



MONCLER S.P.A.: IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA
LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2019¹

**CONTINUA ANCHE NEL PRIMO SEMESTRE 2019 LA CRESCITA A DOPPIA CIFRA
DI TUTTI GLI INDICATORI ECONOMICI.
RICAVI +13% A CAMBI COSTANTI, UTILE NETTO +16%**

- **Ricavi Consolidati:** Euro 570,2 milioni, +13% a tassi di cambio costanti e +16% a tassi di cambio correnti, rispetto a Euro 493,5 milioni del primo semestre 2018
- **Retail *Comp-Store Sales Growth*:** +9%
- **EBITDA *Adjusted*:** Euro 143,6 milioni rispetto a Euro 123,9 milioni del primo semestre 2018, con un'incidenza sui ricavi del 25,2%
- **EBIT:** Euro 94,6 milioni rispetto a Euro 85,7 milioni del primo semestre 2018, con un'incidenza sui ricavi del 16,6%. Includendo gli effetti dell'IFRS 16, l'EBIT è pari a Euro 102,6 milioni con un'incidenza sui ricavi del 18,0%
- **Utile Netto di Gruppo:** Euro 71,3 milioni, in crescita del 16%, rispetto a Euro 61,6 milioni del primo semestre 2018, con un'incidenza sui ricavi del 12,5%. Includendo gli effetti dell'IFRS 16, l'utile netto è pari a Euro 70,0 milioni con un'incidenza sui ricavi del 12,3%
- **Cassa Netta:** Euro 395,7 milioni rispetto a Euro 450,1 milioni al 31 dicembre 2018 ed a Euro 243,9 milioni al 30 giugno 2018, dopo il pagamento dei dividendi per Euro 101,7 milioni e l'acquisto di azioni proprie per Euro 15,1 milioni. Includendo gli effetti IFRS 16, la posizione finanziaria netta è pari a Euro 166,2 milioni di debito.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: tutti i dati escludono gli impatti dell'implementazione del nuovo principio contabile IFRS 16, se non diversamente specificato; numeri arrotondati.

² Prima dei costi non-monetari relativi ai piani di incentivazione azionaria.

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Innovare per inventare ogni giorno il nostro futuro, andare oltre l’ordinario per scoprire il nostro straordinario, sperimentare continuamente nuovi modi di collaborazione per trovare il talento che è in ognuno di noi, questo è quello che chiedo ai miei collaboratori e che loro dimostrano ogni giorno. Il primo Hackathon di Moncler, una “maratona” lunga 24 ore, è stato un momento di grandissima tensione innovativa e molto emozionante per tutti noi con risultati che sono andati oltre ogni mia personale attesa. Vedere più di 450 persone Moncler, provenienti da diverse nazioni, da varie divisioni, e con differenti esperienze, lavorare assieme su tematiche rilevanti per il nostro futuro, mi ha reso ancora più convinto dell’unicità della nostra Azienda e della sua grande forza, come confermano anche i nostri risultati.

Nel primo semestre del 2019 abbiamo registrato un’ulteriore crescita a doppia cifra di tutti gli indicatori economici. Il fatturato è cresciuto del 13%, con una decisa accelerazione nel secondo trimestre (+18%), mentre l’utile netto è stato superiore a Euro 71 milioni in crescita del 16%. Significativa anche la performance dei principali indicatori patrimoniali, ad ulteriore conferma della bontà della nostra strategia e della solidità del business. Abbiamo sei mesi importanti davanti a noi, come sempre impegnativi, ma continuo a guardare con fiducia al futuro consapevole che il sentiero che stiamo percorrendo è ben tracciato”.

Dal 1 gennaio 2019 l’IFRS 16 richiede alle società di iscrivere a bilancio il diritto d’uso dei beni locati³ e la relativa passività corrispondente all’obbligo di effettuare pagamenti di leasing. Tali attività e passività derivanti dai contratti di leasing sono valutate sulla base del loro valore attuale. Essendo il 2019 il primo anno di implementazione di tale principio, i risultati del semestre vengono commentati escludendo l’IFRS 16, al fine di mantenere una base di confronto omogenea con il corrispondente periodo del 2018. Gli impatti relativi all’applicazione dell’IFRS 16 sono riportati nelle tabelle di raffronto in calce a questo documento.

