

MONCLER

GROUP

**RICAVI DI GRUPPO 2023 VICINI AI 3 MILIARDI DI EURO, IN CRESCITA DEL 17%
CON ENTRAMBI I MARCHI IN ACCELERAZIONE NEL QUARTO TRIMESTRE.
EBIT NELL'ANNO A 894 MILIONI DI EURO CON UN MARGINE DEL 30,0%.
CASSA NETTA AD OLTRE 1 MILIARDO DI EURO.**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato il progetto di bilancio della capogruppo Moncler S.p.A. e il bilancio consolidato dell'esercizio 2023¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 2.984,2 milioni, in crescita del 17% a cambi costanti, cFX, (+15% a cambi correnti) rispetto a Euro 2.602,9 milioni nel 2022.
- **RICAVI MONCLER:** Euro 2.573,2 milioni, +19% cFX (+17% a cambi correnti) rispetto a Euro 2.201,8 milioni nel 2022;
 - Solida crescita a doppia cifra nel quarto trimestre (+17% cFX anno su anno), guidata dalla forza del canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²), in crescita del 20% cFX in accelerazione sequenziale rispetto al terzo trimestre. La crescita è migliorata in tutte le regioni rispetto al trimestre precedente.
 - Comparable Store Sales Growth (CSSG)³: +19% nel 2023 rispetto al 2022.
- **RICAVI STONE ISLAND:** Euro 411,1 milioni nel 2023, in crescita del 4% cFX (+2% a cambi correnti) rispetto a Euro 401,1 milioni nel 2022;
 - Quarto trimestre in aumento del 7% cFX rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, guidato dalla solida crescita a doppia cifra del canale DTC (+16% cFX anno su anno).
- **EBIT DI GRUPPO:** Euro 893,8 milioni rispetto a Euro 774,5 milioni nell'anno precedente. Incidenza sui ricavi del 30,0% rispetto a 29,8% nel 2022.
- **RISULTATO NETTO DI GRUPPO:** Euro 611,9 milioni rispetto a Euro 606,7 milioni nel 2022 che includeva un beneficio fiscale straordinario di Euro 92,3 milioni per il riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.
- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA DI GRUPPO⁴:** Euro 1.033,7 milioni di cassa netta (Euro 818,2 milioni al 31 dicembre 2022), dopo il pagamento di Euro 303,4 milioni di dividendi. Al 31 dicembre 2023, le *lease liabilities* erano pari a Euro 805,2 milioni (Euro 837,4 milioni al 31 dicembre 2022).

Il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato: (i) la proposta di distribuzione di un dividendo pari a Euro 1,15 per azione e (ii) la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria per l'anno 2023.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: i dati includono gli impatti dell'implementazione del principio contabile IFRS 16 se non diversamente specificato, crescite a tassi di cambio costanti se non diversamente specificato, dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata.

² Il canale DTC include le vendite dei DOS, del negozio online diretto e delle e-concession.

³ Il dato di CSSG considera i negozi 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.

⁴ Esclude i debiti finanziari per leasing.

REMO RUFFINI, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A., ha commentato:

"Il 2023 ha scandito il decimo anniversario dalla nostra quotazione alla Borsa di Milano. Oggi sono molto orgoglioso di celebrare questo importante traguardo con risultati record per il Gruppo: 2,98 miliardi di euro di ricavi, EBIT di 894 milioni di euro, e oltre 1 miliardo di euro di cassa netta.

Questi risultati finanziari sono ben più di semplici numeri: sono la testimonianza di un decennio di pensiero al di fuori delle convenzioni, di una continua ricerca dell'eccellenza di prodotto, di un rapporto costante e diretto con il cliente, e di una strategia di brand senza compromessi che continua a guidare il nostro Gruppo e ad ispirare le nostre persone.

Guardando al futuro, il viaggio prosegue. In Moncler, continueremo a rafforzare le tre dimensioni del nostro marchio - *Collection*, *Genius* e *Grenoble* - mantenendo una connessione costante con le *community* esistenti e raggiungendone di nuove. Nel frattempo, Stone Island inizia un nuovo capitolo, pronta ad esprimere il suo pieno potenziale attraverso una strategia di brand engagement e di posizionamento del marchio altamente distintiva che abbiamo recentemente lanciato.

Il contesto in cui operiamo rimane complesso e imprevedibile. Lo affronteremo rimanendo vigili, forti della nostra agilità e reattività. Allo stesso tempo, continueremo ad investire nella nostra organizzazione, nei nostri marchi e nel talento eccezionale all'interno del nostro Gruppo, con una visione di lungo termine e spingendoci verso vette sempre più alte".

