

Informazione Regolamentata n. 1264-17-2024	Data/Ora Inizio Diffusione 17 Aprile 2024 17:36:31	Euronext Milan
--	---	----------------

Societa' : BRUNELLO CUCINELLI

Identificativo Informazione  
Regolamentata : 189165

Utenza - Referente : BRUNECUCIN04 - Leonardi

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 17 Aprile 2024 17:36:31

Data/Ora Inizio Diffusione : 17 Aprile 2024 17:36:31

Oggetto : Il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato al 31  
Marzo 2024

*Testo del comunicato*

Vedi allegato



## BRUNELLO CUCINELLI

### Comunicato Stampa

---

**CASA DI MODA BRUNELLO CUCINELLI: il C.d.A. ha esaminato i dati di fatturato del primo trimestre 2024.**

- Ricavi netti pari a 309,1 milioni di Euro, con una crescita molto importante del +16,5% a cambi correnti (+17,9% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2023;
- Risultati molto positivi in tutte le aree geografiche e canali distributivi, sentiamo un alto e nobile valore intorno all'immagine del nostro brand, espressione di esclusività, rarità, lifestyle e Made in Italy di alta artigianalità e manualità;
- Ricavi per aree geografiche: Americhe +19,5%, Europa +13,9%, Asia +16,0%;
- Vendite per canali distributivi: retail +15,0%, wholesale +19,0%;
- Confermiamo con convinzione la stima di una bella crescita dei ricavi nell'intorno del +10% per il 2024, e per noi con un sano e giusto profitto;
- Lo scorso mese in un bell'evento in Roma, abbiamo presentato alla stampa nazionale ed internazionale la prima collezione eyewear in partnership con la stimata EssilorLuxottica ed iniziato la distribuzione nei nostri negozi e nel canale ottico specializzato di altissimo profilo.

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

***“Il valore dell'esclusività, della rarità e della creatività nel “lusso gentile”, del lavoro artigiano e manuale”***

*Il primo trimestre di quest'anno si è chiuso con ottimi risultati di vendita che ben descrivono il favore che le nostre collezioni ed il nostro lifestyle stanno raccogliendo in tutto il mondo. La bellissima raccolta ordini sulle collezioni autunno-inverno 2024, sia uomo che donna, e la forte positività dei commenti dei giornalisti internazionali e dei grandi multibrand sul nostro stile di “lusso gentile” ci portano a ribadire con rinnovata convinzione le nostre aspettative, per l'intero anno 2024, di una crescita dei ricavi nell'intorno del 10% e di un sano e giusto profitto. Siamo molto fiduciosi che la ricerca di un prodotto bello, ben fatto, esclusivo e raro sia destinata a continuare nel tempo, riconoscendo l'altissimo valore del lavoro manuale ed artigiano.*

*Vorrei concludere questo documento di natura economica con una breve nota umanistica: in questi tempi, giorno dopo giorno, ormai da un tempo che appare troppo lungo, l'umanità assiste attonita a più di un conflitto tanto inaspettato fra persone umane, io penso tra sorelle e fratelli, ma sono certo che il buon senso e l'armonia universale torneranno a guidare le azioni di chi ha la responsabilità di raggiungere un destino comune potenzialmente ricco di lietezza: ispirato dal mio maestro Pitagora il mio augurio è che il Creato aiuti questo risveglio in ogni parte del mondo!*



## BRUNELLO CUCINELLI

*Solomeo, 17 aprile 2024* - 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 del primo trimestre 2024, in accordo con gli International Financial Reporting Standards (IFRS) emessi dall'International Accounting Standards Board.

\*\*\*

Siamo molto lieti degli **ottimi risultati** raggiunti in questo **primo trimestre** dell'anno 2024, con un fatturato in aumento del +16,5% a cambi correnti (+17,9% a cambi costanti), in linea con le nostre aspettative e coerente con la **crescita solida e sostenibile** attesa per l'intero anno, che immaginiamo nell'intorno del **+10%**.

Ci sembra importante rimarcare come il contributo delle diverse **aree geografiche** e dei canali distributivi risulti molto **sano, equilibrato e sinergico**.

Un contributo che si caratterizza attraverso una crescita strutturale della domanda della fascia più alta del lusso nelle **Americhe**, in **Europa**, e in **Asia**, che conferma pienamente ottime potenzialità di sviluppo.

In tale prospettiva distributiva, grande e costante è l'attenzione riposta verso il **mantenimento dell'esclusività e della contemporaneità degli spazi** in tutti i canali di vendita, sia per quanto riguarda il mondo retail (+15,0% rispetto allo stesso periodo del 2023) che per i clienti wholesale (+19,0% rispetto al primo trimestre 2023), tra i quali si registra un forte dinamismo, un profondo senso di fiducia e un robusto legame con il nostro brand.

