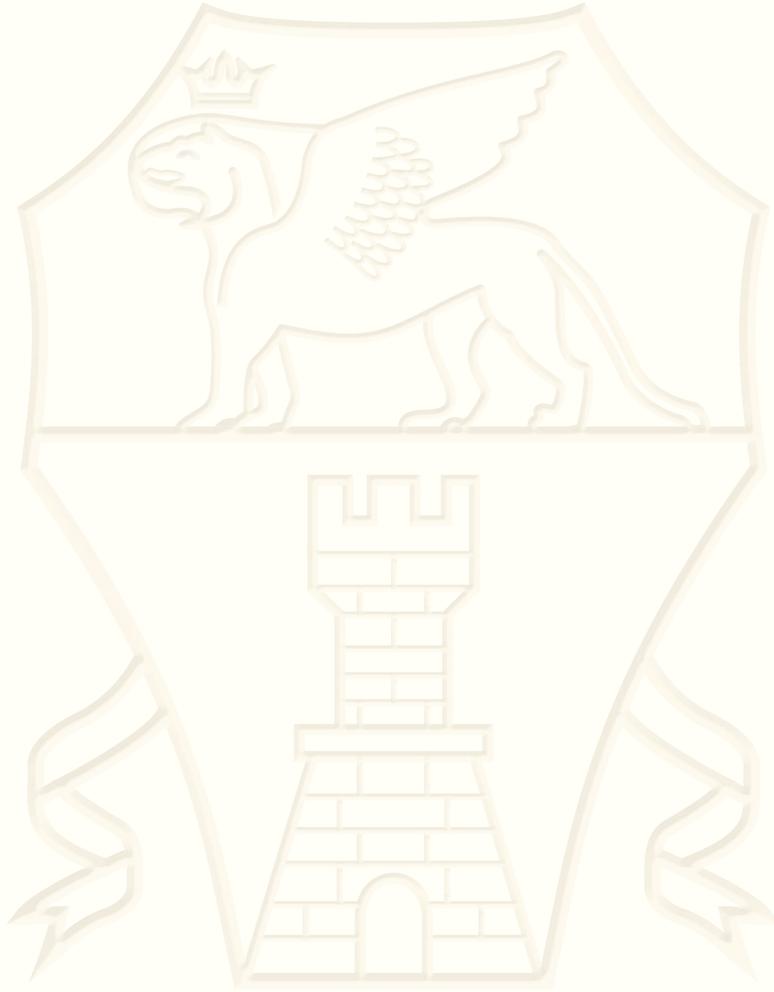




BRUNELLO CUCINELLI



RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2015



INDICE

DATI SOCIETARI	3
COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI AL 30 SETTEMBRE 2015	4
ORGANIGRAMMA DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2015	5
COMPOSIZIONE DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2015	6
RETE DISTRIBUTIVA	7
RELAZIONE INTERMEDIA SULLA GESTIONE	
INFORMAZIONI SOCIETARIE	10
DATI DI SINTESI AL 30 SETTEMBRE 2015	15
RISULTATI DEL GRUPPO	17
ANALISI DEI RICAVI	19
ANALISI DEL CONTO ECONOMICO	26
ANALISI DEL CAPITALE CIRCOLANTE NETTO, DEGLI INVESTIMENTI E DELLA GESTIONE FINANZIARIA ...	31
ANDAMENTO DEL TITOLO	36
FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI NEL PERIODO	37
FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO	39
EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE	39
CRITERI DI REDAZIONE DEL RESOCONTO INTERMEDIO	39
AREA DI CONSOLIDAMENTO	40
PRINCIPI CONTABILI	40
VALUTAZIONI DISCREZIONALI E STIME	40
RAPPORTI CON PARTI CORRELATE	43

**PROSPETTI CONTABILI**

SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA CONSOLIDATA	45
CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO	47
CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO	48
RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO	49
MOVIMENTI DEL PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO	50
ATTESTAZIONE AI SENSI DEL COMMA 2 ART.154BIS TUF	51



DATI SOCIETARI

Sede legale della Capogruppo

Brunello Cucinelli S.p.A.
Via dell'Industria, 5, frazione Solomeo
Corciano – Perugia

Dati legali della Capogruppo

Capitale Sociale deliberato Euro 13.600.000
Capitale Sociale sottoscritto e versato Euro 13.600.000
Registro delle Imprese di Perugia, n. 01886120540

Sito istituzionale: <http://investor.brunellocucinelli.com/ita/>



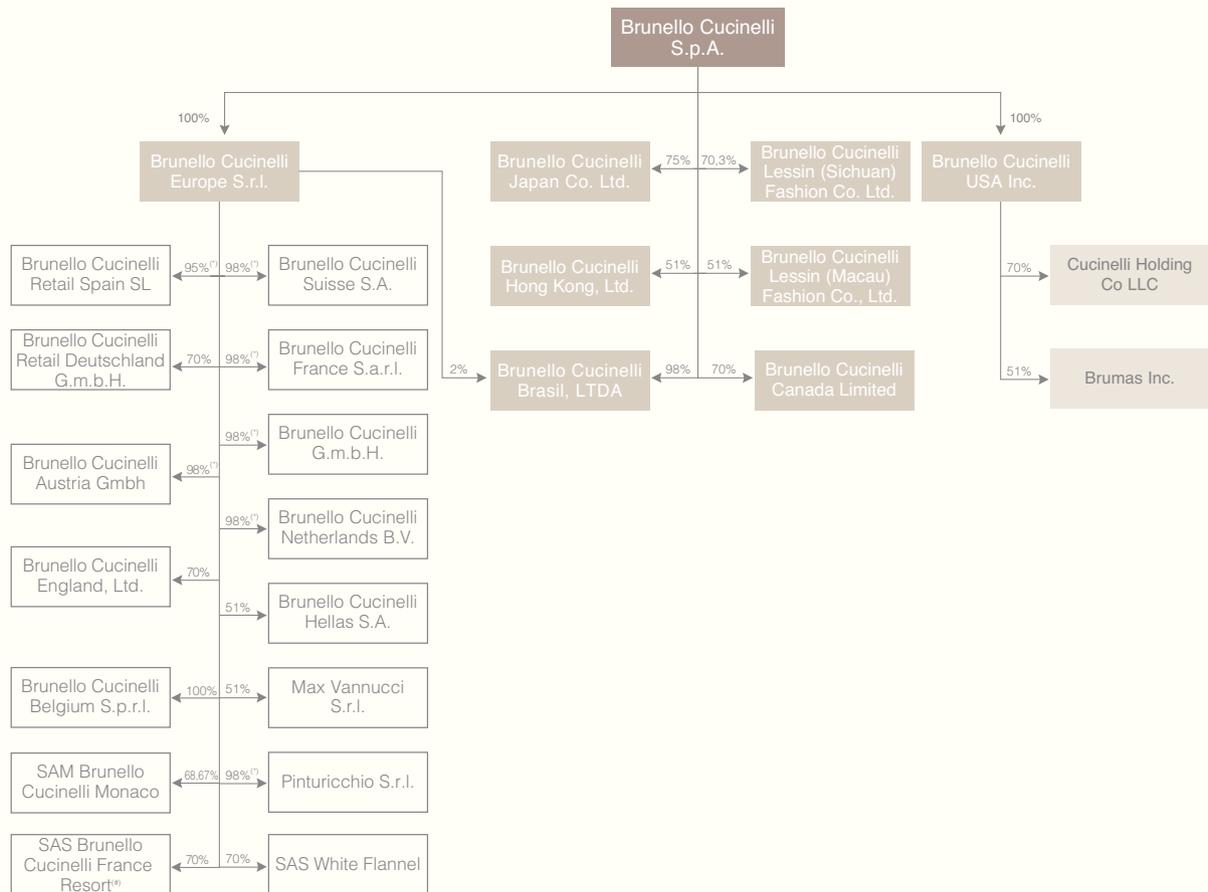
**COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI AL 30 SETTEMBRE 2015**

Consiglio di Amministrazione	Brunello Cucinelli ⁽¹⁾ Moreno Ciarapica ⁽¹⁾ Riccardo Stefanelli ⁽¹⁾ Giovanna Manfredi ⁽¹⁾ Camilla Cucinelli ⁽¹⁾ Giuseppe Labianca ⁽¹⁾ Candice Koo ⁽¹⁾ Andrea Pontremoli ⁽¹⁾ Matteo Marzotto ⁽¹⁾	Presidente e AD Amministratore con deleghe Amministratore con deleghe Amministratore Amministratore Amministratore Amministratore indipendente Amministratore indipendente Amministratore indipendente
Lead Independent Director	Andrea Pontremoli	
Comitato Controllo e Rischi	Andrea Pontremoli Matteo Marzotto Candice Koo	Presidente
Comitato per la Remunerazione	Matteo Marzotto Andrea Pontremoli Candice Koo	Presidente
Collegio Sindacale	Gerardo Longobardi ⁽¹⁾ Alessandra Stabilini ⁽¹⁾ Lorenzo Lucio Livio Ravizza ⁽¹⁾ Guglielmo Castaldo ⁽¹⁾ Francesca Morbidelli ⁽¹⁾	Presidente Sindaco effettivo Sindaco effettivo Sindaco supplente Sindaco supplente
Società di Revisione	Reconta Ernst & Young S.p.A.	
Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari	Moreno Ciarapica	

(1) Nominato dall'Assemblea ordinaria in data 23 aprile 2014; rimarrà in carica sino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'esercizio che si chiuderà il 31 dicembre 2016.



ORGANIGRAMMA DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2015



(*) La restante % di partecipazione è detenuta dalla BRUNELLO CUCINELLI S.p.A.

(#) La società risulta costituita ma non è ancora operativa alla data della presente Relazione intermedia di gestione.

**COMPOSIZIONE DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2015**

Denominazione	Sede
Brunello Cucinelli S.p.A.	Corciano, frazione Solomeo (PG) – Italia
Brunello Cucinelli USA, Inc.	New York – USA
Cucinelli Holding Co, LLC	New York – USA
Brunello Cucinelli Europe S.r.l.	Corciano, frazione Solomeo (PG) – Italia
Brumas Inc.	New York – USA
Brunello Cucinelli Suisse SA	Lugano – Svizzera
Brunello Cucinelli Retail Spain SL	Madrid – Spagna
Brunello Cucinelli GmbH	Monaco di Baviera – Germania
Brunello Cucinelli France Sarl	Parigi – Francia
Brunello Cucinelli Belgium Sprl	Bruxelles – Belgio
Max Vannucci S.r.l.	Perugia – Italia
Brunello Cucinelli Japan Co. Ltd	Tokyo – Giappone
Brunello Cucinelli Retail Deutschland GmbH	Monaco di Baviera – Germania
Brunello Cucinelli Netherlands B.V.	Amsterdam – Olanda
Brunello Cucinelli Lessin (Sichuan) Fashion Co. Ltd.	Chengdu – Cina
Brunello Cucinelli Hellas S.A.	Atene – Grecia
Brunello Cucinelli Austria GmbH	Vienna – Austria
Brunello Cucinelli England Ltd	Londra – Regno Unito
Brunello Cucinelli Hong Kong Ltd	Hong Kong
Brunello Cucinelli Lessin (Macau) Fashion Co. Ltd.	Macao
Pinturicchio S.r.l.	Carrara – Italia
Brunello Cucinelli Brasil LTDA	San Paolo – Brasile
SAS White Flannel	Cannes – Francia
SAM Brunello Cucinelli Monaco	Principato di Monaco
Brunello Cucinelli Canada Limited	Vancouver – Canada
SAS Brunello Cucinelli France Resort	Courchevel – Francia





RETE DISTRIBUTIVA

Il Gruppo propone i suoi prodotti sul mercato attraverso diversi canali di distribuzione.

Dal punto di vista del consumatore finale, il Gruppo è presente sul mercato attraverso:

- il canale della distribuzione *retail*, cioè il canale di distribuzione diretta (al dettaglio) per il quale il Gruppo si avvale di boutiques gestite direttamente, i cosiddetti “DOS” o Directly Operated Stores. In alcuni Paesi, la società del Gruppo che gestisce il DOS è partecipata altresì da operatori locali che così apportano la loro specifica esperienza del mercato. Dal 1° settembre 2014 il canale retail comprende anche il fatturato degli hard-shop gestiti sotto la responsabilità del Gruppo e con personale dipendente diretto posizionati all’interno dei department stores giapponesi;
- il canale *wholesale monomarca*, che è costituito dai negozi monomarca gestiti con accordi di distribuzione commerciale. Il Gruppo si avvale per la vendita ai consumatori finali di intermediari, rappresentati dai negozi monomarca, con la conseguenza che in tal caso sono questi ultimi ad essere i clienti del Gruppo;
- il canale *wholesale multimarca*, che comprende i negozi multimarca indipendenti e gli spazi dedicati nei department stores (shop in shop). Rispetto a tale canale, il Gruppo si avvale per la vendita al consumatore finale di intermediari, rappresentati da negozi multimarca indipendenti (ovvero di department stores), con la conseguenza che in tal caso sono questi ultimi ad essere i clienti del Gruppo.

Per le vendite nei confronti di alcuni clienti wholesale monomarca e multimarca, il Gruppo si avvale di una rete di agenti e distributori.

Per tutti i canali distributivi il Gruppo cura che negli spazi e nei negozi dedicati alla vendita dei suoi prodotti siano trasmessi l’immagine del marchio e lo stile Brunello Cucinelli.

