



Resoconto intermedio  
sulla gestione

30/09/2016

## INDICE

Dati societari.....	3
Composizione degli organi sociali .....	4
Struttura del Gruppo .....	5
Organigramma del Gruppo .....	6
Rete distributiva.....	7
<b>INFORMAZIONI SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE AL 30 SETTEMBRE 2016.....</b>	<b>8</b>
Attività del Gruppo.....	9
Risultati del Gruppo al 30 settembre 2016 .....	21
Analisi dei ricavi .....	26
– Ricavi per area geografica .....	26
– Ricavi per canale distributivo .....	28
– Ricavi per linea di prodotto .....	31
Risultati operativi .....	34
Risultato netto.....	36
Analisi dei saldi patrimoniali e finanziari .....	37
Fatti di rilievo successivi alla chiusura del periodo .....	41
Evoluzione prevedibile della gestione .....	41
Criteri di redazione .....	42
Principi contabili e criteri di consolidamento .....	42
Rapporti con parti correlate .....	44
<b>PROSPETTI CONTABILI .....</b>	<b>45</b>
Situazione patrimoniale e finanziaria consolidata.....	46
Conto economico complessivo consolidato.....	47
Rendiconto finanziario consolidato sintetico.....	48
Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato.....	48
<b>ATTESTAZIONE AI SENSI DEL COMMA 2 ART.154BIS TUF.....</b>	<b>50</b>

## DATI SOCIETARI

### SEDE LEGALE DELLA CAPOGRUPPO

Moleskine S.p.A.  
Viale Stelvio 66 – 20159  
Milano

### DATI LEGALI DELLA CAPOGRUPPO

Capitale sociale deliberato Euro 2.126.522,05  
Capitale sociale sottoscritto e versato Euro 2.126.522,05

Registro Imprese di Milano n. 07234480965  
R.E.A. di Milano n. 1945400  
C.F. e P. Iva 07234480965  
Sito Istituzionale [www.moleskine.com](http://www.moleskine.com)

**COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIALI\***

<b>Consiglio di Amministrazione</b>	Axel Miller Arrigo Berni Arnaud Laviolette Nicolas Saillez Amelie Coens Fabio Brunelli Roberto Spada Maria Ceriani Sebregondi Orna Ben Naftali	Presidente Amministratore Delegato Amministratore Amministratore Amministratore Amministratore indipendente Amministratore indipendente Amministratore Amministratore
<b>Comitato per il Controllo e Rischi</b>	Fabio Brunelli Roberto Spada Arnaud Laviolette	Presidente
<b>Comitato per la Remunerazione</b>	Roberto Spada Fabio Brunelli Axel Miller	Presidente
<b>Collegio Sindacale</b>	Paola Maiorana Rocco Santoro Cristiano Proserpio Sabrina Pugliese Antonio Zecca	Presidente Sindaco Effettivo Sindaco Effettivo Sindaco Supplente Sindaco Supplente
<b>Società di revisione</b>	PricewaterhouseCoopers SpA	
<b>Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari</b>	Alessandro Poletto	

\* Organi sociali come nominati dall'Assemblea degli azionisti di Moleskine S.p.A. tenutasi in data 14 aprile 2016 e modificati dal Consiglio di Amministrazione di Moleskine S.p.A. tenutosi in data 6 ottobre 2016.

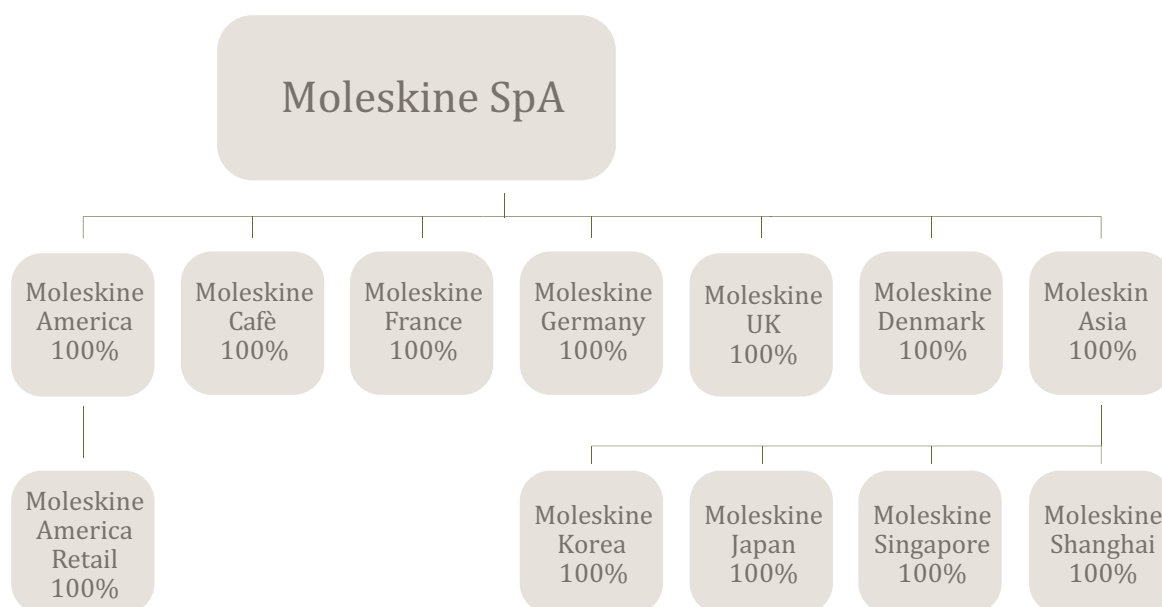
## STRUTTURA DEL GRUPPO

Il Gruppo include, oltre alla Capogruppo Moleskine S.p.A. (“**Moleskine**” o la “**Società**”), la società Moleskine America Inc. (“**Moleskine America**”), controllata direttamente al 100%, con sede a New York, 210 Eleventh Avenue, Suite 1004, e la società Moleskine America Retail LLC (“**Moleskine America Retail**”), organizzata secondo le leggi dello Stato del Delaware, interamente partecipata da Moleskine America; include inoltre la società Moleskine Asia Ltd (“**Moleskine Asia**”), avente sede ad Hong Kong, 22/F, East Exchange Tower 38 Leighton Road Causeway Bay, partecipata direttamente al 100% dalla Società, la società Moleskine Trade and Commerce Shanghai Co. Ltd, con sede legale a Shanghai, Unit 3506, Tower 2, Grand Gateway Center, No. 3, Hong Qiao Road, Xuhui District (“**Moleskine Shanghai**”), la società Moleskine Singapore Pte Ltd (“**Moleskine Singapore**”), con sede a Singapore, 6001 Beach Road HEX 13-04 Golden Mile Tower, la società Moleskine Japan K. K. (“**Moleskine Japan**”), con sede a Tokyo, 5-4-35-1301 Minami Aoyama, Minato-ku, e la società Moleskine Korea Co. Ltd (“**Moleskine Korea**”), costituita a Marzo 2016 ed avente sede legale a Seoul in 10 Bongeunsa-ro 54-gil, queste ultime quattro società interamente controllate da Moleskine Asia.

Rientrano altresì nel perimetro di Gruppo la società Moleskine France S.à.r.l (“**Moleskine France**”), con sede a Parigi 39, rue Beauregard, la società Moleskine Germany GmbH (“**Moleskine Germany**”) avente sede a Colonia, Spichernstraße 73, la società Moleskine UK Limited (“**Moleskine UK**”) con sede legale a Londra, Second floor, Cardiff House, Tilling Road, e la società Moleskine Denmark ApS (“**Moleskine Denmark**”), con sede legale a Copenaghen, Øster Allé 42,4, tutte interamente controllate dalla Capogruppo Moleskine.

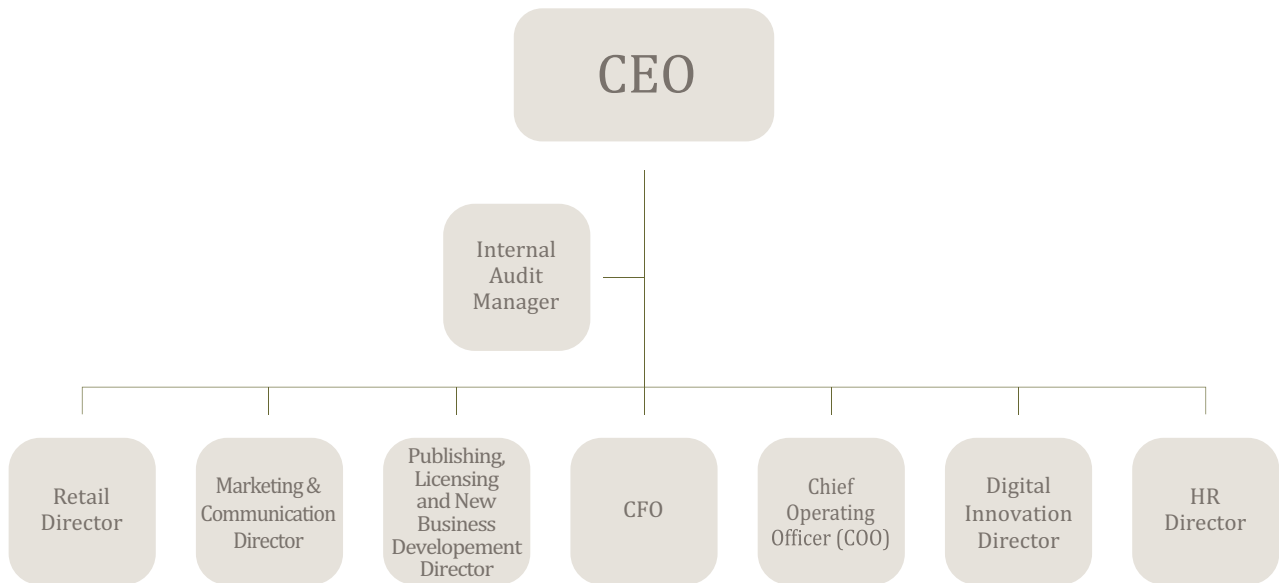
Infine, nell’aprile 2016, è stata costituita la società Moleskine Cafè s.r.l. (“**Moleskine Cafè**”), con sede legale in Viale Stelvio 66 a Milano, controllata direttamente al 100% dalla Capogruppo e soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di quest’ultima.

