



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato dei primi 9 mesi 2018.

- **Ricavi netti¹ a 422,1 milioni di Euro, +8,3% a cambi correnti (+10,9% a cambi costanti) rispetto ai 389,9 milioni di Euro al 30 settembre 2017;**
- **Crescita dei fatturati in tutti i mercati: Italia +5,5%, Europa +9,7%, Nord America +3,3% (incremento “high single digit” a cambi costanti), Greater China +29,2%, Resto del Mondo +9,5%;**
- **Aumento in tutti i canali distributivi: retail +6,8%, monomarca wholesale +11,2%, multimarca wholesale +9,5%.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“Il 2018 si avvia alla sua parte conclusiva e con nostro grandissimo piacere si conferma l’ulteriore crescita in termini di ricavi e marginalità a doppia cifra, ma anche e soprattutto di posizionamento e credibilità del brand.”

“L’andamento delle vendite delle collezioni invernali, veramente molto molto positivo, e l’apprezzamento registrato per quelle della prossima Primavera Estate anche in termini di raccolta ordini ci inducono a immaginare un 2019 con una nuova ulteriore crescita a doppia cifra.”

“Siamo da poco rientrati da diversi viaggi per il mondo e siamo ritornati con una rinnovata, grande fiducia per il nostro Paese. All’estero è ancora molto forte l’ammirazione per la nostra cultura, per i nostri manufatti, per la nostra capacità di trovare la parte migliore, il bello delle cose.”

“Sarà sempre più importante mantenere la qualità dei prodotti al livello che il mondo si aspetta da noi. Sarà questo il futuro della nostra di impresa: preservare quell’armonia tra luoghi e persone che ci contraddistingue, mantenere saldi quella creatività, artigianalità ed esclusività che osservatori e clienti ci riconoscono, creare collezioni fresche, moderne, contemporanee di alto, anzi altissimo livello che rappresentano la vera essenza del lusso.”

¹ Dal 1° gennaio 2018 è entrato in vigore il nuovo principio contabile IFRS 15 (“Ricavi provenienti da contratti con i clienti”), la cui applicazione ha richiesto una diversa contabilizzazione rispetto al passato per alcune tipologie contrattuali, riconducibili alle vendite realizzate all’interno di spazi multibrand gestiti con la formula della “concession”. L’applicazione del nuovo principio contabile determina un incremento dei ricavi netti e dei costi operativi (affitti) per il medesimo ammontare, senza quindi produrre alcuna variazione nel valore assoluto dell’EBITDA, del Risultato operativo e del Risultato di esercizio.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 06 novembre 2018 - 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 2018, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

PREMESSA STRATEGICA CULTURALE

I risultati raccolti nei primi nove mesi dell'anno 2018, accompagnano la nostra convinzione che il **percorso di crescita** intrapreso possa continuare a svilupparsi in maniera **sostenibile e rispettosa**, anche grazie allo **“spirito dei luoghi”** in cui viviamo e lavoriamo, che contribuisce nel definire il nostro indirizzo attraverso una guida chiara e definita di sviluppo di lungo periodo.

Crediamo che uno dei principali obiettivi per il futuro sia mantenere sempre intatto questo spirito di **“custodia”**, provando a viverlo quotidianamente, in ogni attività dell'impresa e nella vita di tutti i giorni nel **Borgo di Solomeo**.

Il 4 settembre scorso abbiamo accolto 500 giornalisti da tutto il mondo per mostrare loro l'opera globale di **“restauro del Borgo”** e della sua periferia, curato da anni dalla **“Fondazione Brunello e Federica Cucinelli”** che ha sempre avuto come obiettivo la dignità e la bellezza dei luoghi in cui lavoriamo e viviamo per donarla a chi verrà dopo di noi.

Attraverso questo prezioso progetto di recupero, abbiamo cercato di rendere **Solomeo** una sorta di **“Borgo dello Spirito”**, dove si può vivere e lavorare in armonia con il Creato. Dopo il restauro conservativo del piccolo paese e della sua periferia, abbiamo edificato dei monumenti progettati per l'eternità: **il Teatro**, tempio laico dell'arte; **il Monumento**, dedicato alla dignità dell'uomo e **la Cantina**, monumento alla dignità della Terra. Come dice **Senofane**: **“dalla Terra tutto deriva”**.

I risultati economici raggiunti ci fanno immaginare la possibilità di continuare a crescere nel rispetto della dignità, morale ed economica, come da sempre abbiamo cercato di fare.

Importantissime e prestigiose uscite stampa hanno approfondito la nostra filosofia, così come l'importanza di vivere e lavorare in **luoghi “amabili”**, e riteniamo che gli inviti a condividere questa nostra esperienza in conferenze ed eventi di grandissima importanza, siano testimonianza non solo dell'altissimo valore che racchiudono, ma anche della volontà e possibilità di fare capitalismo in modo garbato, mantenendo al primo posto la dignità morale ed economica dell'essere umano.

