



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato al 30 settembre 2016

- **Ricavi netti a 348,4 milioni di Euro, +9,7% a cambi correnti rispetto al 30 settembre 2015;**
- **Importante incremento delle vendite sia nei Mercati Internazionali, pari al +10,3%, sia nel Mercato Italiano, pari al +7,3%;**
- **Crescita dei fatturati in tutti i Mercati Internazionali: Nord America +7,2%, Europa +7,1%, Greater China +18,4%, Resto del Mondo +29,1%;**
- **Ricavi in crescita in tutti i canali distributivi: monomarca retail +15,1%, monomarca wholesale +4,2%, multimarca wholesale +5,9%.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“Siamo molto molto contenti dei risultati dei primi nove mesi dell’anno ed essendo ormai giunti in novembre possiamo dire di aspettarci un altro anno particolarmente positivo sia per il fatturato che per i profitti.

Siamo altresì molto soddisfatti della campagna vendite Primavera Estate 2017; l’ottimo giudizio unanime sia dei buyers che dalla stampa specializzata sullo stile, la manualità e la qualità del prodotto e il più che positivo sell out in questa stagione invernale ci fanno immaginare un 2017 molto positivo con una sana crescita di ricavi e redditività.

Equilibrio e solidità devono continuare a rappresentare lo sviluppo futuro della nostra impresa, con un’attenzione estrema tanto alla qualità del prodotto, sempre frutto di armonia tra stile e contemporaneità, quanto alla scelta molto attenta dei canali distributivi con il giusto bilanciamento tra “selezionati multibrand” e “monobrand” situati in location distintive e di prestigio.

Tutto questo ci consente di lavorare serenamente ed in armonia con il creato.”



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 10 novembre 2016 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – maison italiana operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana – ha esaminato oggi i dati di fatturato al 30 settembre 2016, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

I ricavi al 30 settembre 2016 confermano pienamente il positivo trend dei primi 6 mesi dell'anno, con una gestione particolarmente attenta al minuzioso lavoro di bilanciamento tra crescita e mantenimento dell'esclusività del brand, da sempre pilastro della strategia d'impresa.

Manifattura artigianale, eccellenza nella qualità delle materie prime, e **contemporaneità** delle collezioni rappresentano da sempre le fondamenta dell'impresa, la cui offerta di collezione esprime un lusso non ostentato, ma riconoscibile agli occhi del consumatore finale, molto attento alle tematiche di sostenibilità e alla ricerca di prodotti sempre più speciali, che possano trasmettere un'emozione e una storia da raccontare.

Il brand, posizionato in cima alla piramide del lusso, continua a vivere un momento di particolare apprezzamento sia nelle boutique dedicate, sia negli spazi dei più importanti Luxury Department Stores, facendone una "presenza irrinunciabile" per il cliente sofisticato della fascia più alta.

Andamento delle vendite e Ricavi per Area Geografica

I ricavi netti al 30 settembre 2016 aumentano del 9,7% (+10,0% a cambi costanti) raggiungendo i 348,4 milioni di Euro rispetto ai 317,6 milioni di Euro al 30 settembre 2015.

Le vendite registrano incrementi in tutti i mercati e canali distributivi, supportate da quella speciale "*allure*" che circonda il brand, riconosciuta sia dal cliente locale della fascia più alta, sia dal flusso del turismo più sofisticato, entrambi attratti da esperienze di acquisto "uniche".

Il posizionamento nella fascia più alta con un'offerta di abbigliamento contemporanea traina gli incrementi dei sell-out di vendita e la sostenibilità del trend di crescita, con un continuo apprezzamento dell'offerta di collezione da parte del cliente finale, sia nel canale monomarca che multimarca, e in tutti i mercati di riferimento.

Mercato Italiano – Prosegue la crescita molto positiva della prima parte dell'anno, con un aumento di fatturato pari al 7,3% nei primi 9 mesi del 2016; i ricavi sono pari a 64,3 milioni di Euro, rispetto ai 59,9 milioni di euro al 30 settembre 2015, con un'incidenza del 18,4% sul totale.

Incremento delle vendite sia nel canale multimarca che monomarca, in presenza del cliente locale fidelizzato e di un turismo di fascia alta in progressiva crescita, in particolare nelle principali città e nelle località resort.

