



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati preliminari della gestione dell'anno 2019

- **Ricavi netti a 607,8 milioni di Euro, +9,9% a cambi correnti (+8,6% a cambi costanti) rispetto ai 553,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2018;**
- **Aumento nei Mercati Internazionali pari al +11,4%, e nel Mercato Italiano del +1,9%;**
- **Europa +12,9%, Nord America +8,9%, Cina +14,7%, Resto del Mondo +12,3%;**
- **Crescita in tutti i canali distributivi: retail +14,6%, monomarca wholesale +7,7%, multimarca wholesale +4,1%;**
- **Importanti investimenti a sostegno del brand all'interno del Piano Triennale 2019-2021, pari a circa 53 milioni di euro nel 2019, con un Indebitamento Finanziario Netto¹ nell'intorno di 30 milioni di euro al 31 dicembre 2019.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

“Il 2019 è stato per la nostra impresa un anno “eccellente” sia per i risultati che per l’immagine nel suo complesso di un’azienda “italiana”, espressione a noi tanto cara. Dopo il bell’aumento di fatturato e vista l’ottima qualità delle vendite ci aspettiamo dei sani, equilibrati e sostenibili profitti.

Visto l’ottimo sell-out dell’autunno inverno passato, la bella raccolta di ordini in casa della collezione primavera estate 20, e la “molto favorevole” partenza delle collezioni Autunno Inverno 20, lavorando con serena tranquillità ci attendiamo un 2020 di bella crescita del fatturato, dei profitti e dell’immagine”.

¹Gli impatti dell’implementazione del nuovo principio contabile IFRS 16, in vigore dal 1 gennaio 2019, sono esclusi da tutti i dati riportati, per consentire la comparabilità dei dati con i periodi precedenti. Gli impatti relativi all’applicazione dell’IFRS 16 verranno riportati nelle tabelle di raffronto in occasione dell’approvazione dei dati definitivi dell’esercizio 2019 previsti il prossimo 11 marzo.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 07 gennaio 2020 – Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – maison italiana operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana – ha esaminato in data odierna i ricavi netti consolidati preliminari di vendita dell’anno 2019 e l’indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2019. I dati annuali completi e definitivi dell’esercizio 2019 saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per l’11 marzo prossimo.

Consideriamo il **2019** un **anno eccellente**, tra i più belli della nostra storia, e il primo del **progetto di crescita** con l’obiettivo di **raddoppiare il nostro fatturato in 10 anni**.

Abbiamo la concreta impressione che il **sentimento intorno al brand sia molto molto positivo**: stampa internazionale, grandi department stores del lusso, clienti multibrand e clienti finali ci trasmettono entusiasmo e condivisione dei valori della nostra impresa, che proviamo a vivere quotidianamente in **Solomeo**, che amiamo chiamare **“Borgo dello Spirito”**.

Da sempre l’impresa è impegnata a favore del **“lavorare e vivere in armonia con il creato”**, cercando i “buoni rapporti” con dipendenti, collaboratori e stakeholders. Per questo motivo i luoghi in cui viviamo e lavoriamo, fatti di spazi ampi, ordinati, illuminati con luce naturale dove ognuno può esprimere al meglio la propria genialità, sono parte essenziale del modo con cui cerchiamo di fare impresa.

Il sano, equilibrato e sostenibile **profitto, conciliare lavoro e umana riservatezza** e il desiderio di **riparare e riutilizzare**, sono valori centrali della nostra impresa, e riteniamo siano pienamente condivisi da tutti coloro che, con discreta fierezza e dedizione, contribuiscono alla crescita della realtà industriale e del territorio che la circonda.

Abbiamo inoltre sempre provato ad incentrare la nostra attività seguendo il principio alto e nobile di ciò che noi definiamo **“Capitalismo Umanistico**, provando quindi a realizzare profitti con etica, morale e dignità.

Abbiamo sempre creduto che l’impresa debba perseguire una **crescita garbata**, mantenendo l’esclusività del brand e permettendo nello stesso tempo ai **laboratori artigianali**, che producono i preziosi manufatti che costituiscono l’anima delle nostre collezioni, di crescere in maniera armoniosa.

Riteniamo che il successo nel lungo periodo di un brand del lusso della moda non possa prescindere dalla presenza di **manualità altamente specializzate** che realizzano le collezioni.

Per questo, oltre all’attenzione primaria che dedichiamo ai nostri façonisti e laboratori artigianali produttivi, attribuiamo grande importanza alle **Scuole dei Mestieri** di Solomeo, che contribuiscono alla diffusione di un lavoro altamente specializzato, dove sempre la dignità morale deve andare di pari passo a quella economica.

