



BRUNELLO CUCINELLI

Comunicato Stampa

CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato preliminari del primo semestre 2023.

- **Ricavi pari a 543,9 milioni di euro, con una splendida crescita del +31,0% a cambi correnti (+30,5% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2022;**
- **Molto positive tutte le aree geografiche: Americhe +23,9%, Europa +22,6%, Italia +23,7%, Asia +55,6%;**
- **Importante aumento dei ricavi in entrambi i canali di vendita: retail +41,6%, wholesale +15,8%;**
- **L'ottimo semestre appena concluso, il più che puntuale avanzamento delle consegne invernali, ed il favore che respiriamo intorno al nostro brand e alla nostra proposta di prodotto, ci consentono di rivedere al rialzo la stima di crescita dei ricavi per il 2023, portandola dal +15% ad un intervallo compreso tra il +17% e il +19%;**
- **Chanel insieme a Brunello Cucinelli nel prestigioso Lanificio Cariaggi: una collaborazione molto speciale che impreziosisce ulteriormente il valore dell'intera filiera italiana.**

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

Il primo semestre di questo anno si è concluso con dei risultati più che eccellenti. Stiamo raccogliendo, ci piace pensare, ciò che il brand rappresenta nel suo stile e nel modo di concepire l'equilibrio tra il lavoro ed il rapporto con il creato.

Grazie alla forte richiesta di prodotti artigianali ed esclusivi seguiamo ad avere una visione molto positiva del mercato mondiale del lusso assoluto, a seguito di tali considerazioni, siamo molto fiduciosi sul futuro andamento del business per l'anno in corso, dove immaginiamo di chiudere l'anno con un fatturato in incremento tra il +17 ed +19%.

Visto l'ottimo sell-out delle collezioni Primavera-Estate 2023 e l'importante raccolta ordini pressoché conclusa per la collezione uomo Primavera-Estate 2024, prevediamo quindi per il prossimo anno una sana crescita intorno al +10%.



BRUNELLO CUCINELLI

Solomeo, 13 luglio 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 il fatturato preliminare del primo semestre 2023, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

Il **primo semestre 2023** è stato per noi davvero **ottimo**.

La **crescita delle vendite del +31,0%**, superiore alle nostre aspettative di inizio anno, è stata realizzata grazie al positivo e sinergico contributo di entrambi i canali di vendita e risulta, a nostro avviso, molto ben distribuita e bilanciata a livello geografico.

Ci sembra di poter affermare che in questo momento l'allure intorno al **brand** e la nostra offerta di **prodotto** risultino **particolarmente apprezzate** a livello internazionale, in un contesto di mercato molto favorevole per il **segmento del lusso assoluto**, e connotato in termini di gusto dalla **ricerca** della **sobrietà dello stile**.

Nel **secondo trimestre** abbiamo realizzato un fatturato di 278,6 milioni di euro, in crescita del +27,5% rispetto all'anno precedente, offrendo ulteriore prova dell'**ottima salute** di **tutti i mercati** principali in questa prima parte dell'anno.

I ricavi dei primi due trimestri del 2023 sono molto simili in valore assoluto, e producono un risultato semestrale che risulta, sia in termini di mix di canale (retail 63%, wholesale 37%) che di mix geografico (Americhe 35%, Europa 37%, Asia 28%), molto vicino alle nostre aspettative di fine anno.

Nello specifico, il **mercato americano** evidenzia una domanda della fascia alta del lusso strutturalmente in aumento, che ci ha permesso di ottenere una **crescita molto importante** e pari al **+23,9%** nel **primo semestre 2023**. Molto solido l'incremento nel **secondo trimestre**, anche in considerazione della base di comparazione dello scorso anno, con il secondo trimestre 2022 che aveva riportato un aumento del +67%.

Il particolare dinamismo del cliente americano e la sua ricerca di capi speciali contribuiscono non solo ai risultati nel mercato domestico, ma anche al **forte incremento** in **Europa** e in **Italia**, che riportano una crescita semestrale rispettivamente del **+22,6%** e del **+23,7%**.

In **Asia**, e in particolare in **Cina**, riportiamo **crescite di altissimo valore**, pari al **+55,6%** nei primi 6 mesi del 2023, sempre tenendo in considerazione che la nostra **quota di fatturato** realizzata in questi mercati è ancora **limitata**.

A livello di prodotto le vendite del trimestre sono state guidate dagli **ottimi sell out** delle collezioni **Primavera-Estate 2023** sia per l'**uomo** che per la **donna**, tanto nel canale **retail** quanto in quello **wholesale**, generando un volume di **riassortimenti** nel corso della stagione **molto interessante**.