La seguente rappresentazione grafica mostra la composizione del Gruppo e le partecipazioni detenute da Moleskine con l’indicazione delle relative percentuali di partecipazione:



## ORGANIGRAMMA DEL GRUPPO

Di seguito si riporta l'organigramma funzionale di Gruppo al 30 settembre 2016:



## RETE DISTRIBUTIVA

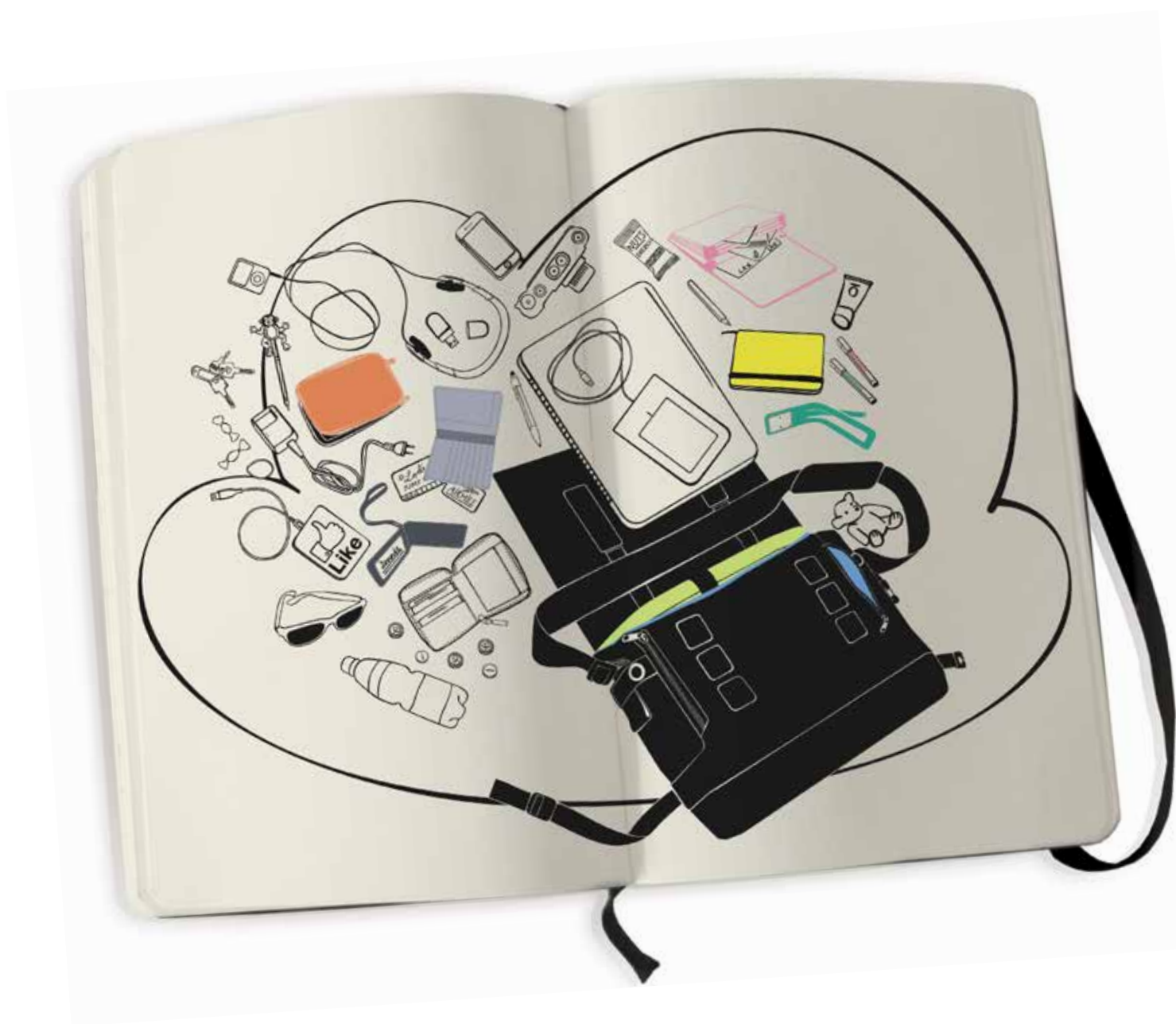
Il Gruppo propone i suoi prodotti sul mercato attraverso diversi canali di distribuzione. Dal punto di vista del consumatore finale, il Gruppo è presente sul mercato attraverso:

- il canale della distribuzione *Retail*, cioè il canale di distribuzione diretta (al dettaglio) per il quale il Gruppo si avvale di negozi gestiti per il tramite di società terze o gestiti direttamente, quest'ultimi cosiddetti "DOS" ovvero *Directly Operated Stores*;
- il canale *Wholesale*, cioè il canale che, per la vendita ai consumatori finali, si avvale di intermediari, con la conseguenza che in tal caso sono questi ultimi ad essere i clienti del Gruppo;
- il canale *B2B*, rivolto alla vendita di prodotti personalizzati Moleskine ad aziende, istituzioni e varie organizzazioni, attraverso un modello misto diretto ed indiretto;
- il canale *e-Commerce*, cioè la vendita *on-line* dei propri prodotti, tramite i propri siti *Web*. In questo canale sono ricomprese anche le vendite di prodotti rientranti nella famiglia *Moleskine+*, quali, a titolo esemplificativo, le applicazioni software con funzionalità integrate per dispositivi mobili, collezioni che rivestono una rilevanza strategica nel posizionamento del *brand* Moleskine nel *continuum* analogico-digitale.

Informazioni  
sull'andamento  
della gestione al  
30 settembre 2016

---

01





## ATTIVITÀ DEL GRUPPO

### PREMESSA

Con riferimento al periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre 2016, le informazioni numeriche inserite nella presente relazione ed i commenti ivi riportati hanno l'obiettivo di fornire una visione della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica del Gruppo, delle relative variazioni intercorse nel periodo di riferimento, nonché degli eventi significativi che si sono verificati influenzando il risultato del periodo.

### CONDIZIONI OPERATIVE E SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ

Moleskine è il *brand* attraverso il quale il Gruppo sviluppa, distribuisce e vende una famiglia di oggetti nomadi: taccuini, quaderni, agende, borse, strumenti per scrivere, oggetti per leggere, ispirati ad una personalità mobile, che rappresentano un sinonimo di cultura e identità personale, nel mondo reale come in quello virtuale.

I prodotti e i servizi del Gruppo sono organizzati in 3 linee, così articolate:

- i) collezioni *paper* (“**Collezioni Paper**”) cioè i prodotti su carta, quali taccuini, agende, prodotti *home-office* e *gift*.
- ii) collezioni *writing, travelling & reading* (“**Collezioni WTR**”), cioè oggetti per la scrittura, il viaggio e la lettura, quali penne, matite, borse, occhiali da vista e lampade per lettura.
- iii) collezione *Moleskine+* (“**Collezioni M+**”) ovvero prodotti e servizi analogico/digitali deputati a porsi nel *continuum* tra la sfera analogica e digitale. Alcuni esempi sono: lo *Smart Writing Set, tool* innovativo recentemente aggiuntosi all'ecosistema di prodotti Moleskine, che consente di scrivere con strumenti tradizionali (carta e penna) e digitalizzare gli appunti per poterli modificare, memorizzare e condividere in modo rapido e semplice su *smartphone* e *laptop*, la linea di *Smart Notebook* sviluppata in collaborazione con *Evernote*, il taccuino creato per l'utilizzo con *smartpen* Livescribe nonché il taccuino sviluppato in *partnership* con Adobe, leader nel marketing digitale e nelle soluzioni per contenuti multimediali digitali. Recentemente lanciata sul mercato, l'applicazione calendario per iOS *Timepage*, è a sua volta inclusa in questa categoria di prodotti.

