



MONCLER: RICAVI A EURO 310M NEL Q1 2020 IN CALO DEL 18% PER GLI IMPATTI DEL COVID-19. IMPLEMENTATI PIANI ED AZIONI A PROTEZIONE DEI DIPENDENTI E DEL BUSINESS

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato l'Interim Management Statement relativo al primo trimestre 2020⁽¹⁾

- **I risultati del primo trimestre 2020 hanno risentito delle stringenti misure di contenimento per contrastare la diffusione del nuovo coronavirus Covid-19 adottate dai governi dei diversi Paesi in cui opera il Gruppo**
- **Ricavi consolidati: Euro 310,1 milioni, -18% a tassi di cambio correnti e costanti, rispetto a Euro 378,5 milioni nel primo trimestre 2019**
- **Ricavi retail: Euro 236,3 milioni, -19% a tassi di cambio correnti e costanti, rispetto a Euro 291,4 milioni nel primo trimestre 2019**
- **Ricavi wholesale: Euro 73,8 milioni, -15% a tassi di cambio correnti e costanti, rispetto a Euro 87,1 milioni nel primo trimestre 2019**
- **Conferiti i poteri al Presidente e Amministratore Delegato per riconvocare l'Assemblea Ordinaria e Straordinaria degli Azionisti per l'11 giugno 2020**
- **Revocata la proposta di distribuzione dei dividendi sugli utili 2019**
- **Rinuncia del compenso variabile e destinazione ad attività benefiche del compenso fisso per l'esercizio 2020 da parte del Presidente e Amministratore Delegato Remo Ruffini; rinuncia dei compensi variabili sempre per l'esercizio 2020 da parte degli altri Amministratori Esecutivi**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Questi tre mesi saranno ricordati come uno spartiacque tra “il prima” ed “il dopo”. Ci siamo trovati di fronte ad un “nemico” sconosciuto, veloce e globale. Abbiamo capito che per affrontarlo servivano azioni eccezionali e tempestive. Adesso, dopo diverse settimane di emergenza sanitaria, dobbiamo pensare al dopo, alla ripartenza. E dobbiamo farlo anche cogliendo l'opportunità che ci viene offerta di ripensare il sistema a tutti i livelli.

È proprio questo che oggi sto chiedendo alle mie persone. Sono molto orgoglioso di come tutta l'Azienda ha da subito reagito di fronte a questa crisi: dopo 24 trimestri di crescita a doppia cifra non è facile trovarsi a fronteggiare una perdita di fatturato importante, avere oltre la metà del network di negozi chiusi e forti discontinuità nella catena produttiva e logistica. Abbiamo prontamente messo in sicurezza i processi essenziali e agito per ridurre il rischio di invenduto. Abbiamo imparato a lavorare in *smart-working* in un weekend. Ci siamo sentiti ancora più

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata, non sottoposti a revisione contabile

vicini, seppur distanti, attivando un “Energy Plan” per le nostre persone a casa. Abbiamo comunicato con il cliente anche attraverso i nostri valori. È l’essenza di un brand che emerge in questi momenti, e la nostra unicità ed energia penso siano emerse forti.

Da sempre “Brand first” e “cash is king” hanno indirizzato le scelte finanziarie di Moncler, permettendoci oggi di guardare al futuro, seppur molto difficile e incerto, con maggiore fiducia. È proprio questo rigore finanziario che mi ha portato a sostenere la proposta del Consiglio di Amministrazione di revocare il pagamento del dividendo per l’esercizio 2019, una scelta non necessaria, ma penso doverosa. Il nostro compito oggi è quello di costruire un futuro più solido per Moncler, per le sue persone e per tutti gli stakeholder. Ripartiamo da un Brand forte e da una strategia chiara, ma anche con risorse adeguate a perseguire obiettivi sfidanti e, non da ultimo, con persone capaci e motivate a portarli a compimento. Solo così possiamo continuare ad evolverci migliorando. Queste sono le fondamenta della Moncler di ieri, i cardini di oggi e, ancor di più, i pilastri di domani.”

Milano, 22 aprile 2020 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l’“Interim Management Statement” relativo al primo trimestre dell’esercizio 2020.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel corso del primo trimestre dell’esercizio 2020 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 310,1 milioni, in calo del 18% a tassi di cambio correnti e costanti** rispetto a Euro 378,5 milioni registrati nello stesso periodo del 2019. I risultati del primo trimestre sono stati penalizzati dagli effetti della pandemia del nuovo coronavirus Covid-19, che ha portato i governi di diversi stati nel mondo ad adottare misure eccezionali “di contenimento sociale” per limitarne la diffusione, chiudendo progressivamente tutte le attività non essenziali, incluse tra queste i negozi retail del Gruppo e tutti i punti vendita wholesale che distribuiscono prodotti Moncler, con conseguenze negative per entrambi i canali.

