



MONCLER S.P.A.:
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE HA APPROVATO
IL PROGETTO DI BILANCIO RELATIVO ALL'ESERCIZIO 2014¹

**MONCLER: CONTINUA LA FORTE ESPANSIONE IN TUTTI I MERCATI INTERNAZIONALI.
FATTURATO CONSOLIDATO +20% A EUR 694M ED EBITDA IN AUMENTO DEL 21%,
SOLIDA GENERAZIONE DI CASSA NETTA PER EUR 60M**

- **Ricavi Consolidati: Euro 694,2 milioni, +20% rispetto a Euro 580,6 milioni del 2013; +21% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA *Adjusted*²: Euro 232,9 milioni, rispetto a Euro 191,7 milioni del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 33,5%**
- **EBIT *Adjusted*²: Euro 206,6 milioni, rispetto ad Euro 172,5 milioni del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 29,8%**
- **Utile Netto: Euro 130,3 milioni, rispetto ad Euro 76,1 milioni del 2013, con un'incidenza sui ricavi del 18,8%**
- **Indebitamento Finanziario Netto: Euro 111,2 milioni, rispetto a Euro 171,1 milioni al 31 dicembre 2013**
- **Proposto dividendo di Euro 0,12 per azione pari ad un *payout ratio* del 23%³**
- **Nuovo piano di stock option e proposta di autorizzazione all'acquisto di azioni proprie**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “Sono molto soddisfatto dei risultati raggiunti da Moncler nell'esercizio 2014 che hanno, ancora una volta, visto crescere a doppia cifra sia del fatturato che degli utili e una significativa generazione di cassa. Nel 2014 le vendite di Moncler sono cresciute del 20% raggiungendo i 694 milioni di euro, grazie all'ottima performance di entrambi i canali distributivi (*retail e wholesale*). In particolare, le vendite *retail* hanno beneficiato non solo del contributo dei nuovi negozi ma anche di un'importante crescita organica (+8% *comparable stores sales growth*) in accelerazione negli ultimi mesi dell'anno. Guardando al 2015, nonostante permangano nel mondo situazioni di incertezza, sono fiducioso sullo sviluppo del nostro marchio. La *brand perception* di Moncler si è rafforzata in tutti i mercati in cui operiamo, continuiamo a perseguire l'eccellenza in ogni cosa che facciamo a partire dal prodotto, e proseguiamo nel nostro progetto di sviluppo di un network di negozi *retail* di alta qualità. Attualmente abbiamo circa 20 nuove locations *secured* che saranno aperte nel corso dell'anno, tra cui un *flagship store* a Tokyo Ginza. Ma, come sempre, guardiamo a nuovi traguardi. Insieme a tutto il mio team, continuiamo a lavorare per fare sempre di più e sempre meglio”.

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

² Prima dei costi non ricorrenti (costi non-monetari pari ad Euro 5,0 milioni nell'esercizio 2014 principalmente relativi ai piani di stock option; costi pari ad Euro 6,1 milioni nell'esercizio 2013 principalmente legati al processo di quotazione)

³ Calcolato come rapporto tra dividendi complessivi ed Utile Netto Consolidato

Milano, 4 marzo 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il progetto di bilancio relativo all'esercizio 2014.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel corso dell'esercizio 2014 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 694,2 milioni**, in aumento **del 20% a tassi di cambio correnti**, rispetto a Euro 580,6 milioni registrati nel 2013, e **del 21% a tassi di cambio costanti**, in accelerazione rispetto ai primi nove mesi dell'anno.

