

Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 1513-22-2015	Data/Ora Ricezione 04 Agosto 2015 17:41:08	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : MOLESKINE

Identificativo : 61801

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MOLESKINEN03 - Bologna

Tipologia : IRAG 02

Data/Ora Ricezione : 04 Agosto 2015 17:41:08

Data/Ora Inizio : 04 Agosto 2015 17:56:09

Diffusione presunta

Oggetto : Moleskine SpA: Risultati primo semestre
2015

Testo del comunicato

Vedi allegato.

MOLESKINE SPA RISULTATI PRIMO SEMESTRE 2015

PROSEGUE LA TRAIETTORIA DI FORTE CRESCITA

PREVISIONE DI RICAVI ED EBITDA PER IL 2015 NELLA PARTE ALTA DELL'INTERVALLO DI GUIDANCE

Ricavi netti¹ a 53,8 milioni di Euro in aumento del 31,2% a tassi di cambio correnti (+17,5% a tassi di cambio costanti) rispetto al primo semestre del 2014 con tutte le aree geografiche, canali distributivi e categorie di prodotti in crescita

L'EBITDA² a 15,1 milioni di Euro in aumento del 29,3% a tassi correnti (+18,8%³ a tassi di cambio costanti) rispetto al primo semestre del 2014 riflette la crescita organica ed il beneficio degli investimenti strategici effettuati nel 2014

L'Utile netto² a 8,6 milioni di Euro in aumento del 44,7% a tassi correnti (+27,3%³ a tassi di cambio costanti) rispetto al primo semestre del 2014 riflette la crescita organica oltre che un minor costo del debito

Indebitamento finanziario netto post pagamento del dividendo in riduzione a 10,6 milioni di Euro (3,6 milioni di Euro pre dividendo) rispetto ai 17,4 milioni di Euro al 30 giugno 2014 per effetto di una significativa generazione di cassa operativa

La solida traiettoria di crescita che ha caratterizzato la prima metà dell'anno e gli andamenti osservabili ad oggi portano ad una proiezione dei risultati per l'anno nella parte alta dell'intervallo di *guidance*: ricavi netti pari a 117-120 Milioni di Euro ed EBITDA pari a 38 milioni di Euro a tassi di cambio costanti

Milano, 4 agosto 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Moleskine S.p.A. (“Moleskine” o con le sue controllate il “Gruppo” o la “Società”) ha approvato in data odierna la Relazione Finanziaria al 30 giugno 2015.

<i>(Migliaia di Euro)</i>	1H15	1H14	Var. % a tassi di cambio correnti	Var. % a tassi di cambio costanti^(*)
Ricavi Netti	53.805	41.023	+31,2%	+17,5%
EBITDA	15.146	11.711	+29,3%	+18,8%
Risultato netto	8.584	5.931	+44,7%	+27,3%

() Fonte : Management Accounts*

¹ I ricavi sono calcolati su base adjusted e rappresentano i ricavi di conto economico al netto dei ricavi derivanti dalla cessione dei sistemi espositivi (display) e degli altri ricavi e proventi rappresentanti *special items*;

² L'EBITDA *adjusted* e il Risultato netto *adjusted* si riferiscono a grandezze al netto dell'effetto degli *special items*;

³ Management accounts

Arrigo Berni, Amministratore Delegato di Moleskine, ha commentato:

“E’ stata una prima parte dell’anno segnata da una forte crescita che ha interessato tutti i mercati, tutti i canali distributivi e tutte le nostre categorie di prodotti. Sono molto soddisfatto della crescita a doppia cifra registrata su tutti i principali indicatori finanziari – vendite, EBITDA e utile – segnando una marcata progressione verso i nostri obiettivi di piano. Ciò è stato possibile grazie ad un’organizzazione che ancora una volta con determinazione ha implementato in maniera efficace la nostra strategia.

