



OFFERTA PUBBLICA DI VENDITA

E AMMISSIONE ALLE NEGOZIAZIONI SUL MERCATO TELEMATICO AZIONARIO ORGANIZZATO E GESTITO DA BORSA ITALIANA S.P.A. DELLE AZIONI ORDINARIE MONCLER S.P.A.

AVVISO: di avvenuta pubblicazione del prospetto, ai sensi del combinato disposto dell'art. 31 del Regolamento CE 809/2004 e dell'art. 9, comma 5, del Regolamento Consob 11971/1999, come modificato, relativo all'offerta pubblica di vendita e all'ammissione alle negoziazioni sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. delle azioni ordinarie di Moncler S.p.A. (l' "Emittente" o la "Società" (il "Prospetto") ed elenco dei collocatori.

EMITTENTE Moncler S.p.A.	AZIONISTI VENDITORI ECIP M.S.A. CEP III Participations S.à r.l. SICAR Brands Partners 2 S.p.A.	COORDINATORI DELL'OFFERTA GLOBALE DI VENDITA E BOOKRUNNER DEL COLLOCAMENTO ISTITUZIONALE Goldman Sachs International BofA Merrill Lynch Mediobanca Banca di Credito Finanziario S.p.A.	JOINT BOOKRUNNER DEL COLLOCAMENTO ISTITUZIONALE Banca IMI S.p.A. J.P. Morgan Securities Plc Nomura International Plc UBS Limited	RESPONSABILE DEL COLLOCAMENTO PER L'OFFERTA PUBBLICA Banca IMI S.p.A.	JOINT LEAD MANAGER DEL COLLOCAMENTO ISTITUZIONALE BNP Paribas Equita Sim S.p.A. HSBC Bank Plc	SPONSOR E JOINT LEAD MANAGER PER L'OFFERTA PUBBLICA Mediobanca Banca di Credito Finanziario S.p.A.	ADVISOR FINANZIARIO C.C. & Soci S.r.l. Lazard S.r.l./Lazard Frères SAS
-----------------------------	--	---	--	--	--	---	--

Il Prospetto è stato depositato presso la Consob in data 27 novembre 2013 a seguito dell'avvenuto rilascio del provvedimento di approvazione del prospetto da parte della Consob con nota del 26 novembre 2013.

L'adempimento della pubblicazione del Prospetto non comporta alcun giudizio della CONSOB sull'opportunità dell'investimento proposto e sul merito dei dati e delle notizie allo stesso relativi.

I termini di seguito utilizzati con la lettera maiuscola hanno il medesimo significato ad essi attribuito nel Prospetto. I rinvii alle Sezioni, ai Capitoli e ai Paragrafi si riferiscono alle Sezioni, ai Capitoli e ai Paragrafi del Prospetto.

4. FATTORI DI RISCHIO

L'operazione descritta nel presente Prospetto presenta gli elementi di rischio tipici di un investimento in titoli azionari quotati.

Al fine di effettuare un corretto apprezzamento dell'investimento, gli investitori sono invitati a valutare gli specifici fattori di rischio relativi all'Emittente ed alle società del Gruppo Moncler, al settore di attività in cui esse operano, nonché agli strumenti finanziari offerti.

I fattori di rischio descritti di seguito devono essere letti congiuntamente alle informazioni contenute nel Prospetto.

4.1 FATTORI DI RISCHIO CONNESSI ALL'EMITTENTE E AL GRUPPO MONCLER E ALLA LORO ATTIVITÀ

4.1.1 Rischi connessi al cambiamento delle preferenze dei clienti

La tabella che segue indica i ricavi delle vendite generati dal Gruppo Moncler nel corso degli esercizi sociali chiusi al 31 dicembre 2012, al 31 dicembre 2011 e al 31 dicembre 2010 e per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2013 e 30 settembre 2012, nonché il dato dell'EBITDA negli stessi periodi temporali di riferimento.

	30 settembre		31 dicembre		
(milioni di euro)	2013	2012	2012	2011	2010
Ricavi	389,0	331,2	489,2	363,7	282,5
EBITDA	114,7	99,0	161,5	114,4	90,6

Fonte dati: 2013, 2012 e 2011 dati di *carve-out* e 2010 e dati da "Informazioni di segmento" del bilancio consolidato dell'Emittente.

Il Gruppo Moncler opera nel settore dei beni di lusso che è influenzato dai cambiamenti dei gusti e delle preferenze dei clienti nonché dai cambiamenti degli stili di vita nelle diverse aree geografiche in cui il Gruppo opera.

La capacità del Gruppo Moncler di realizzare la propria strategia dipende, tra l'altro, dalla capacità di interpretare le preferenze dei consumatori, all'incremento della notorietà del marchio a livello globale, all'ampliamento dell'offerta di prodotti di abbigliamento e della gamma merceologica, nonché di identificare e/o anticipare le tendenze del mercato dei beni di lusso.

Qualora in futuro il Gruppo Moncler non fosse in grado di realizzare prodotti capaci di interpretare le preferenze della propria clientela, con particolare riferimento ai principali mercati in cui il Gruppo opera (si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2), nonché di identificare e/o anticipare le tendenze del mercato dei beni di lusso, ciò potrebbe comportare una contrazione dei ricavi e un incremento dei prodotti inventuati, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

4.1.2 Rischi connessi alla riconoscibilità del marchio

Il successo del Gruppo Moncler è influenzato in misura rilevante dall'immagine, dalla percezione e dalla riconoscibilità del marchio Moncler. Il Gruppo Moncler si adopera per mantenere ed accrescere la forza del marchio Moncler prestando particolare attenzione al *design*, alle materie prime, alla caratterizzazione, alla presentazione dei prodotti, alla comunicazione e sviluppando il proprio modello distributivo attraverso criteri di selettività e qualità.

Qualora in futuro il Gruppo Moncler non fosse in grado, attraverso i propri prodotti e le proprie attività di comunicazione, di assicurare la riconoscibilità del proprio marchio e la percezione dello stesso da parte dei consumatori potrebbe verificarsi una contrazione dei ricavi e un incremento dei prodotti inventuati, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, qualunque evento che abbia influenza negativa sull'immagine del marchio Moncler e sulla reputazione del Gruppo, per cause imputabili allo stesso (come, ad esempio, l'incapacità di trasmettere in futuro i valori fondanti e i valori distintivi del marchio), o per cause imputabili a terzi (quali, ad esempio la diffusione da parte di terzi di informazioni parziali, non veritiere o diffamatorie o la distribuzione parallela e la falsificazione dei prodotti Moncler), potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1 e Capitolo 9, del Prospetto.

4.1.3 Rischi connessi alla propria strategia industriale

La capacità del Gruppo Moncler di incrementare i propri ricavi e perseguire i propri obiettivi di crescita e sviluppo e di mantenere adeguati livelli di redditività, dipende anche dal successo nella realizzazione della propria strategia industriale, commerciale e distributiva.

L'obiettivo di Moncler è perseguire lo sviluppo del *brand* nel segmento dei beni di lusso a livello mondiale, con una strategia diretta (i) al continuo rafforzamento dell'identità e del posizionamento del marchio, (ii) allo sviluppo e consolidamento dei mercati strategici, (iii) alla valutazione di un selettivo ampliamento della gamma prodotti in segmenti compatibili coi caratteri distintivi del *brand*. Questa strategia sarà perseguita facendo leva sui punti di forza del marchio e si declina nei seguenti obiettivi: (i) rafforzamento ed espansione della rete distributiva monomarca *retail*, (ii) sviluppo selettivo del canale di distribuzione *wholesale* (iii) sviluppo del marchio Moncler e delle proprie linee di prodotto, (iv) controllo diretto dei *business* strategici, (v) sviluppo di strutture di vendita dirette e di filiali commerciali, (vi) efficientamento ed ottimizzazione della *supply chain*.

In particolare, la crescita programmata del Gruppo Moncler nei prossimi anni, sarà legata, in misura importante, all'espansione del numero dei punti vendita monomarca a gestione diretta, con l'obiettivo primario, tra l'altro, di incrementare i ricavi del Gruppo. Tutto ciò comporta l'assunzione di un rischio di investimento, l'incremento di costi fissi connessi anche alla apertura di nuovi spazi commerciali, nonché incertezze circa la possibilità di concludere i relativi contratti di locazione a condizioni economicamente soddisfacenti per il Gruppo. Inoltre, in relazione allo sviluppo in mercati strategici, il Gruppo Moncler intende espandere la propria rete distributiva diretta *retail* anche in nuovi mercati ove il successo dei prodotti Moncler non è ancora consolidato e dipende, tra l'altro, dalla capacità di interpretare le preferenze dei consumatori, nonché di identificare e/o anticipare le tendenze del mercato dei beni di lusso.

Qualora il Gruppo non fosse in grado di realizzare in tutto o in parte la propria strategia ovvero di realizzarla nei tempi e/o nei modi previsti, oppure qualora non dovessero risultare corrette le assunzioni di base sulle quali la strategia del Gruppo è fondata, ciò potrebbe avere un effetto negativo sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni si veda Sezione Prima, Capitolo 4, Paragrafo 4.1.4 e Capitolo 6, Paragrafo 6.1.4 del Prospetto.

4.1.4 Rischi connessi alla rete distributiva

La distribuzione dei prodotti Moncler avviene sia attraverso il canale distributivo e.d. *retail*, costituito da punti vendita monomarca a gestione diretta (*DOS*) sia attraverso il canale distributivo e.d. *wholesale*, quest'ultimo rappresentato da punti vendita monomarca all'interno dei *department store* (*Shop-in-Shop*) da punti vendita multimarca e da un *franchising* a Seul. Inoltre, il canale distributivo *wholesale* viene servito prevalentemente attraverso l'utilizzo di *showroom* gestiti direttamente.



La tabella che segue indica i ricavi del Gruppo Moncler, distinti per canale di distribuzione, al 30 settembre 2013 e 2012 e nel corso degli ultimi tre esercizi a partire dall'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012.

Canale distribuzione (milioni di euro)	30/09/2013		30/09/2012	
Retail	175,5	45,1%	123,7	37,3%
Wholesale	213,5	54,9%	207,5	62,7%
Totale	389,0	100%	331,2	100%

Ricavi						
Canale distribuzione (milioni di euro)	31/12/2012		31/12/2011		31/12/2010	
Retail	251,5	51,4%	138,1	38,0%	76,1	26,9%
Wholesale	237,7	48,6%	225,6	62,0%	206,4	73,1%
Totale	489,2	100%	363,7	100%	282,5	100%

Fonte dati: 2012 e 2011 dati di *carve-out* e 2010 dati da "Informazioni di segmento" del bilancio consolidato dell'Emittente.

4.1.4.1 Rischi connessi ai punti vendita monomarca gestiti direttamente (DOS)

Al 30 settembre 2013, i DOS del Gruppo Moncler (inclusi quelli gestiti attraverso *joint venture*) erano pari a n. 98 e i ricavi netti generati nei primi nove mesi dell'esercizio 2013 dalla vendita in gestione diretta sono stati pari ad Euro 175,5 milioni, rappresentando il 45,1% dei ricavi netti complessivi dei primi nove mesi dell'esercizio 2013. Al 31 dicembre 2012, i DOS del Gruppo Moncler (inclusi quelli gestiti attraverso *joint venture*) erano pari a n. 83 e i ricavi netti generati dalla vendita in gestione diretta sono stati pari ad Euro 251,5 milioni, rappresentando il 51,4% dei ricavi netti complessivi dell'esercizio 2012.

Il canale *retail* è il canale di vendita di prodotti o merce gestito direttamente dal gruppo tramite i DOS (*directly operated stores*, i quali includono *Free Standing Stores*, *Travel Retail Stores*, *Concessions* e *Outlet*) e il negozio *on-line*.

Il tempo medio di avviamento dei nuovi punti vendita è di circa 4 mesi.

La seguente tabella riporta i ricavi di *carve-out* relativi ai DOS e il numero di DOS al 30 settembre 2013 e negli esercizi chiusi al 31 dicembre 2012, 31 dicembre 2011 e 31 dicembre 2010:

	30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011	31/12/2010
Ricavi €M	175,5	251,5	138,1	76,1
DOS #	98	83	61	39

Rischi connessi alla gestione dei DOS esistenti

I DOS del Gruppo Moncler si trovano presso immobili di proprietà di terzi, condotti dalle società del Gruppo in locazione e posizionati in vie e luoghi tra i più prestigiosi del mondo.

Negli ultimi anni si è sviluppata una notevole concorrenza fra gli operatori del settore dei beni di lusso, ivi incluso il Gruppo Moncler, per posizionare i propri spazi commerciali nelle vie e nei luoghi più prestigiosi delle principali città del mondo. In occasione del rinnovo dei contratti di locazione degli attuali DOS una volta che essi giungeranno a scadenza, il Gruppo Moncler potrebbe pertanto dover competere con altri operatori del settore dei beni di lusso, alcuni dei quali caratterizzati da rilevanti dimensioni e potenzialmente dotati di maggiori risorse economiche e finanziarie rispetto al Gruppo Moncler.

Alla Data del Prospetto i contratti di locazione in essere e ritenuti dalla Società di maggiore rilievo hanno una durata medio-lunga e non sono prossimi alla scadenza; in particolare, in linea con le condizioni praticate ai principali operatori del settore dei beni di lusso, la durata media dei contratti di locazione dei principali DOS è di 12 anni circa in Italia e di 10 anni circa in Europa e Nord America, mentre in Cina, è di 3 anni circa.

Non si può tuttavia escludere che, qualora il Gruppo Moncler non fosse in grado di rinnovare i principali contratti o di sostituirli con altri contratti a condizioni equivalenti a quelle attualmente previste, ciò potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo stesso.

Eventuale sospensione *e/o* revoca delle licenze o delle autorizzazioni richieste dalla legislazione di alcuni Paesi in cui il Gruppo Moncler opera quale condizione necessaria per l'esercizio della attività commerciale presso i DOS, nonché gli eventuali adempimenti richiesti dalle competenti autorità al fine di confermare o rilasciare tali autorizzazioni o licenze, potrebbero comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, nell'ipotesi in cui uno o più DOS dovessero registrare una riduzione dei ricavi *e/o* un calo dei volumi di vendita, i costi fissi derivanti dalla gestione dei DOS stessi, tenuto conto anche della presenza di soglie minime nei canoni di locazione, unitamente alle minori economie di scala potrebbero comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo Moncler.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafi 6.1.2.2 del Prospetto.

Rischi connessi all'apertura di nuovi DOS

Il programmato aumento da parte del Gruppo Moncler del numero dei propri DOS con l'obiettivo primario di incrementarne i relativi ricavi, rafforzare il controllo della distribuzione nei mercati ritenuti strategici e consolidare l'immagine del *brand* ed il relativo posizionamento sul mercato, comporta l'assunzione di un rischio di investimento. L'incremento di costi fissi connessi anche alla ricerca di nuovi spazi commerciali nonché incertezze circa la possibilità di concludere i relativi contratti di locazione pluriennali a condizioni economicamente interessanti e soddisfacenti per il Gruppo.

