



MONCLER S.P.A.:
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2014¹

MONCLER: RICAVI IN CRESCITA DEL 18% A TASSI DI CAMBIO COSTANTI

- **Ricavi Consolidati: Euro 449,3 milioni, +16% rispetto a Euro 389,0 milioni nei primi nove mesi del 2013; +18% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 136,1 milioni, rispetto a Euro 114,7 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 30,3%**
- **EBIT *Adjusted*²: Euro 117,0 milioni, rispetto ad Euro 100,9 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 26,0%**
- **Utile Netto: Euro 70,5 milioni, rispetto ad Euro 38,8 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 15,7%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 217,8 milioni, rispetto a Euro 171,1 milioni al 31 dicembre 2013 ed a Euro 242,3 milioni al 30 settembre 2013**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Sono estremamente soddisfatto dei risultati raggiunti nei primi nove mesi del 2014. Nonostante uno scenario macroeconomico e geopolitico incerto, Moncler ha registrato vendite in aumento del 18% a tassi di cambio costanti e utili operativi lordi (EBITDA) in crescita del 19%.

Nel corso del periodo è proseguito lo sviluppo internazionale della nostra rete distributiva che alla fine di settembre conta 163 *monobrand stores* di cui 127 *retail*, previsti in ulteriore espansione per la fine dell'anno. Ma non solo, ci siamo, infatti, già assicurati circa 15 *locations* che saranno aperte nel 2015. Sono, inoltre, particolarmente orgoglioso oggi di annunciare che è stato siglato un *MoU* per portare, dal primo gennaio, sotto il nostro controllo anche il mercato coreano, raggiungendo così la gestione diretta di tutti i Paesi in cui Moncler opera.

Heritage, unicità, qualità e innovazione da sempre distinguono il brand Moncler in tutto il mondo. E' grazie alla fiducia che i consumatori ripongono in noi che, insieme agli oltre 1300 dipendenti Moncler nel mondo, di cui circa la metà basati in Italia, continuiamo oggi con grande energia e passione a lavorare per supportare la crescita di lungo periodo del nostro brand”.

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

² Prima dei costi non ricorrenti (costi non-monetari pari ad Euro 3,1 milioni nei primi nove mesi del 2014, relativi ai piani di stock option; costi pari ad Euro 0,9 milioni nei primi nove mesi del 2013, principalmente legati al processo di quotazione)

Milano, 11 novembre 2014 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Resoconto Intermedio di Gestione al 30 settembre 2014.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nei primi nove mesi del 2014 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 449,3 milioni**, con un **incremento del 16% a tassi di cambio correnti**, rispetto a Euro 389,0 milioni registrati nei primi nove mesi del 2013, e del **18% a tassi di cambio costanti**.

Ricavi per Area Geografica

	Primi nove mesi 2014		Primi nove mesi 2013		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	103.860	23,1%	105.359	27,1%	-1%	-1%
EMEA (escl. Italia)	163.761	36,5%	142.634	36,7%	+15%	+14%
Asia e Resto del Mondo	127.700	28,4%	100.138	25,7%	+28%	+35%
Americhe	53.978	12,0%	40.836	10,5%	+32%	+36%
Ricavi Consolidati	449.299	100,0%	388.967	100,0%	+16%	+18%

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

In particolare, nelle **Americhe** la società ha registrato una crescita del 36% a tassi di cambio costanti, trainata sia dal canale retail che da quello wholesale, ed in accelerazione rispetto ai primi sei mesi dell'esercizio 2014.

In **Asia** il fatturato Moncler è cresciuto del 35% a tassi di cambio costanti, grazie alle importanti performance conseguite nel mercato Cinese, Giapponese e Coreano. A tassi di cambio correnti, i ricavi di questa regione hanno parzialmente risentito dell'andamento negativo dello Yen nei confronti dell'Euro.

Il fatturato dei Paesi dell'EMEA ha registrato una crescita a cambi costanti del 14% grazie alle buone performance, tra gli altri, di Germania, Francia e Regno Unito.

L'**Italia** nei primi nove mesi ha registrato una performance di poco inferiore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-1%), sostanzialmente per effetto della strategia selettiva del canale wholesale.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primi nove mesi 2014		Primi nove mesi 2013		Variazione %	
	€ '000	%	€ '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	219.532	48,9%	175.461	45,1%	+25%	+28%
Wholesale	229.767	51,1%	213.506	54,9%	+8%	+9%
Ricavi Consolidati	449.299	100,0%	388.967	100,0%	+16%	+18%

Nel corso dei primi nove mesi del 2014, Moncler ha registrato **una crescita in entrambi i canali distributivi**, particolarmente significativa nel canale retail.