Prestigioso è stato l'invito a partecipare all'evento **“Athens Democracy Forum”**, importante conferenza organizzata dal New York Times, dove di fronte ad una platea internazionale abbiamo discusso dei grandi valori dell'uomo, e in particolare del **“valore dell'impresa collegata al territorio in cui opera”**.

Altrettanto prestigioso è stato l'invito a partecipare alla **“Dreamforce Conference”**, il grande convegno organizzato ogni anno a San Francisco da “Salesforce” (leader mondiale di CRM e cloud computing), in cui di fronte ad un pubblico di oltre 8.000 persone Brunello Cucinelli ha dialogato di **“Tecnologia e Umana Riservatezza”** e di come internet, che crediamo sia un dono del Creato, possa coesistere con la nostra necessità di privacy, invitando i **“grandi geni e nuovi Leonardo della Silicon Valley”** ad avere una visione di custodi del Creato e quindi di immaginare ed eseguire progetti destinati all'umanità per i prossimi 2000 anni.



BRUNELLO CUCINELLI

PRODOTTO DONNA

L'atmosfera molto positiva intorno al brand è evidenziata dalle vendite in crescita delle collezioni **Autunno Inverno 2018**, che stanno registrando sell-out molto interessanti, così come dalla raccolta ordini delle collezioni **Primavera Estate 2019**, completata nelle scorse settimane.

Molto importanti i feedback raccolti dai buyers in occasione della presentazione delle collezioni Primavera Estate 2019, durante la settimana della moda femminile in Milano.

I commenti ricevuti confermano l'identificazione della nostra offerta quale rappresentativa di un gusto **"contemporaneo"** e **"moderno"** attraverso la proposta di **manufatti artigianali** che amiamo considerare in qualche modo **"unici"** e **"speciali"**.

Dopo il completamento **molto molto positivo** della **raccolta ordini estiva**, la stampa internazionale specializzata ha confermato l'altissimo interesse nei confronti della nostra proposta, così come il giudizio molto positivo, trovando le **collezioni giovani**, in linea con i trend della moda mondiale, e mantenendo nello stesso tempo l'identità **"sportiva-chic di lusso"** che contraddistingue i nostri manufatti.

PRODOTTO UOMO

Altrettanto positive le vendite della collezione uomo Autunno Inverno e la raccolta ordini Primavera Estate 2019.

Anche per quanto riguarda l'**uomo**, abbiamo avuto la piacevole impressione che la **collezione** sia stata giudicata **giovane, raffinata, rappresentativa del gusto e del Made in Italy italiano**, anche e soprattutto grazie ai dettagli e ai particolari che la caratterizzano.

Riteniamo che questi aspetti siano specialmente importanti per l'abito, nella consapevolezza che mentre lo sportivo per natura ti rende più giovane, l'abito necessita un taglio fresco, tessuti contemporanei, un visual merchandising speciale, la presenza di venditori che sappiano in qualche modo indirizzarti, sempre proponendosi come consulenti amabili.

Molto interesse sta suscitando il progetto **"Sartoria di Solomeo"** che abbiamo iniziato a sviluppare nelle 25 Boutique più importanti al mondo, con l'idea di realizzare **abiti da uomo "made-to-measure"**, dove il sarto – giovane e ricettivo alle tendenze del momento – possa suggerire tessuto, fit, taglio giusto che rendano l'**abito** stesso **giovane e contemporaneo**.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti al 30 settembre 2018 sono pari a 422,1 milioni di Euro, in crescita del +8,3% a cambi correnti (+10,9% a cambi costanti) rispetto ai 389,9² milioni di Euro al 30 settembre 2017. In crescita le vendite di tutte le aree geografiche e canali distributivi di riferimento.

² I ricavi al 30 settembre 2017 sono stati riclassificati per una comparazione omogenea con i ricavi al 30 settembre 2018, che utilizzano il principio contabile IFRS 15. Applicando il medesimo principio contabile ai ricavi al 30 settembre 2017, le vendite passano da 384,2 milioni di Euro a 389,9 milioni di Euro.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Area Geografica

Mercato Italiano – crescita delle vendite pari al +5,5%, raggiungendo i 74,4 milioni di Euro rispetto ai 70,6 milioni di Euro al 30 settembre 2017, con un'incidenza del 17,6% sul totale.

Il mercato italiano, importantissimo per l'immagine del brand, in particolare all'interno dell'offerta di **prêt-à-porter**, evidenzia un positivo trend delle vendite, correlato sia agli acquisti del cliente locale, sia al turismo della fascia alta, che incrementa in maniera costante con una significativa presenza nelle vie del lusso più importanti e nelle principali località resort.

Mercato Europeo – aumento del +9,7%, con i ricavi che salgono a 127,4 milioni di Euro rispetto ai 116,1 milioni di Euro al 30 settembre 2017, con un peso del 30,2%.

La solidità delle crescite è sostenuta dai risultati raggiunti in tutti i Paesi di riferimento, che evidenziano la presenza costante dei clienti "tradizionali", cui si aggiungono i nuovi clienti, entrambi caratterizzati da un gusto sofisticato e dalla ricerca di manufatti artigianali "unici" e "speciali".

