

MONCLER

GROUP

**RICAVI DI GRUPPO NEL Q1 A 881 MILIONI DI EURO, IN CRESCITA DEL 12% cFX,
SPINTI DA UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA
SIA DI MONCLER (+12%) SIA DI STONE ISLAND (+11%).**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. (Moncler o la Società) ha esaminato e approvato l'Interim Management Statement relativo al primo trimestre 2026¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 880,6 milioni, in crescita del 12% a cambi costanti, cFX, (+6% a cambi correnti) rispetto a Euro 829,0 milioni nei primi tre mesi del 2025.
- **RICAVI MONCLER:** Euro 766,5 milioni, +12% cFX (+6% a cambi correnti) rispetto a Euro 721,8 milioni nei primi tre mesi del 2025;
 - Canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²) in crescita del 14% cFX anno su anno, nonostante la continua volatilità del mercato e una base di confronto elevata. Canale wholesale in crescita del 3% cFX anno su anno, pur nel contesto di una continua razionalizzazione della rete distributiva.
 - Solida performance del marchio in Asia (+22% cFX anno su anno), sostenuta da trend positivi soprattutto in Cina e Corea, e nelle Americhe (+7% cFX anno su anno). La regione EMEA ha sottoperformato (-1% cFX anno su anno), principalmente a causa di flussi turistici ancora deboli nella regione.
- **RICAVI STONE ISLAND:** Euro 114,1 milioni, in crescita dell'11% cFX (+6% a cambi correnti) rispetto a Euro 107,3 milioni nei primi tre mesi del 2025;
 - Continua la solida crescita a doppia cifra nel canale DTC (+17% cFX anno su anno), guidata da una performance organica positiva in tutte le regioni, con Americhe e Asia superiori alla media.
 - Canale wholesale in crescita del 4% cFX anno su anno, supportato dall'ottima ricezione della collezione Primavera/Estate 2026.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa se non diversamente specificato: crescite a tassi di cambio costanti, dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata.

² Il canale DTC include le vendite dei DOS, del negozio online diretto e delle e-concessions.

REMO RUFFINI, Presidente Esecutivo di Moncler S.p.A., ha commentato:

“Ciò che emerge con chiarezza nel primo trimestre di quest’anno è qualcosa di più di una performance solida: è la forza delle relazioni che i nostri brand continuano a costruire con le proprie *community*, in tutto il mondo.

In un contesto globale caratterizzato da conflitti e instabilità, sia Moncler sia Stone Island hanno dimostrato una forte energia e rilevanza culturale.

Questi risultati non arrivano per caso. Riflettono un approccio preciso che valorizza ciò che rende unici i nostri marchi, e allo stesso tempo permette loro di evolvere costantemente, sia nel prodotto sia nelle esperienze.

Mentre inizia una nuova fase del nostro percorso, con Leo Rongone ora nel Gruppo, il nostro focus è molto chiaro: restare fedeli a ciò che siamo, guardando sempre avanti, e mantenendo l’integrità dei nostri marchi al centro di ogni decisione.

In un contesto esterno sempre più complesso, ci impegniamo a rimanere agili e reattivi, guidati da una visione strategica ben definita.”

Milano, 21 aprile 2026 – 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 2026.

Nei primi tre mesi del 2026 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 880,6 milioni, in crescita del 12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 766,5 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 114,1 milioni.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	Q1 2026		Q1 2025		% vs 2025	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	766.516	87,0%	721.759	87,1%	+6%	+12%
Stone Island	114.068	13,0%	107.263	12,9%	+6%	+11%
RICAVI	880.584	100,0%	829.021	100,0%	+6%	+12%

MONCLER

Nei primi tre mesi del 2026 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 766,5 milioni, in aumento del 12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025, grazie alla solida crescita registrata in entrambi i canali, con il DTC in primo piano (+14% cFX anno su anno) nonostante una base di confronto elevata.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Q1 2026		Q1 2025		% vs 2025	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	432.986	56,5%	380.751	52,8%	+14%	+22%
EMEA	238.484	31,1%	244.292	33,8%	-2%	-1%
Americhe	95.046	12,4%	96.716	13,4%	-2%	+7%
RICAVI	766.516	100,0%	721.759	100,0%	+6%	+12%

Nei primi tre mesi del 2026, i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 433,0 milioni, in crescita del 22% cFX rispetto al Q1 2025. Tutti i Paesi sono cresciuti nel trimestre e hanno registrato un miglioramento sequenziale, sostenuti da un contributo positivo da parte sia dei clienti locali sia dei turisti, con Cina e Corea che si sono attestate su livelli di performance più elevati.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 238,5 milioni, in calo dell'1% cFX rispetto al Q1 2025. La performance del canale DTC ha continuato ad essere penalizzata da flussi turistici relativamente contenuti nella regione e da un canale online debole.

I ricavi delle Americhe sono cresciuti del 7% cFX nei primi tre mesi del 2026 rispetto al Q1 2025, attestandosi a Euro 95,0 milioni, supportati da una continua solida crescita dei consumi locali, oltre che da una buona performance registrata nel canale wholesale.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	Q1 2026		Q1 2025		% vs 2025	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	674.458	88,0%	630.472	87,4%	+7%	+14%
Wholesale	92.059	12,0%	91.286	12,6%	+1%	+3%
RICAVI	766.516	100,0%	721.759	100,0%	+6%	+12%

Nei primi tre mesi del 2026 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 674,5 milioni, in aumento del 14% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025, nonostante la continua volatilità del mercato e una base comparativa pluriennale molto elevata. Il canale fisico ha registrato traffico positivo e ha continuato a sovraperformare il canale online, il cui trend è rimasto debole nel trimestre, seppur in miglioramento sequenziale.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 92,1 milioni nei primi tre mesi del 2026, in crescita del 3% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025, supportato da una buona performance della collezione Primavera/Estate 2026, che ha determinato un incremento dei riordini. La performance positiva è stata conseguita nonostante i continui sforzi volti a migliorare la qualità della distribuzione attraverso un'ulteriore ottimizzazione della rete.

