



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. approva il bilancio consolidato 2016 e il progetto di bilancio d'esercizio 2016

- **Ricavi netti a 456 milioni di Euro, +10,1% a cambi correnti rispetto al 31/12/2015;**
- **EBITDA normalizzato¹ pari a 78,2 milioni di Euro, +13,2%;**
- **Utile Netto normalizzato¹ pari a 39,1 milioni di Euro, +18,8%;**
- **Incremento dei ricavi sia nei Mercati Internazionali, pari al +10,7%, sia nel Mercato Italiano, in aumento del +7,3%;**
- **Crescita delle vendite in tutte le aree geografiche: Nord America +7,1%, Europa +5,8%, Greater China +21,8%, Resto del Mondo +39,3%;**
- **Ricavi in aumento in tutti i canali distributivi: monomarca retail +17,1%, monomarca wholesale +2,4%, multimarca wholesale +4,3%;**
- **Indebitamento finanziario netto pari a 51 milioni di Euro al 31 dicembre 2016, in diminuzione rispetto ai 56,4 milioni di Euro dell'anno precedente;**
- **Investimenti pari a 29,8 milioni di Euro, che completano il progetto iniziato nel 2013, con 150.5 milioni di Euro investiti nel quadriennio 2013-2016, a supporto del prestigio del brand e dell'esclusività del posizionamento, sia nel canale "tradizionale" che in quello "on-line", rendendo sostenibili le "crescite garbate" di medio-lungo periodo;**
- **Il C.d.A. proporrà all'Assemblea la distribuzione di un dividendo di 0,16 Euro per azione, pari a un *payout ratio*² del 29,9%.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

"Il 2016 si è chiuso con dei risultati "molto molto positivi" sia in termini di fatturato che di profitti. Un altro anno fondamentale per l'immagine del nostro brand, nel quale abbiamo portato a compimento il nostro grande progetto "Artigiani Umanisti del Web" con l'avvio della nostra piattaforma di e-commerce. Una filosofia d'impresa che ha proseguito nel dare i suoi risultati, concreti e costanti e spero soddisfatti tutti coloro che hanno voluto affiancarci investendo nella nostra industria."

"Le vendite della collezione Primavera Estate 2017 stanno andando veramente bene ed avendo ormai completato la campagna vendite Autunno Inverno 2017 con degli "ottimi risultati", possiamo affermare con un buon grado di certezza che anche quello che stiamo vivendo dovrebbe essere un anno di crescita con un incremento a doppia cifra sia dei ricavi che delle marginalità."

"Tali risultati sono il frutto della continua ricerca di ben bilanciare il grande tema esistenziale dell'uomo che consiste nel giusto equilibrio tra profitto e dono, offrendo manufatti artigianali di grande qualità Made in Italy, ricercando continuamente quel grande valore dell'esclusività e nel contempo coltivare quel sogno di vita che rappresenta la dignità morale ed economica di tutti coloro che lavorano con la nostra industria."

¹ I dati normalizzati escludono costi non ricorrenti e normalizzano il tax-rate, come analizzato nel Conto Economico

² Calcolato come rapporto tra dividendi complessivi e Risultato di Gruppo; il dividendo per azione relativo all'utile netto di gruppo del 2015 è stato pari a 0,13 Euro, equivalente a un payout del 26,5%.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 9 marzo 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 e approvato in data odierna il bilancio consolidato e il progetto di bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2016.

I risultati "particolarmente positivi" dell'anno continuano a supportare il processo di crescita "sostenibile" e "garbata" dell'azienda, percorso che ha caratterizzato gli anni passati e rappresenta, da sempre, l'obiettivo di medio-lungo termine.

Tali risultati permettono di guardare con "forza", "fiducia" e "serenità" al futuro, coniugando continuamente la ricerca del "bello" sia con la qualità assoluta di manufatti di alta artigianalità Made in Italy, sia con la trasmissione dei valori e della filosofia d'impresa, attraverso i canali istituzionali e quello digitale.

Le collezioni sono identificate dai clienti e dalla stampa quali riferimento di un *lifestyle contemporaneo e raffinato*; le selezionate e prestigiose uscite stampa, unite ad una comunicazione sempre pacata, contribuiscono ad incrementare l'*allure* e il *fascino* del brand, che spesso si completa con la visita al "Borgo di Solomeo", per vivere in prima persona la cultura del nostro brand.

Manualità e artigianalità rimangono le fondamenta del lavoro giornaliero delle "*anime pensanti*" di Solomeo e delle sapienti mani che uniscono innovazione tecnologica, creatività e rigosità del lavoro, in una sintesi armoniosa che trova completamento nel concetto di "**Impresa Umanistica**".

La realizzazione dei profitti segue sempre l'imprescindibile accostamento all'etica e dignità morale ed economica nei confronti di collaboratori, clienti e *stakeholders*.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti al 31 dicembre 2016 raggiungono i 456 milioni di Euro, con un incremento del +10,1% rispetto ai 414,2 milioni di Euro registrati lo scorso anno, come comunicato in occasione dell'approvazione dei ricavi netti preliminari; la crescita delle vendite a cambi costanti è pari al +10,4%.

I ricavi delle vendite e delle prestazioni, inclusi gli altri ricavi operativi, raggiungono i 457 milioni di Euro, in crescita del +10,1% rispetto ai 414,9 milioni di Euro dell'esercizio precedente.

