



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1264-17-2017	Data/Ora Ricezione 29 Agosto 2017 17:35:07	MTA
--	--	-----

Societa' : BRUNELLO CUCINELLI

Identificativo : 93272

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : BRUNECUCIN02 - De Angelis

Tipologia : 1.2

Data/Ora Ricezione : 29 Agosto 2017 17:35:07

Data/Ora Inizio : 29 Agosto 2017 17:35:08

Diffusione presunta

Oggetto : Comunicato Stampa Relazione Finanziaria
Semestrale 2017

Testo del comunicato

Vedi allegato.



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A ha approvato la Relazione Finanziaria Semestrale 2017

- Ricavi netti a 243,3 milioni di Euro, +10,7% a cambi correnti rispetto al 30 giugno 2016;
- EBITDA pari a 41,6 milioni di Euro, +13,1%¹;
- Utile netto pari a 19,9 milioni di Euro, +10,6¹;

- Importanti incrementi delle vendite sia nei mercati internazionali, pari al +11,7%, sia nel Mercato Italiano, pari al +6,0%;
- Nord America +9,3%, Europa +9,9%, Greater China +34,6%, Resto del Mondo +11,4%;
- Aumento dei fatturati in tutti i canali distributivi: retail +21,7%, monomarca wholesale *normalizzato* +2,6%², multimarca wholesale +6,7%;

- Indebitamento finanziario netto pari a 59,4 milioni di Euro al 30 giugno 2017, in diminuzione rispetto ai 79,7 milioni di Euro al 30 giugno 2016;
- Investimenti pari a 22,2 milioni di Euro, all'interno del progetto pluriennale di investimenti 2017-2019, a supporto dell'esclusività del posizionamento e del prestigio e "cura" del brand, sia nel canale "fisico" che in quello "on-line", mantenendo l'obiettivo di crescita sane e sostenibili.

Brunello Cucinelli, Presidente e Amministratore Delegato, ha commentato:

"Siamo molto soddisfatti dell'andamento del lavoro nel primo semestre dell'anno; sia il fatturato che gli utili sono in bella crescita. Le vendite delle collezioni invernali stanno andando molto bene. Dietro a queste considerazioni, immaginiamo un 2017 con una crescita a due cifre sia nel fatturato che nei profitti."

"Veramente positiva è la raccolta ordini Estate 2018, che sta volgendo al termine. Il giudizio sulle collezioni è particolarmente positivo così come ci pare l'allure sul brand. Analizzando con attenzione questi elementi, vorremmo esprimerci con molta positività per il 2018, seguitando ad immaginare ancora una bella crescita a due cifre."

"Recentemente abbiamo celebrato i cinque anni dall'approdo alla Borsa Italiana. Fu una scelta importante quella della quotazione, e siamo immensamente soddisfatti di aver confermato tutto ciò che progettammo allora insieme ai nostri collaboratori, analisti ed investitori in termini di crescita costante, anno dopo anno a doppia cifra garbata."

¹ I dati del primo semestre 2017 sono comparati con i valori dell'EBITDA e Utile Netto del primo semestre 2016 normalizzati, ovvero escludendo l'impatto dei relativi costi non ricorrenti. La crescita dell'EBITDA e dell'Utile Netto del primo semestre 2017 rispetto ai dati reported dello scorso anno è rispettivamente pari al +17,2% e +23,9%.

² Performance a parità di perimetro, escludendo nel primo semestre 2016 sia il contributo relativo alle vendite delle 4 boutique monomarca wholesale in Mosca, sia le vendite della nostra boutique on-line, convertite alla gestione diretta a partire dal primo trimestre 2017 (il risultato contabile riporta un calo del -20,8%).



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 29 agosto 2017 - 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 e approvato in data odierna la Relazione Finanziaria Semestrale 2017, redatta secondo i principi contabili internazionali IAS/IFRS (dati sottoposti a revisione limitata).

Siamo *“molto molto”* soddisfatti di questi risultati e consideriamo il **2017** l’inizio di un **“nuovo mondo”**, in cui l’**impatto di Internet è molto forte** sull’umanità e riteniamo stia cambiando per sempre il **“rapporto con il commercio”**, rendendo sempre più importante l’**attenzione** e la **protezione del brand**.

Crediamo che la prossima grande sfida mondiale sia quella di cercare di “umanizzare la rete”, e vorremmo provare ad affrontare il web come “artigiani umanisti e contemporanei, con una visione globale”, consapevoli che Internet abbia ridisegnato la mappa mondiale del lavoro, dove l’Italia possa eccellere nell’offerta di manufatti di altissima artigianalità.

Solomeo riveste un’importanza particolare nella gestione diretta della **Boutique On Line**, grazie alla speciale cura che può essere dedicata al servizio per il cliente, al packaging e al visual merchandising: elementi importantissimi per trasmettere, come nel mondo fisico, il gusto delle collezioni e il **lifestyle** del brand.