Il Gruppo distribuisce i propri prodotti in 115 Paesi:

- i) indirettamente attraverso una rete di 83 distributori (c.d. canale *Wholesale*) che serve librerie, *department stores*, *specialty stores*, cartolerie, musei (c.d. *retailers*); e
- ii) a) attraverso un modello misto diretto ed indiretto per le edizioni personalizzate rivolte ad una clientela *business* (c.d. *B2B*), b) tramite il sito internet (*e-Commerce*), e c) tramite una rete *retail* composta da 70 negozi monomarca, 19 in Cina, 3 a Singapore, 8 a Hong Kong, 2 in Corea, 12 in Italia, 5 nel Regno Unito, 6 in Francia, 5 in Germania e 10 in USA.

## ATTIVITÀ SVOLTE DAL GRUPPO PER L'INCREMENTO DELLA NOTORIETÀ DELLA MARCA

- **Edizioni limitate e edizioni special cult.** Si segnala il lancio della *Shanghai Tang Limited Edition Collection*, finalizzata a celebrare l'Anno della scimmia, attraverso la collaborazione con *Shanghai Tang*, rappresentante dell'eleganza asiatica, per creare taccuini e agende ispirati all'antico proverbio delle Tre scimmie sagge: "non vedere il male, non ascoltare il male, non parlare del male".

Merita particolare menzione l'attività di comunicazione che ha accompagnato il lancio della *Toy Story limited Edition*, in occasione del quale il grande disegnatore Pixar, Ralph Eggleston, ha affermato l'importanza del disegno a mano libera nei primi stadi del processo di creazione di un personaggio. Un video realizzato da *video maker* indipendenti racconta il *mood* della collezione e una *Creativity Challenge* tra i fan di Moleskine ha invitato a condividere foto, disegni o dipinti del proprio giocattolo preferito.



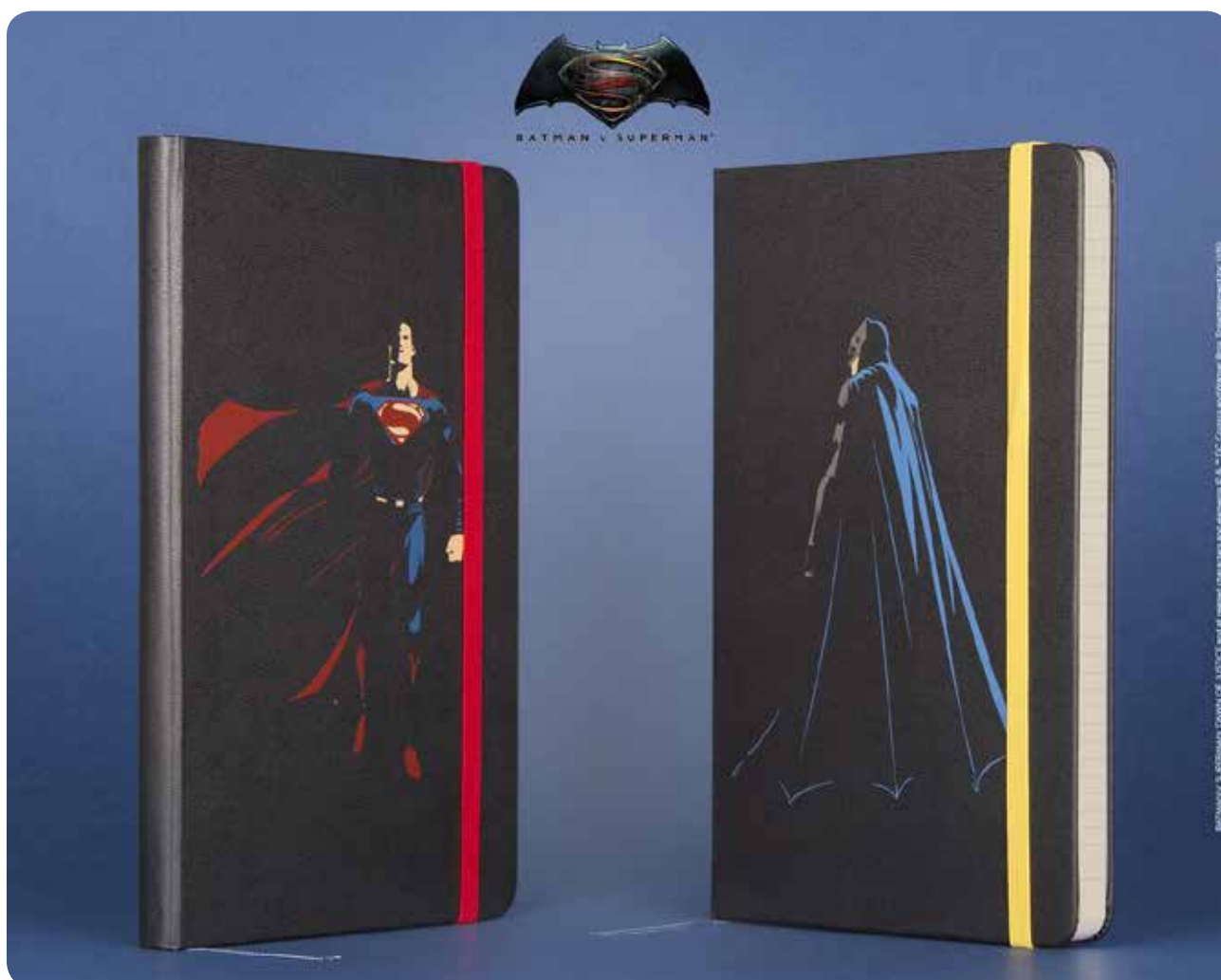
*Toy Story limited edition*

In occasione del lancio dell'edizione limitata *Game of Thrones*, Dadomani, casa di produzione milanese specializzata nell'animazione, ha realizzato un video che celebra la collezione che *Business Insider* ha pubblicato sul proprio sito *Web* e sulla propria pagina Facebook. La nuova collezione e il video sono stati inoltre ripresi da Nylon in Singapore, Artribune in Italia e AV Club negli Stati Uniti.

Tra le azioni di PR più significative finalizzate a supportare i lanci di edizioni limitate e *special cult*, si ricorda quella relativa alla Collezione in edizione limitata *The Beatles*, che, con i suoi effetti psichedelici, celebra le tecniche di animazione pionieristiche del film musicale *Yellow Submarine*, rendendo omaggio all'influenza dei Beatles sulla musica e sulla cultura.

Oltre ad essa, si evidenzia *Un taccuino per celebrare Spike Lee*, in cui il celebre regista e Moleskine hanno collaborato alla creazione di un taccuino speciale in edizione limitata, disponibile esclusivamente in 3.000 copie, per celebrare il 30° anniversario dall'uscita del film d'esordio di Spike Lee, "Lola Darling", che ha consacrato Lee come uno dei registi più creativi della sua generazione. I taccuini sono stati tutti numerati e sono stati venduti esclusivamente negli Stati Uniti (nei negozi e su Moleskine.com).

Da ultimo, si segnala la collezione in edizione limitata *Batman v Superman*, presentata sui canali social e web di Moleskine, in cui i due taccuini a tema, creati in collaborazione con Warner Bros. Consumer Products, per conto di DC Entertainment, celebrano il film di supereroi *Batman v Superman: Dawn of Justice*, basato sui personaggi dei fumetti DC Comics di Justice League, Batman e Superman; l'immagine in copertina, con disegni esclusivi ispirati ai personaggi principali del film, Batman e Superman, emana un'atmosfera cupa e rétro.



*Batman v Superman Limited edition*

- **Eventi.** Il formato di *partnership* prevede normalmente le seguenti attività: *logo placement*, fornitura di taccuini, penne e borse in edizione speciale consegnati a un pubblico selezionato di *influencer*, abbinata alla fornitura di contenuti come allestimenti, mostre, *workshop*, *talk*, video, interazione sui *social media*.

L'obiettivo è stabilire relazioni durature con un pubblico selezionato di *trend setter* e *opinion leader* nel mondo delle professioni creative, dell'innovazione di *business* e della tecnologia, offrire occasioni per presentare vecchie e nuove collezioni tra gli ospiti selezionati degli eventi partner, nonché creare occasioni di incontro per il *business B2B*.

