

Informazione Regolamentata n. 1264-45-2026	Data/Ora Inizio Diffusione 15 Ottobre 2026 17:36:09	Euronext Milan
--	--	----------------

Societa' : BRUNELLO CUCINELLI

Utenza - referente : BRUNECUCIN05 - Filippo Sisti

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 15 Ottobre 2026 17:36:09

Data/Ora Inizio Diffusione : 15 Ottobre 2026 17:36:09

Oggetto : Il C.d.A. esamina i Risultati di Fatturato al 30 Settembre 2026

Testo del comunicato

Vedi allegato



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato della gestione al 30/09/26.

- I primi nove mesi dell'anno si chiudono con risultati molto molto positivi, che ci consentono di rivedere ulteriormente al rialzo le stime per il 2026, passando da un'attesa del +10-11% a una previsione di crescita dei ricavi del +12% a cambi costanti.
- Ricavi pari a 1.123,6 milioni di Euro in crescita del +13,3% a cambi costanti (+10,2% a cambi correnti). Ricavi del terzo trimestre pari a 374,2 in aumento del +13,5% a cambi costanti.
- Il canale Retail, con un fatturato pari a 741,0 milioni di Euro, registra un incremento del +19% a cambi costanti nei primi nove mesi: importante crescita in tutti i trimestri dell'anno (+17% a cambi costanti nel terzo trimestre), con un aumento a doppia cifra in tutte le geografie.
- Il canale Wholesale, con vendite pari a 382,6 milioni di Euro, conferma un risultato sempre molto solido: +4% a cambi costanti al 30 settembre 2026 (+7% a cambi costanti nel terzo trimestre).
- Andamento molto positivo in tutte le aree geografiche: vendite a cambi costanti in aumento del +20% nelle Americhe, del +7% in Europa e del +14% in Asia, con il significativo contributo della Cina.
- Molto positive le vendite delle collezioni Autunno-Inverno 2026 Uomo e Donna attualmente nei negozi.
- Collezioni Primavera-Estate 2027: completate le campagne di raccolta ordini Uomo e Donna, entrambe con risultati estremamente positivi. Abbiamo raccolto commenti particolarmente favorevoli da parte dei nostri team di vendita, dei clienti multibrand e della stampa internazionale in occasione di Pitti Uomo lo scorso giugno e della recente Fashion Week di Milano per la donna.
- Il nostro posizionamento nel lusso assoluto e la bella atmosfera che continuiamo a percepire intorno al nostro brand ci consentono di guardare con fiducia anche al 2027, anno in cui ci attendiamo una sana ed equilibrata crescita dei ricavi intorno al +10%.
- La prossima settimana, a Tokyo, Shanghai e Hong Kong, avranno luogo le importanti premiere del film-documentario "Brunello, il visionario garbato", dopo il grande apprezzamento ricevuto a Roma, New York e Parigi. In occasione dell'evento di Shanghai inaugureremo inoltre la nostra Casa Cucinelli, in un'affascinante dimora storica di fine Ottocento della città.
- All'inizio di novembre Solomeo ospiterà la seconda edizione di "La Paulée", prestigioso appuntamento biennale che riunisce alcuni tra i più importanti produttori e collezionisti di vini e champagne al mondo. Un evento di grande significato per noi e per Solomeo, che ci offrirà l'opportunità di accogliere ospiti di rilievo internazionale e condividere con loro l'atmosfera e i valori che animano il nostro Borgo.



BRUNELLO CUCINELLI

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

"I primi nove mesi del 2026 si sono chiusi con una crescita del fatturato del 13,3% (a cambi costanti), un risultato che consideriamo davvero molto interessante.

*Crediamo che l'immagine del brand a livello mondiale rappresenti ciò che da sempre desideriamo, e cioè credere nel **lusso assoluto**, senza logo. Pensiamo a un Brand che rappresenti autenticità, stile, familiarità e semplicità, dove **il prodotto** consista di grande manualità, qualità, creatività, contemporaneità ed esclusività; quest'ultimo aspetto in particolare è per noi importantissimo. Ci sembra altresì che la nostra non sia una notorietà di massa, e il controllo del brand da parte della famiglia ci permette di progettare un po' più a lungo, sperando sempre di godere di buona e sana reputazione e che il brand possa vivere nei decenni a venire.*

A seguito di queste nostre considerazioni ed essendo quasi a fine anno, immaginiamo per il 2026 una sana crescita del fatturato a cambi costanti intorno al 12% e un sano profitto.