Molto interessante la possibilità di porsi quali **“amabili suggeritori”**, consigliando anche per i clienti che acquistano on-line una proposta completa di lifestyle, in relazione al capo acquistato e alla visibilità di quei capi che sappiamo essere nel loro guardaroba, sempre mantenendo un **atteggiamento garbato e di assoluto rispetto, senza essere troppo invadenti**.

Altro aspetto di cruciale importanza nella gestione del mondo digitale, riteniamo sia il tempo di consegna e il valore dell’attesa, che completa l’esperienza di lusso, diversamente da quella *“cultura dell’impazienza”* che, come ripreso in diversi scritti da parte di autorevoli quotidiani internazionali, *“poco ha a che fare con il concetto di lusso”*.

Crediamo quindi che l’ordine vada seguito con estrema cura, con il desiderio di consegnare un pacco “speciale”, magari con una nota scritta a mano e con elementi di unicità che possano ancora di più esaltare il rapporto diretto e umano con il cliente.

Sia nel mondo digitale, che in quello fisico, rimane fondamentale e di grande attualità la nostra attenzione alla **“protezione del brand”**, declinata in un impegno quotidiano in tutte le attività: dalla presenza nei mercati fino alla **comunicazione**.

In riferimento alla presenza sui social network e nel Web in generale, crediamo quindi si debba agire come ci siamo sempre comportati, provando a realizzare una **comunicazione garbata** e il più possibile coerente con il nostro modo di vivere e lavorare.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti al 30 giugno 2017 raggiungono i 243,3 milioni di Euro, con un incremento del +10,7% rispetto ai 219,8 milioni di Euro del primo semestre dello scorso anno (+9,7% la crescita a cambi costanti). I ricavi delle vendite e delle prestazioni, inclusi gli altri ricavi operativi, raggiungono i 244,5 milioni di Euro, in crescita del +11,0% rispetto ai 220,3 milioni di Euro del 30 giugno 2016.



BRUNELLO CUCINELLI

I fatturati sono in aumento in tutti i mercati, domestico e internazionale, e in tutti i canali distributivi, monomarca e multimarca; di seguito il dettaglio delle vendite, come commentato in occasione dell'approvazione dei ricavi netti preliminari.

Ricavi per Area Geografica

Mercato Italiano – crescita molto molto bella, pari al +6,0%, con ricavi che raggiungono i 41,8 milioni di Euro (incidenza del 17,2%), rispetto ai 39,5 milioni di Euro al 30 giugno 2016 (peso pari al 18,0%).

Il mercato italiano si conferma importantissimo per l'immagine del brand, in particolare all'interno dell'offerta di **prêt-à-porter**. Il successo della proposta di abbigliamento **chic e contemporanea** del nostro marchio - che immaginiamo possa essere identificato quale uno dei simboli più esclusivi del **made in Italy**, riferimento del **lusso** da indossare specialmente **di giorno** - assume quindi un'importanza ancora più significativa, contribuendo al successo e all'immagine in tutti i mercati internazionali.

In considerazione del ruolo che il mercato italiano riveste per l'impresa e l'offerta di abbigliamento, l'apertura di inizio anno della nostra più grande boutique "**fisica**" in via Montenapoleone, Milano, ha assunto un significato di alto valore: il desiderio di trasferire l'immagine e l'atmosfera della "*nostra terra*", di *Solomeo* e del "*nostro modo di vivere e lavorare*", raccogliendo apprezzamenti molto positivi e, immaginiamo, contribuendo ulteriormente ad elevare l'allure del brand.

Mercato Europeo – crescita molto positiva del +9,9%, con ricavi che raggiungono i 75,2 milioni di Euro (incidenza del 30,9%) rispetto ai 68,4 milioni di Euro al 30 giugno 2016 (peso del 31,1%).

Positivi i fatturati di tutti i Paesi dell'Europa, con trend sostanzialmente omogenei nei differenti mercati, e crescita delle vendite sia nel canale monobrand che in quello multibrand.

La solidità dei risultati conseguiti è supportata dalla presenza del **cliente locale**, da sempre riferimento del brand, la cui domanda aumenta progressivamente e in maniera "sostenibile", attratta dall'offerta di manufatti di altissima qualità, frutto di **manualità e artigianalità italiana** e soprattutto **distribuiti in maniera esclusiva**, con un'attenzione volta a preservare l'immagine del marchio.

Contestuale alla domanda locale, incrementa il **turismo di fascia alta**, con una crescita progressiva che riteniamo non sia impattata – se non marginalmente - da quelle dinamiche macroeconomiche che motivano le accelerazioni o i rallentamenti del turismo di una fascia media. Sempre più importanti gli acquisti di "**nuovi clienti giovani**", la cui domanda di manufatti dal gusto sofisticato si aggiunge e si integra con quella dei "**clienti tradizionali**", entrambi accomunati dalla ricerca di capi veramente speciali.

Mercato Nordamericano – molto bello l'incremento del +9,3%, con ricavi che raggiungono 83,6 milioni di Euro (incidenza del 34,4%), rispetto ai 76,4 milioni di Euro al 30 giugno 2016 (peso del 34,8%).