Le vendite aumentano in tutti i canali distributivi, monomarca e multimarca, e in tutte le aree geografiche, sia nelle più importanti vie del lusso che nelle prestigiose località resort dove il brand è presente.

I risultati dei sell-out di vendita del 2016 sono molto molto positivi, confermando le aspettative di un'offerta di *prêt-à-porter* contemporaneo, attorno al quale negli anni è stato costruito un "*lifestyle di Ready to Wear*".

Molto positivo il momento che il brand sta attraversando sotto il profilo dell'*allure*, di cui siamo particolarmente contenti, grazie a collezioni significativamente apprezzate, ritenute esclusive e rappresentative del lifestyle del marchio.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Area Geografica

Mercato Italiano - incremento molto positivo, pari al +7,3%, con il fatturato che raggiunge 76,2 milioni di Euro (16,7% sui ricavi netti), rispetto ai 71,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2015 (incidenza del 17,1%).

Molto significativo il trend di vendita nelle principali città e località resort, dove si evidenzia l'incremento del turismo di fascia alta, rappresentativo di una clientela attenta e desiderosa di manufatti *chic* ed *esclusivi*.

Mercato Europeo – aumento pari al +5,8% delle vendite, che raggiungono i 136,4 milioni di Euro rispetto ai 129,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2015, con un peso relativo del 29,9% (31,2% il peso al 31 dicembre 2015).

Crescita dei ricavi in tutti i paesi del mercato europeo, sia nel canale monomarca che in quello multimarca, grazie all'incremento della presenza di turisti di fascia alta ed agli acquisti della clientela "locale", da sempre target di riferimento del brand.

Mercato Nordamericano – crescita molto significativa, pari al +7,1%, con ricavi che raggiungono i 167,7 milioni di Euro rispetto ai 156,6 milioni di Euro al 31 dicembre 2015, con un peso sul totale del 36,8% (37,8% l'incidenza al 31 dicembre 2015).

Il trend molto positivo è comune al canale monomarca e multimarca, dove i multibrand di altissimo livello sono sempre più alla ricerca di prodotti di altissima qualità, artigianalità e manualità che possano trasmettere quell'idea di "lusso assoluto" riconosciuta al nostro brand. Altro fattore importantissimo rimane "l'esclusività" della distribuzione, tema altrettanto caro al cliente finale del lusso, desideroso di acquistare un manufatto unico e quasi introvabile.

Gli ottimi risultati nel canale multimarca sono inoltre supportati anche dalle relazioni di lungo periodo con i più prestigiosi Luxury Department Stores americani, con cui vengono condivisi valori e filosofia dell'azienda, oltre a trunk-show, risorse e training del personale, in particolare nell'area Visual Merchandising e comunicazione del brand.

Greater China - aumento molto importante e pari al 21,8% delle vendite, che raggiungono i 31,3 milioni di Euro rispetto ai 25,7 milioni di Euro dello scorso anno, con un peso "limitato" al 6,9% dei ricavi (incidenza del 6,2% al 31 dicembre 2015).

Il risultato di crescita, su un valore di partenza comunque contenuto, è guidato dall'incremento molto importante nella Cina continentale, in presenza delle positive performance del network boutique monomarca e della progressiva crescita di spazi multimarca di prestigio; positivo anche il trend di vendita registrato a Hong Kong.

Un focus particolare va indirizzato infine al tema "esclusività", che riteniamo sia molto sentita dal cliente finale cinese di fascia alta, che ha raggiunto livelli alti in termini di gusto, raffinatezza e ricerca del dettaglio, oltre ad essere molto connesso nel mondo digitale.

Resto del Mondo - fatturato in forte aumento, pari al 39,3% (su una base di partenza comunque limitata), con ricavi che raggiungono i 44,4 milioni di Euro (incidenza del 9,7%), rispetto ai 31,8 milioni di Euro dello scorso anno (incidenza del 7,7%).

L'incremento è trainato dall'aumento delle vendite in Giappone; positivo il trend nel Far East e nel Middle East, favorito quest'ultimo dall'apertura della prestigiosa boutique monomarca di Dubai.



BRUNELLO CUCINELLI

In particolare, il risultato del Giappone beneficia delle vendite ai clienti del lusso locali e del progressivo incremento del flusso di turismo di fascia alta, entrambi alla ricerca di una proposta di collezione principalmente incentrata su un *Ready to Wear* e *lifestyle* contemporaneo, specialmente per vestirsi di giorno, frutto di un lavoro di ricerca minuzioso e attento ai principali trend della moda, con i principi cardine di manualità, creatività ed esclusività sempre in primo piano.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – crescita del 17,1%, con vendite che raggiungono i 226,2 milioni di Euro (49,6% l'incidenza sul totale), rispetto ai 193,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2015 (incidenza del 46,6%).

La crescita LFL (*like for like*) nel 2016 è pari al +3,9%³, con sell-out di vendita particolarmente interessanti per la collezione Autunno - Inverno 2016. Il network di negozi diretti è pari 86 boutique (81 boutique al 31 dicembre 2015).

Il trend positivo si conferma anche nei primi mesi del nuovo anno, con un LFL pari al +3,8%⁴ nel periodo compreso tra il 01 gennaio e il 26 febbraio 2017, grazie al gradimento e ai sell-out di vendita della collezione Primavera – Estate 2017.

Canale monomarca Wholesale – vendite pari a 34,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2016 (7,5% il peso relativo), in crescita del 2,4% rispetto ai 33,4 milioni di Euro dell'anno precedente (incidenza dell'8,1%).

