

MONCLER

GROUP

**FATTURATO A 365 MILIONI DI EURO NEL PRIMO TRIMESTRE 2021 IN CRESCITA DEL 21%
FORTE ESPANSIONE DEI MERCATI ASIATICI, DEL NORD AMERICA E DEL CANALE ONLINE**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato l'*Interim Management Statement* relativo al primo trimestre 2021¹

- **I ricavi nel primo trimestre 2021 sono cresciuti a doppia cifra grazie al forte contributo in particolare di Cina, Corea e Nord America**, e nonostante molti paesi siano ancora influenzati dalle stringenti misure di contenimento della pandemia da Covid-19 adottate dai rispettivi governi nazionali. In decisa accelerazione anche l'e-commerce
- **I ricavi consolidati sono stati pari a Euro 365,5 milioni, +21% a tassi di cambio costanti** e +18% a tassi di cambio correnti, rispetto a Euro 310,1 milioni nel primo trimestre 2020. Rispetto al Q1 2019 i ricavi consolidati sono diminuiti del 2% a tassi di cambio costanti (-3% a tassi di cambio correnti)
- **I ricavi retail hanno raggiunto Euro 279,2 milioni, +22% a tassi di cambio costanti** e +18% a tassi di cambio correnti, rispetto a Euro 236,3 milioni nel primo trimestre 2020
- **I ricavi wholesale sono stati pari a Euro 86,3 milioni, +17% a tassi di cambio correnti e costanti**, rispetto a Euro 73,8 milioni nel primo trimestre 2020
- **Completata l'operazione di acquisizione del 100% del capitale di Sportswear Company S.p.A.**, società detentrici del marchio Stone Island, i cui risultati saranno consolidati a partire dal secondo trimestre dell'esercizio
- Moncler continua a supportare la comunità di Milano contribuendo alla realizzazione del **più grande hub vaccinale della Lombardia** presso il Generali Square Garden - Palazzo delle Scintille che a regime somministrerà 10 mila vaccinazioni al giorno

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

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, ha commentato: “È iniziato un anno importante. Un anno che ci auguriamo di *rinascita* e di nuova energia. Un anno che, per Moncler, sarà anche di grande impegno e progettualità. Il 31 marzo abbiamo concluso l’acquisizione di Stone Island. Assieme stiamo lavorando su programmi importanti per lo sviluppo del Gruppo con un obiettivo chiaro: valorizzare l’identità dei nostri Brand, esaltarne l’unicità e nel contempo creare un’infrastruttura solida in grado di sostenerne l’evoluzione e lo sviluppo futuro.

Guardando ai risultati dei primi tre mesi del 2021, penso che crescere del 21% a livello mondo, con un fatturato sostanzialmente allineato al primo trimestre 2019, sia un risultato molto buono. Ma dobbiamo ancora fare tanto. I prossimi mesi sono fondamentali anche per i tanti progetti che stiamo sviluppando. Come ho detto ai nostri *store manager* nel Summit digitale organizzato poche settimane fa, non dobbiamo smettere di essere proattivi, dobbiamo continuare ad imparare e a sperimentare. Il nostro cliente, ovunque esso si trovi, in qualsiasi spazio fisico o digitale, si aspetta un’esperienza costantemente diversa, sempre più unica e intensa. Il nostro prodotto li ha conquistati ieri, ma è la relazione che stringiamo oggi che ci permetterà di continuare a connetterci con loro domani in tutto il mondo ed in ogni *touch point*.”

Milano, 22 aprile 2021 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l’*Interim Management Statement* relativo al primo trimestre dell’esercizio 2021.

Analisi dei Ricavi Consolidati

Nel corso del primo trimestre dell’esercizio 2021 Moncler ha realizzato **ricavi pari a Euro 365,5 milioni, in aumento del 21% a tassi di cambio costanti e del 18% a tassi di cambio correnti** rispetto a Euro 310,1 milioni registrati nello stesso periodo del 2020. Rispetto al primo trimestre 2019, il fatturato consolidato ha registrato un -2% a tassi di cambio costanti.

Ricavi per Area Geografica

	Primo Trimestre 2021		Primo Trimestre 2020		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Asia	198.132	54,2%	132.697	42,5%	+49%	+53%
EMEA (escl. Italia)	84.865	23,2%	101.187	32,6%	-16%	-15%
Italia	29.015	8,0%	34.539	11,1%	-16%	-16%
Americhe	53.447	14,6%	41.686	13,5%	+28%	+34%
Ricavi Totali	365.459	100,0%	310.108	100,0%	+18%	+21%

Nel primo trimestre 2021 Moncler ha registrato crescite a forte doppia cifra in Asia e nella *Region* America.