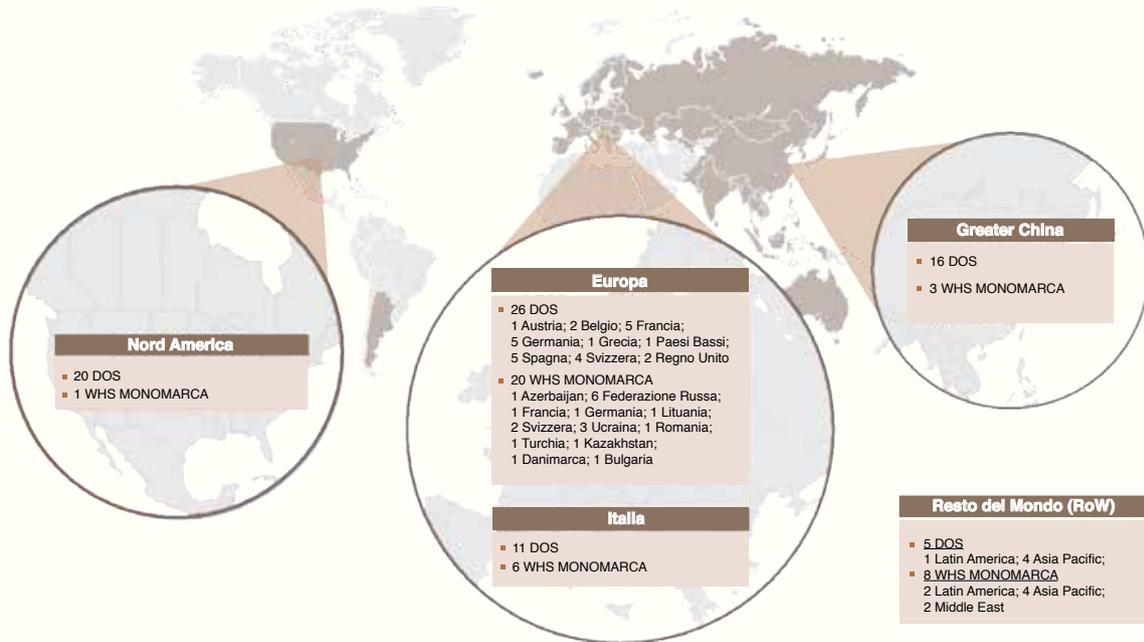
Di seguito si riepiloga la Rete di vendita dei Monomarca del Gruppo Brunello Cucinelli aggiornata alla data del 30 settembre 2015 comparata con il 31 dicembre 2014 ed il 30 settembre 2014:

Punti vendita	30 settembre 2015	31 dicembre 2014	30 settembre 2014
DOS	78	71	70
WHOLESALE MONOMARCA	38	34	34

La tabella seguente suddivide la localizzazione dei punti vendita esistenti al 30 settembre 2015 per area geografica:

Punti vendita	Italia	Europa	Nord America	Greater China	Resto del Mondo (Row)	Totale
DOS	11	26	20	16	5	78
WHOLESALE MONOMARCA	6	20	1	3	8	38
TOTALE	17	46	21	19	13	116

Nella rappresentazione grafica che segue vengono indicati i punti vendita DOS ed i Wholesale Monomarca al 30 settembre 2015 e la loro localizzazione geografica:



Si segnala che, a far data dal 1 settembre 2014, il fatturato conseguito dai 13 *hard-shop* giapponesi, posizionati all'interno dei *department stores* gestiti sotto la responsabilità del Gruppo e con personale dipendente diretto, risultano inclusi nel fatturato del canale *retail*.



INFORMAZIONI SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2015



INFORMAZIONI SOCIETARIE

LA NOSTRA SOCIETÀ

La Brunello Cucinelli S.p.A. è una società con personalità giuridica organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana con sede a Corciano – Frazione Solomeo (PG), via dell'Industria, 5.

L'offerta prodotto del Gruppo si incentra su un solo marchio: Brunello Cucinelli, riconosciuto, a livello internazionale, quale uno dei principali esempi di lusso “absolute” in cui il Made in Italy è coniugato con la capacità di innovare e percepire le nuove tendenze.

Qualità, artigianalità, creatività, esclusività e cultura del bello sono gli elementi distintivi del brand, uniti ad una grande capacità di “ascolto” del mercato e delle nuove tendenze che consente di realizzare una linea di prêt-à-porter casual chic capace di abbracciare i gusti di una clientela molto ampia giovane e meno giovane e in grado di mantenere valore nel tempo. Coniugare antico e moderno, obiettivi aziendali e necessità umane sono il segreto di un'impresa che per la sua portata innovativa viene guardata con interesse da più parti, oltre ad essere un caso di moderna economia oggetto di studio di prestigiose Università.

PRODOTTO

La quotidiana alchimia fra tradizione e ricerca traccia la via delle nuove creazioni.

Le collezioni confermano nuovo equilibrio nelle stagioni autunno-inverno 2015-2016 e primavera-estate 2016, dove il lusso proprio dei materiali pregiati viene esaltato dalla creatività e da lavorazioni per vestire l'uomo e la donna in tutte le occasioni, dal business dress all'eleganza mondana e soprattutto attorno a quella casual attitude legata alla maglieria che da sempre definisce il carattere Brunello Cucinelli. Lifestyle from gym to dinner in cui l'esplorazione delle nuances, delle vestibilità e delle sovrapposizioni guarda ad uno stile completo da vestire quotidianamente.

Lo stretto connubio di artigianalità e ricerca attraversa tutte le tipologie, dall'abito per l'uomo alla maglieria, dagli elementi informali all'eleganza per la sera. Preziose fibre e materiali naturali si mescolano o sono reinventati con processi inediti, sperimentati all'interno dell'attenta commistione di tradizione e ricerca che muove le nostre creazioni.

La maglieria torna protagonista delle collezioni e fulcro fondamentale del look con nuovi elementi, filati e tecniche innovative che ampliano la linea e moltiplicano gli abbinamenti. La nobile fibra di cashmere diviene punto d'incrocio di un'eleganza moderna, in equilibrio tra identità ed innovazione.



VISUAL MERCHANDISING

In armonia con l'evoluzione in chiave contemporanea delle collezioni, grande è stato lo sviluppo dei criteri del visual merchandising in quest'ultimo anno.

Si è passati dalla ricerca all'ideazione, design e produzione di oggetti unici capaci di raccontare ed esprimere il tema delle collezioni, in armonia nei colori, nelle forme e nei materiali.

Dal racconto del mondo che si costruisce a Solomeo, il Visual Merchandising sviluppa una nuova forma di ambientazione direttamente connessa al prodotto. La presentazione diviene una cassa di risonanza armonica dove il continuo scambio di materiali, idee e creazioni producono nuovi manufatti unici, che si rinnovano spontaneamente con l'evoluzione del gusto e delle collezioni.

Il display e le ambientazioni definiscono una linea di continuità che rende ogni vetrina, boutique e ambiente un elemento unico, un luogo dove riconoscere lo spirito creativo, perfettamente inquadrato nella filosofia e nelle tradizioni del brand.

Il team, giovane e qualificato, cura secondo una ripartizione geografica le caratteristiche e le esigenze di ogni boutique come dei negozi multimarca. Dalla campagna vendita all'esposizione delle collezioni risponde in maniera reattiva e coerente agli stimoli creativi come alle necessità particolari degli spazi, delle culture e dei gusti.

La struttura organizzativa prevede:

- sviluppo store design e sistema espositivo in sintonia con l'immagine del brand;
- gestione coordinata di merchandising e assortimenti coerenti alla piazza di riferimento;
- armonizzazione della comunicazione e delle scelte visual nei singoli punti vendita.

COMUNICAZIONE

Si conferma l'attenzione dei media italiani ed internazionali agli elementi che costituiscono l'identità propria dell'azienda di Solomeo, identità "giovane" ma solidamente radicata nei valori tradizionali di cui si vuole fare "custode" per le generazioni a venire.

L'immagine del brand nasce direttamente dalla filosofia alla base del progetto di "Impresa Umanistica", basato sui valori intramontabili di dignità dell'uomo e del lavoro, e dimostra l'impegno che lega attivamente l'azienda alla cultura artigianale, paesaggistica ed artistica del territorio umbro.

L'attenzione particolare per tutte le differenti operazioni che accompagnano la presentazione delle collezioni risponde all'idea di eleganza propria del brand, che si rinnova grazie ad un sapiente equilibrio di tradizione ed innovazione.

Un ufficio comunicazione agile, giovane e reattivo, si è accresciuto nel corso delle stagioni nella sede di Solomeo sino a raggiungere un alto livello di specializzazione che copre organicamente tutte le fasi della presentazione delle collezioni, raccontando con un linguaggio vivo e immediato l'ambiente e la filosofia che ne rappresentano la culla.



DISTRIBUZIONE

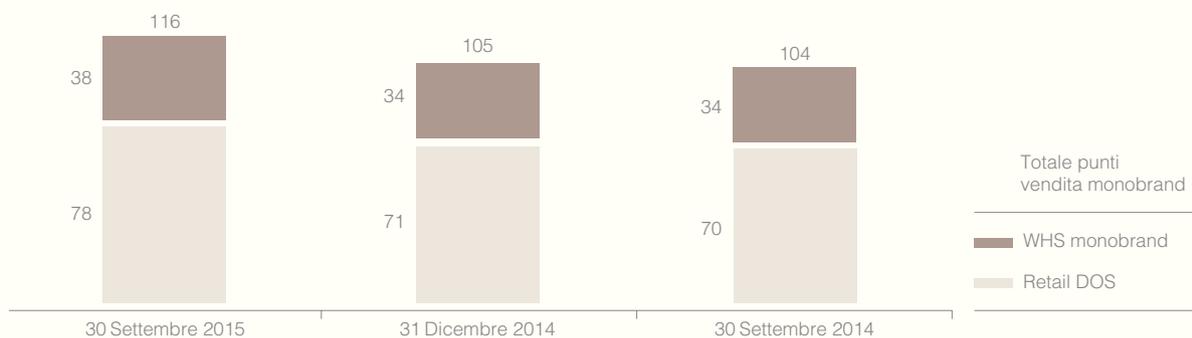
Durante il 2014 è stato raggiunto un importante traguardo simbolico per il brand: oltre 100 boutiques monobrand localizzate in punti chiave nel mondo diffondono i prodotti ed i valori che crescono a Solomeo, sempre mantenendo il carattere di esclusività e rarità per la diffusione di un prodotto sempre più “unico”, in quanto legato al savoir-faire ed alla tradizione artigianale italiana ed umbra.

Espansione

La diffusione prosegue in maniera equilibrata ed attenta in tutto il mondo, con nuove boutiques strategicamente posizionate nel cuore dell'Europa nelle grandi metropoli d'oriente e nelle città simbolo d'America.

Consolidamenti ed Ampliamenti

Negozi a gestione diretta (DOS), partnership e joint ventures contribuiscono a definire la varietà delle operazioni a scala globale, permettendo di seguire da vicino la diffusione e le presenze a livello globale e rispondendo con importanti operazioni di consolidamento ed ampliamento nelle piazze centrali della moda, come a Parigi, New York, Beverly Hills, Roma e Londra solo per citare le più significative.



- Il canale retail comprende i negozi monomarca, DOS (Directly Operated Stores), alcuni dei quali gestiti in società con esperti partner del luogo. Dal 1° settembre 2014 il canale retail comprende anche il fatturato degli hard-shop gestiti sotto la responsabilità del Gruppo e con personale dipendente diretto posizionati all'interno dei department stores giapponesi;
- Il canale wholesale monomarca fa riferimento alle boutiques monomarca che, per ragioni strategiche vengono gestite tramite consolidati rapporti commerciali con operatori locali;
- Il canale wholesale multimarca comprende circa 650 selezionati clienti multimarca.

Fanno parte della rete multimarca i più prestigiosi department stores del mondo con spazi dedicati sempre più importanti.



PRODUZIONE

Alla crescita garbata e costante della diffusione del prodotto nel mondo risponde una costante attenzione alla qualità del lavoro, in linea con la filosofia di “Impresa Umanistica” del brand, che ha sempre ricercato la prima vera fonte di creatività nella dignità del lavoro. L’allargamento del complesso aziendale ha permesso di riunire tutti i differenti reparti nell’area verde ai piedi della collina di Solomeo, valorizzando così la coesione e la sintonia nel processo di creazione delle collezioni.

Lo stretto rapporto che lega l’azienda ad oltre 300 piccole e piccolissime imprese artigianali manifatturiere italiane ha permesso di creare una perfetta corrispondenza di intenti in termini di qualità delle lavorazioni, qualità che si sviluppa nel tempo in una forte fidelizzazione e reciproca fiducia.

L’altissima percentuale, circa l’80%, di façonisti localizzati in Umbria permette una gestione perfettamente coordinata della produzione e soprattutto un controllo assoluto di tutte le fasi di produzione con un’attenzione al dettaglio, da sempre uno degli elementi vincenti del brand.

Il nuovo equilibrio e compenetrazione tra creazioni di carattere casual ed elementi sartoriali permette di diffondere il carattere artigianale ed innovativo proprio del Brand Cucinelli attraverso tutti i prodotti, dall’abbigliamento agli accessori, fondendo le caratteristiche proprie di ogni tipologia in un’immagine unica.

LA SCUOLA DI SOLOMEO

La Scuola dei Mestieri inaugurata a Settembre 2013 prevede una serie di corsi dedicati ai mestieri inerenti all'attività dell'azienda come le tecniche della maglieria o il taglio e la confezione organizzati e sostenuti dalla Società. A luglio 2014 ha preso avvio un nuovo corso dedicato alla sartoria, altra disciplina simbolo di quell'eccellenza e manodopera italiane così rinomate nel mondo. La Scuola prevede poi una serie di corsi dedicati alle arti e alle discipline artigianali e tradizionali come l'orticoltura, il giardinaggio e le arti murarie promossi e sostenuti dalla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli.

Le sessioni dei corsi sono proseguite anche nel 2015, con nuovi giovani che si sono avvicinati con entusiasmo ai mestieri artigianali che fanno grande il *Made in Italy* nel mondo.

I corsi della Scuola sono situati nell'antico borgo, all'interno e vicino al castello che scopre ora una nuova vita. Dopo la prima antica e legata ad un'importante passato e la ricostruzione come sede di moderna impresa italiana, il Borgo di Solomeo si rivolge adesso al futuro come luogo dell'insegnamento per i giovani.





PREMESSA

La presente Relazione finanziaria al 30 Settembre 2015 è stata redatta ai sensi del D. Lgs. 58/1998 e successive modifiche, nonché del Regolamento emittenti emanato dalla Consob. La presente Relazione è stata predisposta nel rispetto dei Principi Contabili Internazionali (“IFRS”) emessi dall’International Accounting Standards Board (“IASB”) e omologati dall’Unione Europea ed è stata redatta secondo lo *IAS 34 – Bilanci intermedi*, applicando gli stessi principi contabili adottati nella redazione del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2014.

