



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati preliminari della gestione dell'anno 2022

- **Splendidi risultati, con ricavi netti pari a 919,5 milioni di Euro e una forte crescita del +29,1% a cambi correnti (+24,8% a cambi costanti) rispetto al 2021;**
- **Importantissima crescita dei ricavi in tutte le aree geografiche: Americhe +40,5%, Europa +20,8% (di cui Italia +21,8%), Asia +28,1%;**
- **Ottime crescite nei canali di vendita: retail +36,6%, wholesale +18,4%;**
- **Investimenti significativi pari a circa 73 milioni di Euro, cui si aggiungono 15,05 milioni di Euro per l'acquisizione del 43% del prestigioso Lanificio Cariaggi Cashmere, da sempre nostro fornitore di cashmere di altissima qualità;**
- **Solida struttura patrimoniale, con Indebitamento Finanziario Netto caratteristico¹ pari a circa 8 milioni di Euro in miglioramento rispetto ai 23 milioni dello scorso anno.**

Brunello Cucinelli, Presidente Esecutivo e Direttore Creativo della Casa di Moda ha così commentato:

"Il 2022 è stato senza dubbio il nostro anno da primato, perché abbiamo realizzato un fatturato in crescita del 29% e contemporaneamente l'immagine del brand si è fortemente consolidata a livello mondiale. La bella qualità delle vendite ci fa immaginare anche un ottimo risultato economico.

Gli importanti ordini in portafoglio della collezione Primavera-Estate 2023 e lo straordinario inizio della campagna vendite Autunno-Inverno 2023 ci permettono un'eccellente previsione per questo anno in corso dove immaginiamo una bella crescita intorno al 12% e di conseguenza il raggiungimento di un importante traguardo, e cioè un miliardo di Euro di fatturato.

È pertanto con un sentimento di profonda gratitudine verso ogni nostro partner, verso i giornalisti, gli investitori e gli analisti, che auguriamo a tutti un nuovo anno pieno di serenità e di umana spiritualità."

¹ Esclude i debiti finanziari per leasing; pertanto, il dato riportato esclude l'applicazione del principio contabile IFRS 16.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 9 gennaio 2023 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – Casa di Moda operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana (ora, Euronext) – ha esaminato in data odierna i ricavi netti consolidati preliminari di vendita dell'anno 2022 e l'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2022. I dati annuali completi e definitivi dell'esercizio 2022 saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il 15 marzo prossimo.

Il **2022** è stato un anno **splendido**, da **record** con una **crescita** dei ricavi pari al **+29,1%** conseguiti in modo solido e consistente, in tutte le aree geografiche.

Pensiamo che tale risultato sia stato favorito da una **forte domanda del mercato** nel corso dell'intero anno, rivolta in modo particolare verso **prodotti di altissima qualità**, ispirati da un **gusto "più sobrio"** rispetto al recente passato.

Crediamo che il fascino dell'**esclusività** sia stato particolarmente attrattivo nell'abbigliamento così come in molti altri settori del lusso, premiando in modo particolare i brand dal **posizionamento più alto**.

All'interno di questo contesto di mercato, pensiamo che il risultato ottenuto premi la **creatività** espressa nelle nostre collezioni **Primavera Estate** e **Autunno Inverno**, giudicate già in sede di presentazione dalla stampa specializzata **tra le più belle di sempre** della nostra Casa di Moda. Crediamo che il prodotto debba essere il protagonista al centro dell'attività aziendale.

Allo stesso modo crediamo che la **solidità** della nostra **struttura produttiva** e la **qualità** della **struttura distributiva** siano risultati determinanti nel permetterci di cogliere le opportunità offerte dal mercato.

Non vi è dubbio che le seguenti **quattro grandi decisioni prese nel marzo 2020** durante la pandemia ci hanno permesso di mantenere ottimi rapporti con tutti gli attori del business e proprio in questo anno si è sentita la positività di queste scelte:

- 1) **non licenziare** nessun collaboratore nel mondo e **garantire loro lo stesso salario** del 2019;
- 2) **non chiedere sconti** di nessun genere a chiunque (ma questo fa parte della nostra cultura);
- 3) la merce in sovrappiù delle boutique chiuse destinata al progetto "**Brunello Cucinelli for Humanity**";
- 4) mantenere un livello di **magazzino solido** come di consuetudine, per essere pronti alla ripartenza.