Anche nel **mondo digitale** e nella **rete** percepiamo le stesse **sensazioni molto positive** che raccogliamo nel mondo fisico, grazie al nostro progetto che definiamo **“Artigiani Umanisti del Web”**, che offre un’esperienza “su misura” al cliente che approccia il nostro brand on line, condividendo storia, valori, filosofia dell’impresa con l’offerta di prodotto.

Siamo onorati del rapporto speciale che ci sembra di aver costruito con gli “amabili amici” della Silicon Valley, ed è stato emozionante ospitare a Solomeo alcuni di questi **“Giovani Leonardo del Terzo Millennio”**, tra cui Jeff Bezos, Drew Houston, Reid Hoffman e Marc Benioff, quest’ultimo presente tramite una bellissima lettera inviata al gruppo.



BRUNELLO CUCINELLI

Nei giorni trascorsi insieme, abbiamo dedicato tempo alla nostra anima, dialogando sui grandi temi della vita, quali la **responsabilità nei confronti dell'umanità** e il desiderio di **sentirci custodi**, progettando per coloro che verranno dopo di noi e provando a condividere una visione del mondo per i prossimi millenni.

Molteplici sono state le **nuove iniziative** che abbiamo introdotto nel 2019, mantenendo l'assoluta coerenza con il posizionamento e i valori del brand.

In particolare, siamo molto soddisfatti dei risultati che stiamo ottenendo con il **progetto "Sartoria Solomeo"**, attraverso il quale abbiamo cercato di dare risposta a quel tipo di clientela maschile alla ricerca di un gusto "sartoriale" giovane e contemporaneo, valorizzando allo stesso tempo eleganza ed estrema ricercatezza.

L'anno 2019 ha visto anche la nascita delle **collezioni "kids"**, naturale ampliamento della nostra offerta ready to wear. I commenti ricevuti da tutti i partner e i primi riscontri della raccolta ordini sono molto positivi, e ci sembra di essere riusciti a trasferire il medesimo gusto che caratterizza l'offerta dell'adulto, una sorta di Mini-Me, anche nella proposta bambino.

Seguitiamo a credere nel grande valore di **riparare, riutilizzare e tramandare** i nostri capi, grazie alle mani sapienti delle nostre sarte in grado di rigenerare e ridare nuova vita a capi usurati dal tempo.

Il molto positivo contributo delle nuove iniziative e gli ottimi risultati di vendita e sell-out delle collezioni hanno supportato le performance riportate nel corso dell'anno.

Abbiamo inoltre accolto con favore l'**attuale trend del mercato**, che sembra indirizzarsi verso un gusto più confacente al nostro DNA, espressione di un "ready to wear" indossabile di giorno e di sera, per la vita lavorativa ma anche per il "leisure" del fine settimana.

Consapevoli dell'ottimo sell-out dell'autunno inverno passato, della bella raccolta di ordini in casa della collezione primavera estate 20, e della partenza "molto favorevole" delle collezioni Autunno Inverno 20, attendiamo un 2020 di bella crescita del fatturato, dei profitti e dell'immagine.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti del 2019 sono pari a 607,8 milioni di Euro, in aumento del +9,9% a cambi correnti (+8,6% a cambi costanti) rispetto ai 553,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2018.

Mercato Italiano – crescita del +1,9%, con ricavi pari a 89,9 milioni di Euro (14,8% sul totale), rispetto a 88,2 milioni di Euro dello scorso anno.

La crescita della domanda del cliente locale accompagna il solido incremento degli acquisti del cliente internazionale, grazie alla proposta di collezione e all'importante contributo del nostro flagship di Montenapoleone-Milano, città che riteniamo a pieno titolo tra le capitali della moda europea, insieme a Londra e Parigi.

Mercato Europeo – aumento del +12,9%, con fatturato pari a 184,9 milioni di Euro (30,4% sul totale) rispetto a 163,7 milioni di Euro del 2018.



BRUNELLO CUCINELLI

Tutte le aree geografiche riportano solidi risultati, grazie alla presenza del brand in boutique di primario interesse, alle quale attribuiamo una grandissima importanza. In particolare, riteniamo che le boutique, curate in ogni dettaglio con un attento Visual Merchandising, contribuiscano in maniera determinante a rafforzare ulteriormente l'allure riconosciuta al brand.

Mercato Nordamericano – incremento del +8,9%, con un fatturato pari a 203,8 milioni di Euro (33,5% sul totale) rispetto a 187,2 milioni di Euro al 31 dicembre 2018.

Siamo pienamente soddisfatti della crescita riportata, del rapporto con i clienti, sia finali che multibrand, e della nostra presenza sul mercato, con spazi esclusivi nel canale monomarca e multimarca.