Nell'ipotesi in cui a fronte dell'aumento dei nuovi DOS si verificasse una crescita delle vendite inferiore a quelle attese, il Gruppo Moncler potrebbe dover sopportare un incremento dei costi non bilanciato da un adeguato incremento dei ricavi e potrebbe, pertanto, trovarsi nella necessità di rivedere la propria strategia di mantenimento dei punti vendita che dovessero risultare non adeguatamente redditizi, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo stesso.

Alla luce del contesto di mercato e della concorrenza che caratterizzano il mercato dei beni di lusso, l'effettiva possibilità di ampliare la rete distributiva dipenderà dalla disponibilità di spazi ubicati in posizioni che il Gruppo Moncler ritiene strategiche e, dalla possibilità di assicurarsene la disponibilità a condizioni economicamente interessanti e soddisfacenti per il Gruppo.

Qualora il Gruppo Moncler non fosse in grado di reperire spazi commerciali per l'apertura di nuovi DOS in posizioni ritenute di interesse strategico concludendo i relativi contratti di locazione a condizioni economicamente interessanti e soddisfacenti, il Gruppo Moncler potrebbe non essere in grado di realizzare, quantomeno in parte, i propri piani strategici, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive, nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo stesso.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.6 del Prospetto.

4.1.4.2 Rischi connessi ai punti vendita non gestiti direttamente e ai rapporti con i distributori (ex. d. wholesale)

Parte della rete distributiva del Gruppo Moncler è rappresentata da punti vendita non gestiti direttamente (canale distribuito c.d. *wholesale*), tra i quali si segnalano negozi multimarca gestiti da terzi, punti vendita monomarca localizzati all'interno di *department store* (c.d. *Shop-in-Shop*) e un negozio gestito in *franchising* (situato a Seul).

I ricavi netti imputabili alla rete distributiva non gestita direttamente dal Gruppo Moncler sono stati pari, nei primi nove mesi del 2013, a Euro 213,5 milioni, corrispondenti a circa il 54,9% dei ricavi netti consolidati del Gruppo nel medesimo periodo. I ricavi netti imputabili alla rete distributiva non gestita direttamente dal Gruppo Moncler sono stati pari, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012, a Euro 237,7 milioni, corrispondenti al 48,6% dei ricavi netti consolidati del Gruppo nell'esercizio 2012.

In particolare i primi 10 clienti del Gruppo Moncler incidono per meno del 6% dei ricavi consolidati di *carve-out* del Gruppo al 31 dicembre 2012 e il primo cliente incide per circa l'1% dei ricavi consolidati di *carve-out* relativi all'esercizio 2012. Nonostante (i) la Società ritenga che il Gruppo Moncler non dipenda significativamente da alcun distributore, e (ii) i rapporti contrattuali in essere siano a tempo indeterminato, o comunque di lunga durata, il venir meno dei rapporti commerciali con i principali distributori indiretti, l'incapacità di sviluppare nuovi rapporti commerciali *e/o* una notevole diminuzione dei relativi ricavi, potrebbero avere possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, il mancato rispetto, da parte dei punti vendita non gestiti direttamente, di una politica commerciale in linea con l'immagine e con il posizionamento del Gruppo Moncler (anche in violazione degli impegni contrattualmente previsti) potrebbe danneggiare il posizionamento competitivo del marchio medesimo, possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Da ultimo si segnala che il canale distributivo *wholesale* viene servito prevalentemente attraverso l'utilizzo di showroom gestiti direttamente dal Gruppo. Pertanto, nel caso in cui dovesse verificarsi una diminuzione dei ricavi o un calo delle vendite, l'incidenza dei costi fissi connessi a tali showroom potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.2.2 del Prospetto.

4.1.5 Rischi connessi ai rapporti con i produttori terzi

Per la produzione dei propri capi il Gruppo Moncler si avvale di soggetti terzi indipendenti, *façonisti*, cui sono assegnate esclusivamente le fasi di produzione del capo (metodo industrializzato) mentre l'acquisto delle materie prime è gestito direttamente da Moncler. Inoltre, ed in misura significativamente minore, il Gruppo può acquistare direttamente il prodotto

finito (metodo commercializzato). In entrambi i casi, i produttori terzi operano sotto la stretta supervisione di Moncler, con particolare riferimento alla determinazione delle produzioni, all'assegnazione dei tempi di realizzazione dei prodotti e al controllo di qualità sui prodotti realizzati. I produttori terzi indipendenti non operano in regime di esclusiva con il Gruppo Moncler. La produzione dei capi, secondo il metodo industrializzato, che rappresenta il metodo produttivo prevalentemente utilizzato dal Gruppo Moncler, è principalmente localizzata in paesi dell'Europa dell'Est, fatta eccezione per le linee di alta gamma *Gamme Bleu* e *Gamme Rouge* prodotte interamente in Italia. Alla Data del Prospetto, a giudizio dell'Emittente, la produzione, industrializzata o commercializzata, dei prodotti del Gruppo Moncler da parte di soggetti terzi indipendenti non risulta essere concentrata in un numero limitato di Paesi.

La seguente tabella presenta la percentuale dei primi 10 *façonisti* sul totale dei ricavi consolidati e sul costo del venduto di *carve-out*, nel corso dei primi nove mesi del 2013 e degli esercizi chiusi al 31 dicembre 2012 e 31 dicembre 2011.

	30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011
Primi 10 <i>façonisti</i>	12,4	16,8	14,5
Totale costo del venduto	119,7	148,3	120,0
Incidenza dei primi 10 <i>façonisti</i> sul costo del venduto	10%	11%	12%
Totale ricavi	389,0	489,2	363,7
Incidenza dei primi 10 <i>façonisti</i> sui ricavi	3%	3%	4%

Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012 (dati di *carve-out*) l'incidenza dei costi di produzione (ad esclusione delle scritture di assestamento di fine periodo) dei primi 10 produttori sui costi diretti e indiretti di produzione e costi di campionario del Gruppo Moncler è stata pari a circa il 15%. Nonostante la Società ritenga quindi che il Gruppo Moncler non dipenda in misura significativa da alcun produttore, non può escludersi che l'interruzione o la cessazione per qualsiasi causa dei rapporti con tali soggetti possano influenzare in misura negativa l'attività del Gruppo Moncler e che le eventuali iniziative da intraprendere, qualora si rendesse necessario procedere alla sostituzione di tali soggetti, possano comportare oneri o difficoltà (anche in termini di tempi di sostituzione), con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive, nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, qualora tali soggetti terzi non dovessero osservare gli *standard* qualitativi propri del Gruppo Moncler ovvero non dovessero essere in grado di consegnare e realizzare i capi entro i tempi stabiliti, potrebbero prodursi conseguenze negative in grado di incidere in maniera anche significativa sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo Moncler.

Nonostante, nell'ambito dei contratti di fornitura, vengano di prassi inviate ai produttori delle linee guida relative al rispetto delle norme in materia di (i) lavoro e previdenza e (ii) salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e i contratti prevalano a favore del Gruppo il diritto di recesso in caso di mancato adempimento alle prescrizioni di tali normative, l'eventuale violazione da parte di uno o più produttori delle norme di legge e i regolamenti applicabili, potrebbero avere conseguenze negative da un punto di vista reputazionale, nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Nonostante nel corso degli ultimi anni Moncler abbia attuato una politica di controllo e monitoraggio dei produttori attraverso regolari accessi e verifiche presso gli impianti produttivi al fine di prevenire e contrastare eventuali abusi, il Gruppo Moncler è esposto al rischio che i produttori terzi possano, fraudolentemente, rivelare a concorrenti il *design* *e/o* le soluzioni innovative elaborate per prodotti Moncler in corso di realizzazione, nonché produrre e commercializzare indipendentemente e illegalmente prodotti contraffatti a marchio Moncler.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafi 6.1.2.2 del Prospetto.

4.1.6 Rischi connessi al costo e alla disponibilità di materie prime di elevata qualità e ai rapporti con i fornitori

La realizzazione dei principali prodotti del Gruppo Moncler, secondo il metodo industrializzato, richiede materie prime di elevata qualità, tra le quali, a titolo esemplificativo, *nylon*, piuma, cotone, lino e seta, nonché cerniere lampo, provenienti principalmente dall'Italia, dalla Francia e dal Giappone. Nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012 (dati di *carve-out*), l'incidenza sul costo del venduto delle materie prime acquistate dal Gruppo Moncler è stato pari a circa il 37%.

La seguente tabella presenta l'incidenza delle materie prime sul costo del venduto di *carve-out* nei primi nove mesi del 2013, nonché negli esercizi chiusi al 31 dicembre 2012 e 31 dicembre 2011.

	30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011
Incidenza materie prime sul costo del venduto	51%	37%	33%

Il prezzo delle materie prime utilizzate dal Gruppo nell'ambito della propria attività produttiva dipende da un'ampia varietà di fattori, in larga misura non controllabili dall'Emittente o dal Gruppo e difficilmente prevedibili.

Sino alla Data del Prospetto il Gruppo Moncler non ha avuto particolari problematiche nell'acquistare materie prime in misura adeguata a sostenere la produzione e mantenere i propri elevati standard di qualità. Tuttavia, eventuali tensioni sul fronte dell'offerta, dovute alla diminuzione del numero dei produttori o fornitori di materie prime o alla scarsità delle medesime ovvero ad un incremento della domanda da parte degli altri operatori del settore, potrebbero comportare l'insorgere di difficoltà nell'approvvigionamento di materie prime di elevata qualità e causare un incremento di costi e una riduzione di redditività, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, i primi 10 fornitori del Gruppo Moncler incidono sul totale degli acquisti per materie prime (ad esclusione delle scritture di assestamento di fine periodo) per circa il 51% per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2013, per circa il 53% per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012 e per il 49% per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011 (dati di *carve-out*). L'incidenza del primo fornitore sul totale degli acquisti per materie prime (ad esclusione delle scritture di assestamento di fine periodo) e sui costi diretti e indiretti di produzione e costi di campionario del Gruppo Moncler è pari, rispettivamente, al 7% e al 4% per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2013, al 9% e al 5% per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012 e al 10% e al 5% per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011. Nonostante la Società ritenga che il Gruppo Moncler non dipenda in misura significativa da alcun fornitore, non può escludersi che la cessazione per qualsiasi causa dei rapporti di fornitura possa influenzare in misura negativa l'attività del Gruppo Moncler e che le eventuali iniziative da intraprendere, qualora si rendesse necessario procedere alla sostituzione di tali fornitori, possano comportare oneri o difficoltà (anche in termini di tempi di sostituzione), con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, qualora tali fornitori non dovessero osservare gli *standard* qualitativi propri del Gruppo Moncler ovvero non dovessero essere in grado di consegnare le materie prime entro i tempi stabiliti, ciò potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafi 6.4.2 del Prospetto.

4.1.7 Rischi connessi a fenomeni di stagionalità

I risultati del Gruppo Moncler sono influenzati da fenomeni di stagionalità tipici dei beni di lusso, accentuati dalla composizione della propria offerta merceologica e dal proprio modello distributivo.

La tabella che segue rappresenta l'evoluzione dei ricavi consolidati di *carve-out* del Gruppo Moncler nel corso dei quattro trimestri per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2012 e al 31 dicembre 2011.

Ricavi per trimestre (milioni di euro)	30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011			
Ricavi del primo trimestre	125,6	n.d.	108,1	22%	79,4	22%
Ricavi del secondo trimestre	57,6	n.d.	47,0	10%	32,7	9%
Ricavi del terzo trimestre	205,8	n.d.	176,1	36%	149,5	41%
Ricavi del quarto trimestre	n.d.	n.d.	158,0	32%	102,1	28%
Ricavi Totali	n.d.	n.d.	489,2	100%	363,7	100%

Nonostante nel corso degli ultimi esercizi il divario tra i ricavi della stagione primavera/estate e della stagione autunno/inverno si sia ridotto in entrambi i canali di vendita *retail* e *wholesale*, la stagionalità legata all'elevata incidenza del capospalla invernale all'interno delle collezioni Moncler è rimasta elevata. Nel 2012 le collezioni primavera/estate hanno rappresentato il 23% del fatturato del esercizio rispetto al 77% delle collezioni della stagione autunno/inverno.

Inoltre, così come per altre società attive nel settore dei beni di lusso, anche per Moncler un ulteriore fenomeno di stagionalità è legato ai canali di vendita. Infatti il canale distributivo *wholesale* vede concentrati i ricavi nel primo e nel terzo trimestre di ogni esercizio sociale, essendo la fatturazione dei prodotti concentrata nei mesi di gennaio, febbraio e marzo (vendita collezione primavera/estate) ed in quelli di luglio, agosto e settembre (vendita collezione autunno/inverno). Inoltre, nel caso del gruppo Moncler il peso del terzo trimestre è significativamente superiore al peso del primo trimestre. Si evidenzia che i ricavi del canale *wholesale* nel terzo trimestre 2012 sono stati pari al 51% del totale fatturato *wholesale* dell'esercizio stesso.

Per quanto riguarda il canale distributivo *retail* invece, le vendite risultano prevalentemente concentrate nella seconda metà dell'esercizio e, in particolare per il gruppo Moncler, nell'ultimo trimestre di ogni esercizio sociale che nel 2012 ha generato circa il 51% dei ricavi annuali del canale *retail*.

A differenza dei ricavi i costi operativi hanno un andamento sostanzialmente lineare nel corso dell'esercizio; di conseguenza, la loro incidenza sui ricavi varia sostanzialmente nel corso dei trimestri portando ad una conseguente variazione della marginalità operativa che, in particolare nel caso del gruppo Moncler, sarà significativamente più elevata nel quarto trimestre.

Ne consegue quindi che i singoli risultati infrannuali non concorrono uniformemente alla formazione dei risultati dell'esercizio e rappresentano una fotografia parziale dell'andamento dell'attività.

L'andamento del fatturato sopra descritto e la dinamica dei cicli di produzione hanno un impatto sull'andamento del capitale circolante commerciale netto e dell'indebitamento netto, che hanno sino ad ora presentato il momento di picco nel mese di settembre, mentre i mesi dicembre, gennaio e febbraio sono stati caratterizzati da un'elevata generazione di cassa.

Pertanto, ogni riduzione significativa nei ricavi, con particolare riferimento a quelli relativi al terzo e al quarto trimestre di ciascun esercizio potrebbe comportare possibili effetti negativi sulla liquidità a disposizione del Gruppo e quindi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 9, Paragrafo 9.3.1 del Prospetto.