Un plauso speciale va al nostro **stato sociale italiano** che, consentendoci per questo periodo di pandemia di non licenziare alcun collaboratore, sostenendoci in parte economicamente, ci ha permesso di mantenere le nostre strutture produttive e commerciali in piena forza.

Non vi è dubbio che in questo 2022 la richiesta mondiale di prodotti di lusso ha superato l'offerta e quindi per noi come per moltissime azienda italiane, ha portato grandi benefici.

Non sarà facilissimo ripristinare a pieno le strutture produttive mondiali, e quindi pensiamo che forse **l'Italia** ne potrebbe ancora in parte beneficiare in questo 2023, come in modo forte ne ha beneficiato in questo anno passato.



BRUNELLO CUCINELLI

A livello distributivo anche nel 2022 la **complementarietà** e la **sinergia** tra il **canale wholesale** ed il **retail** è stata particolarmente importante, permettendoci di considerare **“domestici”** tantissimi paesi al mondo, e di **“incontrare”** la domanda sia nelle **grandi città** che nelle **città di provincia** e nelle **località resort**.

Il mondo **multimarca** ha vissuto un anno di **grande vivacità operativa e progettuale**; negli Stati Uniti ottima è stata la performance dei Department Stores del lusso, così come quella dei più importanti Specialty Stores italiani, europei ed asiatici.

Siamo profondamente onorati dall'assegnazione a Brunello Cucinelli del prestigioso riconoscimento **“Neiman Marcus Fashion Award for Distinguished Service in the field of Fashion”** per il 2023, importantissimo premio che rende merito alle figure che nel mondo hanno maggiormente influenzato la Moda, la cui cerimonia di premiazione si svolgerà a Parigi durante la Fashion Week di marzo.

Questo riconoscimento corona una partnership di lunghissima durata e di reciproco successo, basato su una comune stima e su un'interazione costante.

Per quanto riguarda il **canale retail**, anche quest'anno abbiamo fortemente investito nella costante qualificazione del network delle nostre boutique con **selezionate e prestigiose aperture, alcuni ampliamenti e riposizionamenti** in importanti città, e nel **costante rinnovamento** di tutti i nostri showroom.

Crediamo di essere riusciti a creare nelle boutique **ambienti molto caldi ed accoglienti**, con l'introduzione di piccoli bar di diverso formato, il mantenimento di aree non direttamente destinate alla vendita, con ampie sedute e piccole librerie, provando a comunicare un senso di **ospitalità autentica** e un'idea di lusso **“garbato e sostenibile anche umanamente”**.

Lo stesso desiderio di condividere il valore fondamentale dell'**ospitalità** è stato il principio ispiratore della realizzazione delle **Case Cucinelli**, presenti oggi a Solomeo, Milano, Parigi, New York, Londra e Tokyo.

In questi spazi di incontro, dove proviamo a dare piena espressione della nostra idea di lifestyle, abbiamo avuto il piacere e l'onore di ricevere molti **“amici” del brand** nel corso dell'anno, tra cui **clienti, partner e giornalisti**, oltre a **investitori e analisti finanziari**.

Con quest'ultimi abbiamo avuto anche l'occasione di celebrare i **10 anni dalla quotazione del 2012**, riunendoci per quelle che abbiamo chiamato **“cene della gratitudine”**, bellissimi momenti di condivisione e confronto su temi altissimi, come Brunello Cucinelli ha avuto modo di commentare:

*“Siamo onorati di aver potuto condividere con voi sin dall'inizio l'idea di mettere al centro dei nostri progetti finanziari innanzitutto la **dignità dell'essere umano**; grazie di cuore per aver creduto, allora come oggi, nei valori fondamentali del **capitalismo umanistico dell'umana sostenibilità** che guidano da sempre la nostra impresa”.*



