



BRUNELLO CUCINELLI

COMUNICATO STAMPA

BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato dei primi 9 mesi 2019

- Ricavi netti a 459,2 milioni di Euro, +8,8% a cambi correnti (+7,7% a cambi costanti) rispetto ai 422,1 milioni di Euro al 30 settembre 2018;
- Incremento nei Mercati Internazionali pari al +10,2%, e nel Mercato Italiano del +2,2%;
- Europa +9,6%, Nord America +9,2%, Cina +14,4%, Resto del Mondo +11,3%;
- Aumento in tutti i canali distributivi: retail +11,2%, monomarca wholesale +3,2%, multimarca wholesale +6,9%.

*“Siamo ormai quasi alla fine di questo 2019, anno **eccellente** per la nostra industria, sia sotto il profilo dei numeri, sia sotto quello dell’immagine. Molto, molto bene il sell-out di stagione Autunno Inverno e l’atmosfera di grande apprezzamento intorno al brand. Dietro a questi risultati, possiamo immaginare una chiusura dell’anno in corso con una bella crescita del fatturato intorno al 9% ed una sana crescita dei profitti”.*

“Vista l’evoluzione nel mercato mondiale del ready to wear made in italy di lusso e l’importantissima raccolta ordini Primavera Estate 2020, prevediamo che anche il prossimo possa essere un altro bell’anno di crescita del fatturato e dei profitti, in linea con il nostro progetto decennale”.

*“Un ringraziamento particolare va a tutti i nostri collaboratori che con la loro creatività ci consentono di progredire in quel progetto che noi chiamiamo **“lavorare e vivere secondo natura”**.*



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 07 novembre 2019 – 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 il fatturato dei primi 9 mesi 2019, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall’International Accounting Standards Board.

Le dinamiche dei 9 mesi si inseriscono all’interno del primo anno di un progetto di crescita di lungo e lunghissimo periodo, le cui radici affondano in **Solomeo, “Borgo dello Spirito”** dove cerchiamo di vivere e lavorare secondo i ritmi della natura, **in armonia con il Creato**, provando a recare meno danni possibili alla nostra amata Terra. Questa dedizione alla **“umana sostenibilità”** è da sempre parte del nostro mondo, fatto di attenzioni per tutti gli stakeholders, collaboratori, fornitori, comunità, territorio.

Proprio del DNA dell’azienda è il rispetto della **dignità morale** di ciascuna delle Umane Risorse che lavorano per noi, siano esse dipendenti diretti, fornitori o laboratori artigianali, e il rispetto della **dignità economica**, che si realizza attraverso la ricerca del **“giusto profitto”**, elemento centrale della filosofia d’impresa.

Attraverso la condivisione dei valori che caratterizzano la nostra realtà, crediamo di essere in qualche modo riusciti a creare un **forte legame di “appartenenza”** con il **cliente finale**, per il quale diventa sempre più importante e attuale il **valore “affettivo” del capo**.

Abbiamo infatti la sensazione che possedere un nostro capo, per molti dei clienti significhi **“custodire”** e magari tramandarlo alle generazioni successive, o semplicemente non separarsene dopo una stagione, ma conservarlo perché *“piace o perché riporta alla mente dei momenti speciali”*.

Questo percorso si lega con l’attività - che da sempre riserviamo ai nostri clienti - di **“riparazione”** del capo acquistato, magari consumatosi, usurato dal tempo o accidentalmente deteriorato.

È un aspetto integrante di quella **“umana sostenibilità”** e di **“rispetto per il Creato”** in cui fortemente crediamo.

Negli ultimi mesi abbiamo lavorato con convinzione ed entusiasmo all’**evoluzione del sito istituzionale**, evidenziando in particolare queste tematiche di “umana sostenibilità”, che da sempre contraddistinguono il nostro operato e garantiscano allo stesso tempo la giusta visibilità al “prodotto”, provando a dare risalto a quel **lusso “equilibrato e garbato”** che riteniamo ci rappresenti nel mondo.

Attraverso il rinnovamento del sito istituzionale, cerchiamo inoltre di mantenere sempre contemporanea la nostra presenza nel mondo della rete, offrendo un’esperienza attenta, gratificante e pienamente rappresentativa dell’evoluzione dell’azienda, così come facciamo nel mondo fisico, dove showroom e boutique evolvono costantemente per offrire un’immagine “fresca, dinamica e moderna”.

I risultati dei primi nove mesi dell’anno ci sembrano molto molto interessanti e ci permettono già di immaginare un **2019 particolarmente bello e progettare il 2020 con serenità e fiducia, in linea con la nostra pianificazione del Piano decennale 2019-2028**.



BRUNELLO CUCINELLI

Da sempre, il nostro pensiero quotidiano è rivolto a cercare di **mantenere contemporaneo il brand**, attraverso una ricerca continua di stili, gusti e tendenze senza mai abbandonare quella identificazione “no logo” che i nostri clienti ci riconoscono, identificandoci tra i brand più rappresentativi di un **gusto sportivo, chic di lusso, sofisticato e moderno**.

In settembre, durante la **Fashion Week in Milano**, abbiamo avuto il piacere e l'onore di ricevere nel nostro show room di Milano oltre 500 giornalisti e numerosi clienti venuti in occasione della presentazione della **Collezione Donna Primavera Estate 2020**.

È per noi un momento di confronto estremamente importante, e la positività con cui la collezione è stata giudicata dalla stampa e clienti conferma l'**atmosfera molto favorevole** intorno al brand, anche grazie al **gusto attuale del mercato particolarmente affine al nostro**, che consiste nel ritorno ad uno stile più sobrio e chic.