Milano, 28 febbraio 2024 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il progetto di bilancio ed il bilancio consolidato al 31 dicembre 2023.

Nel 2023, il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 2.984,2 milioni, in crescita del 17% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 2.573,2 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 411,1 milioni.

Nel quarto trimestre, il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 1.177,9 milioni, +16% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. Nel quarto trimestre, i marchi Moncler e Stone Island hanno registrato rispettivamente Euro 1.076,9 milioni e Euro 101,0 milioni di ricavi.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	Esercizio 2023		Esercizio 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	2.573.159	86,2%	2.201.758	84,6%	+17%	+19%
Stone Island	411.058	13,8%	401.132	15,4%	+2%	+4%
RICAVI	2.984.217	100,0%	2.602.890	100,0%	+15%	+17%

MONCLER

Nel 2023, il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 2.573,2 milioni, in aumento del 19% cFX rispetto al 2022.

Nel quarto trimestre, i ricavi del brand sono stati pari a Euro 1.076,9 milioni, in crescita del 17% cFX anno su anno, in accelerazione rispetto all'incremento registrato nel terzo trimestre.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Esercizio 2023		Esercizio 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	1.291.377	50,2%	1.029.327	46,8%	+25%	+30%
EMEA	910.489	35,4%	804.361	36,5%	+13%	+14%
Americhe	371.294	14,4%	368.070	16,7%	+1%	-1%
RICAVI	2.573.159	100,0%	2.201.758	100,0%	+17%	+19%

Nel 2023, i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 1.291,4 milioni, in crescita del 30% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, i ricavi della regione sono cresciuti del 28% cFX anno su anno, in accelerazione rispetto al terzo trimestre grazie alla forte crescita registrata dalla Cina continentale, la cui performance nel quarto trimestre 2022 era stata impattata dalle restrizioni Covid. Il Giappone, la Corea e il resto dell'APAC hanno continuato a registrare una performance molto solida con crescita a doppia cifra nel quarto trimestre.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 910,5 milioni, +14% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, i ricavi nella regione sono aumentati del 7% cFX anno su anno, in leggero miglioramento rispetto al trimestre precedente, nonostante una base di confronto molto sfidante nel quarto trimestre 2022. Questa accelerazione è stata guidata dal canale DTC, con un contributo positivo da parte sia dei consumatori locali sia dei turisti. I clienti cinesi, coreani e americani si sono confermati i principali contributori degli acquisti da parte dei turisti nella regione.

I ricavi delle Americhe sono diminuiti del 1% cFX rispetto al 2022, attestandosi a Euro 371,3 milioni. Nel quarto trimestre, i ricavi della regione sono aumentati del 3% cFX anno su anno. La performance positiva del canale DTC ha compensato il calo registrato nel canale wholesale. La performance della regione per entrambi i canali ha continuato ad essere impattata dalle conversioni di Nordstrom e di parte di Saks da un modello di business wholesale a uno DTC.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	Esercizio 2023		Esercizio 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	2.163.920	84,1%	1.772.003	80,5%	+22%	+25%
Wholesale	409.239	15,9%	429.755	19,5%	-5%	-6%
RICAVI	2.573.159	100,0%	2.201.758	100,0%	+17%	+19%

Nel 2023, il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 2.163,9 milioni, in aumento del 25% cFX rispetto al 2022. I ricavi nel quarto trimestre del 2023 sono cresciuti del 20% cFX anno su anno, con sia l'Asia sia l'EMEA in miglioramento progressivo rispetto al trimestre precedente.

Il canale online diretto ha registrato una performance positiva nel 2023 con l'andamento del quarto trimestre in miglioramento rispetto al trimestre precedente.

Nel 2023, i ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*Comp-Store Sales Growth*) hanno registrato un +19% rispetto al 2022.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 409,2 milioni, in calo del 6% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, i ricavi del canale sono diminuiti del 15% cFX anno su anno, principalmente impattati dalle sopraccitate conversioni di Nordstrom e di parte del business di Saks negli Stati Uniti e dalle azioni in corso volte a migliorare la qualità della rete distributiva. Escludendo gli effetti delle conversioni negli Stati Uniti, i ricavi del canale wholesale sarebbero stati leggermente positivi nel 2023.