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Area Geografica

	Anno 2022	<i>% sul</i>	Anno 2021	<i>% sul</i>	<i>Var. %</i>
	Eur '000	<i>tot. fatt.</i>	Eur '000	<i>tot. fatt.</i>	
Italia	102.555	11,1%	84.223	11,8%	21,8%
Europa (esclusa Italia)	263.773	28,7%	219.150	30,8%	20,4%
Totale Europa	366.328	39,8%	303.373	42,6%	20,8%
Americhe	334.724	36,4%	238.238	33,4%	40,5%
Asia	218.426	23,8%	170.568	24,0%	28,1%
Ricavi Netti	919.478	100,0%	712.179	100,0%	29,1%
var.% a cambi costanti					24,8%

Italia – fatturato pari a 102,6 milioni di Euro, in crescita del +21,8% rispetto ai 2021, con un peso relativo dell'11,1%.

Crediamo che il **risultato** raggiunto in Italia possa essere considerato **splendido**. **Molto bella** è stata la crescita dei **negozi diretti** nel corso dell'intero anno, e altrettanto **determinante** è stato il **contributo dei partner multimarca**, visibilmente tornati ad investire con fiducia nelle loro attività.

Crediamo che la **Settimana della Moda di Milano** dello scorso settembre abbia infine segnato un momento molto speciale, anche a livello simbolico. È stata, in qualche modo, la festa della ripresa e della rinnovata socialità, nel segno della raffinatezza del vestire.

Europa (esclusa Italia) – ricavi pari a 263,8 milioni di Euro, con un incremento del +20,4% rispetto al 2021, e un peso pari al 28,7%.

Siamo estremamente soddisfatti di questi **bellissimi risultati** del mercato europeo, che testimoniano la grande forza della domanda in tutte le aree geografiche e nazioni, con una crescita ben distribuita tra **grandi capitali e città di provincia**.

La dinamica delle vendite ha beneficiato in maniera strutturale degli acquisti da parte del **cliente locale** e della **mobilità su base regionale**, cui si è aggiunta **nel periodo estivo** il ritorno del **turismo internazionale**, in modo particolare quello proveniente dall'area nord-americana.

Pensiamo infine che le importantissime crescite siano anche frutto dell'impegno rivolto per tutto l'anno ad animare la vita delle nostre **boutique dirette** e quelle dei nostri **partner multimarca**, attraverso piccoli eventi che hanno incontrato il grande desiderio di molti clienti a tornare a vivere i negozi fisici.

Americhe – fatturato pari a 334,7 milioni di Euro, in aumento del +40,5% rispetto allo scorso anno, con un peso sulle vendite pari al 36,4%.

Il mercato americano **conferma** pienamente tutti i **significativi risultati** e le dinamiche dei mesi precedenti: la **domanda** relativa all'**alto lusso** non solo si è andata **consolidando**, ma ha pienamente confermato quelle **caratteristiche "strutturali"** che hanno contribuito alla **meravigliosa crescita** raggiunta, e crediamo possano contribuire alle ulteriori crescite che ci aspettiamo nei prossimi anni.



BRUNELLO CUCINELLI

Questo andamento, favorito da alcune aperture di punti vendita e da ampliamenti di boutique, ci gratifica molto non solo per quanto riguarda direttamente le vendite, ma anche per la **crecente stima** che ci sembra abbia ricevuto il brand.

Il **canale wholesale è andato benissimo**, grazie alla presenza consolidata nei Department Stores del lusso e in prestigiosi Specialty Stores, beneficiando anche di una **domanda di beni di lusso maggiore rispetto all'offerta**, come abbiamo avuto modo di commentare in precedenza.

Asia – ricavi pari a 218,4 milioni di Euro, in rialzo del +28,1% rispetto al 2021, con un peso sulle vendite pari al 23,8%.

Siamo soddisfatti dei **forti incrementi** riportati nei **mercati asiatici**, che continuano a rappresentare un **altissimo potenziale** per la nostra Casa di Moda all'interno del progetto di crescita sostenibile nel medio-lungo periodo.

Attribuiamo un **grande valore** alla **crescita "double digit"** realizzata in **Cina**, così come alle **crescite dei ricavi** che siamo stati in grado di raggiungere **in tutti i trimestri del 2022**.