I risultati sono trainati dalla performance delle boutique esistenti, che riportano sell-out di vendita in linea con il trend del canale monomarca retail. Il network complessivo rimane invariato negli ultimi 12 mesi, pari a 36 boutique.

Canale multimarca Wholesale – molto importante l'incremento delle vendite del 4,3%, con ricavi che raggiungono i 195,6 milioni di Euro (42,9% il peso sul fatturato totale), rispetto ai 187,6 milioni di Euro dello scorso anno (45,3% il peso relativo).

I risultati molto positivi sono motivati dall' "esclusività" della distribuzione, dalla presenza negli spazi di prestigio dei multibrand, dalle relazioni di lungo periodo con i partner di riferimento e, soprattutto, dall'offerta di collezioni di altissima qualità e gusto contemporaneo, che soddisfano i desideri del cliente più sofisticato alla ricerca di *Ready to Wear* di giorno.

All'interno del potenziale di crescita del brand, riteniamo che la presenza nel canale multibrand rappresenti un elemento di garanzia per la sostenibilità e il posizionamento del brand al vertice del lusso assoluto, contribuendo a mantenerlo contemporaneo ed esclusivo.

In considerazione dell'altissimo valore riconosciuto ai multimarca, riteniamo molto interessante il potenziale di medio-lungo periodo degli "**spazi multibrand nelle aree asiatiche**" e in particolare in Cina, dove attendiamo possano diventare "protagonisti" del mercato locale come accaduto negli altri mercati internazionali, e come lo è stato nell'ultimo decennio per il mercato dell'ex Unione Sovietica.

³ Il Like for Like del 2016 è calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti nei DOS esistenti alla data 01/01/2015.

⁴ Il Like for Like del 2017 è calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti nei DOS esistenti alla data 01/01/2016.



BRUNELLO CUCINELLI

Analisi Conto Economico

L'EBITDA normalizzato⁵ cresce del 13,2%, raggiungendo i 78,2 milioni di Euro rispetto ai 69,1 milioni di Euro del 2015, con un miglioramento della marginalità di +40 basis points (dal 16,7% al 17,1%).

Tale incremento è supportato dallo sviluppo del business, dai positivi sell-out di vendita, dalla crescita a pari perimetro, e dall'evoluzione del mix canale, con l'incidenza dei ricavi retail che passa dal 46,6% al 49,6%, grazie al trend della performance LFL e all'apertura di 5 selezionate boutique.

In linea con lo sviluppo del business, i costi operativi normalizzati aumentano del 10,6%, passando da 197,9 milioni di Euro (incidenza del 47,7%) agli attuali 218,9 milioni di Euro (incidenza del 47,9%).

In particolare, l'aumento dei ricavi del canale retail e della relativa incidenza, determina la fisiologica crescita del costo degli affitti, che passano da 43,5 milioni di Euro (incidenza del 10,5%) a 55,0 milioni di Euro (incidenza del 12,0%), con una crescita del 26,4%.

L'incremento del costo degli affitti è infatti correlato all'apertura di selezionate e prestigiose boutique nelle location più esclusive e nelle più importanti località resort, oltre ad alcuni riposizionamenti di prestigio e all'ampliamento di importanti spazi di vendita.

I costi del personale normalizzati sono pari a 79,8 milioni di Euro, in aumento del 6,8% rispetto ai 74,7 milioni di Euro del 2015, riducendo la propria incidenza dal 18,0% al 17,5%.

All'interno di tali costi una componente rilevante è il personale presente nelle boutique a gestione diretta e in alcuni selezionati spazi multibrand, e le risorse del Visual Merchandising.

In particolare riteniamo che il **"Visual Merchandising"** rappresenti per noi un valore aggiunto di importanza strategica per l'allure e il prestigio del brand, attraverso il quale diventa possibile trasmettere il gusto delle collezioni e rendere "uniche" non solo le boutique monomarca, ma anche le aree dedicate all'interno dei Luxury Department Stores, garantendo ovunque la coerenza con l'immagine del brand ed i valori dell'azienda.

Gli altri costi operativi normalizzati, pari a 84,1 milioni di Euro rispetto ai 79,7 milioni di Euro dello scorso anno, riducono la propria incidenza dal 19,2% al 18,4%, con una positiva leva operativa di 80 basis points.

All'interno di tali costi, gli investimenti in comunicazione, a supporto dell'esclusività del brand, aumentano di 1,4 milioni di Euro, passando da 23,3 milioni di Euro a 24,7 milioni di Euro, con un'incidenza del 5,4%, che riteniamo da sempre una "sana incidenza". Consideriamo altresì importantissimi gli investimenti realizzati sul digitale, che rappresentano un ulteriore rafforzamento nella comunicazione dell'immagine del brand.

Gli ammortamenti, correlati agli investimenti commerciali, digitali, di produzione e logistica, raggiungono i 20 milioni di Euro, in crescita del 10,5% rispetto ai 18,1 milioni di Euro dello scorso anno, con un'incidenza stabile al 4,4%.

Gli oneri finanziari netti, pari a 3,2 milioni di Euro, diminuiscono rispetto ai 4,8 milioni di Euro dello scorso anno; il calo è relativo sia alla riduzione della posizione finanziaria netta media, sia alla dinamica e contabilizzazione delle coperture sui cambi, a fronte di una volatilità inferiore rispetto allo scorso anno.

