Continentale, sia nell'area mediterranea, Europa dell'Est, Russia e paesi ex-URSS, confermando la marginale influenza delle molteplici dinamiche economico-finanziarie sul cliente della fascia più alta.

Positivi i risultati delle vendite negli spazi esistenti, con le crescite riportate nei primi 9 mesi dell'anno positivamente influenzate dal contributo di 5 selezionate aperture, avvenute negli ultimi 12 mesi.

Il network monomarca diretto al 30 settembre 2015 raggiunge le 26 boutique (22 boutique al 30 settembre 2014), mentre il network monomarca wholesale è pari a 20 boutique (19 boutique al 30 settembre 2014).

Greater China – vendite in aumento del +18,3% (ricavi pari a 18,0 milioni di Euro al 30 settembre 2015, rispetto ai 15,3 milioni di Euro dei primi 9 mesi 2014, con un peso limitato al 5,7%).

L'aumento del fatturato è correlato alla positiva performance dell'esclusiva e limitata rete esistente, invariata negli ultimi 12 mesi, con incrementi sia in Mainland China, sia nelle altre aree di riferimento della Greater China, tra cui Hong Kong.

I consumatori asiatici, abbienti e sofisticati, mostrano ancora una volta la solidità delle proprie abitudini di acquisto, indipendentemente dalle dinamiche macro-economiche e performance dei mercati azionari, che hanno caratterizzato gli ultimi mesi.

Il network complessivo di boutique monomarca in Greater China è pari a 19, invariato rispetto al 30 settembre 2014.

Resto del Mondo – fatturato in crescita del +33,6% (ricavi pari a 27,1 milioni di Euro, rispetto ai 20,3 milioni di Euro del periodo precedente, con un peso dell'8,5%).

In linea con le dinamiche descritte nel primo semestre, i risultati riportati sono impattati dalla conversione alla gestione diretta², a partire dal 1° settembre 2014, del business in Giappone; a partire dal 1° settembre 2015 la base di comparazione delle vendite in Giappone diventa progressivamente omogenea, con trend di crescita attesi "normalizzati" nei prossimi trimestri.

Il numero dei negozi monomarca al 30 settembre 2015 è pari a 13 boutique (11 boutique al 30 settembre 2014), includendo l'importante apertura di Tokyo/Ginza, avvenuta nel mese di settembre 2015.

Mercato italiano – prosegue l'incoraggiante trend di crescita evidenziato nella prima parte dell'anno, con un aumento di fatturato nei primi 9 mesi del 2015 pari al +1,9% (ricavi pari 59,9 milioni di euro, rispetto ai 58,8 milioni di Euro al 30 settembre 2014, con un peso del 18,9%).

² 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.



BRUNELLO CUCINELLI

I positivi risultati raggiunti sono trainati dalle crescite sia nelle boutique monomarca, che negli esclusivi multimarca dove il brand è posizionato, con incrementi importanti nelle principali città e località resort.

I risultati beneficiano sia degli acquisti da parte della clientela locale, sia del crescente flusso di turismo di fascia molto alta, tra cui evidenziamo il consumatore asiatico e mediorientale.

Il network monomarca, al 30 settembre 2015, è pari a 17 boutique, di cui 11 a gestione diretta e 6 monomarca wholesale (nei primi 9 mesi del 2014 il network monomarca era pari a 15 boutique, di cui 11 dirette e 4 monomarca wholesale).

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca retail - fatturato in aumento del +34,5%, raggiungendo i 135,8 milioni di Euro al 30 settembre 2015, rispetto ai 101,0 milioni di Euro dei primi 9 mesi 2014, con un peso del 42,8% sul totale dei ricavi (36,4% al 30 settembre 2014).

La crescita *Like for Like* si conferma sana e sostenibile, con un incremento pari al +5,3% nelle prime 44 settimane del 2015 (periodo 1 gennaio – 1 novembre 2015).

Positivo il contributo alla crescita sia delle aperture degli ultimi 12 mesi, sia dalla conversione del business in Giappone alla gestione diretta a partire dal 1° settembre dello scorso anno (3 passaggi di boutique e 13 hard-shop nei Luxury Department Stores).

