

MONCLER

GROUP

RICAVI DI GRUPPO NEI 9M STABILI (cFX) A 1,8 MILIARDI DI EURO. NEL Q3 CANALE DIRETTO IN MIGLIORAMENTO SEQUENZIALE PER ENTRAMBI I MARCHI.

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. (Moncler o la Società) ha esaminato e approvato l'Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2025¹.

- RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO: Euro 1.841,3 milioni nei primi nove mesi del 2025, stabili a cambi costanti, cFX, (-1% a cambi correnti) rispetto a Euro 1.865,7 milioni nei primi nove mesi del 2024.
- RICAVI MONCLER: Euro 1.553,2 milioni nei primi nove mesi del 2025, stabili cFX (-1% a cambi correnti) rispetto a Euro 1.573,3 milioni nello stesso periodo del 2024;
 - I ricavi del terzo trimestre (-1% cFX anno su anno) hanno registrato un leggero miglioramento rispetto al trimestre precedente nel canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²), stabile a cambi costanti anno su anno, nonostante il perdurare delle difficoltà macroeconomiche e l'ancora debole fiducia dei consumatori. Le Americhe e la Cina hanno conseguito risultati migliori rispetto alle altre regioni, mentre l'EMEA e il Giappone hanno sottoperformato, risentendo principalmente di flussi di turisti deboli.
 - Il canale wholesale (-4% cFX anno su anno) ha mostrato anch'esso un miglioramento sequenziale, pur continuando a risentire delle iniziative in corso volte a migliorare la qualità della distribuzione attraverso la continua ottimizzazione della rete distributiva.
- RICAVI STONE ISLAND: Euro 288,1 milioni nei primi nove mesi del 2025, in calo dell'1% cFX (-1% a cambi correnti) rispetto a Euro 292,4 milioni nello stesso periodo del 2024;
 - Terzo trimestre stabile a cambi costanti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il canale DTC ha accelerato registrando una solida crescita a doppia cifra (+11% cFX anno su anno), compensata dal calo del canale wholesale (-8% cFX anno su anno), dovuto a una diversa programmazione delle consegne nel Q3 vs Q4 rispetto all'anno precedente.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa se non diversamente specificato: crescite a tassi di cambio costanti, 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:

“Chiudiamo i primi nove mesi dell’anno restando concentrati sull’esecuzione della nostra strategia con disciplina, flessibilità e una direzione chiara, consapevoli delle sfide, ma anche aperti alle opportunità che ci attendono.

La nostra campagna di comunicazione *Warmer Together*, lanciata di recente, celebra i valori che definiscono Moncler da oltre 70 anni – le emozioni, le relazioni umane e il calore che nasce dallo stare insieme – raccontati attraverso l’amicizia di due icone di Hollywood. Gli stessi valori prendono vita in *Casa Moncler*, il nostro nuovo headquarter e una tappa importante nel nostro percorso. Più che un semplice luogo, è un’espressione concreta della nostra cultura, dove creatività e innovazione si incontrano, e dove le nostre persone si ritrovano con forte energia e senso di appartenenza per costruire il futuro del marchio.

In un mondo in continua evoluzione, restiamo fedeli a ciò che siamo, agendo con responsabilità e determinazione, senza mai compromettere il valore a lungo termine dei nostri brand per risultati di breve periodo”.

Milano, 28 ottobre 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l’Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2025.

Nei primi nove mesi del 2025 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 1.841,3 milioni, stabili cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 1.553,2 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 288,1 milioni.

Nel terzo trimestre il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 615,6 milioni, in calo dell’1% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. I marchi Moncler e Stone Island hanno registrato rispettivamente Euro 514,2 milioni e Euro 101,4 milioni di ricavi nel terzo trimestre.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	9M 2025		9M 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	1.553.200	84,4%	1.573.262	84,3%	-1%	0%
Stone Island	288.083	15,6%	292.448	15,7%	-1%	-1%
RICAVI	1.841.283	100,0%	1.865.710	100,0%	-1%	0%

MONCLER

Nei primi nove mesi del 2025 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 1.553,2 milioni, stabili cFX rispetto allo stesso periodo del 2024.

Nel terzo trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 514,2 milioni, in calo dell'1% cFX anno su anno, con un leggero miglioramento sequenziale sia del canale DTC che del canale wholesale.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	9M 2025		9M 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	752.621	48,5%	750.804	47,7%	0%	+3%
EMEA	580.950	37,4%	603.381	38,4%	-4%	-4%
Americhe	219.629	14,1%	219.076	13,9%	0%	+2%
RICAVI	1.553.200	100,0%	1.573.262	100,0%	-1%	0%

Nei primi nove mesi del 2025 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 752,6 milioni, in crescita del 3% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. Nel terzo trimestre i ricavi della regione sono rimasti stabili a cambi costanti anno su anno, in linea con il trimestre precedente. La Cina ha continuato a sovraperformare rispetto al resto della regione, mentre il Giappone e la Corea hanno registrato una performance più debole.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 581,0 milioni, -4% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2024. Nel terzo trimestre i ricavi nella regione sono stati in calo del 4% cFX anno su anno, in miglioramento sequenziale. I flussi di turisti nella regione sono rimasti deboli e inferiori ai livelli dell'anno scorso, sebbene in leggero miglioramento rispetto al trimestre precedente.