⁵ L'EBITDA normalizzato del 2016 esclude costi non ricorrenti relativo all'accordo di cessazione del rapporto di lavoro subordinato del co-direttore commerciale, pari a 1.293 migliaia di euro, e la stima, pari a 230 migliaia di euro, del fair value dei benefici futuri attesi derivanti dall'assegnazione del 10,3% delle quote della società svizzera Brunello Cucinelli S.A., a favore di un dipendente Manager responsabile della gestione delle boutique monomarca retail in Svizzera. Tali costi non ricorrenti, negli schemi di bilancio, sono evidenziati come un "di cui" del costo del personale, all'interno dei costi operativi.



BRUNELLO CUCINELLI

Le imposte normalizzate sono pari a 15,8 milioni di Euro (*tax rate* del 28,7%), rispetto ai 13,2 milioni di Euro dello scorso anno (*tax rate* del 28,6%).

L'Utile Netto normalizzato cresce del 18,8%, raggiungendo i 39,1 milioni di Euro (incidenza dell'8,6%), rispetto ai 32,9 milioni di Euro riportati al 31 dicembre 2015 (incidenza del 7,9%).

Nonostante la presenza di costi non ricorrenti pari a 1,5 milioni di Euro, l'EBITDA "*reported*" al 31 dicembre 2016 incrementa del 10,9% rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 76,7 milioni di Euro, con miglioramento di marginalità dal 16,7% al 16,8%.

Le imposte, includendo sia l'effetto fiscale relativo ai costi non ricorrenti, sia l'impatto di minori imposte differite attive a seguito della modifica dell'aliquota IRES, sono pari a 16,3 milioni di Euro (*tax rate* del 30,5%).

Incremento a doppia cifra e miglioramento della marginalità per l'Utile Netto "*reported*", pari a 37,1 milioni di Euro al 31 dicembre 2016, nonostante l'impatto dei costi non ricorrenti e delle dinamiche fiscali, con una crescita del 12,7% e un margine che passa dal 7,9% all'8,1%.

Situazione Patrimoniale

Il capitale circolante strettamente commerciale raggiunge i 138,7 milioni di Euro, rispetto ai 120,8 milioni di Euro al 31 dicembre 2015.

Il magazzino, pari a 154,8 milioni di Euro, riporta una crescita organica riconducibile allo sviluppo del business, e alle importanti consegne delle collezioni Primavera Estate effettuate nelle prime settimane del 2017, a fronte di un trend molto positivo della relativa raccolta ordini.

L'incremento del magazzino di 10,8 milioni di Euro, rispetto ai 144,0 milioni di Euro dello scorso anno, considera le 5 aperture esclusive di boutique dirette nel 2016 e un hard shop nei Luxury Department Stores giapponesi, e l'incremento della profondità dell'offerta nella nostra boutique on-line, gestita direttamente a partire dalla fine di gennaio 2017, per rappresentare nel miglior modo possibile il nostro gusto e *lifestyle*.

L'incidenza del magazzino sul fatturato si riduce dal 34,8% al 33,9%, grazie ai positivi sell-out di vendita, alla performance a pari perimetro, e all'attenzione e al controllo nell'apertura di boutique che rappresentano pienamente il gusto e l'*allure* del brand.

I crediti commerciali riportano un minimo incremento, grazie alla gestione sana e positiva degli incassi, risultando pari a 47,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2016 rispetto ai 45,6 milioni di Euro dell'anno precedente; si segnala che l'incidenza degli utilizzi del fondo svalutazione crediti e delle perdite su crediti iscritte a conto economico al 31 dicembre 2016 rappresentano lo 0,20% dei Ricavi Netti (0,19% nel passato esercizio).

I debiti commerciali si riducono da 68,8 milioni dello scorso anno a 63,4 milioni di Euro al 31 dicembre 2016, con una diminuzione relativa principalmente a una differente gestione del regime di non applicazione dell'IVA verso i fornitori, e minori debiti per investimenti⁶.

⁶ La diversa gestione delle dichiarazioni di intento attraverso le quali si formalizza il regime di non applicazione dell'IVA verso i fornitori determina una riduzione del credito verso l'Erario per IVA e una corrispondente diminuzione del saldo dei debiti commerciali; i minori debiti verso fornitori per investimenti sono determinati dalla presenza di maggiori investimenti relativi a lavori su fabbricati effettuati in prossimità della chiusura dell'esercizio passato.



BRUNELLO CUCINELLI

Le “Altre attività/passività nette” sono pari a 9,4 milioni di Euro (8,4 milioni di Euro al 31 dicembre 2015), con dinamiche sostanzialmente riconducibili alla valutazione del *fair value* sugli strumenti derivati di copertura in essere.

Includendo le “Altre attività/passività nette”, il capitale circolante commerciale è pari a 129,3 milioni di Euro (incidenza del 28,3%), rispetto ai 112,3 milioni di Euro dello scorso anno (incidenza pari al 27,1%).

Posizione Finanziaria Netta e Investimenti

Riduzione della posizione finanziaria netta, pari a 51 milioni di Euro al 31 dicembre 2016 rispetto ai 56,4 milioni di Euro al 31 dicembre 2015.

Nel corso dell’anno, la posizione finanziaria netta conferma l’andamento correlato alla stagionalità, con il consueto picco raggiunto tra i mesi di giugno e settembre, per poi calare a fine anno.

Gli investimenti nel 2016, pari a 29,8 milioni di Euro, completano il progetto quadriennale iniziato nel 2013 (150,5 milioni di euro investiti nel periodo 2013-2016), con un’incidenza sulle vendite cumulate del 10%.