DATI SINTESI AL 30 SETTEMBRE 2015

Nelle seguenti tabelle si riporta (i) il prospetto contabile di conto economico consolidato di sintesi al 30 settembre 2015, comparato con il corrispondente periodo precedente, (ii) lo schema riclassificato per fonti e impieghi della situazione patrimoniale al 30 settembre 2015, comparato con il 31 dicembre 2014, nonché (iii) il dato relativo agli investimenti ed al flusso di cassa operativo relativi al 30 Settembre 2015, comparato con i medesimi dati riferiti al 31 dicembre 2014 ed al 30 settembre 2014.

Conto Economico Consolidato di sintesi

(In migliaia di Euro)

	30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	318.009	100,0%	278.724	100,0%	39.285	+14,1%
EBITDA ⁽¹⁾	53.867	16,9%	48.803	17,5%	5.064	+10,4%
Risultato operativo	40.204	12,6%	39.353	14,1%	851	+2,2%
Risultato netto del periodo	25.698	8,1%	25.905	9,3%	(207)	-0,8%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni ⁽²⁾	318.009	100,0%	277.969	100,0%	40.040	+14,4%
EBITDA ⁽²⁾	53.867	16,9%	48.048	17,3%	5.819	+12,1%
Risultato operativo ⁽²⁾	40.204	12,6%	38.598	13,9%	1.606	+4,2%
Risultato netto del periodo ⁽²⁾	25.698	8,1%	25.387	9,1%	311	+1,2%

(1) L’EBITDA è rappresentato dal risultato operativo al lordo degli ammortamenti. L’EBITDA così definito rappresenta una misura utilizzata dal *management* della Società per monitorare e valutare l’andamento operativo della stessa. L’EBITDA non è identificato come misura contabile nell’ambito degli IFRS e, pertanto, non deve essere considerato misura alternativa per la valutazione dell’andamento del risultato operativo del Gruppo. Poiché la composizione dell’EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri e quindi non comparabile.

(2) I dati “normalizzati” relativi alle voci Ricavi delle vendite e delle prestazioni, EBITDA, Risultato operativo e Risultato netto del periodo sono stati indicati al fine di sterilizzare l’effetto della plusvalenza contabilizzata al 30 settembre 2014 relativa alla cessione di un immobile (Euro 755 migliaia).

**Situazione patrimoniale riclassificata per fonti e impieghi:**

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Situazione al		Variazione del periodo	
	30 settembre 2015	31 dicembre 2014	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Capitale Circolante Netto	135.065	97.507	37.558	+38,5%
Immobilizzazioni	134.273	114.592	19.681	+17,2%
Altre attività/(passività) non correnti	5.393	862	4.531	>+100%
Capitale Investito Netto	274.731	212.961	61.770	+29,0%
Indebitamento Finanziario Netto ⁽³⁾	83.704	42.636	41.068	+96,3%
Patrimonio Netto	191.027	170.325	20.702	+12,2%
Fonti di finanziamento	274.731	212.961	61.770	+29,0%

(3) L'Indebitamento finanziario netto è calcolato come somma delle disponibilità liquide e mezzi equivalenti, delle attività finanziarie correnti, delle passività finanziarie non correnti, del valore equo degli strumenti finanziari di copertura e delle altre attività finanziarie non correnti.

Altri dati di sintesi:

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2015	31 dicembre 2014	30 settembre 2014
Investimenti ⁽⁴⁾	32.428	39.661	31.134
Flusso di cassa generato dalle attività operative	(2.217)	13.771	(2.543)

(4) Gli Investimenti sono riferiti agli investimenti in Attività Immateriali, Materiali e Finanziarie.



I RISULTATI DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2015

L'azienda prosegue costantemente lungo il percorso di crescita sostenibile, nonostante la volatilità del settore e il contesto economico di riferimento, grazie alla forza del brand, al posizionamento nella fascia alta del lusso e alla proposta di *lifestyle sofisticato* e contemporaneo.

L'andamento delle vendite dei primi nove mesi del 2015 e le crescite riportate confermano i trend dei precedenti mesi; l'identificazione del brand quale espressione di lusso assoluto, ormai riconosciuto a livello mondiale, avvalorla la positività intorno al marchio, guidata dalla proposta unica, di altissima qualità, artigianalità e manualità.

Le scelte dei consumatori della fascia più alta, per i quali le influenze delle dinamiche macro-economiche, politiche e monetarie, che hanno caratterizzato gli ultimi mesi, si confermano assolutamente marginali, proseguono verso la ricerca di un *prêt-à-porter* sempre più esclusivo e distribuito in maniera selettiva, coerente con l'approccio al mercato dell'azienda.

I risultati raggiunti trovano inoltre sostegno nell'atteggiamento di fiducia e di "*condivisione dei valori*" da parte dei clienti, nel rispetto della dignità economica e morale delle persone che lavorano in azienda, degli "*stakeholders*" e del territorio.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2015 i *Ricavi delle vendite e delle prestazioni* si sono attestati ad Euro 318.009 migliaia, registrando un incremento del 14,1% rispetto al dato del passato periodo intermedio.

Si ricorda che i primi nove mesi del passato esercizio erano positivamente influenzati anche dall'operazione di cessione di un immobile alla controllante Fedone S.r.l. (a sua volta controllata, alla data della cessione, dal Cav. Lav. Brunello Cucinelli), situato non in prossimità del sito manifatturiero e logistico della Società, che aveva generato una plusvalenza pari ad Euro 755 migliaia, contabilizzata nella voce di conto economico *Altri ricavi*. Sterilizzando l'effetto di tale operazione, l'incremento della voce *Ricavi delle vendite e delle prestazioni* sarebbe pari al 14,4%.

I *Ricavi Netti* al 30 settembre 2015 registrano un incremento del 14,5%, attestandosi a Euro 317.558 migliaia rispetto ai 277.346 del 30 settembre 2014.

L'*EBITDA* al 30 settembre 2015 si attesta ad Euro 53.867 migliaia, pari al 16,9% dei Ricavi delle vendite e delle prestazioni, registrando un incremento del 12,1% rispetto al dato normalizzato del corrispondente periodo intermedio precedente, pari a Euro 48.048 migliaia, corrispondente al 17,3% dei Ricavi delle vendite e delle prestazioni.

Si segnala che i primi nove mesi del 2015 sono stati caratterizzati da una riduzione, in termini di incidenza percentuale, del costo di produzione per materie prime e per lavorazioni esterne, riconducibile sostanzialmente alle dinamiche tra trimestri ed alla maggior incidenza dei ricavi generati dal canale distributivo retail, il cui sviluppo ed espansione dei punti vendita gestiti direttamente ha generato, tuttavia, una maggiore incidenza percentuale del costo per affitti e del costo del personale rispetto ai primi nove mesi del passato esercizio, compensandone quindi l'effetto.



Il *Risultato netto* al 30 settembre 2015 è pari a Euro 25.698 migliaia, corrispondente al 8,1% dei Ricavi delle vendite e delle prestazioni, in aumento di Euro 311 migliaia (+1,2%) rispetto al dato normalizzato dei primi nove mesi del 2014.

Si segnala la maggiore incidenza percentuale della voce Ammortamenti rispetto al 30 settembre del passato esercizio, a seguito degli importanti investimenti effettuati dalla Società.

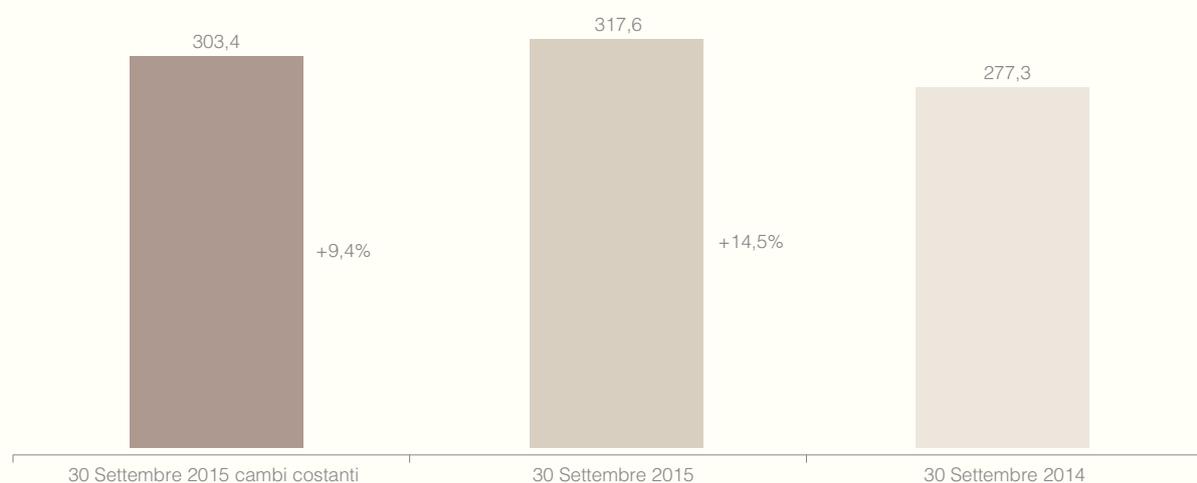
Si ricorda inoltre che i risultati dei singoli trimestri sono impattati dalle dinamiche di consegna delle collezioni tra la fine di un trimestre e l'inizio del successivo, rendendo quindi la lettura su base semestrale rappresentativa delle dinamiche sottostanti al business. L'attività del Gruppo, infatti, pur non evidenziando profonde variazioni stagionali o cicliche delle vendite annuali complessive, risente, nel corso dei diversi trimestri dell'anno, della non perfetta omogeneità del flusso dei ricavi e dei costi derivante principalmente dall'attività industriale. Per tale motivo, l'analisi dei risultati e degli indicatori economici, patrimoniali e finanziari infrannuali non può essere considerata pienamente rappresentativa, e sarebbe pertanto errato considerare gli indicatori del periodo come quota proporzionale dell'intero esercizio.



ANALISI DEI RICAVI NETTI

Il fatturato consolidato del Gruppo relativo ai primi nove mesi dell'esercizio ammonta a Euro 317.558 migliaia, con una crescita del +14,5% rispetto allo stesso periodo del 2014. L'andamento delle vendite conferma non solo la solidità del percorso di sviluppo dell'azienda, ma testimonia ulteriormente la stabilità del trend di crescita degli acquisti in tutti i mercati internazionali, con i clienti locali e i flussi di turismo della fascia più alta da sempre meno soggetti alla volatilità dei mercati e alle dinamiche macro-economiche.

A cambi costanti, utilizzando cioè gli stessi cambi medi dei primi nove mesi del 2014, i ricavi si attesterebbero a Euro 303.407 migliaia.



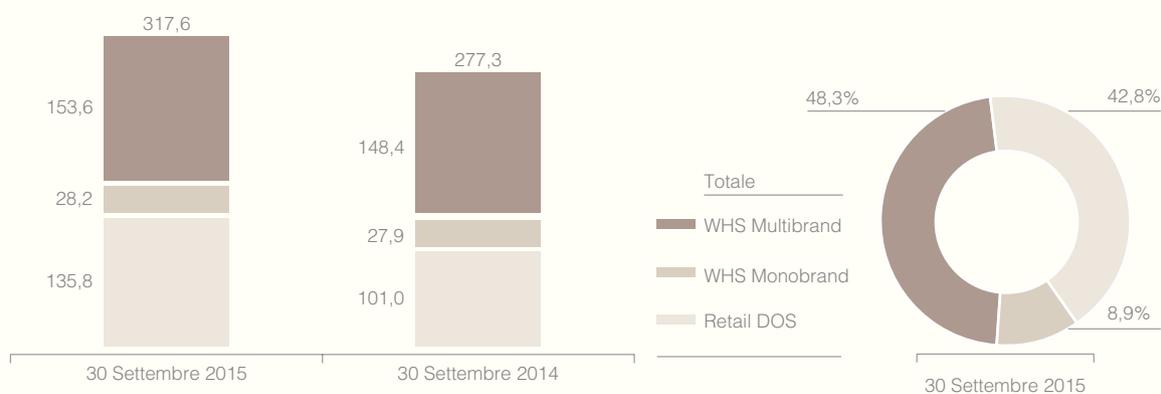
L'incremento complessivo dei Ricavi Netti è pari a Euro 26.061 migliaia a cambi costanti (+9,4%) ed è riconducibile principalmente alla crescita organica del canale *Retail* legata allo sviluppo dei punti vendita esistenti ed alla dinamica di apertura dei nuovi punti vendita diretti DOS in tutte le aree geografiche nonché alla crescita rispetto al medesimo periodo precedente del canale *wholesale multimarca e monomarca*. Si segnala che il differenziale registrato dal dato della crescita a cambi correnti (+14,5%) e crescita a cambi costanti (+9,4%) è principalmente riconducibile alla variazione del rapporto di cambio tra Euro e Dollaro americano intervenuta rispetto al passato periodo intermedio.

RICAVI SUDDIVISI PER CANALE DISTRIBUTIVO

Nei primi nove mesi del 2015 tutti i canali distributivi evidenziano incrementi dei ricavi, grazie ai risultati raggiunti nelle boutiques e locations esistenti, alle nuove e selezionate aperture, e alla presenza negli spazi più prestigiosi dei Luxury Department Stores.

La tabella che segue evidenzia i ricavi netti generati dal Gruppo al 30 Settembre 2015 e 2014, suddivisi per canale distributivo.

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	incid. %	2014	incid. %	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Retail	135.818	42,8%	100.969	36,4%	34.849	+34,5%
Wholesale Monomarca	28.204	8,9%	27.957	10,1%	247	+0,9%
Wholesale Multimarca	153.536	48,3%	148.420	53,5%	5.116	+3,4%
Totale	317.558	100,0%	277.346	100,0%	40.212	+14,5%





RETAIL

I ricavi netti generati dal canale *retail* sono pari ad Euro 135.818 migliaia, registrando un incremento di Euro 34.849 migliaia, pari +34,5% rispetto al medesimo periodo precedente.