Milano, 24 luglio 2019 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2019.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nei primi sei mesi del 2019 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 570,2 milioni**, rispetto a Euro 493,5 milioni registrati nello stesso periodo del 2018, in aumento del 13% a tassi di cambio costanti e del 16% a tassi di cambio correnti con un’importante accelerazione nel secondo trimestre (+18% a tassi di cambio costanti, +19% a tassi di cambio correnti).

³ Come definito dal principio contabile IFRS 16 pubblicato dallo IASB in data 13 gennaio 2016 e adottato dall’Unione Europea in data 9 novembre 2017.

Ricavi per Area Geografica

	Primo Semestre 2019		Primo Semestre 2018		Variazione %	
	(Euro/000)	%	(Euro/000)	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Italia	68.468	12,0%	63.343	12,8%	+8%	+8%
EMEA (escl. Italia)	168.897	29,6%	146.958	29,8%	+15%	+15%
Asia e Resto del Mondo	249.318	43,7%	210.443	42,6%	+18%	+15%
Americhe	83.563	14,7%	72.800	14,8%	+15%	+8%
Ricavi Totali	570.246	100,0%	493.544	100,0%	+16%	+13%

In **Italia** l'incremento dei ricavi è stato pari all'8%, soprattutto grazie all'importante crescita del canale *retail*.

In **EMEA** i ricavi sono aumentati del 15% a tassi di cambio costanti, con incrementi a doppia cifra in entrambi i canali ancora più marcati nel secondo trimestre. Regno Unito, Germania e Francia hanno guidato la crescita nel trimestre.

In **Asia e Resto del Mondo** i ricavi sono aumentati del 15% a tassi di cambio costanti in accelerazione nel secondo trimestre, spinti dall'importante contributo di Cina, Giappone e Corea.

Nelle **Americhe** i ricavi hanno registrato un aumento dell'8% a tassi di cambio costanti, grazie al contributo di entrambi i canali distributivi in entrambi i mercati principali.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Semestre 2019		Primo Semestre 2018		Variazione %	
	(Euro/000)	%	(Euro/000)	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	437.060	76,6%	376.851	76,4%	+16%	+13%
Wholesale	133.186	23,4%	116.693	23,6%	+14%	+12%
Ricavi Totali	570.246	100,0%	493.544	100,0%	+16%	+13%

Nel primo semestre, il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 437,1 milioni rispetto a Euro 376,8 milioni nel primo semestre 2018, con un incremento del 13% a tassi di cambio costanti, grazie ad una significativa crescita organica. L'e-commerce ha continuato a registrare tassi di crescita significativamente superiori alla media del canale.

I ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*Comp-Store Sales*)⁴ sono aumentati del 9%.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 133,2 milioni rispetto a Euro 116,7 milioni nel primo semestre 2018, in aumento del 12% a tassi di cambio costanti, guidato dallo sviluppo della rete di negozi monomarca e da *Moncler Genius*.

⁴ Il dato di *Comparable Store Sales Growth (CSSG)* 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.

Rete Distributiva Monomarca

Come già comunicato, a partire dal 31 dicembre 2018 è stato deciso di allineare il metodo di conteggio dei negozi alla gestione del business e conseguentemente si è stabilito di non contare separatamente negozi relativi ad uno stesso indirizzo anche se ubicati su piani/location diverse (divisi normalmente per uomo/donna/bambino) essendo gestiti come unica entità da Moncler. Per facilitare la lettura dei dati, nella tabella sottostante, oltre a riportare il numero di negozi con l'attuale metodo di conteggio, è stato riportato anche il numero di negozi al 30 giugno 2019 con il precedente metodo di conteggio.

Al 30 giugno 2019, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **196 punti vendita diretti retail (DOS)**, in aumento di 3 unità rispetto al 31 dicembre 2018 e su **60 shop-in-shop (SiS) wholesale**, in aumento di 5 unità rispetto al 31 dicembre 2018.