Tale importante progetto di investimenti ha consolidato le fondamenta dell’azienda, costruendo le basi per la sostenibilità del posizionamento del brand nella fascia altissima del lusso, sia in riferimento al canale “tradizionale” che quello “online”.

Gli investimenti commerciali sono pari a 12,3 milioni di Euro nel 2016 (84 milioni di Euro il cumulato sul quadriennio), dedicati all’apertura di esclusive boutique, selezionati e importanti riposizionamenti, all’incremento di alcune superfici di vendita e spazi dedicati nei Luxury Department Stores, e al continuo rinnovo del network di boutique monomarca, con l’introduzione di innovative soluzioni di visual merchandising e lay-out che rendono le boutique stesse testimonianza della cultura del brand.

Importanti anche gli investimenti negli show-room, che sosteniamo debbano essere semestralmente rinnovati in occasione delle presentazioni delle collezioni, per renderli costantemente contemporanei.

Gli investimenti per la produzione, logistica e IT/Digital sono pari a 17,5 milioni di Euro (66,5 milioni di Euro il cumulato negli ultimi 4 anni), a sostegno dei due fondamentali progetti per lo sviluppo e la sostenibilità delle crescite attese.

Con il “**Grande Progetto Digitale**” sono state realizzate le piattaforme tecnologiche e operative per lo sviluppo, a livello globale, di tutti i nuovi sistemi informativi e applicativi software, sia nella sede di Solomeo che in tutte le aree dove il brand è presente. Tali investimenti hanno inoltre permesso l’implementazione della presenza del brand nel mondo digitale e la realizzazione di ampi spazi e strutture logistiche presso la nostra sede di Solomeo, per la gestione di tutte le attività correlate.

Il progetto pluriennale di sviluppo delle infrastrutture produttive e logistiche, a supporto delle crescite attese di lungo periodo e inclusi gli spazi per il mondo digitale, è stato completato nel 2016, nell’ambito dell’importantissimo progetto relativo al “**Raddoppio dello Stabilimento di Solomeo**”.



BRUNELLO CUCINELLI

Artigiani umanisti del Web

Al termine di gennaio hanno debuttato i **nuovi siti web del brand**. Una tappa significativa del Grande Progetto Digitale che ha potenziato la strategia di presenza sul web, ora organizzata e gestita interamente all'interno dell'azienda di Solomeo.

Il nuovo progetto si articola in due siti distinti: il primo dedicato alla **filosofia**, il secondo alla **boutique** (nuovo grande **e-commerce**).

Entrambi i nuovi siti, corporate e e-commerce, sono costruiti per valorizzare la filosofia che è alla base dell'impresa, coniugando la contemporaneità digitale con la narrazione della storia e degli ideali della nostra realtà, nonché con la presentazione delle nostre collezioni e del nostro lifestyle.

Essi rappresentano quindi l'ultimo di una serie di progetti volti a portare nuova linfa ai valori fondanti della nostra azienda: il capitalismo umanistico, la dignità morale ed economica del lavoro, la qualità, la manualità e il legame con il territorio, temi e concetti presenti in tutte le pagine.

È in questo contesto che i nuovi siti nascono sotto la figura ispirata agli **Artigiani Umanisti del Web**, tratta dai padri ispiratori del passato e rivolta alle sfide attuali e del futuro.

Riteniamo che questo approccio possa rappresentare un elemento strutturale e fondamentale per la **"protezione del brand"** sulla rete, nella convinzione che il prestigio di un marchio debba essere necessariamente ricercato sia nell'esclusività della presenza nel mondo fisico, sia nel mondo digitale, per creare e mantenere l'allure del brand.

Nell'approccio al digitale si riconoscono quindi i medesimi valori che scandiscono la vita quotidiana dell'Impresa Umanistica. Su tutti il rispetto del tempo, sempre dedicato all'aspetto più umano delle relazioni digitali, cercando di ponderare e misurare i mezzi della rete, affinché il rumore informatico non crei troppi disagi e permettendo che l'attenzione si concentri sugli elementi e i temi fondamentali.

Il nuovo flagship di via Montenapoleone

Consideriamo l'apertura della nuova **boutique on-line** come il nostro **"negoziario universale"** di Solomeo, nel desiderio di offrire un'esperienza "speciale" ed "umana" a tutti coloro che approcciano il nostro brand e la nostra cultura nel web.

L'apertura a fine gennaio 2017 della **boutique di Montenapoleone 27** a Milano, relocation del precedente spazio di Via della Spiga, rappresenta invece il più grande **"negoziario fisico"** e un importantissimo spazio di vendita, considerando la città di Milano il cuore dell'italianità, dove l'esperienza di acquisto di manufatti Made In Italy assume un grande fascino e allure.

La nuova apertura conferma e approfondisce la filosofia delle boutique monomarca Brunello Cucinelli, le quali diffondono la storia, gli ideali e il frutto del lavoro dell'impresa umanistica nelle più importanti capitali e città del mondo.



BRUNELLO CUCINELLI

Fatti di rilievo successivi al 31 dicembre 2016

Acquisizione del controllo di “Perugia OOO”

In data 2 marzo 2017 si è definitivamente concretizzato l’acquisto da parte della Società, dalla signora Victoria Vasilievna Saava - a capo del gruppo Cashmere & Silk, con cui il Gruppo Brunello Cucinelli intrattiene un rapporto commerciale ventennale con ottimi risultati anche d’immagine – di una partecipazione pari al 62% del capitale sociale di “Perugia OOO”, società a responsabilità limitata di diritto russo che gestisce da tempo una boutique su strada e 3 nei più prestigiosi mall della città di Mosca. Con tale acquisizione i negozi monomarca vengono così convertiti dal canale wholesale monomarca al canale retail monomarca.

