



## BRUNELLO CUCINELLI

### **Comunicato Stampa**

#### **BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati preliminari della gestione dell'anno 2013.**

- **Ricavi netti a 322,5 milioni di Euro (+15,4% rispetto ai Ricavi netti al 31 dicembre 2012);**
- **I Mercati internazionali, con una crescita rilevante (+21,4%), trainano lo sviluppo, spinti dalle vendite negli USA (+23,2%) e in Europa (+20%), uniti all'incremento in Greater China (+52,5%), Resto del Mondo (+5,7%), e alla marginale flessione delle vendite nel mercato italiano (-2,9%), che raggiunge livelli considerati nuova base di ripartenza (mercato questo importantissimo nel giudicare il prodotto);**
- **Indebitamento finanziario netto atteso pari a 16 milioni di Euro (1 milione al 31 dicembre 2012), a fronte del notevole piano di investimenti per l'ampliamento dello stabilimento di Solomeo e del network di boutique monomarca (circa 38 milioni di Euro totali), positivamente impattato dalla sana gestione del capitale circolante commerciale.**

**Brunello Cucinelli: «Gli ordini per la Primavera-Estate e il grande apprezzamento della Collezione Uomo Autunno-Inverno ci inducono a prevedere anche per il 2014 una crescita “a due cifre garbata” sia del fatturato che dei profitti».**

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

«Il 2013 è stato per la nostra azienda un anno ancora “*molto molto speciale*”».

«Molto interessante la crescita a due cifre del fatturato, e vista la qualità delle vendite possiamo immaginare una crescita altrettanto importante dei profitti».

«Ma forse il più grande risultato è sotto il profilo dell'immagine. Posizionati nella parte del lusso “*absolute*” come azienda di *prêt-à-porter*, ci viene riconosciuto l'alto tasso di artigianalità, qualità, e creatività: espressione tipica del ben fatto *Made in Italy* e in particolare “*l'esclusività*” nella distribuzione. Molto forte da parte dei *buyers* americani, europei e giapponesi, la richiesta di abbigliamento uomo-donna di altissima qualità (tipico manufatto della nostra Italia). L'uscita della nuova collezione di abiti maschili, ha riscosso un grande interesse, a testimonianza del ritorno dell'abito anche verso un pubblico giovane».

«Dopo anni di forti investimenti, possiamo dire che l'azienda ha messo delle solide basi per lavorare serenamente negli anni a venire unicamente sotto il brand “*Brunello Cucinelli*”».

«Considerando che gli ordini riguardanti la Primavera Estate 2014 erano andati davvero bene, ed essendo terminata la settimana della moda maschile Autunno Inverno 2014, in Italia svoltasi tra Firenze prima e Milano poi, possiamo tranquillamente prevedere un anno “*particolarmente positivo*”, immaginando una crescita “*a due cifre garbata*”, in termini di fatturato e di profitti».



## BRUNELLO CUCINELLI

*Solomeo, 16 gennaio 2014* – 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 2013, e l'indebitamento finanziario netto. I dati annuali completi e definitivi dell'esercizio 2013, come anticipato nelle precedenti comunicazioni del calendario finanziario, saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il 10 marzo prossimo.

I ricavi netti dei 12 mesi del 2013 raggiungono i 322,5 milioni di Euro, in crescita del 15,4%, rispetto ai 279,3 milioni di Euro del 31 dicembre 2012; i dati preliminari dell'anno confermano quindi la solidità del percorso di crescita del Gruppo nel 2013, coerentemente con la strategia, l'approccio di lungo periodo dell'azienda e la sostenibilità dei risultati.

L'ormai consolidato e riconosciuto posizionamento nella fascia del lusso vero, identificabile unicamente con il segmento del lusso assoluto e che rappresenta il DNA del Gruppo, supporta i risultati del 2013 e il percorso di crescita garbato intrapreso, che da sempre rappresenta l'approccio allo sviluppo, e l'elemento irrinunciabile per il mantenimento del posizionamento nella fascia altissima del lusso.

L'esclusività dell'offerta di un manufatto autenticamente italiano, e di altissima gamma, soddisfa la domanda, crescente e sempre più esigente, di un consumatore estremamente sofisticato ed evoluto nel gusto, ma, al contempo, attento alle tematiche di sostenibilità del modello imprenditoriale e di una profittabilità sana.

