



# BRUNELLO CUCINELLI



## Comunicato Stampa

---

### **CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati preliminari della gestione dell'anno 2022**

- **Splendidi risultati, con ricavi netti pari a 919,5 milioni di Euro e una forte crescita del +29,1% a cambi correnti (+24,8% a cambi costanti) rispetto al 2021;**
- **Importantissima crescita dei ricavi in tutte le aree geografiche: Americhe +40,5%, Europa +20,8% (di cui Italia +21,8%), Asia +28,1%;**
- **Ottime crescite nei canali di vendita: retail +36,6%, wholesale +18,4%;**
- **Investimenti significativi pari a circa 73 milioni di Euro, cui si aggiungono 15,05 milioni di Euro per l'acquisizione del 43% del prestigioso Lanificio Cariaggi Cashmere, da sempre nostro fornitore di cashmere di altissima qualità;**
- **Solida struttura patrimoniale, con Indebitamento Finanziario Netto caratteristico<sup>1</sup> pari a circa 8 milioni di Euro in miglioramento rispetto ai 23 milioni dello scorso anno.**

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

*“Il 2022 è stato senza dubbio il nostro anno da primato, perché abbiamo realizzato un fatturato in crescita del 29% e contemporaneamente l'immagine del brand si è fortemente consolidata a livello mondiale. La bella qualità delle vendite ci fa immaginare anche un ottimo risultato economico.*

*Gli importanti ordini in portafoglio della collezione Primavera-Estate 2023 e lo straordinario inizio della campagna vendite Autunno-Inverno 2023 ci permettono un'eccellente previsione per questo anno in corso dove immaginiamo una bella crescita intorno al 12% e di conseguenza il raggiungimento di un importante traguardo, e cioè un miliardo di Euro di fatturato.*

*È pertanto con un sentimento di profonda gratitudine verso ogni nostro partner, verso i giornalisti, gli investitori e gli analisti, che auguriamo a tutti un nuovo anno pieno di serenità e di umana spiritualità.”*

---

<sup>1</sup> Esclude i debiti finanziari per leasing; pertanto, il dato riportato esclude l'applicazione del principio contabile IFRS 16.



## BRUNELLO CUCINELLI

*Solomeo, 9 gennaio 2023* - 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 preliminari di vendita dell'anno 2022 e l'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2022. I dati annuali completi e definitivi dell'esercizio 2022 saranno esaminati e approvati dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il 15 marzo prossimo.

\*\*\*

Il **2022** è stato un anno **splendido**, da **record** con una **crescita** dei ricavi pari al **+29,1%** conseguiti in modo solido e consistente, in tutte le aree geografiche.

Pensiamo che tale risultato sia stato favorito da una **forte domanda del mercato** nel corso dell'intero anno, rivolta in modo particolare verso **prodotti di altissima qualità**, ispirati da un **gusto "più sobrio"** rispetto al recente passato.

Crediamo che il fascino dell'**esclusività** sia stato particolarmente attrattivo nell'abbigliamento così come in molti altri settori del lusso, premiando in modo particolare i brand dal **posizionamento più alto**.

All'interno di questo contesto di mercato, pensiamo che il risultato ottenuto premi la **creatività** espressa nelle nostre collezioni **Primavera Estate** e **Autunno Inverno**, giudicate già in sede di presentazione dalla stampa specializzata **tra le più belle di sempre** della nostra Casa di Moda. Crediamo che il prodotto debba essere il protagonista al centro dell'attività aziendale.

Allo stesso modo crediamo che la **solidità** della nostra **struttura produttiva** e la **qualità** della **struttura distributiva** siano risultati determinanti nel permetterci di cogliere le opportunità offerte dal mercato.

