

MONCLER

GROUP

STIPULATO L'ATTO DI SCISSIONE PARZIALE DI SPORTSWEAR COMPANY S.P.A. IN FAVORE DI MONCLER S.P.A.

Milano, 9 dicembre 2021 – Facendo seguito ai comunicati stampa diffusi in data 18 maggio 2021 e 29 giugno 2021, si rende noto che in data odierna è stato stipulato l'atto di scissione parziale di Sportswear Company S.p.A. ("**SPW**") a favore di Moncler S.p.A. ("**Moncler**").

Come già comunicato, per effetto di tale scissione saranno assegnati a Moncler gli elementi patrimoniali di SPW rappresentati dal marchio Stone Island e dall'insieme di beni e contratti che compongono le divisioni Stile e Marketing di SPW.

Tale operazione si inserisce nel contesto della più ampia operazione di integrazione tra Moncler e SPW e della conseguente riorganizzazione del gruppo Moncler, ed è volta ad assicurare al gruppo medesimo una maggiore efficienza operativa ed economica.

L'atto di scissione è stato stipulato a seguito dell'avveramento della condizione a cui la scissione era subordinata ovvero la risposta da parte dell'Amministrazione Finanziaria alla istanza di interpello presentata da Moncler rispetto alla configurabilità di taluni effetti di natura fiscale connessi alla operazione di scissione.

Gli effetti della scissione decorreranno, ai sensi dell'Art. 2506-quater Cod. Civ., dal 30 dicembre 2021, fermi gli adempimenti di legge.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

INVESTORS

Paola Durante
Moncler Group Strategic Planning,
Intelligence and Investor Relations Director
Tel. +39 02 42203560
investor.relations@moncler.com

Alice Poggioli
Moncler Group Investor Relations Senior Manager
Tel. +39 02 42203658
investor.relations@moncler.com

Carlotta Fiorani
Moncler Group Investor Relations
Tel. +39 02 42203569
investor.relations@moncler.com

MEDIA

Moncler Group Ufficio Stampa
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.