



**RISULTATI 2020 IN SIGNIFICATIVO RECUPERO
NELLA SECONDA PARTE DELL'ANNO GRAZIE A CINA E ONLINE.
CONTINUA LA FORTE GENERAZIONE DI CASSA**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato il Progetto di Bilancio relativo all'esercizio 2020¹ i cui risultati, nonostante il perdurare degli effetti negativi legati alla pandemia, hanno registrato un deciso recupero nella seconda parte dell'anno a conferma della forza del brand Moncler e dell'efficacia del modello di business del Gruppo.

Nel dettaglio, l'esercizio 2020 ha visto:

- **Ricavi Consolidati:** Euro 1.440,4 milioni, -11% a tassi di cambio costanti e -12% a tassi di cambio correnti, rispetto a Euro 1.627,7 milioni dell'esercizio 2019. Nel quarto trimestre il fatturato è stato pari a Euro 675,3 milioni (+8% a tassi di cambio costanti e +7% a tassi di cambio correnti)
- **Comparable Store Sales Growth²:** -18% (-9% nel secondo semestre)
- **EBIT:** Euro 368,8 milioni con un'incidenza sui ricavi del 25,6% rispetto a 30,2% nell'esercizio 2019. Nel secondo semestre il margine operativo è stato pari al 39,0% rispetto al 36,8% nel secondo semestre 2019
- **Utile Netto:** Euro 300,4 milioni rispetto a Euro 358,7 milioni dell'esercizio precedente, con un'incidenza sui ricavi del 20,9% (22,0% nel FY 2019). Nel secondo semestre il margine netto è stato pari al 32,0% rispetto al 27,3% nel secondo semestre 2019, anche grazie ad un beneficio fiscale contabilizzato nella seconda parte dell'anno
- **Posizione Finanziaria Netta:** Euro 855,3 milioni al 31 dicembre 2020, rispetto a Euro 662,6 milioni al 31 dicembre 2019. Al 31 dicembre 2020, le *lease liabilities* sono state pari a Euro 640,3 milioni rispetto a Euro 639,2 milioni al 31 dicembre 2019

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre:

- **Proposto un dividendo di Euro 0,45 per azione, pari a complessivi Euro 113,7 milioni³**
- **Approvato i risultati preliminari della Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2020**

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: i dati includono gli impatti dell'implementazione del nuovo principio contabile IFRS 16, se non diversamente specificato. La posizione finanziaria netta esclude i debiti finanziari per leasing. Numeri arrotondati al primo decimale.

² Il dato di *Comparable Store Sales Growth* considera i DOS (esclusi i *factory outlet*) aperti da almeno 52 settimane e il negozio online; esclude dal calcolo i negozi che sono stati ampliati e/o rilocati.

³ Tenuto conto di 252.766.821 azioni, pari al numero di azioni emesse al 31 dicembre 2020 al netto delle azioni proprie detenute dalla Società, soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo di azioni proprie per i piani di incentivazione azionaria e per l'eventuale futuro aumento di capitale sociale riservato relativo all'operazione con i soci di Sportswear Company S.p.A.

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Il 2020 rimarrà impresso nella storia di tutti noi, e penso, ancor di più in quella di Moncler. Riassumere i tanti pensieri, le emozioni e le azioni di questi mesi potrebbe essere riduttivo, e io amo guardare avanti, al futuro. Ma penso sia importante soffermarsi sui momenti cruciali, quelli in cui si agisce con coraggio quando lo scenario diventa imprevedibile. È proprio questa la forza che ci ha guidati in questi mesi e, in particolare, nelle importanti ultime settimane del 2020.

Trovarsi a novembre, dopo alcuni mesi di timidi entusiasmi e speranze, di nuovo nell’incertezza dei dati di contagio in aumento, dei *lockdown*, e dell’impossibilità di pianificare, ci ha spinto, ancora una volta, a mettere in campo una grande capacità di reazione, senza la quale oggi non commenteremmo dei risultati che ritengo eccezionali. Nel 2020 il fatturato di Moncler è stato pari a Euro 1.440 milioni, con un calo dell’11% e con una decisa accelerazione nella seconda parte dell’anno, soprattutto nel quarto trimestre, in crescita dell’8%. L’utile operativo è stato pari a Euro 369 milioni con un margine sul fatturato del 26%. La cassa netta ha superato gli 850 milioni di Euro. Abbiamo inoltre mantenuto alta l’attenzione sui temi di sostenibilità e sugli impegni contenuti nel piano *Moncler Born to Protect*.

