



MONCLER S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2015¹

**MONCLER: CONTINUA LA CRESCITA A DOPPIA CIFRA.
RICAVI IN AUMENTO DEL 17% A TASSI DI CAMBIO COSTANTI E UTILE NETTO +31%**

- **Ricavi Consolidati: Euro 561,5 milioni, +25% rispetto a Euro 449,3 milioni dei primi nove mesi del 2014; +17% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 174,5 milioni, rispetto a Euro 136,1 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un'incidenza sui ricavi del 31,1%**
- **EBIT *Adjusted*²: Euro 147,6 milioni, rispetto a Euro 117 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un'incidenza sui ricavi del 26,3%**
- **Utile Netto: Euro 92,7 milioni, rispetto a Euro 70,5 milioni dei primi nove mesi del 2014, con un'incidenza sui ricavi del 16,5%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 152,9 milioni, rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014 e a Euro 217,8 milioni al 30 settembre 2014**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “I risultati conseguiti nei primi nove mesi di quest’anno sono ancora una volta superiori alle nostre attese, non solo a livello di fatturato, in aumento del 17% a tassi di cambio costanti e del 25% a tassi di cambio correnti, ma anche di utili operativi (EBITDA) e profitti netti, che hanno registrato rispettivamente un progresso del 28% e del 31%. E’ proseguita, inoltre, la forte crescita dei negozi aperti da oltre 12 mesi (*comp store sales*) che, nei primi nove mesi del 2015, hanno registrato un aumento del 13%.

Sono molto soddisfatto dello sviluppo della nostra rete di negozi retail che, a fine settembre, ha raggiunto 166 *Directly Operated Stores* (DOS). Nel mese di ottobre è proseguito il rafforzamento di questo canale distributivo, consolidando anche la nostra presenza in Giappone con l’apertura del nuovo *flagship store* a Ginza, nel prestigioso quartiere del lusso di Tokyo, con un evento che ha riscontrato grande successo, ad ulteriore conferma della forza del nostro marchio in tutto il mondo.

Forti di questi risultati con tutto il mio *team* siamo pronti ad affrontare le sfide che ci attendono, consapevoli che c’è ancora molto da fare e che possiamo migliorarci ogni giorno per creare un gruppo sempre più solido”.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati, non sottoposti a revisione contabile.

² Prima dei costi non ricorrenti.

Milano, 9 novembre 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2015.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nei primi nove mesi del 2015 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 561,5 milioni**, rispetto a Euro 449,3 milioni registrati nello stesso periodo del 2014, **in aumento del 25% a tassi di cambio correnti e del 17% a tassi di cambio costanti**.

Ricavi per Area Geografica

	Primi Nove Mesi 2015		Primi Nove Mesi 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	107.395	19,1%	103.860	23,1%	+3%	+3%
EMEA (escl. Italia)	190.008	33,8%	163.761	36,5%	+16%	+14%
Asia e Resto del Mondo	170.456	30,4%	127.700	28,4%	+33%	+20%
Americhe	93.642	16,7%	53.978	12,0%	+73%	+47%
Ricavi Totali	561.501	100,0%	449.299	100,0%	+25%	+17%

Nei primi nove mesi del 2015 Moncler ha registrato una crescita del fatturato in tutte le aree geografiche in cui opera.

In particolare, nelle **Americhe** Moncler ha conseguito una crescita del 47% a tassi di cambio costanti e del 73% a tassi di cambio correnti, grazie all'espansione di entrambi i canali distributivi (*retail* e *wholesale*) negli Stati Uniti ed in Canada.

In **Asia e Resto del Mondo** Moncler è cresciuta del 20% a tassi di cambio costanti, e del 33% a tassi di cambio correnti, trainata dal canale *retail*.

Il fatturato Moncler in **EMEA** ha registrato un aumento del 14% a tassi di cambio costanti e del 16% a tassi di cambio correnti, grazie al significativo contributo dei mercati francese ed inglese.

Nello stesso periodo in **Italia** i ricavi Moncler sono cresciuti del 3% rispetto ai primi nove mesi del 2014 trainati dalle buone performance della rete di negozi a gestione diretta.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primi Nove Mesi 2015		Primi Nove Mesi 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	334.208	59,5%	219.532	48,9%	+52%	+41%
Wholesale	227.293	40,5%	229.767	51,1%	-1%	-5%
Ricavi Totali	561.501	100,0%	449.299	100,0%	+25%	+17%

Nel corso dei primi nove mesi del 2015, il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 334,2 milioni rispetto a Euro 219,5 milioni nello stesso periodo del 2014, con un incremento del 41% a tassi di cambio costanti e del 52% a tassi di cambio correnti, grazie ad una solida crescita organica ed allo sviluppo della rete di negozi monomarca a gestione diretta (Directly Operated Stores, DOS).

I ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*comp store sales*)³ sono aumentati del 13% nei primi nove mesi del 2015, in linea con le aspettative del management, dopo i risultati eccezionali del primo trimestre e l'ottima performance delle collezioni Primavera/Estate ottenuta nel secondo trimestre.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 227,3 milioni rispetto a Euro 229,8 milioni nei primi nove mesi del 2014, in calo del 5% a tassi di cambio costanti e dell'1% a tassi di cambio correnti. Il risultato di questo canale nel 2015 include l'effetto della conversione del business in Corea da *wholesale* a *retail* a partire dal 1 gennaio. Al netto della Corea, il canale *wholesale* ha registrato una crescita dell'1% a tassi di cambio costanti e del 5% a tassi di cambio correnti, grazie alle ottime performance in particolare degli Stati Uniti e nonostante la riduzione di alcuni punti vendita soprattutto in Italia ed Europa.

Rete Distributiva Monomarca

Al 30 settembre 2015, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **166 punti vendita diretti (DOS)**, in aumento di 32 unità rispetto al 31 dicembre 2014 e **33 punti vendita wholesale (shop-in-shop)** in diminuzione di 5 unità rispetto al 31 dicembre 2014.

A seguito della costituzione della *joint venture* in Corea, dal 1 gennaio 2015 Moncler ha convertito in DOS i 12 negozi *wholesale* monomarca presenti nel Paese che, quindi, fino al 31 dicembre 2014 erano inclusi nel numero di punti vendita monomarca *wholesale*.

Network Negozi Monomarca

	30/09/2015	31/12/2014	Aperture nette Primi Nove Mesi 2015
Retail	166	134	32
Italia	19	19	-
EMEA (escl. Italia)	53	51	2
Asia e Resto del Mondo	78	50	28
Americhe	16	14	2
Wholesale	33	38	(5)
Totale Monomarca	199	172	27

Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati

Prima di analizzare nel dettaglio l'andamento dei risultati operativi e netti consolidati del Gruppo, è importante ricordare che, come evidenziato nei commenti ai ricavi consolidati, una parte della crescita dei primi nove mesi del 2015 è riconducibile alla rivalutazione di alcune importanti valute in cui opera Moncler. Poiché, invece, una

³ Il dato di *Comparable Store Sales Growth* considera i DOS (esclusi gli outlet) aperti da almeno 52 settimane e il negozio online; esclude dal calcolo i negozi che sono stati ampliati e/o rilocati.

parte significativa dei costi è espressa in Euro, il miglioramento dei risultati e dei margini è in parte dovuto anche a tale andamento delle valute.

Nei primi nove mesi del 2015, il **marginale lordo** consolidato è stato pari a **Euro 406,2 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 72,3% rispetto al 70,0% dello stesso periodo del 2014. Il miglioramento del margine lordo è riconducibile allo sviluppo del canale *retail* oltre al suddetto andamento delle valute.

Le **spese di vendita** sono state pari a **Euro 162,2 milioni**, con un'incidenza sui ricavi pari al 28,9%, rispetto al 26,2% dei primi nove mesi del 2014; tale variazione è sostanzialmente riconducibile all'espansione del canale *retail*, ma include anche il costo per affitti relativi a negozi non ancora aperti che, rispetto allo stesso periodo del 2014, è risultato più alto per circa Euro 1,8 milioni.

Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 56,8 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 10,1%, in diminuzione rispetto al 10,4% dei primi nove mesi del 2014, seppur in aumento nel trimestre a seguito di investimenti che il Gruppo sta facendo nella struttura organizzativa.

Le **spese di pubblicità** sono state pari a **Euro 39,6 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 7,0% rispetto al 7,4% dei primi nove mesi del 2014.

L'**EBITDA Adjusted⁴** è stato pari a **Euro 174,5 milioni** in crescita rispetto a Euro 136,1 milioni nei primi nove mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 31,1% (30,3% nei primi nove mesi del 2014).