4.1.8 Rischi connessi alla recente cessione del Business Sportswear della Divisione Altri Marchi

In data 31 ottobre 2013, l'Emittente e Industries Sportswear Company hanno sottoscritto con Cavaliere Brands (Italia) S.r.l. (ora Industries Sportswear Company S.r.l.) un contratto denominato "Business Purchase Agreement" per la cessione a favore di Cavaliere Brands (Italia) dell'azienda relativa al Business Sportswear di titolarità di Industries Sportswear. La cessione è stata eseguita in data 8 novembre 2013 e in pari data Moncler e Cavaliere Brands (Italia) S.r.l. (ora Industries Sportswear Company S.r.l.) hanno sottoscritto (i) un contratto di fornitura di servizi denominato "Transitional Services Agreement", ai sensi del quale il Gruppo Moncler si è impegnato a fornire a Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) alcuni servizi per facilitarne l'operatività nei primi tre anni successivi alla sottoscrizione, e (ii) un contratto di fornitura di capi di abbigliamento denominato "Supply Agreement", avente ad oggetto la fornitura reciproca dei prodotti a marchio Moncler (da parte di Moncler) e con i marchi del Business Sportswear (da parte di Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.)).

Il Business Purchase Agreement prevede un corrispettivo pari ad Euro 22.100.000, da corrispondersi in tre rate successive: (i) Euro 1.100.000,00 già corrisposti alla data del closing, ossia l'8 novembre 2013; (ii) Euro 7.500.000,00 da corrispondersi al 31 dicembre 2013; ed (iii) Euro 13.500.000,00 al 30 giugno 2014 ("Terza Rata di Prezzo"). In particolare, il pagamento della Terza Rata di Prezzo e il calcolo del relativo importo sono soggetti (a) ad una formula dipendente dalla performance operativa, dalla posizione finanziaria netta e dal capitale circolante netto di Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) al 31 dicembre 2013, nonché (b) dal valore del patrimonio netto e dall'importo di linee di credito a breve a disposizione di Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) al 31 dicembre 2013. L'acquirente Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) non ha fornito alcuna garanzia per il pagamento della seconda e terza rata di prezzo, come sopra meglio specificato.

In aggiunta, il corrispettivo potrà essere integrato da una componente di *earn-out* fino ad un ammontare massimo pari ad Euro 21.900.000, da calcolarsi sulla base di una formula ove la differenza tra la performance operativa (*Industrial Margin*) di Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) nell'anno 2014 e un valore di riferimento di Euro 65 milioni è moltiplicata per tre volte. Qualora la differenza tra la performance operativa (*Industrial Margin*) di Industries Sportswear Company S.r.l. (già Cavaliere Brands (Italia) S.r.l.) nell'anno 2014 e il valore di riferimento di Euro 65 milioni fosse pari a 0 o a un valore negativo, nessun *earn-out* sarebbe dovuto. Qualora fosse dovuto, l'*Earn-Out* dovrebbe essere corrisposto in data 30 giugno 2015.

In relazione all'operazione di cessione del Business Sportswear, la Società ha elaborato una *sensitivity* ove si evidenzia che in ciascuna delle ipotesi di prezzo della cessione, il flusso di cassa derivante dalla vendita risulta positivo, da un minimo di Euro 22,8 Milioni nell'ipotesi di prezzo pari ad Euro 8,6 Milioni ed una massima pari ad Euro 47,3 Milioni nel caso di vendita con prezzo pari ad Euro 44 Milioni ed Euro 30,6 Milioni nell'ipotesi prevista a bilancio al 30 settembre 2013 di un ipotetico prezzo di vendita di Euro 20 Milioni. L'effetto economico della cessione produce invece una minusvalenza pari a Euro 17,5 Milioni nell'ipotesi di cessione al prezzo minimo ed una plusvalenza pari ad Euro 7 Milioni nel caso di cessione al prezzo massimo, ed una minusvalenza di Euro 9,7 Milioni nel caso dell'ipotesi evidenziata in bilancio.

I rischi relativi all'operazione di cessione che potrebbero determinare effetti pregiudizievoli sulla attività e/o sulla situazione patrimoniale, economica e/o finanziaria dell'Emittente sono rappresentati:

- dalla riduzione del prezzo di cessione, convenuto in complessivi Euro 22.100.000 da pagarsi in tre successive e crescenti rate, l'ultima e più rilevante delle quali pari a Euro 13.500.000 e dovuta al 30 giugno 2014 potrà essere ridotta nel suo importo in funzione del patrimonio netto dell'acquirente alla data del 31 dicembre 2013 e dell'importo delle linee di credito a breve a disposizione dell'acquirente sempre alla data del 31 dicembre (restando inteso che in tale ultimo caso la riduzione del prezzo non potrà essere superiore a Euro 6.500.000);
- dall'insorgere di obblighi di indennizzo per violazioni delle dichiarazioni e garanzie prestate dal venditore in linea con la prassi per operazioni analoghe, e il cui importo complessivo non potrà comunque eccedere l'importo complessivo di Euro 3.000.000 e a condizione che tale importo si almeno superiore a Euro 250.000; e
- da eventuali inadempimenti da parte di Moncler agli obblighi previsti dal *Transitional Services Agreement* e dal *Supply Agreement* che potrebbero determinare la risoluzione anticipata dei contratti e, nel caso del *Transitional Services Agreement*, esporre Moncler a obblighi di indennizzo per violazione dei propri obblighi di fornire il cui importo non potrà comunque eccedere Euro 500.000.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 5, Paragrafo 5.1.5 e il Capitolo 22, Paragrafi 22.12, 22.13 e 22.14 del Prospetto.

4.1.9 Rischi connessi alla dipendenza del Gruppo Moncler da figure chiave

I risultati ed il successo del Gruppo Moncler dipendono dalla capacità di attrarre e trattenere personale qualificato, e, in misura significativa, dall'abilità dei propri amministratori esecutivi e degli altri componenti del *management*, che hanno avuto un ruolo determinante per lo sviluppo del Gruppo stesso e che vantano una significativa esperienza nel settore dei beni di lusso.

Tra questi, inoltre, un ruolo chiave è svolto dal Signor Remo Ruffini. La figura di Remo Ruffini, che alla Data del Prospetto è Presidente del Consiglio di Amministrazione dell'Emittente, è stata fondamentale per l'affermazione della *brand* ed è tuttora rilevante per il successo della Società. Il Signor Ruffini inoltre, riveste un ruolo chiave per il coordinamento delle strutture stilistiche/creative e afferenti i prodotti del Gruppo e partecipa in prima persona all'ideazione delle collezioni in qualità di responsabile della Direzione Creativa. Inoltre, Remo Ruffini ricopre altresì un ruolo fondamentale nella definizione e implementazione della strategia del Gruppo.

Nel corso degli ultimi tre esercizi, il Gruppo Moncler ha consolidato e accresciuto la propria struttura operativa e dirigenziale senza rilevante sostituzione (c.d. *turnover*) di personale chiave. Ancorché il Gruppo Moncler ritenga di essersi dotato di una struttura operativa e dirigenziale capace di assicurare la continuità nella gestione degli affari, non si può escludere che l'interruzione del rapporto in essere con alcune di queste figure professionali senza una tempestiva e adeguata sostituzione possano condizionare, almeno temporaneamente, la capacità competitiva, l'attività, nonché le prospettive di crescita del Gruppo e avere conseguenze negative sui risultati economici e finanziari del Gruppo medesimo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 14, Paragrafo 14.1 del Prospetto.

4.1.10 Rischi connessi alla variazione dei tassi d'interesse

L'esposizione debitoria del Gruppo Moncler è a tasso variabile. Al 30 settembre 2013, i debiti a medio-lungo termine a tasso variabile rappresentavano il 100% del debito verso banche a medio-lungo termine (corrente e non corrente) del Gruppo Moncler. Al 30 settembre 2013, la percentuale di copertura derivante da operazioni di *Interest Rate Swap* poste in essere dal Gruppo Moncler, a copertura del rischio relativo ad un incremento dei tassi, era pari al 32,2% dell'indebitamento finanziario complessivo a medio e lungo termine, ossia i debiti finanziari coperti da operazioni di *Interest Rate Swap* erano pari ad Euro 77,9 milioni su un totale dell'indebitamento del Gruppo Moncler pari ad Euro 241,6 milioni. Qualora in futuro si verificassero fluttuazioni dei tassi di interesse, queste potrebbero comportare un incremento degli oneri finanziari relativi all'indebitamento a tasso variabile con conseguenze sull'attività e sulle prospettive di crescita del Gruppo Moncler, nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria. Per ulteriori informazioni si veda la Sezione Prima, Capitolo 10, Paragrafo 10.1.5 del Prospetto.

4.1.11 Rischi connessi all'andamento dei tassi di cambio

La valuta del bilancio consolidato del Gruppo Moncler è l'Euro.

Il Gruppo Moncler opera sui mercati internazionali anche attraverso società commerciali localizzate in Paesi che utilizzano valute diverse dall'Euro quali Yen, Dollaro USA e Renminbi principalmente, nonché, in misura minore, Sterline, Franchi Svizzeri e altre valute (si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2 del Prospetto) ed è pertanto esposto al rischio derivante dalla fluttuazione nei tassi di cambio tra le diverse valute. Nell'esercizio sociale chiuso al 31 dicembre 2012 (dati di *carve-out*), la quota di ricavi netti realizzati in valute diverse dall'Euro è stata di circa Euro 230,7 milioni, pari a circa il 47,2% dei ricavi netti.

La seguente tabella presenta la quota dei ricavi netti di *carve-out* realizzati in valute diverse dall'Euro realizzati negli esercizi sociali chiusi al 31 dicembre 2012, al 31 dicembre 2011 e per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2013.

	30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011
Totale Ricavi netti	389,0	489,2	363,7
Ricavi netti in valute diverse dall'Euro	162,9	230,7	145,5
Incidenza % su Totale Ricavi netti	41,9%	47,2%	40,0%

Il rischio connesso alle fluttuazioni dei tassi di cambio risulta parzialmente mitigato dal fatto che il Gruppo Moncler sostiene alcuni costi espressi nella medesima valuta, sostanzialmente legati alla gestione della crescente rete *retail*, ed in alcuni casi all'acquisto di materie prime (a titolo esemplificativo l'acquisto del *nylon* non viene realizzato anche in Yen).

Al 30 Settembre 2013 e al 31 dicembre 2012 il Gruppo Moncler, pur non avendo effettuato operazioni di copertura sui tassi di cambio, ha implementato una strategia volta alla copertura degli stessi con l'obiettivo di fissare il tasso di cambio delle valute sulla base del quale sono stati costruiti i listini di vendita e di acquisto. Ciò nonostante, non è possibile escludere che una variazione dei tassi di cambio delle diverse valute che interessano l'attività del Gruppo possa comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

L'Emittente, inoltre, predispone il proprio bilancio consolidato in Euro e, pertanto, le fluttuazioni dei tassi di cambio utilizzati per convertire i dati di bilancio delle controllate originariamente espressi in valuta estera potrebbero influenzare in modo significativo i risultati, l'indebitamento finanziario netto, il patrimonio netto consolidato, come espressi in Euro nei bilanci del Gruppo Moncler.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 9, Paragrafo 9.1 e Capitolo 10, Paragrafo 10.1.5 del Prospetto.

4.1.12 Rischi connessi agli immobili in cui il Gruppo Moncler esercita la propria attività

Le società del Gruppo Moncler svolgono la propria attività in immobili dei quali hanno la disponibilità in forza di contratti di locazione.

A tal proposito non può escludersi che la Società possa non essere in grado di trovare *location* adeguate, i contratti esistenti vengano risolti anticipatamente ovvero che alla scadenza i contratti di locazione non vengano rinnovati o che vengano rinnovati a condizioni più onerose rispetto a quelle attuali o che la Società non sia in grado di trovare *location* alternative, con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

La seguente tabella riporta la percentuale sui ricavi dei costi di locazione degli immobili nel corso degli esercizi sociali chiusi al 31 dicembre 2012, al 31 dicembre 2011 e per i nove mesi chiusi al 30 settembre 2013 e 30 settembre 2012.

	30 settembre		31 dicembre	
(milioni di euro)	2013	2012	2012	2011
Ricavi	389,0	331,2	489,2	363,7
Costi di locazione	39,5	26,1	47,4	25,9
% su Ricavi	10,2%	7,9%	9,7%	7,1%

Fonte: dati di *carve-out*

Per informazioni sulle immobilizzazioni materiali del Gruppo Moncler si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 8, Paragrafo 8.1 del Prospetto.

4.1.13 Rischi connessi all'operatività e al funzionamento del polo logistico di Piacenza, delle strutture di Trebaseleghe, Hong Kong, Tokyo e New Jersey e ai rapporti con gli spedizionieri terzi

L'attività del Gruppo Moncler dipende in maniera significativa dall'operatività e funzionamento del polo logistico di Piacenza, delle strutture di Trebaseleghe e dai principali magazzini periferici di Hong Kong, Tokyo e New Jersey.

Gli stabilimenti, le strutture e i magazzini periferici sono soggetti a rischi operativi compresi, a titolo esemplificativo, calamità naturali ed eventi meteorologici, guasti delle apparecchiature, incendi, mancato adeguamento alla regolamentazione applicabile, interruzioni dell'afflusso di materie prime e prodotti finiti, revoca dei permessi e delle licenze, mancanza di forza lavoro o interruzioni di lavoro.

Qualsiasi interruzione dell'attività presso il polo logistico di Piacenza, le strutture di Trebaseleghe e i magazzini periferici dovuta agli eventi sopra citati nonché a qualsiasi altro evento, siano esse coperte o meno dalle attuali polizze assicurative, nonostante nel corso degli ultimi tre esercizi non si sia mai verificata, potrebbe produrre ritardi e/o interruzioni nel ciclo produttivo e distributivo dei prodotti, con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Inoltre, il Gruppo Moncler si avvale di spedizionieri terzi per il trasporto di materie prime e/o prodotti finiti.

Pertanto, in presenza di significativi casi di mancata e/o ritardata consegna di materie prime e/o prodotti finiti, mai verificatisi nel corso degli ultimi tre esercizi, il Gruppo Moncler potrebbe subire ritardi e/o interruzioni nel ciclo produttivo e distributivo dei propri prodotti con conseguenti possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.4.2(v) del Prospetto.

4.1.14 Rischi connessi alle informazioni finanziarie

In seguito all'operazione di conferimento della Divisione Altri Marchi a Industries Sportswear Company S.p.A. da parte di Moncler e Industries eseguita in data 24 aprile 2013 e con effetto dal 1° Maggio 2013, il cui *business* è stato ceduto a Cavaliere Brands (Italia) S.r.l. in data 8 novembre 2013 (si veda la Sezione Prima, Capitolo 5, Paragrafo 5.1.5 del Prospetto), il perimetro del Gruppo Moncler si è modificato, ancorché già i bilanci degli esercizi 2010 - 2012 presentassero nelle sezioni delle note esplicative relative alle Informazioni di segmento i principali risultati economici della Divisione Moncler e della Divisione Altri Marchi, prima trasferita in Industries Sportswear Company S.p.A. e poi uscita dal perimetro del Gruppo.

