



MONCLER S.P.A.:
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 31 MARZO 2015¹

**MONCLER: RICAVI IN CRESCITA DEL 30% A CAMBI COSTANTI.
UTILE NETTO A EURO 40 MILIONI (+69%)**

- **Ricavi Consolidati: Euro 201,0 milioni, +38% rispetto a Euro 145,4 milioni del primo trimestre 2014; +30% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 65,7 milioni, rispetto a Euro 45,0 milioni del primo trimestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 32,7%**
- **EBIT *Adjusted*²: Euro 57,3 milioni, rispetto ad Euro 39,7 milioni del primo trimestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 28,5%**
- **Utile Netto: Euro 39,6 milioni, rispetto ad Euro 23,5 milioni del primo trimestre 2014, con un'incidenza sui ricavi del 19,7%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 84,3 milioni, rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014**
- **Attuazione del “Piano di Performance Stock Option 2015” con riferimento al primo ciclo di attribuzione e deliberazioni in tema di *corporate governance***

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Sono molto soddisfatto dei risultati raggiunti nel primo trimestre del 2015, che evidenziano una crescita significativa in tutti i mercati in cui operiamo. Nei primi tre mesi di quest'anno Moncler ha registrato un aumento dei ricavi del 30% a tassi di cambio costanti, in ulteriore accelerazione rispetto ai già buoni risultati raggiunti a fine 2014, confermando ancora una volta la forza del nostro brand e la bontà della nostra strategia di sviluppo. Particolarmente positivo è stato inoltre il contributo che i negozi aperti da oltre 12 mesi hanno dato alla crescita di tutto il gruppo, registrando nel trimestre un tasso di crescita del 25%.

Siamo consapevoli che l'anno è appena iniziato e che i mesi che ci restano da percorrere sono per noi molto importanti, ma siamo fiduciosi che anche nel 2015 Moncler sarà in grado di mostrare risultati in progresso a livello di fatturato e di utili. Come sempre, però, non sono solo i numeri a darci soddisfazioni. Molti sono i nuovi progetti su cui, insieme a tutto il mio team, stiamo lavorando e che mi rendono ottimista per il futuro di Moncler, in linea con il percorso di crescita sostenibile e di lungo periodo intrapreso dal brand”.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati, non sottoposti a revisione contabile.

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

Milano, 12 maggio 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 31 marzo 2015.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nei primi tre mesi del 2015 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 201,0 milioni**, in aumento **del 38% a tassi di cambio correnti**, rispetto a Euro 145,4 milioni registrati nello stesso periodo del 2014, e **del 30% a tassi di cambio costanti**.

Ricavi per Area Geografica

	Primo Trimestre 2015		Primo Trimestre 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	34.885	17,4%	32.595	22,4%	+7%	+7%
EMEA (escl. Italia)	64.575	32,1%	53.281	36,6%	+21%	+19%
Asia e Resto del Mondo	75.314	37,5%	45.371	31,2%	+66%	+48%
Americhe	26.241	13,0%	14.166	9,8%	+85%	+61%
Ricavi Consolidati	201.015	100,0%	145.413	100,0%	+38%	+30%

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

In particolare, nelle **Americhe** la società ha conseguito una crescita del 61% a tassi di cambio costanti e del 85% a tassi di cambio correnti. Gli ottimi risultati registrati in particolare negli Stati Uniti e in Canada sono stati trainati sia dal canale *retail* che dal canale *wholesale*.

In **Asia e Resto del Mondo** Moncler è cresciuta in tutti i mercati in cui opera (+48% a tassi di cambio costanti, +66% a tassi di cambio correnti), grazie soprattutto alle ottime performance del canale *retail* che ha beneficiato sia delle nuove aperture sia di una solida crescita organica. Significativi i risultati di Hong Kong, Cina e Giappone.