Al 31 dicembre 2023, la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 269 punti vendita diretti retail (DOS), in aumento netto di 7 unità rispetto al 30 settembre 2023 e di 18 unità rispetto al 31 dicembre 2022. Tra i negozi più importanti aperti e/o convertiti a DOS nel quarto trimestre figurano St. Moritz Grenoble, Amsterdam De Bijenkorf, Edmonton e Kobe Hankyu, oltre ad alcune importanti *relocation/expansion* tra le quali Vienna Kohlmarkt. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 57 *shop-in-shop* (SiS) wholesale.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/12/2023	30/09/2023	31/12/2022
Asia	130	129	125
EMEA	95	91	88
Americhe	44	42	38
RETAIL	269	262	251
WHOLESALE	57	59	63

STONE ISLAND

Nel 2023, Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 411,1 milioni, in crescita del 4% cFX rispetto al 2022.

Nel quarto trimestre, i ricavi del brand sono stati pari a Euro 101,0 milioni, in crescita del 7% cFX anno su anno, guidati dalla solida crescita a doppia cifra del canale distributivo DTC.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Esercizio 2023		Esercizio 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
EMEA	287.506	69,9%	278.670	69,5%	+3%	+3%
Asia	89.441	21,8%	80.177	20,0%	+12%	+16%
Americhe	34.111	8,3%	42.285	10,5%	-19%	-17%
RICAVI	411.058	100,0%	401.132	100,0%	+2%	+4%

Nel 2023, la regione EMEA, che continua a rappresentare l'area geografica più rilevante per il brand, ha registrato ricavi pari a Euro 287,5 milioni, in crescita del 3% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, i ricavi sono cresciuti del 3% cFX anno su anno, grazie alla solida crescita a doppia cifra del canale DTC che ha più che compensato il calo registrato dal canale wholesale.

L'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 89,4 milioni di ricavi nel 2023, in crescita del 16% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, la regione è cresciuta del 22% cFX grazie principalmente alla solida performance del Giappone e della Cina continentale.

Le Americhe hanno registrato un calo del 17% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, la regione ha registrato un calo del 14% cFX anno su anno, in quanto la performance del canale wholesale ha continuato a risentire di trend di business difficili soprattutto tra i *department store*, oltre che di continui interventi volti a rafforzare la qualità del canale distributivo.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Esercizio 2023		Esercizio 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	172.844	42,0%	149.153	37,2%	+16%	+19%
Wholesale	238.214	58,0%	251.979	62,8%	-5%	-5%
RICAVI	411.058	100,0%	401.132	100,0%	+2%	+4%

Nel 2023, il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 238,2 milioni, in calo del 5% cFX rispetto al 2022. Nel quarto trimestre, i ricavi sono diminuiti del 6% anno su anno, principalmente a causa del rigoroso controllo sui volumi adottato nella gestione di questo canale al fine di continuare a migliorare la qualità della rete distributiva.

Il canale DTC ha registrato una crescita del 19% cFX anno su anno a Euro 172,8 milioni, arrivando a rappresentare il 42% dei ricavi totali del 2023. Nel quarto trimestre, i ricavi del canale sono aumentati del 16% cFX anno su anno, principalmente grazie ad una solida performance registrata in Asia ed EMEA.

Al 31 dicembre 2023, la rete di negozi monomarca Stone Island può contare su 81 punti vendita diretti retail (DOS), un aumento netto di 4 unità rispetto al 30 settembre 2023 e di 9 unità rispetto al 31 dicembre 2022. Tra i negozi più importanti aperti e/o convertiti a DOS nel quarto trimestre figurano La Rinascente a Milano, Amsterdam De Bijenkorf e Hong Kong K11. Inoltre, il marchio Stone Island conta 15 negozi monomarca wholesale, in decrescita netta di 4 unità.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/12/2023	30/09/2023	31/12/2022
Asia	48	47	44
EMEA	26	23	21
Americhe	7	7	7
RETAIL	81	77	72
WHOLESALE	15	19	19

RISULTATI DI CONTO ECONOMICO DI GRUPPO

Nel 2023, il profitto lordo consolidato è stato pari a Euro 2.300,8 milioni con un'incidenza sui ricavi del 77,1% rispetto al 76,4% del 2022. L'aumento della marginalità è stato principalmente guidato dal mix di canale, con una maggiore incidenza del canale DTC.

Nel 2023, le spese di vendita sono state pari a Euro 868,1 milioni rispetto a Euro 757,4 milioni nel 2022, con un'incidenza sui ricavi pari al 29,1% (in linea con il 2022). Le spese generali ed amministrative sono state pari a Euro 331,2 milioni, con un'incidenza sui ricavi dell'11,1%, rispetto a Euro 284,0 milioni nel 2022 (10,9% dei ricavi). La maggiore incidenza di tali costi è principalmente imputabile agli investimenti in corso nella struttura organizzativa.

