



MONCLER S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE HA APPROVATO IL PROGETTO DI BILANCIO RELATIVO ALL'ESERCIZIO 2015¹

**MONCLER: FATTURATO 2015 A 880 MILIONI DI EURO (+27%).
IN CRESCITA TUTTI GLI INDICATORI REDDITUALI E FORTE GENERAZIONE DI CASSA.
PROPOSTO DIVIDENDO DI EURO 0,14 PER AZIONE**

- **Ricavi Consolidati: Euro 880,4 milioni, +27% rispetto a Euro 694,2 milioni nell'esercizio 2014; +19% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 300,0 milioni, rispetto a Euro 232,9 milioni nell'esercizio 2014, con un'incidenza sui ricavi del 34,1%**
- **EBIT *Adjusted*²: Euro 264,1 milioni, rispetto a Euro 206,6 milioni nell'esercizio 2014, con un'incidenza sui ricavi del 30,0%**
- **Utile Netto: Euro 167,9 milioni, rispetto a Euro 130,3 milioni nell'esercizio 2014, con un'incidenza sui ricavi del 19,1%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 49,6 milioni, rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014**
- **Proposto pagamento dividendi pari a Euro 35 milioni (Euro 0,14 per azione)**
- **Adozione di un piano di *stock grant* e proposta di autorizzazione all'acquisto di azioni proprie**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Il 2015 è stato per Moncler un ulteriore anno di sviluppo durante il quale abbiamo conseguito una solida crescita, ancora a doppia cifra, raggiungendo, con un anno d'anticipo, i risultati attesi dal mercato in fase di IPO. Il fatturato è cresciuto del 27% a 880 milioni di euro, l'utile netto ha raggiunto i 168 milioni in crescita del 29%, e la generazione di cassa netta è stata di 61 milioni di euro.

Abbiamo fatto tanto, ma come sempre vogliamo fare ancora di più e meglio e con il mio team continuiamo a lavorare su progetti importanti e di lungo periodo. Seppur lo scenario internazionale permanga incerto, sono fiducioso che anche questo sarà un anno di ulteriore crescita e consolidamento per il nostro *brand*”.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati.

² Prima dei costi non ricorrenti.

Milano, 3 marzo 2016 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il progetto di bilancio relativo all'esercizio 2015.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel corso dell'esercizio 2015 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 880,4 milioni**, rispetto a Euro 694,2 milioni registrati nell'esercizio 2014, **in aumento del 27% a tassi di cambio correnti e del 19% a tassi di cambio costanti**.

Ricavi per Area Geografica

	Esercizio 2015		Esercizio 2014		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	136.997	15,5%	130.625	18,8%	+5%	+5%
EMEA (escl. Italia)	268.468	30,5%	232.743	33,5%	+15%	+13%
Asia e Resto del Mondo	333.501	37,9%	235.153	33,9%	+42%	+28%
Americhe	141.427	16,1%	95.668	13,8%	+48%	+27%
Ricavi Totali	880.393	100,0%	694.189	100,0%	+27%	+19%

Moncler ha registrato una crescita del fatturato in tutte le aree geografiche in cui opera.

In **Asia e Resto del Mondo** il fatturato è cresciuto del 28% a tassi di cambio costanti, e del 42% a tassi di cambio correnti, con performance positive in tutti i mercati. Significativi i risultati raggiunti in Cina, Hong Kong e Giappone, sia grazie alla crescita organica dei negozi esistenti che alle nuove aperture. Il Giappone ha anche, in parte, beneficiato dell'apertura del *flagship store* di Tokyo Ginza che sta registrando risultati superiori alle aspettative del management. Migliori delle attese anche i risultati dei negozi aperti a Macao e Singapore. Buoni i risultati in Corea, dove Moncler, in seguito alla costituzione della *joint venture* Moncler Shinsegae, ha preso il controllo diretto del mercato e sta lavorando sul consolidamento del *brand*. Escludendo la Corea, la crescita del fatturato in Asia nell'esercizio 2015 è stata pari al 34% a tassi di cambio correnti.

