



BRUNELLO CUCINELLI



## Comunicato Stampa

---

**CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i Ricavi Netti della gestione al 30/09/2022**

- Ricavi netti pari a **642,0 milioni di Euro**, con una splendida crescita del **+27,7%** a cambi correnti (**+23,2%** a cambi costanti) rispetto al 30 settembre 2021;
- **Ottime crescite in tutti i canali e geografie**, con i sell-out delle collezioni Autunno-Inverno 2022 di altissimo valore;
- **Crescite molto, molto belle in tutte le aree: Americhe +45,0%, Asia +22,6%, Europa +21,6%, Italia +10,2%**;
- **Importantissimi risultati sia nel canale retail, in aumento del +43,2%, sia nel canale wholesale, in rialzo del +10,5%**;
- **Questi risultati e il grande apprezzamento registrato per le collezioni attualmente nei negozi ci portano ad immaginare per il 2022 una bellissima crescita dei ricavi vicina al +25%**;

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

*"I risultati di questi nove mesi dell'anno 2022 sono davvero splendidi: stiamo infatti ottenendo grandi risultati dall'immagine che il brand rappresenta nel mondo per il suo stile, per il modo di lavorare e per la concezione umanistica del business, e ci fanno pensare a un fine anno prodigioso, con una crescita del fatturato vicina al 25%.*

*Seguitiamo a sostenere il nostro grande progetto per un grande futuro: "Le condizioni universali di lavoro per l'essere umano".*

*Non vi è dubbio che disporre delle strutture produttive e commerciali a pieno regime, non avendo licenziato alcuno durante gli ultimi due anni, ci consente di far fronte all'importante quantità di merce richiesta dal mercato dove, in linea generale, la domanda supera l'offerta. La debolezza dell'Euro e le filiere corte di produzione stanno premiando non solo noi ma l'intero comparto manifatturiero di pregio italiano, a dimostrazione di quanto sia forte il nostro stato sociale.*

*La raccolta di ordini per la Primavera-Estate Uomo-Donna 2023 è stata ottima, sia per l'immagine che per le quantità. Tutto questo ci fa immaginare un 2023 con un fatturato in solida crescita del 10%".*



## BRUNELLO CUCINELLI

*Solomeo, 19 ottobre 2022* - Il Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli S.p.A. – Casa di Moda operante nel settore dei beni di lusso, quotata sul Mercato Telematico Azionario di Borsa Italiana (ora, Euronext) – ha esaminato in data odierna i ricavi netti consolidati di vendita al 30 settembre 2022, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

\*\*\*

Siamo estremamente soddisfatti della splendida crescita dei ricavi in questi **primi 9 mesi 2022**, pari al **+27,7%** (+23,2% a cambi costanti), e lusingati dalla **grande attenzione e favore** che riscontriamo attorno al nostro brand e alla nostra Casa di Moda.

La **crescita** ci appare oggi **particolarmente solida, ben distribuita** geograficamente, **sinergica** in entrambi i canali di vendita ed **equilibrata** tra uomo e donna.

**Estremamente positivo** è il dato di **sell-out** registrato dalle **collezioni Autunno-Inverno Uomo-Donna 2022** attualmente nei negozi. Questo dato attesta il gradimento dei clienti nei confronti della nostra proposta di collezione e ci trasmette **grande fiducia** sulle vendite dell'**ultimo trimestre**.

Sul fronte della domanda registriamo in tutte le geografie una crescente **richiesta di prodotti di altissima qualità** e dal **posizionamento esclusivo**.

Il grande desiderio di **tornare a visitare i nostri negozi fisici** ha reso molto vivaci le nostre boutique, e ci sembra di essere riusciti a creare all'interno dei nostri spazi un'atmosfera accogliente, calda, e un'**ospitalità** autentica e spontanea.

Da sempre l'idea di un'ospitalità attenta, familiare e distesa è il "principio ispiratore" nella realizzazione dei nostri spazi di vendita e rappresenta un **valore fondamentale** per la nostra Casa di Moda, con il desiderio di accogliere il cliente e farlo sentire come a **casa propria**.

Ci pare che la **richiesta di prodotti** di qualità, unici, di altissima artigianalità e grande manualità, **superi**, in linea generale, l'**offerta**.

Crediamo che durante la pandemia il nostro **stato sociale** abbia permesso alle aziende del nostro Paese, insieme a sagge e umanistiche scelte imprenditoriali, di non licenziare esseri umani, preservare la produzione dei manufatti, mantenere le strutture produttive e commerciali a pieno regime.