Le spese di marketing sono state pari a Euro 207,7 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,0%, rispetto al 6,6% nel 2022. Le minori spese di marketing nella seconda parte dell'anno del 2023 rispetto al 2022 (e la relativa minore incidenza sui ricavi) sono interamente dovute ad una diversa pianificazione delle attività di marketing nel H1 vs H2 rispetto all'anno precedente.

Gli ammortamenti, escludendo quelli relativi ai diritti iscritti in applicazione del principio contabile IFRS 16, sono stati pari a Euro 114,2 milioni.

L'EBIT di Gruppo è stato pari a Euro 893,8 milioni con un margine del 30,0%, rispetto a Euro 774,5 milioni nel 2022 con un margine del 29,8%.

Nel 2023, gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 23,2 milioni, parzialmente compensati da proventi finanziari, rispetto a Euro 27,2 milioni nel 2022, principalmente relativi alle *lease liabilities* ex IFRS 16.

L'aliquota fiscale nel 2023 è stata pari a 29,7% rispetto a 18,8% nel 2022. Nel 2022, le imposte sul reddito riflettevano l'impatto netto positivo *una tantum* del riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island per Euro 92,3 milioni.

Il risultato netto di Gruppo è stato pari a Euro 611,9 milioni, rispetto a Euro 606,7 milioni nel 2022, che era stato impattato dal precitato elemento non ricorrente.

RISULTATI PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI DI GRUPPO

Al 31 dicembre 2023, la posizione finanziaria netta (escludendo gli effetti del principio contabile IFRS 16) era positiva e pari a Euro 1.033,7 milioni, rispetto a Euro 818,2 milioni di cassa netta al 31 dicembre 2022. Come richiesto dal principio contabile IFRS 16, al 31 dicembre 2023 il Gruppo ha contabilizzato *lease liabilities* che sono risultate pari a Euro 805,2 milioni rispetto a Euro 837,4 milioni al 31 dicembre 2022.

Il capitale circolante netto consolidato era pari a Euro 240,2 milioni rispetto a Euro 191,7 milioni al 31 dicembre 2022, con un'incidenza sui ricavi pari all'8,0% (7,4% al 31 dicembre 2022). L'aumento del capitale circolante netto anno su anno è stato guidato principalmente dalla posizione del magazzino, a causa di una diversa tempistica di produzione rispetto all'anno precedente al fine di servire al meglio le esigenze di tutti i mercati globali. Tutte le altre metriche sono rimaste in linea con l'anno precedente, confermando il continuo e rigoroso controllo del capitale circolante.

Nel 2023, sono stati effettuati investimenti netti per Euro 174,1 milioni, rispetto a Euro 167,1 milioni nel 2022. Gli investimenti relativi alla rete distributiva sono stati pari a Euro 100,7 milioni, di cui oltre la metà dedicati a progetti di ristrutturazione e ampliamento. Gli investimenti relativi all'infrastruttura sono stati pari a Euro 73,3 milioni, principalmente relativi all'*Information Technology*, alla produzione e alla logistica.

Il *net cash flow* nel 2023 è stato positivo e pari a Euro 215,5 milioni, dopo il pagamento di Euro 303,4 milioni di dividendi.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL SECONDO SEMESTRE 2023

ACCORDO DI LICENZA ESCLUSIVA CON ESSILORLUXOTTICA

A novembre 2023, EssilorLuxottica e Moncler hanno annunciato la firma di un accordo di licenza esclusiva che comprende il design, la produzione e la distribuzione globale degli occhiali Moncler. L'accordo è in vigore dal gennaio 2024 fino a dicembre 2028, con un'opzione di rinnovo automatico per ulteriori cinque anni. La prima collezione Moncler Lunettes realizzata con EssilorLuxottica sarà quella dell'Autunno-Inverno 2024, disponibile da settembre 2024. Grazie alla consolidata esperienza e alla costante innovazione di EssilorLuxottica, la partnership contribuirà ad elevare ulteriormente le collezioni Moncler Lunettes, riconosciute per la perfetta fusione di funzionalità ed estetica senza tempo, con un mix di montature per vivere al meglio la città come la montagna.