I primi mesi del nuovo anno confermano la centralità del **cliente locale** in tutti i mercati di riferimento, con un crescente **turismo** che presenta una maggiore diversificazione per nazionalità rispetto allo scorso anno, in cui la clientela americana era stata il riferimento principale delle vendite ai turisti in Europa.

Il grande apprezzamento per il gusto della **Collezione Primavera-Estate 2024** si concretizza in un **solido sell-out** durante tutto il trimestre, in entrambi i canali distributivi.

Guardando alla seconda parte dell'anno, ci infonde particolare fiducia l'esito della campagna vendita della **Collezione Autunno-Inverno 2024**, che già aveva rilevato il favore della stampa specializzata durante gli eventi di presentazione, prima a Pitti Immagine e a Milano per la linea maschile a gennaio, seguita poi dalla Settimana della Moda femminile il mese successivo.

In linea generale, un dato che ci gratifica fortemente è legato alla sempre più diffusa ricerca consapevole e attenta in tutto il mondo di un tipo di prodotto **speciale, altamente artigianale** e la ricerca dell'**esclusività**, con la domanda di **prodotti rari** e di **altissima qualità**;

Concetti che crediamo rispecchino a pieno la nostra idea del "**Lusso Gentile**", come riportato dalle parole di Brunello Cucinelli, simbolo della bellezza secondo misura proprio di un'eleganza che non eccede, ma che si esprime nella sua genuinità consapevole e rispettosa.

### **Brunello Cucinelli: brand di lifestyle contemporaneo**

Ci pare che gli ottimi risultati raggiunti confermino il riconoscimento del nostro brand quale esempio di **lifestyle**, caratterizzato da un gusto ben riconoscibile, fondato su un'idea di eleganza sempre contemporanea, sobria, raffinata, di altissima qualità, essenziale nel senso più nobile del termine.

Un universo di riferimento oggi ampliato dall'introduzione delle nuove "**licenze contemporanee**" relative alle categorie di **occhiali** e **profumi** che per noi rappresentano un **armonico completamento** dei nostri **look** e del nostro **lifestyle**.



## BRUNELLO CUCINELLI

Partnership che andrà ad arricchirsi di valore grazie anche alle importanti collaborazioni con ottici e store specializzati di altissimo profilo che, insieme alle boutique del brand, andranno a presentare queste creazioni simbolo del “*fatto bene in Italia*”.

I team creativi di Solomeo e di Agordo hanno dato vita a un significativo lavoro svolto assieme che rinsalda la garbata e proficua intesa tra le due realtà produttive, nata dalla stima e dalla simpatia che legava tra loro Brunello Cucinelli e Leonardo Del Vecchio. Un’amicizia questa amabile e gentile, dalla quale è germogliato un attento lavoro di ricerca e sviluppo, svolto in piena armonia. Brunello Cucinelli, in occasione del lancio dello scorso marzo, aveva così dichiarato:

*«Leonardo del Vecchio mi confessò un giorno: “Caro Brunello, quelli che facciamo non so se sono begli occhiali, sappi che a me piacciono molto, e che certamente sono fatti nel miglior modo possibile al mondo”! Alla presentazione della nostra nuova Collezione Occhiali, ammirando il risultato di un lavoro e di un’armonia così formidabili con EssilorLuxottica, ho ripensato a quelle parole. Leonardo sapeva trasmettere entusiasmo a chi lavorava insieme a lui, come allo stimatissimo amico Francesco Milleri, il quale con la sua speciale umanità sa stabilire tra i nostri team un rapporto reciproco di rispetto e di amabilità. Diceva Platone: “Il bello è lo splendore del vero”, per questo mi auguro che gli occhiali nati da una così sentita collaborazione siano apprezzati per i valori di verità e bellezza che li hanno ispirati; e mi affascina pensare che tali valori interpretino da una prospettiva diversa il concetto universale del “Lusso Gentile, simbolo della bellezza secondo misura”, che è proprio di un’eleganza che non eccede, ma che si esprime nella sua genuinità consapevole e rispettosa».*