L'**EBIT Adjusted⁴** è stato pari a **Euro 147,6 milioni** in aumento rispetto a Euro 117 milioni nei primi nove mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 26,3% (26,0% nei primi nove mesi del 2014). Includendo i costi non ricorrenti, l'EBIT è stato pari a Euro 139,7 milioni con un'incidenza del 24,9% (25,3% nello stesso periodo del 2014).

I **costi non ricorrenti** includono costi non monetari relativi ai piani di *stock options*, pari a Euro 4,3 milioni (Euro 3,1 milioni nei primi nove mesi del 2014) e l'aggiustamento del valore relativo alla cessione della "Divisione Altri Marchi", pari a Euro 3,6 milioni.

Nei primi nove mesi del 2015, l'**Utile Netto** è cresciuto del 31% a **Euro 92,7 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 16,5%, rispetto a Euro 70,5 milioni nello stesso periodo del 2014.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

Al 30 settembre 2015, l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **Euro 152,9 milioni** rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014 e ad Euro 217,8 milioni al 30 settembre 2014.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 147,2 milioni**, rispetto a Euro 97,1 milioni al 31 dicembre 2014 ed a 119,7 milioni al 30 settembre 2014, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi dodici mesi pari al 18%, rispetto ad un'incidenza del 19% al 30 settembre 2014. L'incremento del capitale circolante è pertanto interamente riconducibile all'espansione del business.

Nel corso dei primi nove mesi del 2015, sono stati effettuati **Investimenti netti** per **Euro 39 milioni**, rispetto a Euro 39,4 milioni nello stesso periodo del 2014.

Il **Free Cash Flow** nei primi nove mesi del 2015, comprensivo degli investimenti netti del periodo, è stato di Euro 5,6 milioni, mentre nello stesso periodo del 2014 era stato negativo (assorbimento di cassa) per Euro 19,4 milioni.

⁴ Prima dei costi non ricorrenti.

Fatti di rilievo avvenuti nel corso del terzo trimestre del 2015

Accordo di licenza per la categoria *eyewear*

In data 22 settembre 2015, il Gruppo Marcolin e Moncler S.p.A. hanno siglato un accordo di licenza in esclusiva mondiale per il design, la produzione e distribuzione di occhiali da sole, montature da vista maschili e femminili e maschere da sci per uomo, donna e bambino a marchio Moncler.

La licenza sarà effettiva da gennaio 2016 sino a dicembre 2020, con possibilità di rinnovo per ulteriori 5 anni. Il lancio della prima collezione *eyewear* è previsto entro marzo 2016.

Unità produttiva in Romania

In data 31 agosto 2015, attraverso la società Industries Yield S.r.l., è stata acquisita una piccola unità produttiva in Romania, operante nella confezione di capi di abbigliamento e già tra i fornitori di Moncler. Tale realtà, ad oggi non significativa, costituisce il primo passo di un progetto atto ad integrare in parte la filiera produttiva.

Fatti di rilievo avvenuti dopo il 30 settembre 2015

Nel mese di ottobre, Moncler, attraverso le sue controllate Moncler UK Ltd e Moncler USA Retail LLC, ha firmato due importanti contratti di locazione, rispettivamente per un immobile a Londra (Old Bond Street) e per un immobile a New York (Madison Avenue).

Evoluzione prevedibile della gestione

Per l'esercizio 2015 il *management* di Moncler prevede uno scenario di crescita del fatturato e degli utili, continuando l'espansione nei mercati internazionali, attraverso lo sviluppo del canale *retail* ed il consolidamento selettivo del canale *wholesale*.

Altre Delibere

In data odierna il Consiglio di Amministrazione ha altresì deliberato, coerentemente con le raccomandazioni di cui al Codice di Autodisciplina, di delegare la supervisione delle questioni di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività del Gruppo Moncler al Comitato Controllo e Rischi che prende quindi il nome di Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità.