Nel corso del secondo trimestre 2019, Moncler ha convertito il negozio di Bloomingdale's NY da monomarca *wholesale* a *retail*.

Numero Negozi Monomarca

	30/06/2018	31/12/2018	30/06/2019	Aperture nette I semestre 2019	30/06/2019 ⁵
Retail Monomarca	185	193	196	3	226
Italia	18	20	19	(1)	22
EMEA (escl. Italia)	52	55	54	(1)	64
Asia e Resto del Mondo	90	91	95	4	110
Americhe	25	27	28	1	30
Wholesale Monomarca	49	55	60	5	81

Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati

Nei primi sei mesi del 2019, il **marginale lordo** consolidato di Moncler è stato pari a **Euro 437,0 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 76,6% rispetto al 76,0% dello stesso periodo del 2018. Il miglioramento del margine lordo è riconducibile prevalentemente allo sviluppo del canale *retail*. Il **marginale lordo** consolidato, con l'applicazione del nuovo principio contabile IFRS 16 è stato pari a **Euro 437,2 milioni** con un'incidenza sui ricavi del 76,7%.

Le **spese di vendita** sono state pari a **Euro 211,3 milioni**, con un'incidenza sui ricavi pari al 37,0%, rispetto a 36,2% del primo semestre 2018. Tale variazione è legata sia allo sviluppo della rete *retail* che ad un andamento delle spese di vendita nel primo semestre 2018 particolarmente favorevole, poi normalizzatosi nella seconda parte dell'anno. Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a **Euro 72,0 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 12,6%, sostanzialmente in linea con il primo semestre del 2018. Le **spese di marketing** ammontano a **Euro 42,9 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 7,5%, in leggero aumento rispetto al primo semestre dell'anno precedente (7,3%) anche a seguito di una diversa pianificazione delle spese tra i due semestri.

⁵ Calcolato usando il precedente metodo di conteggio dei negozi.

L'**EBITDA Adjusted** è stato pari a **Euro 143,6 milioni** in crescita del 16% rispetto a Euro 123,9 milioni del primo semestre del 2018, con un'incidenza percentuale sui ricavi del 25,2% (25,1% nel primo semestre del 2018). Tale risultato è legato principalmente al miglioramento del margine lordo. L'**EBITDA Adjusted** con l'applicazione del principio contabile IFRS 16 è stato pari a **Euro 199,0 milioni** con un'incidenza percentuale sui ricavi del 34,9%.

Gli ammortamenti sono stati pari a Euro 32,7 milioni, in aumento del 27% rispetto a Euro 25,7 milioni nel primo semestre del 2018, con un'incidenza sui ricavi del 5,7% in aumento rispetto allo stesso periodo del 2018 (5,2% dei ricavi). Tale incremento è sostanzialmente riconducibile agli investimenti legati allo sviluppo del canale *retail*.

I piani di incentivazione azionaria includono costi non monetari relativi ai piani di *performance shares* pari a Euro 16,3 milioni, rispetto a Euro 12,5 milioni nel primo semestre del 2018.

L'**EBIT** è stato pari a **Euro 94,6 milioni**, in aumento del 10% rispetto a Euro 85,7 milioni nel primo semestre del 2018, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 16,6% rispetto al 17,4% dell'anno precedente. La riduzione del margine operativo è sostanzialmente legata ad una diversa allocazione dei costi operativi tra i semestri. Nel 2018 l'andamento dei costi aveva maggiormente beneficiato il margine operativo nel primo semestre, nel 2019 il management si attende un andamento della marginalità più allineato ai trend storici. L'**EBIT** con l'applicazione del principio contabile IFRS 16 è stato pari a **Euro 102,6 milioni** con un'incidenza percentuale sui ricavi del 18,0%.