La ricerca di un prodotto esclusivo, di altissima qualità e artigianalità è accompagnata dalle continue attenzioni dedicate al cliente finale, interessato ad entrare nel "*mondo Brunello Cucinelli*" nella sua interezza, cercando di rendere "unica" la sua esperienza nelle boutique monomarca e negli spazi dedicati all'interno dei più prestigiosi multibrand.

Mercato Europeo – Aumento dei ricavi pari al 7,1%¹, con vendite che raggiungono i 105,2 milioni di Euro rispetto ai 98,2 milioni di Euro al 30 settembre 2015, e un peso sul fatturato del 30,2%.

I dati dei primi 9 mesi dell'anno evidenziano un andamento molto positivo della performance sia nel canale multimarca che nel network monomarca, invariato negli ultimi 12 mesi, grazie alla presenza costante del cliente locale e al solido trend del turismo della fascia più alta nelle principali capitali europee e località resort di prestigio.

¹ Il trend dei ricavi dell'ultimo trimestre (rispetto ai precedenti trimestri del 2016) è impattato dall'ingresso a pari perimetro delle vendite di alcuni importanti flagship monomarca retail aperti, in Europa e negli Stati Uniti, nella prima parte del 2015.



BRUNELLO CUCINELLI

I ricavi aumentano in tutti i mercati di riferimento: area mediterranea, Europa Continentale, Europa dell'Est, Russia e paesi ex-Urss.

Lo speciale rapporto con il cliente finale è completato dalla condivisione dei valori d'impresa, dell'atmosfera che si respira a Solomeo e di tutti gli aspetti che caratterizzano la vita nei borghi, tematiche di grande interesse e oggetto di ammirazione anche da parte della stampa internazionale e delle principali università mondiali, che ne hanno fatto un modello di esempio di "capitalismo umanistico".

Mercato Nordamericano – Crescita molto importante dei ricavi e pari al 7,2%¹, raggiungendo i 122,5 milioni di Euro, rispetto ai 114,3 milioni di Euro al 30 settembre 2015, con un peso sulle vendite del 35,2%.

I ricavi incrementano sia nelle boutique monomarca che nei Luxury Department Stores, all'interno dei quali vengono dedicate superfici incrementali e spazi di vendita più attraenti, grazie all'*esclusività*, all'*allure* riconosciuta al brand, e all'offerta di prêt-à-porter di lusso assoluto da indossare quotidianamente, con capi d'abbigliamento che accompagnano il cliente in tutte le occasioni della giornata.

I risultati molto molto positivi del canale multimarca sono supportati dalla relazione di lungo periodo con i Luxury Department Stores, continuamente coltivata nel tempo e rafforzata dalla presenza di venditori dedicati che conoscono a fondo la storia, la filosofia e i valori del brand, riuscendo a trasmetterli al cliente finale.

Molto positivi infine i dati di sell-out, grazie al forte apprezzamento del cliente finale delle collezioni Autunno/Inverno.

Greater China - Aumento dei ricavi pari al 18,4%, con vendite che raggiungono i 21,4 milioni di Euro al 30 settembre 2016, rispetto ai 18,0 milioni di Euro dei primi 9 mesi del 2015, con un peso moderato sul totale e pari al 6,1%.

Consideriamo il trend dei ricavi nella Cina continentale molto molto positivo, con una performance supportata dai risultati registrati in tutti gli altri mercati di riferimento, tra cui Hong Kong che riporta una performance solida.

Incrementano i flussi dei turisti cinesi di fascia alta che acquistano nelle principali città europee ed americane, così come in Giappone, in Corea del Sud e nel resto del mondo, sempre più alla ricerca di abbigliamento di lusso, sofisticato e contemporaneo.

Evidenziamo infine con grande soddisfazione la progressiva crescita, sia pur con un valore di partenza contenuto, di spazi multimarca di prestigio in Cina, all'interno di location molto belle, che già stanno apprezzando in maniera importante il nostro brand, con aree dedicate in grado di trasmettere il nostro gusto e i nostri valori.

Resto del Mondo – Fatturato in crescita del 29,1%, con ricavi pari a 35,1 milioni di Euro, rispetto ai 27,1 milioni di Euro del periodo precedente, e un peso del 10,1%.