Positivo il trend del turismo, sia in relazione al turismo asiatico, con una presenza in aumento del cliente cinese, sia per quanto riguarda altre parti del mondo.

Mercato Nordamericano – conferma del trend di crescita, con incrementi "*high single digit*" a cambi costanti e vendite che salgono a 135,7 milioni di Euro rispetto a 131,3 milioni di Euro al 30 settembre 2017, con un aumento del +3,3% a cambi correnti e un'incidenza del 32,2%.

L'allure del brand, la contemporaneità dell'offerta, l'attenzione al Visual Merchandising in tutti gli spazi di vendita, la ricerca della condivisione dei valori dell'azienda, supportano i positivi risultati raggiunti sia nel canale monomarca che nel multimarca, caratterizzato da rapporti speciali e consolidati con i più importanti Luxury Department Stores del lusso.

Greater China – importante crescita pari al +29,2%, pur considerando una base di confronto ancora limitata; il fatturato raggiunge 38,1 milioni di Euro rispetto ai 29,5 milioni di Euro al 30 settembre 2017 e un'incidenza pari al 9,0%.

Prosegue il trend d'incremento delle vendite, grazie al potenziale del mercato e grazie all'offerta di collezione che, rappresentativa dell'artigianalità Made In Italy, incontra la ricerca di manufatti "speciali" da parte del cliente cinese sofisticato, sia negli acquisti domestici, sia all'estero, con un'attenzione che ci sembra in qualche maniera crescente per l'offerta "non-logo".

La presenza di Brunello Cucinelli continua a mantenersi esclusiva, nella consapevolezza di cogliere il grandissimo potenziale che il mercato cinese offre nel lungo periodo e in maniera progressiva, preservando il prestigio del brand.

I risultati sono positivi in tutti i Paesi di riferimento e in tutti i canali distributivi, con sell-out di vendita molto interessanti e un incremento selezionato degli spazi, contribuendo ulteriormente ad alimentare l'allure del brand, e incontrando la domanda sia del cliente che già conosce "Brunello Cucinelli", sia del nuovo cliente, in particolare il cliente "millennials".



BRUNELLO CUCINELLI

Resto del Mondo – vendite in aumento del +9,5% e pari a 46,6 milioni di Euro rispetto ai 42,6 milioni di Euro dei primi 9 mesi dello scorso anno, con un'incidenza dell'11,0%.

Solidi i risultati di vendita in tutte le aree geografiche e nei differenti canali distributivi, con un significativo apprezzamento delle nostre collezioni sia in relazione alla domanda domestica, sia per quanto riguarda il turismo della fascia più alta.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – aumento del +6,8%, con vendite pari a 206,1 milioni di Euro rispetto ai 193,0 milioni di Euro al 30 settembre 2017, e un'incidenza sulle vendite pari al 48,8%.

Il trend delle vendite conferma la sostenibilità della crescita *Like For Like*, che beneficia dei sell-out di vendita della collezione Autunno Inverno 2018.

Il network è pari a 100 boutique al 30 settembre 2018 (94 boutique al 31 dicembre 2017), in presenza di 2 aperture nei primi 9 mesi del 2018, cui si aggiungono 4 conversioni dal canale monobrand wholesale, relative alle 2 boutique di Singapore nel mese di giugno e le boutique di San Pietroburgo e Copenaghen nel mese di luglio.

Canale monomarca Wholesale – ricavi in crescita del +11,2% e pari a 24,2 milioni di Euro rispetto ai 21,8 milioni di euro dello scorso anno, con un'incidenza del 5,8%.

Network pari a 27 boutique al 30 giugno 2018 (30 boutique al 31 dicembre 2017), in presenza di 4 conversioni al canale diretto e l'apertura nel prestigioso Dubai Mall, avvenuta nel primo trimestre del 2018.

Canale multimarca Wholesale – incremento di particolare importanza e pari al +9,5%, con il fatturato che cresce a 191,8 milioni di Euro rispetto ai 175,1 milioni di Euro dello scorso anno, e un'incidenza del 45,4%.

Il trend di significativo incremento è supportato dai sell-out delle vendite negli spazi esistenti, dai nuovi spazi che i Luxury Department dedicano al brand, grazie alla solidità dei risultati e dello speciale rapporto creato negli anni, e dai selezionati ingressi in nuovi multibrand, tra cui quelli nella Cina Continentale.

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

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 2017 pari a 503,6 milioni di Euro (+10,4% rispetto all'anno precedente), di cui l'83,2% fatturato all'estero, e un EBITDA di 87,5 milioni di Euro, in crescita dell'11,8% rispetto l'Ebitda normalizzato del 2016, con la presenza di oltre 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.

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 127 boutique monomarca (100 boutique dirette e 27 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 & 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

Ferdinando de Bellis
Barabino & Partners
Tel. 02/72.02.35.35

Corporate website: www.brunellocucinelli.com