



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa Brunello Cucinelli S.p.A.

BRUNELLO CUCINELLI: Il C.d.a. esamina i Ricavi Netti Preliminari della gestione del primo semestre 2013.

- **ricavi netti preliminari¹ pari a 157,6 milioni di Euro (+16,5%);**
- **mercati internazionali in considerevole crescita (+23,1%), trainati da USA ed Europa;**
- **forte tenuta del mercato italiano (-1,2%), favorita anche da acquisti di turisti stranieri.**

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha commentato:

*“I risultati, in termini di fatturato, confermano la **solida** crescita internazionale che accompagna il nostro marchio.*

Vista l'alta qualità delle vendite, ci aspettiamo dei risultati in termini economici, molto interessanti.

Considerando l'ottima atmosfera che respira il brand, ci attendiamo un 2013 molto importante, in crescita a due cifre sia in termini di fatturato che di profitti.

È con grandissimo piacere che notiamo quanta attenzione i clienti stiano rivolgendo all'alta artigianalità, qualità, creatività italiana, facendo sempre più rilevare quanto importante sia una attenta, selezionata ed esclusiva distribuzione.

In considerazione di ciò, immaginiamo anni radiosi per l'autentico lusso italiano”.

Solomeo, 18 luglio 2013 – 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 del primo semestre 2013. Si ricorda che la Relazione Finanziaria Semestrale, con i dati completi e definitivi del periodo, sarà esaminata e approvata dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il prossimo 28 agosto 2013.

Il primo semestre 2013 conferma il percorso di crescita sostenibile del Gruppo, in linea con il potenziale di sviluppo e il posizionamento nella fascia più alta del segmento del lusso assoluto, con un'offerta di altissimo valore aggiunto, esclusività, stile, design e qualità, fondata sull'eccellenza del Made in Italy.

I ricavi netti di Gruppo preliminari del semestre ammontano a 157,6 milioni di Euro, con una crescita del 16,5% (+17,2% a cambi costanti), rispetto ai 135,2 milioni di Euro del semestre precedente.

¹ I ricavi netti, che non comprendono gli altri ricavi operativi, sono da intendersi come dati preliminari non ancora certificati dalla società di revisione.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Area Geografica

I risultati di vendita nelle prestigiose boutique delle principali città, nelle località resort, e nei *Luxury Department Stores* evidenziano il fascino del prodotto italiano di grande qualità, attraendo il consumatore di fascia altissima che si caratterizza per un gusto evoluto; le dinamiche del semestre confermano inoltre l'importante apporto dei turisti stranieri al fatturato riportato nei primi 6 mesi del 2013.

Mercato nordamericano – incremento dei ricavi del 32,3% (fatturato pari a 46,9 milioni di Euro rispetto ai 35,4 milioni di Euro del primo semestre 2012), con un peso sul totale del 29,8% (26,2% nel primo semestre 2012).

Le dinamiche del semestre sottolineano crescita significative in tutti i canali di distribuzione, grazie alle performance nelle aree esistenti e al contributo dei nuovi spazi di vendita; positivo anche l'impatto delle dinamiche di consegna della collezione Autunno / Inverno sui risultati riportati, favorendo i risultati del secondo trimestre rispetto allo scorso anno.

Il network monomarca, al 30 giugno 2013, comprende 14 boutique, con le aperture dei negozi degli ultimi 12 mesi concentrate nella seconda parte dell'anno; le nuove superfici si aggiungono all'esclusiva presenza del brand nei più importanti *Luxury Department Stores*, con prestigiosi "hard shop" negli spazi più ricercati e rappresentativi del segmento di lusso assoluto.

Mercato Europeo – vendite in crescita del +24,6% (54,8 milioni di Euro rispetto ai precedenti 44,0 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 34,8% (32,6% il peso nel primo semestre 2012).

Il programma di aperture e i risultati negli spazi esistenti trainano l'incremento del fatturato, favorito dalla tempistica di consegna delle collezioni, con un positivo impatto delle vendite nell'ultimo trimestre.