Nelle **Americhe** il fatturato ha registrato una crescita del 27% a tassi di cambio costanti e del 48% a tassi di cambio correnti, grazie all'espansione in Nord America di entrambi i canali distributivi. Particolarmente significativa la crescita ottenuta in Canada, mercato in forte espansione seppur di dimensioni ancora limitate. La crescita del business in US è stata in linea con le attese del management, nonostante nel quarto trimestre il fatturato abbia risentito di un clima straordinariamente mite che ha favorito le vendite di capi più leggeri con un impatto a livello di *price mix*.

Il fatturato in **EMEA** ha conseguito un aumento del 13% a tassi di cambio costanti e del 15% a tassi di cambio correnti, grazie al significativo contributo dei mercati francese, inglese e tedesco. Molto buoni i risultati ottenuti in Francia, nonostante i tragici eventi di Parigi a novembre che hanno rallentato l'afflusso di turisti nella città. La buona performance nel Regno Unito è stata trainata sia dal canale retail che dal canale wholesale, mentre la buona crescita in Germania è riconducibile principalmente al canale retail.

Nello stesso periodo in **Italia** i ricavi Moncler sono cresciuti del 5% rispetto all'esercizio 2014, grazie in particolare all'ottima performance della rete di negozi a gestione diretta.

Ricavi per Canale Distributivo

	Esercizio 2015		Esercizio 2014		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	619.680	70,4%	430.683	62,0%	+44%	+33%
Wholesale	260.713	29,6%	263.506	38,0%	-1%	-5%
Ricavi Totali	880.393	100,0%	694.189	100,0%	+27%	+19%

Nel corso dell'esercizio 2015, il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 619,7 milioni rispetto a Euro 430,7 milioni nell'esercizio 2014, con un incremento del 33% a tassi di cambio costanti e del 44% 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*)³ sono aumentati del 6% nel 2015.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 260,7 milioni rispetto a Euro 263,5 milioni nel corso dell'esercizio 2014, in calo del 5% a tassi di cambio costanti e dell'1% a tassi di cambio correnti. Tale risultato include l'effetto della conversione del business in Corea da *wholesale* a *retail* a partire dal 1 gennaio 2015. Al netto della Corea, il canale *wholesale* ha registrato performance stabili a tassi di cambio costanti ed una crescita del 5% a tassi di cambio correnti, grazie all'espansione in Nord America e nonostante la strategia di selezione di punti vendita soprattutto in Italia ed Europa.

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 dicembre 2015, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **173 punti vendita diretti (DOS)**, in aumento di 39 unità rispetto al 31 dicembre 2014 e **34 shop-in-shop**.

	31/12/2015	31/12/2014	Aperture nette Esercizio 2015
Retail	173	134	39
Italia	19	19	-
EMEA (escl. Italia)	53	51	2
Asia e Resto del Mondo	82	50	32
Americhe	19	14	5
Wholesale	34	38	(4)
Totale Monomarca	207	172	35

Nel corso del 2015 sono stati aperti 27 nuovi DOS ubicati nelle più rinomate *location* internazionali, tra cui si segnalano:

- l'apertura del *flagship store* a Tokyo nell'importante quartiere di Ginza;
- l'ingresso in due nuovi mercati: Macao e Singapore;
- il consolidamento della presenza in Nord America.

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.

Inoltre, a seguito della costituzione della *joint venture* coreana Moncler Shinsegae, sono stati convertiti da wholesale a retail i 12 negozi monobrand Moncler esistenti in Corea.

Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati

Prima di analizzare nel dettaglio l'andamento dei risultati operativi e netti del Gruppo, è importante ricordare che, come evidenziato nei commenti ai ricavi consolidati, una parte della crescita dell'esercizio 2015 è riconducibile alla rivalutazione di alcune importanti valute in cui opera Moncler. Poiché, invece, una parte significativa dei costi è espressa in Euro, il miglioramento dei risultati e dei margini è in parte dovuto anche a tale andamento delle valute.