Tra le iniziative più significative dei nove mesi si segnalano le seguenti:

- l'**Handwriting Day**, tenutosi il 23 gennaio, è la giornata che celebra il potere e la magia della parola scritta, *format* lanciato da Moleskine nel 2013 che riscuote grande successo tra i fan della scrittura a mano di tutto il mondo. Anche quest'anno, numerosi personaggi famosi si sono uniti a Moleskine postando messaggi scritti a mano sui vari *social network* e l'evento ha ricevuto grande attenzione mediatica;
- la *partnership* con **TED** (Technology, Entertainment and Design), leader internazionale nel settore degli eventi su tecnologia, creatività e innovazione; in occasione dell'edizione 2016 della conferenza TED, incentrata sull'appassionante tema dei sogni, Moleskine ha realizzato una confezione regalo con penna e taccuino in edizione speciale.
- la **Milano Design Week**, dal 12 al 17 aprile, in cui Moleskine è stata protagonista con una serie di *workshop*, attività di *storytelling* ed esperienze legate al lancio dello *Smart Writing Set*. Nel cuore del distretto Tortona, lo *Smart Writing Centre* ha ospitato una serie di *workshop* e mostre. Attraverso mini-conferenze e *workshop* tenuti da designer e professionisti creativi è stato possibile scoprire come ottenere il massimo dai sistemi di annotazione. Inoltre, durante la settimana del Design, i Moleskine Store di Milano hanno ospitato uno *Smart Writing Corner* ed i visitatori hanno potuto provare lo *Smart Writing Set* ammirando alcuni dei contenuti creati con questi strumenti durante la *Design Week*.
- **Campagne di comunicazione a supporto dei lanci di nuovi prodotti.** Nel corso dei primi nove mesi del 2016 sono state lanciate al pubblico diverse nuove collezioni, di seguito si presenta una breve sintesi delle principali, tra le quali si ricordano:
  - la **Lineage Collection**, una gamma *premium* di borse e portafogli in pelle caratterizzati da un design distintivo;
  - il lancio della **capsule collection Moleskine/Driade** comprendente oggetti creati da Philippe Nigro ha ricevuto l'attenzione dei media italiani e internazionali;
  - il lancio internazionale dello **Smart Writing Set**, avvenuto a New York il 7 aprile 2016, con un evento a porte chiuse per *influencers* e media selezionati, con una tavola rotonda sul tema "The Art of Productivity" e un demo del nuovo prodotto. Tra i media erano presenti Bloomberg Businessweek, Huffington Post, Cool Hunting, and PSFK. Lo *Smart Writing Set* è stato inoltre pubblicizzato in occasione della *Seoul Design Week Exhibition* per far conoscere gli elementi di design di Moleskine e dare risalto al *brand*;
  - **Moleskine Two-Go**, taccuino presentato con una speciale campagna sui canali ufficiali Moleskine e vetrine dedicate in tutti i Moleskine Stores, in grado di moltiplicare le possibilità di prendere appunti, disegnare e creare grazie alle due pagine affiancate, una bianca e l'altra a righe. Le pagine a righe in genere si adattano meglio agli appunti presi con la parte razionale del cervello, come liste, elenchi e grafici, mentre le pagine bianche sono perfette per fissare le idee in modo più creativo e spontaneo, ad esempio attraverso mappe mentali, brainstorming e schizzi.





*Moleskine Two-Go*

### Moleskine Café

Un capitolo a sé merita la comunicazione a sostegno del **Moleskine Café**, che fa il suo esordio a Milano, in Corso Garibaldi 65, nel cuore del *Brera Design District*. Esso rappresenta un format originale che mescola vari elementi tipici del caffè letterario, della galleria d'arte, del negozio e della libreria, reinterpretando l'idea del classico *café littéraire* e configurandosi al tempo stesso come un'oasi di pace per una pausa di relax e di riflessione.



*Moleskine Café Milan*

Un programma di conferenze, sessioni formative mattutine e mostre anima il Moleskine Café tutto l'anno, mentre grazie al corner di vendita, con piano espositore in stile boutique, i clienti possono toccare con mano gli oggetti delle collezioni Moleskine. Grazie alla *partnership* stretta con Sevensgrams, azienda di torrefazione milanese, il bar propone miscele per espresso attentamente selezionate e caffè filtrato finissimo monorigine.

L'inaugurazione del Moleskine Café ha ricevuto grande attenzione a livello locale e nazionale da parte dei media del settore del marketing, del design e della moda.



Moleskine Cafè Milan

## AMPLIAMENTO DELLA DISTRIBUZIONE DELLA MARCA

Coerentemente con la strategia di accrescimento della distribuzione della marca, il Gruppo ha incrementato il numero di punti vendita serviti dal canale *Wholesale* ed ha altresì intensificato la propria presenza e visibilità all'interno dei punti vendita dei *Top Retailer*, continuando ad investire nelle attività di *Trade Marketing* e *Visual Merchandising* attraverso nuove implementazioni di particolari strutture espositive, quali *displays* ed *atelier*.

Tra le nuove installazioni realizzate nel corso dei primi nove mesi del 2016 si menzionano:

- in EMEA, l'*atelier* presso Rinascente, Milano, che rappresenta peraltro un nuovo *concept*, simile ai negozi *Retail*, e il nuovo *atelier* presso Stelling a Copenaghen; presso Kaufhof Marienplatz e Kaufhof Stachus a Monaco, presso Fnac Chiado e Fnac Centro Commerciale Colombo a Lisbona;



- in America presso *Indigo Orchard Park*, Canada e a Boulder, presso il *bookstore* dell'University of Colorado;
- nell'area APAC presso *Galerie Lafayette* a Jakarta, Indonesia, *Ishimaru Bunko-Do Honten* a Nagasaki, Giappone, a Shanghai presso lo *Joinbuy Citiplaza* e in Australia presso il *Department Store David Jones* di Melbourne, Sydney e Perth.

Nel perseguire la propria strategia di crescita lungo questa direttrice, il Gruppo ha continuato ad attuare il piano di apertura di negozi diretti monomarca, nell'ambito del canale di vendita *Retail*. Nel corso dei primi nove mesi del 2016 si sono registrate 20 nuove aperture, di cui 13 in Emea così articolate:

- Italia, a Milano in corso Buenos Aires e presso la Stazione Centrale, a Firenze in Via degli Speziali e a Torino, presso la Stazione ferroviaria di Porta Nuova;
- In Germania, presso l'aeroporto di Amburgo, la stazione di Colonia e gli aeroporti di Francoforte e Dusseldorf;
- In Inghilterra presso l'aeroporto di Gatwick, a Londra in Oxford Street e presso la Stazione di Birmingham;
- In Francia, a Parigi, presso il centro commerciale Forum des Halles e a St. André des Arts.

Si sono poi registrate 5 nuove aperture nell'area APAC, di cui 3 ad Hong Kong (presso Hong Kong L'Avenue, Eslite City Plaza e Hong Kong Landmark,) e 2 in Corea presso Seoul Parnas e Seoul Hongdae. Infine si è registrata due nuove aperture a in America, presso New York Fulton Street e WTC. Nei primi nove mesi del 2016 sono stati chiusi 8 punti vendita di cui 3 contratti giunti a naturale scadenza contrattuale, ovvero Milano Porta Garibaldi, Bologna Stazione Centrale e Gatwick.



*Birmingham Central Station*



*Dusserdolf Airport*



*Milan Central Station*





New York WTC

## AMPLIAMENTO DELLA GAMMA DI PRODOTTI OFFERTI

Moleskine rinnova la *palette* colori nella collezione dei famosi taccuini, quattro nuove colorazioni che si aggiungono ai classici nero e rosso. Viene inoltre ampliata l'offerta del taccuino classico con cover nera attraverso l'aggiunta della dimensione XL sulla copertina rigida e del *layout dotted*.



Notebooks' new colours

Nel corso dei primi nove mesi sono state introdotte numerose novità nel mondo delle *Limited edition* tra cui: **Toy Story** e **Game of Thrones**, lanciate nel corso del primo semestre 2016, nonché l'introduzione di collezioni legate a titoli di grande successo quali **The Beatles**, **The Avengers** e **Batman v. Superman**, avvenuta nel terzo trimestre 2016.

Con la *Limited Edition* dedicata a **The Beatles** Moleskine celebra le tecniche di animazione pionieristiche e le opere di pop art utilizzate per realizzare *Yellow Submarine* con una serie di 4 taccuini dalle copertine con chiari effetti psichedelici, mentre la collezione in edizione limitata dedicata agli **Avengers** presenta illustrazioni ispirate ad alcuni dei più forti eroi della terra: Capitan America, Iron Man, Thor, L'Incredibile Hulk e, sulla copertina del taccuino da collezione, Spiderman.

Anche l'offerta delle agende, come ogni anno, si rinnova con l'introduzione dei nuovi **planners accademici** diciotto mesi (da luglio 2016 a dicembre 2017) sia nelle versioni classiche che in quelle limitate in tre diverse collezioni: **Batman**, **Petit Prince** e **Peanuts**.



18 months Planners – Peanuts



18 months Planners – Colored Planners

Continua la collaborazione di Moleskine con **LINE Friends**, azienda giapponese proprietaria dell'omonima applicazione di messaggistica utilizzata da 170 milioni di utenti in tutto il mondo, che vede la produzione di un taccuino in edizione limitata **LINE Friends True love**, omaggio alla cultura pop asiatica.

Moleskine arricchisce l'offerta della collezione Paper anche attraverso il lancio dell'innovativo taccuino **Two-go**, un concept totalmente nuovo che moltiplica le possibilità di prendere appunti, tracciare schizzi e creare: ogni doppia pagina si presenta bianca su un lato ed a righe sull'altro e si registrano novità anche nel mondo dei Journals con l'introduzione della nuova size XXL all'interno dell'offerta dei **Cahier** nonché il nuovo **Coloring Cover Cahier**, il primo quaderno con copertina da colorare decorata con le suggestive illustrazioni di Carlo Stanga tratte dal coloring book "*The Wondering City*".