I risultati odierni confermano ulteriormente la nostra visione di sviluppare l’enorme potenziale del brand Moleskine aumentando l’awareness e l’engagement con il consumatore attraverso una piattaforma distributiva multicanale e l’ampliamento della nostra offerta di prodotti.

Guardiamo dunque alla seconda parte dell’anno con fiducia. Sulla base dei risultati raggiunti nella prima metà e dei positivi andamenti osservabili sino ad oggi prevediamo ricavi ed EBITDA per l’anno nella parte alta dell’intervallo di guidance.”

Ricavi per canale di vendita

Moleskine distribuisce i suoi prodotti (i) indirettamente, attraverso una rete di 74 distributori (c.d. canale “*Wholesale*”), che serve librerie, *department stores*, *specialty stores*, cartolerie e musei (c.d. “*retailer*”); (ii) attraverso un modello misto diretto e indiretto per le edizioni personalizzate rivolte a clienti *business* (c.d. “*B2B*”), iii) tramite il sito *internet* (“*eCommerce*”) e iv) attraverso una rete in continua espansione di negozi monomarca a gestione diretta (“*Directly Operated Stores*”, “*DOS*” o “*Retail*”).

(Migliaia di Euro)	1H15	1H14	Var. % a tassi di cambio correnti	Var. % a tassi di cambio costanti (*)
Wholesale	37.489	30.514	+22,9%	+10,1%
B2B	8.944	5.911	+51,3%	+34,9%
Ecommerce	2.190	1.664	+31,6%	+18,7%
Retail	5.182	2.934	+76,6%	+57,8%
Ricavi netti	53.805	41.023	+31,2%	+17,5%

(*) Fonte : Management Accounts

I ricavi netti del canale **Wholesale** si sono attestati a 37,5 milioni di Euro in crescita del 10,1% a tassi di cambio costanti (+22,9% a tassi di cambio correnti) rispetto al primo semestre del 2014 guidati da una crescita solida in tutti i mercati coerentemente con le iniziative strategiche implementate nel corso del 2014:

- L’area EMEA ha registrato un aumento dell’8% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 con buoni risultati sui vari mercati e *performance* particolarmente positive in Germania e Spagna per effetto dell’adozione del modello di distributivo diretto nel corso del 2014;

- L'area americana, in crescita del 15% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014, riflette le *performance* positive dei principali *retailers* per effetto dell'implementazione di efficaci programmi di *merchandising* volti a rafforzare la presenza della marca sul punto vendita;
- L'area APAC ha riportato un incremento del 6% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 con una volatilità della *performance* tra i primi due trimestri dell'anno dovuta principalmente alla differente calendarizzazione degli ordini rispetto al 2014.

I ricavi netti nel canale **B2B** si sono attestati a 8,9 milioni di Euro in aumento del 34,9% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+51,3% a tassi di cambio correnti) trainati dalla continua implementazione della strategia multicanale incentrata sullo sviluppo del modello distributivo indiretto e su un'efficace rete di vendita diretta. In particolare:

- L'area EMEA (+12% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014) e l'area americana (+30% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014) hanno mostrato l'accelerazione della crescita attesa nel secondo trimestre;
- La forte crescita dell'area APAC pari al 204% rispetto al primo semestre del 2014 a tassi di cambio costanti evidenzia la crescente rilevanza del *brand* per il consumatore finale confermando la valenza strategica del canale B2B anche come efficace strumento di *marketing*.

I ricavi netti dell'**e-Commerce** si sono attestati a 2,2 milioni di Euro in aumento del 18,7% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+31,6% a tassi di cambio correnti) trainati dalla crescente efficacia delle nostre piattaforme logistiche. In particolare:

- L'area EMEA (+36% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014) e l'APAC (+19% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014) hanno beneficiato dei miglioramenti apportati alle rispettive piattaforme logistiche;
- L'area americana, che ha mostrato risultati stabili rispetto al primo semestre del 2014 (+1% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014), è prevista in crescita nella seconda parte dell'anno per effetto della transizione al nuovo *partner* logistico.