In seguito alle nuove aperture avvenute nel corso degli ultimi 12 mesi, la rete dei monomarca diretti raggiunge 18 punti vendita alla fine del semestre; quella dei negozi monomarca wholesale raggiunge, alla stessa data, 19 negozi, con aperture di boutique nell'area dei paesi emergenti (tra cui, in giugno, Istanbul e Almaty).

Greater China – sviluppo del fatturato pari al +16,8% (7,2 milioni di Euro rispetto ai precedenti 6,2 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 4,6% (in linea con il primo semestre 2012).

Il consumatore "domestico", che sostiene le performance delle boutique sul territorio, evidenzia un graduale e positivo approccio, con un interesse crescente verso proposte di altissima qualità, artigianalità e gusto del Made in Italy, non necessariamente correlate alla comunicazione estensiva del logo.

Parallelamente sono sempre più elevati i flussi di turisti cinesi, dal gusto internazionale, che continuano a contribuire alle vendite nelle principali capitali mondiali e località resort.

Le conversioni di 6 negozi (a partire dal 1° ottobre 2012) dal canale wholesale monomarca alla rete diretta impattano le performance riportate: il secondo trimestre dello scorso anno si è caratterizzato per le consegne ai clienti wholesale monomarca (fatturato sell-in), mentre le analoghe consegne nel secondo trimestre 2013 contribuiranno al risultato di vendita dei negozi convertiti nel secondo semestre (fatturato sell-out).

Prosegue l'approccio "controllato" allo sviluppo del network di negozi monomarca; al 30 giugno 2013 la rete comprende 18 negozi, di cui 12 boutique monomarca dirette nella "Mainland China", e 6 boutique monomarca wholesale (3 a Hong Kong, 2 a Taiwan e 1 a Macao).



BRUNELLO CUCINELLI

Resto del Mondo – il fatturato, pari a 12,4 milioni di Euro rispetto ai 12,9 milioni del primo semestre 2012 (con un peso sul totale che passa dal 9,6% del primo semestre 2012 al 7,9% nei primi sei mesi del 2013), riporta un calo di 0,5 milioni di Euro, influenzato dalle dinamiche di alcune consegne effettuate a ridosso della chiusura del semestre, i cui ricavi si sono concretizzati nel mese di luglio.

Il numero totale di boutique monomarca al 30 giugno 2013 è pari a 8 punti vendita; nei primi 6 mesi di quest'anno sono stati aperti i nuovi negozi monomarca wholesale a Tokyo e Doha.

Mercato Italiano - ricavi pari a 36,2 milioni di Euro, in linea con il fatturato dei primi 6 mesi 2012 pari a 36,6 milioni di Euro.

Le dinamiche dei risultati nel mercato nazionale evidenziano una forte tenuta; il canale monomarca continua a mostrare crescita sostenibili, trainato dalle vendite nelle principali città e località resort, con un incisivo afflusso di turisti stranieri.

La rete di boutique monomarca raggiunge al 30 giugno 2013 un totale di 15 negozi, con le aperture nel corso dei primi 6 mesi di quest'anno concentrate nelle vie del lusso di Torino (fine marzo) e Napoli (inizio aprile).

Ricavi per Canale Distributivo

Canale di vendita monomarca retail – crescita dei ricavi del 67% (fatturato pari a 50,7 milioni di Euro rispetto ai 30,4 milioni di Euro del primo semestre 2012), con un peso sul totale del 32,2% (22,5% nei primi 6 mesi 2012).

Le nuove aperture, i risultati delle boutique esistenti e le 9 conversioni di boutique dalla rete wholesale monomarca determinano l'importante crescita raggiunta.

Canale di vendita monomarca wholesale – i ricavi ammontano a 20,6 milioni di Euro al 30 giugno 2013 (pari al 13,1% sul totale).

