

# MONCLER

GROUP

**RICAVI 2022 IN CRESCITA DEL 25% A 2,6 MILIARDI DI EURO.  
SUPERATO 1 MILIARDO DI EURO DI RICAVI NEL QUARTO TRIMESTRE.  
EBIT NELL'ANNO A EURO 775 MILIONI E MARGINE A 29.8%.**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato il progetto di bilancio della capogruppo Moncler S.p.A. e il bilancio consolidato<sup>1</sup> dell'esercizio 2022 che ha registrato un'ottima performance per entrambi i Brand testimoniando ancora una volta il successo della strategia del Gruppo.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 2.602,9 milioni, in crescita del 27% a cambi correnti (rep FX) rispetto a Euro 2.046,1 milioni nel 2021 (+25% a cambi costanti, cFX).
- **MONCLER BRAND:** ricavi a Euro 2.201,8 milioni, +19% cFX rispetto a EUR 1,824.2 milioni nel 2021 e +36% cFX rispetto al 2019;
  - Crescita a doppia cifra registrata anche nel quarto trimestre con ricavi a EUR 949,3 milioni, +16% cFX rispetto al Q4 2021, e +52% cFX rispetto al Q4 2019 con un'accelerazione segnata in tutte le regioni.
  - Comparable Store Sales Growth (CSSG)<sup>2</sup>: +15% rispetto al 2021.
- **STONE ISLAND BRAND:** ricavi a Euro 401,1 milioni nel 2022 in crescita del 28% cFX rispetto ai 12 mesi 2021 pro-forma (poiché il consolidamento di Stone Island è avvenuto dal 1 aprile 2021);
  - Quarto trimestre a +48% cFX rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente guidato da una solida crescita in tutti i principali mercati del brand.
- **EBIT:** Euro 774,5 milioni con un'incidenza sui ricavi del 29,8% in crescita rispetto a Euro 603,1<sup>3</sup> milioni nel 2021 e ad un margine del 29,5%.
- **RISULTATO NETTO DI GRUPPO:** Euro 606,7 milioni rispetto a Euro 411,4<sup>3</sup> milioni nel 2021, inclusivo anche di un beneficio fiscale straordinario di Euro 92,3 milioni per il riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.
- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA DI GRUPPO<sup>4</sup>:** Euro 818,2 milioni di cassa (Euro 729,6 milioni al 31 dicembre 2021), dopo il pagamento di Euro 161,0 milioni di dividendi, Euro 48,4 milioni di riacquisto di azioni proprie e Euro 124,1 milioni di imposta sostitutiva per il riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island. Al 31 dicembre 2022, le *lease liabilities* sono pari a Euro 837,4 milioni (Euro 710,1 milioni al 31 dicembre 2021).

Il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato: (i) la proposta di distribuzione di un dividendo pari a Euro 1,12 per azione e (ii) la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria per l'anno 2022.

<sup>1</sup> Si applica a tutto il comunicato: dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata.

<sup>2</sup> Il dato di CSSG considera i negozi 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.

<sup>3</sup> Al netto dell'impatto degli aggiustamenti per la *Purchase Price Allocation* (PPA) e degli altri costi legati all'acquisizione del marchio Stone Island nel primo semestre 2021.

<sup>4</sup> Esclude i debiti finanziari per leasing.

\*\*\*

REMO RUFFINI, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A., ha commentato:

“Il 2022 è stato un anno di grandi emozioni e di successi che hanno superato le nostre stesse aspettative. Sono orgoglioso di presentare oggi degli ottimi risultati, il cui valore è ancora più significativo se consideriamo il complicato contesto in cui sono stati raggiunti. Nell’anno il Gruppo Moncler ha superato 2,6 miliardi di euro di fatturato, con oltre 600 milioni di euro di utile netto. Moncler e Stone Island hanno toccato – rispettivamente – un record di 2,2 miliardi e 400 milioni di euro di vendite, con crescite solide in tutte le geografie in entrambi i canali, spinte dal forte *momentum* di entrambi i marchi. È stato anche un anno altamente simbolico: l’anno dei 70 anni di Moncler e dei 40 anni di Stone Island, durante il quale abbiamo celebrato il percorso di questi due marchi straordinari, ma soprattutto abbiamo iniziato a progettare il domani, perché sappiamo bene che i successi passati devono sempre ispirare nuove ambizioni.

Guardando al 2023, il contesto macroeconomico resta complesso e caratterizzato da continua incertezza, ma certo non privo di opportunità. Nonostante l’imprevedibilità dello scenario in cui operiamo, affrontiamo l’anno con fiducia ed energia, con la consapevolezza di poter contare su una organizzazione flessibile e reattiva e su una chiara visione strategica la cui priorità resta continuare a rafforzare i nostri brand, coinvolgendo ed ispirando sempre nuove community, “Beyond Fashion, Beyond Luxury.”