Le informazioni finanziarie incluse nel presente Prospetto in relazione agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2012 ed al 31 dicembre 2011 sono state tratte da bilanci di *carve-out* della Società, assoggettati a revisione contabile completa da parte della Società di Revisione, che sono stati predisposti sulla base dei bilanci consolidati storici del Gruppo Moncler chiusi al 31 dicembre 2012 ed al 31 dicembre 2011. Inoltre, nel presente Prospetto sono presentate anche le informazioni finanziarie relative ai primi nove mesi al 30 settembre 2013 ed al 30 settembre 2012 tratte dai bilanci consolidati intermedi di *carve-out* della Società, assoggettati a revisione contabile limitata da parte della Società di Revisione. I bilanci di *carve-out* sono stati redatti al fine di rappresentare i risultati economici, patrimoniali e finanziari della sola Divisione Moncler e quindi consentono di meglio comprendere le informazioni finanziarie del Gruppo Moncler con riferimento al solo perimetro oggetto di quotazione, ossia la Divisione Moncler stessa, favorendo altresì la comparabilità con i risultati del Gruppo Moncler nei prossimi esercizi sociali.

Pertanto, si sottolinea che gli investitori (i) potranno disporre di dati finanziari limitati sui quali operare le proprie decisioni di investimento e (ii) potrebbero avere difficoltà ad effettuare un confronto tra i dati al 31 dicembre 2010 e i dati al 31 dicembre 2012 e 2011.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 9 del Prospetto.

4.1.15 Rischi connessi alla distribuzione dei dividendi

L'Emittente ha distribuito dividendi nel corso del 2010 pari a totali Euro 30,2 milioni (Euro 30,2 per quota riferito al capitale sociale al 31 dicembre 2010) derivanti dall'utile conseguito nell'esercizio 2009 per Euro 16,6 milioni e dalla riserva sovrapprezzo per Euro 13,6 milioni. L'assemblea del 25 marzo 2011 che ha approvato il bilancio d'esercizio dell'Emittente chiuso al 31 dicembre 2010 ha deliberato di destinare a riserva l'utile dell'esercizio pari ad Euro 25,5 milioni. Nel corso dell'esercizio 2011 l'Emittente ha distribuito riserve disponibili per complessivi Euro 150 milioni.

Ciononostante, la Società potrebbe in futuro, anche a fronte di utili di esercizio, decidere di non effettuare distribuzioni a favore degli azionisti ovvero di procedere a distribuzioni in misura diversa rispetto a quanto fatto in passato. Alla Data del Prospetto, l'Emittente non ha definito una politica di distribuzione dei dividendi.

Per ulteriori informazioni si rinvia al Capitolo 20, Paragrafo 4.

4.1.16 Rischi connessi alle dichiarazioni di preminenza e alle informazioni sull'evoluzione del mercato di riferimento e sul posizionamento competitivo

Il Prospetto contiene alcune dichiarazioni di preminenza e stime sulla dimensione del mercato di riferimento e sul posizionamento competitivo del Gruppo Moncler predisposte dal Gruppo stesso sulla base della specifica conoscenza del settore di appartenenza, dei dati disponibili e della propria esperienza. Tali informazioni sono, ad esempio, riportate nella sintesi delle caratteristiche dei settori di attività del Gruppo, dei programmi futuri e strategie, delle informazioni fornite sulle tendenze previste. Tali informazioni non sono state oggetto di verifica da parte di terzi indipendenti.

Inoltre, alcune dichiarazioni di preminenza, più che su parametri di tipo quantitativo, sono fondate su parametri qualitativi, quali, ad esempio, le caratteristiche intrinseche dei prodotti e la forza dei marchi.

Il Prospetto contiene, inoltre, informazioni sull'evoluzione del mercato di riferimento in cui opera il Gruppo Moncler, quali ad esempio quelle riportate in tema di prospettive del Gruppo stesso.

Non è possibile garantire che tali informazioni possano essere confermate. Il posizionamento del Gruppo Moncler e l'andamento dei settori di attività potrebbero risultare differenti da quelli ipotizzati in tali dichiarazioni a causa di rischi noti ed ignoti, incertezze ed altri fattori indicati, tra l'altro, nel presente Capitolo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafi 6.1.6 e 6.2 del Prospetto.

4.1.17 Rischi connessi alle operazioni con parti correlate

Il Gruppo ha intrattenuto, e intrattiene tuttora, rapporti di natura commerciale, servizi finanziari e di consulenza con parti correlate.

Nel periodo a cui fanno riferimento le informazioni finanziarie inserite nel Prospetto, i principali rapporti con parti correlate hanno avuto ad oggetto: (i) un contratto per l'erogazione di prestazioni di sviluppo prodotto e di consulenza stilistica tra una società del Gruppo Moncler e la società National S.r.l., società controllata da Remo Ruffini, presidente del Consiglio di Amministrazione di Moncler e di Industries ed azionista della Società attraverso la Ruffini Partecipazioni (in data 14 novembre 2013 le parti hanno sottoscritto un accordo che prevede la risoluzione del contratto a partire dalla data di inizio delle negoziazioni), (ii) rapporti di consulenza finanziaria e di finanziamento tra l'Emittente e Mittel Generali Investimenti S.p.A., società facente capo al Gruppo Mittel e ad alcuni suoi azionisti (in particolare, Mittel Generali Investimenti S.p.A. ha partecipato anche al Contratto di Finanziamento 2011 con l'erogazione di una quota originariamente pari ad Euro 30 milioni. Al 30 settembre 2013 il finanziamento residuo ancora da rimborsare era pari ad Euro 12,2 milioni. Tale finanziamento è stato rifinanziato tramite la stipula del Contratto di Finanziamento sottoscritto in data 22 ottobre 2013); (iii) i rapporti commerciali tra il Gruppo Moncler e Altana: il contratto di fornitura e il contratto di servizi conclusi tra Altana e Moncler



MONCLER

Enfant il 13 dicembre 2003, nel contesto dei rapporti di *joint venture* funzionali alla costituzione di Moncler Enfant, che si estingueranno il 31 dicembre 2013, e (iv) i rapporti commerciali tra il Gruppo Moncler e Yagi Tsusho Limited, in particolare il contratto di distribuzione concluso tra l'Emittente, Industries, Moncler Japan e Yagi Tsusho Limited il 15 luglio 2009, nel contesto dei rapporti di *joint venture* funzionali alla costituzione di Moncler Japan, (v) un rapporto di finanziamento tra la società Yagi Tsusho Limited e Moncler Japan, sottoscritto ed estinto nel corso del 2012, (vi) un rapporto di finanziamento tra la società del Gruppo Ciolina Moncler SA e la società Ciolina S.A., socio di minoranza della stessa Ciolina Moncler SA, (vii) un contratto di servizi amministrativi ed un contratto di locazione tra la società Moncler Sylt GmbH e la società Meyer Potz Verwaltungs GmbH, società detenuta da Michael Meyer, socio di minoranza della società Moncler Sylt GmbH, (viii) un contratto di locazione tra la società Moncler Sylt GmbH e la società MP Resort GmbH, società detenuta da Michael Meyer, socio di minoranza della società Moncler Sylt GmbH, (ix) i rapporti commerciali tra il Gruppo Moncler e Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi; transazioni commerciali e prestazioni di servizi concluse tra Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi e il Gruppo Moncler nel contesto dei rapporti di *joint venture* funzionali alla costituzione di Moncler Istanbul Giyim ve Tekstil Ticaret Ltd. Sti., (x) i rapporti commerciali tra il Gruppo Moncler e Allison S.p.A.; transazioni commerciali ed il contratto di servizi conclusi tra Allison S.p.A. e Moncler S.r.l. nel contesto dei rapporti di *joint venture* funzionali alla costituzione di Moncler Lunettes S.r.l.

Si precisa che, salvo ove diversamente specificato, i rapporti sopra descritti continueranno a rimanere in essere e rimarranno in vigore anche in esito all'Offerta Pubblica di Vendita.

Le tabelle che seguono riassumono i rapporti economici e patrimoniali di *carve-out* con altre parti correlate intercorsi nei periodi ivi indicati:

(milioni di euro)	Tipologia rapporto	Nota	30/9/2013	%	31/12/2012	%	31/12/2011	%
Mittel Generale Investimenti S.p.A.	Oneri Finanziari su Contratto Finanziamento	a	(0,5)	3,5%	(1,4)	7,9%	(1,2)	9,2%
Mittel Generale Investimenti S.p.A.	Contratto di Consulenza	b	(0,06)	0,0%	(0,1)	(0,0%)	(0,1)	(0,0%)
National S.r.l.	Contratto di Consulenza Stile Prodotto	b	(1,1)	0,4%	(1,5)	(0,4%)	(1,0)	(0,4%)
Altana S.p.A.	Transazione commerciale	c	0,5	0,1%	0,8	0,2%	1,0	0,3%
Altana S.p.A.	Contratto di fornitura	b	(16,5)	5,7%	(22,8)	(6,6%)	(19,9)	(7,6%)
Yagi Tsusho Ltd	Oneri Finanziari su Contratto Finanziamento	a	(0)	0,0%	(0,03)	(0,2%)	(0,00)	(0,0%)
Yagi Tsusho Ltd	Contratto Distribuzione	c	26,3	6,8%	27,6	5,6%	22,5	6,2%
Yagi Tsusho Ltd	Contratto Distribuzione	b	(30,6)	10,6%	(34,1)	(9,9%)	(30,1)	(11,5%)
Meyer Potz Verwaltungs GmbH	contratto di servizi amministrativi/ contratto di locazione	b	(0,01)	0,0%	n/a	n/a	n/a	n/a
MP Resort GmbH	contratto di locazione	b	(0,02)	0,0%	n/a	n/a	n/a	n/a
Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi	transazioni commerciali/ prestazioni di servizi	b	(0,7)	0,2%	n/a	n/a	n/a	n/a
Allison S.p.A.	transazioni commerciali/ contratto di servizi	b	(0,5)	0,2%	n/a	n/a	n/a	n/a
Totale			(23,19)		(31,53)		(28,8)	

a incidenza % calcolata sugli oneri finanziari totali

b incidenza % calcolata sui costi operativi

c incidenza % calcolata sui ricavi

(milioni di euro)	Tipologia rapporto	Nota	30/09/2013	%	31/12/2012	%	31/12/2011	%
Mittel Generale Investimenti S.p.A.	Finanziamento	a	(12,2)	3,4%	(13,0)	4,0%	(30,0)	9,1%
Mittel Generale Investimenti S.p.A.	Finanziamento	a	(5,0)	1,4%	(5,0)	1,5%	(5,0)	1,5%
Mittel Generale Investimenti S.p.A.	Debiti commerciali	b	(0,06)	0,0%	(0,1)	0,1%	(0,1)	0,1%
National S.r.l.	Debiti commerciali	b	(0,5)	0,4%	(0,5)	0,5%	(0,4)	0,5%
Altana S.p.A.	Debiti commerciali	b	(1,4)	1,1%	(3,2)	3,4%	(1,5)	1,8%
Yagi Tsusho Ltd	Debiti commerciali	b	(28,0)	22,7%	(23,6)	25,0%	(25,2)	30,0%
Yagi Tsusho Ltd	Crediti Commerciali	c	1,3	1,1%	0,9	1,3%	0,6	1,2%
Ciolina S.A.	Finanziamento	a	(0,1)	0,0%	(0,1)	0,0%	(0,1)	0,0%
Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi	Debiti commerciali	b	(1,2)	1,0%	n/a	n/a	n/a	n/a
Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi	Crediti Commerciali	c	1,1	0,9%	n/a	n/a	n/a	n/a
Totale			(46,06)		(44,6)		(61,7)	

a incidenza % calcolata sui debiti finanziari totali

b incidenza % calcolata sui debiti commerciali

c incidenza % calcolata sui crediti commerciali

Le tabelle di seguito rappresentano l'incidenza delle operazioni con Parti Correlate rispettivamente sul bilancio consolidato intermedio abbreviato di *carve-out* al 30 settembre 2013 e sui bilanci consolidati di *carve-out* inerenti agli esercizi 2012, 2011.

30 Settembre 2013						
	Ricavi	Costi operativi	Oneri finanziari totali	Debiti finanziari totali	Debiti commerciali	Crediti verso clienti
Totale parti correlate	26,8	(49,49)	(0,5)	(17,3)	(31,16)	2,4
Totale bilancio consolidato	389,0	(289,0)	(13,6)	(363,5)	(123,2)	119,9
Incidenza %	6,9%	17,1%	3,7%	4,8%	25,3%	2,0%

31 Dicembre 2012						
	Ricavi	Costi operativi	Oneri finanziari totali	Debiti finanziari totali	Debiti commerciali	Crediti verso clienti
Totale parti correlate	28,4	(58,50)	(1,43)	(18,1)	(27,40)	0,9
Totale bilancio consolidato	489,2	(343,5)	(17,1)	(323,5)	(94,3)	70,9
Incidenza %	5,8%	17,0%	8,4%	5,6%	29,1%	1,3%

31 Dicembre 2011						
	Ricavi	Costi operativi	Oneri finanziari totali	Debiti finanziari totali	Debiti commerciali	Crediti verso clienti
Totale parti correlate	23,5	(51,1)	(1,20)	(35,1)	(27,20)	0,6
Totale bilancio consolidato	363,7	(262,0)	(12,4)	(328,0)	(103,9)	52,0
Incidenza %	6,5%	19,5%	9,7%	10,7%	26,2%	1,2%

I ricavi ed i costi operativi effettuati con parti correlate si riferiscono principalmente alle transazioni commerciali effettuate nel contesto dei rapporti di *joint venture* ed in misura minore con National. Parimenti le voci dei crediti e dei debiti commerciali si riferiscono alle medesime transazioni.

Gli oneri finanziari si riferiscono ai rapporti di finanziamento tra l'Emittente e Mittel Generali Investimenti S.p.A., società facente capo al Gruppo Mittel. Parimenti i debiti finanziari rappresentano l'esposizione verso Mittel Generali Investimenti.

Nell'ambito dei principali rapporti con parti correlate infragruppo rientrano le relazioni contrattuali e commerciali infragruppo ed, in particolare, i rapporti contrattuali infragruppo per attività di assistenza e consulenza in materia finanziaria, legale, fiscale, amministrativa e societaria, nonché contratti di licenza infragruppo relativi al marchio.