All'interno dell'Offerta WTR nel corso dei primi nove mesi del 2016 è stata introdotta un'ulteriore collezione: la **Lineage Collection**, una gamma *premium* di borse e portafogli in pelle caratterizzati da un design distintivo.



*Lineage Collection*

Un'importante novità è rappresentata anche dalle nuove **Travel Light** che, ampliando l'offerta delle attuali luci da lettura, introducono nella gamma un oggetto multifunzionale perfetto per il viaggio e come regalo, con un design hi-tech, orientabile a 360° e che, con 4 diverse modalità di illuminazione, può diventare *book light*, *baglight*, *desklight* o *bikelight*.



*Travel Light*

Cresce anche la collezione di **penne colorate** per un *perfect match* sempre più emozionale con i taccuini Moleskine

La categoria **Moleskine+** ha lanciato uno speciale taccuino, una penna intelligente e un'app che combinati insieme permettono di digitalizzare appunti e schizzi creati su carta trasformandoli in testi e immagini digitali, pronti per essere editati e istantaneamente condivisi tramite smartphone, tablet o laptop. Il nuovo **Smart Writing Set** è un sistema composto da tre elementi che funziona senza passaggi intermedi di foto, caricamenti o scansioni:

- il **Paper Tablet**, un taccuino di carta disegnato da Giulio Iacchetti, con bordi arrotondati per farlo assomigliare a un *tablet*;
- la **Pen+**, una penna in alluminio relativamente sottile rispetto ad altre *smartpen*, dotata di una microcamera che traccia e digitalizza la scrittura;
- la Moleskine **Notes App** su cui salvare appunti e schizzi, dividerli, esportarli, modificarli e cercarli.

## RISULTATI DEL GRUPPO AL 30 SETTEMBRE 2016

Nelle seguenti tabelle si riporta *i)* il prospetto di conto economico consolidato e di conto economico consolidato di sintesi al 30 settembre 2016, comparato con lo stesso periodo dell'esercizio precedente, *ii)* lo schema riclassificato per fonti e impieghi della situazione patrimoniale al 30 settembre 2016, comparato con il 31 dicembre 2015 e con il 30 settembre 2015, nonché *iii)* il dato relativo agli investimenti del periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre 2016, comparato con il medesimo dato riferito al 30 settembre 2015.

Nel presente documento, in aggiunta agli schemi ed indicatori finanziari convenzionali previsti dagli IFRS, vengono presentati alcuni schemi riclassificati e alcuni indicatori alternativi di *performance*. Ciò, al fine di consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo. Tuttavia tali schemi ed indicatori, non devono essere considerati sostitutivi di quelli convenzionali previsti dagli IFRS.

Si segnala inoltre che l'attività del Gruppo risulta influenzata dalla diversa distribuzione, nei vari mesi dell'anno, del flusso di ricavi e di costi; in particolare si evidenzia che su basi storiche l'incidenza dei ricavi dei primi nove mesi sui ricavi dell'intero esercizio si attesta nell'intervallo compreso tra il 65% ed il 67%, pertanto, l'analisi dei risultati e degli indicatori economici, patrimoniali e finanziari del periodo non può essere pienamente considerata come quota proporzionale dell'intero esercizio.

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO							
Valori in migliaia di Euro e percentuale sui ricavi	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni		
	2016		2015		2016 Vs 2015		
		%		%		%	
Ricavi	95.987	100,0%	86.411	100,0%	9.576	11,1%	
Altri proventi operativi	671	0,7%	3.110	3,6%	(2.439)	(78,4%)	
Costi per prodotti finiti, materie prime e materiali di consumo	(18.379)	(19,1%)	(18.379)	(21,3%)	-	0,0%	
Costi per servizi	(34.350)	(35,8%)	(29.323)	(33,9%)	(5.027)	17,1%	
Costo del personale	(17.817)	(18,6%)	(14.417)	(16,7%)	(3.400)	23,6%	
Altri oneri operativi	(2.507)	(2,6%)	(2.472)	(2,9%)	(35)	1,4%	
Ammortamenti e svalutazioni	(3.567)	(3,7%)	(3.641)	(4,2%)	74	(2,0%)	
<b>Risultato operativo</b>	<b>20.038</b>	<b>20,9%</b>	<b>21.289</b>	<b>24,6%</b>	<b>(1.251)</b>	<b>(5,9%)</b>	
Oneri finanziari	(1.049)	(1,1%)	(779)	(0,9%)	(270)	34,7%	
Proventi finanziari	180	0,2%	620	0,7%	(440)	(71,0%)	
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>19.169</b>	<b>20,0%</b>	<b>21.130</b>	<b>24,5%</b>	<b>(1.961)</b>	<b>(9,3%)</b>	
Imposte	(5.885)	(6,1%)	(6.973)	(8,1%)	1.088	(15,6%)	
<b>Risultato netto</b>	<b>13.284</b>	<b>13,8%</b>	<b>14.157</b>	<b>16,4%</b>	<b>(873)</b>	<b>(6,2%)</b>	

## CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO DI SINTESI

Valori in migliaia di Euro e percentuale sui ricavi	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016		2015		2016 Vs 2015	
		%		%		%
Ricavi	95.987	100,0%	86.411	100,0%	9.576	11,1%
EBITDA <sup>(1)</sup>	23.605	24,6%	24.930	28,9%	(1.325)	(5,3%)
Risultato operativo	20.038	20,9%	21.289	24,6%	(1.251)	(5,9%)
Risultato netto	13.284	13,8%	14.157	16,4%	(873)	(6,2%)
Ricavi <i>Adjusted</i> <sup>(2)</sup>	95.897	100,0%	86.374	100,0%	9.523	11,0%
EBITDA <i>Adjusted</i> <sup>(3)</sup>	25.314	26,4%	26.403	30,6%	(1.089)	(4,1%)
Risultato operativo <i>Adjusted</i> <sup>(3)</sup>	21.747	22,7%	22.762	26,4%	(1.015)	(4,5%)
Risultato netto <i>Adjusted</i> <sup>(3)</sup>	14.478	15,1%	15.201	17,6%	(723)	(4,8%)

(1) L'EBITDA è definito dal Gruppo come risultato operativo (EBIT) al lordo degli ammortamenti e svalutazioni di attività non correnti. L'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non deve essere considerato misura alternativa per la valutazione dell'andamento del risultato operativo del Gruppo. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri e quindi non comparabile.

(2) I Ricavi *Adjusted* rappresentano i ricavi di conto economico al netto dei ricavi derivanti dalla cessione dei sistemi espositivi (*display*), e degli altri proventi diversi.

(3) L'EBITDA *Adjusted*, il Risultato operativo *Adjusted* e il Risultato netto *Adjusted*, si riferiscono a grandezze depurate da fattori non ricorrenti e dagli *special items*.

## SITUAZIONE PATRIMONIALE RICLASSIFICATA PER FONTI E IMPIEGHI

Valori in migliaia di Euro	Al 30 settembre	Al 31 dicembre
	2016	2015
<b>Fonti e Impieghi</b>		
<b>Impieghi</b>		
Capitale circolante netto	20.662	17.734
Attività non correnti	94.075	89.956
Passività non correnti, imposte differite nette e fondi per rischi ed oneri correnti	(9.233)	(12.122)
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>105.504</b>	<b>95.568</b>
<b>Fonti</b>		
Indebitamento finanziario netto	(446)	(13.964)
Patrimonio Netto	105.950	109.532
<b>Fonti di finanziamento</b>	<b>105.504</b>	<b>95.568</b>



## ALTRI DATI DI SINTESI

Valori in migliaia di Euro	Situazione al	
	30 settembre 2016	30 settembre 2015
Investimenti <sup>(4)</sup>	7.461	3.860

(4) Gli Investimenti sono riferiti agli investimenti lordi in attività materiali e immateriali al netto dei decrementi dell'esercizio.

\* \* \*

Di seguito è riportata la modalità di costruzione di taluni indicatori "Adjusted", utilizzati al fine di rappresentare l'andamento gestionale del Gruppo, al netto di proventi e oneri non ricorrenti e di *special items* individuati dal *management* e che permettono un'analisi della *performance* del Gruppo in modo più omogeneo nei periodi rappresentati.

I ricavi *Adjusted* sono calcolati dal Gruppo come segue:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>Ricavi</b>	<b>95.987</b>	<b>86.411</b>
Ricavi per <i>display</i>	(87)	(83)
Altri proventi diversi	(3)	46
<b>Ricavi Adjusted</b>	<b>95.897</b>	<b>86.374</b>

L'EBITDA *Adjusted* rappresenta il risultato netto al lordo degli ammortamenti delle attività immateriali e materiali, degli oneri e proventi finanziari e delle imposte sul reddito, al lordo degli oneri e dei proventi non ricorrenti e straordinari quali, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo:

- i) costi per *severance* e costi correlati conseguenti a riorganizzazioni aziendali;
- ii) costi legali ed ulteriori costi correlati ad operazioni straordinarie (i.e. cambi di modello distributivo, chiusura di accordi con distributori/fornitori, *lump sum* ed altre tipologie di costi corrisposti a titolo transattivo con terze parti, ecc);
- iii) costi connessi a contenziosi di natura fiscale e/o tributaria;
- iv) altri costi *one off* non correlati al normale andamento della gestione (i.e. costi derivanti da campagne di richiamo, costi per l'adeguamento alla normativa nazionale e/o internazionale applicabile, ecc.);
- v) proventi straordinari e non ricorrenti (i.e. risarcimenti assicurativi in caso di calamità naturali o di incendio di un magazzino).