Non vi è dubbio che le seguenti **quattro grandi decisioni prese nel marzo 2020** durante la pandemia ci hanno permesso di mantenere ottimi rapporti con tutti gli attori del business e proprio in questo anno si è sentita la positività di queste scelte:

- 1) **non licenziare** nessun collaboratore nel mondo e **garantire loro lo stesso salario** del 2019;
- 2) **non chiedere sconti** di nessun genere a chiunque (ma questo fa parte della nostra cultura);
- 3) la merce in sovrappiù delle boutique chiuse destinata al progetto "**Brunello Cucinelli for Humanity**";
- 4) mantenere un livello di **magazzino solido** come di consuetudine, per essere pronti alla ripartenza.

Un plauso speciale va al nostro **stato sociale italiano** che, consentendoci per questo periodo di pandemia di non licenziare alcun collaboratore, sostenendoci in parte economicamente, ci ha permesso di mantenere le nostre strutture produttive e commerciali in piena forza.

Non vi è dubbio che in questo 2022 la richiesta mondiale di prodotti di lusso ha superato l'offerta e quindi per noi come per moltissime azienda italiane, ha portato grandi benefici.

Non sarà facilissimo ripristinare a pieno le strutture produttive mondiali, e quindi pensiamo che forse **l'Italia** ne potrebbe ancora in parte beneficiare in questo 2023, come in modo forte ne ha beneficiato in questo anno passato.



## BRUNELLO CUCINELLI



A livello distributivo anche nel 2022 la **complementarietà** e la **sinergia** tra il **canale wholesale** ed il **retail** è stata particolarmente importante, permettendoci di considerare **“domestici”** tantissimi paesi al mondo, e di **“incontrare”** la domanda sia nelle **grandi città** che nelle **città di provincia** e nelle **località resort**.

Il mondo **multimarca** ha vissuto un anno di **grande vivacità operativa e progettuale**; negli Stati Uniti ottima è stata la performance dei Department Stores del lusso, così come quella dei più importanti Specialty Stores italiani, europei ed asiatici.

Siamo profondamente onorati dall'assegnazione a Brunello Cucinelli del prestigioso riconoscimento **“Neiman Marcus Fashion Award for Distinguished Service in the field of Fashion”** per il 2023, importantissimo premio che rende merito alle figure che nel mondo hanno maggiormente influenzato la Moda, la cui cerimonia di premiazione si svolgerà a Parigi durante la Fashion Week di marzo.

Questo riconoscimento corona una partnership di lunghissima durata e di reciproco successo, basato su una comune stima e su un'interazione costante.

Per quanto riguarda il **canale retail**, anche quest'anno abbiamo fortemente investito nella costante qualificazione del network delle nostre boutique con **selezionate e prestigiose aperture, alcuni ampliamenti e riposizionamenti** in importanti città, e nel **costante rinnovamento** di tutti i nostri showroom.

Crediamo di essere riusciti a creare nelle boutique **ambienti molto caldi ed accoglienti**, con l'introduzione di piccoli bar di diverso formato, il mantenimento di aree non direttamente destinate alla vendita, con ampie sedute e piccole librerie, provando a comunicare un senso di **ospitalità autentica** e un'idea di lusso **“garbato e sostenibile anche umanamente”**.

Lo stesso desiderio di condividere il valore fondamentale dell'**ospitalità** è stato il principio ispiratore della realizzazione delle **Case Cucinelli**, presenti oggi a Solomeo, Milano, Parigi, New York, Londra e Tokyo.

In questi spazi di incontro, dove proviamo a dare piena espressione della nostra idea di lifestyle, abbiamo avuto il piacere e l'onore di ricevere molti **“amici” del brand** nel corso dell'anno, tra cui **clienti, partner e giornalisti**, oltre a **investitori e analisti finanziari**.

