



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato del primo trimestre 2026.

- **Ottimi risultati, con una crescita del +14,0% a cambi costanti e ricavi complessivi pari a 369,1 milioni di Euro (+8,1% a cambi correnti).**
- **Eccellente performance del canale Retail, in aumento del +20,1% a cambi costanti e molto positivo il contributo del canale wholesale, in crescita del +4,3% a cambi costanti.**
- **Andamento molto favorevole in tutte le aree geografiche: crescite a cambi costanti pari al +20,3% in America, +4,4% in Europa e +17,8% in Asia; crescita a doppia cifra del canale Retail in tutti e tre i continenti.**
- **Raccolta ordini per le collezioni Uomo-Donna Autunno-Inverno 2026 di altissima qualità, e commenti decisamente molto positivi da parte della stampa specializzata e dei clienti wholesale.**
- **Ottimo contributo del nostro nuovo sito e-commerce basato sull'Intelligenza Artificiale "Callimachus", che ha già dimostrato la capacità di aumentare enormemente il livello di interazione con i clienti attraverso esperienze personalizzate e attratto l'attenzione di grandissime aziende della tecnologia.**
- **I risultati del trimestre, con una crescita omogenea nei primi tre mesi dell'anno, gli ottimi sell-out della collezione Primavera-Estate attualmente nei negozi, e la raccolta ordini delle collezioni Uomo-Donna Autunno-Inverno 2026 – definite "forse le più belle di sempre" dalla stampa specializzata e dai principali buyers mondiali – ci permettono di guardare con fiducia all'intero anno 2026.**
- **Questi elementi molto positivi, insieme all'immagine solida e alta del brand a livello globale e al posizionamento nel segmento del lusso più esclusivo, ci consentono di confermare una crescita attesa del +10% a cambi costanti nel 2026. Credendo fortemente nel nostro modello di business, prevediamo inoltre una crescita dei ricavi nell'intorno del +10% anche per l'anno 2027.**

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

*Il primo trimestre del 2026 si è chiuso con una crescita del fatturato del 14%, un risultato che possiamo senz'altro considerare ottimo. A livello globale, l'immagine "alta" del brand, posizionata nel segmento del lusso più esclusivo, si conferma molto solida e crediamo che viva **il momento migliore della nostra storia**. La coerenza e l'identità del nostro stile, del visual merchandising e di quel lifestyle che tanto desideriamo esprimere, ci appaiono vigorosi e dinamici dove i punti di riferimento restano invariati nel tempo: grande creatività, contemporaneità del prodotto, artigianalità, manualità ed esclusività. Confidiamo che i prestigiosi riconoscimenti ricevuti anche nel 2025 per la nostra identità di stile, unitamente alla diffusione del film nel corso del 2026, continueranno ad alimentare interesse, curiosità e allure attorno alla nostra Casa di Moda.*

In questo momento particolare per l'umanità abbiamo messo in atto ciò che apprendemmo nel 2020 durante la pandemia e che mettemmo in pratica, cioè l'importanza e l'idea di chiarezza dei fondamenti della nostra impresa; il fatto che tutte le decisioni devono avere massima reversibilità, elasticità e flessibilità anche culturale, quasi quotidiane; e infine avere grande prudenza e pazienza, senza per questo perdere la giusta ambizione.



BRUNELLO CUCINELLI

Questo è ciò che abbiamo chiesto a tutti i nostri collaboratori in occasione della consueta assemblea interna trimestrale, mettendo in pratica l'insegnamento di Tommaso Moro quando dice: "Oh mio Dio aiutami ad accettare ciò che non posso cambiare e aiutami a cambiare ciò che posso cambiare".

Alla luce di queste considerazioni e del forte apprezzamento riscosso dalle collezioni maschili e femminili Autunno - Inverno 2026, definite dalla stampa internazionale di settore e dai principali buyers mondiali come forse "le più belle di sempre della nostra storia", guardiamo all'anno in corso con particolare fiducia, dove immaginiamo una crescita del fatturato intorno al 10% e così anche per il 2027.

Solomeo, 9 aprile 2026 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – casa di moda operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Euronext Milan – ha esaminato in data odierna il fatturato al 31 marzo 2026, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

Il **primo trimestre del 2026** evidenzia **risultati di grande valore**, pienamente coerenti con l'andamento ottimo già registrato nel corso dell'intero anno 2025.