Al fine di fornire una maggiore informazione sono evidenziati nella tabella sottostante i principali rapporti di *carve-out* conclusi tra società del Gruppo al 30 settembre 2013, 31 dicembre 2012 e 31 dicembre 2011. Le operazioni economiche sono prevalentemente relative a relazioni di natura commerciale, definite in base a condizioni di mercato similmente a quanto fatto per le operazioni con parti terze come di seguito ripiegato: (i) operazioni derivanti da acquisto e vendita di merce; (ii) proventi e costi da diritti derivanti dallo sfruttamento dei marchi; (iii) prestazioni di servizi di marketing svolti a favore dei marchi di proprietà ed in licenza; e (iv) Prestazioni di servizi infragruppo.

(milioni di euro)		30/09/2013	31/12/2012	31/12/2011
Ricavi	Ricavi per vendita merci e servizi	188,4	166,0	111,9
Costo del venduto	Costi per acquisto merci	(120,3)	(79,5)	(46,6)
Spese di vendita	Royalties licenze marchi	(50,7)	(63,0)	(47,5)
Spese di pubblicità	Contributi pubblicitari su contratti di licenza	(14,5)	(18,2)	(14,0)
Spese generali ed amministrative	Costi G&A	(3,4)	(4,6)	(3,7)
Proventi e oneri finanziari	Proventi da depositi finanziari e oneri da debiti finanziari	0,5	(0,6)	(0,4)

La Società ritiene che tutti i rapporti intrattenuti con le società correlate siano regolati a normali condizioni di mercato. Tuttavia, non vi è certezza che, ove tali operazioni fossero state concluse con parti terze, le stesse avrebbero negoziato e stipulato i relativi contratti, ovvero eseguito le operazioni stesse, alle stesse condizioni e con le stesse modalità.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 19 del Prospetto.

4.1.18 Rischi connessi al mancato rispetto dei termini e delle condizioni del Contratto di Finanziamento

In data 22 ottobre 2013, la Società ha concluso con un *pool* di banche un contratto di finanziamento per un importo complessivo di Euro 120.000.000 utilizzato per rifinanziare parte del suo indebitamento bancario a medio-lungo termine. Alla Data del Prospetto l'indebitamento finanziario dell'Emittente derivante dal Contratto di Finanziamento in linea capitale è pari all'intera somma di Euro 120.000.000 erogata in data 25 ottobre 2013, essendo la prima rata di rimborso del capitale dovuta il 31 dicembre 2014.

Il Contratto di Finanziamento, in linea con la prassi di mercato per operazioni analoghe di finanziamento chirografario a medio-lungo termine, impone alla Società di rispettare specifici parametri finanziari, da calcolarsi con cadenza semestrale a partire dal 30 giugno 2014 sulla base del bilancio consolidato annuale del Gruppo e del bilancio consolidato intermedio; segnatamente: (i) rapporto tra posizione finanziaria netta ed EBITDA da calcolarsi al 31 dicembre non deve superare 1,85, mentre il rapporto tra posizione finanziaria netta ed EBITDA da calcolarsi al 31 dicembre non deve superare 1,4; e (ii) il patrimonio netto non deve essere inferiore a Euro 200.000.000. L'eventuale futura incapacità della Società di rispettare i parametri finanziari previsti nel Contratto di Finanziamento, potrebbe comportare l'obbligo della Società di rimborso anticipato delle somme finanziate e determinare effetti negativi sull'attività e sulla situazione economico-patrimoniale del Gruppo.

Analoghi effetti negativi potrebbero conseguire anche al verificarsi di un cambio di controllo dell'Emittente, che costituisce un evento di rimborso anticipato obbligatorio del finanziamento, nonché al verificarsi di alcuni eventi pregiudizievoli che, ove non vi sia posto rimedio entro i termini contrattualmente previsti per alcuni di essi previsti, costituiscono causa di decadenza dal beneficio del termine o, a seconda dei casi, causa di risoluzione o di recesso con conseguente obbligo dell'Emittente di rimborsare la porzione del finanziamento non ancora rimborsato insieme agli interessi maturati e gli interessi di mora, fino al giorno del rimborso, oltre spese, costi e commissioni e qualsiasi altro importo dovuto.

In particolare, gli eventi pregiudizievoli di cui al precedente paragrafo, includono: (i) l'inadempienza da parte della Società ovvero delle altre società del Gruppo Moncler di obbligazioni pecuniarie di importo superiore a Euro 5.000.000,00 che rientri nella definizione di indebitamento finanziario prevista dal Contratto di Finanziamento e (ii) l'avvenuta decadenza dal beneficio del termine, risoluzione o recesso - per fatti o atti imputabili alla Società e/o alle società del Gruppo Moncler - dichiarati dalle controparti della Società e/o delle altre società del Gruppo Moncler, in relazione a qualsiasi indebitamento finanziario, e che comporti un effetto negativo come definito dal Contratto di Finanziamento (inteso come ogni circostanza inerente l'attività, l'operatività, il patrimonio, le condizioni finanziarie della Società o del Gruppo Moncler (i) che incida in modo rilevante sulla capacità della Società di adempiere alle proprie obbligazioni di pagamento ai sensi del Contratto di Finanziamento; ovvero (ii) tale da pregiudicare la validità o l'efficacia del Contratto di Finanziamento o i diritti o i rimedi di ciascuna delle banche finanziatrici ai sensi dello stesso).

Per ulteriori informazioni, si vedano la Sezione Prima, Capitolo 22, Paragrafo 22.1 del Prospetto.

4.1.19 Rischi connessi alla mancata implementazione del modello organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001

Alla Data del Prospetto, l'Emittente e le società appartenenti al Gruppo Moncler stanno adottando un modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001, con l'obiettivo di finalizzare tale adozione entro la data del 31 marzo 2014. Inoltre nel corso del 2014, la Società prevede di estendere, per quanto applicabile, lo stesso modello alle società controllate.

Nonostante l'adozione di un modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001 non sia obbligatoriamente richiesta ai sensi di legge o regolamento, ai sensi della normativa vigente la mancata adozione di un modello organizzativo (così come l'inadeguatezza una volta adottato) di tale modello organizzativo espone l'Emittente a responsabilità per i reati commessi, anche all'estero, nel suo interesse o vantaggio, da persone che rivestono funzioni di rappresentanza, di amministrazione o di direzione dell'Emittente o di sue controllate, nonché da persone sottoposte alla direzione o alla vigilanza di una delle persone in precedenza indicate.

Per ulteriori informazioni si rinvia alla Sezione Prima, Capitolo 16, Paragrafo 16.4 del Prospetto.



MONCLER

4.1.20 **Rischi connessi alla struttura di governance della Società**

La Società ha adottato, mediante trasformazione, la forma giuridica di Società per Azioni con delibera assembleare del 1 ottobre 2013. Antecedentemente a tale data, la Società ha operato prevalentemente nella forma giuridica di Società a Responsabilità Limitata.

L'Emittente possiede quindi una limitata esperienza delle caratteristiche e delle prassi proprie di una Società per Azioni.

Si segnala inoltre che il Patto Parasociale post Quotazione disciplina la designazione dei componenti del Consiglio di Amministrazione da parte di Ruffini Partecipazioni, ECIP M e CEP III Participations sulla base delle rispettive partecipazioni al capitale della Società. Tali disposizioni regolano sia la sostituzione dei singoli componenti in carica sia il rinnovo dell'intero organo amministrativo (in quest'ultimo caso, mediante indicazione da parte dei soci paciscenti dei nominativi dei candidati da inserire nella lista unica da presentare per la nomina dell'organo consiliare conformemente allo statuto e alle disposizioni di legge in materia). Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 18, Paragrafo 18.4 del Prospetto.

4.1.21 **Rischi connessi all'esistenza di pattuizioni parasociali**

Alla data di inizio delle negoziazioni delle Azioni sul MTA, verrà stipulato ed entrerà in vigore il Patto Parasociale post Quotazione tra Ruffini Partecipazioni, ECIP M e CEP III Participations, i quali, in seguito all'Offerta Globale di Vendita, assumendo l'integrale collocamento della stessa e l'integrale esercizio dell'opzione Greenshoe, deterranno rispettivamente il 31,90%, il 23,33% e il 7,13% del capitale sociale dell'Emittente.

Le principali disposizioni di tale patto regolano gli impegni delle parti, tra l'altro, in relazione: alla nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione della Società; all'identificazione di alcune materie riservate alla competenza dell'Assemblea e del Consiglio di Amministrazione della Società e delle società da essa controllate in relazione alle quali le Ruffini Partecipazioni e ECIP M sono tenute a consultarsi in buona fede, con l'impegno delle stesse, fintantoché la partecipazione di ECIP M nel capitale della Società resti almeno pari al 10%, a non votare in favore delle deliberazioni assembleari sulle materie riservate in relazione alle quali non si sia raggiunto un accordo in sede di preventiva consultazione; i diritti di co-vendita in capo ai pattisti e il divieto di acquistare, direttamente o indirettamente, un numero di azioni della Società tale da determinare l'obbligo di lanciare un'offerta pubblica di acquisto.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 18, Paragrafo 18.4 del Prospetto.

4.1.22 **Rischi connessi alla rilevanza delle attività immateriali sul totale dell'attivo patrimoniale e sul patrimonio netto del Gruppo**

Il bilancio consolidato di *carve-out* dell'Emittente nell'attivo non corrente include tra l'altro l'avviamento per Euro 155,6 milioni al 30 settembre 2013, al 31 dicembre 2012 ed al 31 dicembre 2011 ed Euro 223,9 milioni per il marchio Moncler al 30 settembre 2013, al 31 dicembre 2012 ed al 31 dicembre 2011, per totali 379,5 milioni nei tre periodi indicati. L'incidenza complessiva sul totale delle attività è pari al +3,9% al 30 settembre 2013, al 51,6% al 31 dicembre 2012 ed al 53,7% al 31 dicembre 2011. L'incidenza complessiva delle attività immateriali sul patrimonio netto di Gruppo è pari rispettivamente a circa il 156,3% al 30 settembre 2013, a circa il 200,3% al 31 dicembre 2012 ed a circa il 312,3% al 31 dicembre 2011.

Tali valori derivano dall'allocatione del prezzo di acquisto pagato in seguito alle precedenti operazioni di acquisizione del Gruppo.

In conseguenza della suddetta allocatione sono state rilevate le relative imposte differite, che ammontano ad Euro 67,7 milioni al 30 settembre 2013, Euro 67,3 al 31 dicembre 2012 ed Euro 66,8 al 31 dicembre 2011.

Tali attività sono assoggettate a *impairment test* in conformità a quanto previsto dallo IAS 36.

Come richiesto dal principio contabile IAS 36, il Gruppo Moncler ha sottoposto a verifica di recuperabilità il valore dell'avviamento iscritto nel bilancio consolidato di *carve-out* di Gruppo al 31 dicembre 2012. In particolare, sia l'avviamento che il marchio, avendo una vita utile indefinita, sono assoggettati a *impairment test*, anche in assenza di indicatori di perdita, almeno una volta l'anno.

Dai risultati degli *impairment test* non sono emersi elementi tali da richiedere una retifica del valore dell'avviamento o del marchio.

Qualora il Gruppo Moncler evidenziasse in futuro un peggioramento della capacità di generare flussi finanziari e i risultati economici sensibilmente diversi e peggiorativi rispetto alle previsioni ed alle stime su cui si basa l'*impairment test*, lo stesso potrebbe richiedere rettifiche al valore contabile dell'avviamento e/o del marchio iscritto nel bilancio consolidato dell'Emittente, con conseguente necessità di contabilizzare a conto economico delle svalutazioni con effetti negativi sulla situazione economica e patrimoniale del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 20 del Prospetto.

4.2 FATTORI DI RISCHIO RELATIVI AL SETTORE IN CUI OPERA IL GRUPPO MONCLER

4.2.1 **Rischi connessi all'elevato grado di competitività del settore dei beni di lusso**

Il Gruppo Moncler opera nel segmento abbigliamento e accessori all'interno del mercato dei beni di lusso; tale segmento di mercato è caratterizzato da un elevato livello di concorrenza, competitività e dinamismo con particolare riferimento alla capacità distributiva e di *marketing* dei diversi operatori.

I fattori competitivi alla base del successo del Gruppo Moncler sono costituiti, in particolare, dalla capacità di mantenere e innalzare la riconoscibilità e il grado di diffusione (la c.d. *brand awareness*) del marchio Moncler, dall'abilità di anticipare e/o rispondere in maniera efficace ai cambiamenti nei gusti e nelle preferenze dei consumatori, dalla qualità dei prodotti, e dalla disponibilità di un adeguato numero di punti vendita in gestione diretta (*DOS*).

L'eventuale difficoltà del Gruppo Moncler nell'affrontare la concorrenza tipica del settore di riferimento, rispetto ai propri concorrenti attuali o futuri, facendo leva sui propri fattori competitivi chiave, potrebbe comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.2 del Prospetto.

4.2.2 **Rischi connessi alla contraffazione dei marchi e dei prodotti, nonché alla reputazione del marchio**

Il mercato dei beni di lusso è caratterizzato da fenomeni di contraffazione dei marchi e dei prodotti.

Nonostante il Gruppo Moncler impieghi risorse e ponga in essere attività per prevenire e mitigare gli effetti delle attività di contraffazione del proprio marchio e dei propri prodotti, non si può escludere che la presenza sul mercato di significative quantità di prodotti contraffatti possa influenzare negativamente l'attività del Gruppo. Infatti, il livello qualitativo inferiore di tali prodotti rispetto agli originali potrebbe avere ripercussioni negative sull'immagine e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.5 del Prospetto.

4.2.3 **Rischi connessi al quadro normativo di riferimento**

Il Gruppo Moncler è soggetto, nelle varie giurisdizioni in cui opera, alle disposizioni di legge e alle norme tecniche applicabili ai prodotti realizzati e/o commercializzati. Rivestono particolare rilievo le norme in materia di tutela dei diritti di proprietà industriale e intellettuale e della concorrenza, della salute e sicurezza dei lavoratori e dell'ambiente. L'emanazione di nuove normative ovvero modifiche alla normativa vigente potrebbero imporre al Gruppo Moncler l'adozione di *standard* più severi, che potrebbero comportare costi di adeguamento delle modalità produttive o delle caratteristiche dei prodotti o, ancora, limitare l'operatività del Gruppo Moncler con possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

In particolare, in relazione all'attività di vendita in Paesi diversi dall'Italia, segnatamente Europa, Asia, Giappone e Americhe, ove il Gruppo Moncler è attivo, i prodotti Moncler sono soggetti all'applicazione di specifici dazi e/o di altre norme protezionistiche inerenti all'importazione dei prodotti in tali giurisdizioni. Nel caso in cui dovesse registrarsi un aumento di tali dazi e/o un inasprimento delle menzionate norme, ciò potrebbe avere possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

4.2.4 **Rischi connessi alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale**

Il mercato dei beni di lusso, in cui il Gruppo Moncler opera, è caratterizzato dalla notevole importanza dei marchi e degli altri diritti di proprietà intellettuale. Di conseguenza, il successo del Gruppo Moncler - così come quello degli altri operatori nel medesimo mercato - dipende anche dalla capacità di tutelare e promuovere il proprio marchio e i propri diritti di proprietà intellettuale.