Con quest'ultimi abbiamo avuto anche l'occasione di celebrare i **10 anni dalla quotazione del 2012**, riunendoci per quelle che abbiamo chiamato **“cene della gratitudine”**, bellissimi momenti di condivisione e confronto su temi altissimi, come Brunello Cucinelli ha avuto modo di commentare:

*“Siamo onorati di aver potuto condividere con voi sin dall'inizio l'idea di mettere al centro dei nostri progetti finanziari innanzitutto la **dignità dell'essere umano**; grazie di cuore per aver creduto, allora come oggi, nei valori fondamentali del **capitalismo umanistico** dell'**umana sostenibilità** che guidano da sempre la nostra impresa”.*

\*\*\*

**Ricavi per Area Geografica**

	<b>Anno 2022</b>	<b>% sul</b>	<b>Anno 2021</b>	<b>% sul</b>	<b>Var. %</b>
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Italia	102.555	11,1%	84.223	11,8%	21,8%
Europa (esclusa Italia)	263.773	28,7%	219.150	30,8%	20,4%
<b>Totale Europa</b>	<b>366.328</b>	<b>39,8%</b>	<b>303.373</b>	<b>42,6%</b>	<b>20,8%</b>
<b>Americhe</b>	<b>334.724</b>	<b>36,4%</b>	<b>238.238</b>	<b>33,4%</b>	<b>40,5%</b>
<b>Asia</b>	<b>218.426</b>	<b>23,8%</b>	<b>170.568</b>	<b>24,0%</b>	<b>28,1%</b>
<b>Ricavi Netti</b>	<b>919.478</b>	<b>100,0%</b>	<b>712.179</b>	<b>100,0%</b>	<b>29,1%</b>
<b>var.% a cambi costanti</b>					<b>24,8%</b>

**Italia** – fatturato pari a 102,6 milioni di Euro, in crescita del +21,8% rispetto ai 2021, con un peso relativo dell'11,1%.

Crediamo che il **risultato** raggiunto in Italia possa essere considerato **splendido**. **Molto bella** è stata la crescita dei **negozi diretti** nel corso dell'intero anno, e altrettanto **determinante** è stato il **contributo dei partner multimarca**, visibilmente tornati ad investire con fiducia nelle loro attività.

Crediamo che la **Settimana della Moda di Milano** dello scorso settembre abbia infine segnato un momento molto speciale, anche a livello simbolico. È stata, in qualche modo, la festa della ripresa e della rinnovata socialità, nel segno della raffinatezza del vestire.

**Europa (esclusa Italia)** – ricavi pari a 263,8 milioni di Euro, con un incremento del +20,4% rispetto al 2021, e un peso pari al 28,7%.

Siamo estremamente soddisfatti di questi **bellissimi risultati** del mercato europeo, che testimoniano la grande forza della domanda in tutte le aree geografiche e nazioni, con una crescita ben distribuita tra **grandi capitali e città di provincia**.

La dinamica delle vendite ha beneficiato in maniera strutturale degli acquisti da parte del **cliente locale** e della **mobilità su base regionale**, cui si è aggiunta **nel periodo estivo** il ritorno del **turismo internazionale**, in modo particolare quello proveniente dall'area nord-americana.

Pensiamo infine che le importantissime crescite siano anche frutto dell'impegno rivolto per tutto l'anno ad animare la vita delle nostre **boutique dirette** e quelle dei nostri **partner multimarca**, attraverso piccoli eventi che hanno incontrato il grande desiderio di molti clienti a tornare a vivere i negozi fisici.

**Americhe** – fatturato pari a 334,7 milioni di Euro, in aumento del +40,5% rispetto allo scorso anno, con un peso sulle vendite pari al 36,4%.

Il mercato americano **conferma** pienamente tutti i **significativi risultati** e le dinamiche dei mesi precedenti: la **domanda** relativa all'**alto lusso** non solo si è andata **consolidando**, ma ha pienamente confermato quelle **caratteristiche "strutturali"** che hanno contribuito alla **meravigliosa crescita** raggiunta, e crediamo possano contribuire alle ulteriori crescite che ci aspettiamo nei prossimi anni.



## BRUNELLO CUCINELLI

Questo andamento, favorito da alcune aperture di punti vendita e da ampliamenti di boutique, ci gratifica molto non solo per quanto riguarda direttamente le vendite, ma anche per la **crecente stima** che ci sembra abbia ricevuto il brand.