Gli ultimi mesi del 2020 rimarranno nella storia di Moncler anche perché, in un momento così difficile per l’Italia e per il mondo, abbiamo annunciato l’operazione con Stone Island. Un’unione che ho voluto e cercato, diventata possibile grazie alla visione condivisa di due imprenditori, Carlo Rivetti ed io, con gli stessi ideali, la stessa passione, il medesimo amore per le proprie aziende. Con Stone Island, il Gruppo Moncler diventa più forte nel crescente segmento del nuovo lusso, che è comunità, esperienza, contaminazione. È *“beyond luxury”*. Inizia un nuovo cammino, sfidante, ma soprattutto entusiasmante. E penso che, assieme a Carlo, e a tutte le persone di Stone Island e di Moncler, lo sapremo rendere unico”.

Milano, 18 febbraio 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Progetto di Bilancio relativo all’esercizio 2020.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nell’esercizio 2020 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 1.440,4 milioni**, rispetto a Euro 1.627,7 milioni nell’esercizio 2019, in diminuzione dell’11% a tassi di cambio costanti e del 12% a tassi di cambio correnti. Nel quarto trimestre, nonostante il perdurare degli effetti negativi legati alle azioni di contenimento della pandemia, il Gruppo ha realizzato un fatturato pari a Euro 675,3 milioni in crescita dell’8% a tassi di cambio costanti e del 7% a tassi di cambio correnti, grazie soprattutto alla forte espansione del mercato cinese, alla crescita di Corea e Giappone ed all’eccellente performance del business online.

Ricavi per Area Geografica

	Esercizio 2020		Esercizio 2019		Variazione %	
	(Euro/000)	%	(Euro/000)	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Asia	717.860	49,8%	715.244	43,9%	+0%	+2%
EMEA (escl. Italia)	379.538	26,3%	463.530	28,5%	-18%	-18%
Italia	122.345	8,6%	184.989	11,4%	-34%	-34%
Americhe	220.666	15,3%	263.942	16,2%	-16%	-15%
Ricavi Totali	1.440.409	100,0%	1.627.704	100,0%	-12%	-11%

L'Asia ha registrato una performance positiva, in crescita del 2% a tassi di cambio costanti nell'esercizio 2020 e del 26% nel quarto trimestre. La Cina continentale ha guidato i risultati della *Region* con tassi di crescita fortemente a doppia cifra ed in accelerazione negli ultimi mesi dell'anno, seguita da Corea e Giappone entrambi in ulteriore sviluppo nel quarto trimestre.

In EMEA (escl. Italia), nell'esercizio 2020, i ricavi sono diminuiti del 18%, a tassi di cambio sia costanti che correnti, con una performance in leggero miglioramento nel quarto trimestre (-13%) supportata da una buona domanda locale che, nonostante alcune chiusure temporanee dei negozi, ha parzialmente bilanciato l'assenza di turisti. Germania, Scandinavia e Russia, anche nel corso del quarto trimestre, hanno registrato la migliore performance, con ottimi risultati in entrambi i canali.

L'Italia ha registrato ricavi in calo del 34%, un trend continuato anche nel quarto trimestre. Tale risultato è stato influenzato in maniera importante dalle stringenti misure di contenimento messe in atto per contenere l'epidemia da Covid-19, che hanno non solo limitato l'afflusso dei turisti, ma anche portato alla chiusura prolungata di negozi. Tali effetti sono continuati negli ultimi mesi dell'anno quando i principali negozi italiani sono stati chiusi per diversi giorni durante novembre e dicembre, mesi particolarmente importanti per il business di Moncler.

Le Americhe hanno registrato un calo del fatturato del 15% a tassi di cambio costanti e del 16% a tassi di cambio correnti, in ripresa nel corso del quarto trimestre (+5% a tassi di cambio costanti), con performance positive in entrambi i canali.