Il network monomarca diretto al 30 settembre 2015 è pari a 78 boutique (70 boutique al 30 settembre 2014), in presenza di 10 aperture e della conversione, dal canale monomarca diretto al canale monomarca wholesale, di due boutique in località "Second-Tier" nel mercato domestico, nel mese di settembre 2015.

Canale monomarca wholesale – vendite pari a 28,2 milioni di Euro (8,9% sul fatturato totale), in aumento del +0,9% rispetto ai 27,9 milioni di Euro riportati al 30 settembre 2014 (10,1% sui ricavi totali). La crescita è impattata dalle conversioni al canale diretto delle 3 boutique monobrand wholesale in Giappone, dal 1° settembre 2014, al netto delle quali le vendite nel canale monomarca wholesale crescono del +3,7%.

Il network di boutique monomarca al 30 settembre 2015 è pari a 38 (34 boutique al 30 settembre 2014).

Canale di vendita multimarca – crescita pari al +3,4% dei ricavi, che raggiungono i 153,6 milioni di Euro (48,3% sui ricavi totali), rispetto ai 148,4 milioni di Euro al 30 settembre 2014 (peso pari al 53,5%).

I risultati dei 9 mesi sono influenzati dalle conversioni, dal 1° settembre 2014, dei 13 spazi dedicati nei Luxury Department Stores alla gestione diretta in Giappone.

Molto positivi i commenti raccolti dai partner in relazione ai sell-out di vendita della stagione invernale in corso, che confermano la forza del marchio sia nel canale monomarca che in quello multimarca, grazie all'esclusività della presenza, al prestigio riconosciuto al brand e alla contemporaneità dell'offerta di qualità assoluta.



BRUNELLO CUCINELLI

Il network del Canale Monomarca

Al 30 settembre 2015 il network monomarca include 116 boutique (104 boutique al 30 settembre 2014 e 105 boutique al 31 dicembre 2014), con 12 aperture negli ultimi 12 mesi, di cui una (Tokyo/Ginza) nell'ultimo trimestre.

Le boutique monomarca dirette sono pari a 78 (70 boutique al 30 settembre 2014 e 71 al 31 dicembre 2014).

Il network monomarca wholesale comprende 38 boutique (34 boutique al 30 settembre 2014 e 34 al 31 dicembre 2014).

Analisi Conto Economico

EBITDA pari a 53,9 milioni di Euro (incidenza del 16,9% sui ricavi delle vendite e delle prestazioni), in aumento del +12,1% rispetto ai 48,0 milioni di Euro dell'EBITDA normalizzato³ al 30 settembre 2014 (la cui incidenza era pari al 17,3%).

Comprendendo nel risultato dell'EBITDA dei primi 9 mesi dello scorso anno la plusvalenza riportata, la crescita al 30 settembre 2015 è pari al +10,4%, rispetto ai 48,8 milioni di Euro (incidenza pari al 17,5%) del 30 settembre 2014.

Lo sviluppo del business e la crescita LFL impattano positivamente la marginalità, cui si aggiunge il positivo contributo dell'evoluzione del mix canale, con il peso delle vendite del canale diretto che passa dal 36,4% al 42,8%.

Il crescente peso delle vendite retail è correlato sia allo sviluppo del network diretto dal 30 settembre 2014 (70 boutique) al 30 settembre 2015 (78 boutique) - in presenza di 10 aperture e 2 conversioni, nel settembre 2015, dal canale diretto alla rete monomarca wholesale – sia al passaggio del business in Giappone, dal 1° settembre 2014, alla gestione diretta (3 boutique e 13 hard-shop nei Luxury Department Stores giapponesi).

Contestualmente allo sviluppo del business incrementano i costi operativi, impattati parzialmente anche dalla dinamica dei cambi; l'incidenza⁴ dei costi operativi passa dal 42,7%, riportato al 30 settembre 2014, al 46,8% dei primi 9 mesi del 2015.