Nei primi nove mesi del 2014, **il canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 219,5 milioni rispetto a Euro 175,5 milioni nello stesso periodo del 2013, con un incremento del 25% a cambi correnti e del 28% a cambi costanti, grazie alla crescita dei negozi esistenti ed allo sviluppo della rete di negozi monomarca retail.

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2014, la crescita dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*comp-store sales*)³ è stata pari al 7%, come previsto in leggero rallentamento rispetto ai primi sei mesi, anche a causa di una più alta base di confronto nel trimestre.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi in aumento del 8% a tassi di cambio correnti e del 9% a tassi di cambio costanti, passando a Euro 229,8 milioni nei primi nove mesi del 2014 rispetto a Euro 213,5 milioni nello stesso periodo del 2013, nonostante la programmata riduzione dei punti vendita wholesale e la conversione da wholesale (*shop-in-shop*) a retail (*concessions*) di 2 punti vendita monomarca.

Rete Distributiva Monomarca

Al 30 settembre 2014, **la rete di negozi monomarca Moncler** può contare su **163 punti vendita**, di cui 127 punti vendita diretti (DOS), in aumento di 20 unità rispetto al 31 dicembre 2013 e 36 punti vendita wholesale (*shop-in-shop*)⁴ in aumento di 8 unità rispetto al 31 dicembre 2013 (al netto di due conversioni da wholesale *shop-in-shop* a retail *concessions*).

Network Negozi Monomarca

	30/09/2014	31/12/2013	Aperture nette Primi nove mesi 2014
DOS	127	107	20
Italia	19	17	2
EMEA (escl. Italia)	49	44	5
Asia e Resto del Mondo	47	38	9
Americhe	12	8	4
Shop-in-shop⁴	36	28	8
Totale Monomarca	163	135	28

Analisi dei Risultati Operativi Consolidati

Nei primi nove mesi del 2014, il **marginale lordo** consolidato è stato pari a **Euro 314,5 milioni** con un'incidenza sui ricavi pari al 70% rispetto al 69,2% dello stesso periodo del 2013. Il miglioramento del margine lordo è da imputare principalmente allo sviluppo del canale retail.

Nel corso dei primi nove mesi del 2014, le **spese di vendita** sono state pari al 26,2% dei ricavi, in aumento rispetto al 24,8% dello stesso periodo del 2013, principalmente riconducibili all'espansione del canale retail.

³ Il dato Comparable Store Sales considera i DOS (esclusi gli outlet) aperti da almeno 52 settimane

⁴ Include anche un negozio in franchising in Corea

L'incidenza delle **spese generali ed amministrative** è stata pari a 10,4% dei ricavi, in diminuzione rispetto a 11% nei primi nove mesi del 2013. Le **spese di pubblicità** sono state pari a Euro 33,3 milioni, rispetto a Euro 29,3 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 7,4%.

L'**EBITDA Adjusted⁵** è salito a **Euro 136,1 milioni**, rispetto a Euro 114,7 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 30,3%, rispetto al 29,5% registrato nello stesso periodo del 2013.

L'**EBIT Adjusted⁵** è stato pari a **Euro 117,0 milioni**, rispetto ad Euro 100,9 milioni nei primi nove mesi del 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 26,0% (25,9% nello stesso periodo del 2013). Includendo i costi non monetari pari a Euro 3,1 milioni relativi ai piani di *stock option*, l'EBIT è stato pari a Euro 113,9 milioni con un'incidenza del 25,3%.

L'**Utile Netto** sale a **Euro 70,5 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 15,7%, rispetto a Euro 38,8 milioni nei primi nove mesi del 2013. Il dato del 2013 include il risultato netto negativo da attività operative cessate (Divisione Altri Marchi), pari a Euro 13,6 milioni.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

L'**indebitamento finanziario netto** al 30 settembre 2014 è stato pari a **Euro 217,8 milioni**, rispetto ad Euro 171,1 milioni al 31 dicembre 2013 e ad Euro 242,3 milioni al 30 settembre 2013.

Al 30 settembre 2014 il **capitale circolante netto** passa a **Euro 119,7 milioni**, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi 12 mesi pari al 19%. Il magazzino è pari a Euro 130,9 milioni rispetto a Euro 77,2 milioni al 31 dicembre 2013. L'aumento del magazzino è legato alla programmata anticipazione del ciclo produttivo, all'espansione del canale retail e alla stagionalità del business.

Nel corso dei primi nove mesi del 2014, sono stati effettuati **Investimenti** per **Euro 40,0 milioni**, rispetto a Euro 24,4 milioni nei primi nove mesi del 2013, principalmente legati allo sviluppo della rete di negozi monomarca retail. Inoltre nel corso del periodo sono stati fatti importanti investimenti nello *showroom* di Milano e nell'infrastruttura IT.

In linea con le attese del management, il **Free Cash Flow** generato nei primi nove mesi del 2014 è negativo per **Euro 19,4 milioni**.