Ricavi per Area Geografica

| | Esercizio 2014 | | Esercizio 2013 | | Variazione % | |
|---------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | € '000 | % | € '000 | % | Cambi correnti | Cambi costanti |
| Italia | 130.625 | 18,8% | 130.931 | 22,6% | 0% | 0% |
| EMEA (escl. Italia) | 232.743 | 33,5% | 200.413 | 34,5% | +16% | +16% |
| Asia e Resto del Mondo | 235.153 | 33,9% | 181.633 | 31,3% | +29% | +35% |
| Americhe | 95.668 | 13,8% | 67.600 | 11,6% | +42% | +42% |
| Ricavi Consolidati | 694.189 | 100,0% | 580.577 | 100,0% | +20% | +21% |

Nel corso dell'esercizio 2014, Moncler ha registrato una **performance di crescita a doppia cifra in tutti i mercati internazionali** in cui opera.

In particolare, nelle **Americhe** la società ha registrato una crescita del **42%** a tassi di cambio correnti e costanti. Gli ottimi risultati registrati nel Nord America (Stati Uniti e Canada) sono trainati sia dal canale *retail*, grazie anche alle 6 nuove aperture avvenute nel corso dell'anno, sia dal canale *wholesale*.

Continua la crescita dei ricavi Moncler in **Asia** (+35% a tassi di cambio costanti), grazie alle importanti performance conseguite in Cina e Giappone. A tassi di cambio correnti, i ricavi di questa regione hanno parzialmente risentito dell'andamento negativo dello Yen nei confronti dell'Euro.

Il fatturato in **EMEA** ha registrato una crescita a cambi correnti e costanti del **16%** grazie alle buone performance, tra gli altri, di Francia, Regno Unito e Germania.

In **Italia**, Moncler nel 2014 ha realizzato vendite in linea con l'anno precedente, grazie ai buoni risultati del canale *retail* che hanno compensato la performance del canale *wholesale*, influenzata dalla strategia di razionalizzazione della clientela.

Ricavi per Canale Distributivo

| | Esercizio 2014 | | Esercizio 2013 | | Variazione % | |
|---------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | € '000 | % | € '000 | % | Cambi correnti | Cambi costanti |
| Retail | 430.683 | 62,0% | 333.553 | 57,5% | +29% | +31% |
| Wholesale | 263.506 | 38,0% | 247.024 | 42,5% | +7% | +7% |
| Ricavi Consolidati | 694.189 | 100,0% | 580.577 | 100,0% | +20% | +21% |

Nel corso dell'esercizio 2014, Moncler ha registrato **una crescita in entrambi i canali distributivi**, particolarmente significativa nel canale retail.

Il **canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 430,7 milioni rispetto a Euro 333,6 milioni nel 2013, con un incremento del 29% a cambi correnti e del 31% a cambi costanti, grazie alla crescita dei negozi esistenti ed allo sviluppo della rete di negozi monomarca retail (Directly Operated Stores, DOS).

Nel corso del 2014, la crescita dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*comp-store sales*)⁴ è stata pari all'8%, in accelerazione nel quarto trimestre.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi in aumento del 7% a tassi di cambio correnti e costanti, passando a Euro 263,5 milioni nel 2014 rispetto a Euro 247,0 milioni registrati nel 2013, nonostante la programmata riduzione dei punti vendita wholesale e la conversione da wholesale (*shop-in-shop*) a retail (*concessions*) di 2 punti vendita monomarca.

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 dicembre 2014, **la rete di negozi monomarca Moncler** è costituita da **172 punti vendita**, di cui 134 punti vendita diretti (DOS), in aumento di 27 unità rispetto al 31 dicembre 2013 e 38 punti vendita wholesale (*shop-in-shop*)⁵ in aumento di 10 unità rispetto al 31 dicembre 2013.

Network Negozi Monomarca

| | 31/12/2014 | 31/12/2013 | Aperture nette Esercizio 2014 |
|---------------------------------|------------|------------|----------------------------------|
| DOS | 134 | 107 | 27 |
| Italia | 19 | 17 | 2 |
| EMEA (escl. Italia) | 51 | 44 | 7 |
| Asia e Resto del Mondo | 50 | 38 | 12 |
| Americhe | 14 | 8 | 6 |
| Shop-in-shop⁵ | 38 | 28 | 10 |
| Totale Monomarca | 172 | 135 | 37 |

⁴ 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.