*Grazie agli **ottimi risultati** delle collezioni Uomo-Donna Primavera-Estate 2027 e dei favorevolissimi giudizi espressi dalla stampa in occasione della Fashion Week in Milano lo scorso settembre, immaginiamo anche per il 2027 una sana crescita intorno al 10%."*

Solomeo, 15 ottobre 2026 - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – Casa di Moda quotata sul Mercato Euronext Milan – ha esaminato in data odierna il fatturato al 30 settembre 2026, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

Abbiamo chiuso i primi **9 mesi** dell'anno con un risultato molto, molto positivo, registrando un incremento dei ricavi del **+13,3% a cambi costanti** e un fatturato pari a 1.123,6 milioni di Euro.

Il **terzo trimestre**, con ricavi pari a **374,2 milioni di Euro**, registra una crescita del **+13,5% a cambi costanti** - leggermente superiore alle nostre attese iniziali - ben equilibrata tra le diverse geografie, categorie e una perfetta ripartizione tra l'offerta maschile e quella femminile.

La stagione estiva si è chiusa con risultati molto positivi e abbiamo avviato con grande soddisfazione le vendite delle collezioni **Autunno-Inverno 2026**. I sell-out evidenziano un forte apprezzamento per le proposte sia Uomo sia Donna: questi primi riscontri ci permettono di guardare con particolare fiducia agli ultimi mesi dell'anno.

Guardando ai canali distributivi, siamo molto soddisfatti sia dell'**importante crescita** nel canale **Retail** (a cambi costanti +19% nei 9 mesi, con una crescita del +17% nel 3° trimestre), sia del **risultato sempre molto solido** del **wholesale** (+4% a cambi costanti nei 9 mesi).

I ricavi del canale Retail evidenziano una crescita a doppia cifra in tutte le aree geografiche. Le vendite a **parità di perimetro** nel terzo trimestre si mantengono in linea con la performance registrata nei primi 6 mesi dell'anno.

Molto positivo il contributo dei **nuovi spazi**: il peso relativo è stato maggiore nella prima parte dell'anno, beneficiando in particolare delle aperture, degli ampliamenti e delle relocation realizzati nella seconda parte del 2025; con il progressivo avanzare dell'anno, tale incidenza tende naturalmente a normalizzarsi.

Tra gli interventi realizzati nella seconda parte del 2025 ricordiamo in particolare le importanti relocation dei flagship di **Parigi**, in Rue Saint-Honoré, e **Los Angeles**, in Rodeo Drive, oltre all'ampliamento di Bond Street a **Londra**. Questi spazi si sono rapidamente affermati tra le boutique più rilevanti della nostra rete, sia per fatturato sia per immagine.



BRUNELLO CUCINELLI



Siamo molto soddisfatti anche dei risultati della nostra **boutique online**, dopo il lancio del nuovo sito basato sulla piattaforma di **Umana Intelligenza Artificiale "Callimacus"**. Oltre alla crescita delle vendite, attribuiamo grande valore alla qualità dell'immagine e alla sempre maggiore integrazione tra esperienza digitale e boutique fisiche, con un numero crescente di clienti che visita i nostri negozi dopo aver scoperto e selezionato i prodotti attraverso la boutique online.

Molto solido anche l'andamento del **canale wholesale**, con una crescita equilibrata e pienamente coerente con la ricerca di **esclusività** che guida la nostra strategia distributiva, sia negli spazi fisici sia nell'attività digitale e online.

Anche dal punto di vista delle **geografie**, la crescita si conferma ben distribuita, con un contributo positivo da parte di tutti i mercati.

In questo contesto, particolarmente significativo rimane il contributo delle **Americhe** e della **Cina**, che anche nel terzo trimestre mantengono ritmi di crescita molto sostenuti e sostanzialmente in linea con il trimestre precedente, pur confrontandosi con basi di comparazione progressivamente più impegnative.

Importante anche il contributo dell'**Europa**, che continua a rappresentare un mercato di riferimento per la nostra Casa di Moda, sostenuto dalla solidità della **clientela locale** e dal contributo del **turismo internazionale**.

La **solidità** del nostro modello di business e la **dimensione** ancora relativamente contenuta della nostra Casa di Moda ci permettono di guardare con fiducia al **lungo periodo**, immaginando una **sana crescita** che preservi nel tempo esclusività e identità.