Alla data del 30 settembre 2015 il canale *retail* rappresenta il 42,8% dei ricavi netti totali del Gruppo, in aumento rispetto al 36,4% del 30 settembre 2014.

I punti di vendita diretti, che erano settanta al 30 settembre 2014, sono passati a settantotto al 30 settembre 2015. Rispetto al 30 settembre 2014 si evidenzia un incremento del numero dei punti vendita pari ad otto, con dieci aperture, e le trasformazioni dal canale monomarca diretto al canale monomarca wholesale di due boutiques in località “*Second-Tier*” nel mercato domestico, nel mese di settembre 2015. Nel corso dei primi nove mesi del 2015 il numero dei punti vendita diretti è stato incrementato di sette unità rispetto alla situazione al 31 dicembre 2014.

Il *Like-for-Like* (comparable store sales), calcolato come crescita dei ricavi a tassi di cambio costanti registrati nei DOS esistenti al 1° gennaio 2014, è pari al 5,3% nelle prime 44 settimane dell’anno (periodo 1 gennaio – 1 novembre 2015).

Si segnala il positivo contributo alla crescita sia delle aperture degli ultimi 12 mesi, sia dalla conversione del business in Giappone alla gestione diretta a partire dal 1° settembre dello scorso anno (3 passaggi di boutiques e 13 hard-shop nei Luxury Department Stores).

WHOLESALE MONOMARCA

I ricavi netti realizzati attraverso il canale *wholesale monomarca* sono pari ad Euro 28.204 migliaia (Euro +247 migliaia rispetto al 30 settembre 2014), corrispondente al +0,9%.

I ricavi netti generati dalle vendite attraverso il canale *wholesale monomarca* rappresentano il 8,9% dei ricavi netti totali, in lieve diminuzione rispetto al 10,1% del corrispondente periodo precedente: si ricorda che la crescita è influenzata anche dalle conversioni al canale diretto delle 3 boutiques monobrand wholesale in Giappone, dal 1° settembre 2014, al netto delle quali le vendite nel canale monomarca wholesale crescono del +3,7%.

I punti di vendita, che erano trentaquattro al 30 settembre 2014 risultano aumentati di quattro unità al 30 settembre 2015. Rispetto al 30 settembre 2014 si evidenziano due nuove aperture e due trasformazioni dal canale retail. Nel corso dei primi nove mesi del 2015 il numero dei negozi *wholesale monomarca* è incrementato di quattro unità.

WHOLESALE MULTIMARCA

I ricavi netti realizzati attraverso il canale *wholesale multimarca* sono pari ad Euro 153.536 migliaia (Euro +5.116 migliaia rispetto al 30 settembre 2014, pari ad un incremento del +3,4% rispetto al medesimo periodo del 2014). L’incidenza percentuale del canale passa dal 53,5% del 30 settembre 2014 al 48,3% del 30 settembre 2015.

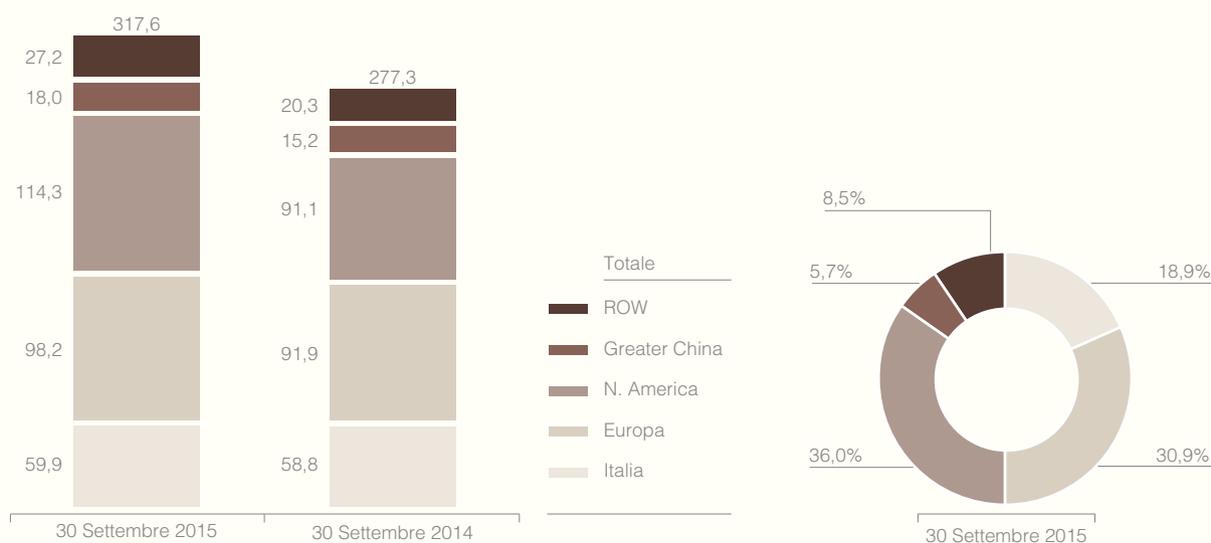
Si segnala inoltre, come più volte ricordato, che la performance rispetto ai primi nove mesi del 2014 è impattata dall’evoluzione della modalità di gestione del business in Giappone, che, a partire dal 1° settembre 2014 è stato caratterizzato dalla conversione di 13 hard-shop situati nei più importanti Luxury Department Stores, che sono così passati dalla gestione *wholesale multibrand* al canale *Retail*.

RICAVI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA

Nel corso dei primi nove mesi del 2015, il Gruppo Brunello Cucinelli evidenzia importanti crescite in tutti i mercati internazionali, la cui incidenza percentuale sui ricavi netti è pari al 81,1% e dove si registrano incrementi complessivi pari al +17,9% rispetto ai dati del passato periodo intermedio; anche il mercato italiano riporta un interessante e significativo incremento dei ricavi, pari al +1,9%, evidenziando sani e sostenibili risultati.

Di seguito si presentano i ricavi al 30 settembre 2015, comparati con il medesimo periodo precedente, suddivisi per aree geografiche.

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	incid. %	2014	incid. %	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Italia	59.878	18,9%	58.769	21,2%	1.109	+1,9%
Europa	98.174	30,9%	91.883	33,1%	6.291	+6,8%
Nord America	114.295	36,0%	91.117	32,9%	23.178	+25,4%
Greater China	18.054	5,7%	15.257	5,5%	2.797	+18,3%
Resto del Mondo (RoW)	27.157	8,5%	20.320	7,3%	6.837	+33,6%
Totale	317.558	100,0%	277.346	100,0%	40.212	+14,5%





Di seguito si fornisce l'analisi dell'incremento dei Ricavi netti per area geografica:

Italia

I Ricavi netti "Italia" rappresentano il 18,9% del totale dei ricavi (21,2% nel medesimo periodo precedente) e proseguono nell'incoraggiante trend di crescita evidenziato nella prima parte dell'anno, registrando un incremento rispetto al 30 settembre 2014 pari ad Euro 1.109 migliaia, corrispondente al +1,9% (Euro 59.878 migliaia nel 2015; Euro 58.769 migliaia nel 2014).

I positivi risultati raggiunti sono trainati dalle crescite sia nelle boutiques monomarca, che negli esclusivi multi-marca dove il brand è posizionato, con incrementi importanti, nelle principali città e località resort.

I risultati beneficiano sia degli acquisti da parte della clientela locale, sia del crescente flusso di turismo di fascia molto alta, tra cui evidenziamo il consumatore asiatico e mediorientale.

Al 30 settembre 2015 il network monomarca diretto è pari a undici boutiques, mentre il network del canale wholesale monomarca è pari a sei boutiques.

Europa

I Ricavi netti "Europa" rappresentano il 30,9% del totale dei ricavi (33,1% nel medesimo periodo precedente) e aumentano del +6,8%, passando da Euro 91.883 migliaia ad Euro 98.174 migliaia, con un incremento in valore assoluto di Euro 6.291 migliaia.

La solidità della domanda del cliente locale e i crescenti flussi del turismo della fascia più alta, in particolare quello asiatico, trainano la crescita riportata, con risultati particolarmente positivi nelle boutiques e spazi di vendita delle principali città e delle prestigiose località resort.

I risultati si mostrano solidi in tutti i paesi del mercato europeo confermando la marginale influenza delle molteplici dinamiche economico-finanziarie sul cliente della fascia più alta.

Positivi i risultati delle vendite negli spazi esistenti, con le crescite riportate nei primi nove mesi dell'anno positivamente influenzate dal contributo di 5 selezionate aperture, avvenute negli ultimi dodici mesi.

Al 30 settembre 2015 il network monomarca diretto è pari a ventisei boutiques, mentre il network del canale wholesale monomarca è pari a venti boutiques.



Nord America

I Ricavi netti “Nord America” rappresentano il 36,0% del totale dei ricavi (32,9% nel medesimo periodo precedente) e sono passati da Euro 91.117 migliaia ad Euro 114.295 migliaia, con una crescita di Euro 23.178 migliaia, pari al +25,4%.

I ricavi crescono sia nelle esclusive boutiques del canale diretto, sia negli spazi più importanti dei Luxury Department Stores, che incrementano progressivamente le aree di vendita più prestigiose dedicate al brand, per soddisfare la crescente domanda di *prêt-à-porter* “esclusivo” e di “alta artigianalità e manualità”.

Il trend evidenzia l’incremento della domanda sia da parte del cliente locale, da sempre identificato quale cliente “tradizionale”, sia dal turista sofisticato.

I risultati di vendita sono positivi in entrambi i canali distributivi, monomarca e multimarca, caratterizzato quest’ultimo dalla presenza nei più importanti Luxury Department Stores, che incrementano progressivamente l’offerta per la fascia dei clienti più alta.

Nel canale monomarca retail le crescite sono supportate dai risultati delle boutiques esistenti, grazie ai sell-out di vendita, e dal contributo delle tre aperture avvenute negli ultimi 12 mesi.

Il network monomarca al 30 settembre 2015 è pari a ventuno boutiques.

Greater China

I Ricavi netti “Greater China” rappresentano il 5,7% del totale dei ricavi (5,5% nel medesimo periodo precedente) e aumentano di Euro 2.797 migliaia (+18,3%), passando da Euro 15.257 migliaia a Euro 18.054 migliaia.

L’aumento del fatturato è correlato alla positiva performance dell’esclusiva e limitata rete esistente, invariata negli ultimi 12 mesi, con incrementi sia in Mainland China, sia nelle altre aree di riferimento della Greater China.

I consumatori asiatici, abbienti e sofisticati, mostrano ancora una volta la solidità delle proprie abitudini di acquisto, indipendentemente dalle dinamiche macro-economiche e performance dei mercati azionari che hanno caratterizzato gli ultimi mesi.

Il numero di boutiques e spazi di vendita si mantiene invariato nei primi nove mesi del 2015 e risulta composto da sedici boutiques monomarca dirette e tre boutiques wholesale monomarca.

Resto del mondo

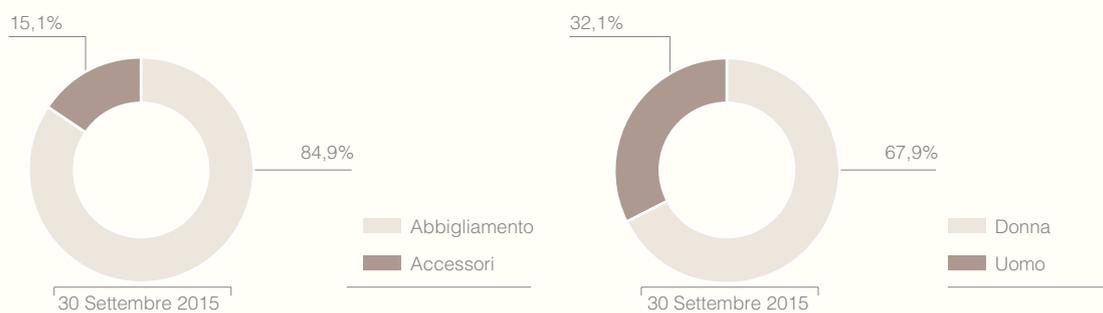
I Ricavi netti “Resto del Mondo” crescono del 33,6% nei primi nove mesi del 2015 rispetto al medesimo periodo precedente, passando da Euro 20.320 migliaia ad Euro 27.157 migliaia.

In linea con le dinamiche descritte nel primo semestre, i risultati riportati sono influenzati dalla più volte ricordata conversione alla gestione diretta del business in Giappone, intervenuta a partire dal 1° settembre 2014; conseguentemente, la base di comparazione delle vendite in Giappone è diventata omogenea solo a partire dal 1° settembre 2015, con trend di crescita attesi “normalizzati” nei prossimi trimestri.

Il numero dei negozi monomarca al 30 settembre 2015 è pari a tredici boutiques, includendo l’importante apertura di Tokio/Ginza avvenuta nel mese di settembre 2015.

