



MONCLER S.P.A.:
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE DEL PRIMO TRIMESTRE 2014¹

**MONCLER: RICAVI IN CRESCITA NEL PRIMO TRIMESTRE 2014,
+19% A CAMBI COSTANTI**

- **Ricavi Consolidati: Euro 145,4 milioni, +16% rispetto a Euro 125,6 milioni nel primo trimestre del 2013; +19% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 45,0 milioni, rispetto a Euro 39,3 milioni nel primo trimestre del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 31,0%**
- **EBIT: Euro 39,1 milioni, rispetto ad Euro 34,9 milioni nel primo trimestre del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 26,9%**
- **Utile Netto: Euro 23,5 milioni, rispetto ad Euro 16,4 milioni³ nel primo trimestre del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 16,1%**
- **Indebitamento finanziario netto: Euro 163,9 milioni (Euro 171.1 milioni al 31 dicembre 2013)**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Sono molto soddisfatto dei risultati raggiunti da Moncler nel primo trimestre di quest’anno: superiori alle nostre attese e con crescite ancora una volta a doppia cifra, sia a livello di vendite che di profittabilità. Il fatturato è aumentato del 19% a tassi di cambio costanti, trainato dal forte sviluppo del nostro brand in tutti i mercati internazionali e dagli ottimi risultati ottenuti sia nel canale retail che nel canale wholesale. A fine aprile, la nostra rete di negozi monomarca ha raggiunto le 140 boutiques; abbiamo aperto il nostro primo negozio in Russia, a Mosca, e inaugurato un DOS nell’aeroporto di Hong Kong. Forte di questi traguardi, sono sicuro che anche quest’anno la rete retail crescerà almeno in linea con quanto abbiamo fatto in passato.

Ma ciò che mi rende fiducioso, soprattutto per la crescita di lungo periodo del brand, è la consapevolezza dei molti progetti già iniziati che stiamo portando avanti con decisione e senza compromessi e la certezza di avere ancora tante idee da sviluppare alle quali, assieme al mio team, stiamo già dedicando grande energia.”

Milano, 15 maggio 2014 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Resoconto Intermedio di Gestione relativo al primo trimestre 2014.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa. Dati arrotondati e non sottoposti a revisione contabile

² Prima dei costi non monetari relativi ai piani di stock option

³ Dopo le perdite legate ad attività operative cessate (Euro 3,3 milioni nel primo trimestre 2013)

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel primo trimestre 2014 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 145,4 milioni**, con un **incremento del 16% a tassi di cambio correnti**, rispetto a Euro 125,6 milioni registrati nel primo trimestre del 2013, e del **19% a tassi di cambio costanti**.

Ricavi per Area Geografica

	Primo trimestre 2014		Primo trimestre 2013		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	32.595	22,4%	33.799	26,9%	-4%	-4%
EMEA (escl. Italia)	53.281	36,6%	44.425	35,4%	+20%	+20%
Asia e Resto del Mondo	45.371	31,2%	34.700	27,6%	+31%	+42%
Americhe	14.166	9,7%	12.692	10,1%	+12%	+15%
Ricavi Consolidati	145.413	100,0%	125.616	100,0%	+16%	+19%

Nei primi tre mesi dell'esercizio, Moncler ha registrato una **performance di crescita a doppia cifra in tutti i mercati internazionali in cui opera**.

In particolare, in **Asia** il fatturato Moncler è cresciuto del 42% a tassi di cambio costanti, grazie alle crescite importanti registrate sia nel mercato Giapponese che in quello Cinese. A tassi di cambio correnti, la performance di questa regione ha risentito dell'andamento negativo dello Yen nei confronti dell'Euro.

Nelle **Americhe** la società ha registrato una crescita del 15% a tassi di cambio costanti, trainata sia dal canale retail che dal canale wholesale.

Il fatturato dei Paesi dell'**EMEA** ha registrato una crescita a cambi costanti del 20% grazie alle buone performance, tra gli altri, di Francia, Germania, Turchia e UK.

L'**Italia** ha registrato una performance leggermente negativa (-4%), principalmente per un diverso timing delle consegne tra primo e secondo trimestre. L'Italia è, inoltre, il mercato dove è più accentuata la riduzione programmata dei punti vendita wholesale.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo trimestre 2014		Primo trimestre 2013		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	81.798	56,3%	66.363	52,8%	+23%	+28%
Wholesale	63.615	43,7%	59.253	47,2%	+7%	+9%
Ricavi Consolidati	145.413	100,0%	125.616	100,0%	+16%	+19%

Nel corso del primo trimestre 2014, Moncler ha registrato **una crescita in entrambi i canali distributivi**, particolarmente significativa nel canale retail.

Nel primo trimestre del 2014, **il canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 81,8 milioni rispetto a Euro 66,4 milioni del primo trimestre 2013, con un incremento del 23% a cambi correnti e del 28% a cambi costanti, grazie allo sviluppo della rete di negozi monomarca retail e alla crescita dei negozi esistenti.