Nell'esercizio 2015, il **marginale lordo** consolidato è stato pari a **Euro 654,9 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 74,4% rispetto al 72,3% dello stesso periodo del 2014. Il miglioramento del margine lordo è sostanzialmente riconducibile allo sviluppo del canale *retail*.

Le **spese di vendita** sono state pari a **Euro 253,5 milioni**, con un'incidenza sui ricavi pari al 28,8%, rispetto al 26,4% nell'esercizio 2014. Tale variazione è riconducibile all'espansione del canale *retail*.

Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 79,5 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 9,0%, in diminuzione rispetto al 9,5% dell'esercizio 2014, nonostante gli investimenti che il Gruppo sta facendo nella struttura organizzativa.

Le **spese di pubblicità** sono state pari a **Euro 57,8 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 6,6%, stabile rispetto all'esercizio 2014.

L'**EBITDA Adjusted[†]** è stato pari a **Euro 300,0 milioni** in crescita rispetto a Euro 232,9 milioni nell'esercizio 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 34,1% (33,5% nell'esercizio 2014).

L'**EBIT Adjusted[†]** è stato pari a **Euro 264,1 milioni** in aumento rispetto a Euro 206,6 milioni nell'esercizio 2014, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 30,0% (29,8% nel 2014). Includendo i costi non ricorrenti, l'EBIT è stato pari a Euro 252,7 milioni con un'incidenza del 28,7% sostanzialmente in linea con l'esercizio 2014 (29,0%).

I **costi non ricorrenti** includono costi non monetari relativi ai piani di *stock options*, pari a Euro 6,8 milioni (Euro 5,0 milioni nell'esercizio 2014). Includono inoltre l'aggiustamento del valore relativo alla cessione della "Divisione Altri Marchi", pari a Euro 3,0 milioni, oltre ad altri oneri accessori, prevalentemente legali, relativi alla predetta cessione.

Nell'esercizio 2015, l'**utile netto** è cresciuto del 29% a **Euro 167,9 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 19,1%, rispetto a Euro 130,3 milioni nel 2014. Il *tax rate* è stato pari al 33,1% sostanzialmente in linea con l'esercizio precedente.

[†] Prima dei costi non ricorrenti.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

Al 31 dicembre 2015, l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **Euro 49,6 milioni** rispetto a Euro 111,2 milioni al 31 dicembre 2014, grazie alla buona generazione di cassa netta e nonostante gli importanti investimenti.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 110,9 milioni**, rispetto a Euro 97,1 milioni al 31 dicembre 2014, con un'incidenza sul fatturato pari al 13%, rispetto al 14% dell'esercizio 2014.

Nel corso dell'esercizio 2015, sono stati effettuati **investimenti netti** per **Euro 66,2 milioni**, rispetto a Euro 49,5 milioni nel 2014, principalmente legati allo sviluppo della rete retail.

Il **free cash flow**, comprensivo degli investimenti netti del periodo, è stato di Euro 118,6 milioni nel corso dell'esercizio 2015, rispetto a Euro 86,8 milioni nell'esercizio precedente.

Fatti di rilievo avvenuti dopo il 31 dicembre 2015

Piano di acquisto azioni proprie

In data 2 febbraio 2016, Moncler ha avviato un programma di acquisto di azioni proprie della Società, in esecuzione della delibera assembleare del 23 aprile 2015, ai sensi degli artt. 2357, 2357-ter del codice civile. Le azioni proprie acquistate in esecuzione di tale delibera saranno impiegate in modo da consentire la costituzione di un "magazzino titoli" che potrà essere utilizzato per adempiere alle obbligazioni di consegna delle azioni derivanti da possibili programmi di distribuzione, a titolo oneroso o gratuito, di opzioni su azioni o di azioni della Società ad amministratori, dipendenti e collaboratori della Società o di società controllate.