BRUNELLO CUCINELLI

La crescita conferma il positivo trend in Nord America, mercato che consideriamo “*domestico*”, dove rimane fondamentale l’offerta di collezioni che cercano di essere sempre contemporanee e la presenza in **selezionati spazi di prestigio** nel canale monomarca e multimarca, mantenendo ed elevando ulteriormente l’allure che riteniamo si respiri intorno al nostro brand.

Elemento che da sempre contribuisce al successo in tutti gli spazi di vendita, è il **Visual merchandising**, con una struttura organizzativa dedicata che prova a dare un valore aggiunto alla presentazione delle collezioni in tutti gli spazi espositivi, sia nel canale diretto che in quello multimarca e nei Luxury Department Stores.

Questo approccio rappresenta uno degli elementi distintivi che caratterizza la nostra **relazione**, che ci sembra essere veramente speciale, con tutti i **Luxury Department Stores**, impegnati nella **ricerca di un’offerta di lusso, mai ripetitiva e poco distribuita**, che possa attrarre il cliente della fascia più alta, e contribuire a rendere in qualche modo “unica” la sua esperienza di acquisto.

Aspetto particolarmente importante è il rapporto di fiducia e stima che le nostre persone – “*carine nei modi*” e mai inopportune - hanno sempre cercato di creare con il cliente, proponendosi nel ruolo di “**consulente speciale**” e mai in quello di “semplice venditore”.

In questo modo i responsabili delle nostre boutique e degli spazi dedicati nei Luxury Department Stores, hanno la possibilità di “indirizzare” la quotidianità della gestione nelle aree di vendita, declinando vetrine e outfit che ben si contestualizzano alle esigenze locali, mantenendo la coerenza assoluta con il gusto delle collezioni.

La verità è che questi department sono costantemente alla ricerca di “**prodotti speciali poco distribuiti**”.

Greater China – forte crescita del +34,6%, sia pure su valori di partenza **limitati**, con vendite che raggiungono i 18,4 milioni di euro (incidenza del 7,5%) rispetto ai 13,7 milioni di euro nei primi 6 mesi dello scorso anno (incidenza del 6,2%).

Di particolare rilevanza l’impegno dell’azienda nel perseguire **obiettivi di crescita sostenibile**, cogliendo i potenziali di un mercato in evoluzione, **mantenendo allure, esclusività del brand e della distribuzione**, partendo da una presenza limitata in tutta la Greater China.

Il significativo potenziale è supportato dall’evoluzione del **cliente finale, sempre più sofisticato**, attento al gusto e ai dettagli, alla ricerca di un’offerta di “made in Italy” e di un lifestyle raffinato, con la possibilità di miscelare i capi già in guardaroba con gli acquisti della nuova stagione.

Assistiamo anche ad un graduale incremento del **turismo di clienti cinesi e asiatici** che fanno shopping in particolare nelle capitali mondiali simbolo della moda e del lusso; grazie alla varietà e all’ampiezza delle collezioni, l’acquisto all’estero è stimolato anche dal fatto che ciò che si trova nella vetrina di Parigi o New York in quel determinato periodo dell’anno, potrebbe non esserci nella boutique di Shanghai o Pechino.

Il medesimo approccio all’esclusività della distribuzione, è perseguito nel canale **multibrand**, che sta iniziando a svilupparsi progressivamente anche in Cina, con ampi potenziali di crescita, grazie alla presenza di boutique multimarca di prestigio, all’interno delle quali vengono riservati spazi alle nostre collezioni.



BRUNELLO CUCINELLI

Questi nuovi multibrand stanno assumendo un ruolo sempre più importante per il cliente della fascia più alta, affascinato dalla possibilità di confrontare e miscelare prodotti speciali di diversi marchi, accomunati da prestigio e unicità.

Resto del Mondo – aumento dei ricavi pari all'11,4%, con le vendite che raggiungono i 24,3 milioni di euro (incidenza del 10,0%), rispetto ai 21,8 milioni di euro al 30 giugno 2016 (incidenza del 9,9%).

Crescita in tutti i mercati di riferimento, grazie alla ricerca di un'offerta di *prêt-à-porter* esclusiva da parte delle **clientela locale fidelizzata**, che acquista sia nelle boutique monomarca e negli spazi multibrand dei mercati domestici, sia in occasioni di viaggi, che possono essere di piacere o di business; alla domanda del cliente tradizionale, si aggiunge progressivamente quella dei **nuovi clienti**, attratti in particolare dall'offerta di "Ready to Wear" ricercata e moderna.

La presenza nelle vie del lusso contribuisce a consolidare il posizionamento del brand e l'allure, così come le **selezionate uscite stampa** nei magazine di riferimento e la **comunicazione** dei valori del marchio, attraverso eventi che richiamano il sapore dell'Italia e della nostra Umbria.

