

MONCLER

GROUP

RICAVI DI GRUPPO A OLTRE 1,8 MILIARDI DI EURO NEI NOVE MESI (+17% cFX) SOLIDA CRESCITA A DOPPIA CIFRA NEL CANALE DIRETTO PER ENTRAMBI I MARCHI NEL TERZO TRIMESTRE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato l'Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2023¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 1.806,3 milioni nei primi nove mesi del 2023, in crescita del 17% a cambi costanti, cFX, (+16% a cambi correnti) rispetto a Euro 1.556,6 milioni nei primi nove mesi del 2022. Nel terzo trimestre, i ricavi di Gruppo hanno raggiunto Euro 669,7 milioni, in crescita del 7% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022.
- **RICAVI DI MONCLER:** Euro 1.496,3 milioni nei primi nove mesi del 2023, +21% cFX (+19% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi del 2022;
 - Continua la solida crescita del brand nel terzo trimestre (+9% cFX anno su anno), guidata dalla continua forza del canale distributivo *Direct-To-Consumer* (DTC²) che ha proseguito il proprio percorso di crescita a doppia cifra nel terzo trimestre (+18% cFX anno su anno) grazie al contributo positivo di tutte le regioni nonostante la più sfidante base di confronto.
 - Il canale wholesale ha registrato una riduzione dei ricavi del 9% cFX anno su anno nel terzo trimestre, il più rilevante dell'anno per questo canale, a causa dell'impatto legato alle conversioni a modello di business DTC di alcuni dei clienti wholesale più importanti del mercato americano.
- **RICAVI DI STONE ISLAND:** Euro 310,1 milioni nei primi nove mesi del 2023, in crescita del 3% cFX (+2% a cambi correnti) rispetto ai primi nove mesi del 2022;
 - Terzo trimestre in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente, guidato da una crescita a doppia cifra del canale DTC (+16% cFX anno su anno) legata prevalentemente alla performance positiva registrata in EMEA e in Giappone.
 - Canale wholesale in calo del 6% cFX anno su anno principalmente a causa del rigoroso controllo sui volumi adottato nella gestione del canale al fine di continuare a migliorare la qualità della rete distributiva.

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.

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

“Sono molto soddisfatto dei risultati ottenuti durante il terzo trimestre dell’anno, nel quale sia Moncler sia Stone Island hanno registrato una robusta crescita a doppia cifra nel principale canale, quello diretto, nonostante il contesto continuamente volatile in cui ci troviamo ad operare.

Questo risultato testimonia la forza di entrambi i nostri marchi e riflette il profondo legame che abbiamo costruito con i nostri clienti e con le nostre *community* in tutto il mondo.

Mentre entriamo nella parte più importante dell’anno, rimaniamo vigili in uno scenario macroeconomico incerto, ma allo stesso tempo fiduciosi nella solidità dei nostri marchi e della nostra chiara visione strategica”.

Milano, 26 ottobre 2023 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l’Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2023.

Nei primi nove mesi del 2023, Moncler Group ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 1.806,3 milioni, in crescita del 17% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 1.496,3 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 310,1 milioni.

Nel terzo trimestre, il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 669,7 milioni, +7% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. I marchi Moncler e Stone Island hanno registrato rispettivamente Euro 561,2 milioni e Euro 108,5 milioni di ricavi nel terzo trimestre.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	9M 2023		9M 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	1.496.276	82,8%	1.252.506	80,5%	+19%	+21%
Stone Island	310.059	17,2%	304.123	19,5%	+2%	+3%
RICAVI	1.806.335	100,0%	1.556.629	100,0%	+16%	+17%

MONCLER

Nei primi nove mesi del 2023, il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 1.496,3 milioni, in aumento del 21% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022.