Nel primo semestre del 2019, il risultato della gestione finanziaria è stato negativo e pari a Euro 0,7 milioni, penalizzato da Euro 0,5 milioni di differenze cambio negative. Nello stesso periodo del 2018 il risultato della gestione finanziaria era negativo per Euro 0,9 milioni, influenzato da differenze cambio negative pari a Euro 0,4 milioni. Al netto delle perdite su cambi, gli oneri finanziari del primo semestre 2019 sono stati pari ad Euro 0,2 milioni, rispetto a Euro 0,5 milioni dello stesso periodo del 2018.

Il *tax rate* è stato pari a 24,0%, rispetto al 27,3% nel primo semestre del 2018. Tale diminuzione è principalmente riconducibile ai benefici fiscali legati al *Patent Box*.

Nel primo semestre del 2019, l'**utile netto di Gruppo** è stato pari ad **Euro 71,3 milioni**, in crescita del 16% rispetto a Euro 61,6 milioni nel primo semestre del 2018, e con un'incidenza sui ricavi del 12,5%, in linea con il primo semestre dell'anno precedente. L'**utile netto di Gruppo** con l'applicazione del principio contabile IFRS 16 è stato pari a **Euro 70,0 milioni** con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 12,3%.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

Al 30 giugno 2019, la **posizione finanziaria netta** è stata positiva e pari a Euro 395,7 milioni, rispetto a Euro 450,1 milioni al 31 dicembre 2018 e rispetto a Euro 243,9 milioni al 30 giugno 2018. Con l'applicazione del principio contabile IFRS 16 la posizione finanziaria netta al 30 giugno 2019 è negativa e pari a Euro 166,2 milioni.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 81,7 milioni**, rispetto a Euro 61,4 milioni al 30 giugno 2018, con un'incidenza sul fatturato degli ultimi dodici mesi pari al 5,5% (4,8% al 30 giugno 2018). L'aumento del capitale circolante netto riflette principalmente un aumento del magazzino materie prime e prodotti finiti relativi alle prossime stagioni.

Nel corso del primo semestre 2019, sono stati effettuati **investimenti netti** per **Euro 41,0 milioni**, in aumento rispetto al primo semestre del 2018, riconducibili agli investimenti per lo sviluppo della rete *retail* (Euro 17,0 milioni), per lo sviluppo della rete *wholesale* (Euro 2,1 milioni) e per investimenti nelle funzioni corporate (Euro 21,9 milioni). Questi ultimi sono principalmente legati agli investimenti in Information Technology, che includono

⁶ Prima dei costi non-monetari relativi ai piani di incentivazione azionaria.

anche gli investimenti per il lancio del sito e-commerce in Corea, e agli investimenti per lo sviluppo e l'automazione del centro logistico.

Il **free cash flow** del primo semestre del 2019 è stato positivo per Euro 71,0 milioni, rispetto a Euro 66,3 milioni nello stesso periodo del 2018.

Nel corso del semestre, sono stati pagati dividendi per un importo pari ad Euro 101,7 milioni (Euro 70,5 milioni nello stesso periodo del 2018) ed è stato completato un programma di acquisto di azioni proprie per Euro 15,1 milioni. Il Net Cash Flow è stato negativo per Euro 54,4 milioni rispetto a Euro 61,0 milioni nel primo semestre 2018.

Fatti di Rilievo Avvenuti nel corso del Primo Semestre 2019

- Moncler Japan

In data 29 marzo 2019 Moncler ha acquistato dal socio giapponese (Yagi Tsusho Limited, YTL) una quota della sua partecipazione in Moncler Japan Corporation (MJC) pari al 6% del capitale sociale, per un esborso di Euro 10,9 milioni. A seguito di questo secondo acquisto, Moncler controlla il 66% del capitale di MJC.

Come definito nell'accordo di modifica del *Joint Venture Agreement*, sottoscritto tra Moncler e YTL nel 2017, l'acquisto dell'intera quota di minoranza per un prezzo pari al valore pro-rata del patrimonio netto di MJC, è iniziato nel 2018 e si concluderà nel 2024.

- Acquisto di azioni proprie

In data 16 gennaio 2019, in esecuzione della delibera dell'Assemblea dei Soci del 16 aprile 2018, Moncler ha dato il via ad un programma di acquisto di azioni proprie per un numero massimo di 1.000.000 di azioni ordinarie Moncler S.p.A. (pari allo 0,4% del capitale sociale) poi conclusosi in data 20 febbraio 2019.