\*\*\*

Milano, 28 febbraio 2023 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il progetto di bilancio al 31 dicembre 2022.

Nell’esercizio 2022 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 2.602,9 milioni in crescita del 25% cFX rispetto al 2021. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 2.201,8 milioni e quelli del marchio Stone Island pari a Euro 401,1 milioni.

Nel quarto trimestre il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 1.046,3 milioni in crescita del 19% cFX rispetto al quarto trimestre 2021. Tale risultato include i ricavi relativi al marchio Moncler, pari a Euro 949,3 milioni, e quelli relativi al marchio Stone Island pari a Euro 97,0 milioni.

#### Moncler Group: Ricavi per Marchio

GRUPPO MONCLER	Esercizio 2022		Esercizio 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
Moncler	2.201.758	84,6%	1.824.166	89,2%	+21%	+19%	+36%
Stone Island	401.132	15,4%	221.936	10,8%	+29% <sup>5</sup>	+28% <sup>5</sup>	+63%
RICAVI	2.602.890	100,0%	2.046.103	100,0%	+27%	+25%	+61%

<sup>5</sup> Crescita pro-forma calcolata sui ricavi del periodo dal 1 gennaio al 31 dicembre 2021 pari a Euro 310 milioni.

## MONCLER BRAND

Nell'esercizio 2022 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 2.201,8 milioni con una crescita del 19% cFX rispetto al 2021. Nel quarto trimestre il Brand ha registrato ricavi pari a Euro 949,3 milioni in aumento del 16% cFX rispetto al Q4 2021 e del +52% cFX rispetto al Q4 2019.

### Moncler brand: Ricavi per Area Geografica

MONCLER	Esercizio 2022		Esercizio 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
Asia	1.029.327	46,8%	894.817	49,1%	+15%	+14%	+45%
EMEA	804.361	36,5%	624.469	34,2%	+29%	+29%	+27%
Americhe	368.070	16,7%	304.881	16,7%	+21%	+12%	+35%
RICAVI	2.201.758	100,0%	1.824.166	100,0%	+21%	+19%	+36%

Nell'esercizio 2022 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 1.029,3 milioni, in crescita del 14% cFX rispetto al 2021. Nel quarto trimestre i ricavi in Asia hanno registrato un aumento del 12% cFX rispetto al Q4 2021 e del +56% cFX rispetto al Q4 2019, guidati dall'accelerazione in Corea e da una solida performance in Giappone. La performance in APAC è stata penalizzata nei mesi di ottobre e novembre dalle stringenti misure di contenimento della pandemia in Cina continentale. Tali restrizioni sono state allentate nel mese di dicembre, favorendo una ripresa del traffico nei negozi.

L'EMEA ha registrato vendite pari a Euro 804,4 milioni nel 2022, crescendo del +29% cFX rispetto al 2021, guidata da un'ottima performance del canale DTC (sia fisico che online), mentre il canale wholesale è stato impattato dalle conversioni di alcuni shop-in-shop ed e-tailers. I ricavi del quarto trimestre hanno registrato un'ulteriore accelerazione, +30% rispetto al Q4 2021 e +52% rispetto al Q4 2019, guidati dalla domanda locale. Italia, Francia e Germania hanno contribuito maggiormente a questa crescita.

Le Americhe hanno raggiunto vendite pari a Euro 368,1 milioni nel 2022, +12% cFX rispetto al 2021 e +35% cFX rispetto al 2019. Nel quarto trimestre la regione ha registrato un tasso di crescita del +5% cFX rispetto al Q4 2021 e +38% cFX rispetto al Q4 2019, guidata principalmente dal canale DTC.

### Moncler brand: Ricavi per Canale Distributivo

MONCLER	Esercizio 2022		Esercizio 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
DTC	1.772.003	80,5%	1.429.219	78,3%	+24%	+22%	+43%
Wholesale	429.755	19,5%	394.947	21,7%	+9%	+6%	+14%
RICAVI	2.201.758	100,0%	1.824.166	100,0%	+21%	+19%	+36%

Nell'esercizio 2022 il canale distributivo *Direct-To-Consumer* (DTC<sup>6</sup>) ha conseguito ricavi pari a Euro 1.772,0 milioni in crescita del +22% cFX rispetto al 2021 e del 43% cFX al 2019. Il quarto trimestre ha

<sup>6</sup> Il canale DTC include le vendite dei DOS, del negozio online diretto e delle *e-concession*.

registrato una crescita del +18% cFX rispetto al Q4 2021 e del +55% cFX rispetto al Q4 2019, nonostante le misure di contenimento della pandemia implementate in Cina continentale, in particolare nei mesi di ottobre e novembre.

La crescita CSSG<sup>7</sup> del canale DTC è stata del 15% rispetto al 2021.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 429,8 milioni con una crescita del +6% cFX rispetto al 2021 e del +14% cFX rispetto al 2019. Nel quarto trimestre i ricavi generati da questo canale sono cresciuti del 1% cFX rispetto al Q4 2021 e del +21% cFX rispetto al Q4 2019.

