



MONCLER S.P.A.:
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE HA APPROVATO
I RISULTATI CONSOLIDATI PRELIMINARI¹ RELATIVI ALL'ESERCIZIO 2013

MONCLER: CONTINUA ANCHE NEL 2013 LA CRESCITA DEI RICAVI E DEGLI UTILI

- **Ricavi Consolidati: Euro 580,6 milioni, +19% rispetto a Euro 489,2 milioni al 31 Dicembre 2012; +25% a tassi di cambio costanti**
- **EBITDA normalizzato²: Euro 191,7 milioni, in aumento del 19% rispetto a Euro 161,5 milioni al 31 Dicembre 2012, con un'incidenza sui ricavi del 33,0%**
- **EBIT normalizzato²: Euro 172,5 milioni, in aumento del 18% rispetto ad Euro 145,8 milioni al 31 Dicembre 2012, con un'incidenza sui ricavi del 29,7%**
- **Utile Netto normalizzato³: Euro 96,3 milioni, in aumento del 17% rispetto ad Euro 82,4 milioni al 31 Dicembre 2012, con un'incidenza sui ricavi del 16,6%**
- **Utile Netto Reported: Euro 92,1 milioni, in aumento del 12% rispetto all'esercizio 2012**
- **Indebitamento finanziario netto: Euro 178,2 milioni (Euro 229,1 milioni al 31 Dicembre 2012)**

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: "Il 2013 rimarrà per sempre un *milestone* per la storia di Moncler. E' stato infatti l'anno che ha segnato non solo il decimo anniversario dal rilancio del brand e la conclusione con successo del processo di quotazione, ma è stato anche un esercizio in cui è proseguita la crescita a doppia cifra.

Con Moncler la sfida era quella di coniugare l'heritage, l'eccellenza tecnica e la ricerca estetica, per esprimere l'estrema duttilità del piumino Moncler: un capo per la montagna ma anche per la città, indossato da tutti e per qualsiasi occasione. Oggi posso dire che il percorso intrapreso è andato nella direzione che avevamo progettato, impostato al futuro, all'internazionalizzazione, alla tecnologia e alla qualità. E dopo dieci anni sono ancora tante le sfide che Moncler è pronto a cogliere in tutto il mondo. Abbiamo puntato fin da subito alla qualità eccellente e alla coerenza, rimanendo sempre concentrati e vicini alla sua storia. Abbiamo ancora importanti mercati da penetrare e selezionate categorie merceologiche da sviluppare, continuando a creare prodotti speciali, mantenendo il nostro approccio da specialisti, per una crescita controllata. Per me essere speciali e specialisti è molto importante: se vuoi conquistare il mondo devi avere un linguaggio molto semplice e devi avere una storia unica da raccontare, proprio come quella di Moncler, una storia comprensibile a tutti i consumatori del mondo. Perché il mercato di Moncler è il mondo!"

¹ Dati FY2013 di *carve-out* (solo divisione Moncler) non ancora sottoposti a revisione contabile. Numeri arrotondati.

² Al netto di Euro 6,1 milioni di costi straordinari principalmente legati all'IPO

³ Al netto di Euro 4,2 milioni di costi straordinari, principalmente legati all'IPO, rettificati dall'effetto fiscale

Milano, 24 Febbraio 2014 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato i risultati consolidati preliminari⁴ dell'esercizio 2013.

I dati riportano i risultati della sola divisione Moncler, con l'esclusione dei risultati della divisione Altri Marchi, ceduta in data 8 Novembre 2013. I Bilanci di carve out sono stati redatti e riportati nel Prospetto Informativo, predisposto ai fini del processo di quotazione della società, anche per gli esercizi 2011 e 2012. I dati del 2012 vengono qui di seguito riportati, a fini comparativi, unitamente ai dati del 2013.

Il Progetto di Bilancio dell'esercizio 2013, comprensivo dei risultati della divisione Altri Marchi, sarà esaminato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione prevista per il prossimo 28 Marzo.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nell'esercizio 2013 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 580,6 milioni**, con un **incremento del 19% a tassi di cambio correnti**, rispetto a Euro 489,2 milioni registrati nell'esercizio 2012, **e del 25% a tassi di cambio costanti**. Le crescite sono state significative in tutte le aree geografiche e canali distributivi.