RICAVI SUDDIVISI PER LINEA DI PRODOTTO E PER TIPOLOGIA DI CLIENTE FINALE

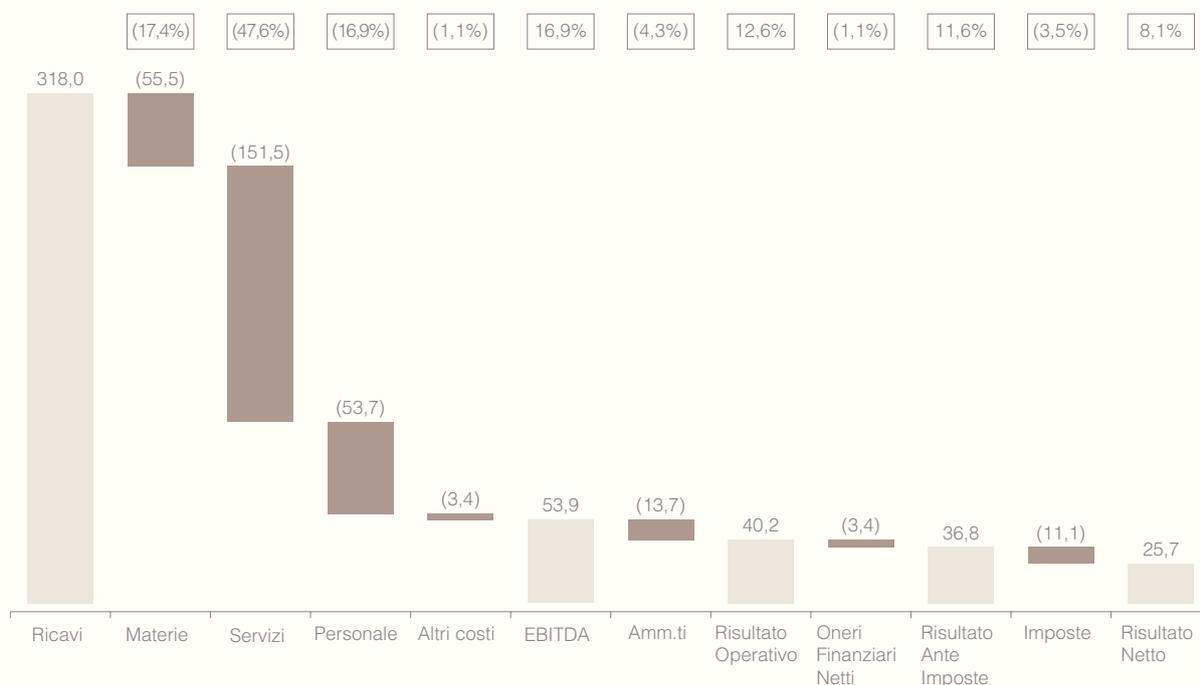
Di seguito si presenta in forma grafica la composizione dei ricavi del Gruppo Brunello Cucinelli al 30 settembre 2015, suddivisi per linea di prodotto e per tipologia di cliente finale:





ANALISI DEL CONTO ECONOMICO

Di seguito si presenta in forma grafica una riesposizione dei dati economici al 30 settembre 2015 volta a rappresentare l'andamento dei primi nove mesi:



RISULTATI OPERATIVI

Come già precedentemente segnalato, si ricorda che i primi nove mesi del passato esercizio 2014 erano positivamente influenzati dall'operazione di cessione di un immobile alla controllante Fedone S.r.l. (a sua volta controllata dal Cav. Lav. Brunello Cucinelli), situato non in prossimità del sito manifatturiero e logistico della Società, che aveva generato una plusvalenza pari ad Euro 755 migliaia, contabilizzata nella voce "Altri ricavi". Al fine di consentire una lettura omogenea e coerente dell'andamento del periodo, nel presente Resoconto intermedio di gestione i dati relativi ai primi nove mesi del 2014 sono stati "normalizzati", sterilizzando l'operazione sopra ricordata.

La presente tabella sintetizza gli indicatori di profittabilità operativa EBITDA e Risultato Operativo:

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014 normalizzato ⁽²⁾	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Risultato operativo	40.204	12,6%	38.598	13,9%	1.606	+4,2%
+ Ammortamenti	13.663	4,3%	9.450	3,4%	4.213	+44,6%
EBITDA ⁽¹⁾	53.867	16,9%	48.048	17,3%	5.819	+12,1%

(1) L'EBITDA è rappresentato dal risultato operativo al lordo degli ammortamenti. L'EBITDA così definito rappresenta una misura utilizzata dal *management* della Società per monitorare e valutare l'andamento operativo della stessa. L'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non deve essere considerato misura alternativa per la valutazione dell'andamento del risultato operativo del Gruppo. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri e quindi non comparabile.

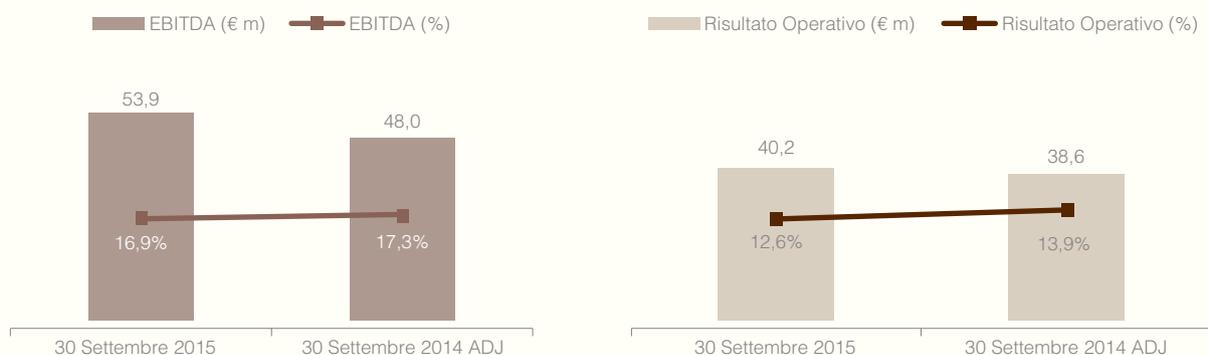
(2) I saldi al 30 settembre 2014 delle voci Risultato operativo ed EBITDA sono stati normalizzati al fine di sterilizzare l'effetto della plusvalenza realizzata nel primo semestre del passato esercizio (Euro 755 migliaia) e consentire un confronto omogeneo e coerente con i dati del presente periodo intermedio.

L'EBITDA al 30 settembre 2015 è pari ad Euro 53.867 migliaia e rappresenta il 16,9% dei ricavi delle vendite e delle prestazioni, in aumento del 12,1% rispetto al dato normalizzato del passato periodo intermedio.

Si segnala che i primi nove mesi del 2015 sono stati caratterizzati da una riduzione, in termini di incidenza percentuale, del costo di produzione per materie prime e per lavorazioni esterne, riconducibile sostanzialmente alle dinamiche tra trimestri ed alla maggior incidenza dei ricavi generati dal canale distributivo retail, il cui sviluppo ed espansione dei punti vendita gestiti direttamente ha generato, tuttavia, una maggiore incidenza percentuale di alcuni costi operativi, tra cui si distinguono il costo per affitti ed il costo del personale.

Il Risultato Operativo al 30 settembre 2015 è pari ad Euro 40.204 migliaia e rappresenta il 12,6% dei ricavi delle vendite e delle prestazioni, in aumento del 4,2% rispetto al dato normalizzato del passato periodo intermedio. Si segnala l'importante impatto degli ammortamenti, conseguenti agli investimenti effettuati, che rappresentano il 4,3% dei ricavi delle vendite e delle prestazioni nei primi nove mesi del 2015 rispetto al 3,4% registrato nei primi nove mesi del 2014 (incremento in valore assoluto pari ad Euro 4.213 migliaia).

Di seguito si presenta in forma grafica l'andamento dell'EBITDA e del Risultato Operativo del Gruppo al 30 settembre 2015 e al 30 settembre 2014:



Come sopra evidenziato l'EBITDA passa dal 17,3% dei primi nove mesi del 2014 normalizzato al 16,9% dei primi nove mesi del 2015, incrementandosi in valore assoluto per Euro 5.819 migliaia.



Le dinamiche economiche che hanno caratterizzato i primi nove mesi del 2015 sono rappresentate innanzitutto da una maggior incidenza dei Ricavi netti registrati dal canale distributivo *retail* sul totale dei Ricavi netti del periodo (42,8% al 30 settembre 2015 contro 36,4% al 30 settembre 2014). La maggior incidenza percentuale del canale *retail* è riconducibile sia alla crescita organica dei punti vendita già esistenti (*like for like* pari a 5,3%) sia allo sviluppo del network negozi diretto (78 boutiques al 30 settembre 2015, rispetto alle 70 boutiques del 30 settembre 2014), nonché al passaggio del business in Giappone, dal 1° settembre 2014, alla gestione diretta (3 boutiques e 13 hard-shop nei Luxury Department Stores giapponesi).

L'espansione commerciale ha conseguentemente generato nei primi nove mesi del 2015 l'aumento dell'incidenza percentuale di alcuni costi operativi (accentuato anche dall'effetto del cambio di traduzione tra l'Euro e le altre monete in aree extra-UE, soprattutto riconducibile al Dollaro americano), con particolare riferimento al costo per affitti (che in aggiunta alle nuove aperture e conversioni di boutiques, risente degli incrementi generati dal riposizionamento e ampliamento di alcune delle più importanti boutiques, dalla avvenuta rinegoziazione di contratti in scadenza, dall'apertura del nuovo show-room di Tokyo, oltre che dal riposizionamento dell'importante show-room di New York) ed al costo per il personale conseguente all'aumento degli organici, sostanzialmente riconducibile all'incremento del personale di vendita.

Le dinamiche sopra descritte hanno determinato un andamento in linea con quanto già manifestatosi al 30 giugno 2015 e sono di seguito descritte:

1. riduzione, in termini di incidenza percentuale, del costo di produzione per materie prime e per lavorazioni esterne (36,3% al 30 settembre 2015 rispetto al 39,9% al 30 settembre 2014); si segnala che la percentuale di incidenza in esame risente, nel corso dei diversi trimestri dell'anno, della non perfetta omogeneità del flusso dei ricavi e dei costi e che al 31 dicembre 2014 il costo di produzione per materie prime e per lavorazioni esterne si attestava al 37,1%.

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Costi per materie prime e materiali di consumo	59.626	18,7%	56.392	20,2%	3.234	+5,7%
Variazione delle rimanenze	(4.146)	-1,3%	(4.846)	-1,7%	700	-14,4%
Lavorazioni esterne	59.951	18,9%	59.551	21,4%	400	+0,7%
Totale	115.431	36,3%	111.097	39,9%	4.334	+3,9%

La variazione percentuale del presente periodo intermedio, pari al +3,9%, risulta in linea con l'andamento registrato al 30 giugno 2015, pari al +2,4%.

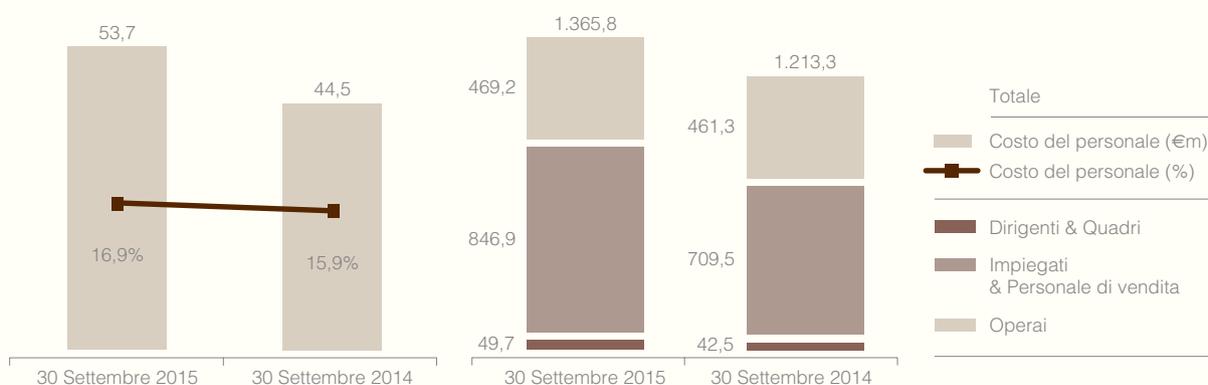
2. maggior incidenza in termini percentuali sul totale dei Ricavi delle vendite e delle prestazioni del costo per affitti (10,9% al 30 settembre 2015 rispetto al 7,3% al 30 settembre 2014), che registra un incremento in termini assoluti pari ad Euro 14.199 migliaia rispetto ai primi nove mesi dell'esercizio passato. Al 31 dicembre 2014 l'incidenza percentuale era pari al 8,1%.

(In migliaia di Euro)	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Affitti passivi	34.582	10,9%	20.383	7,3%	14.199	+69,7%

La variazione percentuale del presente periodo intermedio, pari al +69,7%, risulta in linea con l'andamento registrato al 30 giugno 2015, pari al +74,2%.

3. maggior incidenza in termini percentuali del costo per il personale (16,9% al 30 settembre 2015 rispetto al 15,9% al 30 settembre 2014), che ammonta a Euro 53.696 migliaia, contro gli Euro 44.447 migliaia del precedente periodo intermedio, per una crescita che si attesta in valore assoluto a Euro 9.249 migliaia. La variazione percentuale del presente periodo intermedio, pari al +20,8%, risulta in linea con l'andamento registrato al 30 giugno 2015, pari al +22,3%.

Il dato FTE (Full Time Equivalent) risulta pari 1.365,8 al 30 settembre 2015 rispetto a 1.213,3 al 30 settembre 2014 (+152,5) sostanzialmente riconducibile all'incremento del personale di vendita generato dall'espansione del network dei punti vendita gestiti direttamente. Al 31 dicembre 2014 l'incidenza percentuale era pari al 17,4%.



Dopo aver esaminato le principali dinamiche relative al costo di produzione, agli affitti passivi ed al costo del personale, di seguito si commentano brevemente le altre principali voci che compongono i costi operativi:

- Provvigioni ed oneri accessori, relative ai compensi riconosciuti alla rete agenti, la cui incidenza percentuale risulta stabile rispetto ai primi nove mesi del passato esercizio (3,4% nel 2015, 3,2% nel 2014);
- Spese per Pubblicità ed altre spese commerciali, che si incrementano di Euro 1.723 migliaia, pari al 10,8%, con un'incidenza percentuale rispetto ai Ricavi delle vendite e delle prestazioni pari al 5,5% nel 2015 rispetto al 5,7% del 30 settembre 2014. Si ricorda che trattasi di attività sostenute per attività promozionali svolte dal Gruppo con l'intento di diffondere l'immagine e la filosofia aziendale nel Mondo (nello specifico, costi principalmente relativi alla produzione dei cataloghi, alle campagne pubblicitarie, alle mostre e alle fiere organizzate sul territorio nazionale ed internazionale). Al 31 dicembre 2014 l'incidenza percentuale delle spese di comunicazione e immagine era pari al 5,5% dei ricavi;
- Trasporti e Dazi, la cui incidenza percentuale risulta pari al 3,6% nel 2015, in diminuzione rispetto al 4,5% del 2014;
- Commissioni sull'utilizzo delle carte di credito, che si incrementano del 31,4% rispetto ai primi nove mesi del passato esercizio, dato strettamente connesso alla crescita del canale Retail.