Al 31 dicembre 2022, la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 251 punti vendita diretti retail (DOS), in aumento di 9 unità rispetto al 30 settembre 2022 e di 14 unità rispetto al 31 dicembre 2021. Tra i negozi più importanti aperti nel quarto trimestre ci sono Miami Design District, Shanghai Swire, Seoul Galleria, Chengdu SKP, Niigata Isetan e alcune importanti *relocation / expansion* tra le quali Macau Galaxy.

Moncler gestisce anche 63 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, rispetto a 61 al 30 settembre 2022, dopo l'apertura negli aeroporti di Doha e Hainan Sanya nell'ultimo trimestre dell'anno.

#### Moncler brand: Rete Distributiva Monomarca

MONCLER	31.12.2022	30.09.2022	31.12.2021
Asia	125	119	117
EMEA	88	87	84
Americhe	38	36	36
RETAIL	251	242	237
WHOLESALE	63	61	64

## STONE ISLAND BRAND

Nel 2022, Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 401,1 milioni, in crescita del 28% cFX rispetto ai Euro 310,0 milioni registrati nei 12 mesi 2021 pro-forma (di cui Euro 88,1 milioni generati nel primo trimestre del 2021 non consolidati nei risultati di Gruppo), e del +63% cFX rispetto al 2019. Nel quarto trimestre il Brand ha registrato una crescita del 48% cFX rispetto al Q4 2021.

#### Stone Island brand: Ricavi per Area Geografica

STONE ISLAND	Esercizio 2022		Esercizio 2021 <sup>8</sup>		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
EMEA	278.670	69,5%	241.162	77,8%	+16%	+16%	+42%
Asia	80.177	20,0%	39.912	12,9%	+101%	+101%	+210%
Americhe	42.285	10,5%	28.951	9,3%	+46%	+34%	+69%
RICAVI	401.132	100,0%	310.024	100,0%	+29%	+28%	+63%

<sup>7</sup> Il dato di CSSG considera i negozi 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.

<sup>8</sup> Dati pro-forma del periodo dal 1 gennaio al 31 dicembre 2021.

L'EMEA, che rappresenta l'area geografica più rilevante per il Marchio contribuendo Euro 278,7 milioni di vendite, è cresciuta del 16% cFX nel 2022 rispetto allo stesso periodo pro-forma dell'anno precedente, accelerando nell'ultimo trimestre con +21% cFX rispetto al Q4 2021. L'Italia, la Gran Bretagna e la Francia hanno guidato la crescita della regione nell'anno.

L'Asia ha raggiunto Euro 80,2 milioni di ricavi con una crescita del 101% cFX rispetto al 2021 pro-forma, guidata dalle conversioni a gestione diretta della Corea e del Giappone. L'APAC invece ha sofferto nel quarto trimestre per le restrizioni legate al contenimento della pandemia da Covid-19 in Cina continentale.

Le Americhe hanno riportato Euro 42,3 milioni di ricavi, +34% cFX rispetto al 2021 pro-forma, con una crescita guidata dalla buona performance delle collezioni nel canale wholesale.

#### Stone Island brand: Ricavi per Canale Distributivo

STONE ISLAND	Esercizio 2022		Esercizio 2021 <sup>8</sup>		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
DTC	149.153	37,2%	76.678	24,7%	+95%	+93%	+157%
Wholesale	251.979	62,8%	233.346	75,3%	+8%	+7%	+33%
RICAVI	401.132	100,0%	310.024	100,0%	+29%	+28%	+63%

Il canale wholesale, che rappresenta la maggior parte dei ricavi (63% del totale), con Euro 252,0 milioni nel 2022, è cresciuto del 7% cFX rispetto al 2021 pro-forma, grazie all'ottimo apprezzamento delle collezioni in tutti i mercati e nonostante le conversioni a retail avvenute durante l'anno.

Il canale DTC (37% del totale dei ricavi) ha registrato Euro 149,2 milioni di vendite, +93% cFX rispetto al 2021 pro-forma, guidate dalla già citata conversione di Corea e Giappone e dall'ottima crescita a doppia cifra del mercato europeo e americano. Il canale online diretto ha continuato a registrare una forte crescita a doppia cifra.

Anche escludendo l'impatto delle conversioni da wholesale a DTC eseguite durante l'anno, la crescita sarebbe stata positiva a doppia cifra in entrambi i canali sia nel 2022 sia nel Q4.

Al 31 dicembre 2022, la rete di negozi monomarca Stone Island può contare su 72 punti vendita retail e su 19 negozi monomarca wholesale. Nel quarto trimestre Stone Island ha aperto il suo primo DOS con il nuovo formato a Chicago.