Nel **secondo trimestre**, in particolare, il **più che puntuale avanzamento** delle **consegne** sulle collezioni **Autunno Inverno 2023** ha contribuito alla **bellissima performance** nel **canale wholesale**, incontrando il desiderio di moltissimi clienti di ricevere i nuovi prodotti il prima possibile.

Per tutto il semestre riteniamo sia stata ancora avvertita una **leggera scarsità** dell'**offerta** di prodotti di altissima fascia sul mercato.

Il feedback molto positivo ricevuto a seguito delle presentazioni delle collezioni Autunno Inverno 2023, ci permette inoltre di confidare sulla qualità del prodotto presente nei nostri negozi e nei clienti multimarca anche nel secondo semestre di quest'anno.



BRUNELLO CUCINELLI

La **raccolta ordini** della collezione uomo **Primavera-Estate 2024** è pressoché conclusa con **importanti risultati**, dopo essere stata accolta con grande favore da parte di clienti e giornalisti durante la recente edizione di **Pitti Uomo** e la **Fashion Week** di Milano.

I risultati raggiunti nel primo semestre e la positiva prospettiva per i prossimi mesi ci permettono di aggiornare la nostra stima di crescita per l'intero **2023**, prevedendo un aumento dei **ricavi** compreso **tra il +17% ed il +19%**, rispetto alla precedente attesa di un incremento del +15%.

Per quanto riguarda la **seconda parte dell'anno** immaginiamo quindi un'**importante crescita**, di **forte consolidamento**, con un **equilibrato incremento** rispetto all'ottimo secondo semestre 2022.

Ricordiamo infatti che lo scorso anno definimmo "buono" il primo trimestre, "più che buono" il secondo trimestre, e "**ottimi**" il **terzo** e il **quarto trimestre**.

L'accordo con Chanel per valorizzare l'eccellenza di Cariaggi

Con l'accordo siglato lo scorso **23 maggio 2023**, la prestigiosa **Maison Chanel** ha acquisito una partecipazione di minoranza nel **prestigioso Lanificio Cariaggi S.p.A.**, eccellenza nella fornitura e lavorazione del cashmere della più alta qualità.

A seguito di questa operazione, la partecipazione di Brunello Cucinelli nel Lanificio Cariaggi è passata dal 43% al 24,5%; con la cessione del 6% del capitale da parte della famiglia Cariaggi a Chanel, il capitale sociale della società risulta ora posseduto dalla famiglia **Cariaggi** per il **51%** e da **Brunello Cucinelli** e **Chanel** per il **24,5%** ciascuno.

Questo progetto ci onora particolarmente, anche perché per la **prima volta** la prestigiosissima **Chanel**, "*punto di riferimento nello stile, nel modo di fare e nella gentilezza*", collabora **insieme a un altro brand all'interno di un'azienda produttiva**, condividendo la stessa lettura del valore dell'esclusività e dell'**artigianalità** nella fascia altissima del mercato del lusso.

Crediamo inoltre che questo accordo possa contribuire alla protezione e all'ulteriore sviluppo di un simbolo **dell'eccellenza manifatturiera italiana** nel mondo quale è Cariaggi.

Brunello Cucinelli, in occasione della firma, aveva così commentato:

«Sono particolarmente contento di questa giornata di un'importanza davvero storica. L'intesa che abbiamo raggiunto rappresenta uno splendido diadema che va a impreziosire il valore dell'intera filiera italiana, enormemente gratificata dal fatto che una Maison di assoluta eccellenza della moda mondiale come Chanel abbia scelto di investire nel Made in Italy condividendo con noi il bellissimo "Progetto Lanificio Cariaggi". Considero perciò quello di oggi un gioioso giorno di festa, al quale crediamo seguiranno anni pieni di grandi soddisfazioni, in virtù di questa collaborazione molto, molto speciale. Con Chanel, del resto, siamo al cospetto di una vera e propria icona internazionale di stile, di eleganza e di bellezza; e sono immensamente onorato che abbiano deciso di lavorare proprio con noi. Questa intesa, ne sono sicuro, per tutti noi costituirà il miglior lievito possibile per una magnifica crescita umana prima ancora che professionale per i prossimi decenni.