Le vendite del **primo trimestre 2026** evidenziano un'ulteriore **accelerazione nel canale Retail**, già in crescita del +14,5% a cambi costanti nell'ultimo trimestre dell'anno precedente e capace di raggiungere un incremento del +20,1% nei primi tre mesi del 2026. Tali risultati confermano la grande solidità del canale, sostenuta dalla qualità del network di boutique e spazi gestiti direttamente, insieme alla forza dell'offerta di prodotto.

Le collezioni **Primavera-Estate 2026** attualmente presenti nei negozi e che erano state giudicate particolarmente belle e creative, hanno evidenziato **sell-out molto positivi** fin dalle prime settimane.

I feedback raccolti durante la campagna vendita delle collezioni **Uomo-Donna Autunno-Inverno 2026** confermano il riscontro favorevolissimo ricevuto dalla stampa internazionale specializzata e dai clienti multibrand, con una solida raccolta ordini, contribuendo a rafforzare la visibilità sul secondo semestre.

In questo contesto, i mercati appaiono equilibrati e recettivi, con una domanda sempre più selettiva, orientata verso **novità e qualità**. L'offerta del brand risulta pienamente in linea con queste dinamiche, sostenendo un percorso di crescita armonico e coerente.

Si ritiene infine che l'attuale scenario macroeconomico e geopolitico contribuisca a valorizzare ulteriormente i risultati conseguiti nel primo trimestre, mettendo in evidenza la forza dell'**allure del brand** e delle caratteristiche del nostro **modello di business**.

Le recenti settimane della moda di Milano e Parigi hanno evidenziato, per l'intero **settore del lusso**, un'elevata partecipazione alle presentazioni delle collezioni, confermando un diffuso livello di attenzione, facendo respirare un'aria che potremmo dire "totalmente nuova e fresca", un clima complessivamente **positivo ed energico**, caratterizzato da una marcata focalizzazione sul prodotto, sulla qualità e sulla ricerca, lasciando intravedere un nuovo momento dell'industria del lusso.

In questo contesto, riteniamo sempre più rilevante distinguere tra il **segmento del lusso più esclusivo** e quello più esteso. Il primo continua a beneficiare di una **domanda solida e resiliente**, confermando come il lusso sia profondamente legato al concetto di esclusività e risultando meno esposto alle variabili di mercato.

Alla luce dei risultati conseguiti e delle evidenze più recenti, viene pertanto confermata una **crescita** attesa dei **ricavi a cambi costanti pari al +10%** per il **2026**.

Tale visione si fonda su diversi elementi, a partire dalla qualità delle collezioni Primavera-Estate e Autunno-Inverno 2026. L'andamento del mese di **marzo** si è mantenuto in linea con i primi due mesi



BRUNELLO CUCINELLI

dell'anno, anche in un contesto di maggiore complessità, e si confermano **crescite molto significative** del canale **Retail**, in particolare negli **Stati Uniti** e in **Cina**.

Riteniamo inoltre importante evidenziare la centralità del **cliente locale**, la ridotta dipendenza dal turismo internazionale, e il limitato peso del **mercato mediorientale**, pari a circa il **5%**, percentuale rappresentativa anche del peso complessivo del cliente mediorientale, prevalentemente domestico per il nostro brand.

Riteniamo inoltre che i risultati possano beneficiare, in un contesto in evoluzione, del solido posizionamento anche nel **canale digitale**, grazie a partnership sempre più efficaci con operatori di primaria rilevanza, oltre allo sviluppo del nostro nuovo e-commerce, recentemente arricchito da funzionalità basate sull'**intelligenza artificiale**, in grado di incrementare il tempo di permanenza e le opportunità di interazione, vendita e comunicazione, e sul quale crediamo molto.

Infine, la **struttura produttiva**, caratterizzata da una filiera corta, diretta e interamente italiana, ci garantisce **flessibilità, rapidità, elasticità**, consentendo di adattarsi con rapidità alle evoluzioni della domanda.

Ricavi per Area Geografica

| | 1° trim. 26 | % su | 1° trim. 25 | % su | Var. % | Var. % |
|-----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|--------------|
| | Eur '000 | Ricavi | Eur '000 | Ricavi | corrente | costante |
| Europa | 124.667 | 33,8% | 119.692 | 35,1% | 4,2% | 4,4% |
| Americhe | 137.735 | 37,3% | 125.927 | 36,9% | 9,4% | 20,3% |
| Asia | 106.650 | 28,9% | 95.854 | 28,0% | 11,3% | 17,8% |
| Ricavi | 369.052 | 100,0% | 341.473 | 100,0% | 8,1% | 14,0% |

Europa

Vendite pari a 124,7 milioni di Euro, in aumento del +4,4% (a cambi costanti) rispetto al primo trimestre del 2025, con un'incidenza del 33,8% sul totale; l'Italia, il cui peso è nell'intorno dell'11%, riporta un risultato sostanzialmente in linea con la performance complessiva.

