

MONCLER

GROUP

**RICAVI DI GRUPPO +16% cFX NEL Q1 GUIDATI DAL MARCHIO MONCLER A +20%.
FORTE CRESCITA A DOPPIA CIFRA NEL CANALE DTC PER ENTRAMBI I MARCHI.**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato l'Interim Management Statement relativo al primo trimestre 2024¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 818,0 milioni, in crescita del 16% a cambi costanti, cFX, (+13% a cambi correnti) rispetto a Euro 726,4 milioni nei primi tre mesi del 2023.
- **RICAVI MONCLER:** Euro 705,0 milioni, +20% cFX (+17% a cambi correnti) rispetto a Euro 604,8 milioni nei primi tre mesi del 2023;
 - Canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²) in crescita del 26% cFX anno su anno con tutte le regioni in solida crescita a doppia cifra.
 - Forte performance del marchio in Asia (+26% cFX anno su anno) trainata dalla continua e solida domanda in Cina, oltre che da una crescita molto sostenuta in Giappone e Corea.
 - Solida crescita anche in EMEA (+15% cFX anno su anno) guidata sia dalla domanda locale sia dall'accelerazione negli acquisti da parte dei turisti.
 - Americhe a +14% cFX anno su anno, con trend in miglioramento rispetto al trimestre precedente.
- **RICAVI STONE ISLAND:** Euro 113,0 milioni, in calo del 5% cFX (-7% a cambi correnti) rispetto a Euro 121,6 milioni nei primi tre mesi del 2023;
 - Forte crescita a doppia cifra nel canale DTC (+31% cFX anno su anno) con il contributo positivo di tutte le regioni, in accelerazione rispetto al trimestre precedente.
 - Canale wholesale impattato da trend di mercato sfidanti e dal rigoroso controllo sui volumi adottato al fine di continuare a migliorare la qualità della rete distributiva.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa: 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:

“Il nostro Gruppo ha ottenuto risultati eccellenti nel primo trimestre dell’anno. Sono particolarmente soddisfatto della forte crescita a doppia cifra ottenuta nel canale DTC da entrambi i nostri marchi. Ma sono ancora più orgoglioso delle *brand experience* distintive a cui abbiamo dato vita negli ultimi mesi che hanno ulteriormente rafforzato il legame con le nostre *community*.

A St. Moritz abbiamo coinvolto persone da tutto il mondo nell’universo di Moncler Grenoble, combinando stile e performance, e valorizzando ulteriormente l’autenticità di questa dimensione unica del marchio. Nello stesso periodo, Stone Island ha presentato il suo nuovo *brand* manifesto, *The Compass Inside*, con un evento speciale a Milano, e ha lanciato una nuova campagna globale che ha visto tra i protagonisti alcuni rappresentanti della sua *community*.

Sono molto orgoglioso dei risultati raggiunti nel primo trimestre dell’anno e certo del forte potenziale dei nostri marchi. Al tempo stesso sono consapevole che ci troviamo di fronte ad uno scenario macroeconomico ancora volatile e a trend di normalizzazione nel nostro settore, che ci richiedono di restare prudenti e sempre reattivi alla luce di queste continue incertezze”.

Milano, 24 aprile 2024 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato l’*Interim Management Statement* relativo ai primi tre mesi dell’esercizio 2024.

Nei primi tre mesi del 2024 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 818,0 milioni, in crescita del 16% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 705,0 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 113,0 milioni.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	Q1 2024		Q1 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	704.984	86,2%	604.849	83,3%	+17%	+20%
Stone Island	113.024	13,8%	121.573	16,7%	-7%	-5%
RICAVI	818.009	100,0%	726.423	100,0%	+13%	+16%

MONCLER

Nei primi tre mesi del 2024 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 705,0 milioni, in aumento del 20% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, guidato da una forte crescita del canale DTC in tutte le regioni.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Q1 2024		Q1 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	362.630	51,4%	304.405	50,3%	+19%	+26%
EMEA	245.945	34,9%	215.938	35,7%	+14%	+15%
Americhe	96.409	13,7%	84.506	14,0%	+14%	+14%
RICAVI	704.984	100,0%	604.849	100,0%	+17%	+20%

Nei primi tre mesi del 2024 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono cresciuti del 26% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, trainati da una crescita molto solida registrata nella Cina continentale nonostante una base di confronto molto sfidante e l'aumento dei consumi cinesi all'estero. Il Giappone e la Corea hanno continuato a registrare una forte performance grazie al contributo positivo da parte sia dei turisti sia dei consumatori locali.

In EMEA i ricavi nei primi tre mesi del 2024 sono cresciuti del 15% cFX rispetto al Q1 2023, in accelerazione sequenziale grazie alla forza del canale DTC, trainato da un ulteriore miglioramento degli acquisti da parte di turisti e da una solida domanda da parte dei consumatori locali. I clienti cinesi, coreani e americani sono rimasti i principali contributori degli acquisti da parte dei turisti nella regione.