Di seguito si espone un quadro riassuntivo di tali voci per i primi nove mesi del 2015 e del 2014, rapportati ai ricavi delle vendite e delle prestazioni.

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
Provvigioni ed oneri accessori	10.769	3,4%	9.028	3,2%	1.741	+19,3%
Pubblicità ed altre spese commerciali	17.633	5,5%	15.910	5,7%	1.723	+10,8%
Trasporti e dazi	11.567	3,6%	12.438	4,5%	(871)	-7,0%
Commissioni carte di credito	2.479	0,8%	1.887	0,7%	592	+31,4%



ANALISI DEL CAPITALE CIRCOLANTE NETTO DEGLI INVESTIMENTI E DELLA GESTIONE FINANZIARIA

Di seguito lo schema riclassificato per fonti e impieghi della situazione patrimoniale e finanziaria al 30 settembre 2015, raffrontato con quello relativo al 31 dicembre 2014 ed al 30 settembre 2014:

<i>(In migliaia di Euro)</i>	al 30 settembre 2015	al 31 dicembre 2014	al 30 settembre 2014
Crediti commerciali	73.277	45.051	66.648
Rimanenze	132.532	125.114	102.942
Debiti commerciali	(49.562)	(62.185)	(49.458)
Altre attività/(passività) correnti nette	(21.182)	(10.473)	(17.722)
Capitale Circolante Netto	135.065	97.507	102.410
Immobilizzazioni Immateriali	32.825	29.649	29.630
Immobilizzazioni Materiali	95.465	80.157	76.364
Immobilizzazioni Finanziarie	5.983	4.786	4.824
Immobilizzazioni	134.273	114.592	110.818
Altre attività/(passività) non correnti nette	5.393	862	2.216
Capitale Investito Netto	274.731	212.961	215.444
Disponibilità Liquide	(50.998)	(53.635)	(32.060)
Debiti verso banche correnti	74.435	48.709	41.893
Debiti verso banche non correnti	57.464	42.450	34.958
Altri Strumenti Finanziari Netti	2.803	5.112	4.659
Indebitamento Finanziario Netto	83.704	42.636	49.450
Capitale Sociale	13.600	13.600	13.600
Riserve	143.064	118.097	119.564
Risultato di Gruppo	26.942	33.060	26.902
Patrimonio Netto di Gruppo	183.606	164.757	160.066
Patrimonio Netto di Terzi	7.421	5.568	5.928
Patrimonio Netto	191.027	170.325	165.994
Fonti di finanziamento	274.731	212.961	215.444



CAPITALE CIRCOLANTE NETTO

Al fine di una miglior comprensione delle principali variazioni del Capitale Circolante Netto, in considerazione della già citata “ciclicità stagionale”, di seguito si espongono i commenti confrontando i dati al 30 settembre 2015 rispetto al 30 settembre 2014.

Il Capitale Circolante Netto al 30 settembre 2015 registra un incremento pari ad Euro 32.655 migliaia rispetto al dato del 30 settembre 2014.

La variazione è sostanzialmente riconducibile all’effetto generato dal:

- saldo delle “Rimanenze”, che evidenzia una variazione in aumento pari ad Euro 29.590 migliaia, con un’incidenza percentuale rispetto ai Ricavi Netti degli ultimi 12 mesi pari al 33,5% (al 31 dicembre 2014 l’incidenza era pari al 35,2%). Si segnala che l’incremento della voce “Rimanenze” è principalmente riconducibile alle nuove gestioni dirette di punti vendita intervenute negli ultimi dodici mesi, più volte ricordate, nonché allo sviluppo del business nel periodo. Si segnala altresì che il saldo della voce in esame al 30 settembre 2015 (132,5 milioni di euro) si riduce rispetto al magazzino del 30 giugno 2015 (141,9 milioni di euro), in linea con il trend dello scorso anno, quando il magazzino era passato dai 107,3 milioni di euro al 30 giugno 2014 ai 102,9 milioni di euro al 30 settembre 2014.
- saldo dei “Crediti commerciali”, che registra un incremento pari ad Euro 6.629 migliaia (Euro 73.277 migliaia al 30 settembre 2015 rispetto agli Euro 66.648 migliaia del 30 settembre 2014). Si evidenzia come tale andamento sia soprattutto riconducibile alle dinamiche di sviluppo del business, nonché alla conversione in Euro dei crediti espressi in valuta estera, che risentono anche del diverso tasso di cambio di fine periodo applicato al 30 settembre 2015 rispetto al 30 settembre 2014.
- saldo dei “Debiti commerciali”, principalmente riferibili alla attività della Capogruppo (quindi espressi in Euro e non inficiati dal tasso di cambio di fine periodo), che risultano sostanzialmente omogenei rispetto all’andamento del business essendo pari ad Euro 49.562 migliaia al 30 settembre 2015 rispetto agli Euro 49.458 migliaia del 30 settembre 2014.
- saldo delle “Altre passività nette”, pari a Euro 21.182 migliaia al 30 settembre 2015 rispetto agli Euro 17.722 migliaia del passato periodo intermedio ed il cui incremento è riconducibile principalmente alla valutazione dei fair value sugli strumenti derivati di copertura del rischio di cambio connesso alle transazioni commerciali in valuta estera. A tale proposito, si ricorda che il Gruppo si avvale della contabilizzazione dei citati strumenti derivati secondo le regole del “Cash Flow Hedge”, che prevede l’iscrizione dei fair value in una voce dell’attivo o passivo di Stato Patrimoniale (Attività o Passività per strumenti finanziari correnti) con contropartita una apposita riserva di Patrimonio Netto per la componente ritenuta efficace della variazione di fair value degli strumenti derivati, che sarà riversata a conto economico tra i ricavi al momento della manifestazione contabile delle transazioni oggetto di copertura.



INVESTIMENTI

Nel corso del periodo intermedio chiuso al 30 settembre 2015, il Gruppo ha effettuato investimenti in immobilizzazioni per un importo complessivo pari ad Euro 32.428 migliaia, di cui Euro 6.707 migliaia in immobilizzazioni immateriali, Euro 23.912 migliaia in immobilizzazioni materiali ed Euro 1.809 migliaia in immobilizzazioni finanziarie (depositi cauzionali).

Si segnala che gli investimenti complessivi degli ultimi dodici mesi sono stati pari a Euro 40.955 migliaia.

La seguente tabella indica gli investimenti ripartiti per tipologia e categoria effettuati dal Gruppo nel corso dei primi nove mesi del 2015 e del 2014 e negli ultimi dodici mesi (periodo 30 settembre 2014 – 30 settembre 2015).

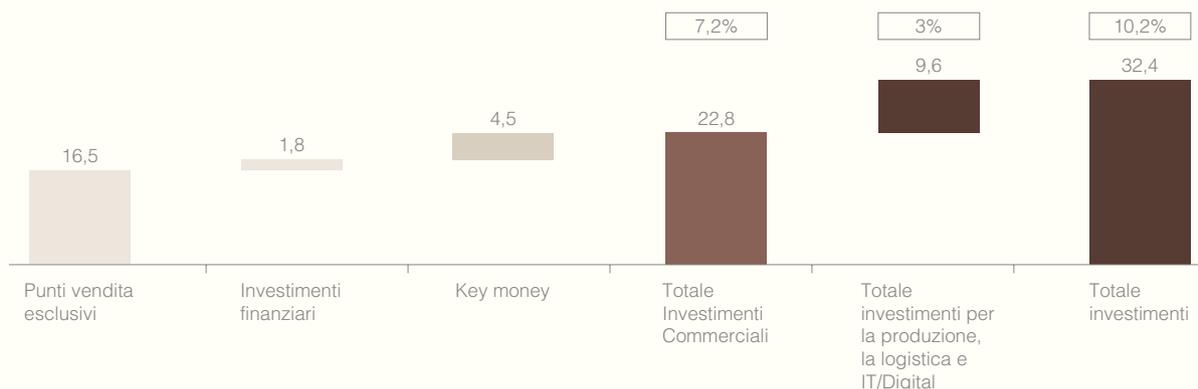
<i>(In migliaia di Euro)</i>	al 30 settembre 2015	al 30 settembre 2014	dal 30 settembre 2014 al 30 settembre 2015
Investimenti in Immobilizzazioni immateriali	6.707	6.179	8.079
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	23.912	23.622	30.941
Investimenti in Immobilizzazioni finanziarie	1.809	1.333	1.935
Totale Investimenti	32.428	31.134	40.955

Gli investimenti più rilevanti sono stati destinati all'apertura e strutturazione di punti vendita, riconducibili in maniera importante alla entrata nell'area di consolidamento della società SAM Brunello Cucinelli Monaco, che gestisce la nuova boutique di Monte Carlo, ed alle aperture dei nuovi negozi direttamente gestiti dal Gruppo nelle aree geografiche Europa, Nord America e Resto del Mondo.

Ulteriori importanti investimenti hanno inoltre riguardato l'acquisto del compendio immobiliare situato nel Comune di Carrara, località Avenza, in cui il Gruppo Brunello Cucinelli (attraverso la controllata Pinturicchio S.r.l.) svolge l'attività di confezione di abiti da uomo.

Si segnalano altresì investimenti nel settore dell'Information Technology per complessivi Euro 3.117 migliaia, di cui Euro 1.997 migliaia iscritti tra le Immobilizzazioni Immateriali ed Euro 1.120 migliaia tra le Immobilizzazioni Materiali.

Di seguito si presentano in veste grafica gli investimenti sostenuti dal Gruppo al 30 settembre 2015 suddivisi per tipologia di destinazione:





La voce Ammortamenti (Euro 13.663 migliaia al 30 settembre 2015 ed Euro 9.450 migliaia nel medesimo periodo precedente) è pari al 4,3% dei Ricavi delle vendite e delle prestazioni nei primi nove mesi del 2015 e 3,4% nei primi nove mesi del 2014; l'incremento in valore assoluto, pari ad Euro 4.213 migliaia, è principalmente da imputarsi agli investimenti effettuati.

GESTIONE FINANZIARIA

Si riporta di seguito il dettaglio della composizione dell'Indebitamento Finanziario Netto al 30 settembre 2015, al 31 dicembre 2014 ed al 30 settembre 2014.

INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO:

<i>(In migliaia di Euro)</i>	al 30 settembre 2015	al 31 dicembre 2014	al 30 settembre 2014
A. Cassa	(216)	(158)	(152)
B. Altre disponibilità liquide	(50.782)	(53.477)	(31.908)
C. Liquidità (A)+(B)	(50.998)	(53.635)	(32.060)
D. Crediti finanziari correnti	(46)	(44)	(33)
E. Debiti bancari correnti	74.435	48.709	41.893
F. Altri debiti finanziari correnti	645	2.026	564
G. Debiti Correnti (E)+(F)	75.080	50.735	42.457
H. Indebitamento finanziario corrente netto (G)+(D)+(C)	24.036	(2.944)	10.364
I. Debiti bancari non correnti	57.464	42.450	34.958
J. Altri debiti non correnti	2.204	3.130	4.128
K. Indebitamento finanziario non corrente (I)+(J)	59.668	45.580	39.086
L. Indebitamento Finanziario Netto (H) + (K) ⁽¹⁾	83.704	42.636	49.450

(1) L'indebitamento finanziario corrente e non corrente non sono identificati come misura contabile nell'ambito degli IFRS. Il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri gruppi e, pertanto, il saldo ottenuto dalla Società potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi.

Al 30 settembre 2015, l'indebitamento finanziario del Gruppo Brunello Cucinelli è pari a Euro 83.704 migliaia (Euro 42.636 migliaia al 31 dicembre 2014), rispetto agli Euro 49.450 migliaia al 30 settembre 2014 (Euro 16.101 migliaia al 31 dicembre 2013). Il relativo incremento è correlato alla dinamica degli investimenti e alla stagionalità del business, con il consueto picco della posizione finanziaria netta dell'anno raggiunto tra i mesi di giugno e settembre.

Confrontando la posizione finanziaria netta al 30 settembre 2015 (pari a 83.704 migliaia di Euro) con i primi nove mesi dello scorso anno (49.450 migliaia di Euro), l'incremento registrato risulta in linea con la dinamica del primo semestre, quando la posizione finanziaria netta era aumentata da 46.108 migliaia di Euro al 30 giugno 2014 a 78.281 migliaia di Euro al 30 giugno 2015.



Si segnala inoltre che:

- nel corso dei primi nove mesi del 2015 il Gruppo, così come effettuato al 31 dicembre 2014, al fine di rimodulare l’indebitamento a medio/lungo termine a condizioni di tasso di interesse più vantaggiose rispetto a quelle precedentemente in essere, ha acceso nuovi finanziamenti per complessivi Euro 56.682 migliaia ed estinto finanziamenti per complessivi Euro 31.787 migliaia; più in particolare, si segnala che circa 12,5 milioni di Euro dei nuovi finanziamenti contratti nel corso del primo semestre 2015, sono stati utilizzati per estinguere anticipatamente debiti precedentemente contratti, ottenendo condizioni maggiormente favorevoli.
- il saldo iscritto alla voce “Altri debiti finanziari non correnti” è rappresentativo della passività finanziaria relativa al finanziamento ottenuto, per la propria quota di competenza, dal socio di minoranza della società controllata Brunello Cucinelli Hong Kong Ltd. Relativamente alla opzione put da parte dei soci di minoranza della Brunello Cucinelli England, Ltd. si rinvia a quanto indicato al paragrafo “Fatti di rilievo intervenuti nel corso dei primi nove mesi del 2015”.

Il seguente prospetto riporta il risultato della gestione finanziaria evidenziando separatamente l’effetto dei cambi valutari e del fair value dei contratti derivati rispetto all’andamento degli oneri e proventi finanziari:

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al 30 settembre				Variazione del periodo	
	2015	% su ricavi	2014	% su ricavi	2015 vs. 2014	2015 vs. 2014 %
			normalizzato			
Interessi passivi su finanziamenti	775	0,2%	751	0,2%	24	+3,2%
Altri Oneri / (Proventi) netti	453	0,2%	804	0,3%	(351)	-43,7%
Oneri/(Proventi) finanziari	1.228	0,4%	1.555	0,5%	(327)	-21,0%
Perdite / (Utili) su cambi	1.500	0,5%	150	0,1%	1.350	>+100,0%
Oneri / (Proventi) finanziari per adeguamento al fair value dei derivati su finanziamenti	712	0,2%	287	0,1%	425	>+100,0%
Totale Oneri Finanziari Netti	3.440	1,1%	1.992	0,7%	1.448	+72,7%



ANDAMENTO DEL TITOLO QUOTATO AL MERCATO TELEMATICO AZIONARIO DI BORSA ITALIANA S.P.A.