STONE ISLAND CINA

Alla fine di dicembre 2023, Stone Island ha avviato il processo per assumere il pieno controllo della distribuzione del marchio nel mercato cinese che si concluderà entro i primi mesi del 2024 e che prevederà anche la chiusura di alcuni negozi monomarca wholesale.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

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

AGGIORNAMENTO SULLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ

RATING DI SOSTENIBILITÀ 2023

INDICI DOW JONES SUSTAINABILITY WORLD E EUROPE

Per il quinto anno consecutivo, il Gruppo Moncler si conferma negli indici Dow Jones Sustainability World e Europe, mantenendo il primo posto del settore *Textiles, Apparel & Luxury Goods* con il punteggio più alto (89/100) nello S&P Global Corporate Sustainability Assessment 2023 (dato al 7 febbraio 2024).

CDP

Il Gruppo Moncler conquista il massimo rating “A” nella classifica 2023 stilata a livello mondiale da CDP, per la sua leadership in tema di trasparenza e gestione delle tematiche legate ai cambiamenti climatici.

MOODY’S

Il Gruppo Moncler si è classificato al secondo posto nel settore Specialised Retail Europe esaminato da Moody’s ESG Solutions nella graduatoria ESG Overall Score. Il Gruppo ha ricevuto un punteggio di 65/100, ottenendo il livello “Advanced”.

MSCI

Il Gruppo Moncler è stato valutato con lo score massimo AAA da MSCI ESG Research che fornisce rating di sostenibilità di società internazionali quotate e di alcune aziende private valutandole su una scala da AAA a CCC, in base all’esposizione a rischi ESG specifici per il settore di appartenenza e alla capacità di gestire tali rischi rispetto a società del medesimo comparto.

SUSTAINALYTICS

Sustainalytics ha confermato al Gruppo Moncler l’Industry Top-Rated Badge così come il Regional Top Rated Badge.

DICHIARAZIONE CONSOLIDATA NON FINANZIARIA 2023

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria 2023 predisposta come relazione distinta dal Bilancio d’Esercizio, in conformità a quanto previsto dal d. lgs. 254/2016.

Di seguito riportati alcuni risultati:

- Mantenimento della carbon neutrality nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi)
- 100% dell’energia elettrica utilizzata nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) proveniente da fonti rinnovabili (~90% nel 2022)
- -50% le emissioni CO₂e scope 1 e 2 rispetto al 2021⁵
- >25% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni 2023 realizzato con materiali “preferred”⁶ (7% nel 2022)
- >40% del nylon utilizzato nelle collezioni 2023 costituito da materiale riciclato (15% nel 2022)
- Riciclato il 100% degli scarti di nylon provenienti dalle sedi dirette. Il riciclo è stato esteso al network esterno di produzione di *outerwear* Moncler, raggiungendo il 55% del totale degli scarti di nylon *outerwear*
- Eliminata la plastica monouso vergine di origine fossile
- 100% packaging logistico del Gruppo realizzato con materiali “preferred”⁶

⁵ Le emissioni di CO₂e fanno riferimento a Scope 1 e 2 (market-based) e sono calcolate ipotizzando Stone Island consolidata a partire dal 1 gennaio 2021.

⁶ Materiali che mirano ad avere un minor impatto rispetto alle soluzioni convenzionali utilizzate dal Gruppo Moncler (per esempio riciclati, biologici, o certificati in linea con specifici standard).

- 69% di donne nella popolazione aziendale di Gruppo e 51% nel management
- 3,6 milioni di Euro l'investimento a sostegno delle comunità locali, +33% rispetto al 2022
- Nuovo asilo Moncler per i figli dei dipendenti del polo produttivo in Romania, che offre un'educazione innovativa secondo l'approccio Reggio Children
- ~140 mila persone in difficoltà protette dal freddo negli ultimi sette anni (2017-2023)

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nei primi mesi del 2024, il panorama macroeconomico e geopolitico globale rimane incerto e imprevedibile.

In risposta a questo contesto volatile, il Gruppo rimane focalizzato sul migliorare la propria flessibilità operativa e reattività, e continuerà ad investire nella propria organizzazione e nelle proprie persone per rafforzare ulteriormente l'esecuzione della propria strategia.

Facendo leva sui propri marchi distintivi e sul grande talento presente in azienda, il Gruppo continuerà ad affrontare questo scenario incerto e le dinamiche di mercato in continua evoluzione, con l'obiettivo di rimanere su una solida traiettoria di crescita.

Queste le principali linee strategiche di sviluppo.