I ricavi delle Americhe sono cresciuti del 14% nei primi tre mesi del 2024, in miglioramento rispetto al trimestre precedente con la forte performance del canale DTC che ha più che 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	Q1 2024		Q1 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	608.486	86,3%	501.538	82,9%	+21%	+26%
Wholesale	96.499	13,7%	103.312	17,1%	-7%	-5%
RICAVI	704.984	100,0%	604.849	100,0%	+17%	+20%

Nei primi tre mesi del 2024 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 608,5 milioni, in aumento del 26% cFX rispetto al Q1 2023, in accelerazione sequenziale nel canale sia fisico sia digitale. Tutte e tre le regioni hanno registrato una ottima crescita a doppia cifra con la regione EMEA e le Americhe in miglioramento rispetto al trimestre precedente.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 96,5 milioni, in calo del 5% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, principalmente impattato dalle sopracitate 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.

Al 31 marzo 2024, la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 275 punti vendita diretti retail (DOS), +3 aperture nette rispetto al 31 dicembre 2023. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 56 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, in decrescita netta di 1 unità.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2023
Asia	135	132	129
EMEA	95	95	89
Americhe	45	45	40
RETAIL	275 ³	272 ³	258 ³
WHOLESALE	56	57	61

³ Include 3 *temporary stores* aperti da oltre un anno che sono stati riclassificati in *permanent stores* e quindi inclusi nel conteggio della rete distributiva.

STONE ISLAND

Nei primi tre mesi del 2024 il marchio Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 113,0 milioni, in calo del 5% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, con una forte crescita a doppia cifra nel canale DTC che ha parzialmente compensato il declino del canale wholesale.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Q1 2024		Q1 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
EMEA	77.675	68,7%	87.834	72,2%	-12%	-12%
Asia	27.384	24,2%	22.949	18,9%	+19%	+27%
Americhe	7.966	7,0%	10.790	8,9%	-26%	-25%
RICAVI	113.024	100,0%	121.573	100,0%	-7%	-5%

Nei primi tre mesi del 2024 la regione EMEA, l'area geografica più rilevante per il brand, ha registrato ricavi pari a Euro 77,7 milioni, in calo del 12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, con una forte crescita a doppia cifra nel canale distributivo DTC non sufficiente a compensare il declino del canale wholesale.

L'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 27,4 milioni di ricavi nel Q1 2024, in crescita del 27% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, principalmente grazie all'ottima performance del Giappone. L'andamento della Corea è rimasto più debole rispetto ad altre parti dell'Asia, anche se in miglioramento su base sequenziale. A seguito dell'internalizzazione del mercato, la performance della Cina continentale è stata impattata dalla ristrutturazione in corso della rete distributiva iniziata alla fine del 2023.

Le Americhe hanno registrato un calo del 25% cFX rispetto al Q1 2023. La performance positiva del canale DTC è stata più che compensata dal declino del canale wholesale, che ha continuato a risentire di trend di business difficili soprattutto tra i *department store*, oltre che di interventi in atto volti a rafforzare la qualità del canale distributivo.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Q1 2024		Q1 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	49.376	43,7%	39.117	32,2%	+26%	+31%
Wholesale	63.649	56,3%	82.457	67,8%	-23%	-23%
RICAVI	113.024	100,0%	121.573	100,0%	-7%	-5%

Nei primi tre mesi del 2024 il canale wholesale, che continua a rappresentare il canale più importante per il marchio, ha registrato ricavi pari a Euro 63,6 milioni, in calo del 23% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023, impattato – nel trimestre più rilevante per il canale – da trend di mercato sfidanti e dal rigoroso controllo sui volumi adottato al fine di continuare a migliorare la qualità della rete distributiva.

I ricavi del canale DTC hanno raggiunto Euro 49,4 milioni e sono cresciuti di un solido 31% cFX rispetto al Q1 2023. La crescita di questo canale ha registrato un miglioramento sequenziale in tutte e tre le regioni, in particolar modo nelle regioni Asia ed EMEA.

Al 31 marzo 2024, la rete di negozi monomarca Stone Island può contare su 83 punti vendita diretti retail (DOS), un aumento netto di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2023. Inoltre, il marchio Stone Island conta 13 negozi monomarca wholesale, in decrescita netta di 2 unità.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/03/2024	31/12/2023	31/03/2023
Asia	50	48	43
EMEA	26	26	21
Americhe	7	7	7
RETAIL	83	81	71
WHOLESALE	13	15	19

ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, a seguito della delibera assembleare, ha altresì approvato l'attuazione al piano di stock grant denominato "Piano di Performance Shares 2024" e ha deliberato, con il parere favorevole del Comitato Nomine e Remunerazione, l'assegnazione di azioni fino ad un massimo di 1.109.219 azioni a favore di n. 198 beneficiari - tra i quali vi sono gli Amministratori Esecutivi e i Dirigenti con responsabilità strategiche – subordinatamente al raggiungimento degli obbiettivi di performance al termine del vesting period triennale.

Le informazioni di dettaglio concernenti le decisioni adottate dal Consiglio di Amministrazione inerenti l'attuazione di detto piano verranno pubblicate nei termini e con le modalità previste dall'Art. 84-bis del Regolamento adottato dalla CONSOB con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato.

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.