Al 30 settembre 2015, ultimo giorno utile di quotazione del periodo, il prezzo ufficiale di chiusura del titolo Brunello Cucinelli è di Euro 16,22 (+109,3% rispetto ad Euro 7,75 per azione fissato in sede di IPO, - 12,5% rispetto al valore di chiusura dell'esercizio 2014, pari a Euro 18,53). La capitalizzazione di Borsa al 30 settembre 2015 ammonta ad Euro 1.102.960 migliaia.

Di seguito si presentano i dati registrati dal titolo ed il suo andamento nel periodo 01 gennaio 2015 – 30 settembre 2015:

	Euro	Data
Prezzo IPO	7,75	–
Prezzo Minimo ⁽¹⁾	15,57	24-ago-14
Prezzo Massimo ⁽¹⁾	20,14	27-gen-15
Prezzo Ufficiale	16,22	30-set-15
Capitalizzazione	1.102.960.000	30-set-15
Numero azioni in circolazione	25.772.000	30-set-15
Free Float	418.021.840	30-set-15

(1) Prezzi minimo e massimo registrati nel corso della negoziazione del giorno e pertanto non coincidenti con i prezzi ufficiali e di riferimento alla stessa data.





FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI NEL CORSO DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2015

Perfezionato l'acquisto di compendio immobiliare da Spring Immobiliare S.r.l. nel quadro degli accordi con d'Avenza Fashion S.p.A.

In data 15 gennaio 2015 la Società ha perfezionato per un prezzo di Euro 2.770.000 l'acquisto da Spring Immobiliare S.r.l. (società appartenente allo stesso gruppo di cui fa parte d'Avenza Fashion S.p.A.) del compendio immobiliare situato nel Comune di Carrara, località Avenza, in cui il Gruppo Brunello Cucinelli (attraverso la controllata Pinturicchio S.r.l.) svolge l'attività di confezione di abiti da uomo. Con tale acquisto si è data definitivamente attuazione agli accordi a suo tempo conclusi con d'Avenza Fashion S.p.A..

Aumento di capitale di Brunello Cucinelli Lessin Sichuan Fashion Co., Ltd.

Nel mese di gennaio 2015, marzo 2015 e settembre 2015 sono stati versati, rispettivamente, 30 milioni, 25 milioni e 10 milioni di Renminbi (RMB) da parte della Società a valere sull'aumento di capitale sociale ad essa interamente riservato di complessivi 100 milioni di RMB (il capitale sociale di Brunello Cucinelli Lessin Sichuan Fashion Co., Ltd passerà così da 100 milioni a 200 milioni RMB). Ad esito dell'integrale versamento di capitale, la quota di patrimonio netto della Brunello Cucinelli Lessin Sichuan Fashion Co., Ltd. detenuta dalla Società salirà al 75,5%. L'operazione rientra nella logica di sostegno e di sviluppo di un'area di mercato, quale è quello cinese, di grande importanza dal punto di vista prospettico per la Società.

Costituzione di SAM Brunello Cucinelli Monaco

In data 6 febbraio 2015 è stata perfezionata la costituzione della SAM Brunello Cucinelli Monaco, controllata al 68,67% dalla Società e partecipata al 30% da un soggetto terzo indipendente. Si segnala che in data 18 aprile 2015 è stata inaugurata la nuova boutique di Monaco – Monte Carlo.

Cessione di azioni della Società da parte di Fedone S.r.l.

In data 29 gennaio 2015 Fedone S.r.l., socio di controllo della Società, ha ceduto n.3.494.000 azioni della Società, pari al 5,14% del capitale della medesima, attraverso una procedura di accelerated book building riservata a investitori istituzionali. BofA Merrill Lynch ha agito in qualità di sole bookrunner per l'operazione. Nell'ambito della medesima operazione Fundita S.r.l. ha ceduto a Fedone n. 350.000 azioni ed a conclusione della stessa Fedone S.r.l. e Fundita S.r.l. detengono rispettivamente il 57% ed il 2% del capitale sociale della Brunello Cucinelli S.p.A.. Come comunicato al mercato in pari data, Fedone ha confermato l'impegno di mantenere il controllo della Società nel lunghissimo periodo.

Costituzione di Brunello Cucinelli Canada Limited

In data 9 febbraio 2015 è stata costituita Brunello Cucinelli Canada Limited, controllata al 70% dalla Società e partecipata al 30% da IMC Retail Inc. (società facente capo al signor Massimo Ignazio Caronna, già partner del Gruppo Brunello Cucinelli nella società Cucinelli Holding Co., LLC). Brunello Cucinelli Canada Limited gestirà il negozio monomarca che sarà aperto a Vancouver nel quarto trimestre del 2015. Tale società si occuperà altresì della gestione del business multimarca Brunello Cucinelli in territorio canadese.

**Aumento di capitale di Brunello Cucinelli Brasil, Ltda.**

Nel mese di maggio 2015 è stato effettuato l'aumento di capitale della controllata brasiliana Brunello Cucinelli Brasil, Ltda per l'ammontare di Reais 2.400.000 (pari ad un controvalore di Euro 698 migliaia). L'aumento di capitale è volto a sostenere la società controllata, che gestisce il negozio monomarca all'interno del noto shopping mall di Cidade Jardim di San Paolo, nella sua fase di start-up.

Nuovo accordo Brunello Cucinelli England

Nel mese di settembre 2015 il Gruppo Brunello Cucinelli e il signor Charles Rambaud, managing director di Brunello Cucinelli (England) Ltd. e titolare del 30% del capitale di tale società, hanno sottoscritto un nuovo accordo che, modificando il contratto di put e call option concluso in occasione dell'acquisizione della Brunello Cucinelli (England) Ltd., prevede il solo diritto di call option a favore del Gruppo Brunello Cucinelli, da esercitarsi in vari casi, tra cui al quinto anniversario ovvero al decimo anniversario del nuovo accordo.

Costituzione di SAS Brunello Cucinelli France Resort

Nel mese di settembre 2015 è stata costituita la SAS Brunello Cucinelli France Resort (controllata al 70% da Brunello Cucinelli Europe S.r.l. e partecipata al 30% da un soggetto terzo indipendente), che si dedicherà alla gestione in loco di boutiques monobrand dirette.



FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI DOPO IL 30 SETTEMBRE 2015

Non si segnalano fatti di rilievo intervenuti nel periodo intercorrente tra la data di chiusura della presente Relazione intermedia e la data di approvazione della stessa da parte del Consiglio di Amministrazione.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

L'anno in corso sta per concludersi con dei risultati bellissimi, con una crescita costante, solida e giusta. Una crescita che riguarda sia i ricavi, sia i margini reddituali, in linea con i risultati del 30 settembre 2015.

I sell out delle collezioni invernali 2015 stanno andando molto bene. Stiamo ultimando il grande progetto di investimenti 2013 – 2015 che ci ha portati a divenire un'industria ancor più solida e robusta per gli anni a venire. La campagna vendite Primavera Estate 2016 è terminata con dei risultati "eccellenti" e con giudizi molto speciali sia dai multibrand che dalla stampa specializzata. Quindi, dietro a questi risultati, immaginiamo un 2016 molto positivo, con una crescita a due cifre garbata.

Il nostro impegno è, ora come sempre, quello di raccogliere i vari stimoli, ispirazioni e indicazioni che ci arrivano dal mondo (specialmente da internet) e tradurli quotidianamente in realtà. Sempre più pensiamo al mondo fisico e al mondo digitale in modo unico ed integrato, con l'obiettivo di coniugare identità e progetti in modo coerente. Il "Grande Progetto di Internet" per il rinnovo della piattaforma tecnologica e per la gestione della presenza del brand nel mondo digitale, partito nel 2014 con la creazione di una struttura appositamente dedicata, proseguirà rafforzando la gestione della boutique on-line e del relativo magazzino presso la nostra sede di Solomeo. Tale importante progetto, sia dal punto di vista delle risorse umane dedicate che degli investimenti previsti, è coerente con la scelta strategica di una presenza esclusiva nel mondo digitale, e con la nostra idea di essere "*artigiani e umanisti*" del web. L'obiettivo è rendere il canale "*tradizionale*" della boutique e quello "*on-line*" rappresentativi di un'esperienza unica, identificativa del lifestyle Brunello Cucinelli, dell'esperienza del borgo di Solomeo, dell'esclusività del posizionamento, del servizio personalizzato per ciascuno dei nostri clienti finali.

CRITERI DI REDAZIONE

Il resoconto intermedio di gestione del Gruppo al 30 settembre 2015 è redatto ai sensi dell'art. 154 ter, comma 5 del Testo unico della Finanza (TUF) introdotto dal D.Lgs 195/2007 in attuazione della direttiva 2004/109/CE. Il resoconto intermedio di gestione è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Brunello Cucinelli S.p.A. il giorno 10 novembre 2015 e nella stessa data lo stesso organo ne autorizza la diffusione al pubblico.



AREA DI CONSOLIDAMENTO

L'area di consolidamento al 30 settembre 2015 è stata ampliata in seguito alla costituzione della società SAM Brunello Cucinelli Monaco, Brunello Cucinelli Canada Limited e SAS Brunello Cucinelli France Resort, di cui si è detto precedentemente al paragrafo "Fatti di rilievo intervenuti nel corso dei primi nove mesi del 2015". Quest'ultima società non risulta operativa alla data del presente Resoconto intermedio di gestione.

PRINCIPI CONTABILI

I principi contabili utilizzati per la predisposizione dei dati quantitativi economico finanziari patrimoniali al 30 settembre 2015 sono gli International Accounting Standards (IAS), gli International Financial Reporting Standards (IFRS) e i relativi documenti interpretativi, emessi dallo IASB ed omologati dall'Unione Europea, alla data di riferimento del Resoconto. Nella predisposizione sono stati applicati gli stessi principi contabili adottati nella redazione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2014.

VALUTAZIONI DISCREZIONALI E STIME CONTABILI SIGNIFICATIVE

Si ricorda che l'attività del Gruppo, pur non evidenziando profonde variazioni stagionali o cicliche delle vendite annuali complessive, risente, nel corso dei diversi trimestri dell'anno, della non perfetta omogeneità del flusso dei ricavi e dei costi derivante principalmente dall'attività industriale. Per tale motivo, l'analisi dei risultati e degli indicatori economici, patrimoniali e finanziari infrannuali non può essere considerata pienamente rappresentativa, e sarebbe pertanto errato considerare gli indicatori del periodo come quota proporzionale dell'intero esercizio.

La redazione del resoconto intermedio di gestione richiede inoltre agli amministratori della Capogruppo di effettuare valutazioni discrezionali, stime ed ipotesi che influenzano i valori di ricavi, costi, attività e passività e l'indicazione di passività potenziali alla data di bilancio. I risultati a consuntivo potrebbero differire da tali stime. I principali processi di stima e valutazione discrezionale sono relativi alla rilevazione e valutazione delle voci di bilancio di seguito indicate.

Imposte differite attive

Le Imposte differite attive sono rilevate a fronte delle differenze temporanee deducibili fra i valori delle attività e delle passività espressi in bilancio rispetto al corrispondente valore fiscale e delle perdite fiscali riportabili, nella misura in cui sia probabile l'esistenza di adeguati utili futuri fiscalmente imponibili, a fronte dei quali tali perdite potranno essere utilizzate. Una valutazione discrezionale è richiesta agli amministratori per determinare l'ammontare delle imposte differite attive che possono essere contabilizzate che dipende dalla stima della probabile manifestazione temporale e dell'ammontare dei futuri utili fiscalmente imponibili.



Passività per benefici ai dipendenti (Trattamento di fine rapporto – “TFR”) e accantonamenti al fondo indennità suppletiva

La valutazione del Trattamento di Fine Rapporto e del fondo indennità suppletiva di clientela degli agenti per le società italiane del Gruppo è effettuata utilizzando valutazioni attuariali. La valutazione attuariale richiede l'elaborazione di ipotesi circa i tassi di sconto, i futuri incrementi salariali (per il solo Trattamento di Fine Rapporto), i tassi di *turnover* e di mortalità. A causa della natura di lungo termine di questi piani, tali stime sono soggette ad un significativo grado di incertezza.

Rettifiche di valore sui Crediti

Le rettifiche di valore sui crediti rappresentano la miglior stima possibile effettuata dal management, in base alle informazioni in possesso alla data di redazione del bilancio, al fine di ricondurre il valore dei crediti al loro presumibile valore di realizzo.

Periodo di ammortamento delle immobilizzazioni materiali e immateriali

Gli ammortamenti dei beni a vita utile definita delle immobilizzazioni materiali e delle immobilizzazioni immateriali richiedono una valutazione discrezionale da parte degli amministratori, che a ogni data di bilancio viene rivista al fine di verificare che gli importi iscritti siano rappresentativi della miglior stima dei costi che eventualmente saranno affrontati dal Gruppo e, nel caso in cui si rilevino variazioni significative, gli importi vengono rivisti ed aggiornati.

Strumenti finanziari derivati

La valutazione degli strumenti finanziari derivati attivi e passivi ha richiesto l'utilizzo di stime e assunzioni, riviste su base continua e gli effetti di eventuali variazioni sono iscritti immediatamente in bilancio.

Le stime e le assunzioni sono effettuate dagli amministratori con il supporto delle funzioni aziendali e, quando appropriato, di specialisti indipendenti.

