



MONCLER S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA  
LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2015<sup>1</sup>

**MONCLER: RICAVI IN CRESCITA DEL 26% A CAMBI COSTANTI,  
UTILE NETTO +88%**

- **Ricavi Consolidati: Euro 295,8 milioni, +35% rispetto a Euro 218,3 milioni del primo semestre 2014; +26% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*<sup>2</sup>: Euro 70,9 milioni, rispetto a Euro 46,4 milioni del primo semestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 24,0%**
- **EBIT *Adjusted*<sup>2</sup>: Euro 53,8 milioni, rispetto ad Euro 35,1 milioni del primo semestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 18,2%**
- **Utile Netto: Euro 34,0 milioni, rispetto ad Euro 18,1 milioni del primo semestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 11,5%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 175,3 milioni, rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014 e a Euro 206,3 milioni al 30 Giugno 2014**

**Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato:** “Anche nel primo semestre di quest’anno abbiamo registrato risultati in crescita sia a livello di fatturato che di utili operativi e risultato netto. I ricavi sono aumentati del 26% a tassi di cambio costanti e del 35% a tassi di cambio correnti, grazie alle ottime *performance* di tutte le aree geografiche in cui operiamo. Risultati questi sostenuti sia dai negozi di nuova apertura sia, in particolare, dal contributo dei negozi aperti da oltre 12 mesi (*comp store sales*) che, nel semestre, hanno registrato un tasso di crescita del 22%.

Tutto questo ci rende consapevoli della bontà della nostra strategia, pur consci delle incertezze che persistono e delle sfide che ci attendono per continuare a sviluppare il nostro brand in modo coerente e sostenibile nel lungo periodo. Qualità, unicità ed *heritage* sono, infatti, i valori che identificano Moncler nel mondo e sui quali, insieme al mio team, lavoriamo ogni giorno affinché siano la base dello sviluppo di un gruppo ancora più forte”.

\*\*\*

---

<sup>1</sup> Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati.

<sup>2</sup> Prima dei costi non-monetari relativi ai piani di stock option e della minore valutazione del credito relativo alla cessione della “Divisione Altri Marchi”.

Milano, 29 luglio 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2015.

### Analisi dei Ricavi Consolidati

Nei primi sei mesi del 2015 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 295,8 milioni**, rispetto a Euro 218,3 milioni registrati nello stesso periodo del 2014, in aumento **del 35% a tassi di cambio correnti e del 26% a tassi di cambio costanti**.

### Ricavi per Area Geografica

	Primo Semestre 2015		Primo Semestre 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	51.442	17,4%	47.513	21,8%	+8%	+8%
EMEA (escl. Italia)	98.896	33,4%	82.571	37,8%	+20%	+18%
Asia e Resto del Mondo	102.722	34,7%	66.635	30,5%	+54%	+36%
Americhe	42.729	14,5%	21.580	9,9%	+98%	+69%
<b>Ricavi Totali</b>	<b>295.789</b>	<b>100,0%</b>	<b>218.299</b>	<b>100,0%</b>	<b>+35%</b>	<b>+26%</b>

Nei primi sei mesi dell'esercizio Moncler ha registrato performance positive in tutti i mercati in cui opera.

In particolare, nelle **Americhe** Moncler ha conseguito una crescita del 69% a tassi di cambio costanti e del 98% a tassi di cambio correnti, grazie agli ottimi risultati ottenuti negli Stati Uniti ed in Canada in entrambi i canali distributivi (*retail* e *wholesale*).

In **Asia e Resto del Mondo** Moncler è cresciuta del 36% a tassi di cambio costanti, e del 54% a tassi di cambio correnti, trainata dalle positive performance del canale *retail* soprattutto nei mercati di Cina e Giappone.

Il fatturato Moncler in **EMEA** ha registrato nel primo semestre del 2015 un aumento del 18% a tassi di cambio costanti e del 20% a tassi di cambio correnti, grazie alle crescite, fra gli altri, di Francia, Regno Unito e Germania.

Nello stesso periodo in **Italia** i ricavi Moncler sono cresciuti dell'8% rispetto al primo semestre 2014 trainati dal canale *retail* e sostenuti dalla solidità del canale *wholesale*.

### Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Semestre 2015		Primo Semestre 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	201.358	68,1%	121.873	55,8%	+65%	+51%
Wholesale	94.431	31,9%	96.426	44,2%	-2%	-5%
<b>Ricavi Totali</b>	<b>295.789</b>	<b>100,0%</b>	<b>218.299</b>	<b>100,0%</b>	<b>+35%</b>	<b>+26%</b>

Nel corso dei primi sei mesi del 2015, il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 201,4 milioni rispetto a Euro 121,9 milioni nel primo semestre 2014, con un incremento del 51% a tassi di cambio costanti e del 65% a tassi di cambio correnti, grazie ad una solida crescita organica ed allo sviluppo della rete di negozi monomarca a gestione diretta (Directly Operated Stores, DOS).

I ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*comp-store sales*)<sup>3</sup> sono aumentati del 22%, trainati dai risultati eccezionali conseguiti nei mesi di gennaio e febbraio, e dalla buona performance delle collezioni Primavera/Estate.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 94,4 milioni rispetto a Euro 96,4 milioni nel primo semestre 2014, in calo del 5% a tassi di cambio costanti e del 2% a tassi di cambio correnti. Tale risultato riflette la costituzione della *joint venture* in Corea, Moncler Shinsegae. A partire dal 1 gennaio 2015 il business di quest'area (12 negozi monomarca) è stato, infatti, convertito da *wholesale* a *retail* rendendo non comparabile la performance del canale *wholesale* nei due periodi. Al netto della Corea, il canale *wholesale* ha registrato una crescita del 3% a tassi di cambio costanti, grazie alle ottime performance in particolare degli Stati Uniti e nonostante la riduzione di alcuni punti vendita soprattutto in Italia ed Europa.

### **Rete Distributiva Monomarca**

Al 30 giugno 2015, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **153 punti vendita diretti (DOS)**, in aumento di 19 unità rispetto al 31 dicembre 2014 e **31 punti vendita wholesale (shop-in-shop)** in diminuzione di 7 unità rispetto al 31 dicembre 2014.

A seguito della sopra citata *joint venture* in Corea, dal 1 gennaio 2015 Moncler ha convertito in DOS i 12 negozi wholesale monomarca presenti nel Paese che, quindi, fino al 31 dicembre 2014 erano inclusi nel numero di punti vendita monomarca *wholesale*.

### **Network Negozi Monomarca**

	30/06/2015	31/12/2014	Aperture nette Primo Semestre 2015
<b>Retail</b>	<b>153</b>	<b>134</b>	<b>19</b>
Italia	19	19	-
EMEA (escl. Italia)	51	51	-
Asia e Resto del Mondo	69	50	19
Americhe	14	14	-
<b>Wholesale</b>	<b>31</b>	<b>38</b>	<b>(7)</b>
<b>Totale Monomarca</b>	<b>184</b>	<b>172</b>	<b>12</b>

<sup>3</sup> Il dato di *Comparable Store Sales Growth* considera i DOS (esclusi gli outlet) aperti da almeno 52 settimane e il negozio online; esclude dal calcolo i negozi che sono stati ampliati e/o rilocati.

## **Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati**

Nei primi sei mesi del 2015, il **marginale lordo** consolidato è stato pari a **Euro 215,0 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 72,7% rispetto al 71,0% dello stesso periodo del 2014. Il miglioramento del margine lordo è riconducibile prevalentemente allo sviluppo del canale *retail*.

Le **spese di vendita** sono state pari a **Euro 102,5 milioni**, con un'incidenza sui ricavi pari al 34,6%, rispetto al 32,8% del primo semestre del 2014; tale variazione è sostanzialmente dovuta all'espansione del canale *retail*. Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 37,9 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 12,8%, in diminuzione rispetto al 14,3% del primo semestre del 2014. Le **spese di pubblicità** sono state pari a **Euro 20,8 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 7,0% rispetto al 7,9% del primo semestre del 2014.

L'**EBITDA Adjusted<sup>4</sup>** è stato pari a **Euro 70,9 milioni** in crescita rispetto a Euro 46,4 milioni nei primi sei mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 24,0% (21,3% nel primo semestre 2014).