Canale Retail in crescita nell'intorno della doppia cifra, con il **canale Wholesale**, come da nostre aspettative, intorno alla parità.

In Europa non sono state effettuate nuove aperture nel corso del 2025 né in questa prima parte dell'anno, operando pertanto su una base sostanzialmente comparabile. Si evidenzia il contributo degli **ampliamenti** realizzati nella parte finale del 2025 nei **flagship** di Bond Street a **Londra** e Saint-Honoré a **Parigi**, che hanno ulteriormente valorizzato l'esperienza in negozio, rendendoli ancora più accoglienti e dinamici.

Americhe

Fatturato pari a 137,7 milioni di Euro, in aumento del +20,3% (a cambi costanti) rispetto al primo trimestre del 2025, rappresentando una quota del 37,3% sul totale.

Il canale **Retail** evidenzia un'ulteriore **accelerazione** rispetto al risultato, già molto positivo, del trimestre precedente, riflettendo sia la ricerca di capi di lusso di alta qualità da parte della clientela, sia la capacità delle nostre collezioni di interpretare e soddisfare il desiderio di unicità del cliente americano. Il canale beneficia inoltre dell'ingresso di **nuovi clienti**, attratti dal brand e dalla nostra proposta di lifestyle.



BRUNELLO CUCINELLI

In crescita anche il **canale wholesale**, sostenuto dall'incremento degli ordini da parte delle **Specialty Boutique** e dal contributo positivo dei ricavi con **Saks Global**. Le spedizioni sono riprese già a metà gennaio, con incassi regolari, e il fatturato generato con Saks Global dall'inizio dell'anno evidenzia una crescita rispetto al medesimo periodo del 2025.

Asia

Ricavi pari a 106,7 milioni di Euro, in aumento del +17,8% (a cambi costanti) rispetto al primo trimestre del 2025, con un'incidenza del 28,9% sul totale.

L'area asiatica, e in particolare la **Cina**, evidenzia una **crescita molto significativa** nel canale **Retail**, con un ulteriore miglioramento rispetto alla tendenza già positiva del quarto trimestre 2025, a conferma del crescente apprezzamento del brand in tutta la regione e il posizionamento del brand nella fascia più alta del lusso.

In Cina si rileva in particolare una crescente domanda per il **prêt-à-porter** di alta gamma, con una forte attenzione verso capi di elevata qualità e manifattura. Si evidenzia inoltre un contributo molto significativo dei **nuovi clienti**, che si affiancano alla **clientela già fidelizzata**, sempre più orientata verso l'acquisto di capi particolarmente speciali.

Il peso del **Medio Oriente** è pari a circa il 5% su base annua, con una clientela caratterizzata prevalentemente da una componente locale. Gli Emirati Arabi Uniti si distinguono per la presenza retail, mentre nelle altre aree della regione il presidio avviene attraverso il canale wholesale. Le ultime consegne delle collezioni Primavera-Estate 2026 sono gestite tenendo conto dell'attuale contesto dell'area mediorientale.

Ricavi per Canale Distributivo

| | 1° trim. 26 | % su | 1° trim. 25 | % sul | Var. % | Var. % |
|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|--------------|
| | Eur '000 | Ricavi | Eur '000 | tot. fatt. | corrente | costante |
| Retail | 238.201 | 64,5% | 211.026 | 61,8% | 12,9% | 20,1% |
| Wholesale | 130.851 | 35,5% | 130.447 | 38,2% | 0,3% | 4,3% |
| Ricavi | 369.052 | 100,0% | 341.473 | 100,0% | 8,1% | 14,0% |

Canale retail

Fatturato pari a 238,2 milioni di Euro, in crescita del +20,1% (a cambi costanti) rispetto al primo trimestre del 2025, con un'incidenza del 64,5%, in aumento di quasi tre punti percentuali rispetto allo scorso anno.

Il canale Retail ha registrato una **crescita particolarmente significativa** nel primo trimestre 2026, diffusa in tutte le aree geografiche, a conferma di una domanda molto solida nel segmento più alto del lusso, con **risultati ancora più importanti** nelle **Americhe** e in **Cina**.

La crescita complessiva riflette sia un incremento a **parità di perimetro**, sia il contributo dei **nuovi spazi** aperti nel secondo semestre 2025 e nei primi mesi del 2026. Nel primo trimestre dell'anno il network comprende l'apertura delle due boutique resort in Florida (Boca Raton e Naples), e una boutique a Wuhan in Cina.