A partire dal primo gennaio 2015 sono iniziate le attività della neo-costituita Moncler Shinsegae, società di diritto Coreano detenuta per il 51% da Moncler e per il restante 49% da Shinsegae International, uno dei maggiori gruppi in Corea nel segmento moda e lusso e partner storico di Moncler. Contestualmente sono stati conferiti a Moncler Shinsegae i 12 negozi monomarca Moncler presenti nel paese asiatico. Ad esclusione della Corea, la crescita del fatturato del gruppo in Asia è stata del 43% a tassi di cambio costanti e del 60% a tassi di cambio correnti, rispetto al primo trimestre 2014.

Nei primi tre mesi del 2015, il fatturato Moncler in **EMEA** ha registrato un aumento a cambi costanti del 19% e del 21% a tassi di cambio correnti, grazie alle buone performance, tra gli altri, di Francia, Regno Unito e Germania.

Nello stesso periodo in **Italia** i ricavi Moncler sono cresciuti del 7% rispetto al primo trimestre 2014, trainati dagli ottimi risultati del canale *retail* e sostenuti dalla solidità del canale *wholesale*.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Trimestre 2015		Primo Trimestre 2014		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	138.146	68,7%	81.798	56,3%	+69%	+54%
Wholesale	62.869	31,3%	63.615	43,7%	-1%	-2%
Ricavi Consolidati	201.015	100,0%	145.413	100,0%	+38%	+30%

Nel corso dei primi tre mesi del 2015, il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 138,1 milioni rispetto a Euro 81,8 milioni nel primo trimestre 2014, con un incremento del 54% a cambi costanti e del 69% a cambi correnti, grazie alla crescita dei negozi esistenti 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*)³ sono aumentati del 25%, in accelerazione rispetto al quarto trimestre 2014, trainati anche dagli ottimi risultati dei mesi di gennaio e febbraio.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 62,9 milioni rispetto a Euro 63,6 milioni nel primo trimestre 2014, in leggera flessione del 2% a tassi di cambio costanti e del 1% a tassi di cambio correnti. Tale diminuzione è interamente imputabile alla citata conversione del business Coreano (12 negozi monomarca) da *wholesale* a *retail*.

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 marzo 2015, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **151 punti vendita diretti (DOS)**, in aumento di 17 unità rispetto al 31 dicembre 2014 e **30 punti vendita wholesale (shop-in-shop)** in diminuzione di 8 unità rispetto al 31 dicembre 2014.

Come già menzionato, a seguito della costituzione della *joint venture* in Corea, dal primo gennaio 2015 Moncler ha convertito in DOS i 12 negozi monomarca presenti nel Paese, che fino al 31 dicembre 2014 erano inclusi nel numero di punti vendita monomarca *wholesale*.

Network Negozi Monomarca

	31/03/2015	31/12/2014	Aperture nette Primo Trimestre 2015
DOS	151	134	17
Italia	19	19	-
EMEA (escl. Italia)	51	51	-
Asia e Resto del Mondo	67	50	17
Americhe	14	14	-
Shop-in-shop	30	38	(8)
Totale Monomarca	181	172	9

³ 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 tre mesi del 2015, il **margine lordo** consolidato è stato pari a **Euro 148,3 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 73,8% rispetto al 72,3% 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 57,3 milioni** , con un'incidenza sui ricavi pari al 28,5%, rispetto al 26,5% del primo trimestre del 2014; tale variazione è sostanzialmente riconducibile all'espansione del canale *retail* . Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 18,8 milioni** , con un'incidenza sui ricavi del 9,3%, in diminuzione rispetto al 11,3% del primo trimestre del 2014. Le **spese di pubblicità** sono state pari a **Euro 14,9 milioni** , con un'incidenza sui ricavi del 7,4% rispetto al 7,2% del primo trimestre del 2014.

L'**EBITDA Adjusted⁴** è salito a **Euro 65,7 milioni** , rispetto a Euro 45,0 milioni nei primi tre mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 32,7%, rispetto al 31,0% registrato nello stesso periodo del 2014.