Nei primi tre mesi dell'esercizio 2014, la crescita *comp-store sales*[†] è stata pari al 10%.

[†] Il dato *Comparable Store Sales* considera i DOS (esclusi gli outlet) aperti da almeno 52 settimane

Il canale **wholesale** ha registrato ricavi in aumento del 7% a tassi di cambio correnti e del 9% a tassi di cambio costanti, passando a Euro 63,6 milioni nel primo trimestre 2014 rispetto a Euro 59,3 milioni nel primo trimestre 2013, nonostante la programmata riduzione dei punti vendita wholesale e la conversione da wholesale (*Shop-in-Shop*) a retail (*concessions*) di 5 punti vendita monomarca rispetto al primo trimestre 2013.

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 marzo 2014, la rete di negozi monomarca **Moncler** può contare su **138 punti vendita**, di cui 111 punti vendita diretti (DOS), in aumento di 4 unità rispetto al 31 dicembre 2013, e 27 punti vendita wholesale (*Shop-in-Shop*)⁵ in diminuzione di una unità rispetto al 31 dicembre 2013 (una nuova apertura e due conversioni da wholesale *Shop-in-Shop* a retail *Concessions*).

	31/03/2014	31/12/2013	Aperture nette Primo trimestre 2014
Retail	111	107	+4
Italia	17	17	0
EMEA (escl. Italia)	47	44	+3
Asia e Resto del Mondo	39	38	+1
Americhe	8	8	0
Wholesale	27	28	-1
Totale Monomarca	138	135	+3

Analisi dei Risultati Operativi Consolidati

Nel primo trimestre 2014, il **Margine Lordo** consolidato è stato pari a **Euro 105,2 milioni** con un'incidenza sui ricavi pari al 72% rispetto al 71% del primo trimestre 2013. Il miglioramento del margine lordo è da imputare principalmente allo sviluppo del canale retail.

Nel corso del trimestre, le **spese di vendita** sono state pari al 26,5% dei ricavi, in aumento rispetto al 25,0% del primo trimestre 2013, principalmente riconducibili all'espansione del canale retail. L'incidenza delle **spese generali ed amministrative** è stata pari a 11,3% dei ricavi, rispetto a 10,7% nel primo trimestre 2013. Le **spese di pubblicità** sono state pari a euro 10,5 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,2%, rispetto a Euro 9,4 milioni nel primo trimestre 2013.

L'**EBITDA Adjusted**⁶ è salito a **Euro 45 milioni**, rispetto ad Euro 39,3 milioni nel primo trimestre del 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 31,0%, sostanzialmente stabile rispetto al primo trimestre 2013.

L'**EBIT** è passato a **Euro 39,1 milioni**, rispetto ad Euro 34,9 milioni nel primo trimestre del 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi che è stata pari al 26,9% (27,7% nel primo trimestre 2013). L'**EBIT** del primo trimestre 2014 include Euro 0,6 milioni di costi non monetari relativi ai piani di stock option.

L'**Utile Netto** sale a **Euro 23,5 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 16,1%, rispetto a Euro 16,4 milioni nel primo trimestre 2013. Quest'ultimo dato include il risultato netto negativo da attività operative cessate, pari a Euro 3,3 milioni. Escludendo tale risultato, l'utile netto nel primo trimestre 2013 è stato pari a Euro 19,7 milioni.

⁵ Include anche un negozio franchising in Korea

⁶ Prima di Euro 0,6 milioni di costi non monetari relativi ai piani di stock option

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 marzo 2014 è stato pari a **Euro 163,9 milioni**, rispetto ad Euro 171,1 milioni al 31 dicembre 2013.

Nel corso del primo trimestre 2014, sono stati effettuati **Investimenti** per **Euro 9,0 milioni**, rispetto a Euro 6,4 milioni del primo trimestre 2013, principalmente legati allo sviluppo della rete di negozi monomarca. Inoltre nel corso del trimestre sono stati fatti importanti investimenti nello *show room* di Milano e nell'infrastruttura IT.

Il **capitale circolante netto** passa a **Euro 47 milioni** al 31 Marzo 2014, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi dodici mesi pari all'8%. L'aumento del magazzino è legato alla programmata anticipazione del ciclo produttivo ed all'espansione del canale retail.