Riteniamo che il valore di questo risultato non sia correlato unicamente al contributo quantitativo alle vendite, ma testimoni il **crecente fascino del nostro brand in Cina**, con un **valore prospettico molto interessante**.

Pensiamo che in Cina stia decisamente aumentando la **rilevanza dell'offerta no-logo e Ready to Wear**, e siamo contentissimi di vedere un **numero crescente di clienti** che entrano nei nostri negozi cercando sia **capi speciali**, sia capi di abbigliamento un po' più **quotidiani**.

Notiamo inoltre in Cina una sempre più **pronunciata attenzione** per l'idea di **Capitalismo umanistico** e per i valori della **Umana sostenibilità**, della **crescita garbata** e della ricerca del **giusto equilibrio** tra **profitto e dono**. La stessa concezione del **vivere secondo armonia**, che ci ispira un radicale ripensamento del rapporto dell'uomo con la natura, immaginiamo possa infatti trovare alcuni contatti con il **pensiero confuciano**, sottolineando un dialogo contemporaneo tra i popoli.

Ottimo è infine il **contributo** al risultato finale da parte del **Giappone**, così come da parte di **Corea del Sud e Medio Oriente**, che accelerano i relativi trend di crescita.

Ricavi per Canale Distributivo

	Anno 2022	% sul	Anno 2021	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Retail	573.329	62,4%	419.817	58,9%	36,6%
Wholesale	346.149	37,6%	292.362	41,1%	18,4%
Ricavi Netti tot.	919.478	100,0%	712.179	100,0%	29,1%

Canale retail – fatturato pari a 573,3 milioni di Euro, in crescita del +36,6% rispetto al 2021, con un peso relativo delle vendite pari al 62,4%.

L'importantissimo incremento delle vendite è favorito dalla **crescita a parità di perimetro**, con **sell-out di vendita** molto belli che hanno caratterizzato sia le collezioni della **Primavera Estate** che l'**Autunno Inverno 2022**.



BRUNELLO CUCINELLI

Significativo il **contributo alla crescita dei nuovi spazi**, con **prestigiose aperture di flagship, boutique, ampliamenti**, con una base di comparazione diventata progressivamente più omogenea nel corso dell'anno a fronte delle tempistiche dello sviluppo del network, di particolare rilievo nei mesi passati.

Il numero di **boutique retail** è pari a 119 al 31 dicembre 2022, rispetto alle 114 dello scorso anno, con un numero di **hard shop** pari a 42, invariato rispetto al 31 dicembre 2021.

Canale wholesale – vendite pari a 346,1 milioni di Euro, con aumento del +18,4% rispetto allo scorso anno, e un peso relativo pari al 37,6%.

Nel 2022 il canale wholesale ha riportato **meravigliose crescite**, evidenziando nella sua completezza **l'importanza strategica** per il nostro brand e **l'offerta "contemporanea" di abbigliamento**.

I risultati raggiunti hanno certamente beneficiato della necessità dei nostri partner di soddisfare la **forte domanda del cliente finale**, richiedendo tempistiche rapide di consegna che pensiamo di essere stati in grado di soddisfare.

Le **collezioni Primavera Estate e Autunno Inverno** hanno riportato **ottimi risultati**, con **sell-out di vendita importanti**, e crediamo che i risultati raggiunti sia nel canale wholesale che in quello retail contribuiscano alla forza e allure che ci sembra di percepire intorno al nostro brand.

Gli Investimenti e l'Indebitamento Finanziario Netto

Con il desiderio di mantenere **altissima l'immagine del nostro brand** e la sua **desiderabilità**, prosegue l'importante **progetto pluriennale di investimenti**, mantenuto invariato anche negli ultimi 2 anni di pandemia.

Nel 2022 gli **investimenti** sono quindi stati pari a circa **73 milioni di Euro**, a cui si aggiunge l'acquisizione di una quota del **43%** del prestigioso **Lanificio Cariaggi Cashmere**, il cui costo di acquisto è stato pari a **15,05 milioni di Euro**.