Ricavi per Area Geografica

	31/12/2013		31/12/2012		Variazione %	
	Milioni di Euro	% sul totale	Milioni di Euro	% sul totale	Cambi Correnti	Cambi Costanti
Italia	131,0	23%	128,1	26%	+2%	+2%
EMEA (escl. Italia)	200,4	34%	157,4	32%	+27%	+28%
Asia e Resto del Mondo	181,6	31%	155,0	32%	+17%	+34%
Americhe	67,6	12%	48,7	10%	+39%	+44%
Fatturato Consolidato	580,6	100%	489,2	100%	+19%	+25%

Nel corso del 2013, Moncler ha registrato **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 44% a tassi di cambio costanti, trainata dal forte aumento del canale retail ma anche dalla buona performance del canale wholesale sia negli USA che in Canada.

In **Asia** il fatturato Moncler è cresciuto del 34% a tassi di cambio costanti, grazie alle crescite importanti registrate sia nel mercato Giapponese che in quello Cinese. A tassi di cambio correnti, la performance di questa regione ha risentito dell'andamento negativo dello Yen nei confronti dell'Euro.

Il fatturato dei Paesi dell'**EMEA** ha registrato una crescita a cambi costanti del 28% grazie alle buone performance, tra gli altri, di Francia, UK e Germania.

L'**Italia** ha registrato una performance positiva (+2%), in linea con le attese, nonostante la riduzione programmata dei punti vendita wholesale multimarca.

⁴ Risultati di *carve-out* non ancora sottoposti a revisione contabile. Dati arrotondati

Ricavi per Canale Distributivo

	31/12/2013		31/12/2012		Variazione %	
	Milioni di Euro	% sul totale	Milioni di Euro	% sul totale	Cambi Correnti	Cambi Costanti
Retail	333,6	57%	251,5	51%	+33%	+41%
Wholesale	247,0	43%	237,7	49%	+4%	+7%
Fatturato Consolidato	580,6	100%	489,2	100%	+19%	+25%

Nel corso del 2013, Moncler ha registrato **una crescita in entrambi i canali distributivi**, particolarmente significativa nel canale retail.

Al 31 dicembre 2013, **il canale distributivo retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 333,6 milioni rispetto a Euro 251,5 milioni dell'esercizio 2012, con un incremento del 33% a cambi correnti e del 41% a cambi costanti, grazie allo sviluppo della rete di negozi monomarca retail e all'importante crescita dei negozi esistenti. Per l'intero esercizio 2013, la crescita *like-for-like*⁵ è stata pari al 14%.

Il canale wholesale ha registrato ricavi in aumento del 7% a tassi di cambio costanti e del 4% a tassi correnti, passando a Euro 247,0 milioni nel 2013 da Euro 237,7 milioni nel 2012, nonostante la programmata riduzione dei punti vendita wholesale e la conversione da wholesale (*Shop-in-Shop*) a retail (*concessions*) di alcuni punti vendita monomarca.

Al 31 dicembre 2013, **la rete di negozi monomarca Moncler** può contare su **135 punti vendita**, di cui 107 punti vendita diretti (DOS), in aumento di 24 rispetto al dicembre 2012, e 28 punti vendita wholesale (*Shop-in-Shop*)⁶ in aumento di 7 rispetto all'anno precedente.

Rete Distributiva Monomarca

	31/12/2013	31/12/2012	Aperture Nette
DOS	107	83	+24
<i>Shop-in-Shop</i>	28	21	+7
Totale	135	104	+31

Analisi dei Risultati Operativi Consolidati

Nell'esercizio 2013, il **Margine Lordo** consolidato è stato pari a **Euro 414,1 milioni** con un'incidenza sui ricavi pari a 71,3% rispetto al 69,7% dell'esercizio 2012. Il miglioramento del margine lordo è da imputare principalmente allo sviluppo del canale retail.

Nel corso del 2013, le **spese di vendita** sono state pari al 25,4% dei ricavi, in aumento rispetto al 23,5% dell'esercizio 2012, principalmente riconducibili all'espansione del canale retail. L'incidenza delle **spese generali ed amministrative** è diminuita nel 2013 al 10% dei ricavi, rispetto al 10,5% nel 2012. Le **spese di pubblicità** sono aumentate più che proporzionalmente rispetto alla crescita del fatturato con un'incidenza, nel 2013, pari al 6,2% dei ricavi rispetto al 5,9% del 2012.