Ricavi per Area Geografica

	Primo Trimestre 2020		Primo Trimestre 2019		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	34.539	11,1%	45.752	12,1%	-24,5%	-24,5%
EMEA (escl. Italia)	101.187	32,6%	108.119	28,6%	-6,4%	-6,5%
Asia e Resto del Mondo	132.697	42,8%	171.124	45,2%	-22,5%	-22,9%
Americhe	41.686	13,5%	53.531	14,1%	-22,1%	-23,0%
Ricavi Totali	310.108	100,0%	378.525	100,0%	-18,1%	-18,4%

Nel primo trimestre 2020 Moncler ha registrato un decremento dei ricavi in tutte le aree geografiche.

L’Italia ha segnato un -25% dei ricavi nel trimestre. Tale performance è stata influenzata dalla chiusura totale di tutte le attività non essenziali a partire dal 9 marzo e da un’importante riduzione del traffico nel periodo precedente sempre a causa della diffusione del virus Covid-19.

In EMEA i ricavi sono diminuiti del 7% a tassi di cambio costanti con una performance che, seppur negativa in entrambi i canali, è stata più contenuta rispetto a quella di altre Regions. Il canale retail, in particolare, ha

beneficiario di una più graduale chiusura dei negozi e di un'ottima performance nelle prime settimane del trimestre. La Germania e il Medio-Oriente hanno sovraperformato la media della Regione.

In **Asia e Resto del Mondo** i ricavi del Gruppo sono diminuiti del 23%. Giappone e Corea hanno sovraperformato il resto della Regione, grazie ad una solida domanda locale e, in particolare in Corea, ai minori effetti negativi legati alla diffusione del Covid-19. Mentre Hong Kong SAR ha continuato a registrare risultati molto negativi. La Cina continentale, che da fine gennaio e per tutto il mese di febbraio è stata significativamente colpita dalle misure di contenimento della diffusione del virus, ha iniziato a marzo a mostrare alcuni segnali di ripresa.

Le **Americhe** hanno registrato una diminuzione dei ricavi del 23% a tassi di cambio costanti, a causa di una marcata riduzione del traffico e delle misure attuate dai Governi per far fronte all'emergenza sanitaria.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Trimestre 2020		Primo Trimestre 2019		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	236.335	76,2%	291.441	77,0%	-18,9%	-19,4%
Wholesale	73.773	23,8%	87.084	23,0%	-15,3%	-15,1%
Ricavi Totali	310.108	100,0%	378.525	100,0%	-18,1%	-18,4%

Il **canale retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 236,3 milioni rispetto a Euro 291,4 milioni nel primo trimestre dell'esercizio 2019, con un calo del 19% a tassi di cambio correnti e costanti, per effetto della già menzionata chiusura di una significativa parte della rete di negozi monomarca a gestione diretta (*Directly Operated Store, DOS*) e della forte riduzione del traffico in tutti i Paesi a seguito della pandemia da Covid-19. Positiva la performance dell'e-commerce.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 73,8 milioni, rispetto a Euro 87,1 milioni nel corso del primo trimestre del 2019, in calo del 15% a tassi di cambio correnti e costanti. Tale risultato incorpora gli effetti del rallentamento delle spedizioni e di altre azioni poste in essere per limitare il rischio di "overstocking" del canale stesso. In crescita il canale online anche nel wholesale (*e-tailer*).

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 marzo 2020, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **213 punti vendita diretti retail (DOS)**, in aumento di 4 unità rispetto al 31 dicembre 2019 e su **64 shop-in-shop (SiS) wholesale**, in linea con il numero registrato al 31 dicembre 2019.

Nel corso del primo trimestre 2020 Moncler ha inaugurato, tra gli altri, il primo negozio in Ucraina, a Kiev.

Alla fine di marzo, 111 DOS Moncler erano temporaneamente chiusi a causa delle misure imposte dai Governi per contenere la diffusione del Covid-19 a cui si aggiungono altri 19 negozi che sono stati chiusi temporaneamente nelle prime tre settimane di aprile.