#### Stone Island brand: Rete Distributiva Monomarca

STONE ISLAND	31.12.2022	30.09.2022	31.12.2021
Asia	44	44	4
EMEA	21	21	20
Americhe	7	6	6
RETAIL	72	71	30
WHOLESALE	19	20	58

## RISULTATI DI CONTO ECONOMICO DI GRUPPO

I dati del 2022 riflettono il consolidamento di 12 mesi dei risultati di Stone Island (rispetto a 9 mesi nel 2021, visto il consolidamento il 1 aprile 2021).

Nel 2022, il margine lordo consolidato di Gruppo è stato pari a Euro 1.987,8 milioni con un'incidenza sui ricavi del 76,4% rispetto al 76,6% del 2021.

Le spese di vendita sono state pari a Euro 757,4 milioni, 29,1% dei ricavi sostanzialmente in linea rispetto a 28,8% nel 2021.

Le spese generali ed amministrative sono state pari a Euro 284,0 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 10,9%, rispetto a 11,4% nel 2021.

Le spese di vendita, generali e amministrative, includono piani di incentivazione azionaria per Euro 37,0 milioni nel 2022 (rispetto a Euro 28,6 milioni nel 2021).

Le spese di marketing ammontano a Euro 171,9 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 6,6% rispetto a 6,9% nel 2021.

L'EBIT è stato pari a Euro 774,5 milioni con un margine del 29,8%, rispetto a Euro 603,1 milioni nel 2021 (29,5% di margine).

Nel 2022, gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 27,2 milioni, rispetto a Euro 21,6 milioni nel 2021, sostanzialmente dovuti alle passività per leasing ex IFRS 16.

Le imposte includono l'impatto netto positivo *una tantum* del riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island pari a Euro 92,3 milioni. Al netto di tale effetto, l'aliquota fiscale sarebbe stata sostanzialmente in linea con l'anno precedente.

Il risultato netto di Gruppo è stato quindi pari a Euro 606,7 milioni, rispetto a Euro 411,4 milioni nel 2021.

## RISULTATI PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI DI GRUPPO

La posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2022 è positiva e pari a Euro 818,2 milioni, rispetto a Euro 729,6 milioni di cassa netta al 31 dicembre 2021. Come richiesto dal principio contabile IFRS 16, al 31 dicembre 2022 il Gruppo ha contabilizzato *lease liabilities* pari a Euro 837,4 milioni rispetto a Euro 710,1 milioni al 31 dicembre 2021.

Il capitale circolante netto consolidato è stato pari a Euro 191,7 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,4% al 31 dicembre 2022 rispetto al 7,0% al 31 dicembre 2021, dimostrando il controllo stringente del circolante in entrambi i marchi.

Nell'esercizio 2022, sono stati effettuati investimenti netti per Euro 167,1 milioni, in aumento rispetto a Euro 124,7 milioni nel 2021, principalmente legati all'espansione della rete di vendita, gli investimenti in *Information Technology* e per l'ampliamento del sito produttivo a Bacau in Romania.

Il *net cash flow* dell'esercizio 2022 è stato pari a Euro 88,6 milioni, dopo il pagamento di Euro 161,0 milioni di dividendi, Euro 48,4 milioni di riacquisto di azioni proprie e il pagamento di Euro 124,1 milioni a seguito del sopra citato riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.

## FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL SECONDO SEMESTRE 2022

### STONE ISLAND JAPAN

Il 1 agosto 2022 è stata internalizzata la distribuzione nel mercato giapponese del marchio Stone Island tramite la costituzione di una joint venture a maggioranza Stone Island (80%) che gestisce direttamente il business nel Paese costituito attualmente da 16 negozi monomarca e i rapporti con i partner wholesale locali.

### STONE ISLAND UK

Il 1 agosto 2022 è stata internalizzata la gestione del business DTC, attualmente costituito dal negozio online e dal negozio fisico di Londra a marchio Stone Island.

## FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

Nessun fatto di rilievo avvenuto dopo la chiusura dell'esercizio.

## AGGIORNAMENTO SULLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ

### RATING DI SOSTENIBILITÀ

#### INDICI DOW JONES SUSTAINABILITY WORLD AND EUROPE

Per il quarto anno consecutivo, Moncler si conferma negli indici *Dow Jones Sustainability (DJSI) World* e *Europe* ottenendo, nel *S&P Global Corporate Sustainability Assessment 2022*, il punteggio più alto (91/100) del settore "Textiles, Apparel & Luxury Goods" (dato al 14 Febbraio 2023).

### CDP

Nel *CDP Climate Change questionnaire 2022* il Gruppo ha mantenuto il livello di leadership con il punteggio A- per la trasparenza e le azioni di mitigazione dei rischi legate ai cambiamenti climatici. CDP è un'organizzazione no-profit che gestisce la principale piattaforma in ambito di rendicontazione ambientale.