Il prezzo di acquisto della partecipazione è stato pattuito in Euro 7.085 migliaia, prevedendo una clausola di aggiustamento dello stesso in base ai dati di bilancio consuntivi alla data del 28 febbraio 2017.

L’operazione di acquisizione è stata finanziata totalmente con mezzi propri. La restante quota del capitale di “Perugia OOO” resta di proprietà della signora Victoria Vasilievna Saava.

Avvio dell’attività diretta di e-commerce

Alla fine del mese di gennaio 2017 la Società ha definitivamente avviato la gestione diretta della propria boutique on-line, in precedenza gestita da YNAP, nel desiderio di rendere sempre più esclusiva e “artigianale” anche la presenza digitale, cercando di trasmettere in rete quella cultura che scandisce la nostra vita quotidiana.

Il rapporto con il gruppo YNAP, che consideriamo “serio” e “molto interessante”, proseguirà a fronte di una grande stima reciproca e continueremo a proporre il nostro brand nelle piattaforme di NET-A-PORTER e MR PORTER, che riteniamo tra i più esclusivi multibrand digitali al Mondo.

Patent Box

Il 26 gennaio 2017, si è tenuto il primo incontro presso l’Agenzia delle Entrate, in seguito alla formulazione dell’istanza di accordo preventivo relativo agli esercizi fiscali 2015-2016-2017-2018 e 2019, depositata dalla Società il 29 dicembre 2015, per l’accesso al regime impositivo agevolato relativo al reddito ascrivibile ad alcuni beni immateriali (c.d. “Patent Box”) di cui all’art. 1, commi 37-44, della legge 23 dicembre 2014, n. 190.

L’incontro è stato finalizzato a “...definire/esaminare, in contraddittorio, alcuni aspetti necessari per procedere alla definizione dei metodi e dei criteri di contribuzione alla produzione del reddito d’impresa degli *intangibles*...”.

Alla data di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016, l’attività c.d. di “ruling” risulta ancora in fase di svolgimento.



BRUNELLO CUCINELLI

Evoluzione Prevedibile della Gestione

Il 2016 si è chiuso con dei risultati molto molto positivi sia in termini di fatturato che di profitti, rappresentando un altro anno fondamentale per l'immagine del nostro brand, dove è stato portato a compimento il nostro grande progetto "Artigiani Umanisti del Web" con l'avvio della nostra piattaforma di e-commerce. Una filosofia d'impresa che ha proseguito nel dare i suoi risultati, concreti e costanti, nel desiderio di soddisfare tutti coloro che hanno investito nella nostra industria.

Le vendite della collezione Primavera Estate 2017 stanno andando veramente bene ed avendo ormai completato la campagna vendite Autunno Inverno 2017 con degli ottimi risultati, riteniamo con un buon grado di certezza che il 2017 dovrebbe essere un anno di crescita con un incremento a doppia cifra sia dei ricavi che delle marginalità.

Nel corso del 2016 è quindi proseguito il percorso di crescita del brand, caratterizzato dal continuo incremento dell'allure e del fascino che lo avvolge, che spesso si completa con l'esperienza di visita al "Borgo di Solomeo".

Una continua attenzione è dedicata all'innovazione e ricerca continua nel Visual Merchandising, che consideriamo importantissimo, cercando di offrire sempre qualcosa di speciale e unico, esclusivo ma allo stesso tempo familiare, che possa far respirare il "lifestyle" del brand, la nostra filosofia, il nostro stile di vita, la nostra cultura.

La possibilità di vivere in prima persona l'esperienza del brand e sentirsi parte di questa filosofia rappresenta un'ulteriore e importantissima motivazione per cui il cliente della fascia altissima, da sempre alla ricerca di manufatti unici, entra nel nostro mondo, consapevole che l'offerta di collezione si completa con il concetto di profitto etico e "Impresa Umanistica".

All'interno di questa filosofia riteniamo che i risultati dell'azienda siano il frutto della continua ricerca di bilanciare correttamente il grande tema esistenziale dell'uomo che consiste nel giusto equilibrio tra profitto e dono, offrendo manufatti artigianali di grande qualità made in Italy, ricercando continuamente il grande valore dell'esclusività e del rispetto della dignità morale ed economica di tutti coloro che lavorano con la nostra industria.

Nel 2016, ultimo anno dell'importante progetto quadriennale di investimenti iniziato nel 2013, la generazione di cassa ha permesso di ridurre la posizione finanziaria netta, a testimonianza dei benefici degli investimenti realizzati.

Riteniamo che la generazione di cassa attesa nei prossimi anni possa determinare un'ulteriore e progressiva riduzione del debito, sia pur in presenza di investimenti "ordinari ma importanti", a testimonianza della nostra visione per cui, anche in assenza di progetti speciali e straordinari, il livello strutturale di investimenti debba essere nell'ordine del 5% delle vendite, per mantenere l'azienda sempre contemporanea e innovativa.

Grazie alla positiva generazione di cassa, riteniamo inoltre sostenibile nel medio periodo l'incremento dei dividendi e del pay-out atteso, nel desiderio di condividere con tutti i nostri azionisti i "sani profitti" che ci attendiamo nei prossimi anni.