Gli strumenti finanziari derivati sono utilizzati dal Gruppo Brunello Cucinelli solamente con l'intento di copertura dei rischi finanziari relativi alle variazioni dei tassi di interesse sull'indebitamento bancario ed alle variazioni dei tassi di cambio sulle transazioni commerciali in valuta. In particolare, al fine di contenere l'esposizione al rischio di cambio derivante dalla propria attività commerciale, il Gruppo Brunello Cucinelli stipula contratti derivati (contratti di vendita a termine di valuta estera) atti a definire anticipatamente il tasso di conversione, o un range predefinito di tassi di conversione, a date future. La Società adotta il Cash Flow Hedge Accounting per la contabilizzazione dei contratti derivati negoziati a copertura del rischio di cambio connesso alle transazioni commerciali in valuta estera ritenute altamente probabili. In conseguenza di ciò, la componente ritenuta efficace della variazione di fair value degli strumenti derivati negoziati a copertura di transazioni altamente probabili in valuta estera viene accantonata in un'apposita riserva nel Patrimonio Netto. Al momento della manifestazione contabile delle transazioni oggetto di copertura, gli importi accantonati a riserva vengono imputati a Conto Economico nei Ricavi. La componente inefficace di tale variazione di fair value, invece, viene imputata a Conto Economico tra i Proventi e Oneri Finanziari.

Le variazioni di fair value successive alla manifestazione contabile delle transazioni oggetto di copertura, in accordo con le modalità adottate per la contabilizzazione delle poste coperte, sono imputate a Conto Economico tra i Proventi e Oneri Finanziari.



I cambi utilizzati per la determinazione del controvalore in euro dei bilanci espressi in valuta estera delle società controllate (valuta per 1 euro) sono riportati nella seguente tabella:

	Cambi medi		Cambi di fine periodo		
	30 settembre 2015	30 settembre 2014	30 settembre 2015	31 dicembre 2014	30 settembre 2014
Dollaro americano	1,114359	1,35487	1,1203	1,2141	1,2583
Franco svizzero	1,062106	1,218013	1,0915	1,2024	1,2063
Yen giapponese	134,777591	139,485916	134,69	145,23	138,11
Renmimbi (Yuan)	6,964135	8,354406	7,1206	7,5358	7,7262
Sterlina inglese	0,727149	0,81182	0,7385	0,7789	0,7773
Dollaro Hong Kong	8,6397	10,506656	8,6824	9,417	9,774
Real	3,525728	3,102823	4,4808	3,2207	3,0821
Dollaro canadese	1,403842	(*)	1,5034	(*)	(*)

(*) Tasso di cambio non utilizzato nel periodo indicato.



RAPPORTI CON PARTI CORRELATE

Ad eccezione di quanto descritto al paragrafo “Fatti di rilievo intervenuti nel corso dei primi nove mesi del 2015”, si segnala che alla data del 30 settembre 2015 non sono state poste in essere altre operazioni con Parti Correlate inusuali per caratteristiche ovvero significative per ammontari, diverse da quelle aventi carattere continuativo.

Cav. Lav. Brunello Cucinelli
Il Presidente del Consiglio di Amministrazione



PROSPETTI CONTABILI AL 30 SETTEMBRE 2015

**SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA
AL 30 SETTEMBRE 2015**

<i>(In migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2015	di cui con parti correlate	31 dicembre 2014	di cui con parti correlate	30 settembre 2014	di cui con parti correlate
ATTIVITÀ NON CORRENTI						
Attività immateriali	32.825		29.649		29.630	
Immobili, impianti e macchinari	95.465	13.000	80.157	11.475	76.364	10.575
Altre attività finanziarie non correnti	5.983	32	4.786	32	4.824	41
Imposte differite attive	17.776		13.307		14.717	
TOTALE ATTIVITÀ NON CORRENTI	152.049		127.899		125.535	
ATTIVITÀ CORRENTI						
Rimanenze	132.532		125.114		102.942	
Crediti commerciali	73.277	18	45.051	31	66.648	27
Crediti tributari	1.862		1.023		3.289	
Altri crediti ed attività correnti	13.069		14.873		13.182	
Altre attività finanziarie correnti	46		44		33	
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	50.998		53.635		32.060	
Attività per strumenti finanziari derivati correnti	1.350		495		85	
TOTALE ATTIVITÀ CORRENTI	273.134		240.235		218.239	
TOTALE ATTIVITÀ	425.183		368.134		343.774	



<i>(In migliaia di Euro)</i>	30 settembre 2015	di cui con parti correlate	31 dicembre 2014	di cui con parti correlate	30 settembre 2014	di cui con parti correlate
PATRIMONIO NETTO						
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO						
Capitale sociale	13.600		13.600		13.600	
Sovrapprezzo delle Azioni	57.915		57.915		57.915	
Riserve	85.149		60.182		61.649	
Risultato netto di Gruppo	26.942		33.060		26.902	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	183.606		164.757		160.066	
PATRIMONIO NETTO DI TERZI						
Capitale e riserve di terzi	8.665		6.841		6.925	
Risultato netto di pertinenza di terzi	(1.244)		(1.273)		(997)	
TOTALE PATRIMONIO NETTO DI TERZI	7.421		5.568		5.928	
TOTALE PATRIMONIO NETTO	191.027		170.325		165.994	
PASSIVITÀ NON CORRENTI						
Passività per beneficiari dipendenti	3.132		3.310		3.278	
Fondi per rischi ed oneri	591		947		813	
Debiti verso banche non correnti	57.464		42.450		34.958	
Debiti finanziari non correnti	1.798		2.663		3.709	
Altre passività non correnti	6.949		4.908		4.703	
Imposte differite passive	1.711		3.280		3.707	
Passività per strumenti finanziari derivati non correnti	406		467		419	
TOTALE PASSIVITÀ NON CORRENTI	72.051		58.025		51.587	
PASSIVITÀ CORRENTI						
Debiti commerciali	49.562	685	62.185	625	49.458	571
Debiti verso banche correnti	74.435		48.709		41.893	
Debiti finanziari correnti	200		1.682		215	
Debiti tributari	11.772		1.152		10.675	
Passività per strumenti finanziari derivati correnti	3.709		6.244		3.977	
Altre passività correnti	22.427		19.812		19.975	
TOTALE PASSIVITÀ CORRENTI	162.105		139.784		126.193	
TOTALE PASSIVITÀ	234.156		197.809		177.780	
TOTALE PATRIMONIO NETTO E PASSIVITÀ	425.183		368.134		343.774	

**CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO AL 30 SETTEMBRE 2015**

	Periodo chiuso al 30 settembre			
	2015	di cui con parti correlate	2014	di cui con parti correlate
<i>(In migliaia di Euro)</i>				
Ricavi netti	317.558	18	277.346	9
Altri ricavi operativi	451	28	1.378	781
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	318.009		278.724	
Costi per materie prime e materiali di consumo	(55.480)	(12)	(51.546)	(68)
Costi per servizi	(151.494)	(1.541)	(131.417)	(1.336)
Costo del personale	(53.696)	(206)	(44.447)	(181)
Altri costi operativi	(3.151)		(2.165)	(7)
Incrementi di immobilizzazioni per costi interni	677		738	
Ammortamenti	(13.663)		(9.450)	
Rettifiche di valore di attività e altri accantonamenti	(998)		(1.084)	
Totale costi operativi	(277.805)		(239.371)	
Risultato operativo	40.204		39.353	
Oneri finanziari	(24.330)		(5.637)	
Proventi finanziari	20.890		3.645	
Risultato ante imposte	36.764		37.361	
Imposte sul reddito	(11.066)		(11.456)	
Risultato del periodo	25.698		25.905	
Risultato di Gruppo	26.942		26.902	
Risultato di Terzi	(1.244)		(997)	
Utile per azione base	0,39621		0,39562	
Utile per azione diluito	0,39621		0,39562	

**CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO AL 30 SETTEMBRE 2015**

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al 30 settembre	
	2015	2014
Risultato Netto del periodo (A)	25.698	25.905
<i>Altre componenti di conto economico complessivo:</i>		
Effetti con possibile impatto futuro sul conto economico	1.666	(717)
<i>Cash flow hedge</i>	1.259	(3.102)
Imposte sul reddito	(346)	853
Effetto variazione riserva di cash flow hedge	913	(2.249)
Differenze di conversione di bilanci esteri	753	1.532
Effetti che non avranno impatto futuro sul conto economico	114	(69)
Trattamento di Fine Rapporto (IAS 19 revised)	157	(95)
Effetto fiscal	(43)	26
Totale altri utili/(perdite) al netto dell'effetto fiscale (B)	1.780	(786)
Totale risultato complessivo al netto delle imposte (A) + (B)	27.478	25.119
<i>Attribuibili a:</i>		
Gruppo	28.636	25.794
Terzi	(1.158)	(675)

**RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO AL 30 SETTEMBRE 2015**

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Periodo chiuso al 30 settembre	
	2015	2014
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITÀ OPERATIVE		
Utile netto dell'esercizio	25.698	25.905
<i>Rettifiche per riconciliare l'Utile netto al flusso di cassa generato / (assorbito) dalle attività operative:</i>		
Ammortamenti	13.663	9.450
Accantonamenti a Passività per benefici ai dipendenti	53	128
Accantonamenti a Fondi per rischi ed oneri / fondo obsolescenza / fondo svalutazione crediti	1.007	908
Variazione delle Altre passività non correnti	1.666	2.162
Minusvalenze / (Plusvalenze) da cessione immobilizzazioni	29	(722)
Pagamenti di Passività per benefici ai dipendenti	(74)	(122)
Pagamenti per Fondi per rischi ed oneri	(354)	(130)
Variazione netta di Imposte differite attive e passive	(6.301)	(3.807)
Variazione di fair value strumenti finanziari	(2.192)	2.327
<i>Variazioni nelle attività e passività operative:</i>		
Crediti commerciali	(28.806)	(23.613)
Rimanenze	(4.152)	(4.702)
Debiti commerciali	(16.197)	(17.769)
Altre attività e passività correnti	13.743	7.442
FLUSSO DI CASSA NETTO GENERATO DALLE ATTIVITÀ OPERATIVE (A)	(2.217)	(2.543)
FLUSSO DI CASSA DA ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO		
Investimenti in Immobili, impianti e macchinari	(23.912)	(22.689)
Investimenti in Attività immateriali	(6.707)	(2.979)
Investimenti in Attività finanziarie	(1.809)	(1.243)
Acquisizione White Flannel al netto della cassa acquisita	–	(549)
Acquisizione Pearl Flannel al netto della cassa acquisita	–	(443)
Acquisizione ramo d'azienda d'Avenza Fashion S.p.A. al netto della cassa acquisita	–	(84)
Cessione di Immobili, impianti e macchinari e key money	1.034	2.252
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI INVESTIMENTO (B)	(31.394)	(25.735)
FLUSSO DI CASSA DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO		
Erogazioni di finanziamenti a medio-lungo termine	56.682	51.642
Rimborso di finanziamenti a medio-lungo termine	(31.787)	(14.353)
Variazione netta delle passività finanziarie a breve termine	13.101	(11.944)
Variazione netta delle passività finanziarie a lungo termine	(1.002)	–
Aumento di capitale, versamento soci e altre variazioni del patrimonio netto	1.658	3.518
Distribuzione di dividendi	(8.435)	(7.955)
FLUSSO DI CASSA NETTO ASSORBITO DALLE ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO (C)	30.217	20.908
FLUSSO DI CASSA COMPLESSIVO (D=A+B+C)	(3.394)	(7.370)
EFFETTO DEI CAMBI SULLE DISPONIBILITÀ LIQUIDE NETTE (E)	757	754
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO (F)	53.635	38.676
DISPONIBILITÀ LIQUIDE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO (G=D+E+F)	50.998	32.060
<i>Informazioni aggiuntive:</i>		
Interessi pagati	1.783	1.445
Imposte sul reddito pagate	8.043	8.577

**MOVIMENTI DEL PATRIMONIO NETTO AL 30 SETTEMBRE 2015**

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Capitale sociale	Riserva legale	Riserva sovr. azioni	Riserva vers. soci c/capitale	Riserva da conver.ne	Altre riserve	Utile del periodo	Totale Patrimonio netto di Gruppo	Totale Patrimonio netto di terzi	Totale Patrimonio netto
Saldo al 31 dicembre 2014	13.600	2.720	57.915	–	1.179	56.283	33.060	164.757	5.568	170.325
Utile del periodo							26.942	26.942	(1.244)	25.698
Altri utili / (perdite)					668	1.027		1.695	85	1.780
Totale Utile / (perdita) complessiva	–	–	–	–	668	1.027	26.942	28.637	(1.159)	27.478
Destinazione utile del periodo						33.060	(33.060)	–	–	–
Distribuzione dividendi						(8.160)		(8.160)	(275)	(8.435)
Incrementi di patrimonio netto per versamenti da soci di minoranza								–	611	611
Variazioni area di consolidamento e operazioni “under common control”						(1.628)		(1.628)	2.675	1.047
Altri movimenti								–	1	1
Saldo al 30 settembre 2015	13.600	2.720	57.915	–	1.847	80.582	26.942	183.606	7.421	191.027

<i>(In migliaia di Euro)</i>	Capitale sociale	Riserva legale	Riserva sovr. azioni	Riserva vers. soci c/capitale	Riserva da conver.ne	Altre riserve	Utile del periodo	Totale Patrimonio netto di Gruppo	Totale Patrimonio netto di terzi	Totale Patrimonio netto
Saldo al 31 dicembre 2013	13.600	2.361	57.915	–	(240)	37.942	30.476	142.054	3.160	145.214
Utile del periodo							26.902	26.902	(997)	25.905
Altri utili / (perdite)					1.210	(2.318)		(1.108)	322	(786)
Totale Utile / (perdita) complessiva	–	–	–	–	1.210	(2.318)	26.902	25.794	(675)	25.119
Destinazione utile del periodo		359				30.117	(30.476)	–	–	–
Distribuzione dividendi						(7.480)		(7.480)	(475)	(7.955)
Incrementi di patrimonio netto per versamenti da soci di minoranza								–	3.519	3.519
Variazioni area di consolidamento e operazioni “under common control”						(233)		(233)	399	166
Altri movimenti						(69)		(69)	–	(69)
Saldo al 30 settembre 2014	13.600	2.720	57.915	–	970	57.959	26.902	160.066	5.928	165.994



ATTESTAZIONE AI SENSI DEL COMMA 2 ART. 154 BIS TUF

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Moreno Ciarapica

Il Dirigente preposto alla redazione
dei documenti contabili societari