I principali aumenti sono rappresentati dagli affitti e dal personale; i costi di affitto aumentano da 20,4 milioni di euro (incidenza del 7,3%) a 34,6 milioni di euro (incidenza del 10,9%), con una crescita del 69,7%, mentre i costi del personale passano da 44,5 milioni di Euro (incidenza del 15,9%) a 53,7 milioni di Euro (incidenza del 16,9%), in aumento del 20,8%.

La crescita dei costi di affitto e personale è impattata dall'apertura di boutique, dal passaggio alla gestione diretta del business in Giappone, dagli incrementi di spazi nei Luxury Department Store, dall'ampliamento e rinnovamento di alcuni importanti show-room, e infine dalle dinamiche del mercato immobiliare, con significativi aumenti degli affitti nelle location più esclusive.

Nei primi 9 mesi del 2015, l'incremento del costo degli affitti è relativo non solo alle nuove aperture, ma anche a qualche riposizionamento e ampliamento di importanti boutique.

³ Operazione di cessione di un immobile, nel primo semestre del 2014, che aveva generato una plusvalenza, contabilizzata nella voce "Altri Ricavi", pari ad Euro 755 migliaia.

⁴ L'incidenza dei costi operativi relativi ai primi 9 mesi 2014 è calcolata sui ricavi delle vendite e delle prestazioni al netto della plusvalenza realizzata al 30 settembre 2014.



BRUNELLO CUCINELLI

Le assunzioni degli ultimi 12 mesi portano il numero di FTE (Full Time Equivalent) da 1.213,3 agli attuali 1.365,8, con nuovo personale sia per le aperture di boutiques e show-room, sia per la struttura organizzativa del Giappone, a seguito del passaggio alla gestione diretta del business.

Gli altri costi operativi diminuiscono la propria incidenza relativa dal 19,4% al 19,0%; tra questi gli investimenti in comunicazione crescono del 10,8%, passando dai 15,9 milioni di Euro al 30 settembre 2014 agli attuali 17,6 milioni di euro, evidenziando il continuo impegno a supporto del posizionamento e dell'esclusività del brand.

Gli ammortamenti raggiungono i 13,7 milioni di Euro (incidenza del 4,3%), rispetto ai 9,5 milioni di Euro al 30 settembre 2014 (incidenza pari al 3,4%), con una crescita del +44,6%. Tale incremento è relativo sia agli investimenti dei 12 mesi passati, all'interno dell'ultimo anno dell'importante piano triennale 2013-2015, sia all'ammortamento, entrato a regime dalla fine del 2014, dell'investimento per il raddoppio dello stabilimento industriale di Solomeo.

Gli oneri finanziari netti passano da 2,0 milioni di Euro (incidenza dello 0,7%) a 3,4 milioni di Euro pari (incidenza dell'1,1%), in ragione dell'incremento dell'indebitamento finanziario medio dei primi 9 mesi 2015 rispetto ai primi 9 mesi del 2014.

Il *tax rate* al 30 settembre 2015 è pari al 30,1%, rispetto al 30,7% del 30 settembre 2014, con imposte che raggiungono 11,1 milioni di euro rispetto agli 11,5 milioni di euro del 30 settembre 2014.

L'Utile Netto cresce del +1,2%, raggiungendo i 25,7 milioni di euro rispetto ai 25,4 milioni di Euro dell'Utile Netto normalizzato⁵ al 30 settembre 2014⁶.

Situazione Patrimoniale

Il capitale circolante commerciale è pari a 135,1 milioni di Euro al 30 settembre 2015, rispetto ai 102,4 milioni di euro del 30 settembre 2014.

Il magazzino passa dai 102,9 milioni di euro al 30 settembre 2014 agli attuali 132,5 milioni di Euro, in presenza della crescita del business, dell'evoluzione del network di boutique monomarca dirette (78 boutique al 30 settembre 2015, rispetto alle 70 al 30 settembre 2014), e della gestione diretta del business in Giappone.

Il magazzino al 30 settembre 2015 (132,5 milioni di euro) si riduce rispetto al magazzino del 30 giugno 2015 (141,9 milioni di euro), in linea con il trend dello scorso anno, dove il magazzino era passato dai 107,3 milioni di euro al 30 giugno 2014 ai 102,9 milioni di euro al 30 settembre 2014.