Grazie all'atmosfera creatasi intorno al marchio, cresce ulteriormente il livello della qualità degli spazi che in particolare i **Luxury Department Store** giapponesi riconoscono al brand garantendone quindi la presenza nei "piani" più esclusivi e prestigiosi.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale Retail – crescita del 21,7% delle vendite, pari a 121,1 milioni di euro al 30 giugno 2017 (incidenza del 49,8%) rispetto ai 99,6 milioni di euro nel primo semestre dello scorso anno (incidenza del 45,3%).

La performance *Like for Like* è pari al +4,0%³ (periodo compreso tra il 1 gennaio e il 20 agosto 2017), un risultato che consideriamo molto positivo, con un trend di crescita costante e in linea con quello dei periodi precedenti.

Al 30 giugno 2017 il network è pari a 91 boutique dirette, con una sola apertura netta negli ultimi 12 mesi e la conversione dal canale monomarca wholesale al canale retail di quattro boutique nella città di Mosca⁴, a partire dal 1 marzo 2017, che contribuiscono alla crescita del canale.

I risultati beneficiano inoltre dell'accordo - firmato il 13 marzo 2017 - per il passaggio alla gestione diretta di 5 shop-in-shop all'interno dei Luxury Department Stores di Holt Renfrew in Canada, precedentemente operativi con formula di vendita wholesale.

Canale monomarca Wholesale – fatturato pari a 17,6 milioni di Euro (incidenza del 7,2%), con una crescita a pari perimetro del +2,6% (-20,8%⁵ la performance contabile).

³ Il L.F.L. del 2017 è calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti nei DOS esistenti alla data 01/01/2016.

⁴ Come nelle precedenti conversioni dal canale monomarca wholesale al canale diretto, nel primo anno di gestione il contributo positivo della contabilizzazione delle vendite a valore retail è parzialmente impattato dal minore fatturato sell-in, che si trasformerà in fatturato sell-out soltanto nel periodo successivo.

⁵ La performance contabile, includendo nel fatturato del primo semestre 2016 i ricavi delle boutique convertite e il fatturato della boutique on-line (passata alla gestione diretta a partire dal mese di gennaio 2017), riporta un calo del -20,8% (17,6



BRUNELLO CUCINELLI

Ricordiamo che le dinamiche del canale monomarca wholesale sono impattate dalle due importanti iniziative del primo trimestre 2017, relative al passaggio dalla gestione di terzi alla gestione diretta sia della nostra boutique on-line, sia delle 4 boutique di Mosca.

A perimetro omogeneo, la performance riportata dal canale monomarca wholesale è in linea con quella del canale diretto, grazie alla coerenza di immagine assoluta e alla presenza di **clienti con medesimi comportamenti di acquisto**, alla **ricerca di un'offerta esclusiva**.

Il network monomarca wholesale è pari a 32 boutique al 30 giugno 2017, invariato negli ultimi 12 mesi escludendo le 4 conversioni di boutique al canale retail (36 boutique al 30 giugno 2016).

Canale multimarca Wholesale – particolarmente positiva la crescita, pari al 6,7%, con i ricavi che raggiungono quindi i 104,6 milioni di Euro al 30 giugno 2017 (incidenza del 43,0%) rispetto ai 98,1 milioni di Euro al 30 giugno 2016 (incidenza del 44,6%).

Continuiamo a considerare il canale multimarca **importantissimo** per l'**esclusività** che contribuisce ad attribuire al brand, grazie alla presenza in spazi di "prestigio", e per il mantenimento di un'offerta di **Ready To Wear** che possa essere sempre **contemporanea e fresca**, mai ripetitiva, che evolva mantenendo nello stesso tempo quel "*gusto Brunello Cucinelli*" ricercato dal cliente della fascia più alta.

Particolarmente **speciale il rapporto** che immaginiamo siamo riusciti a creare nel corso degli anni con le più belle boutique multimarca del lusso e con i più importanti Luxury Department Stores, accomunati dal desiderio di mantenere sempre altissima l'offerta di lusso.

Contribuiscono infine alle crescite anche gli spazi destinati al marchio nel canale multimarca delle **aree asiatiche**, che rappresentano un **grande potenziale di crescita** nel medio-lungo periodo.

Conto Economico

L'EBITDA è pari a 41,6 milioni di euro, in crescita del +13,1% rispetto ai 36,8 milioni di Euro del primo semestre 2016 normalizzato⁶, con un miglioramento della marginalità di +30 basis points (dal 16,7% al 17,0%).

Positivo l'impatto sulla profittabilità della crescita del business, dei positivi sell-out di vendita, della performance a pari perimetro e del mix canale, con l'incidenza dei ricavi retail che passa dal 45,3% al 49,8%.

I costi operativi – in linea con lo sviluppo delle attività – sono pari a 117,1 milioni di Euro (incidenza del 47,9%) e incrementano del +11,1% rispetto ai dati del primo semestre 2016 normalizzato, pari a 105,4 milioni di Euro (incidenza del 47,8%).

milioni di euro i ricavi del primo semestre 2017 rispetto ai 22,2 milioni di Euro al 30 giugno 2016).