I fondamentali della nostra Casa di Moda e del nostro brand

Nel guardare al futuro della nostra Casa di Moda, ci pare di godere oggi di un'**ottima reputazione**, che desideriamo custodire e rafforzare nel tempo.

Il **controllo della Famiglia** ci permette di progettare a lungo termine, secondo una volontà forte e condivisa, con la speranza che il nostro brand possa **vivere nei secoli**.

Crediamo profondamente in una **crescita sana e sostenibile**, accompagnata da un atteggiamento prudente anche nei momenti più favorevoli, come quelli vissuti negli ultimi anni.

Questa visione di lungo periodo ci consente di **lavorare con maggiore serenità**, riducendo le tensioni della quotidianità e affrontando il futuro con forza e determinazione.

In questo percorso attribuiamo grande importanza alla **responsabilità verso l'ambiente** nel suo complesso e alla **cura di Solomeo**, il luogo dove tutto avviene e che rappresenta il cuore della nostra Casa di Moda.

Rimane centrale la nostra convinzione nel **lusso assoluto, discreto e gentile**, espressione di un **brand italiano di abbigliamento maschile e femminile**, con un equilibrio del 50% tra Uomo e Donna, profondamente legato al puro **Made in Italy**.

Desideriamo che il nostro brand continui a rappresentare **autenticità, semplicità, familiarità e stile**, attraverso prodotti di **grande artigianalità, qualità, creatività ed esclusività**, mantenendo per **ogni creazione** un posizionamento e un livello qualitativo coerenti con l'identità della nostra Casa di Moda.

In particolare, crediamo che l'**unicità** e l'**esclusività** abbiano oggi un **valore ancora più importante**.

Per questo continuiamo a ricercare e valorizzare il **talento creativo**, affinché la nostra Casa di Moda rimanga **contemporanea e moderna**, senza affidare rilievo alle collezioni a prodotti evergreen, che riteniamo possano contribuire a un rapido invecchiamento del brand.

Non abbiamo oggi una notorietà di massa e non desideriamo averla: vogliamo piuttosto **preservare la**



BRUNELLO CUCINELLI

nostra identità, mantenendo per tutti i prodotti un posizionamento e una qualità coerenti, e riservando ai nostri **clienti un trattamento particolare**, più umano e attento, affinché possano sentirsi sempre accolti e coccolati.

Alla base di questa visione vi sono infine i nostri **collaboratori** e il **riconoscimento del talento umano**. Crediamo che, per trasmettere i mestieri artigianali alle nuove generazioni, sia fondamentale rendere il **lavoro sempre più dignitoso** e desiderabile, attraverso **salari più elevati** e **luoghi di lavoro più belli e accoglienti**.

Allo stesso modo, attribuiamo grande valore alla scelta di **collaboratori perbene** ed **empatici**, nella convinzione che un **clima aziendale sereno** e positivo possa fare la differenza nella vita quotidiana dell'impresa.

È attraverso il **rispetto delle persone**, la **valorizzazione del loro talento** e la **trasmissione del sapere** artigianale che desideriamo continuare a costruire il futuro della nostra Casa di Moda.

Ricavi per Area Geografica

	9 mesi 2026	% su	9 mesi 2025	% su	Var. %	Var. %
	Eur '000	Ricavi	Eur '000	Ricavi	corrente	costante
Europa	393.909	35,1%	370.084	36,3%	6%	7%
Americhe	418.265	37,2%	365.748	35,9%	14%	20%
Asia	311.451	27,7%	283.339	27,8%	10%	14%
Ricavi	1.123.625	100,0%	1.019.171	100,0%	10%	13%

Europa

I ricavi in Europa si attestano a 393,9 milioni di Euro, con un incremento del +7% a cambi costanti rispetto ai primi 9 mesi del 2025 (+6% a cambi correnti) e un'incidenza del 35,1% sul fatturato complessivo.

In Europa prosegue una crescita equilibrata, sostenuta da una dinamica particolarmente positiva del **Retail**, che mantiene nel terzo trimestre un incremento a **doppia cifra** in continuità con il trend della prima parte dell'anno.

Il ruolo della **clientela locale** rimane centrale nel sostenere i risultati del trimestre, affiancato dal contributo del **turismo internazionale**, in particolare della clientela appartenente alla fascia più alta del lusso.

Anche il canale **wholesale** registra una crescita nel terzo trimestre, sostenuta dalle consegne delle collezioni Autunno-Inverno 2026.