\*\*\*

### Ricavi per Area Geografica

	1° trim. 24	% sul	1° trim. 23	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
Italia	34.947	11,3%	27.559	10,4%	26,8%
Europa (esclusa Italia)	73.814	23,9%	67.942	25,6%	8,6%
<b>Totale Europa</b>	<b>108.761</b>	<b>35,2%</b>	<b>95.501</b>	<b>36,0%</b>	<b>13,9%</b>
<b>Americhe</b>	<b>114.187</b>	<b>36,9%</b>	<b>95.549</b>	<b>36,0%</b>	<b>19,5%</b>
<b>Asia</b>	<b>86.144</b>	<b>27,9%</b>	<b>74.281</b>	<b>28,0%</b>	<b>16,0%</b>
<b>Ricavi</b>	<b>309.092</b>	<b>100,0%</b>	<b>265.331</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,5%</b>
<b>var.% a cambi costanti</b>					<b>17,9%</b>

**Europa** – fatturato pari a 108,8 milioni di Euro, in crescita del +13,9% rispetto al primo trimestre del 2023, con un peso del 35,2%.

In **Italia**, gli incrementi molto importanti dei primi tre mesi dell’anno (+26,8%) accompagnano la **centralità** del nostro Paese per quanto riguarda l’**immagine**, il **gusto** e i **valori** che identificano il nostro brand. I sell-out e i risultati delle vendite nel canale multibrand delle Collezione Primavera-Estate 2024 trainano i ricavi in questa prima fase dell’anno, con l’altrettanto positivo contributo delle vendite del nuovo importantissimo flagship di Roma in Via dei Condotti e della boutique di Forte dei Marmi.



## BRUNELLO CUCINELLI

In **Europa** si conferma la solidità del **cliente locale**, con la presenza di un **turismo** maggiormente diversificato per nazionalità rispetto allo scorso anno, quando la clientela americana aveva rappresentato il riferimento principale in Europa.

**Americhe** – vendite pari a 114,2 milioni di Euro, in crescita del +19,5% rispetto al primo trimestre 2023, con un peso pari al 36,9%.

Molto, molto bene i risultati del Nord America, con una prevalenza importante degli acquisti da parte del **cliente locale** sia nelle **grandi città** che nelle **aree resort** e nelle **città di provincia**, dove i *Luxury Departments* multibrand si confermano la destinazione prediletta dai clienti del luogo.

Respiriamo una grande **energia** e un'**atmosfera positiva** che caratterizza il **mercato americano**, come i recenti grandi eventi (Grammy Awards, Oscar e Superbowl) hanno evidenziato, e siamo estremamente lieti dell'immagine del nostro brand in questa area di primaria importanza per il lusso assoluto, con la **ricerca crescente** da parte del cliente americano di **manufatti speciali** di **altissimo valore**.

**Asia** – ricavi pari a 86,1 milioni di Euro, in rialzo del +16,0% rispetto ai primi 3 mesi del 2023, con un peso pari al 27,9%.

Anche per questo primo trimestre 2024, il potenziale dell'area si conferma molto interessante, grazie alle significative **crescite** raggiunte in tutte le principali geografie asiatiche, tra cui **Cina, Giappone, Corea del Sud e Medio Oriente**.

Nel mercato cinese possiamo constatare con grande soddisfazione le importanti opportunità di sviluppo. Il conferimento dell'importantissimo Premio internazionale "**Designer of the Year 2023**" assegnato da GQ China, ci sembra un chiaro segnale in tal senso. La Cina si conferma un mercato che apprezza il gusto delle nostre collezioni, e che riconosce grande valore alla più alta qualità artigianale e al posizionamento esclusivo del nostro brand quale simbolo di eccellenza artigianale italiana.

### Ricavi per Canale Distributivo

	1° trim. 24	% sul	1° trim. 23	% sul	Var. %
	Eur '000	tot. fatt.	Eur '000	tot. fatt.	
<b>Retail</b>	<b>188.560</b>	<b>61,0%</b>	<b>164.024</b>	<b>61,8%</b>	<b>15,0%</b>
<b>Wholesale</b>	<b>120.532</b>	<b>39,0%</b>	<b>101.307</b>	<b>38,2%</b>	<b>19,0%</b>
<b>Ricavi</b>	<b>309.092</b>	<b>100,0%</b>	<b>265.331</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,5%</b>
<b>var.% a cambi costanti</b>					<b>17,9%</b>

**Canale retail** – fatturato pari a 188,6 milioni di Euro, in aumento del +15,0% rispetto al primo trimestre 2023, con un peso relativo pari al 61,0%.

Il canale retail sta vivendo un momento di **bella e sana crescita a parità di perimetro**, con interessanti risultati in tutte le aree geografiche e mercati e con il **positivo contributo** di nuove ed esclusive **aperture**.