Questa positività è evidenziata dal **significativo aumento della raccolta ordini delle collezioni Donna Primavera Estate 2020**, conclusa nelle scorse settimane, che segue **sell-out di vendita molto interessanti** delle collezioni **Autunno Inverno 2019**.

Piena soddisfazione anche per l'offerta maschile, con i **sell-out** delle collezioni **Uomo Autunno Inverno 2019 in aumento**, e una **raccolta ordini della Primavera Estate 2020 molto positiva**, terminata nei mesi scorsi.

In relazione alla prima collezione dedicata al **Bambino**, naturale ampliamento dell'offerta Ready to Wear, la **raccolta ordini** per la prossima **Primavera Estate 2020** si è chiusa con **risultati molto confortevoli** e in linea con le nostre aspettative, confermando quei commenti di deciso apprezzamento che già avevamo raccolto in fase di progettazione e presentazione delle collezioni.

Analisi delle Vendite

I ricavi netti dei primi 9 mesi 2019 sono pari a 459,2 milioni di Euro, in aumento del +8,8% a cambi correnti (+7,7% a cambi costanti) rispetto ai 422,1 milioni di Euro dello scorso anno.

Mercato Italiano – fatturato pari a 76,1 milioni di Euro (16,6% sul totale), in aumento del +2,2% rispetto a 74,4 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

Crediamo che Pitti Immagine in Firenze, insieme alla Fashion Week di Milano, siano tra le più importanti manifestazioni di moda al mondo. Si tratta di un altissimo momento di condivisione e incontro tra “industria” e “stampa”, che riteniamo abbia un grandissimo valore, rappresentando l'identità del gusto e del trend mondiale.

Per questo motivo il mercato italiano riveste un'importanza assoluta, non limitata al business generato ma estesa al più ampio concetto di lifestyle.

Mercato Europeo – crescita del +9,6%, con vendite pari a 139,5 milioni di Euro (30,4% sul totale) rispetto a 127,4 milioni di Euro al 30 settembre 2018.



BRUNELLO CUCINELLI

Solide le performance in tutte le aree del mercato europeo, con Londra e Parigi che si confermano, insieme a Milano, tra le più importanti capitali mondiali della moda, punto di riferimento e confronto non solo per i clienti finali, ma per tutti gli operatori del settore.

Mercato Nordamericano – aumento del +9,2%, con un fatturato pari a 148,2 milioni di Euro (32,2% sul totale) rispetto a 135,7 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

I continui risultati di crescita sono supportati dalle performance sia nel canale monobrand, sia nel canale multibrand, che indirizza la propria offerta verso un lusso assoluto fatto di capi unici e speciali. I positivi trend sono inoltre sostenuti dalla presenza in località di prestigio e dai rapporti di fiducia e stima instaurati con il cliente, sia esso il cliente finale o il cliente multibrand.

Cina – crescita del +14,4%, con vendite pari a 43,5 milioni di Euro (9,5% sul totale) rispetto a 38,1 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

Il nostro progetto “**Impero Celeste**” prosegue con grande soddisfazione, e i risultati molto positivi dei primi 9 mesi dell’anno evidenziano una progressiva e sostenibile crescita del business. Molto bello è il rapporto di stima, fiducia e condivisione che abbiamo provato a creare nel corso degli anni con il cliente cinese finale e il multibrand, rapporto che sta dando importanti soddisfazioni.

Resto del Mondo – incremento del +11,3%, con vendite pari a 51,9 milioni di Euro (11,3% sul totale) rispetto a 46,6 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

Solide crescite in tutte le aree geografiche di riferimento, grazie all’offerta di collezione che incrocia la domanda sofisticata del cliente internazionale, solito ad acquistare nel mercato domestico così come in occasione di viaggi di piacere o business.

Ricavi per Canale Distributivo

Canale monomarca Retail – aumento del +11,2%, con ricavi pari a 229,2 milioni di Euro (49,9% sul totale) rispetto a 206,1 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

I primi 9 mesi del 2019 riportano un positivo trend LFL, supportato da solidi sell-out di vendita delle collezioni Primavera Estate 2019 e Autunno Inverno 2019.

Il network al 30 settembre 2019 è pari a 103 boutique, rispetto alle 100 boutique al 30 settembre 2018, con 3 aperture nel corso di quest’anno.

Canale monomarca Wholesale – crescita del +3,2%, con ricavi che raggiungono i 25,0 milioni (incidenza del 5,4%) rispetto ai 24,2 milioni di Euro al 30 settembre 2018. Il network è pari a 29 boutique, rispetto alle 27 boutique al 30 settembre 2018.

Canale multimarca Wholesale – incremento del +6,9%, con vendite pari a 205,0 milioni di Euro (44,7% sul totale) rispetto a 191,8 milioni di Euro al 30 settembre 2018.

Riteniamo che il rapporto costruito negli anni con i multibrand di tutto il mondo sia alla base delle performance di crescita in questo canale, e del valore altissimo che gli attribuiamo, grazie al confronto continuo che ci porta a indentificare il multibrand quale grande “giudice” delle collezioni.



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. 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. 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 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 2018 pari a 553,0 milioni di Euro (+8,1% rispetto all'anno precedente), di cui l'84,1% fatturato all'estero, e un EBITDA di 95,1 milioni di Euro, in crescita dell'8,8% rispetto l'Ebitda del 2017, con la presenza di circa 1.800 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 132 boutique monomarca (103 boutique dirette e 29 monomarca wholesale) nelle più importanti capitali e città del Mondo e nelle più esclusive località *resort*, con una presenza selezionata in circa 600 multibrand, compresi i principali *department stores* del lusso.

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

Ferdinando de Bellis
Barabino & Partners
Tel. 02/72.02.35.35

Corporate website: www.brunellocucinelli.com

Fine Comunicato n.1264-21

Numero di Pagine: 7