Il **canale wholesale è andato benissimo**, grazie alla presenza consolidata nei Department Stores del lusso e in prestigiosi Specialty Stores, beneficiando anche di una **domanda di beni di lusso maggiore rispetto all'offerta**, come abbiamo avuto modo di commentare in precedenza.

**Asia** – ricavi pari a 218,4 milioni di Euro, in rialzo del +28,1% rispetto al 2021, con un peso sulle vendite pari al 23,8%.

Siamo soddisfatti dei **forti incrementi** riportati nei **mercati asiatici**, che continuano a rappresentare un **altissimo potenziale** per la nostra Casa di Moda all'interno del progetto di crescita sostenibile nel medio-lungo periodo.

Attribuiamo un **grande valore** alla **crescita "double digit"** realizzata in **Cina**, così come alle **crescite dei ricavi** che siamo stati in grado di raggiungere **in tutti i trimestri del 2022**.

Riteniamo che il valore di questo risultato non sia correlato unicamente al contributo quantitativo alle vendite, ma testimoni il **crecente fascino del nostro brand in Cina**, con un **valore prospettico molto interessante**.

Pensiamo che in Cina stia decisamente aumentando la **rilevanza dell'offerta no-logo e Ready to Wear**, e siamo contentissimi di vedere un **numero crescente di clienti** che entrano nei nostri negozi cercando sia **capi speciali**, sia capi di abbigliamento un po' più **quotidiani**.

Notiamo inoltre in Cina una sempre più **pronunciata attenzione** per l'idea di **Capitalismo umanistico** e per i valori della **Umana sostenibilità**, della **crescita garbata** e della ricerca del **giusto equilibrio** tra **profitto e dono**. La stessa concezione del **vivere secondo armonia**, che ci ispira un radicale ripensamento del rapporto dell'uomo con la natura, immaginiamo possa infatti trovare alcuni contatti con il **pensiero confuciano**, sottolineando un dialogo contemporaneo tra i popoli.

**Ottimo** è infine il **contributo** al risultato finale da parte del **Giappone**, così come da parte di **Corea del Sud e Medio Oriente**, che accelerano i relativi trend di crescita.

### Ricavi per Canale Distributivo

	Anno 2022	% sul	Anno 2021	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Retail	573.329	62,4%	419.817	58,9%	36,6%
Wholesale	346.149	37,6%	292.362	41,1%	18,4%
Ricavi Netti tot.	919.478	100,0%	712.179	100,0%	29,1%

**Canale retail** – fatturato pari a 573,3 milioni di Euro, in crescita del +36,6% rispetto al 2021, con un peso relativo delle vendite pari al 62,4%.

L'importantissimo incremento delle vendite è favorito dalla **crescita a parità di perimetro**, con **sell-out di vendita** molto belli che hanno caratterizzato sia le collezioni della **Primavera Estate** che l'**Autunno Inverno 2022**.



## BRUNELLO CUCINELLI

Significativo il **contributo alla crescita dei nuovi spazi**, con **prestigiose aperture di flagship, boutique, ampliamenti**, con una base di comparazione diventata progressivamente più omogenea nel corso dell'anno a fronte delle tempistiche dello sviluppo del network, di particolare rilievo nei mesi passati.

Il numero di **boutique retail** è pari a 119 al 31 dicembre 2022, rispetto alle 114 dello scorso anno, con un numero di **hard shop** pari a 42, invariato rispetto al 31 dicembre 2021.

**Canale wholesale** – vendite pari a 346,1 milioni di Euro, con aumento del +18,4% rispetto allo scorso anno, e un peso relativo pari al 37,6%.

Nel 2022 il canale wholesale ha riportato **meravigliose crescite**, evidenziando nella sua completezza **l'importanza strategica** per il nostro brand e **l'offerta "contemporanea" di abbigliamento**.

I risultati raggiunti hanno certamente beneficiato della necessità dei nostri partner di soddisfare la **forte domanda del cliente finale**, richiedendo tempistiche rapide di consegna che pensiamo di essere stati in grado di soddisfare.