Tabelle Riassuntive

1) Conto Economico Consolidato

	Primo trimestre 2014		Primo trimestre 2013	
	€ Milioni	%	€ Milioni	%
Ricavi	145,4	100,0%	125,6	100,0%
<i>% crescita</i>	15,8%		16,2%	
Costo del Venduto	(40,2)	(27,7%)	(36,4)	(29,0%)
Margine Lordo	105,2	72,3%	89,2	71,0%
Spese di vendita	(38,6)	(26,5%)	(31,4)	(25,0%)
Spese generali e amministrative	(16,4)	(11,3%)	(13,5)	(10,7%)
Spese di pubblicità	(10,5)	(7,2%)	(9,4)	(7,5%)
EBIT Adjusted	39,7	27,3%	34,9	27,7%
Costi non ricorrenti ⁷	(0,6)	(0,4%)	0,0	0,0%
EBIT	39,1	26,9%	34,9	27,7%
Oneri e Proventi finanziari	(3,1)	(2,1%)	(3,8)	(3,0%)
Utile ante imposte	36,0	24,8%	31,1	24,7%
Imposte sul reddito	(12,6)	(8,7%)	(10,8)	(8,6%)
<i>Aliquota fiscale</i>	35,1%		34,6%	
Utile di Gruppo da attività operative in esercizio	23,4	16,1%	20,3	16,2%
Risultato netto da attività operative cessate	0,0	0,0%	(3,3)	(2,7%)
Utile di Gruppo	23,4	16,1%	17,0	13,5%
Risultato di Terzi	0,1	0,1%	(0,6)	(0,5%)
Utile Netto	23,5	16,1%	16,4	13,0%
<hr/>				
EBITDA Adjusted	45,0	31,0%	39,3	31,2%
<i>% crescita</i>	14,7%		18,9%	

⁷ Costi non monetari relativi ai piani di stock option

2) Stato Patrimoniale Consolidato

	31/03/2014	31/12/2013	31/03/2013
	€ Milioni	€ Milioni	€ Milioni
Immobilizzazioni immateriali	407,5	408,3	410,6
Immobilizzazioni materiali	62,6	58,2	46,1
Altre attività/(passività) non correnti nette	(37,4)	(37,8)	(44,8)
Totale attività/(passività) non correnti nette	432,7	428,7	411,9
Capitale circolante netto	47,0	46,9	43,0
Altre attività/(passività) correnti nette	6,1	(5,9)	(15,7)
Attività/(passività) relative alla Divisione Altri Marchi	22,2	21,6	45,4
Totale attività/(passività) correnti nette	75,3	62,6	72,7
Capitale investito netto	508,0	491,3	484,6
Indebitamento finanziario netto	163,9	171,1	216,8
Fondo TFR e altri fondi non correnti	9,4	9,6	8,8
Patrimonio netto	334,7	310,6	259,0
Totale fonti di finanziamento	508,0	491,3	484,6

3) Cash Flow Consolidato

	Primo Trimestre 2014	Primo Trimestre 2013
	€ Milioni	€ Milioni
EBITDA <i>Adjusted</i>	45,0	39,3
Variazioni del capitale circolante netto	(0,1)	(6,5)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(13,4)	(1,1)
Investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali	(9,0)	(6,4)
Vendita di immobilizzazioni materiali ed immateriali	0,1	0,0
Flusso di cassa della gestione operativa	22,7	25,3
Proventi/(Oneri) finanziari	(3,1)	(3,8)
Imposte sul reddito	(12,6)	(10,8)
Flusso di cassa disponibile	7,1	10,8
Prezzo incassato netto cessione Altri Marchi	0,0	0,0
Altri effetti relativi alla Divisione Altri Marchi	0,0	1,4
Ricavi/(Costi) non ricorrenti	(0,6)	0,0
Altre variazioni del patrimonio netto	0,7	1,1
Dividendi pagati	0,0	0,0
Flusso di cassa netto	7,2	13,3
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	171,1	230,1
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	163,9	216,8
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	7,2	13,3

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Luciano Santel dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. N. 58 del 1998, che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Moncler S.p.A. informa che il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2014, di cui all'art. 154-ter, comma 5, del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, è da oggi a disposizione del pubblico presso la sede sociale e nell'apposita sezione del sito internet della Società (www.monclergroup.com, sezione Investor/Documenti Finanziari).

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Paola Durante
Investor Relations
Tel. +39 02 42204095
investor.relations@moncler.com

Italy: Image Building
Simona Raffaelli – Emanuela Borromeo
Tel. +39 02 89011300
moncler@imagebuilding.it

Domenico Galluccio
Press Office
Tel. +39 02 42204425
domenico.galluccio@moncler.com

International: Stockwell Communications
Laura Gilbert – Zoe Watt
Tel. +44 20 72402486
moncler@stockwellgroup.com

About Moncler

Moncler nasce in Francia, a Monestier-de-Clermont, Grenoble, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il marchio ha affiancato negli anni allo stile una continua ricerca tecnologica coadiuvata da esperti nel campo delle attività legate al mondo della montagna. Le collezioni Moncler coniugano le esigenze più estreme dell'outerwear alla quotidianità metropolitana. Nel 2003 Remo Ruffini ha rilevato la Maison della quale è Presidente e Amministratore Delegato. Moncler produce e distribuisce direttamente le collezioni Moncler abbigliamento e accessori, Moncler Gamme Rouge, Moncler Gamme Bleu, Moncler Grenoble e Moncler Enfant, tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store multimarca internazionali.