BRUNELLO CUCINELLI

Proposta di dividendo

Il Consiglio proporrà alla prossima Assemblea degli Azionisti, che si terrà in prima convocazione il 20 aprile 2017, la distribuzione di un dividendo di 0,16 Euro per azione (al lordo delle eventuali ritenute di legge), pari ad un *pay-out* del 29,9% del risultato di Gruppo, rispetto al 26,5% dello scorso anno.

Il dividendo sarà messo in pagamento in data 24 maggio 2017, con stacco cedola (n. 5) il 22 maggio 2017 e *record date* il 23 maggio 2017.

Corporate Governance

Il Consiglio di Amministrazione ha approvato la Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari per l'esercizio 2016 e la Relazione sulla Remunerazione.

Nel corso della riunione il Consiglio di Amministrazione ha altresì effettuato la verifica del possesso da parte dei Consiglieri di Amministrazione dei requisiti di indipendenza ai sensi del Codice di Autodisciplina e del D. Lgs. 58/1998. Ad esito di tale verifica è stato confermato che risultano indipendenti gli Amministratori: Matteo Marzotto, Andrea Pontremoli e Candice Koo.

Convocazione dell'Assemblea dei soci

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di convocare l'Assemblea degli azionisti per il 20 aprile 2017 in prima convocazione (e, occorrendo, in seconda convocazione per il giorno 27 aprile 2017) per l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016, per la destinazione dell'utile di esercizio, per l'approvazione della sezione prima della Relazione sulla Remunerazione e per deliberare il rinnovo del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale (visto che scadranno con l'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016)

L'avviso di convocazione dell'Assemblea verrà pubblicato nei termini di legge sul sito della Società (<http://investor.brunellocucinelli.com>) e, per estratto, sui quotidiani Il Sole 24 Ore e MF-Milano Finanza.

Documentazione

La Relazione Finanziaria Annuale 2016 - unitamente alla Relazione del Collegio Sindacale ed alla Relazione della Società di Revisione - nonché la Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari per l'esercizio 2016, la Relazione sulla Remunerazione e le relazioni illustrative degli Amministratori sugli argomenti all'ordine del giorno (anch'esse approvate nell'odierna riunione del Consiglio di Amministrazione), saranno messe a disposizione del pubblico nei termini e con le modalità previste dalla normativa vigente presso la sede legale della Società in Corciano, Solomeo (PG), sul meccanismo di stoccaggio "eMarket Storage" (www.emarketstorage.com), e nelle apposite sezioni del sito internet della Società (<http://investor.brunellocucinelli.com>, sezione "governo-societario/assemblea-azionisti").



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 rende noto che il documento in formato pdf dell'Analyst Presentation relativo ai risultati al 31 dicembre 2016 è consultabile nella sezione "Presentazioni" del sito internet della Società all'indirizzo <http://investor.brunellocucinelli.com/ita/presentazioni/>.

I dati esposti nel presente comunicato si riferiscono al bilancio consolidato 2016.

Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Brunello Cucinelli S.p.A.. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. Il bilancio consolidato e il progetto di bilancio d'esercizio 2016 sono attualmente oggetto di revisione contabile, alla data odierna non ancora conclusa.

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 attuale di circa 1.500 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 website: www.brunellocucinelli.com

In allegato i prospetti contabili



BRUNELLO CUCINELLI

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA AL 31 DICEMBRE 2016

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31-dic-16	<i>di cui con parti correlate</i>	31-dic-15	<i>di cui con parti correlate</i>
ATTIVITA' NON CORRENTI				
Attività immateriali	28.823		31.479	
Immobili, impianti e macchinari	111.348	16.100	101.045	14.212
Altre attività finanziarie non correnti	5.740	32	5.429	32
Imposte differite attive	15.709		15.678	
TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI	161.620		153.631	
ATTIVITA' CORRENTI				
Rimanenze	154.814		143.957	
Crediti commerciali	47.231	24	45.628	21
Crediti tributari	1.986		2.157	
Altri crediti ed attività correnti	14.693		15.843	
Altre attività finanziarie correnti	1.980		86	
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	46.428		48.075	
Attività per strumenti finanziari derivati correnti	932		961	
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	268.064		256.707	
Attività possedute per la vendita	210		765	
TOTALE ATTIVITA'	429.894		411.103	

<i>(In migliaia di Euro)</i>	31-dic-16	<i>di cui con parti correlate</i>	31-dic-15	<i>di cui con parti correlate</i>
PATRIMONIO NETTO				
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO				
Capitale sociale	13.600		13.600	
Riserva sovrapprezzo azioni	57.915		57.915	
Altre riserve	111.031		85.380	
Risultato netto di Gruppo	36.397		33.338	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	218.943		190.233	
PATRIMONIO NETTO DI TERZI				
Capitale e riserve di terzi	6.217		6.934	
Risultato netto di pertinenza di terzi	722		(389)	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI	6.939		6.545	
TOTALE PATRIMONIO NETTO	225.882		196.778	
PASSIVITA' NON CORRENTI				
Passività per beneficiari dipendenti	3.065		3.033	
Fondi per rischi ed oneri	659		648	
Debiti verso banche non correnti	37.567		52.742	
Debiti finanziari non correnti	1.921		1.799	
Altre passività non correnti	8.017		7.486	
Imposte differite passive	2.519		2.370	
Passività per strumenti finanziari derivati non correnti	252		412	
TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI	54.000		68.490	
PASSIVITA' CORRENTI				
Debiti commerciali	63.356	291	68.826	1.767
Debiti verso banche correnti	58.452		47.782	
Debiti finanziari correnti	772		1.405	
Debiti tributari	1.104		1.575	
Passività per strumenti finanziari derivati correnti	4.258		4.182	
Altre passività correnti	22.070	45	22.065	
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	150.012		145.835	
TOTALE PASSIVITA'	204.012		214.325	
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	429.894		411.103	