⁵ Include anche un negozio "*free-standing*" a Seul, Corea

Analisi dei Risultati Operativi e Netti Consolidati

Nel corso dell'esercizio 2014, il **marginale lordo** consolidato è stato pari a **Euro 501,7 milioni** con un'incidenza sui ricavi pari al 72,3% rispetto al 71,3% dell'esercizio 2013. Il miglioramento del margine lordo è riconducibile principalmente allo sviluppo del canale *retail*.

Le **spese di vendita** sono state pari a Euro 183 milioni, con un'incidenza sui ricavi pari al 26,4%, rispetto al 25,4% del 2013; tale variazione è sostanzialmente riconducibile all'espansione del canale *retail*. Le **spese generali ed amministrative** sono state pari a Euro 66 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 9,5%, in diminuzione rispetto al 10% dell'esercizio 2013. Le **spese di pubblicità** sono state pari a Euro 46,1 milioni, rispetto a Euro 36 milioni nel 2013, con un'incidenza sui ricavi del 6,6% in crescita rispetto al 6,2% dell'esercizio 2013, in linea con la strategia di reinvestire nel business i *costs' saving* generati a livello di spese generali ed amministrative.

L'**EBITDA Adjusted⁶** è cresciuto a **Euro 232,9 milioni**, rispetto a Euro 191,7 milioni nell'esercizio 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 33,5%, rispetto al 33,0% registrato nel 2013.

L'**EBIT Adjusted⁶** è stato pari a **Euro 206,6 milioni**, rispetto ad Euro 172,5 milioni nell'esercizio 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 29,8% (rispetto a 29,7% del 2013). Includendo i costi non ricorrenti, l'EBIT è stato pari a Euro 201,6 milioni con un'incidenza del 29,0%, rispetto al 28,7% dell'esercizio 2013.

L'**Utile Netto** sale a **Euro 130,3 milioni**, con un'incidenza sui ricavi del 18,8%, rispetto a Euro 76,1 milioni nell'esercizio 2013. Il dato del 2013 include la perdita da attività operative cessate (Divisione Altri Marchi), pari a Euro 16 milioni. Escludendo tale perdita, l'utile netto dell'esercizio 2013 è stato pari a Euro 92,1 milioni.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

Al 31 dicembre 2014, l'**indebitamento finanziario netto** è stato pari a **Euro 111,2 milioni**, rispetto a Euro 171,1 milioni al 31 dicembre 2013, con una generazione netta di cassa pari a Euro 59,9 milioni.

Il **capitale circolante netto** è stato pari a **Euro 97,1 milioni** rispetto a Euro 46,9 milioni al 31 dicembre 2013, con un'incidenza sul fatturato pari al 14% che a tassi di cambio costanti scende al 13%. Tale variazione è principalmente riconducibile ad un aumento del magazzino, in larga parte legato all'anticipo del processo produttivo ed all'espansione del canale *retail*.

Nel corso dell'esercizio 2014, sono stati effettuati **investimenti** per **Euro 50,2 milioni**, rispetto a Euro 34,3 milioni dell'esercizio 2013, principalmente legati allo sviluppo della rete di negozi monomarca (Euro 37,2 milioni). Nel corso dell'esercizio sono stati realizzati anche importanti investimenti nello sviluppo della rete di *shop-in-shop*, nell'ampliamento degli *showroom* e nell'infrastruttura IT.

Il Free Cash Flow generato nel 2014 è stato di Euro 86,8 milioni, rispetto ad Euro 58,4 milioni nel 2013, nonostante la crescita importante degli investimenti.

⁶ Prima dei costi non ricorrenti: costi non-monetari pari ad Euro 5,0 milioni nell'esercizio 2014, relativi ai piani di stock option; costi pari ad Euro 6,1 milioni nell'esercizio 2013, principalmente legati al processo di quotazione.