In virtù di tutti questi elementi così sani e concreti ringrazio di cuore la stimata Famiglia Cariaggi, cui io e i miei famigliari siamo da sempre legati in un virtuoso rapporto di valori condivisi, e l'altrettanto stimato Bruno Pavlovsky, Fashion President della pregiata Maison francese, che dona a questo memorabile accordo un valore aggiunto di grande bellezza».



BRUNELLO CUCINELLI

Il lancio dei Profumi Brunello Cucinelli: l'identità delle fragranze e l'inizio della distribuzione

Dopo 3 anni di lavoro per la creazione delle nostre prime due fragranze, e a distanza di circa tre mesi dalla conferenza stampa di presentazione, abbiamo iniziato a ricevere i primi **feedback** di prodotto, di pari passo con l'attivazione della distribuzione nel **canale specializzato**.

I profumi sono attualmente in vendita, oltre che nelle nostre **boutique dirette** in **Europa**, in un bellissimo gruppo di 90 profumerie italiane, indipendenti e di altissimo livello.

Siamo davvero onorati dalla preferenza accordataci da questi **importantissimi clienti multibrand**, nostro iniziale obiettivo di distribuzione. Con enorme piacere, possiamo oggi evidenziare il loro **positivo giudizio** sulle **fragranze**, definite **moderne, contemporanee e distintive**.

Molti clienti affezionati delle nostre boutique condividono la sensazione di ritrovare nelle note fresche, delicate e preziose dei profumi maschile e femminile la stessa **idea di gusto** e di **silenziosa raffinatezza** che ricercano nei nostri capi d'abbigliamento.

A livello di prodotto, per queste prime due referenze, la nostra ricerca è stata guidata dal desiderio di trasferire in note olfattive l'identità di marca, dando origine ad un prodotto "**essenziale**" e capace di **rappresentarci** nel tempo, come se fosse un "**girocollo di cashmere**".

Crediamo che i primi commenti raccolti rafforzino la nostra idea di essere riusciti ad attivare un nuovo senso, coerentemente con la **sobrietà**, la **qualità** e l'**esclusività** naturalmente associate al nostro brand.

A partire dalla seconda metà del mese di luglio, con un focus sul mercato domestico, inizierà a prendere vita anche la campagna pubblicitaria, ritenuta dagli operatori di settore molto originale per la categoria già al momento della presentazione.

Nel corso dell'estate inizierà la distribuzione nel canale multimarca nel resto del territorio europeo, ricercando, con la stessa attenzione paese per paese, una presenza negli **spazi di vendita** che per la loro **bellezza, rilevanza e profilo esclusivo** possano rappresentare le migliori vetrine locali per il nostro prodotto.

Ci attendiamo inoltre di iniziare a servire il **mercato nordamericano** e quello **mediorientale** a partire dall'**autunno**, e i **mercati asiatici** con l'inizio del **nuovo anno**.

Il completamento della distribuzione richiederà ancora diversi mesi, ma abbiamo deciso di dedicare anche a questo aspetto il "**giusto tempo**", considerando fondamentale costruire una solida piattaforma distributiva, capace di garantire nel lungo periodo un chiaro connotato di **esclusività**, e una possibile **materialità** del nostro business in questa categoria.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Area Geografica

	1° sem. 23	% sul	1° sem. 22	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Italia	60.862	11,2%	49.187	11,8%	23,7%
Europa (esclusa Italia)	141.887	26,1%	115.768	27,9%	22,6%
Totale Europa	202.749	37,3%	164.955	39,7%	22,9%
Americhe	189.013	34,7%	152.613	36,8%	23,9%
Asia	152.162	28,0%	97.789	23,5%	55,6%
Ricavi	543.924	100,0%	415.357	100,0%	31,0%
var.% a cambi costanti					30,5%

Europa – fatturato complessivo pari a 202,7 milioni di euro, in aumento del +22,9% rispetto al primo semestre 2022, con un peso pari al 37,3%.

Molto **solida** la **domanda locale** in tutto il continente, con una **presenza crescente** del **turismo di fascia elevata**, in particolare proveniente dal **Nord America**, e diretto principalmente in Italia, nelle grandi capitali europee e nelle località resort.

Pitti Uomo a Firenze e la successiva **Settimana della Moda** di Milano hanno registrato la presenza di un importante numero di **clienti** e di **giornalisti specializzati**, con **commenti molto positivi** sulla nuova **Collezione Maschile Primavera Estate 2024**.

Americhe – ricavi pari a 189,0 milioni di euro, in crescita del +23,9% rispetto al medesimo semestre del 2022, con un peso sulle vendite pari al 34,7%.