L'**EBIT Adjusted<sup>4</sup>** è stato pari a **Euro 53,8 milioni** in aumento rispetto a Euro 35,1 milioni nei primi sei mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 18,2% (16,1% nel primo semestre del 2014). Includendo i costi non ricorrenti, l'EBIT è stato pari a Euro 47,9 milioni con un'incidenza del 16,2% rispetto al 15,3% del primo semestre del 2014.

I costi non ricorrenti includono costi non monetari relativi ai piani di *stock options*, pari a Euro 2,8 milioni (Euro 1,8 milioni nel primo semestre 2014) e la minore valutazione del credito residuo afferente alla cessione della "Divisione Altri Marchi", pari a Euro 3 milioni, il cui rischio d'incasso è stato prudentemente riflesso in bilancio in considerazione dell'esito incerto della procedura di determinazione del prezzo tuttora in corso.

Nei primi sei mesi del 2015, l'**Utile Netto** è cresciuto del 88% a **Euro 34,0 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 11,5%, rispetto a Euro 18,1 milioni nello stesso periodo del 2014.

Come evidenziato nei commenti ai ricavi consolidati, una parte della crescita del primo semestre 2015 è riconducibile alla rivalutazione di alcune importanti valute in cui opera il Gruppo. Poiché una parte significativa dei costi sostenuti da Moncler è espressa in Euro, il miglioramento dei risultati e dei margini è in parte dovuto anche a tale andamento delle valute.

## **Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati**

Al 30 giugno 2015, l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **Euro 175,3 milioni** rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014 e ad Euro 206,3 milioni al 30 giugno 2014. Il dato sull'indebitamento finanziario netto al 30 giugno 2015 è penalizzato, rispetto al valore registrato al 30 giugno 2014, dal pagamento di imposte pari a Euro 47 milioni effettuato nel mese di giugno 2015 mentre nel 2014 le imposte sono state pagate in cinque rate mensili, a partire da luglio.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 91,8 milioni**, rispetto a Euro 97,1 milioni al 31 dicembre 2014 ed a 36,3 milioni al 30 giugno 2014, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi dodici mesi pari al 12%, che a tassi di cambio costanti scende all'11%. L'incremento del capitale circolante è prevalentemente riconducibile all'espansione del canale *retail*.

---

<sup>4</sup> Prima dei costi non ricorrenti: costi non-monetari, relativi ai piani di stock option (pari a Euro 2,8 milioni nel primo semestre 2015 e pari a Euro 1,8 milioni nel primo semestre 2014) e minore valutazione del credito relativo alla cessione della "Divisione Altri Marchi".

Nel corso dei primi sei mesi del 2015, sono stati effettuati **Investimenti netti** per **Euro 21,6 milioni**, rispetto a Euro 24,4 milioni nel primo semestre 2014.

Il **Free Cash Flow** assorbito nei primi sei mesi del 2015, comprensivo degli investimenti netti del periodo, è stato di Euro 15,1 milioni, mentre nel primo semestre del 2014 sono stati assorbiti Euro 8,7 milioni.

### **Evoluzione Prevedibile della Gestione**

Per l'esercizio 2015 il management di Moncler prevede uno scenario di crescita del fatturato e degli utili, continuando l'espansione nei mercati internazionali, soprattutto in Nord America, Giappone e Sud Est Asiatico, attraverso lo sviluppo del canale *retail* ed il consolidamento selettivo del canale *wholesale*.