Ricavi per Canale Distributivo

	Esercizio 2020		Esercizio 2019		Variazione %	
	(Euro/000)	%	(Euro/000)	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	1.089.496	75,6%	1.256.918	77,2%	-13%	-12%
Wholesale	350.913	24,4%	370.787	22,8%	-5%	-5%
Ricavi Totali	1.440.409	100,0%	1.627.704	100,0%	-12%	-11%

Nel corso dell'esercizio 2020 il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 1.089,5 milioni rispetto a Euro 1.256,9 milioni nell'esercizio 2019, in calo del 12% a tassi di cambio costanti, a causa delle misure restrittive per limitare la diffusione del virus imposte dai diversi governi nel mondo durante tutto il 2020 e la conseguente ripetuta chiusura dei negozi. In deciso miglioramento i risultati del quarto trimestre (+5% a tassi di cambio costanti) guidati dai mercati asiatici, in particolare da quello cinese, che ha segnato tassi di crescita a doppia cifra in forte accelerazione nel quarto trimestre, e dall'e-commerce.

I ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*Comparable Store Sales Growth - CSSG*) sono diminuiti del 18%, a causa dei ripetuti *lockdown* e degli effetti negativi sul traffico legati alla pandemia. Nel secondo semestre il CSSG è stato del -9%.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 350,9 milioni rispetto a Euro 370,8 milioni nell'esercizio 2019, in diminuzione del 5% a tassi di cambio costanti e correnti, con un quarto trimestre in crescita a doppia cifra (+31% a tassi di cambio costanti). Il miglioramento progressivo dei risultati nella seconda parte dell'anno, e in particolare nell'ultimo trimestre, è stato guidato da importanti riordini, da un diverso *timing* nelle spedizioni delle collezioni Autunno/Inverno e dall'ottima performance degli *e-tailer*.

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 dicembre 2020, la rete di **negozi monomarca Moncler** si compone di **219 punti vendita diretti (DOS)**, in aumento di 10 unità rispetto al 31 dicembre 2019, di cui 2 negozi aperti nel quarto trimestre, e di **63 punti vendita wholesale (shop-in-shop)** in diminuzione di 1 unità rispetto al 31 dicembre 2019, considerando anche 5 conversioni da wholesale a retail.

	31/12/2020	30/09/2020	31/12/2019	Aperture nette Esercizio 2020
Retail Monomarca	219	217	209	10
Asia	104	104	104	-
EMEA (escl. Italia)	61	59	56	5
Italia	19	19	19	-
Americhe	35	35	30	5
Wholesale Monomarca	63	63	64	(1)

Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati

Nell'esercizio 2020, il **marginе lordo** consolidato è stato pari a **Euro 1.089,6 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 75,6% rispetto al 77,7% dell'esercizio 2019. Nel secondo semestre il margine lordo è stato pari al 78,1%, sostanzialmente allineato rispetto al 78,3% nel secondo semestre 2019. Nel corso del primo semestre del 2020 il margine lordo era stato negativamente influenzato dagli effetti della pandemia sui ricavi che aveva comportato importanti svalutazioni delle rimanenze dei prodotti Primavera/Estate 2020.

Nell'esercizio 2020 le **spese di vendita** sono state pari a **Euro 463,6 milioni**, con un'incidenza sui ricavi pari al 32,2%, rispetto al 30,0% nell'esercizio 2019. Nel corso del secondo semestre Moncler ha registrato un importante miglioramento dell'incidenza delle spese di vendita grazie al recupero di fatturato e ad un maggiore controllo sui costi relativi alla gestione dei negozi, in particolare a livello di affitti e personale. Le spese di vendita includono Euro 240,2 milioni di costi per affitti prima dell'applicazione dell'IFRS 16 (Euro 254,8 milioni nel 2019).

Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 173,4 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 12,0%, rispetto al 10,5% dell'esercizio 2019, anche in questo caso con un miglioramento della performance nella seconda parte dell'anno.

I piani di incentivazione azionaria, inclusi nelle spese di vendita, generali ed amministrative, sono stati pari a Euro 31,0 milioni rispetto a Euro 29,4 milioni nel 2019.

Le **spese di marketing** sono state pari a **Euro 83,8 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 5,8% inferiore rispetto al 7,0% dell'esercizio 2019, anche per effetto delle azioni di focalizzazione messe in atto a seguito della pandemia da Covid-19.