L'EBITDA *Adjusted* è calcolato dal Gruppo come segue:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>EBITDA</b>	<b>23.605</b>	<b>24.930</b>
Piano di incentivazione al <i>management</i> ( <i>Stock Option</i> )	1.538	293
Modifica dei modelli distributivi	93	621
Altre consulenze	36	-
Altri proventi e oneri diversi	8	(22)
Incentivi all'esodo riconosciuti ai dipendenti	34	581
<b>Totale oneri non ricorrenti e <i>special items</i></b>	<b>1.709</b>	<b>1.473</b>
<b>EBITDA <i>Adjusted</i></b>	<b>25.314</b>	<b>26.403</b>

Con riferimento alla voce Piano di incentivazione al *management* (*Stock Option*) si rinvia alle note di commento contenute nella sezione "Risultati Operativi".

L'EBIT *Adjusted* è calcolato dal Gruppo come segue:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>20.038</b>	<b>21.289</b>
Totale oneri non ricorrenti e <i>special items</i> <sup>(5)</sup>	1.709	1.473
<b>Risultato operativo (EBIT) <i>Adjusted</i></b>	<b>21.747</b>	<b>22.762</b>

(5) Si rimanda alla riconciliazione dell'EBITDA *Adjusted*.

Il Risultato netto *Adjusted* è calcolato dal Gruppo come segue:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>Risultato netto</b>	<b>13.284</b>	<b>14.157</b>
Totale oneri non ricorrenti e <i>special items</i>	1.709	1.473
Effetto Imposte	(515)	(429)
<b>Risultato netto <i>Adjusted</i> <sup>(6)</sup></b>	<b>14.478</b>	<b>15.201</b>

(6) Il Risultato netto *Adjusted* è quindi calcolato al netto dell'effetto degli oneri non ricorrenti e degli *special items* e del relativo effetto fiscale.



## STAGIONALITÀ DELLE VENDITE

Il Gruppo svolge un'attività che nel corso dell'anno presenta una forte componente di stagionalità per effetto di vendite maggiormente concentrate nell'ultimo trimestre di ciascun esercizio.

Ne consegue, da quanto sopra, che i risultati infra-annuali del Gruppo non concorrono in maniera uniforme alla formazione dei risultati economici e finanziari di ciascun esercizio.

In particolare, con riferimento agli effetti della stagionalità sull'esercizio 2016, il Gruppo ritiene che l'incremento del fatturato atteso nell'ultimo trimestre consentirà, grazie anche ad un maggior assorbimento dei costi di struttura, di raggiungere i target di redditività previsti sul fine anno, per i quali si rimanda alla sezione "Evoluzione prevedibile della gestione".

## ANALISI DEI RICAVI

I ricavi passano da Euro 86.411 migliaia nei primi nove mesi del 2015 a Euro 95.987 migliaia nei primi nove mesi del 2016, con un incremento pari a Euro 9.576 migliaia, corrispondente all'11,1%. I ricavi *Adjusted* passano da Euro 86.374 migliaia nei primi nove mesi del 2015 a Euro 95.897 migliaia nei primi nove mesi del 2016, registrando una crescita dell'11,0%: tale crescita, a tassi di cambio costanti rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, sarebbe stata pari al 12,2%.

Ha, inoltre, influenzato positivamente l'andamento delle vendite il cambiamento di alcuni modelli di business, ovvero quello italiano, canadese e scandinavo relativi al canale *Wholesale*, con l'implementazione di un assetto distributivo, prevalentemente diretto ed in parte indiretto, nonché l'effetto dei cosiddetti *Large Orders* sul canale diretto B2B, sia in area EMEA che in area Americas.

Il periodo in esame registra un andamento positivo in tutte le aree geografiche con Americas e APAC in particolare evidenza, mentre dall'analisi per canali vendita si segnala la forte accelerazione del canale Retail (+57,5%) sia per effetto delle nuove aperture che per l'incremento delle vendite a perimetro costante.

Per una migliore rappresentazione dei dati per linea di prodotto si è deciso di evidenziare separatamente il flusso di ricavi attinenti alla famiglia di prodotti M+, riclassificando anche i dati comparativi al 30 settembre 2015. Inoltre si è provveduto a riclassificare, sempre al 30 settembre 2015, la quota parte di ricavi, afferenti ad alcune linee di prodotto che sono state ricomprese nella Collezione WTR e M+ anziché *Paper* dove risultavano precedentemente iscritte.

Infine è stata riclassificata al 30 settembre 2015 la quota di ricavi relativa a un cliente dal canale *Wholesale* al canale *e-Commerce*.

## RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

Nelle seguenti tabelle sono evidenziati i Ricavi ed i Ricavi *Adjusted* suddivisi per area geografica relativi al periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre 2016 e 2015:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi per area geografica</b>						
EMEA (Europa, Medio Oriente, Africa)	40.764	42,4%	37.277	43,2%	3.487	9,4%
Americas (USA, Canada, America Latina)	38.548	40,2%	34.520	39,9%	4.028	11,7%
APAC (Asia Pacific)	16.675	17,4%	14.614	16,9%	2.061	14,1%
<b>Totale ricavi</b>	<b>95.987</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.411</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.576</b>	<b>11,1%</b>

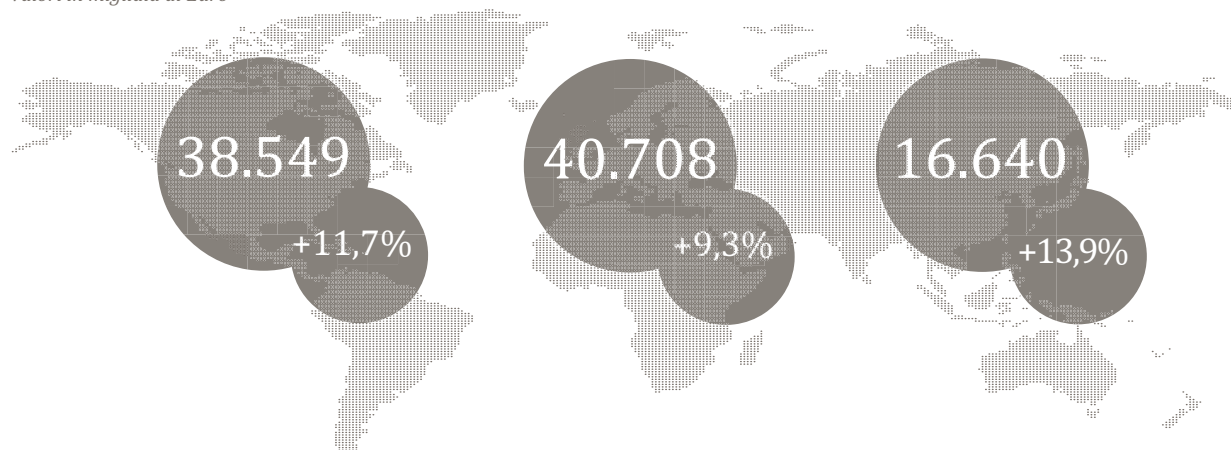
## RICAVI ADJUSTED PER AREA GEOGRAFICA

AMERICAS 40,2%

EMEA 42,4%

APAC 17,4%

Valori in migliaia di Euro



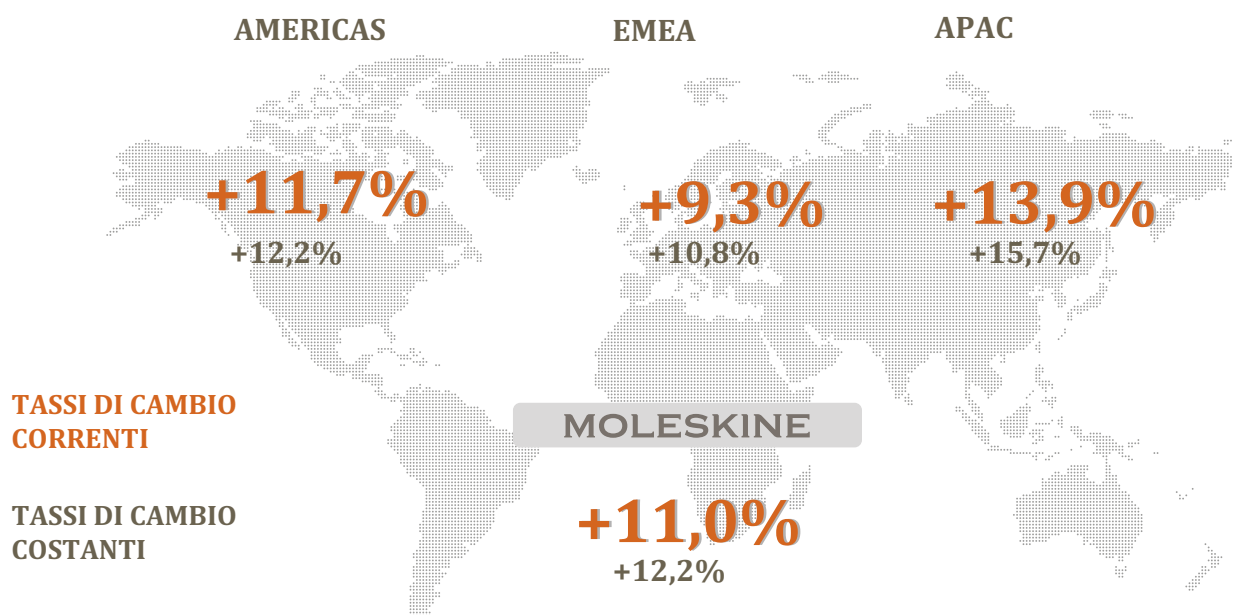
Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi Adjusted per area geografica</b>						
EMEA (Europa, Medio Oriente, Africa)	40.708	42,4%	37.249	43,1%	3.459	9,3%
Americas (USA, Canada, America Latina)	38.549	40,2%	34.520	40,0%	4.029	11,7%
APAC (Asia Pacific)	16.640	17,4%	14.605	16,9%	2.035	13,9%
<b>Totale ricavi Adjusted</b>	<b>95.897</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.374</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.523</b>	<b>11,0%</b>