L'**EBITDA** normalizzato⁷ è passato da Euro 161,5 milioni al 31 dicembre 2012 a **Euro 191,7 milioni** al 31 dicembre 2013 (+19%), con un'incidenza percentuale sui ricavi pari al 33,0%, stabile rispetto all'esercizio 2012.

⁵ Il dato *Like-for-Like* considera i negozi DOS (esclusi gli outlet) aperti al 1° Gennaio 2012

⁶ Include anche un negozio franchising in Korea

⁷ Al netto di costi straordinari principalmente legati al processo di quotazione

Includendo i costi straordinari, pari a Euro 6,1 milioni, principalmente legati al processo di quotazione, l'EBITDA nell'esercizio 2013 è stato pari a Euro 185,6 milioni.

L'**EBIT** normalizzato⁷ è passato da Euro 145,8 milioni al 31 dicembre 2012 ad **Euro 172,5 milioni** (+18%) al 31 dicembre 2013, con un'incidenza percentuale sui ricavi che è stata pari al 29,7% (29,8% nel 2012).

Includendo i suddetti costi straordinari, l'EBIT della società è stato pari a Euro 166,4 milioni.

L'**Utile Netto** normalizzato⁷ ammonta a **Euro 96,3 milioni**, in aumento del 17% rispetto ad Euro 82,4 milioni dell'esercizio 2012.

Includendo i suddetti costi straordinari, al netto dell'effetto fiscale, l'utile netto della società è stato pari a Euro 92,1 milioni.

Analisi dei Risultati Patrimoniali Consolidati

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2013 è stato pari a **Euro 178,2 milioni**, rispetto a Euro 229,1 milioni al 31 dicembre 2012. Il dato non include Euro 8,6 milioni di cassa netta derivanti dai pagamenti ricevuti nel 2013 relativamente alla cessione della divisione Altri Marchi. Il rapporto tra indebitamento finanziario e EBITDA a fine 2013 è sceso sotto l'unità.

La diminuzione dell'indebitamento è sostanzialmente legata alla buona generazione di **cassa netta** che nel corso dell'esercizio 2013 è stata pari a **Euro 50,9 milioni** rispetto a Euro 41,1 milioni dell'esercizio 2012.

Nel corso dell'esercizio 2013, sono stati effettuati **Investimenti** per **Euro 34,3 milioni**, rispetto a Euro 26,4 milioni dell'esercizio 2012, principalmente legati allo sviluppo della rete di negozi monomarca. Inoltre nel corso dell'esercizio sono stati fatti importanti investimenti nello sviluppo della rete di *shop-in-shop*, nell'ampliamento degli show room e nell'infrastruttura IT.

Il **capitale circolante netto** passa a **Euro 46,9 milioni** al 31 dicembre 2013 rispetto a Euro 36,5 milioni al 31 dicembre 2012, con un'incidenza sul fatturato pari all'8%. Tale variazione è principalmente riconducibile a un aumento del magazzino, in larga parte legato all'espansione del canale retail.