Gli ammortamenti, escludendo quelli relativi ai diritti d'uso, sono stati pari a Euro 80,2 milioni, in aumento del 15% rispetto a Euro 70,0 milioni dell'esercizio 2019, con un'incidenza sui ricavi del 5,6% rispetto al 4,3% dell'esercizio precedente.

L'**EBIT** è stato pari a **Euro 368,8 milioni**, in diminuzione del 25% rispetto a Euro 491,8 milioni nell'esercizio 2019, con un'incidenza percentuale sui ricavi del 25,6% rispetto al 30,2% dell'esercizio 2019. Nel secondo

semestre l'EBIT è stato pari a Euro 404,3 milioni, con un'incidenza sul fatturato pari al 39,0% rispetto al 36,8% nel secondo semestre 2019. Un risultato che conferma l'efficacia delle azioni prontamente poste in essere per affrontare gli effetti della pandemia, e la capacità di concentrarsi sulle attività di rafforzamento del Brand e di sviluppo di lungo periodo del Gruppo.

Nell'esercizio 2020 il risultato della gestione finanziaria è stato negativo e pari a Euro 23,3 milioni rispetto a Euro 21,1 milioni nello stesso periodo del 2019, comprensivo di passività per leasing derivanti dall'applicazione dell'IFRS 16 pari a Euro 22,0 milioni nel 2020 (Euro 20,2 milioni nel 2019).

Il *tax rate* dell'esercizio 2020 è stato pari al 13,1%, rispetto al 23,8% nell'esercizio 2019. Nell'esercizio 2020 Moncler ha potuto beneficiare di un minore *tax rate*, grazie alla contabilizzazione di benefici fiscali straordinari legati al riallineamento del valore fiscale del marchio Moncler previsto dall'articolo 110 del Decreto Legge n. 104/2020, "Decreto Agosto". Tale beneficio fiscale si esaurisce nell'esercizio 2020 e quindi dal 2021 il Gruppo tornerà ad un *tax rate* normalizzato.

L'**utile netto** è stato pari a **Euro 300,4 milioni nel 2020**, con un'incidenza sui ricavi del 20,9%, in diminuzione del 16% rispetto a Euro 358,7 milioni nell'esercizio 2019.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

Al 31 dicembre 2020, la **posizione finanziaria netta** è stata positiva e pari a **Euro 855,3 milioni**, rispetto a Euro 662,6 milioni al 31 dicembre 2019.

Come richiesto dal principio contabile IFRS 16, al 31 dicembre 2020 il Gruppo ha contabilizzato *lease liabilities* pari a Euro 640,3 milioni rispetto a Euro 622,9 milioni al 30 giugno 2020 e Euro 639,2 milioni al 31 dicembre 2019.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 165,0 milioni**, in aumento rispetto a Euro 128,2 milioni al 31 dicembre 2019, con un'incidenza sul fatturato pari all'11,5% rispetto al 7,9% al 31 dicembre 2019; tale incremento è prevalentemente riconducibile al maggior valore del magazzino generato dagli effetti della pandemia.

Nel corso dell'esercizio 2020, sono stati effettuati **investimenti netti per Euro 90,4 milioni**, in diminuzione rispetto a Euro 120,8 milioni nel 2019, poiché, a seguito della pandemia da Covid-19, Moncler ha deciso di posticipare alcuni progetti sia corporate che commerciali.

Il **free cash flow** nell'esercizio 2020 è stato pari a **Euro 195,5 milioni**, rispetto a Euro 340,0 milioni nell'esercizio 2019.

Fatti di Rilievo Avvenuti nel Secondo Semestre 2020

- **Firmato l'accordo di acquisto di Sportswear Company S.p.A, società detentrica del marchio Stone Island**

In data 6 dicembre 2020, il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato all'unanimità il progetto di aggregazione di Sportswear Company S.p.A. ("SPW"), società titolare del marchio Stone Island. L'accordo prevede che l'acquisizione da parte di Moncler della partecipazione abbia luogo sulla base di un controvalore pari a Euro 1.150 milioni calcolato sul 100% del capitale. Tale valore corrisponde a un multiplo di 16,6x l'EBITDA 2020A (pari a Euro 68 milioni con un margine del 28%). Il corrispettivo per l'acquisto delle azioni è previsto venga versato per cassa da Moncler, fermo restando che al closing i Soci SPW si sono impegnati a sottoscrivere, per un controvalore pari al 50% del corrispettivo, 10,7 milioni di azioni di nuova emissione Moncler valorizzate