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

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato il bilancio della capogruppo Moncler S.p.A.

Moncler S.p.A. ha registrato ricavi pari a Euro 116,7 milioni, in aumento del 21% rispetto a Euro 96,1 milioni dell'esercizio 2013, riconducibili prevalentemente ai proventi per l'utilizzo del marchio Moncler incassati dalle società controllate.

Le spese generali e amministrative sono state pari a Euro 11,0 milioni (Euro 7,8 milioni nel 2013), mentre le spese di pubblicità sono state pari a Euro 23,5 milioni (Euro 19,0 milioni nel 2013).

I costi non ricorrenti nel 2014 sono pari a Euro 2,0 milioni e si riferiscono principalmente ai costi relativi ai piani di stock option. L'importo dell'esercizio 2013, pari a Euro 9,0 milioni include principalmente i costi legati al processo di quotazione.

L'Utile Netto è stato di Euro 64,2 milioni, rispetto a Euro 31,3 milioni nel 2013.

La Situazione Patrimoniale e Finanziaria di Moncler S.p.A. riporta un Patrimonio Netto di Euro 268,7 milioni, rispetto ad Euro 225,2 milioni nel 2013 e un Indebitamento Finanziario Netto di Euro 70,8 milioni rispetto ad Euro 137,0 milioni nel 2013. La diminuzione dell'indebitamento è imputabile prevalentemente alla generazione di cassa prodotta dalla gestione operativa.

Fatti di Rilievo Avvenuti dopo la Chiusura dell'Esercizio

In data 1 gennaio 2015 Moncler Shinsegae, *joint venture* a maggioranza Moncler (51%), ha rilevato da Shinsegae International i 12 negozi monomarca Moncler presenti in Sud Corea.

Nel corso del 2014, infatti, Moncler aveva sottoscritto un contratto di *joint venture* con Shinsegae International, società coreana quotata alla Borsa di Seul, uno dei maggiori retailer del Paese nel segmento moda e lusso e distributore di Moncler nel mercato coreano.

Tale *joint venture*, attiva dal 1 gennaio 2015, ha l'obiettivo di promuovere, sviluppare e gestire punti vendita Moncler nelle *location* più prestigiose del paese asiatico. Con il passaggio a gestione diretta anche del mercato coreano, Moncler ha realizzato la propria strategia di avere un controllo diretto in tutti i mercati presso cui opera.

Evoluzione Prevedibile della Gestione

Il Gruppo prevede per l'esercizio 2015 uno scenario di crescita del fatturato e degli utili, basato sulle seguenti linee strategiche:

- Sviluppo dei mercati internazionali, con l'obiettivo di consolidare i mercati "più maturi" e di sviluppare quelli dove, nonostante la *brand awareness* sia già molto alta, il potenziale di sviluppo del brand è ancora pienamente o parzialmente inespresso;
- Sviluppo della rete retail con un focus maggiore nei mercati del Nord America, Giappone e Sud Est Asiatico;
- Sviluppo selettivo del canale wholesale, al fine di rafforzare la propria presenza nei migliori *department stores* e *specialty stores* del settore dei beni di lusso a livello internazionale. Il consolidamento del canale wholesale è principalmente legato allo sviluppo dei mercati internazionali, a partire dal mercato nord americano, mentre in Italia il gruppo continuerà ad adottare un'attenta selezione dei punti vendita;
- Rafforzamento della *Brand Equity*, anche grazie ad iniziative fortemente legate all'*heritage* del gruppo e tramite campagne pubblicitarie mirate ed innovative sia su mezzi tradizionali che con azioni di *digital marketing* sui social media.

Proposta di Destinazione degli Utili

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea degli Azionisti il pagamento di dividendi relativi all'esercizio 2014 per Euro 30.000.000, pari ad Euro 0,12 per azione ordinaria, con un payout ratio del 23% sull'utile netto consolidato.