Alla data del 30 giugno 2019 Moncler S.p.A. detiene n. 5.669.803 azioni proprie, pari al 2,2% del capitale sociale.

- Dividendi

In data 16 aprile 2019 l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti ha approvato il Bilancio d'Esercizio di Moncler S.p.A. al 31 dicembre 2018 ed ha deliberato la distribuzione di un dividendo pari a Euro 0,40 per azione, con data di stacco della cedola il 20 maggio 2019 e di pagamento il 22 maggio 2019.

- Secondo ciclo di attribuzione di azioni del "Piano di Performance Shares 2018-2020"

In data 9 maggio 2019, il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., previo parere favorevole del Comitato per le Nomine e la Remunerazione, ha dato attuazione al secondo ciclo di attribuzione di azioni ordinarie Moncler relative al "Piano di Performance Shares 2018-2020", approvato dall'Assemblea dei Soci del 16 aprile 2018. In data 30 giugno 2019, il numero di azioni assegnate sono pari a 338.893 a favore di n. 52 nuovi beneficiari. Ai sensi del regolamento del suddetto Piano, a detti beneficiari verranno assegnate le azioni alla fine del *vesting period* triennale, qualora raggiunti gli obiettivi di performance fissati nel medesimo regolamento.

Fatti di Rilievo Avvenuti dopo il 30 giugno 2019

Non sono avvenuti fatti di rilievo dopo la chiusura del primo semestre 2019.

Evoluzione Prevedibile della Gestione

Per l'esercizio 2019, il management di Moncler prevede uno scenario di ulteriore crescita sulla base delle seguenti linee strategiche.

Rafforzamento del Brand. Unicità, coerenza al proprio heritage e capacità di innovarsi nella tradizione sono da sempre i pilastri sui quali si fonda la strategia di posizionamento del brand Moncler nel segmento dei beni di lusso. Questi pilastri sono e rimarranno fondamentali anche in futuro. Oggi il consumatore dei beni di lusso sta evolvendo a velocità sempre più elevate rispetto al passato. È anche per far fronte a tali cambiamenti che Moncler ha aperto un nuovo capitolo, *Moncler Genius – One House Different Voices*, che accompagnerà il Gruppo nel suo cammino di sviluppo futuro.

Focalizzazione sul consumatore. Avere un rapporto diretto con i propri clienti siano essi *retail, wholesale* o digitali, riuscire a coinvolgerli, offrire esperienze rilevanti in tutti i *touch point* e saperne intuire le aspettative, questi sono i capisaldi del rapporto che Moncler intende sviluppare con i propri clienti, in particolare con l'importante consumatore locale, in un'ottica di omnicanalità, per sostenere, e se possibile rafforzare, la crescita organica del Gruppo.

Sviluppo internazionale e consolidamento dei mercati "core". Negli anni Moncler ha seguito una chiara strategia di crescita internazionale mantenendo sempre un forte controllo sul business e un contatto diretto con il proprio cliente, sia esso *wholesale, retail* o digitale. Moncler vuole continuare a sviluppare selettivamente i mercati internazionali e nel contempo consolidare la propria presenza nei mercati "core", anche attraverso la crescita della rete di negozi monomarca *retail* (DOS), un controllato ampliamento della superficie media degli stessi, l'apertura di negozi monomarca *wholesale* (SiS), l'espansione del canale travel retail e il rafforzamento del canale digitale.

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.

Sviluppo sostenibile del business. Il Brand continua a rafforzare 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.