Pensiamo quindi che l'altissimo valore e la forza di questo nostro stato sociale, le **filiere corte di produzione** presenti nel nostro Paese, e la scelta, presa ad inizio 2020, di **proteggere interamente la nostra struttura produttiva e commerciale**, ci permettano ora di far fronte all'importante quantità di merce richiesta dal mercato, premiando la nostra Casa di Moda e l'intero comparto manifatturiero di pregio italiano.

### **Un grande progetto per un grande futuro: le condizioni universali di lavoro per l'essere umano**

Attribuiamo infine una straordinaria importanza al nostro "**grande progetto per un grande futuro: le condizioni universali di lavoro per l'essere umano**".

Vorremmo infatti continuare a dedicare grandissima attenzione ai **luoghi di lavoro**, alle **ore lavorative e di connessione** e al rispetto della **dignità morale ed economica** di tutte le umane risorse.

Riteniamo che questi **temi siano molto forti**, specialmente nei **reparti di produzione**, e in particolare per quelle persone i **cui salari rientrano nella prima fascia** retributiva, e vorremmo che fossero un po' più alti. Pensiamo che solo tornando a dare questa dignità morale ed economica, possiamo immaginare che i **giovani** vengano a lavorare **nelle nostre fabbriche**, e questo è anche ciò che cerchiamo di mettere in pratica nelle belle, a nostro giudizio, "**Scuole delle Arti e dei Mestieri di Solomeo**".

\*\*\*

**Ricavi per Area Geografica**

	<b>9 mesi 22</b>	<b>% sul</b>	<b>9 mesi 21</b>	<b>% sul</b>	<b>Var. %</b>
	<b>Eur '000</b>	<b>tot. fatt.</b>	<b>Eur '000</b>	<b>tot. fatt.</b>	
<b>Europa</b>	184.174	28,7%	151.418	30,1%	21,6%
<b>Italia</b>	78.032	12,2%	70.815	14,1%	10,2%
<b>Americhe</b>	233.850	36,4%	161.281	32,1%	45,0%
<b>Asia</b>	145.970	22,7%	119.076	23,7%	22,6%
<b>Ricavi Netti tot.</b>	<b>642.026</b>	<b>100,0%</b>	<b>502.590</b>	<b>100,0%</b>	<b>27,7%</b>
<b>var.% a cambi costanti</b>					<b>23,2%</b>

**Europa** – ricavi pari a 184,2 milioni di Euro, con un incremento del +21,6% rispetto al 30 settembre 2021, e un peso pari al 28,7%.

**I risultati molto positivi in tutti i Paesi** confermano la grandissima vitalità del mercato domestico europeo.

**Ottima stagione** anche in tutte le **località resort** che hanno beneficiato di una rapida e robusta ripresa del **turismo internazionale** in particolar modo proveniente dal Nord America.

**Numerosi** piccoli **eventi** hanno animato sia le nostre boutique dirette che gli spazi dei nostri partner wholesale, garantendo un'**ottima visibilità** alle nuove **collezioni** e nutrendo il rapporto con numerosi **clienti, affezionati e nuovi**.

**Italia** – ricavi pari a 78,0 milioni di Euro, in crescita del +10,2% rispetto ai primi 9 mesi del 2021, con un peso relativo del 12,2%.

L'Italia riveste una **grandissima importanza** non solo per i risultati raggiunti, ma soprattutto per l'influenza sul gusto mondiale e il contributo al valore del brand.

La **Fashion Week di Milano** del mese di settembre ha rappresentato per noi e per l'intera industria un momento particolarmente significativo, dopo diverse edizioni condizionate dalla pandemia.

La grande **salute dei nostri negozi diretti** e la rinnovata **vitalità e progettualità** dei nostri partner **multimarca** ci permette di immaginare un bellissimo risultato del Nostro Paese a fine anno.

La forte domanda di mercato di capi speciali e manufatti di alto valore contribuisce anche ai risultati raggiunti nel canale wholesale, con i partner che, per soddisfarne le richieste a fronte di una limitata offerta sul mercato, hanno aumentato nel mese di giugno le richieste di consegna delle collezioni Autunno Inverno 2022, favorendo quindi la performance dei primi 6 mesi dell'anno.

**Americhe** – vendite pari a 233,8 milioni di Euro, in aumento del +45,0% rispetto al 30 settembre 2021, con un peso sulle vendite pari al 36,4%.