Il dividendo verrà posto in pagamento in data 20 maggio 2015 (data stacco cedola 18 maggio 2015 e *record date* 19 maggio 2015).

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;
- Di sottoporre all'Assemblea Ordinaria degli Azionisti l'adozione, ai sensi dell'art. 114-bis del d.lgs. 24 febbraio 1998 n. 58, un piano di *stock options* denominato "Piano di *Performance Stock Option 2015*", destinato agli 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.

Tale proposta di adozione del piano di *stock option* è motivata dalla volontà di avvalersi di un efficace strumento di incentivazione e di fidelizzazione per i soggetti che ricoprono ruoli chiave e per i dipendenti per mantenere elevate e migliorare le *performance* e contribuire ad aumentare la crescita e il successo delle società.

Detto piano di *stock option* prevede l'assegnazione a titolo gratuito di opzioni che consentono, alle condizioni stabilite, la successiva sottoscrizione delle azioni, con regolamento per consegna fisica. Ad ogni numero 1 (una) opzione assegnata corrisponde il diritto per il beneficiario di sottoscrivere numero 1 (una) azione, a fronte del pagamento alla Società del prezzo di esercizio. Per la descrizione in dettaglio della proposta deliberativa di adozione del piano di *stock option*, dei soggetti destinatari e degli elementi essenziali relativi alle caratteristiche delle *stock option* da assegnarsi, 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.

- Di sottoporre all'Assemblea straordinaria degli azionisti l'aumento di capitale a servizio del "Piano di *Performance Stock Option 2015*", ai sensi dell'art. 2441, comma 4, secondo periodo, del Cod. Civ., previa revoca, per la parte non esercitata, della delega ad aumentare il capitale sociale attribuita al Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 2443 cod. civ., dall'Assemblea straordinaria del 1° ottobre 2013, nonché delle delibere di aumento di capitale approvate dal Consiglio di Amministrazione il 28 febbraio 2014, in parziale esecuzione della delega conferita dall'Assemblea straordinaria del 1° ottobre 2013; conferendo mandato al Presidente del Consiglio di Amministrazione di provvedere alla convocazione dell'Assemblea ordinaria e straordinaria degli Azionisti nei termini di legge, ponendo in essere tutte le attività e adempimenti necessari;
- 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 degli azionisti in data 1 ottobre 2013.

Il Consiglio ha deliberato di richiedere all'Assemblea l'autorizzazione all'acquisto delle azioni proprie per la durata massima consentita dalla legge, prevista dall'art. 2357, comma 2, del Codice Civile in un periodo di diciotto mesi, a far data dell'eventuale delibera di approvazione della proposta da parte

dell'Assemblea. 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 infine che, al momento, la Società non detiene azioni proprie in portafoglio.

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 23 aprile 2015, come indicato nel calendario degli eventi societari per l'esercizio 2015. 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 2014, tra cui si segnala – anche facendo seguito, per completezza informativa, al comunicato emesso in data 15 dicembre 2014 – quello dell'ex Direttore Generale, Monica Sottana, con riferimento alla quale è stato approvato, previo parere favorevole del Comitato Nomine e Remunerazioni, un ammontare pari ad Euro 80.000; 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 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").

