

MONCLER

GROUP

INDICI DOW JONES BEST-IN-CLASS WORLD E EUROPE: IL GRUPPO MONCLER IN CIMA AL SETTORE TEXTILES, APPAREL & LUXURY GOODS PER IL SETTIMO ANNO CONSECUTIVO

Milano, 4 maggio 2026 – Per il settimo anno consecutivo, il Gruppo Moncler si conferma negli indici Dow Jones Best-in-Class World e Europe, mantenendo il punteggio più alto (91/100) del settore *Textiles, Apparel & Luxury Goods* nello S&P Global Corporate Sustainability Assessment al 23 marzo 2026.

Il Dow Jones Best-in-Class Index è un importante indice di sostenibilità ed è un autorevole standard di riferimento per gli investitori che includono considerazioni di sostenibilità nel loro processo decisionale di investimento. L'indice ammette solo le società valutate migliori nella gestione del proprio business secondo i criteri di responsabilità economica, sociale e ambientale analizzati da S&P Global, primaria società mondiale di rating, benchmark e analisi, che ha condotto l'assessment sulle performance di sostenibilità di oltre 9.200 aziende.

“Essere parte degli Indici di Sostenibilità Dow Jones Best-in-Class World e Europe per il settimo anno consecutivo e con il punteggio più alto nel nostro settore, è un riconoscimento che ci rende orgogliosi e allo stesso tempo rafforza il nostro senso di responsabilità nel fare impresa. Proseguiamo nel nostro percorso con impegno, disciplina e passione, consapevoli che ancora molto si possa e si debba fare”, commenta Remo Ruffini, Presidente Esecutivo di Moncler S.p.A.

Il Gruppo Moncler ogni anno rendiconta le proprie performance e i propri obiettivi di sostenibilità nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità contenuta nella [Relazione Finanziaria annuale](#).

Principali risultati raggiunti nel 2025

- >55% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni 2025 realizzato con materiali “preferred”¹ (>43% nel 2024);
- >60% del nylon utilizzato nelle collezioni 2025 costituito da materiale riciclato (>50% nel 2024);
- >55% del cotone utilizzato nelle collezioni 2025 biologico o riciclato (~37% nel 2024);
- Fornitori chiave² coinvolti in un programma di sensibilizzazione volto a promuovere la decarbonizzazione della catena di fornitura, con il 30% di essi supportato nella definizione di un proprio piano di riduzione delle emissioni;
- -46% le emissioni assolute CO₂e scope 1 e 2 rispetto al 2021³;
- 100% dell'energia elettrica utilizzata nelle sedi aziendali a gestione diretta del Gruppo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) proveniente da fonti rinnovabili dal 2023;
- 71% di donne nella popolazione aziendale e 53% nel management⁴;
- Ottenuta la certificazione EDGE relativa all'equità retributiva tra donne e uomini per il marchio Moncler a livello mondo;
- >163.000 persone in difficoltà protette dal freddo nel corso degli ultimi cinque anni.

¹ Materiali che mirano ad avere un minor impatto rispetto alle soluzioni convenzionali utilizzate dal Gruppo Moncler (per esempio riciclati, biologici, da agricoltura rigenerativa o certificati secondo specifici standard).

² Fornitori tier 1 selezionati, nel 2025, sulla base dell'impatto emissivo, della rilevanza della spesa e dell'importanza strategica per il business.

³ Le emissioni di CO₂e fanno riferimento a scope 1 e 2 (market-based) e sono calcolate considerando Stone Island consolidata a partire dal 1 gennaio 2021.

⁴ Il dato include manager, senior manager, dirigenti e dirigenti senior.

MONCLER

GROUP

L'impegno del Gruppo continua con il Piano di Sostenibilità SIDE by SIDE che nasce dalla convinzione che le grandi ambizioni possano essere raggiunte solo con un impegno collettivo che coinvolga l'azienda e le sue persone, la catena di fornitura e le istituzioni. Tra i diversi impegni, il Gruppo conferma l'obiettivo di ridurre ulteriormente le emissioni di CO₂ sia presso le sedi aziendali a gestione diretta sia lungo la catena di fornitura, ad incrementare l'utilizzo di tessuti e filati a più basso impatto rispetto alle soluzioni convenzionali (entro il 2028: $\geq 70\%$ di nylon riciclato, $\geq 65\%$ di cotone organico o riciclato, $\geq 75\%$ di lana certificata secondo specifici standard), ad implementare programmi per rafforzare gli standard sociali lungo la catena di fornitura e a sostenere le comunità locali con progetti dedicati per proteggere dal freddo le persone in difficoltà ($\geq 150,000$ nel triennio 2026-2028).

About Moncler Group

Con i suoi marchi Moncler e Stone Island, il Gruppo Moncler è l'espressione di un nuovo concetto di lusso, che va oltre le convenzioni ed è sempre alla ricerca di unicità, creatività e innovazione.

Pur supportando i singoli marchi attraverso competenze e servizi corporate condivisi, il Gruppo Moncler intende preservare le singole identità di brand mantenendole fortemente indipendenti e fondate su tratti distintivi autentici e su un forte legame con le rispettive community, ispirandosi continuamente al mondo dell'arte, della musica, della cultura e dello sport.

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