L'andamento delle suddette poste di bilancio è influenzato dalla stagionalità del business.

⁵ Prima dei costi non ricorrenti: costi non monetari pari a Euro 3,1 milioni nei primi nove mesi del 2014, relativi ai piani di *stock option*; costi pari a Euro 0,9 milioni nei primi nove mesi del 2013 principalmente legati al processo di quotazione.

Table Riassuntive

1) Conto Economico Consolidato

	Primi nove mesi 2014		Primi nove mesi 2013	
	Milioni di Euro	%	Milioni di Euro	%
Ricavi	449,3	100,0%	389,0	100,0%
<i>% crescita</i>	+16%		+17%	
Costo del Venduto	(134,8)	(30,0%)	(119,7)	(30,8%)
Margine Lordo	314,5	70,0%	269,3	69,2%
Spese di vendita	(117,4)	(26,2%)	(96,3)	(24,8%)
Spese generali e amministrative	(46,8)	(10,4%)	(42,8)	(11,0%)
Spese di pubblicità	(33,3)	(7,4%)	(29,3)	(7,5%)
EBIT Adjusted	117,0	26,0%	100,9	25,9%
Costi non ricorrenti ⁶	(3,1)	(0,7%)	(0,9)	(0,2%)
EBIT	113,9	25,3%	100,0	25,7%
Oneri e Proventi finanziari ⁷	(5,2)	(1,1%)	(13,6)	(3,5%)
Utile ante imposte	108,7	24,2%	86,4	22,2%
Imposte sul reddito	(38,4)	(8,5%)	(31,4)	(8,1%)
<i>Aliquota fiscale</i>	35,3%		36,4%	
Utile di Gruppo da attività operative in esercizio	70,3	15,7%	55,0	14,1%
Risultato netto da attività operative cessate	0,0	0,0%	(13,6)	(3,5%)
Utile di Gruppo	70,3	15,7%	41,4	10,6%
Risultato di Terzi	0,2	0,0%	(2,6)	(0,6%)
Utile Netto	70,5	15,7%	38,8	10,0%
<hr/>				
EBITDA Adjusted	136,1	30,3%	114,7	29,5%
<i>% crescita</i>	+19%		+16%	

⁶ Primi nove mesi 2014: costi non monetari relativi ai piani di stock option.
Primi nove mesi 2013: costi non ricorrenti relativi al processo di quotazione.

⁷ Primi nove mesi 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 3,2 milioni;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (8,4) milioni.
Primi nove mesi 2013: utili/(perdite) su cambi pari a Eur (2,1) milioni;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (11,5) milioni.

2) Stato Patrimoniale Consolidato

	30/09/2014	31/12/2013	30/09/2013
	Milioni di Euro	Milioni di Euro	Milioni di Euro
Immobilizzazioni immateriali	414,8	408,3	409,3
Immobilizzazioni materiali	73,5	58,2	54,6
Altre attività/(passività) non correnti nette	(14,0)	(37,8)	(32,1)
Totale attività/(passività) non correnti nette	474,3	428,7	431,8
Capitale circolante netto	119,7	46,9	80,8
Altre attività/(passività) correnti nette	(17,5)	(5,9)	(16,0)
Attività/(passività) relative alla Divisione Altri Marchi	8,0	21,6	30,6
Totale attività/(passività) correnti nette	110,2	62,6	95,4
Capitale investito netto	584,5	491,3	527,2
Indebitamento finanziario netto	217,8	171,1	242,3
Fondo TFR e altri fondi non correnti	8,5	9,6	8,9
Patrimonio netto	358,2	310,6	276,0
Totale fonti di finanziamento	584,5	491,3	527,2

3) Cash Flow Consolidato

	Primi nove mesi 2014	Primi nove mesi 2013
	Milioni di Euro	Milioni di Euro
EBITDA <i>Adjusted</i>	136,1	114,7
Variazioni del capitale circolante netto	(72,8)	(44,2)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	0,3	(13,3)
Investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali	(40,0)	(24,4)
Vendita di immobilizzazioni materiali ed immateriali	0,6	1,6
Flusso di cassa della gestione operativa	24,2	34,4
Proventi/(Oneri) finanziari	(5,2)	(13,6)
Imposte sul reddito	(38,4)	(31,4)
Flusso di cassa disponibile	(19,4)	(10,6)
Altri effetti relativi alla Divisione Altri Marchi	0,0	0,9
Ricavi/(Costi) non ricorrenti	(0,2)	(0,9)
Dividendi pagati	(28,6)	(2,2)
Altre variazioni del patrimonio netto	1,5	0,6
Flusso di cassa netto	(46,7)	(12,2)
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	171,1	230,1
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	217,8	242,3
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	(46,7)	(12,2)

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 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 422043540

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.