Il Gruppo Moncler è consapevole dell'importanza determinante dei propri marchi unitamente agli altri diritti di proprietà intellettuale (i.e. registrazioni di design e nomi a dominio) per lo svolgimento della propria attività e lo sviluppo e il miglioramento dei prodotti.

A tale riguardo, il Gruppo Moncler provvede a proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale nei territori in cui opera, impiegando significative risorse, attraverso il deposito di domande di registrazione di marchi, *design* e nomi a dominio al fine di poter ottenere i relativi titoli di proprietà industriale.

Inoltre, la preesistenza di marchi simili a quelli di proprietà del Gruppo Moncler registrati da soggetti terzi in Paesi in cui il Gruppo Moncler non è ancora presente potrebbe costituire un ostacolo per lo sviluppo delle attività del Gruppo in tali Paesi.

Al riguardo, si segnala che il deposito e la registrazione dei suddetti diritti di proprietà intellettuale non consentono comunque di escludere che:

- l'effettiva validità dei medesimi possa essere contestata da soggetti terzi, con azioni di carattere stragiudiziale, amministrativo o giudiziale;
- soggetti terzi depositino e/o registrino titoli di proprietà intellettuale confliggenti con quelli del Gruppo Moncler ovvero producano e/o commercializzino prodotti contraffatti.

In tali ipotesi, il Gruppo Moncler potrebbe essere costretto ad investire ingenti risorse per difendersi dalle contestazioni e dai tentativi di contraffazione dei soggetti terzi.

Inoltre, in caso di esito sfavorevole delle eventuali vertenze passive inerenti i diritti di proprietà intellettuale, il Gruppo Moncler potrebbe venire privato della titolarità e dell'uso di uno o più dei propri diritti di proprietà intellettuale, con conseguente necessità di interrompere la produzione degli articoli che comportano lo sfruttamento di tali diritti e con possibilità di condanna al risarcimento di danni. Nel corso dell'ultimo triennio il Gruppo Moncler non è stato parte di contenziosi passivi che abbiano avuto esiti negativi per il Gruppo.

Tali situazioni potrebbero comportare possibili effetti negativi sull'attività e sulle prospettive nonché sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1.5 e Capitolo 11, Paragrafo 11.2 del Prospetto.

4.2.5 **Rischi connessi all'attività internazionale e al mutamento delle condizioni dei mercati**

Il Gruppo Moncler opera in circa 66 Paesi in tutto il mondo, distinti principalmente in quattro macro-aree geografiche (Italia, Europa, Asia/Giappone e Nord America), attraverso una rete distributiva sia diretta che indiretta.

La tabella che segue indica i ricavi del Gruppo Moncler, distinti per area geografica, nel corso degli esercizi sociali chiusi al 31 dicembre 2012, al 31 dicembre 2011 e al 31 dicembre 2010 e nei periodi di nove mesi chiusi al 30 settembre 2013 e 30 settembre 2012.

Area Geografica	Ricavi									
	31/12/2012		31/12/2011		31/12/2010		30/09/2013		30/09/2012	
(milioni di euro)										
Italia	128,1	26,2%	123,1	33,8%	117,3	41,5%	105,4	27,1%	105,0	31,7%
EMEA (esclusa l'Italia) ³	157,4	32,2%	121,5	33,4%	97,1	34,4%	142,6	36,6%	113,4	34,2%
America ⁴	48,7	10,0%	29,5	8,1%	17,9	6,4%	40,8	10,5%	28,6	8,6%
Asia ⁵ e Resto del mondo	155	31,6%	89,6	24,7%	50,1	17,7%	100,2	25,8%	84,2	25,5%
Totale	489,2	100%	363,7	100%	282,5	100%	389,0	100%	331,2	100%

Fonte dati: 2013, 2012 e 2011 dati di *carve-out* e 2010 dati da "Informazioni di segmento" del bilancio consolidato dell'Emittente.

Al 30 settembre 2013 i ricavi netti delle vendite generati da mercati diversi da quello italiano sono stati pari al 72,9% dei ricavi netti consolidati, mentre nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2012, i ricavi netti delle vendite generati da mercati diversi da quello italiano sono stati pari al 73,8% dei ricavi netti consolidati. Inoltre, la strategia del Gruppo Moncler è rivolta al potenziamento della distribuzione dei propri prodotti sui mercati internazionali.

La presenza e l'operatività sui diversi mercati internazionali, così come la strategia di sviluppo in nuovi mercati esteri, espone il Gruppo Moncler a rischi connessi, fra l'altro, alle condizioni geo-politiche e macroeconomiche dei Paesi in cui è presente e alle relative possibili variazioni, ai mutamenti dei regimi normativi e fiscali, ivi inclusa l'eventuale previsione di dazi doganali e norme protezionistiche, alla concorrenza con gli operatori locali, alla diversità delle tendenze e delle preferenze dei consumatori, alle oscillazioni dei tassi di cambio e ai controlli valutari, ad attacchi terroristici o insurrezioni, conflitti militari o tensioni politiche, agli ostacoli a un efficace sistema per controllare e prevenire fenomeni di importazione e distribuzione parallele in violazione dei diritti di esclusiva territoriale riconosciuti agli importatori, distributori e licenziatari ufficiali del Gruppo Moncler (c.d. "grey market").

Il Gruppo potrebbe incontrare limitazioni o subire ritardi nel processo di espansione della protezione dei marchi nei Paesi di potenziale interesse e potrebbe non essere in grado di assumere personale qualificato per far fronte all'incremento della capacità produttiva per soddisfare la domanda proveniente dai nuovi mercati internazionali.

Tali fattori potrebbero produrre ripercussioni sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo Moncler.

Inoltre, eventuali mutamenti nella situazione politica ed economica nei diversi Paesi nei quali i principali produttori del Gruppo operano (quali, ad esempio, alcuni paesi dell'Est Europa che offrono lavorazioni di alto livello relativamente alla piuma d'oca), possibili cambiamenti nella normativa e nei sistemi tributari, eventuali imposizioni di nuovi dazi e norme protezionistiche, situazioni di instabilità sociale e attacchi terroristici, conflitti militari e tensioni politiche, potrebbero comportare oneri o difficoltà, con conseguenti possibili effetti negativi sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Prima, Capitolo 6, Paragrafo 6.1 e 6.2 del Prospetto.

4.2.6 **Rischi connessi all'attuale congiuntura economica**

La crisi che ha colpito principalmente i Paesi del sud Europa ed il conseguente peggioramento delle condizioni macroeconomiche hanno avuto come effetto una restrizione delle condizioni per l'accesso al credito ed una contrazione dei consumi in alcuni paesi dove opera il Gruppo Moncler, tra i quali Italia, Spagna e Grecia.

Qualora questa fase di recessione economica si protrasse nel tempo in uno o più dei mercati in cui il Gruppo Moncler opera, si potrebbero verificare dei possibili effetti negativi sulle prospettive nonché sull'attività e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

4.3 FATTORI DI RISCHIO RELATIVI ALL'OFFERTA

4.3.1 **Rischi connessi a problemi di liquidità dei mercati e alla possibile volatilità del prezzo delle azioni dell'Emittente**

Alla Data del Prospetto non esiste un mercato delle azioni ordinarie dell'Emittente.

A seguito dell'Offerta Globale, le azioni ordinarie dell'Emittente saranno negoziate sul MTA ed i possessori di tali azioni potranno liquidare il proprio investimento mediante la vendita sul mercato.

Tuttavia non è possibile garantire che si formi o si mantenga un mercato liquido per le azioni dell'Emittente. Pertanto, le azioni potrebbero essere soggette a fluttuazioni negative, anche significative, di prezzo, o presentare problemi di liquidità comuni e generalizzati e le richieste di vendita potrebbero non trovare adeguate e tempestive contropartite.

A seguito dell'operazione relativa all'offerta pubblica di vendita e di ammissione alle negoziazioni, il prezzo di mercato delle azioni dell'Emittente, inoltre, potrebbe fluttuare notevolmente in relazione ad una serie di fattori, alcuni dei quali esulano dal controllo dell'Emittente, e tale prezzo potrebbe, pertanto, non riflettere i reali risultati operativi dell'Emittente medesimo e del Gruppo ad esso facente capo.

4.3.2 **Dati relativi all'Offerta Globale e altre informazioni che saranno comunicate successivamente alla Data del Prospetto**

Il Prezzo di Offerta, determinato secondo i criteri di cui alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3.1 del Prospetto, unitamente ai dati relativi alla capitalizzazione della Società calcolati sulla base del Prezzo di Offerta, al ricavato complessivo derivante dall'Offerta Globale al netto delle commissioni riconosciute al Consorzio per l'Offerta Pubblica e al Consorzio per il Collocamento Istituzionale e al controvalore del Lotto Minimo e del Lotto Minimo di Adesione Maggiore, calcolati sulla base del Prezzo di Offerta, nonché all'indicazione dei moltiplicatori di prezzo dell'Emittente calcolato sulla base del Prezzo di Offerta, saranno comunicati al pubblico con le modalità indicate nella Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3.2.

Per ulteriori informazioni si veda la Sezione Seconda, Capitolo 5 del Prospetto

4.3.3 **Rischi connessi agli impegni temporanei di inalienabilità delle azioni**

Nell'ambito degli impegni assunti nel contesto dell'Offerta Globale, gli Azionisti Venditori assumeranno impegni di *lock-up* nei confronti dei Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita. Alla scadenza dei suddetti impegni di *lock-up*, non vi è alcuna garanzia che tali soggetti non procedano alla vendita delle rispettive Azioni con conseguente potenziale impatto negativo sull'andamento del prezzo delle Azioni stesse.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Seconda, Capitolo 7, Paragrafo 7.3 del Prospetto.

4.3.4 **Rischi connessi all'attività di stabilizzazione**

Nell'ambito dell'Offerta Globale è previsto che Mediobanca possa svolgere, anche per conto dei membri del Consorzio per l'Offerta Pubblica e del Consorzio per il Collocamento Istituzionale, attività di stabilizzazione del prezzo delle azioni dell'Emittente sul MTA nei 30 giorni successivi alla data di inizio delle negoziazioni delle medesime. Tale attività potrebbe determinare un prezzo di mercato superiore al prezzo che verrebbe altrimenti a prevalere e generare utili o perdite che saranno ripartiti tra i membri dei consorzi di collocamento. Non vi sono garanzie che l'attività di stabilizzazione sia effettivamente svolta o che, quando anche intrapresa, non possa essere interrotta in ogni momento.

Per maggiori informazioni si veda la Sezione Seconda, Capitolo 6, Paragrafo 6.5 del Prospetto.

4.3.5 **Recenti operazioni aventi ad oggetto strumenti finanziari che attribuiscono il diritto di ricevere azioni dell'Emittente**

In esito all'operazione di acquisizione intercorsa nell'ottobre del 2011, alcuni dei principali dirigenti e dei soggetti che ricoprono un ruolo strategico nel Gruppo Moncler hanno acquistato, nel mese di ottobre 2012, determinati strumenti finanziari dagli azionisti dell'Emittente ECIP M, Ruffini Partecipazioni, CEP III Participations e Brands Partners 2 (rispettivamente gli "Strumenti Finanziari" e i "Concedenti").



MONCLER

Gli Strumenti Finanziari consentono al titolare di replicare l'investimento effettuato da ECIP M nell'Emittente e sono liberamente trasferibili. L'acquisto ed il relativo prezzo, nonché i termini e le modalità di esercizio degli Strumenti Finanziari sono regolati dai contratti sottoscritti dai Concedenti con ciascun sottoscrittore, la cui disciplina è identica variando esclusivamente il numero di Strumenti Finanziari oggetto di compravendita (i "Contratti di Concessione").

I Contratti di Concessione prevedono che l'acquisto degli Strumenti Finanziari avvenga da parte dei sottoscrittori al valore normale come determinato, ai sensi dell'articolo 9, comma 4, del Decreto del Presidente della Repubblica del 22 dicembre 1986, n. 917, da un esperto indipendente nominato congiuntamente dai Concedenti tra gli iscritti all'albo dei dottori commercialisti. In data 11 luglio 2012, l'esperto indipendente, iscritto all'Ordine dei dottori commercialisti di Milano, ha rilasciato la propria perizia giurata individuando il valore normale degli Strumenti Finanziari alla data del 30 giugno 2012.

La suddetta valutazione si raffronta, con un Intervallo di Valorizzazione Indicativa del capitale economico della Società, di cui alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.3.1 del Prospetto.

	Min	Max
Intervallo di Valorizzazione Indicativa (milioni di euro)	2.187,50	2.550,00
Valorizzazione utilizzata nel giugno 2012 ai fini della determinazione del valore normale degli Strumenti Finanziari pari alla valutazione del Gruppo Moncler al momento dell'investimento effettuato nel 2011 da ECIP M al lordo del debito consolidato	€ 1.200 milioni	

I Contratti di Concessione prevedono che i titolari abbiano diritto di ricevere, in caso di disinvestimento da parte di ECIP M della propria partecipazione nell'Emittente mediante un'operazione di quotazione in borsa, ossia l'operazione oggetto del presente Prospetto, (i) un ammontare in denaro, da calcolarsi sulla base di una formula elaborata in funzione del ritorno sull'investimento realizzato da ECIP M nell'Emittente a seguito dell'acquisizione del 2011, nonché (ii) la facoltà per i Concedenti di assegnare azioni dell'Emittente per regolare l'importo dovuto in ragione del disinvestimento da parte di ECIP M della propria partecipazione nell'Emittente. L'obbligo di consegna delle azioni sarà adempiuto dai Concedenti, proporzionalmente alla partecipazione rispettivamente detenuta nel capitale sociale della Società prima della quotazione, mediante consegna di azioni dell'Emittente di rispettiva titolarità.

In particolare, un numero di azioni dell'Emittente rappresentative complessivamente dello 0,32% del capitale della Società saranno consegnate ai titolari degli Strumenti Finanziari entro tre giorni lavorativi dalla data di inizio delle negoziazioni delle Azioni dell'Emittente sul Mercato Telematico Azionario, data che coincide con la data liquidazione degli stessi Strumenti Finanziari ai sensi dei Contratti di Concessione. Ogni eventuale ulteriore ammontare dovuto dai Concedenti ai titolari degli Strumenti Finanziari ai sensi del rispettivo Contratto di Concessione sarà corrisposto in denaro.

Per maggiori informazioni si veda la Sezione Prima, Capitolo 17, Paragrafo 17.2.1 del Prospetto.