La proposta di manufatti artigianali d'eccellenza, caratterizzati da manualità straordinarie e frutto di altissima specializzazione, supporta sia la domanda locale, sia le crescenti vendite ai turisti che, affascinati dall'esclusività del Made in Italy, prediligono una proposta di abbigliamento di qualità assoluta, non identificata necessariamente nella eccessiva esposizione del logo.

### **Ricavi per Area Geografica**

Mercato nordamericano – crescita dei ricavi pari al 23,2% (109,1 milioni di Euro rispetto ai 88,5 milioni di Euro dei 12 mesi 2012), con un peso sul totale del 33,8% (31,7% al 31 dicembre 2012).

L'incremento del fatturato è trainato dalle vendite nel network esistente, dalle aperture di nuove superfici, e dagli importanti risultati di sell-out raggiunti.

La presenza esclusiva, all'interno dei prestigiosi *"hard shop"* dei più importanti *Luxury Department Stores*, e nelle boutiques delle più esclusive vie del lusso, supporta gli incrementi a doppia cifra sia nei canali wholesale multimarca, sia nel canale monomarca.

Il network monomarca, al 31 dicembre 2013, è pari a 16 boutiques, includendo 2 aperture nel corso del 2013.

Mercato Europeo – vendite in crescita del 20% (107,9 milioni di Euro rispetto ai precedenti 89,9 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 33,5% (32,2% il peso nei 12 mesi 2012).

Nel corso del 2013 è proseguito il programma di aperture selezionate di negozi monomarca (6 boutiques), con incrementi delle vendite nelle superfici comparabili.

La rete di boutiques gestite direttamente comprende 19 punti vendita a fine 2013, con 2 aperture nelle principali città europee (Barcellona e Monaco), e il passaggio dalla rete monobrand wholesale alla rete diretta delle 2 boutiques di prestigio di Londra.



## BRUNELLO CUCINELLI

La rete dei negozi monomarca wholesale raggiunge, alla stessa data, 21 boutiques, con aperture sia nell'area dei paesi emergenti (tra cui Istanbul, Almaty, ed Ekaterinburg), sia in selezionate aree dell'Europa Occidentale (Copenaghen).

Greater China – incremento del fatturato pari al 52,5% (15,7 milioni di Euro rispetto ai precedenti 10,3 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 4,9% (3,7% il peso al 31 dicembre 2012);

L'aumento delle vendite, che evidenzia una crescita superiore al 50%, è trainato principalmente dalle conversioni di negozi dalla rete monomarca wholesale alla rete diretta (4 conversioni nel 2013, che si sono aggiunte alle 6 conversioni del mese di ottobre 2012), dal positivo impatto delle 4 nuove aperture nette nei 12 mesi, e dalle vendite nel network esistente.

Il network distributivo in Greater China, al 31 dicembre 2013, comprende 18 boutiques, di cui 16 negozi monomarca diretti e 2 boutiques monomarca wholesale.

Il consumatore cinese, rappresentativo dell'evoluzione verso un'offerta di altissima qualità, contribuisce non solo alle vendite nel territorio della Mainland China, ma anche ai risultati delle principali capitali mondiali e località resort, in Europa e nel mercato nordamericano, favoriti dall'aumento del turismo di fascia alta.

Resto del Mondo – vendite in crescita del 5,7% (23,1 milioni di Euro rispetto ai precedenti 21,9 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 7,2% (7,8% il peso nei 12 mesi 2012).

Il numero di negozi monomarca al termine del 2013 è pari a 9 boutique, che comprendono le aperture di Tokyo e Doha nella prima parte dell'anno, alle quali si aggiunge l'apertura di Ryad nel mese di ottobre.

Mercato Italiano – il fatturato è pari a 66,7 milioni di Euro, rispetto ai 68,7 milioni dei 12 mesi 2012 (con un peso sul totale pari al 20,7%, rispetto al 24,6% del 31 dicembre 2012).

Le vendite ai turisti stranieri trainano la performance nella rete monomarca retail e monomarca wholesale, con risultati positivi nel canale wholesale multimarca delle primarie città italiane e località resort esclusive.

La rete di boutiques monomarca, al 31 dicembre 2013, comprende 15 negozi; le 2 nuove aperture dell'anno sono state nel primo semestre 2013, nelle vie del lusso di Torino e Napoli.