Nel complesso, il canale Retail continua a beneficiare sia della domanda da parte di **nuovi clienti**, sia dell'**aumento della spesa media** dei clienti esistenti, dinamiche che evidenziano l'attrattività del brand e la capacità di sviluppare valore nel tempo nella relazione con la clientela; in questo contesto, si distingue anche il **contributo molto positivo** del **mix di vendita**, con una crescente incidenza dei prodotti più speciali.



BRUNELLO CUCINELLI

Canale wholesale

I ricavi si attestano a 130,9 milioni di Euro, in crescita del +4,3% (a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2025, rappresentando una quota del 35,5% del totale.

Il primo trimestre 2026 evidenzia anche per i partner multibrand **sell-out molto positivi** delle collezioni **Primavera-Estate 2026**; la campagna vendite delle collezioni **Autunno-Inverno 2026** si è conclusa con **risultati solidi**, confermando l'elevato apprezzamento per le collezioni e la qualità della relazione con i partner.

In tale contesto, è stato ulteriormente condiviso con i circa 400 clienti multibrand — tra i più qualificati a livello globale — l'obiettivo di perseguire anche nel canale online lo stesso livello di esclusività, selettività e posizionamento distintivo che caratterizza il canale fisico, contribuendo a rafforzare il ruolo del canale multibrand nella percezione di modernità ed esclusività del brand.

Le nostre aspettative

Il primo trimestre 2026 conferma la solidità del percorso di crescita sostenibile della nostra Casa di Moda, con un avvio d'anno caratterizzato da **vendite molto positive**.

Particolarmente favorevoli i **sell-out** delle collezioni **Primavera-Estate 2026**, favorendo una crescita molto significativa del canale Retail, diffusa in tutte le aree geografiche e in ulteriore accelerazione rispetto alla già positiva conclusione del 2025, in particolare nelle Americhe e in Cina.

Tale dinamica riflette una **crescita a parità di perimetro**, e il contributo dei **nuovi spazi** selezionati, oltre al continuo incremento del numero di clienti e della spesa media, accompagnato da un mix di vendita sempre più orientato verso prodotti di più alto valore.

Parallelamente, la **raccolta ordini** delle collezioni **Autunno-Inverno 2026** evidenzia risultati di qualità, sostenuti da giudizi molto positivi della stampa specializzata sulle proposte Uomo e Donna, a conferma della forza creativa e progettuale del brand.

Alla luce delle evidenze emerse, il Gruppo conferma una visione positiva per l'intero **2026**, prevedendo una **crescita dei ricavi** intorno al **+10% a cambi costanti**.

Tale prospettiva si fonda inoltre sulla continuità della domanda nel segmento più alto del lusso, sulla qualità dell'offerta e sulle caratteristiche distintive del modello di business. In un contesto geopolitico in evoluzione, crediamo infatti che il posizionamento esclusivo del brand e la forte presenza di clientela domestica rappresentino ulteriori elementi di supporto a un percorso di crescita sostenibile, accompagnato da profitti sani ed equilibrati. Ci attendiamo inoltre una **crescita dei ricavi** nell'intorno del **+10%** anche per l'anno 2027.



BRUNELLO CUCINELLI

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dario Pipitone, 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 (ora, Euronext). Da sempre radicata nel borgo medievale di Solomeo, in Umbria, l'azienda è guidata da una filosofia imprenditoriale volta ai grandi temi dell'Armonia con il Creato, del rispetto per la dignità di ogni essere vivente e al perseguimento di una crescita equilibrata in piena sintonia con i valori etici racchiusi nei principi fondanti del Capitalismo Umanistico e dell'Umana Sostenibilità.

Nato dalla produzione specializzata in cashmere di altissima qualità, il brand ha sviluppato nel tempo una proposta lifestyle e ready-to-wear casual chic, espressione di uno stile raffinato, discreto ma allo stesso tempo versatile e quotidiano. Le collezioni mirano a interpretare lo spirito più autentico dello stile di vita italiano, ricreando con passione ed etica un gusto sempre bilanciato tra eleganza, creatività, contemporaneità e artigianalità; gusto radicato nei valori di sartorialità e alta artigianalità peculiari della traduzione italiana e del territorio umbro, sapientemente coniugati con l'attenzione all'innovazione e alla contemporaneità dello stile. Attraverso un percorso di crescita sano, giusto e sostenibile, l'impresa aspira costantemente a realizzare profitti con etica e armonia, nel pieno rispetto della dignità morale ed economica delle oltre 3.000 Umane Risorse del nostro gruppo.

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