I ricavi netti del canale **Retail** hanno raggiunto 5,2 milioni di Euro in aumento del 57,8% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+76,6% a tassi di cambio correnti) guidati da una crescita su tutti i mercati e dalla continua espansione del *network* di negozi diretti che si attesta a 43 alla fine del primo semestre del 2015 rispetto ai 28 dell'anno precedente.

E' prevista un'accelerazione delle aperture nella seconda parte dell'anno e il *target* per l'anno di oltre 55 negozi resta confermato.

Ricavi netti per area geografica

Moleskine è presente in circa 113 paesi nel mondo.

(Migliaia di Euro)	1H15	1H14	Var. % a tassi di cambio correnti	Var. % a tassi di cambio costanti ^(*)
EMEA	23.220	20.665	+12,4%	+12,1%
AMERICAS	22.158	15.478	+43,2%	+17,3%
APAC	8.427	4.880	+72,7%	+41,0%
Ricavi Netti	53.805	41.023	+31,2%	+17,5%

(*) Fonte : Management Accounts

In **EMEA** i ricavi netti si sono attestati a 23,2 milioni di Euro in aumento del 12,1% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+12,4% a tassi di cambio correnti) trainati da risultati positivi registrati nel canale *Wholesale* e dalla continua crescita dei canali diretti.

In **America** i ricavi netti si sono attestati a 22,2 milioni di Euro in aumento del 17,3% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+43,2% a tassi di cambio correnti) trainati da una solida traiettoria di crescita nell'*Wholesale, B2B e Retail*.

I ricavi dell'**APAC** si sono attestati a 8,4 milioni di Euro in aumento del 41% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre del 2014 (+72,7% a tassi di cambio correnti) per effetto di una crescita su tutti i canali e *performance* particolarmente positive del *B2B* e del *Retail*.

Ricavi netti per categoria di prodotto

Il continuo sviluppo di un modello di *business* multicanale nei diversi mercati e la conseguente sempre maggiore visibilità del *brand* ha comportato un incremento dei ricavi sia della collezione *paper* che della collezione *WTR*, in crescita rispettivamente del 16,8% e del 24,5% a tassi di cambio costanti rispetto al primo semestre dell'esercizio precedente.

(Migliaia di Euro)	1H15	1H14	% Growth at Current FX	% Growth at Constant FX ^(*)
Collezione Paper	49.237	37.700	+30,6%	16,8%
Collezione WTR	4.568	3.323	+37,5%	24,5%
Ricavi Netti	53.805	41.023	+31,2%	+17,5%

(*) Fonte : Management Accounts

Nella prima metà dell'anno il Gruppo ha continuato a sviluppare la propria offerta attraverso l'introduzione di prodotti innovativi nell'ambito delle collezioni *Paper* e *WTR* ("Writing, Travelling & Reading") in coerenza con il posizionamento distintivo e *premium* del marchio Moleskine.

In particolare, nel primo trimestre del 2015 sono stati lanciati i Chapters, taccuini in formato *slim* che vanno ad ampliare ulteriormente l'offerta delle collezioni Cahiers e Volant. Sono state introdotte nuove Limited Editions quali Alice nel paese delle meraviglie e Batman ed è stata ampliata la collezione di borse My Analog Cloud attraverso il lancio di nuovi modelli ideali per supportare l'organizzazione della giornata lavorativa.

Moleskine ha inoltre annunciato di aver siglato un accordo con Driade, società *leader* e marchio storico del *design*, per la creazione di una *capsule collection* di oggetti di *design*, ad ulteriore conferma della capacità del *brand* Moleskine di estendersi ben oltre i prodotti legati alla carta.