Nel terzo trimestre, i ricavi del brand sono stati pari a Euro 561,2 milioni, +9% cFX anno su anno, in normalizzazione rispetto alla crescita registrata nel secondo trimestre, che aveva beneficiato di una più favorevole base di confronto in particolare in Asia.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	9M 2023		9M 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	705.293	47,1%	547.930	43,8%	+29%	+32%
EMEA	573.180	38,3%	486.334	38,8%	+18%	+19%
Americhe	217.803	14,6%	218.242	17,4%	0%	-4%
RICAVI	1.496.276	100,0%	1.252.506	100,0%	+19%	+21%

In Asia (che include APAC, Giappone e Corea) i ricavi dei primi nove mesi dell'anno hanno registrato una crescita del 32% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2022. Nel terzo trimestre, i ricavi sono cresciuti del 22% cFX anno su anno, in normalizzazione rispetto al secondo trimestre a causa di una base di confronto più sfidante in Cina continentale, la cui performance nel terzo trimestre del 2022 era stata supportata dalla fine dei *lockdown* relativi alla pandemia da Covid. Il Giappone e la Corea hanno continuato a registrare una performance molto solida nel terzo trimestre, nonostante una moderata normalizzazione.

In EMEA, i ricavi sono cresciuti del 19% cFX nei primi nove mesi rispetto allo stesso periodo del 2022, con un aumento nel terzo trimestre del 6% cFX rispetto al medesimo trimestre dell'esercizio precedente, in progressivo rallentamento a causa della normalizzazione del consumo locale e una più lenta ripresa del turismo rispetto alla prima parte dell'anno. I clienti cinesi, coreani e americani si sono confermati i principali contributori degli acquisti da parte dei turisti nella regione.

I ricavi delle Americhe hanno registrato un calo del 4% cFX anno su anno nei primi nove mesi e un calo del 14% cFX anno su anno nel terzo trimestre, dovuto alle conversioni di Nordstrom e di parte del business di Saks da modello wholesale a modello DTC. Il canale DTC ha continuato a registrare una solida crescita a doppia cifra nel terzo trimestre, in accelerazione rispetto al trimestre precedente.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	9M 2023		9M 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	1.152.941	77,1%	903.055	72,1%	+28%	+30%
Wholesale	343.335	22,9%	349.451	27,9%	-2%	-4%
RICAVI	1.496.276	100,0%	1.252.506	100,0%	+19%	+21%

Nei primi nove mesi del 2023, il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 1.152,9 milioni, in aumento del 30% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2022. I ricavi del terzo trimestre del 2023 sono cresciuti del 18% cFX rispetto al terzo trimestre del 2022, grazie ad una forte crescita a doppia cifra in Asia e nelle Americhe e nonostante la normalizzazione registrata in EMEA. La crescita del canale DTC nel terzo trimestre ha inoltre risentito di un deterioramento delle performance del canale online diretto, in particolare in EMEA.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 343,3 milioni nei primi nove mesi del 2023, in calo del 4% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. Nel terzo trimestre, i ricavi del canale sono diminuiti del 9% cFX anno su anno, principalmente per l’impatto dalle sopracitate conversioni di Nordstrom e di parte del business di Saks negli Stati Uniti, coerentemente con il continuo impegno a migliorare la qualità della rete distributiva. La performance del canale wholesale in EMEA e in Asia ha continuato ad essere solida nel trimestre.

Al 30 settembre 2023, la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 262 punti vendita diretti retail (DOS), un aumento netto di cinque unità rispetto al 30 giugno 2023, che include l’apertura presso l’aeroporto di Shanghai Pudong in Cina e le conversioni dei negozi presso i terminal T1 e S4 dell’aeroporto Charles de Gaulle di Parigi. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 59 shop-in-shop (SiS) wholesale.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	30.09.2023	30.06.2023	31.12.2022
Asia	129	128	125
EMEA	91	89	88
Americhe	42	40	38
RETAIL	262	257	251
WHOLESALE	59	59	63

STONE ISLAND

Nei primi nove mesi del 2023, Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 310,1 milioni, in crescita del 3% cFX rispetto a Euro 304,1 milioni dello stesso periodo del 2022.

