



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. esamina i Ricavi Netti Preliminari della gestione del primo semestre 2014.

- Ricavi netti¹ a 175,8 milioni di Euro, in crescita dell'11,6% (a cambi correnti rispetto al 30 giugno 2013);
- Mercati Internazionali in considerevole aumento a +15%, con incidenza del 79,4% sul totale del fatturato:
 - Nord America +18,2%,
 - Europa +9,5%,
 - Resto del Mondo +10,3%,
 - Greater China +43,5% (che comunque ha un peso contenuto al 5,9% sul totale del fatturato);
- Italia +0,2% (in lieve crescita con un'incidenza del 20,6% sul totale del fatturato);
- Sostenuta crescita in tutti i canali di vendita, sia nella distribuzione monomarca (canale monomarca retail +22,9% e monomarca wholesale +6%) sia in quella multimarca (+6,3%).

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

«Siamo davvero orgogliosi dell'andamento della nostra industria. Ci pare che si stia verificando una netta selezione a livello mondiale tra prodotti con forte connotazione di qualità, esclusività, manualità, riconoscibilità, chiaramente costosi, da una parte e prodotti ben fatti industrialmente realizzati in qualsiasi parte del mondo ad un prezzo conveniente, dall'altra. Noi quindi seguiamo a sostenere ed investire con forza nella nostra unicità e riconoscibilità del made in Italy.

A questo punto dell'anno, visti gli ordini in casa e la qualità delle vendite, possiamo immaginare un altro anno speciale con una crescita a due cifre in termini di fatturato e utile.

Abbiamo pressoché terminato la campagna vendite uomo Primavera Estate 2015 con grande successo, riscontrando un forte apprezzamento della collezione da parte dei buyer italiani ed internazionali. Da questi incontri, a sostegno della nostra splendida Italia, possiamo dire di aver colto segnali importanti di rinascita non solo economica ma anche morale, civile, spirituale e politica per il nostro Paese».

Solomeo, 17 luglio 2014 – Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – casa di moda italiana operante nel settore dei beni di lusso assoluto, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana – ha esaminato in data odierna i ricavi netti consolidati preliminari di vendita del primo semestre 2014. 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 27 agosto 2014.

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



BRUNELLO CUCINELLI

I ricavi netti al 30 giugno 2014 raggiungono i 175,8 milioni, in crescita del +11,6% (+12,9% a cambi costanti), rispetto ai 157,6 milioni di Euro riportati al 30 giugno 2013.

Il trend delle vendite e la crescita dei ricavi netti ribadiscono la solidità del percorso e del progetto di crescita dell'azienda; una conferma della sostenibilità del modello d'impresa, della strategia aziendale e del posizionamento del brand all'interno del lusso assoluto con produzione interamente italiana.

E' proprio in questa fascia che si evidenzia la sostenibilità della crescita, nel lungo periodo, di quel gruppo molto selezionato di brand che mantengono una distribuzione esclusiva, e un'offerta caratterizzata da eccellenza qualitativa, artigianalità e creatività, rendendo questi elementi pilastri della propria identità e filosofia aziendale.

La presenza del nostro brand in questo segmento è riconosciuta dal consumatore di fascia altissima, che attribuisce al marchio una speciale "allure" e un altissimo prestigio, essendo l'esclusività della presenza e dell'offerta parte integrante del DNA e del modello di business aziendale.

Tale cliente conferma e consolida le proprie abitudini di acquisto di abbigliamento, con una propensione sostanzialmente invariata a viaggiare, mantenendo le località resort più esclusive, e le grandi capitali della moda, mete privilegiate per gli acquisti.

Queste dinamiche trainano i risultati in tutte le aree geografiche, evidenziando acquisti, nelle nostre boutiques e nei più importanti Luxury Department Stores, sia da parte del consumatore domestico, sia da parte dei turisti, indipendentemente dalla nazionalità geografica di appartenenza, ma accomunati dalla ricerca di un prodotto di **abbigliamento esclusivo** di altissima fascia **Made in Italy**.

Ricavi per Area Geografica

I risultati ottenuti evidenziano importanti crescite in tutti i mercati con una performance che, nei singoli trimestri, è caratterizzata dalle dinamiche di consegna delle collezioni tra la fine di un trimestre e l'inizio del successivo, rendendo la lettura su base semestrale rappresentativa delle dinamiche sottostanti al business.