La forte crescita è trainata dall'andamento molto positivo delle vendite, e l'incremento particolarmente significativo deve tenere in considerazione il valore assoluto del business, ad oggi relativamente contenuto.

Molto positivo l'aumento delle vendite in Giappone, grazie alle due nuove selezionate aperture di boutique monomarca dirette degli ultimi 12 mesi, alla crescita dei ricavi negli spazi esistenti, e alle superfici incrementali, in posizioni sempre più prestigiose, che i *Luxury Department Stores* assegnano al brand. Il trend del turismo di fascia alta, proveniente sia dalla Cina che da altre Regioni, si conferma solido ed in equilibrato sviluppo.



BRUNELLO CUCINELLI

Interessante il contributo alla crescita del canale wholesale multimarca nelle altre Regioni di riferimento, grazie alle vendite in Far East (principalmente Corea del Sud) e nel Middle East, mercato quest'ultimo positivamente impattato anche dall'apertura di una prestigiosa boutique monomarca nel mese di aprile 2016 a Dubai.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale Monomarca Retail – Fatturato in aumento del 15,1%¹, raggiungendo i 156,4 milioni di Euro al 30 settembre 2016, rispetto ai 135,8 milioni di Euro dei primi 9 mesi del 2015, con un peso del 44,9% sul totale ricavi (42,8% al 30 settembre 2015).

L'importante crescita dei primi 9 mesi dell'anno è trainata dall'incremento dei sell-out di vendita, grazie all'apprezzamento delle collezioni da parte del cliente finale, dalla crescita dei ricavi negli spazi esistenti, e dal contributo delle 5 nuove boutique programmate per il 2016, le cui aperture sono state concentrate nei primi 6 mesi dell'anno.

Riteniamo molto molto positivo e rappresentativo di un solido andamento del business il dato di vendita *like for like* (periodo 1 gennaio – 30 ottobre), che riporta una crescita del 3,8%.

Il network al 30 settembre 2016, pari a 86 boutique, rimane invariato rispetto al giugno 2016 (al 30 settembre 2015 il network era pari a 78 boutique).

Canale Monomarca Wholesale – Vendite pari a 29,4 milioni di Euro in aumento del 4,2% rispetto ai 28,2 milioni di Euro riportati al 30 settembre 2015, con un peso pari all'8,4% sul fatturato totale (8,9% l'incidenza sui ricavi al 30 settembre 2015).

La performance delle boutique esistenti traina la crescita dei primi 9 mesi dell'anno, in presenza di un network complessivo che passa da 38 boutique al 30 settembre 2015 alle attuali 36 boutique².

Negli ultimi 12 mesi il network del canale monomarca complessivo passa dalle 116 boutique al 30 settembre 2015 all'attuale network di 122 boutique, che rimarrà invariato per tutto il 2016.

Canale di vendita Multimarca – crescita pari al 5,9% dei ricavi, che raggiungono i 162,6 milioni di Euro, con un'incidenza del 46,7% sulle vendite totali, rispetto ai 153,6 milioni di Euro al 30 settembre 2015 (peso pari al 48,3%).

In considerazione dell'alto valore che attribuiamo al multimarca e ai Luxury Department Stores, da un punto di vista strategico per la nostra distribuzione riteniamo importantissima la crescita che stiamo ottenendo nelle aree asiatiche (con particolare riferimento in questo 2016 a Cina, Middle East e Corea del Sud), con spazi prestigiosi che vengono dedicati al nostro brand, contribuendo inoltre alla sostenibilità della crescita di lungo periodo.

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.

² Segnaliamo la conversione della boutique di St.Tropez al canale diretto, a partire dal mese di marzo 2016.



BRUNELLO CUCINELLI

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 rischio e 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 2015 pari a 414,2 milioni di Euro (+16,4% rispetto all'anno precedente), di cui l'82,9% fatturato all'estero, e un EBITDA di 69,1 milioni di Euro (in crescita dell'11,0% rispetto all'EBITDA normalizzato del 2014), con la presenza attuale di circa 1.400 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 122 boutique monomarca (86 boutique monomarca dirette e 36 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 web-site: www.brunellocucinelli.com