in base agli accordi raggiunti in misura pari a Euro 37,51 per azione (che corrisponde al prezzo medio degli ultimi 3 mesi). È inoltre previsto che Carlo Rivetti, a seguito dell'esecuzione dell'operazione, entri a far parte del Consiglio di Amministrazione di Moncler. Poiché l'obiettivo di Moncler è quello di acquisire alla data del closing dell'operazione l'intero capitale sociale di SPW, l'accordo quadro definisce altresì un percorso volto a consentire, nel rispetto ed in esecuzione dei patti in essere tra i soci di SPW e del suo statuto, l'adesione all'operazione anche da parte di Temasek Holdings (Private) Limited, società internazionale di investimenti con sede a Singapore ("Temasek") che, attraverso un proprio veicolo di investimento, detiene la residua partecipazione pari al 30% del capitale sociale di SPW. Alla data odierna, tutte le parti coinvolte nella operazione di aggregazione stanno lavorando sulla finalizzazione degli accordi entro il 31 marzo 2021 per procedere al consolidamento di SPW in Moncler dall'1 aprile 2021.

- **Indici Dow Jones Sustainability World e Europe**

Per il secondo anno consecutivo Moncler si è posizionata al primo posto come *Industry Leader* del settore '*Textiles, Apparel & Luxury Goods*' negli indici *Dow Jones Sustainability World* e *Europe* e ha inoltre rinnovato il suo impegno per uno sviluppo sostenibile presentando il suo Piano di Sostenibilità *Moncler Born to Protect*.

- **Distribuzione selettiva wholesale**

A partire da novembre 2020, Moncler ha implementato, nell'ambito della propria distribuzione wholesale, un sistema di distribuzione selettiva volto a garantire, tra gli altri, un rafforzamento dei criteri adottati nella valutazione dei propri partners coerentemente con il prestigio del Marchio.

Fatti di Rilievo Avvenuti dopo la Chiusura dell'Esercizio

Nessun fatto di rilievo è avvenuto dopo la chiusura dell'esercizio.

Evoluzione Prevedibile della Gestione

Il 2021 sarà l'anno in cui Stone Island entra a far parte dell'azienda Moncler, un momento importante nella storia e nella strategia del Gruppo. Il 2021 sarà anche il secondo anno di pandemia da Covid-19, che molto probabilmente continuerà a influenzare le economie mondiali e la domanda di beni di lusso. Infatti, data anche l'attuale incertezza sui tempi per completare i piani di vaccinazione, si può ritenere che le misure atte a limitarne la diffusione possano rimanere in vigore per una buona parte dell'anno con possibili effetti negativi sia sul traffico locale che, soprattutto, su quello dei turisti.

Per l'esercizio 2021 il Gruppo continuerà a lavorare per mantenere una struttura organizzativa agile, flessibile e reattiva, perseguendo l'implementazione delle seguenti linee strategiche e con una forte focalizzazione sull'integrazione tra Stone Island e Moncler.

Consolidamento nel settore del "nuovo lusso". Con l'operazione Stone Island, il gruppo Moncler rafforza la propria capacità di essere interprete delle evoluzioni dei codici culturali delle nuove generazioni per continuare a svilupparsi all'interno dell'importante segmento del "nuovo lusso", un concetto caratterizzato da esperienzialità, inclusività, senso di appartenenza ad una comunità e contaminazione di significati e mondi diversi come quello dell'arte, della cultura, della musica e dello sport. Uniti dalla filosofia "*beyond fashion, beyond luxury*", i due Brand mettono a fattore comune culture imprenditoriali, manageriali, creative e di know-how tecnico e conoscenze di sostenibilità nel pieno rispetto dell'identità e dell'autonomia dei Marchi.

Nel corso dei prossimi mesi il Gruppo inizierà ad implementare le linee guida del piano di aggregazione di Sportswear Company (società che detiene il marchio Stone Island) in Moncler.