I ricavi del terzo trimestre hanno raggiunto Euro 108,5 milioni, in linea rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	9M 2023		9M 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
EMEA	224.987	72,6%	218.018	71,7%	+3%	+3%
Asia	57.840	18,7%	52.434	17,2%	+10%	+14%
Americhe	27.232	8,8%	33.671	11,1%	-19%	-18%
RICAVI	310.059	100,0%	304.123	100,0%	+2%	+3%

L'EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 225,0 milioni nei primi nove mesi del 2023, in crescita del 3% cFX rispetto allo stesso periodo del 2022. Nel terzo trimestre, i ricavi sono rimasti in linea rispetto al terzo trimestre del 2022, grazie alla solida crescita a doppia cifra del canale DTC che ha interamente compensato il calo registrato nel canale wholesale.

L'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 57,8 milioni di ricavi nei primi nove mesi del 2023, in crescita del 14% cFX rispetto all'anno precedente. Nel terzo trimestre, la regione è cresciuta dell'1%, grazie alla solida performance in Giappone che ha compensato la debole performance in Corea.

Le Americhe hanno registrato un calo del 18% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2022. Nel terzo trimestre, la regione ha registrato un calo del 2% cFX anno su anno, in quanto la performance del canale wholesale ha continuato a risentire di trend di business più deboli e di un conseguente approccio più cauto dei *department store*.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	9M 2023		9M 2022		% vs 2022	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	107.923	34,8%	91.560	30,1%	+18%	+21%
Wholesale	202.136	65,2%	212.563	69,9%	-5%	-5%
RICAVI	310.059	100,0%	304.123	100,0%	+2%	+3%

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 202,1 milioni nei primi nove mesi dell'anno, in calo del 5% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2022. Nel terzo trimestre, i ricavi hanno subito un calo 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 21% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2022, con ricavi pari a Euro 107,9 milioni, arrivando a rappresentare il 35% dei ricavi totali dei primi nove mesi dell'anno. Nel terzo trimestre, i ricavi del canale sono aumentati del 16%, principalmente grazie ad una solida performance conseguita in EMEA e in Giappone.

Al 30 settembre 2023, la rete di negozi monomarca Stone Island può contare su 77 punti vendita diretti retail (DOS), un aumento netto di tre unità rispetto al 30 giugno 2023, tra cui Chengdu Swire e La Rinascente a Roma. Inoltre, il marchio Stone Island gestisce 19 negozi monomarca wholesale, in linea con il trimestre precedente.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	30.09.2023	30.06.2023	31.12.2022
Asia	47	46	44
EMEA	23	21	21
Americhe	7	7	7
RETAIL	77	74	72
WHOLESALE	19	19	19

PUBBLICAZIONE CALENDARIO FINANZIARIO 2024

In data odierna, Moncler ha pubblicato il Calendario degli Eventi Societari per l'anno fiscale 2024 disponibile, oltre che nel comunicato stampa dedicato, anche sul sito internet della Società all'indirizzo www.monclergroup.com, sezione "Investors".

ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione, con il previo parere del Comitato Nomine e Remunerazione, in data odierna ha altresì nominato la Dott.ssa Mariolina Piccinini, Chief Marketing and Corporate Strategy Officer, quale Dirigente con Responsabilità Strategiche di Moncler S.p.A. e membro del Comitato Strategico della Società. Alla data odierna, la Dott.ssa Piccinini non detiene azioni Moncler.

Piccinini ha maturato il suo percorso professionale nel campo della comunicazione, della sostenibilità e della gestione della reputazione in mercati altamente competitivi e in primarie aziende multinazionali tra cui Ferrari, Fiat e Ferrero. Entra in Moncler nel 2015, inizialmente come Direttore Sostenibilità. Nel 2018 assume il ruolo di Chief Corporate Strategy and Communications Officer estendendo poi, nel settembre 2023, la sua responsabilità anche al marketing.

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

Press Moncler Group
Tel. +39 02 42203528
monclerpress@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.