Americhe

Le Americhe registrano ricavi pari a 418,3 milioni di Euro, in crescita del +20% a cambi costanti rispetto allo stesso periodo del 2025 (+14% a cambi correnti), rappresentando il 37,2% dei ricavi complessivi.

Nelle Americhe prosegue un percorso di crescita particolarmente sostenuto, che nel terzo trimestre conferma il ritmo molto positivo della prima parte dell'anno. La domanda si mantiene forte e diffusa sull'intero territorio, con risultati molto positivi sia nelle **principali metropoli** e nei più **importanti resort**, sia nei **nuovi centri di interesse**, dove osserviamo un progressivo ampliamento della nostra clientela.



BRUNELLO CUCINELLI

In questo contesto, le aperture di **Nashville** e **Naples** nella prima parte dell'anno e di **San Diego** nel terzo trimestre ci consentono di accompagnare l'ampliamento geografico della nostra clientela, preservando l'autenticità e l'alto profilo dell'immagine del brand.

Positivo il contributo del canale **wholesale**, sostenuto dalle vendite nelle Specialty Boutique e nei principali Luxury Department Store.

Asia

In Asia i ricavi raggiungono 311,4 milioni di Euro, con una crescita del +14% a cambi costanti rispetto ai primi 9 mesi del 2025 (+10% a cambi correnti) e un peso del 27,7% sul fatturato complessivo.

In Asia la crescita si conferma a **doppia cifra** in **tutti i trimestri** dell'anno, mantenendo nel terzo un ritmo in linea con quello del secondo.

La **Cina** continua a rappresentare uno dei principali motori di sviluppo dell'area, con vendite in forte aumento e un contributo del Retail che assume progressivamente maggiore rilevanza sui ricavi del Gruppo. Riteniamo che questa dinamica sia sostenuta da un'evoluzione della **domanda** sempre più orientata verso l'**abbigliamento**, con la ricerca di capi speciali ed esclusivi e uno stile discreto e sofisticato. In questo contesto, il brand Brunello Cucinelli continua a essere percepito in Cina come un brand **giovane, fresco** e fortemente identificato con la parte più **alta del lusso**.

Giappone e **Corea del Sud** continuano a riportare risultati positivi, sostenuti prevalentemente dalla clientela locale. In **Medio Oriente** il terzo trimestre ha registrato un andamento solido, in un periodo caratterizzato dalla fisiologica bassa stagionalità dei mesi di luglio e agosto e da una minore presenza del turismo internazionale. Da settembre ha preso avvio la stagione più importante per l'area, che interessa in particolare l'ultimo trimestre dell'anno.

Ricavi per Canale Distributivo

	9 mesi 2026	% su	9 mesi 2025	% su	Var. %	Var. %
	Eur '000	Ricavi	Eur '000	Ricavi	corrente	costante
Retail	741.041	66,0%	645.793	63,4%	15%	19%
Wholesale	382.584	34,0%	373.378	36,6%	2%	4%
Ricavi	1.123.625	100,0%	1.019.171	100,0%	10%	13%

Canale retail

Ricavi pari a 741,0 milioni di Euro, in crescita del +19% a cambi costanti rispetto allo stesso periodo del 2025 (+15% a cambi correnti), con un'incidenza del 66,0% sul fatturato complessivo.

Il canale retail continua a registrare una crescita molto positiva, sostenuta da una solida dinamica organica e dal contributo dei nuovi spazi commerciali. Le vendite a **parità di perimetro** nel terzo trimestre si mantengono in linea con il trend della prima parte dell'anno, accompagnate dal progressivo ampliamento della base clienti e dalla crescita della spesa della clientela consolidata.

Il contributo delle **nuove aperture, ampliamenti e relocation** è stato particolarmente significativo nel primo semestre, beneficiando della piena contribuzione degli importanti progetti completati nella seconda parte del 2025. Con il progressivo avanzare dell'anno e il consolidamento della base di confronto, il contributo di questi spazi tende naturalmente a ridursi nel secondo semestre. Al 30 settembre 2026 il network include **142 boutique dirette**.



BRUNELLO CUCINELLI

Canale wholesale

Ricavi pari a 382,6 milioni di Euro, con un incremento del +4% a cambi costanti rispetto ai primi 9 mesi del 2025 (+2% a cambi correnti) e un peso del 34,0% sui ricavi complessivi.

Il canale mantiene un andamento coerente con le nostre attese, con il terzo trimestre sostenuto dalle consegne delle collezioni **Autunno-Inverno 2026** e riassortimenti delle collezioni **Primavera-Estate 2026**.