In virtù del programma, completato in data 12 febbraio 2016, Moncler ha acquistato complessive n. 1.000.000 azioni proprie, pari allo 0,4% del capitale sociale, per un controvalore complessivo di Euro 12,8 milioni.

Evoluzione prevedibile della gestione

Per l'esercizio 2016, nonostante permanga un quadro internazionale incerto, il management Moncler prevede uno scenario di ulteriore crescita, sulla base di chiare linee strategiche.

Sviluppo internazionale: Negli anni Moncler ha perseguito una strategia di crescita internazionale mantenendo sempre un forte controllo sul business e un contatto diretto con il proprio cliente, sia *wholesale* o *retail*.

Attenta espansione della gamma prodotti: Il Gruppo sta attuando una selettiva espansione in categorie merceologiche complementari al proprio core business dove ha, o è in grado di raggiungere, un'elevata riconoscibilità ed un forte know-how.

Focalizzazione sul consumatore: Avere un rapporto diretto con i propri clienti, riuscire a coinvolgerli e sapere intuire le loro aspettative sono i capisaldi del rapporto che Moncler intende sviluppare con il proprio consumatore.

Rafforzamento del brand: Il brand Moncler ha un *heritage* unico che costituisce il suo asset principale e che ne permea tutta la strategia. *Heritage*, qualità, unicità, coerenza definiscono e caratterizzano ogni prodotto Moncler.

Sviluppo sostenibile del business: Da tempo il brand sta rafforzando il suo impegno verso uno sviluppo sostenibile e responsabile di lungo periodo che risponda alle aspettative degli *stakeholder* in un'ottica di creazione di valore condiviso.

Proposta di Destinazione degli Utili

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti il pagamento di dividendi relativi all'esercizio 2015 per Euro 35 milioni, pari ad Euro 0,14 per azione ordinaria, con un *payout* ratio del 21% sull'utile netto consolidato.

Il dividendo verrà posto in pagamento in data 25 maggio 2016 (data stacco cedola 23 maggio 2016 e *record date* 24 maggio 2016).

Bilancio d'Esercizio della Capogruppo Moncler S.p.A

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato il bilancio per l'esercizio 2015 della capogruppo Moncler S.p.A..

I ricavi sono pari a Euro 147,1 milioni in aumento del 26% rispetto a Euro 116,7 milioni relativi all'esercizio 2014 ed includono sostanzialmente i proventi per l'utilizzo del marchio Moncler. La crescita dei ricavi riflette l'incremento del business legato allo sviluppo del brand Moncler.

Le spese generali ed amministrative si attestano a Euro 14,1 milioni pari al 9,6% sul fatturato (9,4% l'esercizio precedente).

Le spese di pubblicità sono pari ad Euro 27,4 milioni (Euro 23,5 milioni nel 2014).

La voce Ricavi/(Costi) non ricorrenti è pari a Euro 2,5 milioni rispetto a Euro 2,0 milioni nel 2014 e si riferisce ai costi dei piani di stock option relativi a dipendenti, amministratori e consulenti della capogruppo.

Gli oneri finanziari ammontano ad Euro 1,9 milioni rispetto a proventi finanziari pari a Euro 7,6 milioni nell'esercizio 2014. Si ricorda che nel 2014 Moncler ha beneficiato di un pagamento di dividendi straordinario dalla controllata Industries S.p.A. per Euro 15 milioni.

L'utile netto è pari ad Euro 76,9 milioni, in crescita del 20% rispetto ad Euro 64,2 milioni nell'esercizio 2014.

La situazione patrimoniale e finanziaria di Moncler S.p.A. riporta un patrimonio netto di Euro 323,5 milioni, rispetto ad Euro 268,7 milioni nel 2014 e un indebitamento finanziario netto di Euro 69,9 milioni rispetto ad Euro 70,8 milioni nel 2014.