Mercato nordamericano – crescita dei ricavi pari al 18,2% (55,4 milioni di Euro rispetto ai 46,9 milioni di Euro del primo semestre 2013), con un peso sul totale del 31,5% (29,8% nel primo semestre 2013).

Il trend del fatturato del primo semestre evidenzia incrementi a doppia cifra in tutti i canali distributivi.

Tale performance è favorita dalla presenza sempre più esclusiva nei grandi Department Stores del lusso, e dai nuovi spazi prestigiosi dedicati al brand, motivati dalla scelta degli stessi Department Stores di rendere la propria offerta ancor più sofisticata e indirizzata al consumatore di fascia altissima.

Positivi i risultati ottenuti nel canale monomarca diretto, in presenza di crescite a parità di perimetro e di due aperture avvenute negli ultimi 12 mesi, che portano il network di boutiques monomarca a 16 negozi.

Mercato Europeo – vendite in crescita del 9,5% (60,0 milioni di Euro, rispetto ai 54,8 milioni di Euro del primo semestre 2013), con un peso totale sui ricavi del 34,2% (34,8% nei primi 6 mesi del 2013).



BRUNELLO CUCINELLI

Il flusso dei turisti di altissimo livello si conferma dinamico e sostenuto; molto positivi i risultati di sell-out nel canale multimarca.

La rete di boutiques monomarca include, al 30 giugno 2014, un totale di 22 negozi gestiti direttamente (18 boutiques al 30 giugno 2013) e 19 boutiques monomarca wholesale (in linea con il numero di negozi presenti al 30 giugno 2013).

La rete diretta è caratterizzata da 2 aperture negli ultimi 12 mesi (Monaco di Baviera, nella seconda parte del 2013, e Vienna, nel mese di aprile 2014), cui si aggiungono 2 conversioni dalla rete monomarca wholesale (le prestigiose località resort di Cannes e Knokke).

Greater China – crescita dei ricavi pari al 43,5% (10,4 milioni di Euro, rispetto ai 7,2 milioni di Euro del primo semestre del 2013), con un peso sul totale delle vendite che rimane contenuto (pari al 5,9% al 30 giugno 2014 rispetto al 4,6% del 30 giugno 2013).

L'andamento particolarmente positivo delle vendite è trainato dal progetto di conversione di boutiques, avviato nel 2013, dalla rete monomarca wholesale a quella diretta (4 le conversioni negli ultimi 12 mesi, di cui 3 boutiques a Hong Kong), e dal consolidamento delle vendite nel network esistente.

La presenza distributiva in Greater China, al 30 giugno 2014, comprende 19 boutiques (18 boutiques al 30 giugno 2013), di cui 16 negozi monomarca diretti e 3 monomarca wholesale.

I flussi del turismo del consumatore cinese sofisticato e di fascia altissima si confermano sostenuti in tutte le località resort e capitali mondiali, attratti dall'esclusività dell'offerta di abbigliamento di altissima qualità, e dal prestigio di acquistare nelle destinazioni più esclusive.

Resto del Mondo – vendite in crescita del 10,3% (13,7 milioni di Euro, rispetto ai 12,4 milioni di Euro del primo semestre del 2013), con un peso sul totale del 7,8% (7,9% al 30 giugno 2013).

Il numero dei negozi monomarca al 30 giugno 2014 è pari a 11 boutiques (8 negozi al 30 giugno 2013), includendo le due recenti aperture di Seoul (nel canale monomarca wholesale) e di San Paolo, Brasile (nel canale monomarca retail).

La nuova boutique di San Paolo rappresenta non solo un importante punto di riferimento per il consumatore domestico e iniziale presenza per la crescita futura nel mercato brasiliano, ma soprattutto una prestigiosa vetrina per gli acquisti di abbigliamento del turista brasiliano nelle più importanti capitali internazionali della moda e località resort.

Mercato Italiano – il primo semestre 2014 evidenzia la leggera crescita (+0,2%) del fatturato, pari a 36,3 milioni di Euro rispetto ai 36,2 milioni di Euro del 30 giugno 2013 (con un peso sul totale del 20,6% rispetto al 23,0% del primo semestre del 2013).

Nel corso del primo semestre 2014, il mercato italiano mostra un miglioramento del trend delle vendite, sostenuto dai risultati delle boutiques monomarca e dagli ordini del canale multimarca.