I crediti commerciali risultano pari a 73,3 milioni di euro al 30 settembre 2015, rispetto ai 66,6 milioni di euro al 30 settembre 2014, con un incremento correlato allo sviluppo del business e alle dinamiche della valuta, mentre i debiti commerciali sono pari a 49,6 milioni (49,5 milioni di euro al 30 settembre 2014).

Le "Altre attività/passività nette" aumentano dai 17,7 milioni di euro nei primi 9 mesi dello scorso anno agli attuali 21,2 milioni di euro, con un incremento correlato principalmente alla valutazione del *fair value* sugli strumenti derivati di copertura in essere⁷.

⁵ Operazione di cessione di un immobile, nel primo semestre del 2014, che aveva generato una plusvalenza, contabilizzata nella voce "Altri Ricavi", pari ad Euro 755 migliaia.

⁶ Comprendendo nel risultato dell'Utile Netto al 30 settembre 2014 la plusvalenza riportata, l'Utile Netto dei primi 9 mesi del 2015 riporta un risultato sostanzialmente in linea con lo scorso anno.



BRUNELLO CUCINELLI

Posizione Finanziaria Netta e Investimenti

La posizione finanziaria netta è pari a 83,7 milioni di Euro al 30 settembre 2015 (42,6 milioni di euro al 31 dicembre 2014), rispetto ai 49,5 milioni di euro al 30 settembre 2014 (16,1 milioni di euro al 31 dicembre 2013); il relativo incremento è correlato alla dinamica degli investimenti e alla stagionalità del business, con il consueto picco della posizione finanziaria netta dell'anno raggiunto tra i mesi di giugno e settembre.

Confrontando la posizione finanziaria netta al 30 settembre 2015 (pari a 83,7 milioni di euro) con i primi 9 mesi dello scorso anno (49,5 milioni di euro), l'incremento riportato risulta in linea con la dinamica del primo semestre, dove la posizione finanziaria netta era aumentata dai 46,1 milioni di euro al 30 giugno 2014 ai 78,3 milioni di euro al 30 giugno 2015.

Gli investimenti al 30 settembre 2015 sono pari a 32,4 milioni di euro, rispetto ai 31,1 milioni di euro investiti nei primi 9 mesi del 2014.

Gli investimenti commerciali, al 30 settembre 2015, raggiungono i 22,8 milioni di Euro (16,1 milioni di Euro al 30 settembre 2014), a supporto di iniziative quali le aperture di boutiques selezionate, l'incremento di alcune superfici di vendita delle boutique esistenti, i nuovi spazi nei Luxury Department Stores, gli investimenti per l'ampliamento e rinnovamento di alcuni importanti show-room.

Gli investimenti relativi alla produzione, logistica e IT/Digital sono pari a 9,6 milioni di Euro (15,0 milioni di Euro al 30 settembre 2014), principalmente a supporto dell'importante progetto triennale 2014 - 2016 relativo alla piattaforma tecnologica e al mondo digitale.

Il "*Grande Progetto di Internet*" per il rinnovo della piattaforma tecnologica e per la gestione della presenza del brand nel mondo digitale, partito nel 2014 con la creazione di una struttura appositamente dedicata, proseguirà rafforzando la gestione della boutique on-line e del relativo magazzino presso la nostra sede di Solomeo.

Tale importante progetto, sia dal punto di vista delle risorse umane dedicate che degli investimenti previsti, è coerente con la scelta strategica di una presenza esclusiva nel mondo digitale, e con la nostra idea di essere "*artigiani e umanisti*" del web.

L'obiettivo è rendere il canale "*tradizionale*" della boutique e quello "*on-line*" rappresentativi di un'esperienza unica, identificativa del lifestyle Brunello Cucinelli, dell'esperienza del borgo di Solomeo, dell'esclusività del posizionamento, del servizio personalizzato per ciascuno dei nostri clienti finali.

⁷ La variazione delle "Altre attività/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 Gruppo si avvale della contabilizzazione dei citati strumenti derivati secondo le regole del "Cash Flow Hedge".