Il **secondo trimestre** è stato per noi **molto positivo in Nord America**, con un diffuso dinamismo nelle diverse regioni del paese, riportando una **crescita molto solida**; in valore assoluto il fatturato del secondo trimestre è stato pressoché equivalente al primo trimestre, già molto rilevante.

Crediamo sia stato ancora molto forte il desiderio di visitare i **negozi fisici** e partecipare ai diversi eventi del brand, promossi nel periodo di riferimento.

Tra questi, evidenziamo la **celebrazione del premio Neiman Marcus a Dallas**, nel corso del mese di aprile; pensiamo sia stato un momento di gioia e di condivisione con gli affezionati clienti di Neiman Marcus, così come di profonda gratitudine per tutto il personale del Department Stores, che ha reso nel tempo questa nostra partnership così solida e gratificante.

Asia – ricavi pari a 152,2 milioni di euro, in aumento del +55,6% rispetto al primo semestre dell'anno passato, e un peso delle vendite pari al 28,0%.

I risultati confermano pienamente il trend **molto forte** delle vendite, in particolare in **Cina**, che sta gradualmente e costantemente realizzando il grande potenziale di crescita più volte evidenziato. **Giappone** e **Corea** mantengono una **solida crescita** su base quasi esclusivamente domestica, e il **Middle East** continua a riportare **crescite molto importanti**.



BRUNELLO CUCINELLI

Ricavi per Canale Distributivo

	1° sem. 23	% sul	1° sem. 22	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Retail	344.649	63,4%	243.325	58,6%	41,6%
Wholesale	199.275	36,6%	172.032	41,4%	15,8%
Ricavi	543.924	100,0%	415.357	100,0%	31,0%

Canale retail – fatturato pari a 344,6 milioni di euro, in aumento del +41,6% rispetto al primo semestre 2022, con un peso pari al 63,4%.

Siamo molto soddisfatti dei **sell-out** di vendita nonché della **bellissima performance a perimetro omogeneo**, con una base di comparazione che si normalizza progressivamente nel corso dell'anno.

Il **network boutique** include **124 negozi diretti**, con l'unica nuova apertura dell'importante flagship "Mall of Emirates" a Dubai nel secondo trimestre 2023.

Canale wholesale – fatturato pari a 199,3 milioni di euro, in aumento del +15,8% rispetto al primo semestre 2022, con un peso pari al 36,6%.

Ottimi i sell-out delle collezioni **Primavera Estate 2023** sia negli Specialties Stores che nei Department Stores del lusso, con la puntualità nel servizio di riassortimento che ci ha permesso di guadagnare ulteriore rilevanza all'interno di questi spazi.

Molto incoraggianti sono infine gli **iniziali dati di venduto** delle collezioni **Autunno Inverno 2023**, a seguito delle consegne del secondo trimestre.

Le nostre attese

La nostra **stima di crescita di fatturato** per l'anno **2023** prevede pertanto un incremento dei ricavi compreso **tra il +17% ed il +19%** rispetto al precedente +15%.

Attendiamo per il **secondo semestre** una "**normalizzazione**" della **crescita**, che riteniamo altrettanto sana e capace di valorizzare in ugual misura al primo semestre l'apprezzamento del brand, tenendo nella debita considerazione la **base di comparazione crescente dello scorso anno**.

Altro elemento che riteniamo debba essere tenuto in considerazione è la dinamica dei **cambi**, che ha prodotto un effetto leggermente positivo nei primi 6 mesi dell'anno, mentre ci attendiamo un impatto negativo nel secondo semestre.

Per il **2024** immaginiamo una **sana ed equilibrata crescita dei ricavi** nell'intorno del **+10%**.



BRUNELLO CUCINELLI

Requisiti di indipendenza componenti Collegio Sindacale

Nella seduta odierna il Consiglio di Amministrazione ha preso atto che il Collegio Sindacale della Società, nominato dall'Assemblea degli Azionisti in data 27 aprile 2023, ha accertato la sussistenza dei requisiti di indipendenza previsti dalla legge e dal Codice di Corporate Governance in capo a tutti i suoi componenti effettivi (Paolo Prandi, Dante Valobra e Anna Maria Fellegara)

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. 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 dal principio fondante di "Capitalismo Umanistico e di Umana Sostenibilità".

Nato dalla produzione specializzata in cashmere di altissima qualità, il brand ha sviluppato nel tempo una proposta *total look* di ready-to-wear ed accessori *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 traduzione 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 2.500 Umane Risorse che lavorano direttamente per l'azienda, e per tutti coloro vi collaborano.

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