RAFFORZAMENTO DI TUTTE LE DIMENSIONI DEL MARCHIO MONCLER IN TUTTE LE STAGIONI DELL'ANNO. Nel corso del 2024 Moncler continuerà a rafforzare le tre dimensioni del marchio (*Moncler Collection*, *Moncler Grenoble* e *Moncler Genius*) attraverso eventi distintivi, iniziative e strategie di marketing mirate. *Moncler Genius* continuerà ad evolversi come piattaforma di co-creazione, svolgendo un ruolo di brand recruiter, basato sul coinvolgimento di nuovi talenti che abbracceranno nuove forme di creatività fra design, intrattenimento, musica e sport andando ben oltre la moda. *Moncler Collection* vedrà la celebrazione in una chiave contemporanea di altri capi iconici che hanno fatto la storia del marchio fino ad oggi attraverso collezioni e concept rilevanti per tutte le stagioni dell'anno. *Moncler Grenoble*, la dimensione del brand più vicina al suo DNA, dopo la straordinaria *brand experience* tenutosi a febbraio 2024 a St. Moritz, continuerà a rafforzare la propria percezione con iniziative di marketing dedicate ed una collezione più ampia e completa orientata alla performance e adatta a tutte le stagioni dell'anno, sempre unendo qualità tecniche e stile.

SVILUPPO DEL PROSSIMO CAPITOLO DI CRESCITA PER STONE ISLAND FACENDO LEVA SULLE SOLIDE FONDAMENTA DEL MARCHIO. Il 2024 segna l'inizio del nuovo capitolo di evoluzione di Stone Island, inaugurato ufficialmente a gennaio 2024 durante la settimana della moda uomo di Milano, quando è stata svelata la nuova campagna pubblicitaria globale e presentato il nuovo manifesto del marchio, "*The Compass Inside*". Stone Island continuerà ad alimentare la visibilità ottenuta a gennaio attraverso un piano articolato di attivazioni e iniziative di marketing, con momenti di comunicazione previsti per ogni mese dell'anno. La nuova strategia di comunicazione e di brand contribuirà a far evolvere a livello mondiale la visibilità e il posizionamento unico di Stone Island, un brand che trae la propria matrice identificativa e valoriale nella cultura della ricerca e della sperimentazione. Il marchio proseguirà nel suo percorso di sviluppo a livello internazionale e nel migliorare progressivamente la propria rete di distribuzione, tramite una strategia molto selettiva nel canale wholesale e il rafforzamento del canale DTC, sia fisico sia digitale. La prevista internalizzazione della piattaforma di e-commerce del marchio sarà fondamentale per esprimere il pieno potenziale del canale digitale e della strategia *omnichannel*.

CRESCITA SOSTENIBILE E RESPONSABILE. Il Gruppo Moncler crede in uno sviluppo sostenibile e responsabile, nell'ottica di un valore condiviso che risponda alle aspettative degli stakeholder e coerente con la strategia di lungo periodo di Gruppo. 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 sull'ambiente dove operiamo. Anche nel corso del 2024 Moncler si impegna ad implementare le azioni ed i progetti necessari per perseguire gli obiettivi di sostenibilità pubblicati nel Piano 2020-2025. Le cinque priorità strategiche del Piano di Sostenibilità sono: cambiamenti climatici e biodiversità, economia circolare e innovazione, 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 2023, pari ad Euro 1,15 per azione ordinaria. Tenuto conto delle azioni emesse al netto delle azioni proprie alla data attuale, ciò equivale a una distribuzione di Euro 310,7 milioni, con un *payout ratio* del 51% sull'utile netto consolidato. La data di pagamento del dividendo è il 22 maggio 2024 (data stacco cedola 20 maggio 2024 e record date 21 maggio 2024).

BILANCIO D'ESERCIZIO DELLA CAPOGRUPPO MONCLER S.P.A.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato i risultati 2023 della capogruppo Moncler S.p.A.

I ricavi sono stati pari a Euro 473,0 milioni nel 2023, in aumento del 13% rispetto a Euro 418,7 milioni relativi al 2022 ed includono sostanzialmente i proventi derivanti dalla concessione in licenza dei marchi Moncler e Stone Island.

Le spese generali ed amministrative, comprensive dei piani di incentivazione azionaria, si sono attestate a Euro 80,0 milioni pari al 16,9% dei ricavi (16,1% nel 2022). Le spese di marketing sono state pari ad Euro 98,4 milioni (Euro 73,8 milioni nel 2022), pari al 20,8% dei ricavi (17,6% nell'anno precedente).

Nel 2023, gli oneri finanziari sono stati pari a Euro 24,2 milioni, rispetto a Euro 4,4 milioni nel 2022.