⁶ I dati normalizzati del primo semestre 2016 escludono l'impatto dei costi non ricorrenti relativi all'accordo di cessazione del rapporto di lavoro subordinato del co-direttore commerciale, pari a 1.293 migliaia di euro. Tali costi non ricorrenti, negli schemi di bilancio, sono evidenziati come un "*di cui*" del costo del personale, all'interno dei costi operativi.



BRUNELLO CUCINELLI

Il costo degli affitti, pari a 28,8 milioni di Euro (incidenza dell'11,8%), aumenta del +8,6% rispetto ai 26,5 milioni di Euro (incidenza del 12,0%) del primo semestre dello scorso anno, con una crescita correlata allo sviluppo del network retail (1 apertura netta e 4 conversioni dal canale monomarca wholesale negli ultimi 12 mesi), e ad alcuni riposizionamenti e incrementi di spazi di vendita.

I costi del personale raggiungono i 43,4 milioni di Euro, aumentando del +10,6% rispetto ai dati normalizzati al 30 giugno 2016, pari a 39,3 milioni di Euro, in presenza del personale dedicato ai 5 nuovi spazi a gestione diretta (4 conversioni e un'apertura netta) ed ai 5 shop-in-shop nei Luxury Department Stores di Holt Renfrew in Canada, precedentemente operativi con formula di vendita wholesale.

I costi del personale mantengono quindi sostanzialmente stabile la propria incidenza sulle vendite totali (marginalità del 17,7% rispetto al 17,8% del primo semestre dello scorso anno).

Gli altri costi operativi raggiungono i 44,9 milioni di Euro (incidenza del 18,4%) rispetto ai 39,6 milioni di Euro (incidenza del 18,0%), includendo i costi di struttura relativi all'evoluzione del network e alla gestione della nostra presenza nel mondo digitale.

All'interno di tali costi, gli **investimenti in comunicazione** passano da 11,2 milioni di Euro a 12,5 milioni di Euro (incidenza stabile e pari al 5,1%), a supporto del **prestigio**, rafforzamento e **protezione dell'immagine del brand**; altrettanto importanti per la comunicazione dei valori, lifestyle ed esclusività del brand sono gli investimenti sul digitale, che rientrano nel "**Grande Progetto Digitale**".

Gli ammortamenti, correlati agli investimenti commerciali, digitali, di produzione e logistica, sono pari a 10,6 milioni di Euro, in crescita del +10,6% rispetto ai 9,6 milioni di Euro dello scorso anno (incidenza stabile al 4,3%).

Gli oneri finanziari netti sono pari a 3,0 milioni di Euro (incidenza dell'1,2%) rispetto a 1,8 milioni di Euro del primo semestre dello scorso anno (incidenza dello 0,8%); l'incremento, in presenza di una riduzione della posizione finanziaria netta media e il relativo calo degli oneri finanziari, è riconducibile alle dinamiche relative ai cambi⁷.

Le imposte sono pari a 8,1 milioni di Euro (*tax rate* del 29,1%), rispetto ai 7,5 milioni di Euro normalizzati dello scorso anno (*tax rate* del 29,4%).

L'Utile Netto incrementa a 19,9 milioni di Euro, in crescita del +10,6% rispetto all'Utile Netto normalizzato del primo semestre 2016, pari a 17,9 milioni di Euro, con un'incidenza stabile all'8,1%.

La crescita dell'Ebitda sui valori "*reported*" è pari al +17,2%, passando da 35,5 milioni di euro nel primo semestre 2016 ai 41,6 milioni di Euro al 30 giugno 2017.

Includendo nel primo semestre 2016 l'effetto fiscale relativo ai costi non ricorrenti e l'impatto di minori imposte differite attive (a seguito della modifica dell'aliquota IRES), le imposte "*reported*" al 30 giugno 2016 sono pari a 8,1 milioni di Euro (*tax rate* del 33,6%).

⁷ Tale aumento è correlato principalmente alla contabilizzazione delle coperture sui cambi, ed in particolare alla contabilizzazione delle perdite su cambi non realizzate, relative a finanziamenti intercompany in valuta che per loro natura hanno carattere di temporaneità, essendo soggette a valutazione in base al cambio di fine periodo.



BRUNELLO CUCINELLI

L'incremento dell'Utile Netto sui valori "reported" risulta quindi pari al +23,9%, passando da 16,0 milioni di euro nel primo semestre 2016 ai 19,9 milioni di Euro al 30 giugno 2017.

Situazione Patrimoniale

In diminuzione il capitale circolante strettamente commerciale, pari a 151,0 milioni di euro al 30 giugno 2017 (incidenza del 31,5% sul fatturato degli ultimi 12 mesi) rispetto ai 155,2 milioni di euro al 30 giugno 2016 (incidenza del 35,8%).

Il magazzino, pari a 158,6 milioni di Euro al 30 giugno 2017, incrementa leggermente in valore assoluto rispetto ai 154,7 milioni di Euro del primo semestre 2016.