L'**EBIT Adjusted⁴** è stato pari a **Euro 57,3 milioni** , rispetto ad Euro 39,7 milioni nei primi tre mesi del 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 28,5% (27,3% nel primo trimestre del 2014). Includendo i costi non ricorrenti, l'EBIT è stato pari a Euro 55,9 milioni con un'incidenza del 27,8% rispetto al 26,9% del primo trimestre del 2014.

Nei primi tre mesi del 2015, l'**Utile Netto** è stato pari a **Euro 39,6 milioni** , con un'incidenza sui ricavi del 19,7%, rispetto a Euro 23,5 milioni nello stesso periodo del 2014 (+69%).

Come evidenziato nei commenti ai ricavi consolidati, una parte della crescita del primo trimestre 2015 è riconducibile alla rivalutazione di alcune importanti valute in cui opera il Gruppo. Poichè 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 31 marzo 2015, l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **Euro 84,3 milioni** rispetto a Euro 111,2 milioni a fine 2014 e ad Euro 163,9 milioni al 31 marzo 2014.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 92,6 milioni** , rispetto a Euro 97,1 milioni a fine 2014 ed a 47,0 milioni al 31 marzo 2014, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi dodici mesi pari al 12% che a tassi di cambio costanti scende al 11%. Tale variazione è principalmente riconducibile all'espansione del canale *retail* .

Nel corso dei primi tre mesi del 2015, sono stati effettuati **Investimenti netti** per **Euro 11,3 milioni** , rispetto a Euro 8,8 milioni nel primo trimestre 2014. La crescita è legata principalmente agli investimenti per lo sviluppo della rete di negozi monomarca (Euro 7,7 milioni), che includono anche il *take-over* del business Coreano per Euro 1,6 milioni.

Il Free Cash Flow generato nei primi tre mesi del 2015 è stato di Euro 38,6 milioni, rispetto ad Euro 7,1 milioni nel primo trimestre 2014.

⁴ Prima dei costi non ricorrenti: costi non-monetari, relativi ai piani di stock option, pari a Euro 1,4 milioni nel primo trimestre 2015 e pari a Euro 0,6 milioni nel primo trimestre 2014.

Altre Delibere

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, riunitosi in data odierna, previo parere favorevole del Comitato per le Nomine e la Remunerazione, dando esecuzione alle delibere adottate dall'Assemblea del 23 aprile 2015, ha altresì deliberato di dare attuazione al piano di stock option denominato "Piano di Performance Stock Option 2015" approvato dalla medesima Assemblea, con riferimento al primo ciclo di attribuzione e, per l'effetto, ha approvato il regolamento di attuazione del predetto piano di stock option e ha deliberato l'assegnazione a favore di n. 28 beneficiari di n. 1.385.000 opzioni, ognuna valida per la sottoscrizione di azioni ordinarie Moncler (nel rapporto di n. 1 nuova azione ordinaria per ogni n. 1 opzione esercitata) al prezzo di sottoscrizione di Euro 16,31.

Le informazioni di dettaglio concernenti le decisioni adottate dal Consiglio di Amministrazione inerenti all'attuazione del piano di stock option denominato "Piano di Performance Stock Option 2015" verranno pubblicate nei termini e con le modalità previste dall'art. 84-bis del Regolamento adottato dalla CONSOB con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche e integrazioni.

Il Consiglio, a seguito della nomina da parte dell'Assemblea ordinaria del 23 aprile 2015, ai sensi dell'art. 2386, comma 1, cod. civ. e dell'art. 13.4 dello statuto sociale, del Dott. Galateri di Genola e della Dott.ssa Moriani quali componenti del Consiglio di Amministrazione, ha valutato sussistenti in capo ai medesimi Amministratori i requisiti di indipendenza previsti dal combinato disposto degli articoli 147-ter, comma 4 e 148, comma 3, del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e dall'art. 3 del Codice di Autodisciplina.