Nel 2023, le imposte sul reddito sono state pari a Euro 74,7 milioni rispetto a positivi Euro 5,7 milioni per effetto del riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.

L'utile netto è stato pari a Euro 195,7 milioni, in calo del 30% rispetto a Euro 278,8 milioni nel 2022, per effetto del precitato elemento non ricorrente.

Moncler S.p.A. ha riportato al 31 dicembre 2023 un patrimonio netto di Euro 1.398,6 milioni, rispetto a Euro 1.467,6 milioni al 31 dicembre 2022, e una posizione finanziaria netta negativa e pari a Euro 600,6 milioni (Euro 487,1 milioni al 31 dicembre 2022), comprensiva delle *leasing liabilities* derivanti del principio contabile IFRS 16.

ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione in data odierna ha conferito i poteri al Presidente e Amministratore Delegato per convocare nei termini di legge l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti, in unica convocazione, il 24 aprile 2024.

Il Consiglio ha inoltre deliberato di sottoporre agli Azionisti, in aggiunta al bilancio di esercizio al 31 dicembre 2023 e alla proposta di pagamento del dividendo, tra l'altro:

- di sottoporre all'Assemblea Ordinaria il nuovo Piano di Performance Shares 2024;
- la Sezione II della Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui Compensi Corrisposti (la Relazione sulla Remunerazione) ai sensi dell'Art. 123-ter del D. Lgs. 24 febbraio 1998 n. 58 (il TUF) e dell'Art. 84-quater del Regolamento CONSOB n. 11971/1999 sulla quale l'Assemblea sarà chiamata a esprimere il proprio voto consultivo;
- l'autorizzazione – ai sensi e per gli effetti degli Artt. 2357 e 2357-ter Cod. Civ e 132 del TUF – 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 18 aprile 2023.

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) al 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'Art. 114-bis del TUF 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. 4.490.875 azioni proprie, pari all'1,6 % 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 ha infine approvato:

- la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari ai sensi dell'Art. 123-bis del TUF;
- il pagamento degli incentivi annuali di breve periodo (MBO) relativi all'esercizio 2023 in favore degli Amministratori Esecutivi e Dirigenti con Responsabilità Strategiche, le cui ulteriori informazioni di dettaglio saranno riportate nella Relazione sulla Remunerazione;
- a seguito della verifica del raggiungimento degli obiettivi di performance relativi al secondo ciclo del Piano di Performance Shares 2020, l'assegnazione di azioni a titolo gratuito in favore, tra gli altri, del Presidente e Amministratore Delegato, Remo Ruffini, dell'Amministratore Esecutivo Roberto Eggs e di parte dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche, coerentemente con le assegnazioni deliberate nel corso dell'esercizio 2021.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea del 24 aprile 2024 e tutti i documenti inerenti all'Assemblea saranno messi a disposizione del pubblico, nei termini di legge, nell'apposita sezione del sito internet di Moncler (www.monclergroup.com, Sezione "Governance/Assemblea"), presso la sede legale di Moncler in Via Enrico Stendhal 47, Milano, e sul meccanismo di stoccaggio (www.emarketstorage.it).

TABELLE RIASSUNTIVE

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

(Euro 000)	Esercizio 2023	% sui ricavi	Esercizio 2022	% sui ricavi
RICAVI	2.984.217	100,0%	2.602.890	100,0%
performance anno su anno	+15%		+27%	
PROFITTO LORDO	2.300.830	77,1%	1.987.843	76,4%
Spese di vendita	(868.062)	(29,1%)	(757.393)	(29,1%)
Spese generali ed amministrative	(331.231)	(11,1%)	(283.967)	(10,9%)
Spese di marketing	(207.698)	(7,0%)	(171.936)	(6,6%)
EBIT	893.839	30,0%	774.547	29,8%
Proventi / (oneri) finanziari	(23.204)	(0,8%)	(27.216)	(1,0%)
Risultato ante imposte	870.635	29,2%	747.331	28,7%
Imposte sul reddito	(258.733)	(8,7%)	(140.625)	(5,4%)
Aliquota fiscale	29,7%		18,8%	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	611.931	20,5%	606.697	23,3%