In **Asia** i ricavi hanno registrato un +53% a tassi di cambio costanti con il contributo positivo di tutte e tre le *Region*: APAC, Corea e Giappone. L’APAC ha pressoché raddoppiato il fatturato nel primo trimestre 2021 grazie all’eccezionale crescita della Cina continentale ed alle performance positive degli altri mercati principali, in

particolare Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan. Eccezionali anche i dati della Corea, un mercato che ha risentito in misura minore delle azioni di contenimento della pandemia e ai cui risultati ha sicuramente contribuito il forte *brand momentum*. Il Giappone ha registrato una performance positiva nel trimestre nonostante un calo del traffico legato alle restrizioni imposte per fronteggiare la pandemia da Covid-19.

L'**EMEA (escl. Italia)** ha riportato, nel trimestre, un calo del fatturato del 15% a tassi di cambio costanti. Tale performance è stata influenzata dalle politiche restrittive imposte dai vari governi nazionali per contenere la pandemia e dal limitato afflusso di turisti, mentre è continuata la crescita della clientela locale. Francia e Gran Bretagna sono state maggiormente penalizzate da tali misure restrittive.

L'**Italia** ha segnato ricavi in calo del 16% nel primo trimestre, per effetto delle chiusure dei negozi imposte per limitare la diffusione del Covid-19 e per la mancanza di turisti.

Le **Americhe** hanno registrato una crescita del +34% a tassi di cambio costanti, con performance positive in entrambi i canali e nei due principali mercati.

Ricavi per Canale Distributivo

	Primo Trimestre 2021		Primo Trimestre 2020		Variazione %	
	Eur '000	%	Eur '000	%	Cambi correnti	Cambi costanti
Retail	279.176	76,4%	236.335	76,2%	+18%	+22%
Wholesale	86.283	23,6%	73.773	23,8%	+17%	+17%
Ricavi Totali	365.459	100,0%	310.108	100,0%	+18%	+21%

Il **canale retail** ha conseguito ricavi pari a Euro 279,2 milioni rispetto a Euro 236,3 milioni nel primo trimestre dell'esercizio 2020, in crescita del 22% a tassi di cambio costanti. Tale risultato è stato guidato dalla forte performance di Cina e Corea e dall'eccezionale crescita dell'e-commerce registrata in tutti i mercati, in particolare in Nord America e Corea.

Il **canale wholesale** ha registrato ricavi pari a Euro 86,3 milioni, rispetto a Euro 73,8 milioni nel corso del primo trimestre del 2020, segnando un +17% a tassi di cambio costanti. Tale risultato è stato trainato dalla buona accoglienza delle collezioni Primavera/Estate e da importanti riassortimenti. In forte crescita anche il canale wholesale online (*e-tailer*).

Rete Distributiva Monomarca

Al 31 marzo 2021, la rete di **negozi monomarca Moncler** può contare su **221 punti vendita diretti retail (DOS)**, in aumento di due unità rispetto al 31 dicembre 2020 e su **63 shop-in-shop (SiS) wholesale**, in linea con il numero registrato al 31 dicembre 2020.

Nel corso del primo trimestre 2021 Moncler ha convertito un negozio da wholesale a retail in Canada e ha inaugurato un DOS in Giappone.

Nel primo trimestre 2021, circa il 25% della rete di negozi retail Moncler è stata temporaneamente chiusa a causa delle misure restrittive imposte dai Governi per contenere la diffusione del Covid-19.

	31/03/2021	31/12/2020	31/03/2020	Aperture nette I Trimestre 2021
Retail Monomarca	221	219	213	2
Asia	105	104	104	1
EMEA (escl. Italia)	61	61	57	-
Italia	19	19	19	-
Americhe	36	35	33	1
Wholesale Monomarca	63	63	64	-

Altre Delibere

Il Consiglio in data odierna ha individuato il neo-nominato Amministratore Carlo Rivetti quale Dirigente con Responsabilità Strategiche del Gruppo Moncler.

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

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investors

Paola Durante

Moncler Strategic Planning, Intelligence and IR Director

Tel. +39 02 42203560

investor.relations@moncler.com

Alice Poggioli

Moncler Investor Relations Manager

Tel. +39 02 42203658

investor.relations@moncler.com

Carlotta Fiorani

Moncler Investor Relations

Tel. +39 02 42203569

investor.relations@moncler.com

Media

Ufficio Stampa Moncler

Tel. +39 02 42203528

monclerpress@moncler.com

About Moncler S.p.A.

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. Il 31 marzo 2021 è stata completata l'operazione di acquisizione dell'intero capitale sociale di Sportswear Company S.p.A., società che detiene il marchio Stone Island.