



MONCLER S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
L'INTERIM MANAGEMENT STATEMENT RELATIVO AL PRIMO TRIMESTRE 2019¹

CONTINUA LA CRESCITA A DOPPIA CIFRA ANCHE NEI PRIMI TRE MESI DEL 2019,
RICAVI A EURO 379 MILIONI, +11% A TASSI DI CAMBIO COSTANTI

- Ricavi consolidati: Euro 378,5 milioni, +14% rispetto a Euro 332,0 milioni nel primo trimestre 2018; +11% a tassi di cambio costanti
- Ricavi retail: Euro 291,4 milioni, +14% rispetto a Euro 256,2 milioni nel primo trimestre 2018; +10% a tassi di cambio costanti
- Ricavi wholesale: Euro 87,1 milioni, +15% rispetto a Euro 75,8 milioni nel primo trimestre 2018; +13% a tassi di cambio costanti

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Sono molto soddisfatto dei risultati ottenuti nel primo trimestre di quest’anno. Raggiungere un’ulteriore crescita a doppia cifra dei ricavi, nonostante una base di confronto molto sfidante, conferma la forza del brand Moncler e la bontà della nostra strategia. Questi numeri, unitamente all’andamento delle ultime settimane e agli importanti progetti che ci aspettano, mi rendono molto fiducioso per il futuro, anche se sappiamo benissimo che la base di confronto rimane importante.

La nostra storia ci rende unici ed è proprio questo heritage che ci ha portato nel tempo a voler testare sempre nuovi sentieri, a scalare montagne inesplorate, a cercare di raggiungere cime sempre più alte. E’ parte del DNA di ognuno di noi in Moncler, un gruppo capace di reinventarsi senza timore. Nei prossimi mesi continueremo a focalizzarci su *Moncler Genius* per renderlo ancora più forte. Potenzieremo la nostra cultura digitale anche grazie al progetto e-commerce che lanceremo in Corea nella seconda parte dell’anno. Ma soprattutto vogliamo dialogare con il nostro consumatore usando anche linguaggi nuovi e diversi, con l’obiettivo di creare vere e proprie “esperienze” e costruire una comunità, una filosofia, in cui il nostro consumatore si possa pienamente riconoscere per portare il brand Moncler ad essere sempre più distintivo, inclusivo ed innovativo”.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata, non sottoposti a revisione contabile.

Milano, 9 maggio 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l'“Interim Management Statement” relativo al primo trimestre dell'esercizio 2019.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel corso del primo trimestre dell'esercizio 2019 Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 378,5 milioni, in aumento del 14% a tassi di cambio correnti rispetto a Euro 332,0 milioni registrati nello stesso periodo del 2018, e dell'11% a tassi di cambio costanti.

Ricavi per Area Geografica

	Primo Trimestre 2019		Primo Trimestre 2018		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	45.752	12,1%	43.274	13,0%	+6%	+6%
EMEA (escl. Italia)	108.119	28,6%	96.566	29,1%	+12%	+12%
Asia e Resto del Mondo	171.124	45,2%	146.400	44,1%	+17%	+12%
Americhe	53.531	14,1%	45.806	13,8%	+17%	+9%
Ricavi Totali	378.525	100,0%	332.046	100,0%	+14%	+11%

Moncler ha conseguito una crescita solida in tutte le aree geografiche in cui opera.

In Italia l'incremento dei ricavi è stato pari al 6%, guidato in particolare dal canale retail.

In EMEA i ricavi sono aumentati del 12% a tassi di cambio costanti, trainati da entrambi i canali distributivi. In particolare, nel primo trimestre, Medio Oriente, Germania e Regno Unito hanno registrato tassi di crescita significativi in entrambi i canali.

In Asia e Resto del Mondo i ricavi del Gruppo sono aumentati del 12% a tassi di cambio costanti. La Cina continentale ha continuato, anche nel primo trimestre 2019, a guidare tale crescita registrando, insieme alla Corea, una performance decisamente superiore alla media della *Region*. Lo sviluppo in Giappone e negli altri mercati Asiatici è stato influenzato da una base di confronto particolarmente sfidante.