4.3.6 Rischi connessi al conflitto di interessi di Banca IMI

Banca IMI, società appartenente al gruppo bancario Intesa Sanpaolo, che ricopre il ruolo di Responsabile del Collocamento per l'Offerta Pubblica e di *joint bookrunner* nell'ambito del Collocamento Istituzionale, si trova in una situazione di conflitto di interessi in quanto garantirà, insieme ad altri intermediari, il collocamento delle Azioni oggetto dell'Offerta Globale di Vendita e percepirà commissioni in relazione ai ruoli assunti nell'ambito dell'Offerta Globale di Vendita. Infine il gruppo bancario Intesa Sanpaolo ha prestato o potrebbe prestare in futuro servizi di *lending, advisory* e di *investment banking* in via continuativa a favore del Gruppo Moncler.

Per ulteriori informazioni, si veda la Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.4, del Prospetto.

Denominazione dell'Emittente

L'Emittente è denominata Moncler S.p.A., è iscritta al Registro delle Imprese di Milano con il numero 04642290961 e ha sede legale in Via Stendhal 47, 20144 Milano.

Caratteristiche dell'Offerta Globale di Vendita

L'Offerta Globale di Vendita, finalizzata all'ammissione alle negoziazioni delle Azioni sul Mercato Telematico Azionario, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. ha per oggetto massime n. 66.800.000 Azioni poste in vendita dagli Azionisti Venditori.

In particolare, l'Offerta Globale di Vendita consiste in:

- un'Offerta Pubblica di un minimo di n. 6.680.000 Azioni, pari al 10% dell'Offerta Globale di Vendita rivolta al pubblico indistinto in Italia. Non possono aderire all'Offerta Pubblica gli Investitori Istituzionali, i quali potranno aderire esclusivamente al Collocamento Istituzionale di cui al successivo punto (b); e
- un contestuale Collocamento Istituzionale di massime 60.120.000 Azioni, pari al 90% dell'Offerta Globale di Vendita, riservato rivolto ad Investitori Istituzionali in Italia ed all'estero, ai sensi del *Regulation S* dello *United States Securities Act* del 1933, come successivamente modificato e negli Stati Uniti d'America, limitatamente ai *Qualified Institutional Buyers* ai sensi della *Rule 144A* del dello *United States Securities Act* del 1933, come successivamente modificato e determinate categorie di investitori nelle province del Canada. Nell'ambito del Collocamento Istituzionale massime n. 6.680.000 Azioni, pari a circa il 10% dell'Offerta Globale di Vendita, saranno riservate all'offerta al pubblico in Giappone senza quotazione delle Azioni (c.d. *Public Offering Without Listing* o *POWL*). I soggetti residenti nei paesi esteri al di fuori dell'Italia, non potranno partecipare all'Offerta Globale di Vendita, salvo nei limiti consentiti dalle leggi e dai regolamenti del Paese rilevante.

Le Azioni non sono state, né saranno registrate ai sensi dello *United States Securities Act* del 1933 a successive modificazioni ovvero ai sensi delle corrispondenti normative in vigore negli Altri Paesi. Ad eccezione dei casi indicati nella precedente lettera b), le Azioni non potranno pertanto essere offerte o comunque consegnate direttamente o indirettamente negli Stati Uniti d'America o negli Altri Paesi.

L'Offerta Pubblica consiste in un'offerta rivolta al pubblico indistinto in Italia. Delle Azioni effettivamente assegnate al pubblico indistinto, una quota non superiore al 50% sarà destinata al soddisfacimento delle adesioni pervenute dal pubblico indistinto per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli (per ulteriori informazioni si veda la Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.2.3.2 del Prospetto).

L'Offerta Globale di Vendita è coordinata e diretta da Goldman Sachs International, BofA Merrill Lynch, Mediobanca Banca di Credito Finanziario S.p.A., in qualità di Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita. L'Offerta Pubblica è coordinata e diretta da Banca IMI S.p.A. che agisce in qualità di Responsabile del Collocamento; Mediobanca agisce quale *joint lead manager* dell'Offerta Pubblica e *Sponsor*.

Gli Azionisti Venditori si riservano, d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita di non collocare integralmente le Azioni oggetto dell'Offerta Globale di Vendita, dandone comunicazione al pubblico nell'avviso integrativo relativo al Prezzo di Offerta. Tale circostanza determinerebbe una riduzione del numero delle Azioni collocate nell'ambito dell'Offerta Globale di Vendita.

Over Allotment e Greenshoe

Nell'ambito degli accordi che saranno stipulati per l'Offerta Globale di Vendita è prevista la concessione da parte di CEP III Participations e ECIP M ai Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita di un'opzione di chiedere in prestito ulteriori massime n. 10.020.000 Azioni, corrispondenti ad una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell'Offerta Globale di Vendita ai fini di un *Over Allotment* nell'ambito del Collocamento Istituzionale (l'**Opzione di Sovrallocazione**). In caso di *Over Allotment*, i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita potranno esercitare tale opzione, in tutto o in parte, e collocare le Azioni così prese a prestito nell'ambito del Collocamento Istituzionale.

È inoltre prevista la concessione, da parte di CEP III Participations e ECIP M ai Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita anche in nome e per conto dei membri del Consorzio per il Collocamento Istituzionale, di un'opzione per l'acquisto, al Prezzo d'Offerta di massime n. 10.020.000 Azioni, corrispondenti ad una quota pari a circa il 15% del numero di Azioni oggetto dell'Offerta Globale di Vendita (l'**Opzione Greenshoe**).

Le azioni eventualmente prese in prestito sulla base dell'Opzione di Sovrallocazione saranno restituite a CEP III Participations e ECIP M utilizzando (i) le azioni ordinarie dell'Emittente rivenienti dall'esercizio dell'Opzione Greenshoe e/o (ii) le azioni ordinarie dell'Emittente eventualmente acquistate nell'ambito delle attività di stabilizzazione descritta nel di cui al successivo Capitolo 6, Paragrafo 6.5 del Prospetto.

Le opzioni sopra menzionate potranno essere esercitate, in tutto o in parte, fino ai 30 giorni successivi alla data di inizio delle negoziazioni delle azioni ordinarie dell'Emittente sul Mercato Telematico Azionario.

Quantitativi acquistabili nell'ambito dell'Offerta Pubblica

Le domande di adesione all'Offerta Pubblica da parte del pubblico indistinto dovranno essere presentate esclusivamente presso i Collocatori per quantitativi minimi di n. 500 Azioni (il "Lotto Minimo") o suoi multipli, ovvero per quantitativi minimi di n. 5.000 Azioni (il "Lotto Minimo di Adesione Maggiorato") o suoi multipli, fatti salvi i criteri di riparto di cui alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.2.3 del Prospetto. L'adesione per quantitativi pari al Lotto Minimo o suoi multipli non esclude l'adesione per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli così come l'adesione per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli non esclude l'adesione per quantitativi pari al Lotto Minimo o suoi multipli, anche mediante l'utilizzo del medesimo modulo di adesione.

Data di inizio e conclusione del Periodo di Offerta

L'Offerta Pubblica avrà inizio alle ore 9:00 del 28 novembre 2013 e terminerà alle ore 13:30 del giorno 11 dicembre 2013.

Il Collocamento Istituzionale avrà inizio il giorno 27 novembre 2013 e terminerà il giorno 11 dicembre 2013. Il *POWL* avrà inizio il giorno 27 novembre 2013 e terminerà il giorno 11 dicembre 2013.

Non saranno ricevibili, né valide, le schede che perverranno ai Collocatori dal pubblico indistinto in Italia prima delle ore 9:00 del giorno 28 novembre 2013 e dopo le ore 13:30 del giorno 11 dicembre 2013, salvo proroga.

Si rende noto che il calendario dell'operazione è indicativo e potrebbe subire modifiche al verificarsi di eventi e circostanze

indipendenti dalla volontà di Moncler, ivi inclusi particolari condizioni di volatilità dei mercati finanziari, che potrebbero pregiudicare il buon esito dell'Offerta Globale di Vendita. Eventuali modifiche del Periodo di Offerta saranno comunicate al pubblico con apposito avviso da pubblicarsi con le stesse modalità di diffusione del Prospetto prima dell'inizio dell'Offerta Globale di Vendita. Resta comunque inteso che l'inizio dell'Offerta Pubblica avverrà entro e non oltre un mese dalla data di rilascio del provvedimento di autorizzazione alla pubblicazione del Prospetto da parte della CONSOB.

Gli Azionisti Venditori si riservano la facoltà, d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, di posticipare o prorogare il Periodo di Offerta dandone tempestiva comunicazione alla CONSOB e al pubblico mediante avviso da pubblicarsi su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale. Nell'ipotesi di posticipo del Periodo di Offerta la pubblicazione del suddetto avviso avverrà prima dell'inizio del Periodo di Offerta; nell'ipotesi di proroga, la pubblicazione avverrà entro l'ultimo giorno del Periodo di Offerta.

Gli Azionisti Venditori si riservano la facoltà, d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, di disporre la chiusura anticipata dell'Offerta Globale di Vendita qualora, prima della chiusura del Periodo di Offerta, l'ammontare delle Azioni oggetto dell'Offerta Globale di Vendita sia interamente collocato, in entrambi i casi dandone in ogni caso tempestiva comunicazione a CONSOB e al pubblico mediante avviso da pubblicarsi su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale e sul sito *internet* dell'Emittente www.monclergroup.com entro l'ultimo giorno del Periodo di Offerta.

La chiusura anticipata avrà efficacia a partire dal giorno successivo a quello di pubblicazione del suddetto avviso e riguarderà anche le adesioni effettuate fuori sede ovvero per via telematica.

Copia cartacea del Prospetto sarà gratuitamente a disposizione di chiunque ne faccia richiesta a partire dalla data di inizio dell'Offerta Pubblica, presso i Collocatori e presso la sede legale dell'Emittente in Via Stendhal 47, 20144 Milano. La Società pubblicherà il Prospetto anche sul proprio sito *internet* www.monclergroup.com successivamente al deposito presso CONSOB ed alla sua pubblicazione ai sensi di legge. Il Prospetto sarà disponibile anche sul sito *internet* dei Collocatori e di Borsa Italiana.

Claw back

Nel caso di adesioni complessive all'Offerta Pubblica inferiori al quantitativo minimo di n. 6.680.000 Azioni destinate alla stessa, le Azioni dell'Offerta Pubblica che residuano potranno confluire nel Collocamento Istituzionale, a condizione che la domanda generata nell'Offerta Istituzionale sia in grado di assorbire tali Azioni.

Nel caso di adesioni complessive all'Offerta Istituzionale inferiori al quantitativo massimo di n. 60.120.000 Azioni, le Azioni residue potranno confluire nell'Offerta Pubblica, a condizione che la domanda generata nell'Offerta Pubblica sia in grado di assorbire tali Azioni.

Delle Azioni effettivamente assegnate al pubblico indistinto, una quota non superiore al 50% sarà destinata al soddisfacimento delle adesioni pervenute dal pubblico indistinto per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli. Nel caso di accettazioni pervenute per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli inferiori al quantitativo loro riservato, le Azioni residue potranno confluire per il soddisfacimento delle adesioni pervenute dal pubblico indistinto per quantitativi pari al Lotto Minimo o suoi multipli. Nel caso di accettazioni pervenute per quantitativi pari al Lotto Minimo o suoi multipli inferiori al quantitativo loro riservato, le Azioni residue potranno confluire per il soddisfacimento delle adesioni pervenute dal pubblico indistinto per quantitativi pari al Lotto Minimo di Adesione Maggiorato o suoi multipli, anche oltre tale limite massimo.

Pagamento e consegna delle azioni

Il pagamento delle Azioni assegnate dovrà essere effettuato entro il 16 dicembre 2013 (la "Data di Pagamento") presso il Collocatore che ha ricevuto l'adesione, senza aggravio di commissioni o spese a carico dell'aderente.

In caso di posticipo, proroga o chiusura anticipata dell'Offerta Pubblica le eventuali variazioni della Data di Pagamento saranno comunicate con il medesimo avviso con il quale sarà reso pubblico detto avvenimento.

Contestualmente al pagamento del relativo prezzo, le Azioni assegnate nell'ambito dell'Offerta Pubblica verranno messe a disposizione degli aventi diritto, in forma dematerializzata, mediante contabilizzazione sui conti di deposito intrattenuti dai Collocatori presso Monte Titoli.

Intervallo di Valorizzazione Indicativa e Prezzo Massimo

Gli Azionisti Venditori e la Società, anche sulla base di analisi svolte dai Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, al fine esclusivo di consentire la raccolta di manifestazioni di interesse da parte degli Investitori Istituzionali nell'ambito del Collocamento Istituzionale, hanno individuato, d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, un intervallo di valorizzazione indicativa del capitale economico della Società compreso tra un minimo non vincolante ai fini della determinazione del Prezzo di Offerta, di Euro 2.187,50 milioni ed un massimo vincolante di Euro 2.550,00 milioni, pari ad un minimo non vincolante di Euro 8,75 per Azione ed un massimo vincolante di Euro 10,20 per Azione, quest'ultimo pari al Prezzo Massimo (l'**Intervallo di Valorizzazione Indicativa**).

Alla determinazione del suddetto Intervallo di Valorizzazione Indicativa e del Prezzo Massimo si è pervenuti considerando i risultati e le prospettive di sviluppo nell'esercizio in corso e in quelli successivi della Società e del Gruppo, tenuto conto delle condizioni di mercato ed applicando le metodologie di valutazione più comunemente riconosciute dalla dottrina e dalla pratica professionale a livello internazionale, nonché le risultanze dell'attività di *investor education* effettuata presso Investitori Istituzionali di elevato *standing* nazionale ed internazionale. In particolare, ai fini valutativi sono state considerate le risultanze derivanti dall'applicazione del metodo dei multipli di mercato, che prevede la comparazione della Società con alcune società quotate di riferimento, sulla base di indici e moltiplicatori di grandezze economiche, finanziarie e patrimoniali significative e, come analisi di controllo, il metodo finanziario di valutazione dei flussi di cassa (cosiddetto *Discounted Cash Flow*) basato sulla attualizzazione dei flussi di cassa prospettici.

La seguente tabella rappresenta, a fini meramente indicativi, i moltiplicatori EV/EBITDA e P/E relativi alla Società calcolati sulla base dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa.

Multiplo calcolato su	EV/EBITDA 2012 ⁽¹⁾	P/E 2012 ⁽²⁾
Valore minimo dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa	15,1 volte	26,5 volte
Valore massimo dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa	17,3 volte	30,9 volte

(1) Il multiplo EV/EBITDA implicito è calcolato come rapporto tra il Valore dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa (minimo e massimo) aumentato dell'Indebitamento Finanziario Netto e del Patrimonio Netto di Terzi al 30 settembre 2013 e l'EBITDA della Società nell'esercizio 2012.