Table Riassuntive - Consolidato

| Conto economico consolidato | | | | |
|---|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| (Milioni di Euro) | Esercizio 2014 | % sui ricavi | Esercizio 2013 | % sui ricavi |
| Ricavi | 694,2 | 100,0% | 580,6 | 100,0% |
| % crescita | +20% | | +19% | |
| Costo del Venduto | (192,5) | (27,7%) | (166,5) | (28,7%) |
| Margine Lordo | 501,7 | 72,3% | 414,1 | 71,3% |
| Spese di vendita | (183,0) | (26,4%) | (147,7) | (25,4%) |
| Spese generali e amministrative | (66,0) | (9,5%) | (57,9) | (10,0%) |
| Spese di pubblicità | (46,1) | (6,6%) | (36,0) | (6,2%) |
| EBIT Adjusted | 206,6 | 29,8% | 172,5 | 29,7% |
| Costi non ricorrenti ⁷ | (5,0) | (0,7%) | (6,1) | (1,1%) |
| EBIT | 201,6 | 29,0% | 166,4 | 28,7% |
| Oneri e Proventi finanziari ⁸ | (6,1) | (0,9%) | (21,2) | (3,6%) |
| Utile ante imposte | 195,5 | 28,2% | 145,2 | 25,0% |
| Imposte sul reddito | (65,4) | (9,4%) | (50,8) | (8,8%) |
| Aliquota fiscale | 33,4% | | 35,0% | |
| Utile di Gruppo da attività operative in esercizio | 130,1 | 18,7% | 94,4 | 16,3% |
| Risultato netto da attività operative cessate | 0,0 | 0,0% | (16,0) | (2,8%) |
| Utile di Gruppo | 130,1 | 18,7% | 78,4 | 13,5% |
| Risultato di Terzi | 0,2 | 0,0% | (2,3) | (0,4%) |
| Utile Netto | 130,3 | 18,8% | 76,1 | 13,1% |
| % crescita | +71% | | +164% | |
| <hr/> | | | | |
| EBITDA Adjusted | 232,9 | 33,5% | 191,7 | 33,0% |
| % crescita | +21% | | +19% | |

⁷ Esercizio 2014: costi non monetari principalmente relativi ai piani di stock option.
Esercizio 2013: costi non ricorrenti principalmente relativi al processo di quotazione.

⁸ Esercizio 2014: utili/(perdite) su cambi pari a Eur 5,8 milioni;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (11,9) milioni.
Esercizio 2013: utili/(perdite) su cambi pari a Eur (2,6) milioni;
altri proventi/(oneri) finanziari pari a Eur (18,6) milioni.

| Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata riclassificata | | |
|---|-------------------|-------------------|
| (Milioni di Euro) | 31/12/2014 | 31/12/2013 |
| Immobilizzazioni immateriali | 414,4 | 408,3 |
| Immobilizzazioni materiali | 77,3 | 58,2 |
| Altre attività/(passività) non correnti nette | (14,7) | (37,8) |
| Totale attività/(passività) non correnti nette | 477,0 | 428,7 |
| Capitale circolante netto | 97,1 | 46,9 |
| Altre attività/(passività) correnti nette | (40,3) | (5,9) |
| Attività/(passività) relative alla Divisione Altri Marchi | 6,2 | 21,6 |
| Totale attività/(passività) correnti nette | 63,0 | 62,6 |
| Capitale investito netto | 540,0 | 491,3 |
| Indebitamento finanziario netto | 111,2 | 171,1 |
| Fondo TFR e altri fondi non correnti | 8,2 | 9,6 |
| Patrimonio netto | 420,6 | 310,6 |
| Totale fonti | 540,0 | 491,3 |

| Rendiconto finanziario consolidato riclassificato | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| (Milioni di Euro) | Esercizio 2014 | Esercizio 2013 |
| EBITDA <i>Adjusted</i> | 232,9 | 191,7 |
| Variazioni del capitale circolante netto | (50,2) | (10,4) |
| Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti | 25,1 | (17,0) |
| Investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali | (50,2) | (34,3) |
| Vendita di immobilizzazioni materiali ed immateriali | 0,7 | 0,4 |
| Cash Flow della gestione operativa | 158,3 | 130,4 |
| Proventi/(Oneri) finanziari | (6,1) | (21,2) |
| Imposte sul reddito | (65,4) | (50,8) |
| Free Cash Flow | 86,8 | 58,4 |
| Altri effetti relativi alla Divisione Altri Marchi | 0,0 | 8,1 |
| Ricavi/(Costi) non ricorrenti | (0,5) | (6,1) |
| Dividendi pagati | (28,6) | (2,2) |
| Altre variazioni del patrimonio netto | 2,2 | 0,8 |
| Net Cash Flow | 59,9 | 59,0 |
| Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo | 171,1 | 230,1 |
| Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo | 111,2 | 171,1 |
| Variazioni dell'indebitamento finanziario netto | 59,9 | 59,0 |