## Table Riassuntive

<b>Conto economico consolidato</b>				
(Migliaia di Euro)	<b>Primo Semestre 2015</b>	<b>% sui ricavi</b>	<b>Primo Semestre 2014</b>	<b>% sui ricavi</b>
<b>Ricavi</b>	<b>295.789</b>	<b>100,0%</b>	<b>218.299</b>	<b>100,0%</b>
% crescita	+35%		+19%	
Costo del Venduto	(80.783)	(27,3%)	(63.296)	(29,0%)
<b>Margine Lordo</b>	<b>215.006</b>	<b>72,7%</b>	<b>155.003</b>	<b>71,0%</b>
Spese di vendita	(102.489)	(34,6%)	(71.504)	(32,8%)
Spese generali e amministrative	(37.920)	(12,8%)	(31.258)	(14,3%)
Spese di pubblicità	(20.835)	(7,0%)	(17.157)	(7,9%)
<b>EBIT Adjusted</b>	<b>53.762</b>	<b>18,2%</b>	<b>35.084</b>	<b>16,1%</b>
% crescita	+53%		+29%	
Costi non ricorrenti <sup>5</sup>	(5.819)	(2,0%)	(1.791)	(0,8%)
<b>EBIT</b>	<b>47.943</b>	<b>16,2%</b>	<b>33.293</b>	<b>15,3%</b>
% crescita	+44%		+23%	
Proventi/(oneri) finanziari <sup>6</sup>	3.146	1,1%	(5.074)	(2,4%)
<b>Utile ante imposte</b>	<b>51.089</b>	<b>17,3%</b>	<b>28.219</b>	<b>12,9%</b>
Imposte sul reddito	(16.946)	(5,7%)	(10.165)	(4,6%)
Aliquota fiscale	33,2%		36,0%	
<b>Utile di Gruppo</b>	<b>34.143</b>	<b>11,5%</b>	<b>18.054</b>	<b>8,3%</b>
Risultato di Terzi	(103)	(0,0%)	24	0,0%
<b>Utile Netto</b>	<b>34.040</b>	<b>11,5%</b>	<b>18.078</b>	<b>8,3%</b>
% crescita	+88%		+117%	
<hr/>				
<b>EBITDA Adjusted</b>	<b>70.920</b>	<b>24,0%</b>	<b>46.407</b>	<b>21,3%</b>
% crescita	+53%		+29%	

<sup>5</sup> Costi non monetari relativi ai piani di stock option e minore valutazione di crediti relativi alla "Divisione Altri Marchi".

<sup>6</sup> Primo Semestre 2015: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 5.925 migliaia;  
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (2.779) migliaia.  
Primo Semestre 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 459 migliaia;  
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (5.533) migliaia.

<b>Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata</b>			
(Migliaia di Euro)	<b>30/06/2015</b>	<b>31/12/2014</b>	<b>30/06/2014</b>
Immobilizzazioni immateriali	414.040	414.353	414.061
Immobilizzazioni materiali	86.327	77.254	65.950
Altre attività/(passività) non correnti nette	7.664	(14.706)	(23.848)
<b>Totale attività/(passività) non correnti nette</b>	<b>508.031</b>	<b>476.901</b>	<b>456.163</b>
Capitale circolante netto	91.763	97.091	36.311
Altre attività/(passività) correnti nette	(244)	(34.041)	27.424
<b>Totale attività/(passività) correnti nette</b>	<b>91.519</b>	<b>63.050</b>	<b>63.735</b>
<b>Capitale investito netto</b>	<b>599.550</b>	<b>539.951</b>	<b>519.898</b>
Indebitamento finanziario netto	175.347	111.155	206.348
Fondo TFR e altri fondi non correnti	8.382	8.222	9.247
Patrimonio netto	415.821	420.574	304.303
<b>Totale fonti</b>	<b>599.550</b>	<b>539.951</b>	<b>519.898</b>

<b>Rendiconto finanziario consolidato riclassificato</b>		
(Migliaia di Euro)	<b>Primo Semestre 2015</b>	<b>Primo Semestre 2014</b>
EBITDA <i>Adjusted</i>	70.920	46.407
Variazioni del capitale circolante netto	5.328	10.605
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(56.007)	(26.169)
Investimenti netti	(21.574)	(24.366)
<b>Cash Flow della gestione operativa</b>	<b>(1.333)</b>	<b>6.477</b>
Proventi/(Oneri) finanziari	3.146	(5.074)
Imposte sul reddito	(16.946)	(10.165)
<b>Free Cash Flow</b>	<b>(15.133)</b>	<b>(8.762)</b>
Dividendi pagati	(30.403)	(27.634)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(18.656)	1.108
<b>Net Cash Flow</b>	<b>(64.192)</b>	<b>(35.288)</b>
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	111.155	171.060
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	175.347	206.348
<b>Variazioni dell'indebitamento finanziario netto</b>	<b>(64.192)</b>	<b>(35.288)</b>

\*\*\*

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

\*\*\*

**PER ULTERIORI INFORMAZIONI:**

**Paola Durante**

*Investor Relations*

Tel. +39 02 42203560

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 42203540

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.*