Altre delibere

Il Consiglio in data odierna ha altresì approvato:

- La Relazione sulla Remunerazione ai sensi dell'art. 123-ter del d.lgs 24 febbraio 1998, n. 58 e dell'art. 84-quater del Regolamento CONSOB n. 11971/1999;
- La Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari ai sensi dell'art. 123-bis del d.lgs 24 febbraio 1998, n. 58;
- La proposta di sottoporre all'Assemblea ordinaria degli Azionisti - in linea con le migliori prassi di mercato adottate dalle società quotate a livello nazionale ed internazionale ed in *compliance* con le

raccomandazioni del Codice di Autodisciplina - ai sensi dell'art. 114-*bis* del d.lgs. 24 febbraio 1998 n. 58, l'adozione di un piano di *stock grant* denominato "Piano di *Performance Shares* 2016-2018" destinato ad Amministratori Esecutivi e/o Dirigenti con Responsabilità Strategiche, e/o dipendenti e/o collaboratori, fra cui si intendono ricompresi anche i consulenti esterni, di Moncler e delle sue Controllate che rivestano ruoli strategicamente rilevanti o comunque in grado di apportare un significativo contributo, nell'ottica del perseguimento degli obiettivi strategici di Moncler, individuati dal Consiglio di Amministrazione, sentito il parere del Comitato per la Remunerazione.

Detto piano prevede l'attribuzione ai beneficiari del diritto a ricevere in caso di raggiungimento degli obiettivi fissati dal Regolamento del piano, un numero determinato di azioni ordinarie Moncler. Le azioni oggetto di assegnazione avranno godimento regolare e, pertanto, i diritti ad esse correlati competeranno a ciascun beneficiario a partire dal momento in cui il medesimo diventerà titolare delle azioni stesse. Per la descrizione in dettaglio della proposta deliberativa di adozione del piano di *stock grant*, dei soggetti destinatari e degli elementi essenziali relativi alle caratteristiche del regolamento del suddetto piano, si rinvia al documento informativo redatto dall'organo amministrativo ai sensi dell'art. 84-*bis* e dell'Allegato 3A del Regolamento Emittenti e alla relazione illustrativa, che saranno pubblicati nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente.

- La proposta di sottoporre all'Assemblea ordinaria degli Azionisti di modificare lo Statuto Sociale di Moncler per introdurre la facoltà, ai sensi del primo comma dell'art. 2349 del codice civile, di assegnare utili o riserve di utili ai prestatori di lavoro dipendenti della Società o di società controllate mediante l'emissione di azioni della Società a titolo gratuito. Ciò anche al fine di servire il suddetto Piano di *Performance Shares* 2016-2018.
- La proposta di sottoporre all'Assemblea Straordinaria degli Azionisti l'opportunità di conferire delega al Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 2443 del codice civile, per un periodo di cinque anni dalla data della deliberazione, al fine di aumentare il capitale sociale, in via gratuita e scindibile ed anche in più *tranches*, ai sensi dell'art. 2349 del codice civile, per massimi Euro 760.000 con emissione di massime 3.800.000 azioni ordinarie, ad un valore di emissione uguale alla parità contabile delle azioni Moncler alla data di esecuzione, da assegnare ai prestatori di lavoro dipendente di Moncler S.p.A. e delle società da questa controllate che siano beneficiari del "Piano di *Performance Shares* 2016-2018" con conseguente modifica dello statuto sociale vigente. Ciò previa revoca dell'aumento di capitale deliberato dall'assemblea straordinaria di Moncler S.p.A. in data 23 aprile 2015, per la parte che non sia più necessaria a servire le opzioni che risultano ad oggi attribuite ai beneficiari nell'ambito del Piano di Stock Option 2015 in vigore ed approvato dall'Assemblea ordinaria di Moncler in data 23 aprile 2015 in considerazione del fatto che non è intenzione della Società attribuire ulteriori opzioni a valere su tale Piano. Per ulteriori dettagli in merito alla proposta in parola si rinvia alla relazione illustrativa degli amministratori che sarà pubblicata nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente.
- La proposta di richiedere all'Assemblea ordinaria degli azionisti l'autorizzazione, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 2357 e 2357-*ter* del codice civile, all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie della Società, previa revoca della delibera di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, assunta dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti in data 23 aprile 2015.