I ricavi delle Americhe sono aumentati del 2% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2024, attestandosi a Euro 219,6 milioni. Nel terzo trimestre i ricavi della regione sono aumentati del 5% cFX anno su anno, sostenuti da una crescita a doppia cifra del canale DTC, in parte compensata dal calo del canale wholesale.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	9M 2025		9M 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	1.255.450	80,8%	1.260.032	80,1%	0%	+1%
Wholesale	297.751	19,2%	313.230	19,9%	-5%	-5%
RICAVI	1.553.200	100,0%	1.573.262	100,0%	-1%	0%

Nei primi nove mesi del 2025 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 1.255,4 milioni, in aumento dell'1% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. I ricavi nel terzo trimestre del 2025 sono rimasti stabili a cambi costanti anno su anno, registrando un leggero miglioramento sequenziale, nonostante il perdurare delle difficoltà macroeconomiche e l'ancora debole fiducia dei consumatori. Le Americhe e la Cina hanno conseguito risultati migliori rispetto alle altre regioni, mentre l'EMEA e il Giappone hanno sottoperformato, risentendo principalmente di flussi di turisti deboli.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 297,8 milioni, in calo del 5% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2024. Nel terzo trimestre, il più rilevante dell'anno per questo canale, i ricavi sono diminuiti del 4% cFX anno su anno, in miglioramento rispetto al trimestre precedente, pur continuando a risentire delle iniziative in corso volte a migliorare la qualità della distribuzione attraverso la continua ottimizzazione della rete distributiva.

Al 30 settembre 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 294 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 7 unità rispetto al 30 giugno 2025. Tra i progetti più rilevanti si segnalano l'apertura del negozio di Austin e l'ampliamento del negozio SKP di Pechino. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 49 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, una riduzione netta di 5 unità rispetto al 30 giugno 2025.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	30/09/2025	30/06/2025	31/12/2024
Asia	145	144	143
EMEA	98	96	96
Americhe	51	47	47
RETAIL	294	287	286
WHOLESALE	49	54	56

STONE ISLAND

Nei primi nove mesi del 2025 Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 288,1 milioni, in calo dell'1% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024.

Nel terzo trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 101,4 milioni, stabili cFX anno su anno, impattati negativamente da una diversa programmazione delle consegne nel Q3 vs Q4 rispetto all'anno precedente, compensata da una solida performance del canale DTC.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	9M 2025		9M 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	74.196	25,8%	68.093	23,3%	+9%	+13%
EMEA	196.234	68,1%	203.903	69,7%	-4%	-4%
Americhe	17.653	6,1%	20.453	7,0%	-14%	-11%
RICAVI	288.083	100,0%	292.448	100,0%	-1%	-1%

Nei primi nove mesi del 2025, l'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 74,2 milioni di ricavi, in crescita del 13% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. Nel terzo trimestre la regione è cresciuta del 9% cFX anno su anno, grazie principalmente alla continua solida performance della Cina e del Giappone.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 196,2 milioni, in calo del 4% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. Nel terzo trimestre i ricavi sono stati in calo del 3% cFX anno su anno, con la solida performance del canale DTC che è stata più che compensata dalla performance negativa del canale wholesale.

Le Americhe hanno registrato un calo dell'11% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2024. Nel terzo trimestre i ricavi sono stati in calo del 3% cFX anno su anno, con un miglioramento sequenziale sia del canale wholesale che del canale DTC.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	9M 2025		9M 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	145.072	50,4%	135.712	46,4%	+7%	+9%
Wholesale	143.010	49,6%	156.736	53,6%	-9%	-9%
RICAVI	288.083	100,0%	292.448	100,0%	-1%	-1%

Nei primi nove mesi del 2025 il canale DTC ha registrato una crescita del 9% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024 attestandosi a Euro 145,1 milioni. Nel terzo trimestre i ricavi del canale sono aumentati dell'11% cFX anno su anno, guidati dalla solida performance registrata in Asia e in EMEA.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 143,0 milioni, in calo del 9% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2024. Nel terzo trimestre i ricavi sono stati in calo dell'8% cFX anno su anno, interamente dovuto a una diversa programmazione delle consegne nel Q3 vs Q4 rispetto all'anno precedente mentre il Gruppo ha proseguito nell'impegno volto a migliorare la qualità della rete distributiva.

Al 30 settembre 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Stone Island può contare su 92 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 1 unità rispetto al 30 giugno 2025. Tra i progetti più rilevanti si segnalano la *relocation* del flagship store di New York City. Inoltre, il marchio Stone Island conta 11 negozi monomarca wholesale, invariati rispetto al 30 giugno 2025.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	30/09/2025	30/06/2025	31/12/2024
Asia	54	55	56
EMEA	31	29	27
Americhe	7	7	7
RETAIL	92	91	90
WHOLESALE	11	11	9

PUBBLICAZIONE CALENDARIO FINANZIARIO 2026

In data odierna, Moncler ha pubblicato il calendario degli eventi societari per l'anno 2026, disponibile, oltre che nel comunicato stampa dedicato, anche sul sito internet della Società all'indirizzo www.monclergroup.com, sezione *Investors*.

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

investor.relations@moncler.com

Elena Mariani
Strategic Planning and Investor Relations Director
elena.mariani@moncler.com

Gaia Piccoli
Strategic Planning and Investor Relations Senior Manager
gaia.piccoli@moncler.com

MEDIA

monclerpress@moncler.com

Claudio Monteverde
Corporate Communication Director
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.