	31/03/2020	31/12/2019	31/03/2019	Aperture nette I Trimestre 2020
Retail Monomarca	213	209	197	4
Italia	19	19	20	-
EMEA (escl. Italia)	57	56	55	1
Asia e Resto del Mondo	104	104	95	-
Americhe	33	30	27	3
Wholesale Monomarca	64	64	61	-

Aggiornamento Covid-19

Le misure eccezionali adottate dai governi di diversi Paesi nel mondo per contenere la diffusione del nuovo coronavirus Covid-19 hanno prodotto nel primo trimestre dell'esercizio 2020 effetti rilevanti in molti mercati e canali distributivi in cui opera Moncler.

Nel mese di gennaio e febbraio sono stati chiusi in Asia 12 negozi retail per una media di 30 giorni mentre nel mese di marzo non hanno operato 109 negozi retail, localizzati principalmente in EMEA e nelle Americhe, per una media di 15 giorni. Alla fine di marzo, 111 DOS erano temporaneamente chiusi a cui si aggiungono altri 19 negozi nelle prime tre settimane di aprile. Anche i punti vendita del canale wholesale sono stati sottoposti alle limitazioni imposte dai vari governi nelle diverse parti del mondo con effetti rilevanti anche sulla performance di questo canale.

A livello produttivo e logistico, la Società ha dovuto fronteggiare varie complessità principalmente legate alla creazione delle collezioni ed al reperimento di materie prime, oltre che difficoltà legate alla chiusura dei centri distributivi inclusi quelli per il business online.

Sin dalle prime notizie riguardanti la diffusione del Covid-19, la Società ha tempestivamente nominato al suo interno una *Task Force* dedicata alla gestione di questa emergenza, ed ha immediatamente implementato importanti azioni e chiare procedure atte a salvaguardare la salute dei propri dipendenti e a proteggere il business. Moncler conferma che i poteri del Presidente e Amministratore Delegato e degli altri Amministratori Esecutivi consentono al Gruppo di sovrintendere e attivare adeguatamente l'implementazione di tutte le iniziative atte a fronteggiare l'attuale situazione.

Tra le molteplici azioni intraprese, riassumiamo qui di seguito quelle di maggiore rilevanza.

Personale. È stato attivato lo *smart-working* progressivamente in tutti gli uffici regionali in cui sono state applicate le restrizioni sul distanziamento sociale e dal 23 febbraio anche per tutto il personale degli headquarter italiani. In tutte le sedi dove le attività sono continuate, Moncler ha adottato misure stringenti per garantire la sicurezza dei dipendenti. È stato mantenuto lo stesso livello salariale a tutti i dipendenti nel mondo anche se non attivamente impiegati. Sono state anche avviate le procedure per richiedere gli aiuti governativi, ove concessi. È stato inoltre attivato un insieme di attività multidisciplinari attraverso canali social media dedicati, per coinvolgere, mantenere connessi e non far sentire soli tutti i dipendenti del Gruppo attualmente a casa ("*Energy Plan*").

Brand e Clienti. In termini di comunicazione Moncler ha concentrato i propri investimenti prevalentemente sul canale digitale con un'evoluzione dei messaggi, allineandoli maggiormente al momento attuale ed ai valori Moncler, come con il progetto "*Warmly Moncler*". Il management ritiene, infatti, che continuare a parlare, coinvolgere e rimanere connessi con i clienti, in particolare con quelli locali, è oggi ancor più cruciale per ogni brand per superare, rafforzati, l'attuale crisi. È stato predisposto un piano dettagliato di azioni da intraprendere alla riapertura dei negozi Moncler.

Costi e Investimenti. Il digitale e l'e-commerce rimangono progetti prioritari e strategici per Moncler in cui si continuerà ad investire anche nel 2020. Tutti i progetti non essenziali ed alcuni progetti retail sono stati rinviati, portando a una riduzione del 30% degli investimenti previsti per l'anno. In termini di marketing, sono state sospese alcune campagne pubblicitarie ed alcuni eventi, inoltre sono stati ridotti i budget per i media tradizionali. In aggiunta, sono stati aperti tavoli di discussione con tutti i locatori dei negozi per rinegoziare i canoni di affitto. Infine, per preservare l'integrità del Marchio e limitare il "rischio magazzino", la Società ha immediatamente agito per ridurre la produzione delle collezioni AI 2020.

Dividendo. La forza del Marchio e la generazione di cassa hanno sempre guidato la gestione finanziaria di Moncler. Questo rigore manageriale, oggi ancor più importante, ha portato il Consiglio di Amministrazione di Moncler a decidere di proporre all'Assemblea dell'11 giugno c.a., la revoca del dividendo, una scelta di grande serietà che permetterà al Gruppo di fronteggiare più forte e solido questa crisi globale, la cui evoluzione e i conseguenti impatti sul business rimangono ancora altamente incerti.