La performance rispetto ai primi 6 mesi del 2012 è impattata dalle 9 conversioni al canale diretto; al netto delle conversioni i risultati evidenzerebbero un incremento del 21,7% sulle vendite, pari a 16,9 milioni di Euro, del medesimo periodo dell'anno precedente. I ricavi riportati al 30 giugno 2012, comprensivi delle boutique convertite, sono stati invece pari a 21,8 milioni di Euro.

Canale di vendita multimarca – incremento del fatturato pari al 3,9% (86,2 milioni di Euro rispetto ai precedenti 83,0 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 54,7% (61,4% il peso nel primo semestre 2012).

La crescita del secondo trimestre del canale multimarca è favorita dalle dinamiche delle consegne - in relazione alle necessità e richieste dei clienti stessi – con positivo impatto sul risultato degli ultimi 3 mesi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il network del canale Monomarca

Il network monomarca è composto da 92 boutique al 30 giugno 2013 (70 alla fine del primo semestre 2012), di cui 54 monomarca diretti (30 a pari data nel 2012) e 38 monomarca wholesale (40 al 30 giugno 2012).

Il canale monomarca retail ha beneficiato di 15 aperture nette negli ultimi 12 mesi, oltre a 9 conversioni di negozi dalla rete monomarca wholesale (tra cui 6 passaggi in Cina, a partire dal 1°



BRUNELLO CUCINELLI

ottobre 2012, e le 2 prestigiose boutique di Londra, Burlington Gardens e Sloane Street, dal 1° gennaio 2013).

In linea con l'assoluta esclusività della distribuzione, nei primi 6 mesi del 2013 vi sono state 6 aperture di boutique monomarca dirette nelle vie del lusso delle più importanti città, tra cui segnaliamo Shangai (gennaio), Barcellona (febbraio), Torino (marzo), Napoli (aprile) e Pechino (maggio).

La rete monomarca wholesale è caratterizzata, negli ultimi 12 mesi, da 7 aperture nette e 9 passaggi al canale monomarca diretto.

Nei primi 6 mesi del 2013 vi sono state 5 nuove aperture (Tokyo a marzo, Hong Kong e Doha nel mese di aprile, seguite da Istanbul e Almaty nel mese di giugno), e il passaggio delle 2 boutique di Londra alla rete diretta.

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.

Brunello Cucinelli S.p.A. è una maison di moda italiana operante nel settore dei beni di lusso assoluto, specializzata nel cashmere e divenuta nel tempo uno dei brand più esclusivi nel settore del pret-à-porter "informal luxury" a livello mondiale.

La Brunello Cucinelli, fondata nel 1978 dall'omonimo stilista e imprenditore, ha riportato ricavi netti nel 2012 pari a 279,3 milioni di Euro (+15,1% rispetto all'anno precedente), di cui circa il 75,4% fatturato all'estero, e un EBITDA normalizzato di 49,1 milioni di Euro (in crescita del 22,3% rispetto all'anno precedente), con oltre 800 addetti.

Il Gruppo è attivo a livello internazionale in più di 50 Paesi attraverso oltre 80 negozi e boutique monomarca nelle più importanti capitali e città mondiali (Milano, Venezia, Parigi, Londra, Madrid, Barcellona, Berlino, New York, Los Angeles, Miami, Chicago, Città del Messico, Mosca, Tokyo, Hong Kong, Shanghai e Pechino) e nelle più esclusive località *resort* (ad es. Capri, St. Tropez, Porto Cervo, Cannes, Cortina, St. Moritz, Sylt, East Hampton, Aspen), con una presenza significativa in circa 1.000 selezionati clienti multimarca, compresi i principali *department stores* del lusso.

Il successo della Brunello Cucinelli S.p.A. affonda le sue radici in una cultura del "made in Italy" fatta di grande qualità, artigianalità, contemporaneità ed esclusività dei prodotti. La vita dell'impresa si svolge da sempre nel borgo medievale di Solomeo, alle porte di Perugia.

Contatti:

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

Investor Relations

Pietro Arnaboldi
Brunello Cucinelli S.p.A.
Tel. 075/69.70.079

Corporate web-site: www.brunellocucinelli.com