Infine, in linea con la propria visione di supportare il processo creativo rendendo semplice l'utilizzo di diverse piattaforme ed incrementando, di conseguenza, la produttività personale dei propri utilizzatori, Moleskine ha lanciato Timepage, un'applicazione calendario per iOS sviluppata in collaborazione con la *software company* australiana Bonobo Labs. A fine giugno l'app aveva registrato circa 25,000 *downloads*.

EBITDA

L'EBITDA adjusted del Gruppo si è attestato a 15,1 milioni di Euro nel primo semestre del 2015 con un incremento del 18,8% a tassi di cambio costanti e del 29,3% a tassi di cambio correnti per effetto della crescita organica e del beneficio generato dagli investimenti strategici implementati nel 2014.

(Migliaia di Euro)	1H15	1H14	Var. % a tassi di cambio correnti	Var. % a tassi di cambio costanti ^(**)
EBITDA Reported	13.980	10.557	+32,4%	
Special items ^(*)	1.166	1.154		
EBITDA Adjusted	15.146	11.711	+29,3%	+18,8%

(*) Nel primo semestre 2015 sono rappresentati principalmente da oneri legati a severance, a cambiamenti di modello distributivo e a piani di incentivazione

(**) Fonte : Management Accounts

Utile Netto

Il risultato netto *adjusted* del Gruppo si è attestato a 8,6 milioni di Euro nel primo semestre del 2015 in aumento del 27,3% a tassi di cambio costanti e del 44,7% a tassi di cambio correnti trainato dalla crescita organica e da una riduzione degli oneri finanziari.

(Migliaia di Euro)	1H15	1H14	Var. % a tassi di cambio correnti	Var. % a tassi di cambio costanti ^(**)
Risultato Netto Reported	7.755	5.129	+51,2%	
Special items ^(*)	1.166	1.154		
Effetto fiscale	(337)	(352)		
Risultato Netto Adjusted	8.584	5.931	+44,7%	+27,3%

(*) Nel primo semestre 2015 sono rappresentati principalmente da oneri legati a severance, a cambi di modello distributivo e a piani di incentivazione

(**) Fonte : Management Accounts

Indebitamento Finanziario Netto

L'indebitamento finanziario netto del Gruppo post dividendo si è attestato a 10,6 milioni di Euro al 30 giugno 2015 (3,6 milioni di Euro pre dividendo) in riduzione rispetto ai 17,4 milioni di Euro al 30 giugno 2014. La riduzione dell'indebitamento finanziario netto è attribuibile alla solida generazione di cassa operativa del periodo pari al 39% dell'EBITDA.

§

Outlook

In considerazione dei risultati del primo semestre 2015 e degli andamenti osservabili ad oggi, la Società prevede poter raggiungere per il 2015 ricavi netti ed EBITDA nella parte alta dell'intervallo di *guidance*: ricavi netti tra i 117 e i 120 milioni di Euro ed EBITDA pari a 38 milioni di Euro a tassi di cambio costanti.

I principali *driver* di crescita per il 2015 sono rappresentati dall'incremento della visibilità della marca, dall'innovazione di prodotto e dal continuo sviluppo di una piattaforma distributiva multicanale.

§

Conference call con analisti e investitori

La conference call per la presentazione dei risultati relativi al primo trimestre del 2015 si terrà via audio webcast:

martedì 4 agosto p.v. alle 18.00 CEST

L'audio webcast sarà disponibile all'indirizzo:

<http://edge.media-server.com/m/p/myvgbtus>

Per partecipare alla conference call, gli interessati devono comporre i seguenti numeri e codice di accesso 5-10 minuti prima dell'inizio dell'evento. Verranno richiesti il proprio nome e quello dell'azienda di appartenenza.