Tabelle Riassuntive – Moncler S.p.A.

| Conto economico Moncler SpA | | | | |
|---|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| (Milioni di Euro) | Esercizio 2014 | % sui ricavi | Esercizio 2013 | % sui ricavi |
| Ricavi | 116,7 | 100,0% | 96,1 | 100,0% |
| Spese generali e amministrative | (11,0) | (9,4%) | (7,8) | (8,1%) |
| Spese di pubblicità | (23,5) | (20,1%) | (19,0) | (19,8%) |
| Ricavi/(Costi) non ricorrenti | (2,0) | (1,7%) | (9,0) | (9,4%) |
| EBIT | 80,2 | 68,7% | 60,3 | 62,7% |
| Proventi/(Oneri) finanziari | 7,6 | 6,5% | (13,6) | (14,1%) |
| Utile ante imposte | 87,8 | 75,2% | 46,7 | 48,6% |
| Imposte sul reddito | (23,6) | (20,2%) | (15,4) | (16,0%) |
| Risultato netto da attività operative in esercizio | 64,2 | 55,0% | 31,3 | 32,6% |
| Risultato netto da attività operative cessate | 0,0 | 0,0% | (0,0) | (0,0%) |
| Risultato netto | 64,2 | 55,0% | 31,3 | 32,6% |

| Situazione patrimoniale e finanziaria riclassificata Moncler SpA | | |
|---|-------------------|-------------------|
| (Milioni di Euro) | 31/12/2014 | 31/12/2013 |
| Immobilizzazioni immateriali | 225,1 | 224,8 |
| Immobilizzazioni materiali | 0,9 | 1,0 |
| Partecipazioni | 220,8 | 215,3 |
| Altre attività/(passività) non correnti nette | (68,6) | (68,8) |
| Totale attività/(passività) non correnti nette | 378,2 | 372,4 |
| Capitale circolante netto | (15,3) | (5,3) |
| Altre attività/(passività) correnti nette | (22,9) | (7,2) |
| Attività/(passività) cessate | 0,0 | 2,6 |
| Totale attività/(passività) correnti nette | (38,2) | (9,9) |
| Capitale investito netto | 340,0 | 362,5 |
| Indebitamento finanziario netto | 70,8 | 137,0 |
| Fondo TFR e altri fondi non correnti | 0,5 | 0,3 |
| Patrimonio netto | 268,7 | 225,2 |
| Totale fonti | 340,0 | 362,5 |

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

Italy: Image Building

Simona Raffaelli – Emanuela Borromeo

Tel. +39 02 89011300

moncler@imagebuilding.it

Domenico Galluccio

Press Office

Tel. +39 02 42203540

domenico.galluccio@moncler.com

International: Stockwell Communications

Laura Gilbert – Zoe Watt

Tel. +44 20 72402486

moncler@stockwellgroup.com

About Moncler

Moncler nasce in Francia, a Monestier-de-Clermont, Grenoble, nel 1952 ed ha attualmente sede in Italia. Il marchio ha affiancato negli anni allo stile una continua ricerca tecnologica coadiuvata da esperti nel campo delle attività legate al mondo della montagna. Le collezioni Moncler coniugano le esigenze più estreme dell'outerwear alla quotidianità metropolitana. Nel 2003 Remo Ruffini ha rilevato la Maison della quale è Presidente e Amministratore Delegato. Moncler produce e distribuisce direttamente le collezioni Moncler abbigliamento e accessori, Moncler Gamme Rouge, Moncler Gamme Bleu, Moncler Grenoble e Moncler Enfant, tramite boutique dirette e attraverso i più esclusivi Department Store multimarca internazionali.