Importante aumento nei primi 9 mesi dell'anno, con la **domanda** del cliente americano della **fascia alta del lusso** che evidenzia una forte **connotazione strutturale**, con un significativo potenziale di crescita anche nel medio-lungo periodo.

Siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti, ritenendo il mercato americano importante per le **vendite** e per l'**immagine del brand**.

Per quanto riguarda i ricavi dei 9 mesi, il **canale diretto** beneficia sia dell'aumento a parità di perimetro, sia del significativo contributo di selezionate aperture e ampliamenti di boutique esistenti.



## BRUNELLO CUCINELLI

Veramente molto molto belli anche i risultati riportati nel **canale wholesale**, con una solida presenza nei Department Stores del lusso e in prestigiosi Specialty Stores.

Ricordiamo infine che le crescite del primo semestre 2022 beneficiavano anche della base di comparazione dello scorso anno, in cui il peso delle vendite era proporzionalmente superiore nel secondo semestre rispetto al primo.

**Asia** – fatturato pari a 146,0 milioni di Euro, in rialzo del +22,6% rispetto al primo semestre 2021, con un peso sulle vendite pari al 22,7%.

Siamo particolarmente contenti dello sviluppo del nostro progetto in **Cina**. La nostra soddisfazione deriva sicuramente sia dai risultati, con una **dinamica molto positiva delle vendite** in tutto il Paese e un ulteriore incremento del trend di crescita rispetto alla prima parte dell'anno, sia da importanti **elementi strutturali**.

Assistiamo infatti a un **crescente interesse** per il brand, i suoi **valori** e il **posizionamento**, così come per la nostra **offerta di prodotto**, portatrice di un'idea di **silenziosa raffinatezza**, oggi particolarmente apprezzata da un numero crescente di **clienti cinesi alla ricerca di capi speciali e senza logo**.

**Particolarmente importanti** le crescite in tutte le altre aree geografiche di riferimento. Il **Giappone** riporta un aumento in linea con il trend dei primi 6 mesi dell'anno; il **Middle East** e la **Corea del Sud** confermano la forte solidità dei risultati del primo semestre.

### Ricavi per Canale Distributivo

	9 mesi 22	% sul	9 mesi 21	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
<b>Retail</b>	379.396	59,1%	264.879	52,7%	43,2%
<b>Wholesale</b>	262.630	40,9%	237.711	47,3%	10,5%
<b>Ricavi Netti tot.</b>	<b>642.026</b>	<b>100,0%</b>	<b>502.590</b>	<b>100,0%</b>	<b>27,7%</b>

**Canale retail** – fatturato pari a 379,4 milioni di Euro, in crescita del +43,2% rispetto al 30 settembre 2021, con un peso relativo delle vendite pari al 59,1%.

L'aumento del fatturato nei 9 mesi è correlato alla crescita delle vendite a **parità di perimetro**, con **importantissimi sell-out** delle collezioni **Autunno-Inverno 2022**, e al significativo contributo dei **nuovi spazi**.

Rispetto ai primi 6 mesi dell'anno, la base di comparazione nel secondo semestre 2022 diventa progressivamente più omogenea, anche a fronte delle tempistiche dello sviluppo del network, che in particolare nei mesi passati ha incluso importantissime aperture di **flagship** e **boutique**, prestigiosi **ampliamenti**, e **conversioni** alla gestione diretta di spazi all'interno dei Luxury Department Stores.

Con l'apertura della boutique diretta a **Palo Alto** nel terzo trimestre 2022, il numero di **boutique retail** sale a **118** rispetto alle 117 al 30 giugno 2022 (113 boutique al 30 settembre 2021); il numero di **hard shop** è pari a **42**, invariato sia rispetto al 30 giugno 2022, sia rispetto al 30 settembre 2021.

**Canale wholesale** – vendite pari a 262,6 milioni di Euro, con aumento del +10,5% rispetto al 30 settembre 2021, e un peso relativo pari al 40,9%.

L'incidenza sulle vendite del canale wholesale è pienamente in linea con le nostre aspettative e molto prossimo alle attese di fine anno; riteniamo questo mix di canale sano e di grande valore e garanzia per la custodia del nostro brand.



## BRUNELLO CUCINELLI

I **bellissimi risultati** delle collezioni **Autunno-Inverno 2022**, e i relativi sell-out di vendita molto positivi confermano gli **ottimi risultati** che già erano stati raggiunti con le collezioni **Primavera-Estate 2022**.