Analisti & Investitori

+44(0)20 3427 1908

+3902 3600 9866

Media

+3902 3859 1420

Codice di accesso

2380066

§

Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Alessandro Strati, dichiara, ai sensi del comma 2 dell'articolo 154-bis del "Testo Unico della Finanza", che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

§

Dichiarazioni previsionali

Il presente comunicato stampa potrebbe contenere informazioni previsionali, compresi riferimenti che non sono relativi esclusivamente a dati storici o eventi attuali e pertanto, in quanto tali, incerti. Le informazioni previsionali si basano su diverse assunzioni, aspettative, proiezioni e dati previsionali relativi ad eventi futuri e sono soggette a molteplici incertezze e ad altri fattori al di fuori del controllo della Società e/o del Gruppo. Esistono numerosi fattori che possono generare risultati ed andamenti notevolmente diversi rispetto ai contenuti, impliciti o espliciti, delle informazioni previsionali e pertanto tali informazioni non sono una indicazione attendibile circa la performance futura. Moleskine non si assume alcun obbligo di aggiornare pubblicamente o rivedere le informazioni previsionali sia a seguito di nuove informazioni, sia a seguito di eventi futuri o per altre ragioni, salvo che ciò sia richiesto dalla normativa applicabile. Le informazioni e le opinioni contenute in questo comunicato stampa sono quelle disponibili alla data del presente documento e sono soggette a modifiche senza preavviso. Inoltre, il riferimento a performance passate della Società o del Gruppo non deve essere presa come un'indicazione della performance futura.

§

Indicatori alternativi di performance

Nel presente comunicato stampa vengono presentati alcuni indicatori alternativi di performance utilizzati dal management al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economica e della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo. Tali indicatori non sono identificati come misure contabili nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non devono essere considerati una misura alternativa per la valutazione dell'andamento economico del Gruppo e della relativa posizione patrimoniale e finanziaria. Poiché la determinazione di queste misure non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, le modalità di calcolo applicate dalla Società potrebbero non essere omogenee con quelle adottate da altri e, pertanto, questi indicatori potrebbero non essere comparabili. Pertanto, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni. Inoltre, il presente comunicato stampa contiene alcuni indicatori finanziari, gestionali e altre misure "rettificati" (o "*adjusted*") che sono stati rettificati per riflettere eventi straordinari e operazioni non ricorrenti c.d. *special items*. Tali informazioni "rettificate" sono state incluse per permettere una miglior comparazione delle informazioni finanziarie di tutti i periodi; tuttavia, va notato che tali informazioni non sono riconosciute come dati economici e finanziari nell'ambito degli IFRS e / o non costituiscono un'indicazione della performance storica della Società o del Gruppo. Pertanto, gli investitori non devono fare indebito affidamento su tali dati e informazioni.

Per maggiori informazioni potete visitare il sito :

<http://corporate.moleskine.com/it/home>

Contatti

Investor Relations and Corporate Development

Olga Bologna

+39 0200680599

ir@moleskine.com

Media Relations

Elisa Piacentino

+39 02 4678754

elisa.piacentino@icorporate.it

Moleskine nasce come marca nella metà degli anni novanta dall'esperienza di un piccolo editore milanese (Modo&Modo) che riportò in vita il leggendario taccuino degli artisti e intellettuali degli ultimi due secoli riavviando la produzione nel 1995 e registrando il marchio Moleskine nel 1997.

Sin dall'inizio Modo&Modo concepì il taccuino Moleskine in maniera innovativa – non come un semplice taccuino ma come uno strumento a supporto della creatività personale, creando così una marca dal forte contenuto aspirazionale e un nuovo segmento di mercato. Moleskine, un *brand* con una storia unica e fortemente evocativa di valori culturali, andava ad incontrare i bisogni della classe creativa emergente e così la sua conoscenza si diffuse rapidamente.

Oggi, il nome Moleskine identifica una famiglia di oggetti nomadi: taccuini, agende, quaderni, borse, strumenti per la scrittura e la lettura dedicati alla personalità mobile. Compagni indispensabili delle professioni creative e dell'immaginario del nostro tempo, in stretta connessione con il mondo digitale.