### MOODY'S

Moncler si è classificata al secondo posto del settore Specialised Retail nella graduatoria ESG Overall Score 2022 di Moody's ESG Solutions, con un punteggio di 62/100, ottenendo il livello "Advanced".

### MSCI

Nel 2022 Moncler è stata valutata AA da MSCI ESG Research che fornisce rating di sostenibilità di società internazionali quotate e di alcune aziende private valutandole su una scala da AAA (leader) a CCC, in base all'esposizione a rischi ESG specifici per il settore di appartenenza e alla capacità di gestire tali rischi rispetto a società del medesimo comparto.

### SUSTAINALYTICS

A gennaio 2023 Sustainalytics ha confermato a Moncler l'*Industry Top-Rated Badge* così come il *Regional Top Rated Badge*. Sustainalytics è una primaria società di ricerca e rating ESG e Corporate Governance che supporta gli investitori nello sviluppo e nell'implementazione di strategie di investimento responsabili.

## DICHIARAZIONE CONSOLIDATA NON FINANZIARIA 2022

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2022 predisposta come relazione distinta dal Bilancio d'Esercizio, in conformità a quanto previsto dal d. lgs. 254/2016.

Di seguito riportati alcuni risultati:

- ~90% dell'energia elettrica utilizzata nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) proveniente da fonti rinnovabili
- Mantenimento della *carbon neutrality* nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi)
- > 17% del nylon e del poliestere utilizzato nelle collezioni PE e AI 2022 costituito da materiale riciclato
- 100% degli scarti produttivi di nylon delle sedi dirette del Gruppo riciclati
- Servizio di riparazione *Moncler Extra-Life* implementato a livello mondo
- Eliminata quasi completamente la plastica vergine monouso
- 69% di donne nella popolazione aziendale di Gruppo e 51% nel management
- 2,7 milioni di Euro l'investimento a sostegno delle comunità locali
- 108 mila persone in difficoltà protette dal freddo negli ultimi sei anni (2017-2022)

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Il contesto macroeconomico globale ad inizio 2023 resta complesso, con incertezze legate a rischi di recessione, alla pressione inflazionistica e ad una situazione geopolitica volatile.

Per quanto riguarda il mercato cinese, dopo tre anni di misure di contenimento della pandemia estremamente restrittive, si evidenzia nei primi mesi dell'anno una incoraggiante riapertura, sebbene la situazione sanitaria rimanga instabile.

A fronte di questa incertezza ed imprevedibilità, il Gruppo continua a lavorare per mantenere un'organizzazione agile, flessibile e reattiva, forte di un portafoglio di marchi unici e di strategie di sviluppo chiare ed efficaci per continuare un solido percorso di crescita.

Queste le principali linee strategiche di sviluppo:

**RAFFORZAMENTO DI TUTTE LE DIMENSIONI DEL MARCHIO MONCLER.** Nel corso del 2023 Moncler lavorerà per rafforzare ulteriormente le tre dimensioni del marchio (*Moncler Collection*, *Moncler Grenoble* e *Moncler Genius*) attraverso eventi distintivi e strategie di comunicazione mirate. *Moncler Genius* sta evolvendo il concetto tradizionale di collaborazione ed è entrato in una nuova fase di co-creazione, grazie al coinvolgimento di nuovi talenti che abbracciano nuove forme di creatività fra design, intrattenimento, musica e sport andando oltre la moda, come presentato a Londra il 20 febbraio scorso. *Moncler Collection* vedrà la celebrazione, in una chiave nuova e moderna, di altri capi iconici che hanno fatto la storia del marchio. *Moncler Grenoble* continuerà a rafforzare la sua riconoscibilità, con delle iniziative di marketing dedicate ed una collezione orientata alla performance sempre più ampia, completa e adatta a tutte le stagioni dell'anno.

**SVILUPPO DEL MARCHIO STONE ISLAND A LIVELLO INTERNAZIONALE E NEL CANALE DIRECT-TO-CONSUMER (DTC).** Nel corso dell'esercizio 2023 Stone Island continuerà il percorso di rafforzamento dei mercati *core*, come i paesi europei, e di penetrazione in mercati meno maturi ma con elevate potenzialità. Continuerà inoltre l'espansione di Stone Island nel canale DTC, con l'apertura di alcuni selezionati DOS, con il nuovo store design, e con strategie di *clienteling* e comunicazione mirate, linguaggi sempre distintivi e caratterizzanti per rafforzare il posizionamento unico del Brand, che ha nella cultura della ricerca e della sperimentazione la propria matrice identificativa e valoriale.