Altre Delibere

Assemblea Ordinaria e Straordinaria dell'11 giugno 2020

Il Consiglio in data odierna ha conferito i poteri al Presidente e Amministratore Delegato per riconvocare, nel più ampio termine di 180 giorni dalla fine dell'esercizio, in unica convocazione per l'11 giugno 2020, l'Assemblea Ordinaria e Straordinaria degli Azionisti, originariamente convocata per il 22 aprile 2020 e revocata in data 23 marzo 2020 a fronte dell'emergenza Covid-19.

Al fine di ridurre al minimo i rischi connessi al permanere dell'emergenza, il Consiglio ha deliberato di avvalersi della facoltà stabilita dell'art. 106, comma 4, del Decreto Legge n. 18 del 17 marzo 2020, prevedendo che l'intervento dei soci in Assemblea avvenga esclusivamente tramite il rappresentante designato ai sensi dell'art. 135-*undecies* del d. lgs 24 febbraio 1998, n. 58, individuato in Spafid S.p.A..

Destinazione degli utili

Il Consiglio di Amministrazione, prendendo atto del cambiamento dello scenario economico globale e dell'evoluzione del quadro normativo successivamente alla seduta consiliare del 10 febbraio 2020, ha altresì deliberato in data odierna di modificare la proposta di distribuzione degli utili dell'esercizio 2019. Il Consiglio, infatti, ritiene che il perdurare dell'emergenza Covid-19 richieda l'adozione, anche in tema di dividendi, di un approccio prudentiale a tutela della solidità patrimoniale del Gruppo. Il Consiglio ha pertanto deliberato di revocare la proposta di distribuzione dei dividendi sugli utili dell'esercizio 2019 approvata il 10 febbraio 2020 e di proporre alla convocanda Assemblea degli Azionisti dell'11 giugno 2020 di riportare a nuovo l'utile dell'esercizio 2019, pari a Euro 157.649.576.

Decisioni del Presidente e Amministratore Delegato e degli Amministratori Esecutivi sui propri compensi per l'esercizio 2020

A margine delle decisioni adottate in data odierna, il Consiglio di Amministrazione ha preso infine atto:

1. della decisione comunicata dal Presidente e Amministratore Delegato, Remo Ruffini, di:
 - i. rinunciare al proprio eventuale compenso variabile relativo all'esercizio 2020;
 - ii. rinunciare fin d'ora alla possibile designazione, sempre per l'anno 2020, quale beneficiario del "Piano di Performance Shares 2020", in caso di approvazione del Piano da parte dell'Assemblea degli Azionisti il prossimo 11 giugno 2020, alla quale sarà sottoposto ai sensi dell'art. 114-bis TUF;
 - iii. aver destinato integralmente il proprio compenso fisso relativo all'esercizio 2020 ad iniziative benefiche in favore di enti ed istituzioni impegnati nell'emergenza Covid-19.
2. delle decisioni comunicate dagli altri Amministratori Esecutivi di rinunciare al proprio eventuale compenso variabile per l'esercizio 2020.

Il calendario finanziario pubblicato lo scorso 23 dicembre 2019 si intende modificato con l'indicazione del giorno 11 giugno 2020 quale data di Assemblea relativa all'approvazione del bilancio 2019, in luogo della data del 22 aprile 2020.

Il nuovo avviso di convocazione dell'Assemblea Ordinaria e Straordinaria, corredato da tutte le informazioni per l'intervento e il voto in Assemblea, le relazioni illustrative e tutta la restante documentazione inerente l'Assemblea, nella versione aggiornata tenuto conto delle deliberazioni adottate dall'odierno Consiglio di Amministrazione, saranno messe a disposizione del pubblico, nei termini e con le modalità di legge.

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

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investors

Paola Durante

Moncler Strategic Planning, Intelligence and IR Director

Tel. +39 02 42203560

investor.relations@moncler.com

Alice Poggioli

Moncler Investor Relations Manager

Tel. +39 02 42203658

investor.relations@moncler.com

Carlotta Fiorani

Moncler Investor Relations

Tel. +39 02 42203569

investor.relations@moncler.com

Media

Ufficio Stampa Moncler

Tel. +39 02 42203528

monclerpress@moncler.com

About Moncler

Moncler nasce a Monestier-de-Clermont, Grenoble, in Francia, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il Marchio ha affiancato negli anni allo stile una costante 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 abbigliamento e accessori a marchio Moncler tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store e multimarca internazionali.