La richiesta di autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie è finalizzata a consentire alla Società di acquistare e disporre delle azioni ordinarie, nel puntuale rispetto della normativa comunitaria e nazionale vigente e delle prassi di mercato ammesse riconosciute dalla Consob, ai sensi dell'art. 180, comma 1, lett. c), del TUF, con delibera n. 16839 del 19 marzo 2009, per le seguenti finalità: (i) al sostegno della liquidità ed efficienza del mercato e della costituzione del c.d. "magazzino titoli", ivi incluso l'impiego delle azioni proprie acquistate; (ii) quale corrispettivo in operazioni

straordinarie, anche di scambio di partecipazioni, con altri soggetti nell'ambito di operazioni di interesse della Società, inclusa la destinazione al servizio di prestiti obbligazionari convertibili in azioni della Società o prestiti obbligazionari con *warrant*; e (iii) per adempiere alle obbligazioni di consegna delle azioni derivanti da programmi di distribuzione, a titolo oneroso o gratuito, di opzioni su azioni o di azioni della Società ad amministratori, dipendenti e collaboratori della Società o di società controllate, nonché da programmi di assegnazione gratuita di azioni ai Soci.

L'autorizzazione verrà richiesta all'Assemblea per l'acquisto anche in più *tranche*, di azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale, fino ad un numero massimo che, tenuto conto delle azioni ordinarie di volta in volta detenute in portafoglio dalla Società e dalle società da essa controllate, non sia complessivamente superiore alla quinta parte del capitale sociale della Società, ai sensi dell'art. 2357, comma 3, del codice civile. In conformità dell'art. 2357, comma 3, del codice civile, gli acquisti di azioni proprie dovranno comunque avvenire entro i limiti degli utili distribuibili e delle riserve disponibili risultanti dall'ultimo bilancio approvato al momento dell'effettuazione di ciascuna operazione. Potranno essere acquistate soltanto azioni interamente liberate. Il corrispettivo pagato o ricevuto a fronte delle operazioni di compravendita delle azioni proprie sarà rilevato direttamente a patrimonio netto sulla base del Principio Contabile "IAS 32" e, comunque, la loro rilevazione contabile avverrà nelle forme previste dalla disciplina di legge e di regolamento di tempo in tempo vigente. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea che il prezzo di acquisto di ciascuna azione non sia inferiore al prezzo ufficiale di Borsa del titolo Moncler del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, diminuito del 20%, e non superiore al prezzo ufficiale di Borsa del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, aumentato del 10%, nel rispetto in ogni caso dei termini e delle condizioni stabilite dal Regolamento CE n. 2273/2003 del 22 dicembre 2003 e dalle Prassi Ammesse, ove applicabili, e in particolare: (i) non potranno essere acquistate azioni ad un prezzo superiore al prezzo più elevato tra il prezzo dell'ultima operazione indipendente ed il prezzo dell'offerta indipendente più elevata corrente sul mercato di acquisto; (ii) in termini di volumi, i quantitativi giornalieri di acquisto non eccederanno il 25% del volume medio giornaliero degli scambi del titolo Moncler nei 20 giorni di negoziazioni precedenti le date di acquisto.