In riduzione l'incidenza del magazzino sulle vendite (33,1% al 30 giugno 2017), grazie ai dati di sell-out molto positivi, con valore in linea con l'incidenza del magazzino, pari al 33,9%, al 31 dicembre 2016.

In riduzione i crediti commerciali, pari a 54,4 milioni di euro al 30 giugno 2017, rispetto ai 63,1 milioni di euro al 30 giugno 2016.

La diminuzione dei crediti commerciali è connessa alla sana e positiva gestione degli incassi, e ai passaggi dalla gestione di terzi alla gestione diretta della nostra boutique on-line, di quattro boutique nella città di Mosca, e di 5 shop-in-shop nei Luxury Department Stores di Holt Renfrew in Canada, precedentemente operativi con formula di vendita wholesale.

I debiti commerciali sono sostanzialmente stabili, e pari a 61,9 milioni di Euro al 30 giugno 2017 rispetto ai 62,5 milioni di Euro al 30 giugno 2016.

Le "Altre attività/passività nette" sono pari a -9,5 milioni di Euro, rispetto a -19,4 milioni di Euro al 30 giugno 2016; le relative dinamiche sono riconducibili alla valutazione del *fair value* sugli strumenti derivati di copertura in essere.

Il capitale circolante commerciale, includendo le "Altre attività/passività nette", è pari a 141,6 milioni di Euro (incidenza del 29,5%), rispetto ai 135,8 milioni di Euro dello scorso anno (incidenza pari al 31,3%).

Posizione Finanziaria Netta e Investimenti

La posizione finanziaria netta al 30 giugno 2017 è pari a 59,4 milioni di Euro, in significativa riduzione rispetto ai 79,7 milioni di Euro al 30 giugno 2016.

La riduzione della posizione finanziaria netta è correlata alla positiva generazione di cassa dall'attività operativa, e favorita dalle dinamiche del Capitale Circolante Netto.

Ricordiamo che la posizione finanziaria netta raggiunge nel periodo tra giugno e settembre il consueto picco correlato alla stagionalità, per poi calare nell'ultima parte dell'anno.



BRUNELLO CUCINELLI

Il trend di riduzione, che riteniamo molto interessante, proseguirà quindi anche nella seconda parte dell'anno, con una posizione finanziaria netta attesa a fine anno in riduzione rispetto al dato del 31 dicembre 2016.

Gli investimenti nei primi 6 mesi del 2017 sono pari a 22,2 milioni di Euro (17,9 milioni di Euro al 30 giugno 2016), e rientrano nella programmazione 2017-2019, dopo aver completato il **Grande Progetto quadriennale 2013-2016** con 150,5 milioni di euro investiti (relativa incidenza sulle vendite cumulate pari al 10%).

Il nuovo piano di investimenti del triennio 2017-2019 ha come presupposto la salvaguardia dell'esclusività, del prestigio e della protezione del brand, sia nel canale "fisico" che in quello "on-line".

Gli investimenti commerciali sono pari a 18,0 milioni di Euro nei primi 6 mesi del 2017; la parte principale è riferita all'investimento in Russia per la conversione delle 4 boutique di Mosca dalla gestione di terzi alla gestione diretta, oltre agli investimenti relativi al rinnovo delle boutique esistenti, alle selezionate aperture e riposizionamenti, e all'incremento delle superfici di vendita nei Luxury Department Stores.

Gli investimenti per la produzione, logistica e IT/Digital sono pari a 4,2 milioni di Euro, relativi soprattutto agli investimenti nelle piattaforme tecnologiche, correlati al "**Grande Progetto Digitale**" che, iniziato negli scorsi anni, riveste per l'impresa un'importanza assoluta, cercando di rendere la nostra presenza sul web esclusiva e ricercata come nel canale "fisico".

Fatti di rilievo intervenuti dopo il 30 giugno 2017

In data 20 luglio 2017 la Brunello Cucinelli S.p.A. ha perfezionato l'operazione di acquisto della quota di minoranza della società controllata cinese "Brunello Cucinelli (Sichuan) Fashion Co. Ltd.", portando la percentuale di possesso al 100,0%. Il prezzo di acquisto è stato fissato ad un valore corrispondente al patrimonio netto della società controllata.

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 rende noto che il documento in formato pdf dell'Analyst Presentation relativo ai risultati al 30 giugno 2017 è consultabile nella sezione "Presentazioni" del sito internet della Società all'indirizzo <http://investor.brunellocucinelli.com/ita/presentazioni/>.

Il presente comunicato potrebbe contenere dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari del Gruppo Brunello Cucinelli. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri.

La Società rende noto che la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2017, approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 29 agosto 2017, sarà messa a disposizione del pubblico a partire dal 30 agosto 2017 presso la sede legale della Società in Viale Parco dell'Industria, 5, Solomeo (Perugia), presso il meccanismo di stoccaggio gestito da Spafid Connect S.p.A. "eMarket Storage" (www.emarketstorage.com) e sarà altresì consultabile nella sezione "Risultati - Relazioni finanziarie" del sito internet della Società (investor.brunellocucinelli.com).