### **Ricavi per Canale Distributivo**

Canale di vendita monomarca retail – incremento del fatturato pari al +50% (115,4 milioni di Euro rispetto ai precedenti 76,9 milioni di Euro), con un peso sul totale ricavi del 35,8% (27,5% il peso al 31 dicembre 2012).

Positivo il contributo delle vendite negli spazi esistenti; le importanti crescite raggiunte sono inoltre favorite dalle 9 selezionate aperture di boutiques nei 12 mesi, e dalle 6 conversioni di negozi dalla rete wholesale monomarca al canale diretto.

Canale di vendita monomarca wholesale – i ricavi, pari a 33,1 milioni di Euro, rappresentano un peso del 10,3% sul fatturato totale, con un incremento pari al +1,2% rispetto ai 12 mesi del 2012 (32,7 milioni di euro le vendite, con un peso sul totale pari a 11,7%); i risultati riportati sono impattati dalle 6 conversioni alla rete monomarca retail.

Al netto delle 14 conversioni degli ultimi 24 mesi, il risultato rileverebbe un incremento del 25% sul fatturato al 31 dicembre 2012.



## BRUNELLO CUCINELLI

Canale di vendita multimarca – incremento delle vendite pari al 2,5% (173,9 milioni di Euro i ricavi al 31 dicembre 2013, rispetto ai 169,7 milioni di Euro a fine 2012), con un peso sul totale del 53,9% (60,8% nei 12 mesi del 2012).

I risultati del canale multimarca confermano l'assoluta attrattività dei Luxury Department Stores più prestigiosi, così come l'importanza delle boutiques multimarca, nelle principali città e località resort, dei mercati consolidati e nei mercati emergenti.

### **Il network del canale Monomarca**

Il network monomarca, al 31 dicembre 2013, comprende 98 boutiques, rispetto alle 81 del 31 dicembre 2012, di cui 61 monomarca diretti e 37 monomarca wholesale.

Network monomarca retail – La rete distributiva diretta (61 boutiques al 31 dicembre 2013 rispetto a 46 negozi a fine 2012) ha beneficiato di 9 aperture nette nel corso del 2013, alle quali si aggiungono 6 conversioni di boutiques dalla rete monomarca wholesale.

Il numero di aperture conferma la strategia di assoluta esclusività che, nell'approccio societario, caratterizza il lusso assoluto, con la presenza nelle vie prestigiose delle più importanti città e località resort.

Le conversioni di negozi dalla rete monomarca wholesale, nel corso dei 12 mesi, hanno coinvolto le 2 esclusive boutiques di Londra (Burlington Gardens e Sloane Street, dal 1° gennaio 2013), e la Greater China (3 conversioni a Hong Kong, a partire da ottobre 2013, e 1 a Macao, a partire dal 1° agosto 2013); la scelta di convertire le boutiques di Hong Kong e Macao è coerente con la volontà di un controllo diretto nell'area asiatica, dopo aver già convertito le boutiques monomarca wholesale della Mainland China nell'ottobre 2012.

Network monomarca wholesale – la presenza monomarca wholesale (37 boutiques al 31 dicembre 2013 rispetto a 35 al termine del 2012) è stata contraddistinta, nei 12 mesi, da 8 nuove aperture e 6 passaggi al canale monomarca diretto.

### **Posizione Finanziaria Netta**

L'Indebitamento Finanziario Netto atteso è pari a 16 milioni di euro, in diminuzione rispetto al picco raggiunto al 30 giugno 2013 (32,2 milioni di euro) e al valore al 30 settembre 2013 (23,6 milioni di euro), grazie alla positiva gestione del capitale circolante commerciale, e favorito dalla ciclicità del business.

L'incremento rispetto al dato della Posizione Finanziaria Netta al 31 dicembre 2012 (1 milione di euro), è motivato dall'importante piano d'investimenti dei 12 mesi, pari a circa 38 milioni di euro, che comprende le aperture di boutique monomarca, lo sviluppo di hard-shop nella rete multimarca, e il rilevante progetto di ampliamento dello stabilimento di Solomeo.

\*\*\*

*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

**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 la presenza attuale di circa 1.000 addetti.

Il Gruppo è attivo a livello internazionale in oltre 55 Paesi attraverso 98 boutique monomarca nelle più importanti capitali e città mondiali (Milano, Venezia, Parigi, Londra, Madrid, Barcellona, Berlino e Monaco, 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 selezionate porte, 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](http://www.brunellocucinelli.com)