Nel corso della riunione, il Consiglio, infine, ha confermato (i) il Dott. Galateri di Genola quale componente indipendente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione e del Comitato Controllo e Rischi, quale Presidente del Comitato Controllo e Rischi e nell'incarico di *lead independent director*; e (ii) la Dott.ssa Diva Moriani quale componente indipendente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione e del Comitato Controllo e Rischi, nonchè quale Presidente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione.

Tabelle Riassuntive

Conto economico consolidato				
(Migliaia di Euro)	Primo Trimestre 2015	% sui ricavi	Primo Trimestre 2014	% sui ricavi
Ricavi	201.015	100,0%	145.413	100,0%
% crescita	+38%		+16%	
Costo del Venduto	(52.720)	(26,2%)	(40.207)	(27,7%)
Margine Lordo	148.295	73,8%	105.206	72,3%
Spese di vendita	(57.351)	(28,5%)	(38.576)	(26,5%)
Spese generali e amministrative	(18.775)	(9,3%)	(16.450)	(11,3%)
Spese di pubblicità	(14.871)	(7,4%)	(10.522)	(7,2%)
EBIT Adjusted	57.298	28,5%	39.658	27,3%
% crescita	+44%		+14%	
Costi non ricorrenti ⁵	(1.411)	(0,7%)	(602)	(0,4%)
EBIT	55.887	27,8%	39.056	26,9%
% crescita	+43%		+12%	
Proventi/(oneri) finanziari ⁶	3.841	1,9%	(3.064)	(2,1%)
Utile ante imposte	59.728	29,7%	35.992	24,8%
Imposte sul reddito	(20.009)	(10,0%)	(12.621)	(8,7%)
Aliquota fiscale	33,5%		35,1%	
Utile di Gruppo	39.719	19,8%	23.371	16,1%
Risultato di Terzi	(91)	(0,0%)	97	0,1%
Utile Netto	39.628	19,7%	23.468	16,1%
% crescita	+69%		+43%	
EBITDA Adjusted	65.719	32,7%	45.006	31,0%
% crescita	+46%		+15%	

⁵ Costi non monetari principalmente relativi ai piani di stock option.

⁶ Primo Trimestre 2015: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 5.334 migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (1.493) migliaia.
Primo Trimestre 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur (349) migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (2.715) migliaia.

Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata			
(Migliaia di Euro)	31/03/2015	31/12/2014	31/03/2014
Immobilizzazioni immateriali	415.457	414.353	407.456
Immobilizzazioni materiali	84.804	77.254	62.580
Altre attività/(passività) non correnti nette	(8.367)	(14.706)	(37.354)
Totale attività/(passività) non correnti nette	491.894	476.901	432.682
Capitale circolante netto	92.558	97.091	46.976
Altre attività/(passività) correnti nette	(36.240)	(34.041)	28.273
Totale attività/(passività) correnti nette	56.318	63.050	75.249
Capitale investito netto	548.212	539.951	507.931
Indebitamento finanziario netto	84.343	111.155	163.880
Fondo TFR e altri fondi non correnti	8.180	8.222	9.378
Patrimonio netto	455.689	420.574	334.673
Totale fonti	548.212	539.951	507.931

Rendiconto finanziario consolidato riclassificato		
(Migliaia di Euro)	Primo Trimestre 2015	Primo Trimestre 2014
EBITDA <i>Adjusted</i>	65.719	45.006
Variazioni del capitale circolante netto	4.533	(60)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(4.182)	(13.379)
Investimenti netti	(11.260)	(8.824)
Cash Flow della gestione operativa	54.810	22.743
Proventi/(Oneri) finanziari	3.841	(3.064)
Imposte sul reddito	(20.009)	(12.621)
Free Cash Flow	38.642	7.058
Dividendi pagati	(80)	0
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(11.750)	122
Net Cash Flow	26.812	7.180
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	111.155	171.060
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	84.343	163.880
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	26.812	7.180

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.