Rafforzamento della cultura digitale. Pensare, definire ed attuare la propria strategia in chiave digitale è un obiettivo sempre più importante per Moncler che crede nell'importanza della contaminazione tra tutte le divisioni

e, in particolare ritiene che il digitale sia non solo un importante strumento di vendita ma soprattutto il mezzo di attuazione delle proprie strategie presenti e future. Nel corso del 2021, Moncler concluderà l'importante progetto d'internalizzazione del proprio canale di vendita online in tutti i paesi in cui opera e lancerà un nuovo sito e-commerce con un'*experience* completamente rinnovata.

Sviluppo internazionale, consolidamento e controllo diretto dei mercati "core". Negli anni Moncler ha seguito una chiara strategia di crescita internazionale mantenendo sempre un forte controllo sul business. Con il brand Moncler, il Gruppo vuole continuare a sviluppare selettivamente i mercati internazionali e nel contempo consolidare la propria presenza nei mercati "core", anche attraverso la crescita attenta della rete di negozi monomarca retail, un controllato ampliamento della superficie media degli stessi e il rafforzamento del canale digitale. Nel contempo con il brand Stone Island, il Gruppo comincerà a lavorare per aumentare il controllo nei principali mercati ed inizierà uno sviluppo internazionale del business per rafforzarsi soprattutto in Asia e nelle Americhe.

Sviluppo sostenibile del business. Moncler persegue da sempre una strategia di sviluppo del business sostenibile e responsabile, allineata alle aspettative degli stakeholder e coerente con la propria strategia di lungo periodo. Un approccio che si basa non solo sull'impegno a porsi obiettivi sempre più sfidanti ma anche sulla consapevolezza che ogni azione ha degli impatti sulla società e l'ambiente dove operiamo. Nel corso del 2021, Moncler continuerà ad implementare le azioni e i progetti necessari per perseguire gli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità *Moncler Born to Protect* con focus su cinque macro aree di intervento: cambiamenti climatici, economia circolare, catena di fornitura responsabile, valorizzazione della diversità e supporto alle comunità locali.

Proposta di Destinazione degli Utili

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti il pagamento di un dividendo, relativo all'esercizio 2020, pari ad Euro 0,45 per azione ordinaria, per complessivi Euro 113,7 milioni⁴, con un *pay-out ratio* del 38% sull'utile netto consolidato.

Il dividendo verrà posto in pagamento in data 26 maggio 2021 (data stacco cedola 24 maggio 2021 e *record date* 25 maggio 2021).

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

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato il Bilancio d'Esercizio 2020 della Capogruppo Moncler S.p.A.

I ricavi sono stati pari a Euro 238,6 milioni nell'esercizio 2020, in diminuzione del 13% rispetto a Euro 273,3 milioni relativi all'esercizio 2019 ed includono sostanzialmente i proventi derivanti dalla concessione in licenza del marchio Moncler. Il calo dei ricavi riflette l'andamento del business del Brand dovuto agli effetti della pandemia da Covid-19.

Le spese generali ed amministrative, comprensive dei piani di incentivazione azionaria, si sono attestate a Euro 39,6 milioni pari al 16,6% del fatturato (13,7% nell'esercizio precedente). Le spese di marketing sono state pari ad Euro 40,1 milioni (Euro 45,4 milioni nell'esercizio 2019), pari al 16,8% dei ricavi, in linea rispetto all'esercizio 2019.

Nell'esercizio 2020, i proventi finanziari sono stati pari a Euro 68 mila, rispetto a oneri pari a Euro 403 mila nell'esercizio 2019.

⁴ Tenuto conto di 252.766.821 azioni emesse al 31 dicembre 2020 al netto delle azioni proprie direttamente detenute dalla Società, soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo di azioni proprie per i piani di incentivazione azionaria e per l'eventuale futuro aumento di capitale sociale riservato relativo all'operazione con i soci di Sportswear Company S.p.A

Nell'esercizio 2020, le imposte sul reddito sono state positive e pari a Euro 14,9 milioni (rispetto a Euro 32,4 milioni negativi nel 2019), per effetto del beneficio derivante dal riallineamento fiscale del marchio Moncler prevista dall'articolo 110 del Decreto Legge n. 104/2020, "Decreto Agosto".

L'utile netto è stato pari ad Euro 173,9 milioni, in crescita dell'10% rispetto a Euro 157,7 milioni nell'esercizio 2019.