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 30 settembre 2015 è consultabile nella sezione "Risultati - 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 1.300 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 116 boutique monomarca nelle più importanti capitali e città del mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza selezionata 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

In allegato i prospetti contabili



BRUNELLO CUCINELLI

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA AL 30 SETTEMBRE 2015

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30-set-15	<i>di cui con parti correlate</i>	31-dic-14	<i>di cui con parti correlate</i>	30-set-14	<i>di cui con parti correlate</i>
ATTIVITA' NON CORRENTI						
Attività immateriali	32.825		29.649		29.630	
Immobili, impianti e macchinari	95.465	13.000	80.157	11.475	76.364	10.575
Altre attività finanziarie non correnti	5.983	32	4.786	32	4.824	41
Imposte differite attive	17.776		13.307		14.717	
TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI	152.049		127.899		125.535	
ATTIVITA' CORRENTI						
Rimanenze	132.532		125.114		102.942	
Crediti commerciali	73.277	18	45.051	31	66.648	27
Crediti tributari	1.862		1.023		3.289	
Altri crediti ed attività correnti	13.069		14.873		13.182	
Altre attività finanziarie correnti	46		44		33	
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	50.998		53.635		32.060	
Attività per strumenti finanziari derivati correnti	1.350		495		85	
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	273.134		240.235		218.239	
TOTALE ATTIVITA'	425.183		368.134		343.774	

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30-set-15	<i>di cui con parti correlate</i>	31-dic-14	<i>di cui con parti correlate</i>	30-set-14	<i>di cui con parti correlate</i>
PATRIMONIO NETTO						
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO						
Capitale sociale	13.600		13.600		13.600	
Riserva sovrapprezzo azioni	57.915		57.915		57.915	
Altre riserve	85.149		60.182		61.649	
Risultato netto di Gruppo	26.942		33.060		26.902	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	183.606		164.757		160.066	
PATRIMONIO NETTO DI TERZI						
Capitale e riserve di terzi	8.665		6.841		6.925	
Risultato netto di pertinenza di terzi	(1.244)		(1.273)		(997)	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI	7.421		5.568		5.928	
TOTALE PATRIMONIO NETTO	191.027		170.325		165.994	
PASSIVITA' NON CORRENTI						
Passività per benefici a dipendenti	3.132		3.310		3.278	
Fondi per rischi ed oneri	591		947		813	
Debiti verso banche non correnti	57.464		42.450		34.958	
Debiti finanziari non correnti	1.798		2.663		3.709	
Altre passività non correnti	6.949		4.908		4.703	
Imposte differite passive	1.711		3.280		3.707	
Passività per strumenti finanziari derivati non correnti	406		467		419	
TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI	72.051		58.025		51.587	
PASSIVITA' CORRENTI						
Debiti commerciali	49.562	685	62.185	625	49.458	571
Debiti verso banche correnti	74.435		48.709		41.893	
Debiti finanziari correnti	200		1.682		215	
Debiti tributari	11.772		1.152		10.675	
Passività per strumenti finanziari derivati correnti	3.709		6.244		3.977	
Altre passività correnti	22.427		19.812		19.975	
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	162.105		139.784		126.193	
TOTALE PASSIVITA'	234.156		197.809		177.780	
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	425.183		368.134		343.774	