(2) Il multiplo P/E (Price/Earnings) implicito è calcolato come rapporto tra il Valore dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa (minimo e massimo) ed il Risultato Netto di Gruppo nell'esercizio 2012.

Il Prezzo Massimo delle Azioni è pari ad Euro 10,20 per Azione e coincide con il valore massimo dell'Intervallo di Valorizzazione Indicativa.

Il controvalore del Lotto Minimo e del Lotto Minimo di Adesione Maggiorato, calcolati sulla base del Prezzo Massimo, ammonta rispettivamente ad Euro 5.100,00 ed Euro 51.000,00.

La capitalizzazione dell'Emittente sulla base del Prezzo Massimo ammonterebbe a Euro 2.550,00 milioni; la capitalizzazione dell'Emittente sulla base del valore minimo dell'intervallo di valorizzazione ammonterebbe a Euro 2.187,50 milioni.

La stima del ricavo complessivo derivante dall'Offerta Globale di Vendita, riferito al Prezzo Massimo, e al netto delle commissioni massime riconosciute al Consorzio per l'Offerta Pubblica e al Consorzio per il Collocamento Istituzionale, è pari ad Euro 664 milioni.

La determinazione del Prezzo di Offerta delle Azioni avverrà secondo il meccanismo dell'*open price*.

Il Prezzo di Offerta, che non potrà essere superiore al Prezzo Massimo, sarà determinato dagli Azionisti Venditori e la Società, d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita al termine del Periodo di Offerta tenendo conto, tra l'altro, delle condizioni del mercato mobiliare domestico ed internazionale, della quantità e qualità delle manifestazioni di interesse ricevute dagli Investitori Istituzionali, della quantità della domanda ricevuta nell'ambito dell'Offerta Pubblica, dai risultati raggiunti dalla Società e delle prospettive della medesima.

Il Prezzo di Offerta sarà il medesimo sia per l'Offerta Pubblica sia per il Collocamento Istituzionale.

Nessun onere o spesa aggiuntiva è prevista a carico degli aderenti all'Offerta Pubblica. Qualora l'aderente non intrattenga alcun rapporto di clientela con il Collocatore presso il quale viene presentata la richiesta di adesione potrebbe essergli richiesta l'apertura di un conto corrente e/o di un conto titoli ovvero il versamento di un deposito temporaneo infruttifero per un importo pari al controvalore delle Azioni richieste calcolato sulla base del Prezzo Massimo. Tale versamento verrà restituito all'aderente, senza aggravio di commissioni o spese, qualora la richiesta di adesione presentata dallo stesso non venisse soddisfatta.

Comunicazione del Prezzo di Offerta

Il Prezzo di Offerta sarà reso noto mediante pubblicazione di apposito avviso pubblicato su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale e sul sito *internet* della Società www.monclergroup.com entro due giorni lavorativi dal termine del Periodo di Offerta e trasmesso contestualmente a CONSOB. L'avviso con cui verrà reso noto il Prezzo di Offerta conterrà, inoltre, il controvalore del Lotto Minimo e del Lotto Minimo di Adesione Maggiorato ed i dati relativi alla capitalizzazione della Società calcolati sulla base del Prezzo di Offerta e l'indicazione dei moltiplicatori di prezzo dell'Emittente calcolato sulla base del Prezzo di Offerta nonché il ricavo complessivo derivante dall'Offerta, riferito al Prezzo di Offerta e al netto delle commissioni riconosciute al Consorzio per l'Offerta Pubblica e al Consorzio per il Collocamento Istituzionale.

Informazioni circa la sospensione dell'Offerta Pubblica o la revoca dell'Offerta Pubblica e/o del Collocamento Istituzionale

Qualora tra la Data del Prospetto ed il giorno antecedente l'inizio dell'Offerta Pubblica dovessero verificarsi circostanze straordinarie, così come previste nella prassi internazionale quali, tra l'altro, gravi mutamenti nella situazione politica, finanziaria, economica, valutaria, normativa o di mercato a livello nazionale o internazionale o altri eventi in grado di pregiudicare la situazione finanziaria, patrimoniale reddituale o manageriale dell'Emittente e/o delle sue controllate o



MONCLER

comunque accadimenti relativi al Gruppo che siano tali, a giudizio dei Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, da pregiudicare il buon esito e/o rendere sconsigliabile l'effettuazione dell'Offerta Globale di Vendita, ovvero qualora non si dovesse addivenire alla stipula del contratto di collocamento e garanzia relativo all'Offerta Pubblica di cui alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.4.3 del Prospetto (il "Contratto di Collocamento e Garanzia per l'Offerta Pubblica"), i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita d'intesa con gli Azionisti Venditori e la Società, potranno decidere con contestuale comunicazione al Responsabile del Collocamento di non dare inizio all'Offerta Pubblica e la stessa dovrà ritenersi annullata. Di tale decisione sarà data tempestiva comunicazione alla CONSOB ed al pubblico mediante avviso pubblicato su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale e sul sito *internet* dell'Emittente non oltre il giorno previsto per l'inizio del Periodo di Offerta.

Gli Azionisti Venditori d'intesa con i Coordinatori dell'Offerta Globale di Vendita, si riservano altresì la facoltà di ritirare, in tutto o in parte, l'Offerta Pubblica e/o il Collocamento Istituzionale, previa tempestiva comunicazione alla CONSOB e al pubblico con avviso pubblicato su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale e sul sito *internet* dell'Emittente entro la Data di Pagamento (come definita alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.1.3 del Prospetto) qualora (i) al termine del Periodo di Offerta le adesioni pervenute risultassero inferiori al quantitativo offerto nell'ambito della stessa ovvero (ii) nel caso venisse meno, in tutto o in parte, l'impegno di collocamento e/o garanzia previsto nel Contratto di Collocamento e Garanzia per l'Offerta Pubblica.

L'Offerta Globale di Vendita sarà comunque ritirata, entro la Data di Pagamento (come definita alla Sezione Seconda, Capitolo 5, Paragrafo 5.1.3 del Prospetto), qualora (i) Borsa Italiana non delibere l'inizio delle negoziazioni e/o revochi il provvedimento di ammissione a quotazione ai sensi dell'articolo 2.4.3, comma 7, del Regolamento di Borsa, previa tempestiva comunicazione a CONSOB e successivamente al pubblico con avviso pubblicato su almeno un quotidiano economico finanziario a tiratura nazionale o (ii) il Collocamento Istituzionale venisse meno, in tutto o in parte, per mancata assunzione, in tutto o in parte, o per cessazione di efficacia dell'impegno di collocamento e/o garanzia relativo alle Azioni oggetto del Collocamento Istituzionale.

Provvedimento di quotazione

La Società ha presentato a Borsa Italiana domanda di ammissione alla quotazione delle proprie Azioni sul Mercato Telematico Azionario.

Borsa Italiana, con provvedimento n. 7804 del 22 novembre 2013, ha disposto l'ammissione alla quotazione sul MTA.

La data di inizio delle negoziazioni delle Azioni sul MTA sarà disposta da Borsa Italiana ai sensi dell'articolo 2.4.3, comma 6, del Regolamento di Borsa, previa verifica della sufficiente diffusione tra il pubblico delle Azioni della Società a seguito dell'Offerta Globale di Vendita.

Collocamento e garanzia

Le Azioni oggetto dell'Offerta Pubblica saranno collocate in Italia tra il pubblico tramite il Consorzio per l'Offerta Pubblica. Il Consorzio per l'Offerta Pubblica garantirà l'integrale collocamento del quantitativo minimo di Azioni offerte nell'ambito dell'Offerta Pubblica.

Le Azioni oggetto del Collocamento Istituzionale saranno collocate per il tramite di un consorzio per il Collocamento Istituzionale coordinato e diretto da Goldman Sachs, Mediobanca e Merrill Lynch International.

Collocatori

Ad integrazione della Nota di Sintesi e del Paragrafo 5.4.1 Sezione Seconda del Prospetto, si rende noto l'elenco dei soggetti incaricati del collocamento:

Garanti e Collocatori:

GARANTIE COLLOCATORI

Banca IMI S.p.A. - Gruppo INTESA SANPAOLO

Collocatore anche per il tramite di INTESA SANPAOLO S.p.A., BANCA CR FIRENZE S.p.A., BANCA DELL'ADRIATICO S.p.A., BANCA DI CREDITO SARDO S.p.A., BANCA DI TRENTO E BOLZANO S.p.A., BANCA FIDEURAM S.p.A. (collocatore anche tramite SANPAOLO INVEST SIM S.p.A.), BANCA MONTE PARMA S.p.A., BANCA PROSSIMA S.p.A., BANCO DI NAPOLI S.p.A., CASSA DEI RISPARMI DI FORLÌ E DELLA ROMAGNA S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DEL FRULLI VENEZIA GIULIA S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DEL VENETO S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DELLA PROVINCIA DI VITERBO S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DI CIVITAVECCHIA S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DI PISTOIA E DELLA LUCCHESIA S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DI RIETI S.p.A., CASSA DI RISPARMIO DI VENEZIA S.p.A., CASSA DI RISPARMIO IN BOLOGNA S.p.A., CASSE DI RISPARMIO DELL'UMBRIA S.p.A., INTESA SANPAOLO PRIVATE BANKING S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica da parte di Banca Fideuram S.p.A. per il tramite del sito www.bancafideuram.it

MEDIOBANCA - Banca di Credito Finanziario S.p.A.

Collocatore anche per il tramite di CheBanca! S.p.A.

BANCA AKROS S.p.A. - Gruppo Bipiemme Banca Popolare di Milano

Collocatore anche per il tramite di Banca Popolare di Milano s.c.a.r.l., Banca Popolare di Mantova S.p.A., WeBank S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica per il tramite di WeBank S.p.A.

BNP PARIBAS

Collocatore anche per il tramite di Banca Nazionale del Lavoro S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica da parte di Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. per il tramite del sito www.bnl.it

EQUITA S.I.M. S.p.A.

BANCA ALETTI & C. S.p.A. - Gruppo Banco Popolare

collocatore anche per il tramite di Banco Popolare Società Cooperativa e Credito Bergamasco S.p.A.

MPS CAPITAL SERVICES S.p.A.

collocatore anche per il tramite di BANCA MONTE DEI PASCHI DI SIENA S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica per il tramite di Banca Monte dei Paschi di Siena S.p.A. (tramite servizio "PasKey")

BANCA POPOLARE DI SONDRIO - società cooperativa per azioni

BANCA POPOLARE DI VICENZA S.C.P.A.

collocatore anche per il tramite di BANCA NUOVA S.p.A. e FARBANCA S.p.A.

ISTITUTO CENTRALE DELLE BANCHE POPOLARI ITALIANE S.p.A.

collocatore anche per il tramite di Banca di Credito Popolare - Torre del Greco e Cassa Centrale Banca - Credito Cooperativo del Nord Est

UBI BANCA S.C.P.A.

Collocatore per sé e anche per il tramite di Banca Popolare di Bergamo S.p.A., Banco di Brescia S.p.A., Banca Popolare Commercio e Industria S.p.A., Banca Regionale Europea S.p.A., Banca Popolare di Ancona S.p.A., Banca Carime S.p.A., Banca di Valle Camonica S.p.A., UBI Banca Private Investment S.p.A., IW Bank S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica per il tramite di IW Bank S.p.A.

INVEST BANCA S.p.A.

BANCO DI DESIO E DELLA BRIANZA S.p.A.

Collocatore anche per il tramite di BANCO DESIO LAZIO S.p.A.

COLLOCATORI SENZA GARANZIA

BANCA CARIGE S.p.A. - Cassa di Risparmio di Genova e Imperia

Collocatore anche tramite le controllate Cassa di Risparmio di Savona S.p.A., Banca del Monte di Lucca S.p.A., Banca Carige Italia S.p.A., Cassa di Risparmio di Carrara S.p.A. e Banca Cesare Ponti S.p.A.

BANCA GENERALI S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica per il tramite del sito www.bancagenerali.it

BANCA MEDIOLANUM S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica per il tramite del sito www.bancamediolanum.it

BANCA POPOLARE DI BARI S.C.P.A.

Collocatore anche per il tramite di Cassa di Risparmio di Orvieto S.p.A.

BANCA SELLA HOLDING S.p.A.

Collocatore anche per il tramite di Banca Sella S.p.A. e Banca Patrimoni Sella & C. S.p.A.

raccolta delle adesioni anche per via telematica da parte di Banca Sella S.p.A. e Banca Patrimoni Sella & C. S.p.A. per il tramite dei siti www.sella.it e www.bancapatrimoni.it

CARIPARMA S.p.A. - Gruppo Cariparma Credit Agricole

BANCA POPOLARE FRIULADRIA S.p.A. - Gruppo Cariparma Credit Agricole

CASSA DI RISPARMIO DELLA SPEZIA S.p.A. - Gruppo Cariparma Credit Agricole

CASSA DI RISPARMIO DI CESENA S.p.A. - Gruppo Bancario

Collocatore anche per il tramite di Banca di Romagna S.p.A.

CREDITO VALTELLINESE S.C. - Gruppo Bancario Credito Valtellinese

Collocatore anche per il tramite di CREDITO SICILIANO S.p.A. e CASSA DI RISPARMIO DI FANO S.p.A.

DEUTSCHE BANK S.p.A.

Collocatore anche per il tramite di Finanza e Futuro Banca S.p.A.

GRUPPO BANCA LEONARDO S.p.A.

GRUPPO BANCARIO BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA

collocatore per il tramite di BANCA POPOLARE DELL'EMILIA ROMAGNA società cooperativa, BANCA POPOLARE DI RAVENNA S.p.A., BANCA DELLA CAMPANIA S.p.A., BANCA POPOLARE DEL MEZZOGIORNO S.p.A., BANCO DI SARDEGNA S.p.A., BANCA DI SASSARI S.p.A.

ICCREA BANCA S.p.A.

POSTE ITALIANE S.p.A. - Società con socio unico - Patrimonio BancoPosta

VENETO BANCA S.C.P.A.

Collocatore anche per il tramite di BANCA APULIA S.p.A., BANCA IPIBI FINANCIAL ADVISORY S.p.A., BANCA INTERMOBILIARE DI INVESTIMENTI E GESTIONI S.p.A.

Luoghi in cui è disponibile il Prospetto

Copia cartacea del Prospetto sarà gratuitamente a disposizione di chiunque ne faccia richiesta a partire dalla data di inizio dell'Offerta Pubblica, presso i Collocatori e presso la sede legale dell'Emittente in Via Stendhal 47, 20144 Milano. La Società pubblicherà il Prospetto anche sul proprio sito *internet* www.monclergroup.com successivamente al deposito presso CONSOB ed alla sua pubblicazione ai sensi di legge. Il Prospetto sarà disponibile anche sul sito *internet* dei Collocatori e di Borsa Italiana.

Moncler S.p.A.

Milano, 28 novembre 2013