**CRESCITA SOSTENIBILE E RESPONSABILE.** Il Gruppo Moncler crede in uno sviluppo sostenibile e responsabile, nell'ottica di un valore condiviso che risponda alle aspettative degli stakeholder e coerente con la propria strategia di lungo periodo. Un approccio che si basa non solo sull'impegno a porsi obiettivi sempre più sfidanti, ma anche sulla consapevolezza che ogni azione ha degli impatti sulla società e sull'ambiente dove operiamo. Nel corso del 2023 Moncler si impegna ad implementare le azioni ed i progetti necessari per perseguire gli obiettivi di sostenibilità pubblicati nel piano 2020-2025. Le cinque priorità strategiche del Piano di Sostenibilità sono: cambiamenti climatici e biodiversità, economia circolare e innovazione, catena di fornitura responsabile, valorizzazione della diversità e supporto alle comunità locali.

## PROPOSTA DI DESTINAZIONE DEGLI UTILI

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti il pagamento di un dividendo, relativo all'esercizio 2022, pari ad Euro 1,12 per azione ordinaria. Tenuto conto delle azioni emesse al netto delle azioni proprie alla data attuale, ciò equivale a una distribuzione di Euro 301 milioni, con un *payout ratio* del 50% sull'utile netto consolidato. La data di pagamento del dividendo è il 24 maggio 2023 (data stacco cedola 22 maggio 2023 e record date 23 maggio 2023).

## AGGIORNAMENTO DEL CALENDARIO DEGLI EVENTI SOCIETARI 2023

A parziale variazione delle informazioni contenute nel calendario degli eventi societari per l'esercizio 2023 pubblicato il 26 ottobre 2022, Moncler S.p.A. rende noto che l'Assemblea dei soci si terrà in data 18 aprile 2023 anziché in data 20 aprile 2023.

## BILANCIO D'ESERCIZIO DELLA CAPOGRUPPO MONCLER S.P.A.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato i risultati 2022 della Capogruppo Moncler S.p.A.

I ricavi sono stati pari a Euro 418,7 milioni nell'esercizio 2022, in aumento del 39% rispetto a Euro 302,1 milioni relativi all'esercizio 2021 ed includono sostanzialmente i proventi derivanti dalla concessione in licenza dei marchi Moncler e Stone Island.

Le spese generali ed amministrative, comprensive dei piani di incentivazione azionaria, si sono attestate a Euro 67,4 milioni pari al 16,1% del fatturato (18,2% nell'esercizio 2021). Le spese di marketing sono state pari ad Euro 73,8 milioni (Euro 58,6 milioni nell'esercizio 2021), pari al 17,6% dei ricavi (19,4% nell'esercizio precedente).

Nell'esercizio 2022, gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 4,4 milioni, rispetto a Euro 1,7 milioni nell'esercizio 2021.

Nell'esercizio 2022, le imposte sul reddito sono state positive e pari a Euro 5,7 milioni (rispetto a negativi Euro 50,4 milioni nel 2021), per effetto del riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.

L'utile netto è stato pari a Euro 278,8 milioni, in crescita del 104% rispetto a Euro 136,5 milioni nell'esercizio 2021.

Moncler S.p.A. ha riportato al 31 dicembre 2022 un patrimonio netto di Euro 1.467,6 milioni (Euro 1.363,5 milioni alla fine dell'esercizio precedente) e una posizione finanziaria netta negativa per 487,1

milioni (rispetto a Euro 370,4 milioni al 31 dicembre 2020), già comprensiva delle passività di leasing derivanti del principio contabile IFRS 16.

## ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione in data odierna ha inoltre conferito i poteri al Presidente e Amministratore Delegato per convocare nei termini di legge l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti in unica convocazione il 18 aprile 2023 (a variazione del 20 aprile 2023, come indicato nel calendario degli eventi societari per l'esercizio 2023 pubblicato in data odierna a seguito di tale modifica).

Il Consiglio ha deliberato di sottoporre agli Azionisti, in aggiunta al bilancio di esercizio al 31 dicembre 2022 e alla proposta di pagamento del dividendo, tra l'altro:

- la Sezione II della Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui Compensi Corrisposti (la Relazione sulla Remunerazione) ai sensi dell'Art. 123-ter del D. Lgs. 24 febbraio 1998 n. 58 (il TUF) e dell'Art. 84-quater del Regolamento CONSOB n. 11971/1999 sulla quale l'Assemblea sarà chiamata a esprimere il proprio voto consultivo;
- l'autorizzazione – ai sensi e per gli effetti degli Artt. 2357 e 2357-ter Cod. Civ e 132 del TUF– per l'acquisto e la disposizione di azioni proprie della Società, previa revoca, per la parte rimasta ineseguita, della delibera di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, assunta dall'Assemblea ordinaria degli azionisti in data 21 aprile 2022;

La richiesta di autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie è finalizzata a consentire alla Società di acquistare e disporre delle azioni ordinarie, per le seguenti finalità: (i) al sostegno della liquidità ed efficienza del mercato; (ii) conservazione per successivi utilizzi, ivi inclusi: corrispettivo in operazioni straordinarie, anche di scambio o cessione di partecipazioni da realizzarsi mediante permuta, conferimento o altro atto di disposizione e/o utilizzo, con altri soggetti, inclusa la destinazione al servizio di prestiti obbligazionari convertibili in azioni della Società o prestiti obbligazionari con warrant; e (iii) impiego a servizio di piani di compensi basati su strumenti finanziari ai sensi dell'Art. 114-bis del TUF a favore di Amministratori, dipendenti o collaboratori della Società e/o delle società controllate, nonché da programmi di assegnazione gratuita di azioni agli azionisti.