Tabelle Riassuntive

Impatti IFRS 16 sul Conto Economico Consolidato del Primo Semestre 2019

(Euro/000)	Primo Semestre 2019 incluso IFRS 16	% sui ricavi	Impatti IFRS 16	Primo Semestre 2019 escluso IFRS 16	% sui ricavi
Ricavi	570.246	100,0%	-	570.246	100,0%
% crescita	+16%			+16%	
Costo del Venduto	(133.094)	(23,3%)	150	(133.244)	(23,4%)
Margine Lordo	437.152	76,7%	150	437.002	76,6%
Spese di vendita	(203.669)	(35,7%)	7.582	(211.251)	(37,0%)
Spese generali ed amministrative	(71.725)	(12,6%)	287	(72.012)	(12,6%)
Spese di marketing	(42.865)	(7,5%)	-	(42.865)	(7,5%)
Piani di incentivazione azionaria	(16.275)	(2,9%)	-	(16.275)	(2,9%)
EBIT	102.618	18,0%	8.019	94.599	16,6%
% crescita	+20%			+10%	
Proventi / (oneri) finanziari	(10.496)	(1,8%)	(9.757)	(739)	(0,1%)
Utile ante imposte	92.122	16,2%	(1.738)	93.860	16,5%
Imposte sul reddito	(22.128)	(3,9%)	418	(22.546)	(4,0%)
Aliquota fiscale	24,0%			24,0%	
Utile Netto, incluso Risultato di Terzi	69.994	12,3%	(1.320)	71.314	12,5%
Risultato di Terzi	(5)	(0,0%)	-	(5)	(0,0%)
Utile Netto di Gruppo	69.989	12,3%	(1.320)	71.309	12,5%
% crescita	+14%			+16%	
EBITDA Adjusted	198.997	34,9%	55.408	143.589	25,2%
% crescita				+16%	

Conto Economico Consolidato del Primo Semestre 2019 rispetto al Primo Semestre 2018

(Euro/000)	Primo Semestre 2019 escluso IFRS 16	% sui ricavi	Primo Semestre 2018	% sui ricavi
Ricavi	570.246	100,0%	493.544	100,0%
<i>% crescita</i>	+16%		+21%	
Costo del Venduto	(133.244)	(23,4%)	(118.659)	(24,0%)
Margine Lordo	437.002	76,6%	374.885	76,0%
Spese di vendita	(211.251)	(37,0%)	(178.490)	(36,2%)
Spese generali ed amministrative	(72.012)	(12,6%)	(61.935)	(12,5%)
Spese di marketing	(42.865)	(7,5%)	(36.256)	(7,3%)
Piani di incentivazione azionaria	(16.275)	(2,9%)	(12.465)	(2,5%)
EBIT	94.599	16,6%	85.739	17,4%
<i>% crescita</i>	+10%		+35%	
Proventi / (oneri) finanziari ⁷	(739)	(0,1%)	(893)	(0,2%)
Utile ante imposte	93.860	16,5%	84.846	17,2%
Imposte sul reddito	(22.546)	(4,0%)	(23.124)	(4,7%)
<i>Aliquota fiscale</i>	24,0%		27,3%	
Utile Netto, incluso Risultato di Terzi	71.314	12,5%	61.722	12,5%
Risultato di Terzi	(5)	(0,0%)	(94)	(0,0%)
Utile Netto di Gruppo	71.309	12,5%	61.628	12,5%
<i>% crescita</i>	+16%		+47%	
EBITDA Adjusted	143.589	25,2%	123.916	25,1%
<i>% crescita</i>	+16%		+28%	

⁷ Primo Semestre 2019: utili/(perdite) su cambi pari a Euro (547) migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Euro (193) migliaia.
Primo Semestre 2018: utili/(perdite) su cambi pari a Euro (434) migliaia;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Euro (459) migliaia.

Impatti IFRS 16 sulla Situazione Patrimoniale e Finanziaria Consolidata Riclassificata del Primo Semestre 2019