Le Americhe hanno registrato una crescita del 9% a tassi di cambio costanti, trainata da entrambi i canali distributivi e dai due principali mercati: Stati Uniti e Canada.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Trimestre 2019		Primo Trimestre 2018		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	291.441	77,0%	256.210	77,2%	+14%	+10%
Wholesale	87.084	23,0%	75.836	22,8%	+15%	+13%
Ricavi Totali	378.525	100,0%	332.046	100,0%	+14%	+11%

Il canale retail ha conseguito ricavi pari a Euro 291,4 milioni rispetto a Euro 256,2 milioni nel primo trimestre dell'esercizio 2018, con un incremento del 14% a tassi di cambio correnti e del 10% a tassi di cambio costanti,

grazie alla crescita organica, allo sviluppo della rete di negozi monomarca a gestione diretta (Directly Operated Stores, DOS) e alla decisa crescita dell'e-commerce.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 87,1 milioni, rispetto a Euro 75,8 milioni nel corso del primo trimestre del 2018, in crescita del 15% a tassi di cambio correnti e del 13% a tassi di cambio costanti, grazie allo sviluppo della rete di punti vendita monomarca wholesale (SiS), all'apprezzamento delle collezioni Primavera/Estate 2019 e allo sviluppo degli *e-tailers*.

Rete Distributiva Monomarca

Come già comunicato, a partire dal 31 dicembre 2018 è stato deciso di allineare il metodo di conteggio dei negozi alla gestione del business e conseguentemente si è stabilito di non contare separatamente negozi relativi ad uno stesso indirizzo anche se ubicati su piani/*location* diverse (divisi normalmente per uomo/donna/bambino) essendo gestiti come unica entità da Moncler. Per facilitare la lettura dei dati, nella tabella sottostante, oltre a riportare il numero di negozi con l'attuale metodo di conteggio, è stato anche riportato, per raffronto, il numero di negozi al 31 marzo 2019 con il precedente metodo di conteggio.

Al 31 marzo 2019, la rete di negozi monomarca Moncler può contare su 197 punti vendita diretti retail (DOS), in aumento di 4 unità rispetto al 31 dicembre 2018 e su 61 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, in aumento di 6 unità rispetto al 31 dicembre 2018.

Nel corso del primo trimestre 2019, Moncler ha inaugurato, tra gli altri, un flagship store a Singapore nello shopping mall di Marina Bay Sands, ed il secondo negozio in Australia a Sydney. Inoltre è stato rilocato il negozio di Copenhagen che è diventato il flagship del Gruppo per il Nord Europa.

Numero Negozi Monomarca

	31/03/2018	31/12/2018	31/03/2019	Aperture nette I Trimestre 2019	31/03/2019 (*)
Retail Monomarca	183	193	197	4	224
Italia	18	20	20	-	23
EMEA (escl. Italia)	52	55	55	-	64
Asia e Resto del Mondo	88	91	95	4	110
Americhe	25	27	27	-	27
Wholesale Monomarca	48	55	61	6	83

(*) Calcolato usando il precedente metodo di conteggio dei negozi

Altre Delibere

Il Consiglio in data odierna ha altresì approvato:

- la ripartizione del compenso complessivo da attribuire al Consiglio di Amministrazione, deliberato dall'Assemblea dei Soci in data 16 aprile 2019 a seguito della nomina del nuovo Consiglio e ha determinato il compenso per gli Amministratori investiti di particolari cariche, sulla base delle proposte del Comitato Nomine e Remunerazione e sentito il parere del Collegio Sindacale;
- un secondo ciclo di attribuzione del piano denominato "Piano di Performance Shares 2018 - 2020", approvato dall'Assemblea dei Soci in data 16 aprile 2018, previo ottenimento del parere positivo del Comitato Nomine e Remunerazione. Il Consiglio ha quindi determinato gli obiettivi di performance del secondo ciclo di attribuzione del Piano e individuato i relativi beneficiari.

Il Consiglio di Amministrazione, con il previo parere del Comitato Nomine e Remunerazione, ha altresì individuato la Dottoressa Francesca Bacci, *Operations and Supply Chain Director* e membro del Comitato Strategico di Moncler, quale Dirigente con Responsabilità Strategiche. Per quanto a conoscenza della Società, alla data odierna la Dottoressa Bacci non detiene azioni Moncler. Il *curriculum vitae* della Dottoressa Bacci è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo www.monclergroup.com, sezione "Gruppo".

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Luciano Santel dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis del TUF che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investors

Paola Durante
Moncler Investor Relations & Strategic Planning Director
Tel. +39 02 42203560
investor.relations@moncler.com

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

Carlotta Fiorani
Moncler Investor Relations
Tel. +39 02 42203569
investor.relations@moncler.com

Media

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

About Moncler

Moncler nasce a Monestier-de-Clermont, Grenoble, in Francia, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il Marchio ha affiancato negli anni allo stile una costante 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 abbigliamento e accessori a marchio Moncler tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store e multimarca internazionali.