BRUNELLO CUCINELLI

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2016

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Esercizio chiuso al 31 dicembre			
	2016	di cui con parti correlate	2015	di cui con parti correlate
Ricavi netti	455.971	14	414.151	31
Altri ricavi operativi	1.058	40	786	36
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	457.029		414.937	
Costi per materie prime e materiali di consumo	(72.888)	(13)	(65.534)	(22)
Costi per servizi	(219.884)	(2.969)	(200.060)	(2.535)
Costo del personale	(81.358)	(446)	(74.668)	(395)
<i>di cui oneri non ricorrenti</i>	<i>(1.523)</i>			
Altri costi operativi	(5.302)		(4.791)	
Incrementi di immobilizzazioni per costi interni	1.325		843	
Ammortamenti e svalutazioni	(20.047)		(18.149)	
Rettifiche di valore di attività e altri accantonamenti	(2.230)		(1.603)	
Totale costi operativi	(400.384)		(363.962)	
Risultato operativo	56.645		50.975	
Oneri finanziari	(18.044)		(29.938)	
Proventi finanziari	14.799		25.106	
Risultato ante imposte	53.400		(46.143)	
Imposte sul reddito	(16.281)		(13.194)	
Risultato del periodo	37.119		32.949	
Risultato di Gruppo	36.397		33.338	
Risultato di Terzi	722		(389)	
Utile per azione base	0,53525		0,49026	
Utile per azione diluito	0,53525		0,49026	

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Esercizio chiuso al 31 dicembre	
	2016	2015
Risultato Netto del periodo (A)	37.119	32.949
<i>Altre componenti di conto economico complessivo:</i>		
Altre componenti di conto economico complessivo che saranno successivamente riclassificate nell'utile/perdita d'esercizio	1.575	1.364
Cash flow hedge	1.300	(23)
Imposte sul reddito	(401)	(23)
Effetto variazione riserva di cash flow hedge	899	(46)
Differenze di conversione di bilanci esteri	676	1.410
Altre componenti di conto economico complessivo che non saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio:	(52)	131
Rimisurazione sui piani a benefici definiti (IAS 19)	(68)	192
Effetto fiscale	16	(61)
Totale altri utili/(perdite) al netto dell'effetto fiscale (B)	1.523	1.495
Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A) + (B)	38.642	34.444
<i>Attribuibili a:</i>		
Gruppo	38.067	34.750
Terzi	575	(306)



BRUNELLO CUCINELLI

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 31 DICEMBRE 2016

(In migliaia di Euro)

Periodo chiuso al 31 dicembre

	2016	2015
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' OPERATIVE		
Utile netto dell'esercizio	37.119	32.949
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile netto al flusso di cassa generato / (assorbito) dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	20.047	18.149
Accantonamenti a Passività per benefici ai dipendenti	69	58
Accantonamenti a Fondi per rischi ed oneri / fondo obsolescenza / fondo svalutazione crediti	2.363	1.620
Variazione delle Altre passività non correnti	271	2.011
Minusvalenze / (Plusvalenze) da cessione immobilizzazioni	124	42
Pagamenti di Passività per benefici ai dipendenti	(105)	(134)
Pagamenti per Fondi per rischi ed oneri	-	(354)
Variazione netta di Imposte differite attive e passive	(255)	(3.214)
Variazione di <i>fair value</i> strumenti finanziari	1.251	(2.607)
<i>Variazioni nelle attività e passività operative:</i>		
Crediti commerciali	(1.410)	(603)
Rimanenze	(8.903)	(14.083)
Debiti commerciali	(6.916)	1.549
Altre attività e passività correnti	884	494
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE (A)	44.539	35.877
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO		
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	(25.393)	(32.340)
Investimenti in Attività immateriali	(4.220)	(7.797)
Investimenti in Attività finanziarie	(165)	(696)
Investimenti in Titoli detenuti per la negoziazione	(1.964)	-
Cessione di Immobili, impianti e macchinari e <i>key money</i>	360	260
Attività destinate alla vendita	765	-
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO (B)	(30.617)	(40.573)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO		
Erogazioni di finanziamenti a medio-lungo termine	-	39.430
Rimborso di finanziamenti a medio-lungo termine	(15.524)	(27.923)
Erogazioni/(Rimborsi) finanziamenti a breve termine	1.860	11.690
Variazione netta delle passività finanziarie a breve termine	7.203	(16.047)
Variazione netta delle passività finanziarie a lungo termine	68	(1.061)
Distribuzione di dividendi	(8.889)	(8.435)
Variazione di patrimonio netto	(731)	444
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO (C)	(16.013)	(1.902)
FLUSSO DI CASSA COMPLESSIVO (D=A+B+C)	(2.091)	(6.598)
EFFETTO DEI CAMBI SULLE DISPONIBILITA' LIQUIDE NETTE (E)	444	1.038
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO (F)	48.075	53.635
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO (G=D+E+F)	46.428	48.075
Informazioni aggiuntive:		
Interessi pagati	2.174	2.577
Imposte sul reddito pagate	17.511	17.192