Siamo quindi assolutamente soddisfatti della significativa crescita nel canale wholesale, con gli stessi partner che, come anticipato, hanno richiesto maggiori consegne delle collezioni Autunno Inverno 2022 nel mese di giugno, per soddisfare la forte domanda del cliente finale di capi artigianali e manufatti di alto di gamma.

\*\*\*

### Le nostre attese

Crediamo che il nostro **brand** stia vivendo un **momento di grande positività a livello mondiale**, e ci sembra che anche gli spazi che noi chiamiamo **Casa Cucinelli**, creati nelle grandi capitali del mondo, stiano contribuendo a dare sempre maggior forza alla nostra **idea di ospitalità** e di **relazione con il cliente**, nel desiderio di accoglierlo e farlo sentire ovunque come a casa propria.

Siamo pienamente soddisfatti della **bellissima crescita** dei primi **9 mesi** dell'anno: tutte le aree geografiche e canali hanno riportato **risultati davvero speciali**, sia sotto il profilo dei **numeri** che sotto il profilo dell'**immagine**, così come le vendite delle **ultime settimane**.

Abbiamo la sensazione che ci sia **molta, molta richiesta di manufatti che amiamo definire "speciali"**: prodotti di pregio, di altissima artigianalità e manualità, molto esclusivi, che si possano "riparare" e in qualche maniera lasciare in **eredità**.

Crediamo che la **richiesta di questi manufatti superi l'offerta**, e pensiamo che la presenza di strutture produttive e commerciali a pieno regime, non avendo licenziato alcuno durante gli ultimi due anni, ci consentono di **far fronte all'importante** quantità di merce **richiesta** dal mercato.

Pensiamo inoltre che le **filiere corte di produzione** stiano premiando la nostra Casa di Moda e l'intero comparto manifatturiero di pregio italiano, a dimostrazione della **forza del nostro stato sociale**.

Immaginiamo quindi per il **2022** un **grande anno da record**, con una **splendida crescita** del fatturato **vicina al +25%**.

Consideriamo il **2022** l'anno del "**totale riequilibrio**", e insieme alla forte progressione del fatturato dopo il periodo caratterizzato dalla pandemia, attendiamo il completo **riequilibrio della marginalità**, tornando ai livelli di "normalità" pre-pandemia.

Nel 2022 prosegue l'**importantissimo progetto degli investimenti**, cercando di mantenere sempre moderna la nostra **Casa di Moda** e la nostra "**bella fabbrica**".

Con grande fiducia, possiamo inoltre immaginare per il **2023** un fatturato in **solida crescita del +10%**, sostenuti dall'**ottima raccolta** degli ordini **Primavera-Estate Uomo-Donna 2023**.

La **raccolta** si è infatti conclusa con **bellissimi risultati**, e attribuiamo infine un grande valore al **forte apprezzamento** della **stampa specializzata**, ricevuto sia in occasione della presentazione di Pitti per l'uomo, sia durante la Fashion Week della donna in Milano.

\*\*\*



## 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 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 – che opera nella **creazione di manufatti di lusso**. La nostra Casa di Moda, da sempre **radicata nel borgo medievale di Solomeo**, è considerata espressione autentica dell'idea di "Capitalismo Umanistico", capace di conciliare una crescita costante e solida con una filosofia imprenditoriale volta ai grandi temi dell'**Armonia con il Creato** e dell'**Umana Sostenibilità**.

Specialista per le produzioni in cashmere, il **brand** è ritenuto **tra i più esclusivi del prêt-à-porter chic**, riconosciuto in tutto il mondo come espressione di lifestyle quotidiano. La combinazione di **modernità e artigianalità**, di **eleganza e creatività**, di **passione e valori umani** rendono Brunello Cucinelli tra i più esclusivi e ammirati **testimonial del gusto italiano** nel mondo, interpretando autenticamente quei valori di **sartorialità** e alta **artigianalità** caratteristici del **Made in Italy** e peculiari del territorio umbro, sapientemente coniugati con l'attenzione all'**innovazione** e alla **contemporaneità dello stile**.

Attraverso un **percorso di crescita sano, equilibrato e sostenibile**, il grande obiettivo dell'impresa è quello di provare a realizzare profitti con **etica e armonia**, nel pieno rispetto della dignità morale ed economica delle oltre 2.100 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

\*\*\*

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](http://www.brunellocucinelli.com)