BRUNELLO CUCINELLI

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 2016 pari a 456 milioni di Euro (+10,1% rispetto all'anno precedente), di cui l'83,3% fatturato all'estero, e un EBITDA normalizzato di 78,2 milioni di Euro, in crescita del 13,2% rispetto all'anno precedente, con la presenza di circa 1.600 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 oltre 60 Paesi attraverso 123 boutique monomarca (91 boutique dirette e 32 monomarca wholesale) nelle più importanti capitali e città del Mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza selezionata in circa 650 multibrand, compresi i principali *department stores* del lusso.

Contatti: **Investor Relations**
Pietro Arnaboldi
Brunello Cucinelli S.p.A.
Tel. 075/69.70.079

Media	
Vittoria Mezzanotte	Ferdinando de Bellis
Brunello Cucinelli S.p.A.	Barabino & Partners
Tel. 02/34.93.34.78	Tel. 02/72.02.35.35

Corporate website: www.brunellocucinelli.com

In allegato i prospetti contabili



BRUNELLO CUCINELLI

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA AL 30 GIUGNO 2017

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30-giu-17	di cui con parti correlate	31-dic-16	di cui con parti correlate	30-giu-16	di cui con parti correlate
ATTIVITA' NON CORRENTI						
Avviamento	7.045		-		-	
Attività immateriali	26.540		28.823		30.510	
Immobili, impianti e macchinari	113.229	15.903	111.348	16.100	109.633	15.463
Altre attività finanziarie non correnti	7.142	32	5.740	32	5.476	32
Imposte differite attive	17.653		15.709		16.614	
TOTALE ATTIVITA' NON CORRENTI	171.609		161.620		162.233	
ATTIVITA' CORRENTI						
Rimanenze	158.556		154.814		154.701	
Crediti commerciali	54.396	4	47.231	24	63.060	10
Crediti tributari	1.176		1.986		1.241	
Altri crediti ed attività correnti	13.691		14.693		11.745	
Altre attività finanziarie correnti	1.990		1.980		58	
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	50.005		46.428		42.222	
Attività per strumenti finanziari derivati correnti	5.767		932		1.424	
TOTALE ATTIVITA' CORRENTI	285.581		268.064		274.451	
Attività possedute per la vendita	-		210		-	
TOTALE ATTIVITA'	457.190		429.894		436.684	

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30-giu-17	di cui con parti correlate	31-dic-16	di cui con parti correlate	30-giu-16	di cui con parti correlate
PATRIMONIO NETTO						
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO						
Capitale sociale	13.600		13.600		13.600	
Riserva sovrapprezzo azioni	57.915		57.915		57.915	
Altre riserve	138.316		111.031		110.738	
Risultato netto di Gruppo	19.580		36.397		16.217	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	229.411		218.943		198.470	
PATRIMONIO NETTO DI TERZI						
Capitale e riserve di terzi	7.636		6.217		5.967	
Risultato netto di pertinenza di terzi	272		722		(192)	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI	7.908		6.939		5.775	
TOTALE PATRIMONIO NETTO	237.319		225.882		204.245	
PASSIVITA' NON CORRENTI						
Passività per benefici a dipendenti	3.080		3.065		3.209	
Fondi per rischi ed oneri	804		659		607	
Debiti verso banche non correnti	55.063		37.567		45.125	
Debiti finanziari non correnti	1.718		1.921		1.792	
Altre passività non correnti	9.445		8.017		7.780	
Imposte differite passive	3.079		2.519		2.512	
Passività per strumenti finanziari derivati non correnti	72		252		487	
TOTALE PASSIVITA' NON CORRENTI	73.261		54.000		61.512	
PASSIVITA' CORRENTI						
Debiti commerciali	61.932	216	63.356	291	62.525	901
Debiti verso banche correnti	53.489		58.452		72.910	
Debiti finanziari correnti	698		772		1.213	
Debiti tributari	4.388		1.104		9.992	
Passività per strumenti finanziari derivati correnti	417		4.258		2.112	
Altre passività correnti	25.686	48	22.070	45	22.175	49
TOTALE PASSIVITA' CORRENTI	146.610		150.012		170.927	
TOTALE PASSIVITA'	219.871		204.012		232.439	
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITA'	457.190		429.894		436.684	