SITUAZIONE PATRIMONIALE CONSOLIDATA

(Euro 000)	31/12/2023	31/12/2022
Marchi	999.354	999.354
Avviamento	603.417	603.417
Attività immobilizzate	442.098	388.325
Attività per il diritto di utilizzo	737.501	773.517
Capitale circolante netto	240.200	191.674
Altre attività / (passività) nette	3.177	4.470
CAPITALE INVESTITO	3.025.747	2.960.757
Indebitamento finanziario netto / (cassa netta)	(1.033.693)	(818.223)
Debiti finanziari per leasing	805.177	837.397
Fondo TFR e altri fondi non correnti	39.834	39.297
Patrimonio netto	3.214.429	2.902.286
TOTALE FONTI	3.025.747	2.960.757

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

(Euro 000)	Esercizio 2023	Esercizio 2022
EBIT	893.839	774.547
Ammortamenti	114.170	105.644
Altre variazioni non monetarie	15.333	14.570
Variazioni del capitale circolante netto	(48.526)	(42.832)
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	3.694	(212.342)
Investimenti netti	(174.068)	(167.099)
CASH FLOW DELLA GESTIONE OPERATIVA	804.442	472.488
Proventi / (oneri) finanziari	5.788	(3.977)
Imposte sul reddito	(260.791)	(140.786)
FREE CASH FLOW	549.439	327.725
Dividendi pagati	(303.443)	(160.960)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(30.526)	(78.129)
NET CASH FLOW	215.470	88.636
Posizione finanziaria netta all'inizio del periodo	818.223	729.587
Posizione finanziaria netta alla fine del periodo	1.033.693	818.223
VARIAZIONE DELLA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	215.470	88.636

MONCLER S.P.A.: CONTO ECONOMICO DELL'ESERCIZIO 2023

(Euro 000)	Esercizio 2023	% sui ricavi	Esercizio 2022	% sui ricavi
RICAVI	473.022	100,0%	418.707	100,0%
Spese generali ed amministrative	(80.003)	(16,9%)	(67.392)	(16,1%)
Spese di marketing	(98.421)	(20,8%)	(73.832)	(17,6%)
EBIT	294.598	62,3%	277.482	66,3%
Proventi / (oneri) finanziari	(24.178)	(5,1%)	(4.391)	(1,0%)
Risultato ante imposte	270.420	57,2%	273.091	65,2%
Imposte sul reddito	(74.685)	(15,8%)	5.745	1,4%
RISULTATO NETTO	195.735	41,4%	278.836	66,6%

MONCLER S.P.A.: SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA RICLASSIFICATA DELL'ESERCIZIO 2023

(Euro 000)	31/12/2023	31/12/2022
Immobilizzazioni immateriali	1.001.862	1.001.405
Immobilizzazioni materiali	4.821	6.750
Partecipazioni	970.787	948.756
Altre attività / (passività) non correnti nette	(47.370)	(2.699)
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.930.100	1.954.212
Capitale circolante netto	55.829	65.185
Altre attività / (passività) correnti nette	24.862	(53.569)
Totale attività / (passività) correnti nette	80.691	11.616
CAPITALE INVESTITO	2.010.791	1.965.828
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	600.564	487.121
Fondo TFR e altri fondi non correnti	11.639	11.092
Patrimonio netto	1.398.588	1.467.615
TOTALE FONTI	2.010.791	1.965.828

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

Elena Mariani
Strategic Planning and Investor Relations Director
Tel. +39 02 42203560
investor.relations@moncler.com

Gaia Piccoli
Strategic Planning and Investor Relations Manager
investor.relations@moncler.com

Francesca Mari
Strategic Planning and Investor Relations Analyst
investor.relations@moncler.com

MEDIA

Claudio Monteverde
Corporate Communication Director
Tel. +39 348 2905202
claudio.monteverde@moncler.com

About Moncler

Con i suoi brand Moncler e Stone Island, quest'ultimo acquisito a marzo 2021, il Gruppo Moncler è l'espressione di un nuovo concetto di lusso. Fedele alla filosofia "Beyond Fashion, Beyond Luxury", la strategia del Gruppo è guidata dall'esperienza, dal purpose e dal senso di appartenenza ad una comunità ispirandosi continuamente al mondo dell'arte, della cultura, della musica e dello sport. Pur supportando i singoli marchi attraverso la condivisione di servizi corporate e di conoscenze, il Gruppo Moncler intende mantenere le identità di brand fortemente indipendenti e basate sull'autenticità, la costante ricerca di unicità e il legame straordinario con le community di consumatori. Il Gruppo opera in tutti i principali mercati internazionali distribuendo le collezioni dei suoi marchi in più di 70 Paesi attraverso negozi fisici e digitali gestiti direttamente, così come selezionati negozi multimarca, department store e e-tailers.