L'area EMEA ha generato ricavi per Euro 40.764 migliaia nei primi nove mesi del 2016 (Euro 37.277 migliaia nei primi nove mesi del 2015) in aumento di Euro 3.487 migliaia (+9,4%) rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, mentre al netto degli *special items*, la crescita dei ricavi sarebbe stata pari al 9,3%. Tale incremento è stato trainato da tutti i principali Paesi, in particolare Italia e Francia, ad eccezione del Regno Unito, in cui, a parità di volumi di vendita in valuta locale, il deprezzamento della sterlina inglese successivo alla *Brexit* ha avuto un impatto negativo sul controvalore in Euro; con riferimento ai canali risultano in evidenza i canali diretti ovvero il *Retail*, sia a seguito delle nuove aperture che dei positivi risultati registrati sui negozi esistenti e l'*e-Commerce* con l'aumento del traffico sul *Web* che ha beneficiato anche del lancio dello *Smart Writing Set*.

L'area Americas ha evidenziato un incremento delle vendite rispetto all'esercizio precedente di Euro 4.028 migliaia (+11,7%). Tale crescita ha coinvolto tutti i canali ed è stata principalmente guidata da Stati Uniti e America Latina; con riferimento agli Stati Uniti l'incremento dei ricavi riflette principalmente i benefici derivanti dal cambio di modello di vendita nei confronti del *key account* indiretto del canale *B2B*, mentre nel canale *Wholesale* americano la performance di fatturato è positivamente impattata dal mondo del *consumer electronics*, grazie anche all'introduzione dello *Smart Writing Set*.

L'area APAC ha registrato un incremento di Euro 2.061 migliaia (+14,1%), che sarebbe stato pari al 13,9% al netto degli *special item*. Tale crescita risulta trainata dalle ottime performance dei canali diretti, del canale *Wholesale* su tutti i mercati ad eccezione di quello giapponese mentre l'andamento del canale *B2B* risulta complessivamente in linea con quello del corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

Di seguito si presenta la ripartizione per area geografica della crescita dei ricavi, a tassi di cambio correnti e a tassi di cambio costanti.



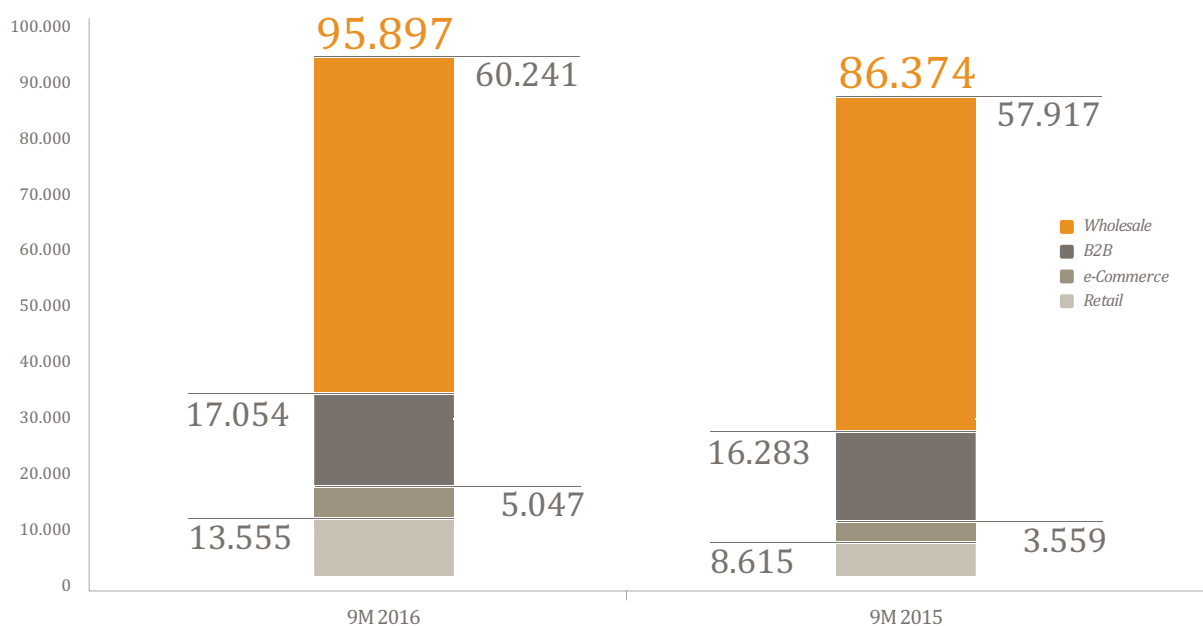
## RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

Nelle seguenti tabelle sono evidenziati i Ricavi ed i Ricavi *Adjusted* suddivisi per canale distributivo relativi al periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre 2016 e 2015:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi per canale distributivo</b>						
<i>Wholesale</i>	60.326	62,8%	57.979	67,1%	2.347	4,0%
<i>B2B</i>	17.061	17,8%	16.283	18,8%	778	4,8%
<i>e-Commerce</i>	5.046	5,3%	3.544	4,1%	1.502	42,4%
<i>Retail</i>	13.554	14,1%	8.605	10,0%	4.949	57,5%
<b>Totale ricavi</b>	<b>95.987</b>	<b>100%</b>	<b>86.411</b>	<b>100%</b>	<b>9.576</b>	<b>11,1%</b>

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi Adjusted per canale distributivo</b>						
<i>Wholesale</i>	60.241	62,8%	57.917	67,1%	2.324	4,0%
<i>B2B</i>	17.054	17,8%	16.283	18,9%	771	4,7%
<i>e-Commerce</i>	5.047	5,3%	3.559	4,1%	1.488	41,8%
<i>Retail</i>	13.555	14,1%	8.615	10,0%	4.940	57,3%
<b>Totale ricavi Adjusted</b>	<b>95.897</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.374</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.523</b>	<b>11,0%</b>

### RICAVI ADJUSTED PER CANALE DISTRIBUTIVO



#### Wholesale

I ricavi e i ricavi *Adjusted* del canale *Wholesale* sono aumentati del 4% rispetto ai primi nove mesi del 2015. Tale risultato, registrato su tutte le geografie, è trainato in primis dall'area EMEA e dall'area Americas. Concorre alla crescita complessiva di canale l'area EMEA, e ciò nonostante il deprezzamento della sterlina inglese successivo alla *Brexit*, guidata dal mercato italiano, tedesco e scandinavo, legata anche al cambiamento di alcuni modelli di business, all'avvio di nuovi canali (tra cui quello dell'elettronica) e al lancio di nuovi prodotti tra cui lo *Smart Writing Set*, accelerata anche dai progetti di *Trade Marketing* sui *Key Retailer*.

Con riferimento all'area Americas, le performance di Stati Uniti e America Latina riescono, grazie anche a programmi mirati su alcuni *Top Retailer*.

## **B2B**

I ricavi del canale *B2B* hanno registrato un incremento di Euro 778 migliaia, passando da Euro 16.283 migliaia dei primi nove mesi del 2015 a Euro 17.061 migliaia dei primi nove mesi del 2016 (+4,8%), mentre l'incremento dei Ricavi *Adjusted* del canale *B2B* è stato pari al 4,7%. Tale crescita, risulta guidata dal mercato americano, in cui si riflettono i risultati positivi correlati al sopra menzionato cambio di modello di vendita nei confronti del *key account* indiretto del canale *B2B*, che controbilanciano gli andamenti meno positivi riscontrati sull'area EMEA con riferimento al Regno Unito e alla Germania.