L'autorizzazione verrà richiesta all'Assemblea per l'acquisto anche in più tranches, di azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale, fino ad un numero massimo che, tenuto conto delle azioni ordinarie di volta in volta detenute in portafoglio dalla Società e dalle società da essa controllate, non sia complessivamente superiore al 10% del capitale sociale della Società; per gli acquisti effettuati ai sensi dell'art. 144-bis, comma 1, lett. c) del Regolamento Emittenti, l'autorizzazione verrà richiesta fino ad un numero massimo non complessivamente superiore al 5% del capitale sociale

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea che il prezzo di acquisto di ciascuna azione non sia inferiore al prezzo ufficiale di Borsa del titolo Moncler del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, diminuito del 20%, e non superiore al prezzo ufficiale di Borsa del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, aumentato del 10%, nel rispetto in ogni caso dei termini e delle condizioni stabilite dal Regolamento Delegato (UE) n. 1052 dell'8 marzo 2016 e delle prassi ammesse, ove applicabili. Con riferimento alle operazioni di disposizione delle azioni proprie, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea di effettuarle con ogni modalità ritenuta opportuna nell'interesse della Società, nel rispetto delle disposizioni di legge e regolamentari pro tempore vigenti e per il perseguimento delle finalità di cui alla proposta di delibera, ivi comprese le vendite sui mercati regolamentati, ai blocchi e mediante permuta o prestito titoli o assegnazione gratuita.

Si precisa altresì che, alla data odierna, Moncler detiene in portafoglio complessive n. 4.858.416 azioni proprie, pari allo 1,8% del capitale sociale.

Per ogni ulteriore informazione circa la proposta di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, si rinvia alla relazione illustrativa degli amministratori, che sarà pubblicata nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente.

Il Consiglio ha inoltre approvato:

- la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari ai sensi dell'Art. 123-bis del TUF;
- il pagamento degli incentivi annuali di breve periodo (MBO) relativi all'esercizio 2022 in favore degli Amministratori Esecutivi e Dirigenti con Responsabilità Strategiche, le cui ulteriori informazioni di dettaglio saranno riportate nella Relazione sulla Remunerazione;
- a seguito della verifica del raggiungimento degli obiettivi di performance relativi al primo ciclo del Piano di Performance Shares 2020, l'assegnazione di azioni a titolo gratuito in favore, tra gli altri, degli Amministratori Esecutivi Roberto Eggs e Luciano Santel e di parte dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche, coerentemente con le assegnazioni deliberate nel corso dell'esercizio 2020.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea del 18 aprile 2023 e tutti i documenti inerenti all'Assemblea saranno messi a disposizione del pubblico, nei termini di legge, nell'apposita sezione del sito internet di Moncler ([www.monclergroup.com](http://www.monclergroup.com), Sezione "Governance/Assemblea"), presso la sede legale di Moncler in Via Enrico Stendhal 47, Milano, e sul meccanismo di stoccaggio ([www.emarketstorage.it](http://www.emarketstorage.it)).

## TABELLE RIASSUNTIVE

### Conto Economico Consolidato

(Euro/000)	Esercizio 2022	% sui ricavi	Esercizio 2021 <sup>9</sup>	% sui ricavi
RICAVI	2.602.890	100,0%	2.046.103	100,0%
% anno su anno	+27%		+42%	
MARGINE LORDO	1.987.843	76,4%	1.566.906	76,6%
Spese di vendita	(757.393)	(29,1%)	(588.269)	(28,8%)
Spese generali ed amministrative	(283.967)	(10,9%)	(233.490)	(11,4%)
Spese di marketing	(171.936)	(6,6%)	(142.082)	(6,9%)
EBIT	774.547	29,8%	603.065	29,5%
Proventi / (oneri) finanziari	(27.216)	(1,0%)	(21.608)	(1,1%)
Risultato ante imposte	747.331	28,7%	581.457	28,4%
Imposte sul reddito	(140.625)	(5,4%)	(170.070)	(8,3%)
Aliquota fiscale	18,8%		29,2%	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	606.697	23,3%	411.367	20,1%

### Situazione Patrimoniale Consolidata

(Euro/000)	31/12/2022	31/12/2021
Marchi	999.354	999.354
Avviamento	603.417	603.417
Attività immobilizzate	388.325	327.846
Attività per il diritto di utilizzo	773.517	656.196
Capitale circolante netto	191.674	148.842
Altre attività / (passività) nette	4.470	(232.305)
CAPITALE INVESTITO	2.960.757	2.503.350
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	(818.223)	(729.587)
Debiti finanziari per leasing	837.397	710.069
Fondo TFR e altri fondi non correnti	39.297	23.774
Patrimonio netto	2.902.286	2.499.094
TOTALE FONTI	2.960.757	2.503.350

<sup>9</sup> Al netto dell'impatto degli aggiustamenti per la *Purchase Price Allocation* (PPA) e degli altri costi legati all'acquisizione del marchio Stone Island nel primo semestre 2021.