L'attenzione dedicata agli investimenti **commerciali, digitali, tecnologici, e produttivo/logistici** accompagna non solo il processo di **crescita sana e sostenibile** che ricerchiamo, ma cerca di mantenere la **contemporaneità** della nostra Casa di Moda, sempre nel profondo rispetto dei fondamentali valori ispiratori.

Rimangono quindi importanti sia gli investimenti dedicati alle nuove boutique, al rinnovamento e l'ampliamento di quelle già esistenti, alla cura dei nuovi spazi di Casa Cucinelli e allo sviluppo nel canale wholesale, sia gli investimenti dedicati alla produzione e logistica per il continuo ammodernamento degli impianti della fabbrica e degli spazi all'interno dei quali si sviluppa l'attività della nostra Casa di Moda. Nel corso del 2022 abbiamo inoltre operato l'acquisto della **grande area alle porte di Solomeo**, che ospiterà lo **sviluppo negli anni a venire della nostra fabbrica**.

La **solida struttura aziendale** e la **generazione di cassa** relativa all'attività operativa, così come la **sana gestione del capitale circolante netto** ci hanno permesso di sostenere il nostro progetto di investimenti e la politica di distribuzione di dividendo con un *pay-out* del 50%.



BRUNELLO CUCINELLI

In presenza di queste dinamiche, l'**Indebitamento Finanziario Netto caratteristico**² raggiunge una **sostanziale parità**; il valore al **31 dicembre 2022**, anche in presenza dell'acquisizione del 43% del Lanificio Cariaggi Cashmere per 15,05 milioni di Euro, è pari a circa **8 milioni di Euro** in miglioramento rispetto ai 23 milioni di Euro dello scorso anno.

Le nostre aspettative

Nel 2023 gli importanti ordini in portafoglio per la **Primavera Estate 2023**, sia in termini di quantità che di qualità, e l'ottimo inizio della campagna vendite Autunno Inverno 2023 contribuiscono alle nostre attese per un anno interessante. La collezione maschile verrà presentata alla stampa in questi giorni a Pitti, e quella femminile durante la settimana della Moda di febbraio a Milano.

Nel **2023** immaginiamo quindi una crescita dei ricavi intorno al **+12%**, raggiungendo l'importantissimo traguardo del **miliardo di fatturato**, con un **sano e giusto profitto**.

Nel **2024** consideriamo ragionevole una crescita dei ricavi del **+10%**, e pensiamo infine di poter raggiungere il **raddoppio del fatturato** in significativo anticipo rispetto alla programmazione iniziale del piano decennale iniziato nel 2019, che considerava il raggiungimento di questo obiettivo nel 2028.

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 S.p.A. 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 – fondata nel 1978 dall'omonimo stilista e imprenditore e quotata al Mercato Telematico di Borsa Italiana – che opera nella **creazione di manufatti di lusso**. La nostra Casa di Moda, da sempre **radicata nel borgo medievale di Solomeo**, è considerata espressione autentica dell'idea di "Capitalismo Umanistico", capace di conciliare una crescita costante e solida con una filosofia imprenditoriale volta ai grandi temi dell'**Armonia con il Creato** e dell'**Umana Sostenibilità**.

Specialista per le produzioni in cashmere, il **brand** è ritenuto **tra i più esclusivi del prêt-à-porter chic**, riconosciuto in tutto il mondo come espressione di lifestyle quotidiano. La combinazione di **modernità e artigianalità**, di **eleganza e creatività**, di **passione e valori umani** rendono Brunello Cucinelli tra i più esclusivi e ammirati **testimonial del gusto italiano** nel mondo, interpretando autenticamente quei valori di **sartorialità** e alta **artigianalità** caratteristici del **Made in Italy** e peculiari del territorio umbro, sapientemente coniugati con l'attenzione all'**innovazione** e alla **contemporaneità dello stile**.

Attraverso un **percorso di crescita sano, equilibrato e sostenibile**, il grande obiettivo dell'impresa è quello di provare a realizzare profitti con **etica e armonia**, nel pieno rispetto della dignità morale ed economica delle oltre 2.200 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

² Esclude i debiti finanziari per leasing; pertanto, il dato riportato esclude l'applicazione del principio contabile IFRS 16.



BRUNELLO CUCINELLI

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

Corporate website: www.brunellocucinelli.com