Moncler S.p.A. ha riportato al 31 dicembre 2020 un patrimonio netto di Euro 747,4 milioni rispetto a Euro 543,2 milioni alla fine dell'esercizio precedente ed una posizione finanziaria netta positiva di Euro 115,4 milioni rispetto a Euro 73,8 milioni al 31 dicembre 2019, già comprensiva delle passività di leasing derivanti del principio contabile IFRS 16.

Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2020

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato i risultati preliminari della Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2020 predisposta come relazione distinta dal Bilancio d'Esercizio, in conformità a quanto previsto dal D. Lgs. 254/2016.

La Dichiarazione, redatta in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* (GRI Standards), descrive le attività più rilevanti svolte durante il 2020 in ambito sociale, ambientale ed economico e rende pubblico lo stato di avanzamento rispetto agli obiettivi del Piano di Sostenibilità *Moncler Born to Protect*, espressione della volontà del Gruppo di crescere e svilupparsi tenendo in considerazione gli interessi dei diversi stakeholder.

La Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2020 sarà resa pubblica sul sito internet del Gruppo entro i termini di legge.

Altre Delibere

Il Consiglio in data odierna ha deliberato di sottoporre all'Assemblea ordinaria degli Azionisti che sarà convocata per il 22 aprile 2021 l'autorizzazione – ai sensi e per gli effetti degli artt. 2357 e 2357-ter del codice civile, 132 del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e relative disposizioni di attuazione – per l'acquisto e la disposizione di azioni proprie della Società, previa revoca, per la parte rimasta ineseguita, della delibera di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, assunta dall'Assemblea ordinaria degli Azionisti in data 11 giugno 2020.

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, per le seguenti finalità: (i) sostegno della liquidità ed efficienza del mercato; (ii) conservazione per successivi utilizzi, ivi inclusi: corrispettivo in operazioni straordinarie, anche di scambio o cessione di partecipazioni da realizzarsi mediante permuta, conferimento o altro atto di disposizione e/o utilizzo, con altri soggetti, inclusa la destinazione al servizio di prestiti obbligazionari convertibili in azioni della Società o prestiti obbligazionari con warrant; e (iii) impiego a servizio di piani di compensi basati su strumenti finanziari ai sensi dell'articolo 114-bis del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 a favore di Amministratori, dipendenti o collaboratori della Società e/o delle società controllate, nonché da programmi di assegnazione gratuita di azioni agli azionisti.

L'autorizzazione verrà richiesta all'Assemblea per l'acquisto anche in più tranches, 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 al 10% del capitale sociale della Società; per gli acquisti effettuati ai sensi dell'art. 144-bis, comma 1, lett. c) del Regolamento Emittenti, l'autorizzazione verrà richiesta fino ad un numero massimo non complessivamente superiore al 5% del capitale sociale.

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 Delegato (UE) n. 1052 dell'8 marzo 2016 e delle prassi ammesse, ove applicabili. 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 proposta di delibera, ivi comprese le vendite sui mercati regolamentati, ai blocchi e mediante permuta o prestito titoli o assegnazione gratuita.

Si precisa altresì che, alla data odierna, Moncler detiene in portafoglio complessive n. 5.585.803 azioni proprie, pari allo 2,2% 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 in data odierna ha altresì approvato:

- la Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui Compensi Corrisposti 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 cui seconda Sezione verrà sottoposta al parere consultivo dell'Assemblea Ordinaria del 22 aprile 2021;
- la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari ai sensi dell'art. 123-*bis* del d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58;
- a seguito di verifica del raggiungimento degli obiettivi di *performance* relativi al primo ciclo di attribuzione del "*Piano di Performance Shares 2018-2020*", l'assegnazione delle azioni a titolo gratuito di cui sono beneficiari, tra gli altri, il Presidente e Amministratore Delegato, Remo Ruffini, l'Amministratore Esecutivo Luciano Santel, l'Amministratore Esecutivo Roberto Eggs ed i Dirigenti con Responsabilità Strategiche.