BRUNELLO CUCINELLI

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 30 GIUGNO 2017

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Esercizio chiuso al 30 giugno			
	2017	<i>di cui con parti correlate</i>	2016	<i>di cui con parti correlate</i>
Ricavi netti	243.327	7	219.840	12
Altri ricavi operativi	1.176	15	493	20
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	244.503		220.333	
Costi per materie prime e materiali di consumo	(37.919)	(4)	(33.336)	(8)
Costi per servizi	(117.880)	(1.408)	(108.383)	(1.557)
Costo del personale	(43.392)	(251)	(40.539)	(274)
<i>di cui oneri non ricorrenti</i>	-		(1.293)	
Altri costi operativi	(2.557)		(2.262)	
Incrementi di immobilizzazioni per costi interni	697		482	
Ammortamenti e svalutazioni	(10.567)		(9.558)	
Rettifiche di valore di attività e altri accantonamenti	(1.860)		(811)	
Totale costi operativi	(213.478)		(194.407)	
Risultato operativo	31.025		25.926	
Oneri finanziari	(13.115)		(11.307)	
Proventi finanziari	10.079		9.499	
Risultato ante imposte	27.989		24.118	
Imposte sul reddito	(8.137)		(8.093)	
Risultato del periodo	19.852		16.025	
Risultato di Gruppo	19.580		16.217	
Risultato di Terzi	272		(192)	
Utile per azione base	0,28794		0,23849	
Utile per azione diluito	0,28794		0,23849	

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Esercizio chiuso al 30 giugno	
	2017	2016
Risultato Netto del periodo (A)	19.852	16.025
<i>Altre componenti di conto economico complessivo:</i>		
Altre componenti di conto economico complessivo che saranno successivamente riclassificate nell'utile/perdita d'esercizio	1.419	1.204
Cash flow hedge	6.354	1.654
Imposte sul reddito	(1.525)	(466)
Effetto variazione riserva di cash flow hedge	4.829	1.188
Differenze di conversione di bilanci esteri	(2.523)	16
Utili/(Perdite) su cambi da investimenti netti in gestioni estere	(1.166)	-
Effetto fiscale	279	-
Altre componenti di conto economico complessivo che non saranno successivamente riclassificate nell'utile/(perdita) d'esercizio:	(18)	(119)
Rimisurazione sui piani a benefici definiti (IAS 19)	(18)	(159)
Effetto fiscale	-	40
Totale altri utili/(perdite) al netto dell'effetto fiscale (B)	1.401	1.085
Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A) + (B)	21.253	17.110
<i>Attribuibili a:</i>		
Gruppo	21.347	17.502
Terzi	(94)	(392)



BRUNELLO CUCINELLI

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 30 GIUGNO 2017

(In migliaia di Euro)

	Periodo chiuso al 30 giugno	
	2017	2016
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' OPERATIVE		
Utile netto dell'esercizio	19.852	16.025
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile netto al flusso di cassa generato / (assorbito) dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	10.567	9.558
Accantonamenti a Passività per benefici ai dipendenti	32	33
Accantonamenti a Fondi per rischi ed oneri / fondo obsolescenza / fondo svalutazione crediti	1.858	883
Variazione delle Altre passività non correnti	2.100	431
Minusvalenze / (Plusvalenze) da cessione immobilizzazioni	138	76
Pagamenti di Passività per benefici ai dipendenti	(44)	(16)
Pagamenti per Fondi per rischi ed oneri	(295)	-
Variazione netta di Imposte differite attive e passive	(2.970)	(1.229)
Variazione di <i>fair value</i> strumenti finanziari	(2.502)	(804)
<i>Variazioni nelle attività e passività operative:</i>		
Crediti commerciali	(5.970)	(17.775)
Rimanenze	(7.218)	(10.258)
Debiti commerciali	3.394	(6.268)
Altre attività e passività correnti	7.577	13.683
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITA' OPERATIVE (A)	26.519	4.339
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITA' DI INVESTIMENTO		
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	(12.106)	(15.868)
Investimenti in Attività immateriali	(1.404)	(2.110)
Investimenti in Attività finanziarie	(1.253)	119
Acquisizione Brunello Cucinelli Russ OOO al netto della cassa acquisita	(8.334)	-
Cessione di Immobili, impianti e macchinari e <i>key money</i>	348	245
Attività destinate alla vendita	-	765
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI INVESTIMENTO (B)	(22.749)	(16.849)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO		
Erogazioni di finanziamenti a medio-lungo termine	35.000	-
Rimborso di finanziamenti a medio-lungo termine	(9.504)	(7.828)
Erogazioni/(Rimborsi) finanziamenti a breve termine	(26.591)	402
Variazione netta delle passività finanziarie a breve termine	13.945	23.599
Variazione netta delle passività finanziarie a lungo termine	(632)	30
Distribuzione di dividendi	(10.905)	(8.889)
Variazione di patrimonio netto	-	(784)
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITA' DI FINANZIAMENTO (C)	1.313	6.530
FLUSSO DI CASSA COMPLESSIVO (D=A+B+C)	5.083	(5.980)
EFFETTO DEI CAMBI SULLE DISPONIBILITA' LIQUIDE NETTE (E)	(1.506)	127
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO (F)	46.428	48.075
DISPONIBILITA' LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO (G=D+E+F)	50.005	42.222
Informazioni aggiuntive:		
Interessi pagati	1.069	966
Imposte sul reddito pagate	6.756	473

Fine Comunicato n.1264-17

Numero di Pagine: 15