Questi risultati riflettono anche la qualità della nostra rete di partner multibrand, realtà moderne che consideriamo fondamentali per la **longevità** del brand e con le quali condividiamo la ricerca di un approccio rigoroso e selettivo alla distribuzione, volto a preservare la coerenza del **posizionamento** sia negli **spazi fisici** sia sulle **piattaforme digitali**.

Le nostre aspettative

I risultati molto, molto positivi dei primi 9 mesi del 2026 ci consentono di guardare con grande fiducia alla parte finale dell'anno. Su queste basi, immaginiamo per il **2026 una crescita dei ricavi pari al +12% a cambi costanti** (con un impatto negativo della valuta pari a circa due punti e mezzo), rivedendo ulteriormente al rialzo la previsione di crescita a cambi costanti del +10-11% indicato a luglio e la stima di inizio anno del +10%.

Nel **Retail**, per l'ultima parte dell'anno ci attendiamo la prosecuzione della bella crescita delle vendite a parità di perimetro, accompagnata da un contributo degli spazi progressivamente più contenuto, coerentemente con la tempistica delle aperture, degli ampliamenti e delle relocation realizzati nel 2026 e, soprattutto, nella seconda parte del 2025, il cui apporto alla crescita era stato più significativo nella prima parte del 2026.

A supporto delle nostre attese, i **sell-out delle collezioni Autunno-Inverno 2026** evidenziano riscontri molto favorevoli sia per l'Uomo sia per la Donna, comuni alle diverse categorie di prodotto.

Alla dinamica del Retail si affianca la **solidità** che ci attendiamo dal canale **wholesale** nell'ultima parte dell'anno. Le consegne delle collezioni **Autunno-Inverno 2026** sono state molto puntuali e hanno permesso ai nostri clienti multi di realizzare un'ottima partenza delle vendite, registrando fin dalle prime settimane della nuova stagione dati di sell-out molto interessanti.

A questo si aggiunge l'ottima accoglienza delle collezioni **Primavera-Estate 2027**, con le raccolte ordini Uomo e Donna concluse con risultati molto favorevoli e un grande apprezzamento da parte della **stampa internazionale** in occasione della recente Fashion Week di Milano.

Questi elementi rafforzano la nostra fiducia e ci offrono una buona visibilità sull'avvio del prossimo anno, per il quale confermiamo l'attesa di una **crescita** dei ricavi pari al **+10%** per il **2027**.

Nel guardare al futuro della nostra Casa di Moda, riteniamo altrettanto importante continuare a coltivare quel **rapporto speciale** con i nostri clienti che da sempre accompagna il nostro percorso di crescita, attraverso momenti di incontro, condivisione e autentica ospitalità.

La prossima settimana, a **Tokyo, Shanghai e Hong Kong**, avranno luogo le premiere del film-documentario **"Brunello, il visionario garbato"**, dopo il grande apprezzamento ricevuto a Roma, New York e Parigi. In occasione dell'evento di **Shanghai** inaugureremo inoltre la nostra **Casa Cucinelli**, all'interno di una delle dimore storiche più prestigiose della città.

Le **Case Cucinelli**, oggi 10 nel mondo, rappresentano per noi luoghi speciali di incontro e ospitalità, nei quali condividere con i nostri ospiti i valori, lo stile di vita e la quotidianità della nostra Casa di Moda,



BRUNELLO CUCINELLI

coltivando nel tempo quel legame umano e autentico che consideriamo parte essenziale del nostro modo di intendere il lusso.

Lo stesso spirito di ospitalità e condivisione troverà espressione all'inizio di novembre a Solomeo, in occasione della seconda edizione di **“La Paulée”**, prestigioso appuntamento biennale che riunirà alcuni tra i più importanti produttori e collezionisti di vini e champagne al mondo, insieme a clienti e amici del brand. Un evento di grande significato per noi e per Solomeo, che ci offrirà l'opportunità di celebrare la fine della vendemmia e condividere con ospiti di rilievo internazionale l'atmosfera e i valori che animano il nostro Borgo.

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 rischio e 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 tradizione 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 3.500 Umane Risorse del nostro gruppo.

Contatti: **Investor Relations & Corporate Planning**

Pietro Arnaboldi

Brunello Cucinelli S.p.A.

Tel. 075/69.70.079

Media

Maria Vittoria Mezzanotte

Brunello Cucinelli S.p.A.

Tel. 02/34.93.34.78

Corporate website: www.brunellocucinelli.com