Tabelle Riassuntive

Conto Economico Consolidato dell'Esercizio 2020

(Euro/000)	Esercizio 2020	% sui ricavi	Esercizio 2019	% sui ricavi
Ricavi	1.440.409	100,0%	1.627.704	100,0%
<i>% anno su anno</i>	<i>-12%</i>		<i>+15%</i>	
Margine Lordo	1.089.634	75,6%	1.265.280	77,7%
Spese di vendita	(463.583)	(32,2%)	(488.759)	(30,0%)
Spese generali ed amministrative	(173.444)	(12,0%)	(171.570)	(10,5%)
Spese di marketing	(83.786)	(5,8%)	(113.152)	(7,0%)
EBIT	368.821	25,6%	491.799	30,2%
Proventi / (oneri) finanziari	(23.302)	(1,6%)	(21.072)	(1,3%)
Utile ante imposte	345.519	24,0%	470.727	28,9%
Imposte sul reddito	(45.153)	(3,1%)	(112.032)	(6,9%)
<i>Aliquota fiscale</i>	<i>13,1%</i>		<i>23,8%</i>	
Utile netto	300.351	20,9%	358.685	22,0%
<i>% anno su anno</i>	<i>-16%</i>		<i>+8%</i>	

Situazione Patrimoniale e Finanziaria Consolidata Riclassificata dell'Esercizio 2020

(Euro/000)	31/12/2020	31/12/2019
Immobilizzazioni immateriali	437.890	434.972
Immobilizzazioni materiali	212.189	212.917
Attività per il diritto di utilizzo	590.798	593.623
Altre attività / (passività) non correnti nette	177.817	90.658
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.418.694	1.332.170
Capitale circolante netto	165.011	128.166
Altre attività / (passività) correnti nette	(151.457)	(160.244)
Totale attività / (passività) correnti nette	13.554	(32.078)
Capitale investito	1.432.248	1.300.092
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	(855.275)	(662.622)
Debiti finanziari per leasing	640.251	639.207
TFR e altri fondi non correnti	20.135	17.139
Patrimonio netto	1.627.137	1.306.368
Totale fonti	1.432.248	1.300.092

Rendiconto Finanziario Consolidato Riclassificato dell'Esercizio 2020

(Euro/000)	Esercizio 2020	Esercizio 2019
EBIT	368.821	491.799
Ammortamenti	80.164	69.988
Altre variazioni non monetarie	12.411	13.021
Variazioni del capitale circolante netto	(36.845)	(24.959)
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	(91.895)	24.875
Investimenti netti	(90.369)	(120.848)
Cash Flow della gestione operativa	242.287	453.876
Proventi / (oneri) finanziari	(1.306)	(917)
Imposte sul reddito	(45.436)	(112.996)
Free cash flow	195.545	339.963
Dividendi pagati	-	(101.708)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(2.892)	(25.742)
Net cash flow	192.653	212.513
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	662.622	450.109
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	855.275	662.622
Variazione dell'Indebitamento finanziario netto	192.653	212.513

Moncler S.p.A.: Conto Economico dell'Esercizio 2020

(Euro/000)	Esercizio 2020	% sui ricavi	Esercizio 2019	% sui ricavi
Ricavi	238.601	100,0%	273.340	100,0%
Spese generali ed amministrative	(39.637)	(16,6%)	(37.503)	(13,7%)
Spese di marketing	(40.052)	(16,8%)	(45.383)	(16,6%)
EBIT	158.912	66,6%	190.454	69,7%
Proventi / (oneri) finanziari	68	0,0%	(403)	(0,1%)
Utile ante imposte	158.980	66,6%	190.051	69,5%
Imposte sul reddito	14.950	6,3%	(32.401)	(11,9%)
Utile netto	173.930	72,9%	157.650	57,7%

Moncler S.p.A.: Situazione Patrimoniale e Finanziaria Riclassificata dell'Esercizio 2020

(Euro/000)	31/12/2020	31/12/2019
Immobilizzazioni immateriali	225.635	225.507
Immobilizzazioni materiali	1.401	1.717
Partecipazioni	312.663	291.296
Altre attività / (passività) non correnti nette	161	(64.335)
Totale attività / (passività) non correnti nette	539.860	454.185
Capitale circolante netto	119.924	41.838
Altre attività / (passività) correnti nette	(26.223)	(25.511)
Totale attività / (passività) correnti nette	93.701	16.327
Capitale investito	633.561	470.512
Indebitamento Finanziario Netto / (cassa)	(115.416)	(73.806)
Fondo TFR e altri fondi non correnti	1.619	1.141
Patrimonio netto	747.358	543.177
Totale fonti	633.561	470.512

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 e 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 e 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.