Le **collezioni Primavera Estate e Autunno Inverno** hanno riportato **ottimi risultati**, con **sell-out di vendita importanti**, e crediamo che i risultati raggiunti sia nel canale wholesale che in quello retail contribuiscano alla forza e allure che ci sembra di percepire intorno al nostro brand.

\*\*\*

### Gli Investimenti e l'Indebitamento Finanziario Netto

Con il desiderio di mantenere **altissima l'immagine del nostro brand** e la sua **desiderabilità**, prosegue l'importante **progetto pluriennale di investimenti**, mantenuto invariato anche negli ultimi 2 anni di pandemia.

Nel 2022 gli **investimenti** sono quindi stati pari a circa **73 milioni di Euro**, a cui si aggiunge l'acquisizione di una quota del **43%** del prestigioso **Lanificio Cariaggi Cashmere**, il cui costo di acquisto è stato pari a **15,05 milioni di Euro**.

L'attenzione dedicata agli investimenti **commerciali, digitali, tecnologici, e produttivo/logistici** accompagna non solo il processo di **crescita sana e sostenibile** che ricerchiamo, ma cerca di mantenere la **contemporaneità** della nostra Casa di Moda, sempre nel profondo rispetto dei fondamentali valori ispiratori.

Rimangono quindi importanti sia gli investimenti dedicati alle nuove boutique, al rinnovamento e l'ampliamento di quelle già esistenti, alla cura dei nuovi spazi di Casa Cucinelli e allo sviluppo nel canale wholesale, sia gli investimenti dedicati alla produzione e logistica per il continuo ammodernamento degli impianti della fabbrica e degli spazi all'interno dei quali si sviluppa l'attività della nostra Casa di Moda. Nel corso del 2022 abbiamo inoltre operato l'acquisto della **grande area alle porte di Solomeo**, che ospiterà lo **sviluppo negli anni a venire della nostra fabbrica**.

La **solida struttura aziendale** e la **generazione di cassa** relativa all'attività operativa, così come la **sana gestione del capitale circolante netto** ci hanno permesso di sostenere il nostro progetto di investimenti e la politica di distribuzione di dividendo con un *pay-out* del 50%.



## BRUNELLO CUCINELLI

In presenza di queste dinamiche, l'**Indebitamento Finanziario Netto caratteristico**<sup>2</sup> raggiunge una **sostanziale parità**; il valore al **31 dicembre 2022**, anche in presenza dell'acquisizione del 43% del Lanificio Cariaggi Cashmere per 15,05 milioni di Euro, è pari a circa **8 milioni di Euro** in miglioramento rispetto ai 23 milioni di Euro dello scorso anno.

\*\*\*

### Le nostre aspettative

Nel 2023 gli importanti ordini in portafoglio per la **Primavera Estate 2023**, sia in termini di quantità che di qualità, e l'ottimo inizio della campagna vendite Autunno Inverno 2023 contribuiscono alle nostre attese per un anno interessante. La collezione maschile verrà presentata alla stampa in questi giorni a Pitti, e quella femminile durante la settimana della Moda di febbraio a Milano.

Nel **2023** immaginiamo quindi una crescita dei ricavi intorno al **+12%**, raggiungendo l'importantissimo traguardo del **miliardo di fatturato**, con un **sano e giusto profitto**.

Nel **2024** consideriamo ragionevole una crescita dei ricavi del **+10%**, e pensiamo infine di poter raggiungere il **raddoppio del fatturato** in significativo anticipo rispetto alla programmazione iniziale del piano decennale iniziato nel 2019, che considerava il raggiungimento di questo obiettivo nel 2028.

\*\*\*

*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 2.200 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

\*\*\*

---

<sup>2</sup> Esclude i debiti finanziari per leasing; pertanto, il dato riportato esclude l'applicazione del principio contabile IFRS 16.



## BRUNELLO CUCINELLI

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)