Con piena soddisfazione abbiamo raggiunto l'accordo per la prossima apertura della boutique nel quartiere di "*Meatpacking District*" a New York, zona considerata molto chic, trendy e giovane, in piena sintonia con l'interpretazione della nostra offerta.

Cina – crescita del +14,7%, con vendite pari a 63,0 milioni di Euro (10,4% sul totale) rispetto a 54,9 milioni di Euro dello scorso anno.

Riteniamo di assoluto interesse la performance riportata in Cina, in linea con le crescite attese di lungo periodo del nostro progetto "**Impero Celeste**".

Questo mercato senza alcun dubbio rappresenta un potenziale molto interessante, sia in riferimento al canale monomarca che multimarca, e vorremmo cogliere queste chance in maniera graduale, mantenendo altissimo il prestigio e l'allure del brand.

Resto del Mondo – aumento del +12,3% con vendite pari a 66,2 milioni di Euro (10,9% sul totale) rispetto a 59,0 milioni di Euro al 31 dicembre 2018.

L'offerta di collezione riporta incrementi in tutte le aree geografiche di riferimento, e sempre più evidente e marcata diventa la ricerca da parte del cliente del lusso di capi speciali, che pienamente incontra le caratteristiche distintive del nostro brand.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – incremento del +14,6%, con ricavi pari a 339,5 milioni di Euro (55,9% sul totale) rispetto a 296,3 milioni di Euro del 2018.

Riteniamo **molto positiva la crescita LFL** riportata nel 2019, pari al +4,2%, anche grazie a un gusto attuale del mercato particolarmente affine al nostro.

Il network al 30 settembre 2019 è pari a 106 boutique, rispetto alle 100 boutique al 31 dicembre 2018, con 3 aperture nell'ultimo trimestre del 2019.

Canale monomarca Wholesale – crescita del +7,7%, con fatturato pari a 32,5 milioni (incidenza del 5,4%) rispetto a 30,2 milioni di Euro dello scorso anno.

Il network è pari a 30 boutique, rispetto alle 27 boutique al 31 dicembre 2018.

Canale multimarca Wholesale – aumento del +4,1%, con vendite pari a 235,7 milioni di Euro (38,8% sul totale) rispetto a 226,5 milioni di Euro del 2018.



BRUNELLO CUCINELLI

La crescita nel canale multibrand è supportata dal rapporto speciale che ci lega ai più importanti Luxury Department Stores mondiali e Specialty Stores, che incrementano gli spazi dedicati al brand per soddisfare la domanda del cliente, aumentando allo stesso tempo il traffico del segmento più alto del lusso.

Investimenti e Posizione Finanziaria Netta

Gli **importanti investimenti a sostegno del brand** sono pari a circa 53 milioni di Euro al 31 dicembre 2019 (45,0 milioni di Euro gli investimenti al 31 dicembre 2018), all'interno del Piano Triennale 2019-2021.

Gli **investimenti commerciali** supportano selezionate aperture e alcuni incrementi di prestigiose boutique, contribuendo alla crescita delle superfici di vendita nei Luxury Department Stores e al rinnovo e ampliamento dei nostri show-room.

Segnaliamo tra gli altri **investimenti** quelli destinati alla **produzione, logistica e IT digital**, a sostegno dello sviluppo delle infrastrutture IT, della presenza digitale e del rinnovamento continuo di impianti produttivi e strutture logistiche.

Riteniamo che un importante livello di **investimenti** rimanga strategico per mantenere **l'impresa contemporanea nel lungo periodo**, consapevoli che la relativa percentuale sulle vendite sia strutturalmente aumentata nel corso degli anni, in virtù dell'importanza sempre maggiore che l'immagine del brand ha assunto e delle risorse necessarie per mantenere moderna l'impresa.

La **posizione finanziaria netta** è pari a **circa 30 milioni di Euro** (14,5 milioni di Euro al 31 dicembre 2018), in considerazione della positiva generazione di cassa dell'attività operativa, della sana gestione del Capitale Circolante Commerciale, e del significativo progetto d'investimenti in corso.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Moreno Ciarapica, dichiara ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. n. 58 del 1998 che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili. Si precisa che i dati di fatturato del presente comunicato non sono stati sottoposti a revisione. Il documento potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Brunello Cucinelli. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri.

Brunello Cucinelli S.p.A. è 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 2018 pari a 553,0 milioni di Euro (+8,1% rispetto all'anno precedente), di cui l'84,1% fatturato all'estero, e un EBITDA di 95,1 milioni di Euro, in crescita dell'8,8% rispetto l'Ebitda del 2017, con la presenza di circa 1.800 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.



BRUNELLO CUCINELLI

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 136 boutique monomarca (106 boutique dirette e 30 monomarca wholesale) nelle più importanti capitali e città del Mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza selezionata in circa 600 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