Si conferma interessante il grande flusso di turisti stranieri, che traina le vendite in tutti i canali distributivi delle maggiori città italiane e località resort, con positivi risultati di sell-out.

La significativa presenza del brand nel mercato italiano rappresenta un punto di riferimento e vetrina per il consumatore del lusso mondiale, mantenendo un'importanza strategica a livello internazionale per il prestigio, l'allure del brand e la contemporaneità del gusto.



BRUNELLO CUCINELLI

Il network di boutiques monomarca al 30 giugno 2014, rispetto alla medesima data dello scorso anno, rimane invariato e pari a 15 boutiques (di cui 11 boutiques monomarca retail e 4 monomarca wholesale).

Ricavi per Canale Distributivo

Tutti i canali distributivi evidenziano incrementi dei ricavi, grazie ai risultati raggiunti nelle boutiques e locations esistenti, alle nuove e selezionate aperture, e alla presenza negli spazi più prestigiosi dei Luxury Department Stores.

Il canale monomarca Retail incrementa le vendite del +22,9%, con ricavi pari a 62,4 milioni di Euro al 30 giugno 2014 (35,5% sul fatturato totale), rispetto ai 50,8 milioni di Euro del primo semestre 2013 (con un peso pari al 32,2%).

Prosegue lo sviluppo selezionato del network, con 5 aperture di boutiques e 6 conversioni dalla rete wholesale monomarca al canale diretto negli ultimi 12 mesi.

Il canale di vendita monomarca wholesale cresce del +6,0%, raggiungendo un fatturato pari a 21,8 milioni di Euro (12,4% sui ricavi del primo semestre 2014) rispetto ai 20,6 milioni di Euro del primo semestre 2013 (13,1% sul fatturato di periodo).

I risultati sono impattati dalle 6 conversioni alla rete monomarca retail, il cui mancato contributo al fatturato del canale monomarca wholesale viene più che bilanciato dalle 5 nuove aperture e dalla crescita organica nei negozi esistenti.

Il canale di vendita multimarca aumenta il fatturato del 6,3%, raggiungendo i 91,6 milioni di Euro di ricavi al 30 giugno 2014 (con un peso sul totale del 52,1%), rispetto ai 86,2 milioni di Euro del primo semestre 2013 (54,7% il relativo peso).

I risultati sono trainati dall'incremento degli ordini dei più importanti Luxury Department Stores, grazie ai positivi risultati di sell-out raggiunti e ai maggiori spazi dedicati al brand, nella volontà di soddisfare la crescente domanda di prodotti esclusivi di abbigliamento, di grandissima qualità e contemporaneità del gusto.

Il network del canale Monomarca

Il network monomarca, al 30 giugno 2014, include 102 boutiques (65 monomarca diretti e 37 monomarca wholesale), rispetto ai 92 negozi del 30 giugno 2013 (al 31 dicembre 2013 il numero di boutiques era pari a 98).

La dinamica delle aperture degli ultimi 12 mesi conferma la selettività ed esclusività della distribuzione, consolidando la presenza nelle prestigiose vie delle più importanti città e località resort, con mirate aperture nelle locations che diventano le nuove destinazioni frequentate dal consumatore del lusso assoluto.

Network monomarca retail – negli ultimi 12 mesi, le boutiques a gestione diretta (65 negozi al 30 giugno 2014 rispetto alle 54 presenze al 30 giugno 2013) hanno beneficiato di 5 aperture nette e 6 conversioni dalla rete monomarca wholesale, come in precedenza anticipato.

Network monomarca wholesale – lo sviluppo delle boutiques monomarca wholesale (37 boutiques al 30 giugno 2014, rispetto alle 38 del primo semestre 2013) include 5 nuove aperture, a fronte dei 6 passaggi al canale monomarca diretto.



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.

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 2013 pari a 322,5 milioni di Euro (+15,5% rispetto all'anno precedente), di cui il 79,3% fatturato all'estero, e un EBITDA di 58,2 milioni di Euro (in crescita del +18,5% rispetto all'EBITDA normalizzato del 2012), con la presenza attuale di oltre 1.000 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 60 Paesi attraverso 102 boutique monomarca nelle più importanti capitali e città del mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza significativa in circa 700 selezionati multibrand, compresi i principali *department stores* del lusso.

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