Table Riassuntive

Conto economico consolidato				
(Migliaia di Euro)	Primi Nove Mesi 2015	% sui ricavi	Primi Nove Mesi 2014	% sui ricavi
Ricavi	561.501	100,0%	449.299	100,0%
<i>% crescita</i>	+25%		+16%	
Costo del Venduto	(155.297)	(27,7%)	(134.820)	(30,0%)
Margine Lordo	406.204	72,3%	314.479	70,0%
Spese di vendita	(162.259)	(28,9%)	(117.429)	(26,2%)
Spese generali e amministrative	(56.763)	(10,1%)	(46.799)	(10,4%)
Spese di pubblicità	(39.567)	(7,0%)	(33.248)	(7,4%)
EBIT Adjusted	147.615	26,3%	117.003	26,0%
<i>% crescita</i>	+26%		+16%	
Costi non ricorrenti ⁵	(7.894)	(1,4%)	(3.145)	(0,7%)
EBIT	139.721	24,9%	113.858	25,3%
<i>% crescita</i>	+23%		+14%	
Proventi/(oneri) finanziari ⁶	(2.064)	(0,4%)	(5.183)	(1,1%)
Utile ante imposte	137.657	24,5%	108.675	24,2%
Imposte sul reddito	(45.003)	(8,0%)	(38.337)	(8,5%)
<i>Aliquota fiscale</i>	32,7%		35,3%	
Utile di Gruppo	92.654	16,5%	70.338	15,7%
Risultato di Terzi	37	0,0%	155	0,0%
Utile Netto	92.691	16,5%	70.493	15,7%
<i>% crescita</i>	+31%		+82%	
<hr/>				
EBITDA Adjusted	174.466	31,1%	136.145	30,3%
<i>% crescita</i>	+28%		+19%	

⁵ Includono costi non monetari relativi ai piani di stock options ed un aggiustamento del valore relativo alla cessione della Divisione Altri Marchi.

⁶ Primi Nove Mesi 2015: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 2.007 migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (4.071) migliaia.
Primi Nove Mesi 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 3.240 migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (8.423) migliaia.

Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata			
(Migliaia di Euro)	30/09/2015	31/12/2014	30/09/2014
Immobilizzazioni immateriali	416.770	414.353	414.824
Immobilizzazioni materiali	90.361	77.254	73.527
Altre attività/(passività) non correnti nette	15.787	(14.706)	(13.981)
Totale attività/(passività) non correnti nette	522.918	476.901	474.370
Capitale circolante netto	147.195	97.091	119.728
Altre attività/(passività) correnti nette	(31.589)	(34.041)	(9.555)
Totale attività/(passività) correnti nette	115.606	63.050	110.173
Capitale investito netto	638.524	539.951	584.543
Indebitamento finanziario netto	152.875	111.155	217.825
Fondo TFR e altri fondi non correnti	8.544	8.222	8.522
Patrimonio netto	477.105	420.574	358.196
Totale fonti	638.524	539.951	584.543

Rendiconto finanziario consolidato riclassificato		
(Migliaia di Euro)	Primi Nove Mesi 2015	Primi Nove Mesi 2014
EBITDA <i>Adjusted</i>	174.466	136.145
Variazioni del capitale circolante netto	(50.104)	(72.860)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(32.623)	266
Investimenti netti	(39.036)	(39.393)
Cash Flow della gestione operativa	52.703	24.158
Proventi/(Oneri) finanziari	(2.064)	(5.183)
Imposte sul reddito	(45.003)	(38.337)
Free Cash Flow	5.636	(19.362)
Dividendi pagati	(30.402)	(28.632)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(16.954)	1.229
Net Cash Flow	(41.720)	(46.765)
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	111.155	171.060
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	152.875	217.825
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	(41.720)	(46.765)

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Luciano Santel 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.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Paola Durante

Investor Relations

Tel. +39 02 42203560

investor.relations@moncler.com

Italy: Image Building

Simona Raffaelli – Emanuela Borromeo

Tel. +39 02 89011300

moncler@imagebuilding.it

Domenico Galluccio

Press Office

Tel. +39 02 42203540

domenico.galluccio@moncler.com

International: StockWell Communications

Laura Gilbert – Gayden Metcalfe

Tel. +44 20 72402486

moncler@stockwellgroup.com

About Moncler

Moncler nasce in Francia, a Monestier-de-Clermont, Grenoble, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il marchio ha affiancato negli anni allo stile una continua ricerca tecnologica coadiuvata da esperti nel campo delle attività legate al mondo della montagna. Le collezioni Moncler coniugano le esigenze più estreme dell'outerwear alla quotidianità metropolitana. Nel 2003 Remo Ruffini ha rilevato la Maison della quale è Presidente e Amministratore Delegato. Moncler produce e distribuisce direttamente le collezioni Moncler abbigliamento e accessori, Moncler Gamme Rouge, Moncler Gamme Bleu, Moncler Grenoble e Moncler Enfant, tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store multimarca internazionali.