## Rendiconto Finanziario Consolidato

(Euro/000)	Esercizio 2022	Esercizio 2021
EBIT	774.547	603.065
Ammortamenti	105.644	88.803
Altre variazioni non monetarie	14.570	11.810
Variazioni del capitale circolante netto	(42.832)	92.301
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	(212.342)	51.844
Investimenti netti	(167.099)	(124.681)
<b>CASH FLOW DELLA GESTIONE OPERATIVA</b>	<b>472.488</b>	<b>723.142</b>
Proventi / (oneri) finanziari	(3.977)	(2.139)
Imposte sul reddito	(140.786)	(170.685)
<b>FREE CASH FLOW</b>	<b>327.725</b>	<b>550.318</b>
Dividendi pagati	(160.960)	(120.679)
Transazione Stone Island	-	(551.157)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(78.129)	(4.170)
<b>NET CASH FLOW</b>	<b>88.636</b>	<b>(125.688)</b>
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	729.587	855.275
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	818.223	729.587
<b>VARIAZIONE DELL'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO</b>	<b>88.636</b>	<b>(125.688)</b>

## Moncler S.p.A.: Conto Economico dell'esercizio 2022

(Euro/000)	Esercizio 2022	% sui ricavi	Esercizio 2021	% sui ricavi
RICAVI	418.707	100,0%	302.093	100,0%
Spese generali ed amministrative	(67.392)	(16,1%)	(54.996)	(18,2%)
Spese di marketing	(73.832)	(17,6%)	(58.600)	(19,4%)
EBIT	277.482	66,3%	188.497	62,4%
Proventi / (oneri) finanziari	(4.391)	(1,0%)	(1.651)	(0,5%)
Risultato ante imposte	273.091	65,2%	186.846	61,9%
Imposte sul reddito	5.745	1,4%	(50.364)	(16,7%)
<b>RISULTATO NETTO</b>	<b>278.836</b>	<b>66,6%</b>	<b>136.482</b>	<b>45,2%</b>

## Moncler S.p.A.: Situazione Patrimoniale e Finanziaria Riclassificata dell'Esercizio 2022

(Euro/000)	31/12/2022	31/12/2021
Immobilizzazioni immateriali	1.001.405	1.001.460
Immobilizzazioni materiali	6.750	6.957
Partecipazioni	948.756	924.670
Altre attività / (passività) non correnti nette	(2.699)	(217.709)
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.954.212	1.715.378
Capitale circolante netto	65.185	52.704
Altre attività / (passività) correnti nette	(53.569)	(32.516)
Totale attività / (passività) correnti nette	11.616	20.188
<b>CAPITALE INVESTITO</b>	<b>1.965.828</b>	<b>1.735.566</b>
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	487.121	370.397
Fondo TFR e altri fondi non correnti	11.092	1.658
Patrimonio netto	1.467.615	1.363.511
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>1.965.828</b>	<b>1.735.566</b>

\*\*\*

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:

### INVESTORS

Elena Mariani  
Moncler Group Strategic Planning and Investor Relations Director  
Tel. +39 02 42203560  
investor.relations@moncler.com

Alice Poggioli  
Moncler Group Investor Relations Senior Manager  
Tel. +39 02 42203658  
investor.relations@moncler.com

### MEDIA

Moncler Group Ufficio Stampa  
Tel. +39 02 42203528  
monclerpress@moncler.com

### About Moncler

Con i suoi brand Moncler e Stone Island, quest'ultimo acquisito a marzo 2021, il Gruppo Moncler è l'espressione di un nuovo concetto di lusso. Fedele alla filosofia "Beyond Fashion, Beyond Luxury", la strategia del Gruppo è guidata dall'esperienza, dal purpose e dal senso di appartenenza ad una comunità ispirandosi continuamente al mondo dell'arte, della cultura, della musica e dello sport. Pur supportando i singoli marchi attraverso la condivisione di servizi corporate e di conoscenze, il Gruppo Moncler intende mantenere le identità di brand fortemente indipendenti e basate sull'autenticità, la costante ricerca di unicità e il legame straordinario con le community di consumatori. Il Gruppo opera in tutti i principali mercati internazionali distribuendo le collezioni dei suoi marchi in più di 70 Paesi attraverso negozi fisici e digitali gestiti direttamente, così come selezionati negozi multimarca, department store e e-tailers.