Al 31 marzo 2026 la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 295 punti vendita diretti retail (DOS), invariati rispetto al 31 dicembre 2025. Durante il trimestre un elemento di rilievo è stata l'apertura dello store Moncler Grenoble di Aspen. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 47 negozi monomarca wholesale, una riduzione netta di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2025 e di 8 unità rispetto al 31 marzo 2025.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/03/2026	31/12/2025	31/03/2025
Asia	146	146	142
EMEA	97	98	96
Americhe	52	51	46
RETAIL	295	295	284
WHOLESALE	47	49	55

STONE ISLAND

Nei primi tre mesi del 2026 Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 114,1 milioni, in crescita dell'11% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025, guidati da una continua crescita a doppia cifra del canale DTC.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Q1 2026		Q1 2025		% vs 2025	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	35.465	31,1%	31.211	29,1%	+14%	+25%
EMEA	71.067	62,3%	69.444	64,7%	+2%	+3%
Americhe	7.536	6,6%	6.608	6,2%	+14%	+24%
RICAVI	114.068	100,0%	107.263	100,0%	+6%	+11%

Nei primi tre mesi del 2026, l'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 35,5 milioni di ricavi, in crescita del 25% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025, con una forte crescita a doppia cifra registrata in tutti i principali paesi.

La regione EMEA ha raggiunto ricavi pari a Euro 71,1 milioni, in crescita del 3% cFX rispetto al Q1 2025, con una performance positiva registrata sia nel canale DTC sia nel canale wholesale. L'Italia ha sovraperformato rispetto al resto della regione EMEA.

Le Americhe hanno registrato ricavi in crescita del 24% cFX rispetto al Q1 2025, con entrambi i canali, DTC e wholesale, in crescita a doppia cifra.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Q1 2026		Q1 2025		% vs 2025	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	60.617	53,1%	55.257	51,5%	+10%	+17%
Wholesale	53.451	46,9%	52.005	48,5%	+3%	+4%
RICAVI	114.068	100,0%	107.263	100,0%	+6%	+11%

Nei primi tre mesi del 2026 il canale DTC ha registrato una crescita del 17% cFX rispetto allo stesso periodo del 2025 attestandosi a Euro 60,6 milioni, grazie ad una crescita positiva in tutte le regioni, con Americhe e Asia superiori alla media. Il canale fisico ha continuato a performare meglio del canale online in tutte le regioni.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 53,5 milioni nei primi tre mesi del 2026, in crescita del 4% cFX rispetto al Q1 2025, sostenuti da un'accoglienza positiva della collezione Primavera/Estate 2026.

Al 31 marzo 2026 la rete di negozi monomarca del marchio Stone Island può contare su 94 punti vendita diretti retail (DOS), una riduzione netta di 1 unità rispetto al 31 dicembre 2025. Durante il trimestre, un elemento di rilievo è stata l'apertura dello store di Napoli. Inoltre, il marchio Stone Island conta 11 negozi monomarca wholesale, invariati rispetto al 31 dicembre 2025 e al 31 marzo 2025.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/03/2026	31/12/2025	31/03/2025
Asia	53	54	56
EMEA	33	32	27
Americhe	8	9	7
RETAIL	94	95	90
WHOLESALE	11	11	11

ALTRE DELIBERE

DELEGHE DI BARTOLOMEO RONGONE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, a seguito della delibera assembleare con cui Bartolomeo Rongone è stato confermato Amministratore, ha deliberato il conferimento delle deleghe già attribuitegli dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 19 febbraio 2026, in occasione della sua nomina per cooptazione.

PIANO DI PERFORMANCE SHARES 2026 E PIANO DI RESTRICTED SHARES 2026

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, a seguito della delibera assembleare, ha altresì approvato l'attuazione dei due nuovi piani di *stock grant* denominati, rispettivamente, "Piano di *Performance Shares 2026*" e "Piano di *Restricted Shares 2026*".

In particolare, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato, con il parere favorevole del Comitato Nomine e Remunerazione:

- nell'ambito del Piano di *Performance Shares 2026*, l'assegnazione fino ad un massimo di 1.636.919 azioni a favore di n. 162 beneficiari - tra i quali vi sono gli Amministratori Esecutivi e i Dirigenti con responsabilità strategiche - subordinatamente al raggiungimento degli obiettivi di *performance* al termine del *vesting period* triennale;
- nell'ambito del Piano di *Restricted Shares 2026*, l'assegnazione fino ad un massimo di 50.000 azioni a favore del CEO, Bartolomeo Rongone, unico beneficiario del Piano, subordinatamente al conseguimento dell'obiettivo di *retention* al termine del *vesting period* triennale.

Le informazioni di dettaglio concernenti le decisioni adottate dal Consiglio di Amministrazione inerenti all'attuazione dei Piani verranno pubblicate nei termini e con le modalità previste dall'Art. 84-*bis* del Regolamento adottato dalla CONSOB con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato.

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

investor.relations@moncler.com

Elena Mariani
Strategic Planning and Investor Relations Director
elena.mariani@moncler.com

MEDIA

monclerpress@moncler.com

Claudio Monteverde
Corporate Communication Director
claudio.monteverde@moncler.com

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 cultura, della musica 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.