BRUNELLO CUCINELLI

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 30 SETTEMBRE 2015

	Esercizio chiuso al 30 settembre			
	2015	di cui con parti correlate	2014	di cui con parti correlate
<i>(In migliaia di Euro)</i>				
Ricavi netti	317.558	18	277.346	9
Altri ricavi operativi	451	28	1.378	781
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	318.009		278.724	
Costi per materie prime e materiali di consumo	(55.480)	(12)	(51.546)	(68)
Costi per servizi	(151.494)	(1.541)	(131.417)	(1.336)
Costo del personale	(53.696)	(206)	(44.447)	(181)
Altri costi operativi	(3.151)		(2.165)	(7)
Incrementi di immobilizzazioni per costi interni	677		738	
Ammortamenti	(13.663)		(9.450)	
Rettifiche di valore di attività e altri accantonamenti	(998)		(1.084)	
Totale costi operativi	(277.805)		(239.371)	
Risultato operativo	40.204		39.353	
Oneri finanziari	(24.330)		(5.637)	
Proventi finanziari	20.890		3.645	
Risultato ante imposte	36.764		37.361	
Imposte sul reddito	(11.066)		(11.456)	
Risultato del periodo	25.698		25.905	
Risultato di Gruppo	26.942		26.902	
Risultato di Terzi	(1.244)		(997)	
Utile per azione base	0,39621		0,39562	
Utile per azione diluito	0,39621		0,39562	

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

(In Euro)

Esercizio chiuso al 30 settembre

	2015	2014
Risultato Netto del periodo (A)	25.698	25.905
Effetti con possibile impatto futuro sul conto economico	1.666	(717)
Utile/(Perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ("cash flow hedge")	1.259	(3.102)
Effetto fiscale	(346)	853
Totale utile/(perdita) sugli strumenti di copertura di flussi finanziari ("cash flow hedge")	913	(2.249)
Totale differenze di conversione di bilanci esteri	753	1.532
Effetti che non avranno impatto futuro sul conto economico	114	(69)
Utili/(perdite) da rimisurazione sui piani a benefici definiti	157	(95)
Effetto fiscale	(43)	26
Totale altri utili/(perdite) al netto dell'effetto fiscale (B)	1.780	(786)
Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A) + (B)	27.478	25.119
<i>Attribuibili a:</i>		
Gruppo	28.636	25.794
Terzi	(1.158)	(675)



BRUNELLO CUCINELLI

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 30 SETTEMBRE 2015

(In migliaia di Euro)

Periodo chiuso al 30 settembre

	2015	2014
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' OPERATIVE		
Utile netto dell'esercizio	25.698	25.905
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile netto al flusso di cassa generato / (assorbito) dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	13.663	9.450
Accantonamenti a Passività per benefici ai dipendenti	53	128
Accantonamenti a Fondi per rischi ed oneri / fondo obsolescenza / fondo svalutazione crediti	1.007	908
Variazione delle Altre passività non correnti	1.666	2.162
Minusvalenze / (Plusvalenze) da cessione immobilizzazioni	29	(722)
Pagamenti di Passività per benefici ai dipendenti	(74)	(122)
Pagamenti per Fondi per rischi ed oneri	(354)	(130)
Variazione netta di Imposte differite attive e passive	(6.301)	(3.807)
Variazione di <i>fair value</i> strumenti finanziari	(2.192)	2.327
<i>Variazioni nelle attività e passività operative:</i>		
Crediti commerciali	(28.806)	(23.613)
Rimanenze	(4.152)	(4.702)
Debiti commerciali	(16.197)	(17.769)
Altre attività e passività correnti	13.743	7.442
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE (A)	(2.217)	(2.543)
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO		
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	(23.912)	(22.689)
Investimenti in Attività immateriali	(6.707)	(2.979)
Investimenti in Attività finanziarie	(1.809)	(1.243)
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>	1.034	2.252
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO (B)	(31.394)	(25.735)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO		
Erogazioni di finanziamenti a medio-lungo termine	56.682	51.642
Rimborso di finanziamenti a medio-lungo termine	(31.787)	(14.353)
Variazione netta delle passività finanziarie a breve termine	13.101	(11.944)
Variazione netta delle passività finanziarie a lungo termine	(1.002) -	
Distribuzione di dividendi	(8.435)	(7.955)
Variazione di patrimonio netto	1.658	3.518
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO (C)	30.217	20.908
FLUSSO DI CASSA COMPLESSIVO (D=A+B+C)	(3.394)	(7.370)
EFFETTO DEI CAMBI SULLE DISPONIBILITA' LIQUIDE NETTE (E)	757	754
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO (F)	53.635	38.676
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO (G=D+E+F)	50.998	32.060
Informazioni aggiuntive:		
Interessi pagati	1.793	1.445
Imposte sul reddito pagate	8.043	8.553