Nell'ottobre 2006, Modo&Modo è stata acquistata da SGCapital Europe, ora Syntegra Capital e dal 1° gennaio 2007, Moleskine è diventato anche il nome dell'azienda. Il management team attualmente guidato dall'Amministratore Delegato Arrigo Berni ha perseguito negli anni una strategia di crescita incentrata sull'estensione e rafforzamento dell'assetto distributivo, sull'ampliamento dell'offerta di prodotti e servizi e sull'incremento della visibilità e *awareness* della marca.

Moleskine è un'azienda creativa in continua crescita. Conta oltre 250 dipendenti e una vasta rete di partner e collaboratori. La sua sede principale è in Italia a Milano. Dall'aprile 2013 Moleskine è quotata alla Borsa di Milano.

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

<i>(Migliaia di Euro)</i>	1H15	1H14
Ricavi	53.843	41.077
Altri proventi operativi	2.785	364
Costo per prodotti finiti, mat prime, mat consumo	(11.097)	(8.999)
Costi per servizi	(19.473)	(12.846)
Costo del personale	(9.946)	(8.007)
Altri oneri operativi	(2.132)	(1.032)
Ammortamenti e svalutazioni	(2.434)	(1.841)
Risultato operativo	11.546	8.716
Totale oneri finanziari	(547)	(1.079)
Totale proventi finanziari	574	18
Risultato netto ante imposte	11.573	7.655
Imposte	(3.818)	(2.526)
Risultato Netto	7.755	5.129
Risultato netto per azione (euro)	0,037	0,024
Risultato netto per azione diluito (euro)	0,036	0,024

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

<i>(Migliaia di Euro)</i>	1H15	FY14
Immobili, impianti e macchinari	6.161	6.306
Avviamento e marchio	76.830	76.859
Altre attività immateriali	4.324	4.236
Crediti non correnti	2.273	2.127
Attività per imposte anticipate	6.884	3.487
Totale attività non correnti	96.472	93.015
Rimanenze	24.115	15.785
Crediti commerciali	27.833	22.798
Crediti per imposte dell'esercizio	-	2.081
Altri crediti correnti	2.135	1.798
Cassa e disponibilità liquide	30.249	23.353
Totale attività correnti	84.332	65.815
TOTALE ATTIVITA'	180.804	158.830
Capitale sociale	2.122	2.122
Altre riserve	80.496	70.413
Risultato dell'esercizio	7.755	16.525
TOTALE PATRIMONIO NETTO	90.373	89.060
Passività finanziarie non correnti	36.680	22.947
Imposte differite	17.090	17.102
Fondi relativi al personale	1.540	1.802
Fondi per rischi e oneri non correnti	-	-
Altri debiti non correnti	52	170
Totale passività non correnti	55.362	42.021
Debiti commerciali	19.430	17.754
Debiti per imposte dell'esercizio	4.956	-
Passività finanziarie correnti	4.185	5.025
Fondi per rischi e oneri correnti	787	450
Altri debiti correnti	5.711	4.520
Totale passività correnti	35.069	27.749
TOTALE PASSIVITA'	90.431	69.770
TOTALE PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO	180.804	158.830

RENDICONTO FINANZIARIO SINTETICO CONSOLIDATO

<i>(Migliaia di Euro)</i>	1H15	1H14
Flusso di cassa derivante dall'attività operativa	2.766	1.403
Flusso di cassa relativo all'attività di investimento	(2.022)	(1.895)
Flusso di cassa relativo all'attività di finanziamento	5.482	(2.394)
Flusso di cassa netto del periodo	6.226	(2.886)
Disponibilità liquide di inizio periodo	23.353	5.750
Differenze di cambio sulle disponibilità liquide	670	(12)
Disponibilità liquide di fine periodo	30.249	2.852

Fine Comunicato n.1513-22

Numero di Pagine: 13