Le vendite nel **canale digitale** evidenziano un **trend di crescita** in linea con il mondo fisico, confermando la sinergia e complementarità che mette in contatto queste due realtà, con il canale online che si conferma sempre di più una finestra sul nostro mondo e lifestyle del brand, di primaria importanza per tutti i clienti e spesso utilizzato quale fonte di ispirazione e modello.



## BRUNELLO CUCINELLI

Il numero di **boutique retail** al 31 marzo 2024 è invariato rispetto alle **125** boutique al 31 dicembre 2023 (122 boutique al 31 marzo 2023).

**Canale wholesale** – ricavi pari a 120,5 milioni di Euro, in aumento del +19,0% rispetto al primo trimestre 2023, con un peso relativo del 39,0%.

**Ottimi i dati di vendita** delle collezioni **Primavera Estate 2024**, che rappresentano il cuore dei ricavi del primo trimestre 2024.

Siamo inoltre grati e fiduciosi anche per l'**apprezzamento** espresso in sede di ordini dai clienti multibrand per le **nuove collezioni Autunno-Inverno 2024**; apprezzamento che, come sempre, si conferma importantissimo per il feedback sulla modernità e contemporaneità delle collezioni.

Si conferma dunque estremamente solido l'apporto dato dagli stimati clienti di questo canale che, sin dagli inizi della nostra storia, hanno saputo custodire, interpretare e trasmettere il gusto Brunello Cucinelli con grande abilità e professionalità.

### Le nostre aspettative

L'ottimo andamento delle vendite nei primi mesi dell'anno rafforza la solidità delle previsioni di una **garbata crescita** del fatturato nell'intorno del **+10%** per l'intero **2024**, con **sani ed equilibrati profitti**.

I risultati del primo trimestre 2024 beneficiano anche della **base di comparazione** dei primi tre mesi dello scorso anno, base di comparazione risultata poi progressivamente crescente nei trimestri successivi, e delle vendite delle collezioni **Primavera Estate 2024**, confermando le nostre attese di inizio anno e la concretezza di un progetto di crescita sostenibile per i prossimi anni.

La nostra piena fiducia in un altro bellissimo anno è ulteriormente consolidata dalla raccolta ordini delle **Collezioni Autunno Inverno 2024**, che avevano già rilevato commenti particolarmente positivi da parte della stampa specializzata sia in occasione della presentazione maschile, prima a Firenze/Pitti Immagine e subito dopo a Milano, nonché di quella femminile, durante la Fashion Week di febbraio a Milano.

Per quanto riguarda il **2025**, l'attesa di un **solido incremento** del fatturato nell'intorno del **+10%** acquista una concretezza ancora maggiore, riflettendo l'allure e immagine del brand, che beneficia del **posizionamento** nella **fascia più alta del lusso**, in cui la crescente ricerca di capi speciali ci sembra rappresenti una caratteristica strutturale della domanda nel settore del lusso assoluto.

\*\*\*

*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 rischiosità ed incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri.*

\*\*\*

Brunello Cucinelli S.p.A. è una Casa di Moda italiana, fondata nel 1978 dall'omonimo stilista e imprenditore e quotata al Mercato Telematico di Borsa Italiana. Da sempre radicata nel borgo medievale di Solomeo, in Umbria, l'azienda è guidata da una filosofia imprenditoriale volta ai grandi temi dell'Armonia con il Creato, del rispetto per la dignità di ogni essere vivente e al perseguimento di una crescita equilibrata in piena sintonia con i valori etici racchiusi nei principi fondanti del Capitalismo Umanistico e dell'Umana Sostenibilità.



## BRUNELLO CUCINELLI

Nato dalla produzione specializzata in cashmere di altissima qualità, il brand ha sviluppato nel tempo una proposta lifestyle e ready-to-wear casual chic, espressione di uno stile raffinato, discreto ma allo stesso tempo versatile e quotidiano. Le collezioni mirano a interpretare lo spirito più autentico dello stile di vita italiano, ricreando con passione ed etica un gusto sempre bilanciato tra eleganza, creatività, contemporaneità e artigianalità; gusto radicato nei valori di sartorialità e alta artigianalità peculiari della 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 di tutte le Umane Risorse della nostra azienda.

\*\*\*

**Contatti: Investor Relations & Corporate Planning**

Pietro Arnaboldi

Brunello Cucinelli S.p.A.

Tel. 075/69.70.079

**Media**

Vittoria Mezzanotte

Brunello Cucinelli S.p.A.

Tel. 02/34.93.34.78

Corporate website: [www.brunellocucinelli.com](http://www.brunellocucinelli.com)

Fine Comunicato n.1264-17-2024

Numero di Pagine: 8