Table Riassuntive

1) Conto Economico Consolidato di *Carve-Out*⁸

	31/12/2013 Normalizzato ⁹		31/12/2012		31/12/2013 <i>Reported</i>	
	Milioni di Euro	%	Milioni di Euro	%	Milioni di Euro	%
Ricavi	580,6	100,0%	489,2	100,0%	580,6	100,0%
<i>% crescita</i>	18,7%		34,5%		18,7%	
Costo del Venduto	(166,5)	(28,7%)	(148,3)	(30,3%)	(166,5)	(28,7%)
Margine Lordo	414,1	71,3%	340,9	69,7%	414,1	71,3%
Spese di vendita	(147,6)	(25,4%)	(115,0)	(23,5%)	(147,6)	(25,4%)
Spese generali e amministrative	(57,9)	(10,0%)	(51,2)	(10,5%)	(57,9)	(10,0%)
Spese di pubblicità	(36,0)	(6,2%)	(29,0)	(5,9%)	(36,0)	(6,2%)
Costi non ricorrenti	0,0	0,0%	(0,0)	(0,0%)	(6,1)	(1,1%)
EBIT	172,5	29,7%	145,8	29,8%	166,4	28,7%
<i>% crescita</i>	18,4%		43,3%		14,2%	
Oneri e Proventi Finanziari	(21,2)	(3,6%)	(17,1)	(3,5%)	(21,2)	(3,6%)
Utile ante imposte	151,4	26,1%	128,6	26,3%	145,2	25,0%
Imposte sul reddito	(52,7)	(9,1%)	(43,9)	(9,0%)	(50,8)	(8,8%)
<i>Aliquota fiscale</i>	34,8%		34,2%		35,0%	
Utile di Gruppo	98,6	17,0%	84,7	17,3%	94,4	16,3%
Risultato di Terzi	(2,3)	(0,4%)	(2,3)	(0,5%)	(2,3)	(0,4%)
Utile Netto	96,3	16,6%	82,4	16,8%	92,1	15,9%
<i>% crescita</i>	16,9%		47,4%		11,8%	
EBITDA	191,7	33,0%	161,5	33,0%	185,6	32,0%
<i>% crescita</i>	18,7%		41,1%		14,9%	

⁸ Risultati non sottoposti a revisione contabile. Dati arrotondati

⁹ Esclusi costi straordinari relativi al processo di IPO pari a Euro 6,1 milioni al lordo dell'effetto tassazione e Euro 4,2 milioni al netto dall'effetto fiscale.

2) Stato Patrimoniale Consolidato di *Carve-Out*¹⁰

	31/12/2013		31/12/2012	
	Milioni di Euro	% sul totale	Milioni di Euro	% sul totale
Immobilizzazioni immateriali	408,3	86,9%	408,4	94,9%
Immobilizzazioni materiali	58,2	12,4%	46,5	10,8%
Altre attività/(passività) non correnti nette	(37,8)	(8,0%)	(40,8)	(9,5%)
Totale attività/(passività) non correnti	428,8	91,3%	414,1	96,2%
Capitale circolante netto	46,9	10,0%	36,5	8,5%
Altre attività/(passività) correnti nette	(5,9)	(1,3%)	(20,2)	(4,7%)
Totale attività/(passività) correnti nette	41,0	8,7%	16,3	3,8%
Capitale investito netto	469,8	100,0%	430,4	100,0%
Indebitamento Finanziario Netto	178,2	37,9%	229,1	53,2%
Fondo TFR e altri fondi non correnti	9,6	2,0%	9,3	2,2%
Patrimonio netto	282,0	60,0%	192,0	44,6%
Totale fonti di finanziamento	469,8	100,0%	430,4	100,0%

3) Cash Flow Consolidato di *Carve-Out*¹⁰

	31/12/2013	31/12/2012
	Milioni di Euro	Milioni di Euro
EBITDA Normalizzato	191.7	161.5
Variazioni del capitale circolante netto	(10.4)	(18.7)
Variazione degli altri crediti/(debiti) correnti e non correnti	(17.0)	0.9
Investimenti in immobilizzazioni materiali ed immateriali	(34.3)	(26.4)
Vendita di immobilizzazioni materiali ed immateriali	0.4	0.2
Flusso di cassa della gestione operativa	130.4	117.5
Proventi/(Oneri) finanziari	(21.2)	(17.1)
Imposte sul reddito	(50.8)	(43.9)
Flusso di cassa disponibile	58.4	56.4
Ricavi/(Costi) non ricorrenti	(6.1)	0.0
Altre variazioni del patrimonio netto	0.8	(7.8)
Dividendi pagati	(2.2)	(7.5)
Flusso di cassa netto	50.9	41.1
Indebitamento finanziario netto all'inizio del periodo	229.1	270.2
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	178.2	229.1
Variazioni dell'indebitamento finanziario netto	50.9	41.1

¹⁰ Risultati non sottoposti a revisione contabile. Dati arrotondati

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 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 42204095
investor.relations@moncler.com

Domenico Galluccio
Press Office
Tel. +39 02 42204425
domenico.galluccio@moncler.com

Italy: Image Building
Simona Raffaelli – Emanuela Borromeo
Tel. +39 02 89011300
moncler@imagebuilding.it

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'outwear 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.