(Euro/000)	30/06/2019 incluso IFRS 16	Impatti IFRS 16	30/06/2019 escluso IFRS 16
Immobilizzazioni immateriali	425.959	-	425.959
Immobilizzazioni materiali	184.837	-	184.837
Altre attività / (passività) non correnti nette	75.558	28.773	46.785
Attività per il diritto di utilizzo	511.472	511.472	-
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.197.826	540.245	657.581
Capitale circolante netto	81.724	-	81.724
Altre attività / (passività) correnti nette	(93.265)	(3.178)	(90.087)
Totale attività / (passività) correnti nette	(11.541)	(3.178)	(8.363)
Capitale investito	1.186.285	537.067	649.218
Indebitamento Finanziario Netto / (cassa)	(395.668)	-	(395.668)
Debiti finanziari per leasing	561.895	561.895	-
Fondo TFR e altri fondi non correnti	14.238	-	14.238
Patrimonio netto	1.005.820	(24.828)	1.030.648
Totale fonti	1.186.285	537.067	649.218

Situazione Patrimoniale e Finanziaria Consolidata Riclassificata del Primo Semestre 2019 rispetto all'Esercizio 2018

(Euro/000)	30/06/2019 escluso IFRS 16	31/12/2018	30/06/2018
Immobilizzazioni immateriali	425.959	424.402	425.136
Immobilizzazioni materiali	184.837	176.970	149.190
Altre attività / (passività) non correnti nette	46.785	35.858	33.036
Totale attività / (passività) non correnti nette	657.581	637.230	607.362
Capitale circolante netto	81.724	103.207	61.402
Altre attività / (passività) correnti nette	(90.087)	(108.231)	(30.903)
Totale attività / (passività) correnti nette	(8.363)	(5.024)	30.499
Capitale investito	649.218	632.206	637.861
Indebitamento Finanziario Netto / (cassa)	(395.668)	(450.109)	(243.900)
Fondo TFR e altri fondi non correnti	14.238	13.439	10.967
Patrimonio netto	1.030.648	1.068.876	870.794
Totale fonti	649.218	632.206	637.861

Impatti IFRS 16 sul Rendiconto Finanziario Consolidato Riclassificato del Primo Semestre 2019

(Euro/000)	Primo Semestre 2019 incluso IFRS 16	Impatti IFRS 16	Primo Semestre 2019 escluso IFRS 16
EBITDA Adjusted	198.997	55.408	143.589
Affitti IFRS 16	(55.408)	(55.408)	-
Variazioni del capitale circolante netto	21.483	-	21.483
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	(29.847)	-	(29.847)
Investimenti netti	(40.955)	-	(40.955)
Cash Flow della gestione operativa	94.270	-	94.270
Proventi / (oneri) finanziari	(739)	-	(739)
Imposte sul reddito	(22.546)	-	(22.546)
Free Cash Flow	70.985	-	70.985
Dividendi pagati	(101.708)	-	(101.708)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(23.718)	-	(23.718)
Impatti IFRS 16 nel periodo	(43.407)	(43.407)	-
First time adoption IFRS 16	(518.488)	(518.488)	-
Net Cash Flow	(616.336)	(561.895)	(54.441)
Posizione Finanziaria Netta all'inizio del periodo	450.109	-	450.109
Posizione Finanziaria Netta alla fine del periodo	(166.227)	(561.895)	395.668
Variazione della Posizione Finanziaria Netta	(616.336)	(561.895)	(54.441)

Rendiconto Finanziario Consolidato Riclassificato del Primo Semestre 2019 rispetto al Primo Semestre 2018

(Euro/000)	Primo Semestre 2019 escluso IFRS 16	Primo Semestre 2018
EBITDA Adjusted	143.589	123.916
Variazioni del capitale circolante netto	21.483	28.253
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	(29.847)	(27.351)
Investimenti netti	(40.955)	(34.537)
Cash Flow della gestione operativa	94.270	90.281
Proventi / (oneri) finanziari	(739)	(893)
Imposte sul reddito	(22.546)	(23.124)
Free Cash Flow	70.985	66.264
Dividendi pagati	(101.708)	(70.464)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(23.718)	(56.852)
Net Cash Flow	(54.441)	(61.052)
Posizione Finanziaria Netta all'inizio del periodo	450.109	304.952
Posizione Finanziaria Netta alla fine del periodo	395.668	243.900
Variazione della Posizione Finanziaria Netta	(54.441)	(61.052)

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:

Investors

Paola Durante

Moncler Strategic Planning, Intelligence and Investor Relations 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.