Il Consiglio ha deliberato di proporre all'Assemblea che le operazioni di acquisto di azioni proprie siano effettuate sui mercati regolamentati, secondo le modalità operative stabilite nei regolamenti di organizzazione e gestione dei mercati stessi, anche mediante negoziazione di opzioni o strumenti finanziari derivati sul titolo Moncler, nel rispetto della normativa vigente e, in particolare, dell'art. 144-*bis* del Regolamento Emittenti e di ogni altra norma applicabile, con particolare riferimento al principio di parità di trattamento degli azionisti come previsto dall'art. 132 del TUF e alla normativa in materia di abusi di mercato comunitaria e nazionale e alle prassi ammesse. Con riferimento alle operazioni di disposizione delle azioni proprie, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea di effettuarle con ogni modalità ritenuta opportuna nell'interesse della Società, nel rispetto delle disposizioni di legge e regolamentari pro tempore vigenti e per il perseguimento delle finalità di cui alla presente proposta di delibera, ivi comprese le vendite sui mercati regolamentati, ai blocchi e mediante permuta o prestito titoli.

Si precisa altresì che, alla data odierna, Moncler detiene in portafoglio complessive n. 1.000.000 azioni proprie, pari allo 0,4% del capitale sociale.

Per ogni ulteriore informazione circa la proposta di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, si rinvia alla relazione illustrativa degli amministratori, che sarà pubblicata nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente;

- Il Consiglio di Amministrazione ha infine conferito mandato al Presidente per convocare l'Assemblea ordinaria e straordinaria degli Azionisti in unica convocazione il 20 aprile 2016, come indicato nel calendario degli eventi societari per l'esercizio 2016. L'avviso di convocazione dell'Assemblea e la documentazione inerente saranno pubblicati nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente;
- Il Consiglio di Amministrazione in data odierna ha altresì approvato il pagamento degli incentivi annuali di breve periodo (MBO) relativi all'anno 2015, in favore degli Amministratori esecutivi e Dirigenti con responsabilità strategiche; le ulteriori informazioni di dettaglio saranno riportate in allegato alla Relazione sulla Remunerazione.

Tutti i documenti saranno messi a disposizione del pubblico, nei termini di legge, presso la sede sociale Moncler in Via Enrico Stendhal n. 47, Milano, sul meccanismo di stoccaggio, autorizzato da Consob "1info" (www.1info.it), e nelle apposite sezioni del sito internet della società (www.monclergroup.com, sezione "Investor\Documenti Finanziari" e sezione "Governance\Assemblea degli Azionisti").

Tabelle Riassuntive - Consolidato

Conto economico consolidato				
(Migliaia di Euro)	Esercizio 2015	% sui ricavi	Esercizio 2014	% sui ricavi
Ricavi	880.393	100,0%	694.189	100,0%
% crescita	+27%		+20%	
Costo del Venduto	(225.495)	(25,6%)	(192.524)	(27,7%)
Margine Lordo	654.898	74,4%	501.665	72,3%
Spese di vendita	(253.448)	(28,8%)	(182.966)	(26,4%)
Spese generali e amministrative	(79.535)	(9,0%)	(66.043)	(9,5%)
Spese di pubblicità	(57.847)	(6,6%)	(46.072)	(6,6%)
EBIT Adjusted	264.068	30,0%	206.584	29,8%
% crescita	+28%		+20%	
Costi non ricorrenti ⁵	(11.389)	(1,3%)	(5.034)	(0,7%)
EBIT	252.679	28,7%	201.550	29,0%
% crescita	+25%		+21%	
Proventi/(oneri) finanziari ⁶	(1.708)	(0,2%)	(6.064)	(0,9%)
Utile ante imposte	250.971	28,5%	195.486	28,2%
Imposte sul reddito	(83.061)	(9,4%)	(65.377)	(9,4%)
Aliquota fiscale	33,1%		33,4%	
Utile di Gruppo	167.910	19,1%	130.109	18,7%
Risultato di Terzi	(47)	(0,0%)	229	0,0%
Utile Netto	167.863	19,1%	130.338	18,8%
% crescita	+29%		+71%	
<hr/>				
EBITDA Adjusted	300.027	34,1%	232.860	33,5%
% crescita	+29%		+21%	

⁵ Includono costi non monetari relativi ai piani di *stock options* e altri costi associati alla cessione della Divisione Altri Marchi.

⁶ Esercizio 2015: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 3.983 migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (5.691) migliaia.
Esercizio 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 5.782 migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (11.846) migliaia.

Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata

(Migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014
Immobilizzazioni immateriali	423.596	414.353
Immobilizzazioni materiali	102.234	77.254
Altre attività/(passività) non correnti nette	13.671	(14.706)
Totale attività/(passività) non correnti nette	539.501	476.901
Capitale circolante netto	110.876	97.091
Altre attività/(passività) correnti nette	(43.683)	(34.041)
Totale attività/(passività) correnti nette	67.193	63.050
Capitale investito netto	606.694	539.951
Indebitamento finanziario netto	49.595	111.155
Fondo TFR e altri fondi non correnti	10.292	8.222
Patrimonio netto	546.807	420.574
Totale fonti	606.694	539.951

Rendiconto finanziario consolidato riclassificato

(Migliaia di Euro)	Esercizio 2015	Esercizio 2014
EBITDA <i>Adjusted</i>	300.027	232.860
Variazioni del capitale circolante netto	(13.785)	(50.175)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(16.665)	25.129
Investimenti netti	(66.187)	(49.556)
Cash Flow della gestione operativa	203.390	158.258
Proventi/(Oneri) finanziari	(1.708)	(6.064)
Imposte sul reddito	(83.061)	(65.377)
Free Cash Flow	118.621	86.817
Dividendi pagati	(30.484)	(28.632)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(26.577)	1.720
Net Cash Flow	61.560	59.905
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	111.155	171.060
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	49.595	111.155
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	61.560	59.905

Table Riassuntive – Moncler S.p.A.

Conto economico Moncler S.p.A.				
(Migliaia di Euro)	Esercizio 2015	% sui ricavi	Esercizio 2014	% sui ricavi
Ricavi	147.114	100,0%	116.658	100,0%
Spese generali e amministrative	(14.123)	(9,6%)	(10.940)	(9,4%)
Spese di pubblicità	(27.439)	(18,7%)	(23.497)	(20,1%)
Costi non ricorrenti	(2.490)	(1,7%)	(2.023)	(1,7%)
EBIT	103.062	70,1%	80.198	68,7%
Proventi/(oneri) finanziari	(1.880)	(1,3%)	7.558	6,5%
Utile ante imposte	101.182	68,8%	87.756	75,2%
Imposte sul reddito	(24.280)	(16,5%)	(23.580)	(20,2%)
Utile Netto	76.902	52,3%	64.176	55,0%

Situazione patrimoniale e finanziaria riclassificata Moncler S.p.A.

(Migliaia di Euro)	31/12/2015	31/12/2014
Immobilizzazioni immateriali	226.545	225.081
Immobilizzazioni materiali	831	934
Partecipazioni	222.534	220.814
Altre attività/(passività) non correnti nette	(61.671)	(68.581)
Totale attività/(passività) non correnti nette	388.239	378.248
Capitale circolante netto	33.471	(15.346)
Altre attività/(passività) correnti nette	(27.831)	(22.952)
Totale attività/(passività) correnti nette	5.640	(38.298)
Capitale investito netto	393.879	339.950
Indebitamento finanziario netto	69.925	70.806
Fondo TFR e altri fondi non correnti	442	469
Patrimonio netto	323.512	268.675
Totale fonti	393.879	339.950

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

Domenico Galluccio

Press Office

Tel. +39 02 42203540

domenico.galluccio@moncler.com

Italy: Image Building

Simona Raffaelli – Emanuela Borromeo

Tel. +39 02 89011300

moncler@imagebuilding.it

International: Teneo Strategy

Laura Gilbert – Gayden Metcalfe

Tel. +44 20 7240 2486

moncler@teneostrategy.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.