## **e-Commerce**

I ricavi del canale *e-Commerce* sono passati da Euro 3.544 migliaia nei primi nove mesi del 2015 a Euro 5.046 migliaia nei primi nove mesi del 2016, facendo registrare un incremento del 42,4%, mentre l'incremento dei Ricavi *Adjusted* è stato pari al 41,8%. La crescita, registrata su tutte le aree geografiche, deriva sia dall'aumento del traffico on line, grazie all'ampliamento dei volumi in Cina e allo sviluppo delle campagne promozionali di *Flash Sales* in EMEA, sia dal mix favorevole di prezzo che beneficia del successo del lancio dello *Smart Writing Set*.

## **Retail**

Con riferimento al canale *Retail*, il Gruppo, nel corso del semestre, ha proseguito nell'implementazione della strategia di apertura di DOS attraverso i quali vengono distribuite direttamente ai consumatori finali tutte le categorie di prodotti Moleskine. L'apertura di questi punti vendita diretti risponde alla strategia del Gruppo di garantire al consumatore finale l'ampiezza e la profondità di assortimento e allo stesso tempo promuovere la conoscenza della marca e dei suoi prodotti, aumentando la vicinanza al consumatore finale. I ricavi generati attraverso il canale *Retail* nei primi nove mesi del 2016 sono stati pari a Euro 13.554 migliaia, in crescita di Euro 4.949 migliaia rispetto all'esercizio precedente (+57,5%) e hanno registrato risultati positivi su tutte le aree geografiche, in particolare su America, ma anche su EMEA e Cina, chiudendo il periodo con un numero di 70 DOS, a conferma della solida strategia di sviluppo del network di negozi. Tale andamento positivo trova conferma anche nell'analisi di canale "a perimetro costante", ovvero a parità di numero di negozi in essere al 30 settembre 2015.

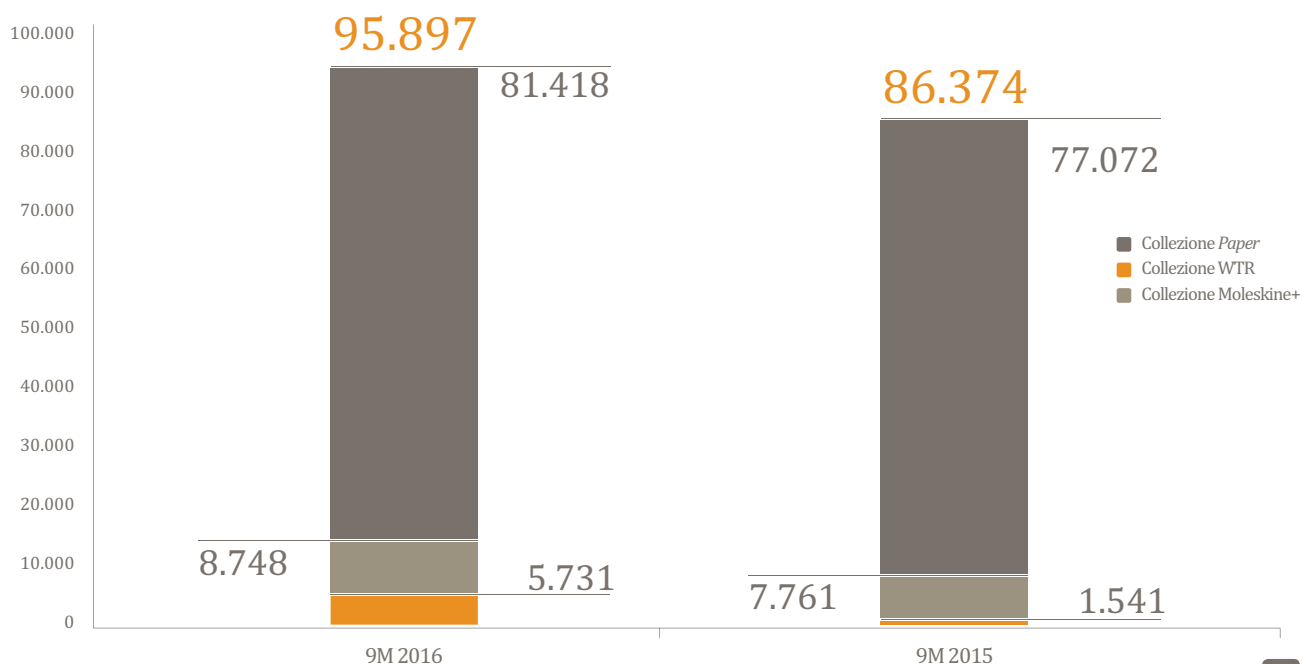
## RICAVI PER LINEA DI PRODOTTO

Nelle seguenti tabelle sono evidenziati i Ricavi ed i Ricavi *Adjusted* suddivisi per linea di prodotto relativi periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre 2016 e 2015:

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi per linea di prodotto</b>						
Collezione <i>Paper</i>	81.494	84,9%	77.105	89,2%	4.389	5,7%
Collezione WTR	8.756	9,1%	7.764	9,0%	992	12,8%
Collezione M+	5.736	6,0%	1.542	1,8%	4.195	272,1%
<b>Totale ricavi</b>	<b>95.987</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.411</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.576</b>	<b>11,1%</b>

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi Adjusted per linea di prodotto</b>						
Collezione <i>Paper</i>	81.418	84,9%	77.072	89,2%	4.346	5,6%
Collezione WTR	8.748	9,1%	7.761	9,0%	987	12,7%
Collezione M+	5.731	6,0%	1.541	1,8%	4.190	271,9%
<b>Totale ricavi Adjusted</b>	<b>95.897</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.374</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.523</b>	<b>11,0%</b>

## RICAVI ADJUSTED PER LINEA PRODOTTO



## COLLEZIONE PAPER

Con riferimento alla gamma dei prodotti offerti nell'ambito della Collezione *Paper*, i ricavi generati da questa linea di prodotto sono cresciuti del 5,7%, mentre al netto degli *special items* la crescita dei ricavi sarebbe stata pari al 5,6%. Il Gruppo nel corso dei primi nove mesi del 2016 ha continuato a sviluppare la propria offerta con il lancio di nuovi prodotti e con l'ampliamento della proposizione di gamma, per il quale si rimanda a quanto sopra esposto.

## COLLEZIONE WTR

Con riferimento alla collezione WTR il focus al 30 settembre 2016 è stato sull'ampliamento della collezione borse, con l'introduzione della collezione **Lineage**, e sulla collezione **Travel Light**. I ricavi generati dalle Collezioni WTR sono aumentati del 12,8%, mentre al netto degli *special items*, la crescita dei ricavi sarebbe stata pari al 12,7%. Nei primi nove mesi del 2016 la Collezione *Writing, Travelling and Reading* ha contribuito per il 9,1% al totale dei ricavi del Gruppo, in linea rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente.

## COLLEZIONE M+

Con riferimento alla collezione M+, si segnala, nel corso dei primi nove mesi del 2016, l'introduzione sul mercato dell'innovativo tool *Smart Writing Set*, ad ampliare la proposizione di gamma di questa famiglia di prodotti, contribuendo ad accelerarne la crescita rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente (+272,1%).

## ALTRI PROVENTI OPERATIVI

La voce Altri proventi operativi, pari ad Euro 671 migliaia al 30 settembre 2016 è principalmente costituita dagli utili su cambi, realizzati e non, pari ad Euro 592 migliaia derivanti dalle oscillazioni dei tassi di cambio che impattano sulle grandezze operative del Gruppo.

Al fine di interpretare correttamente l'impatto di tali oscillazioni valutarie sul Conto Economico di Gruppo al 30 settembre 2016, è necessario considerare che l'effetto positivo degli utili su cambi è più che compensato dalle perdite su cambi, contabilizzate negli Altri oneri operativi per Euro 1.247 migliaia, pertanto l'effetto "netto" negativo delle oscillazioni dei tassi di cambio riflesse sul Risultato operativo del Conto Economico di Gruppo risulta pari ad Euro 655 migliaia.

Nella tabella sottostante è riepilogata la composizione di tali voci, con evidenza dell'impatto netto degli utili e perdite su cambi, realizzate e non, in esse contenuti, da cui si può evincere come i primi nove mesi del 2015 avessero beneficiato di un rafforzamento importante del dollaro e delle valute ad esso correlate sull'Euro, andamento non verificatosi nel corrispondente periodo dell'esercizio 2016.



Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>Altri ricavi per utili su cambi</b>	<b>592</b>	<b>2.933</b>
-realizzati	404	2.010
-non realizzati	188	923
Altri proventi operativi	79	177
<b>Totale altri proventi operativi</b>	<b>671</b>	<b>3.110</b>
<b>Perdite su cambi</b>	<b>1.247</b>	<b>923</b>
-realizzate	899	883
-non realizzate	348	40
Omaggi	588	390
Oneri diversi di gestione - spese generali	336	538
Erogazioni liberali	118	140
Svalutazione dei crediti compresi nell'attivo circolante	218	67
Accantonamenti netti fondo rischi	-	414
<b>Totale altri oneri operativi</b>	<b>2.507</b>	<b>2.472</b>
<b>Effetto netto utili/perdite su cambi</b>	<b>(655)</b>	<b>2.010</b>

## RISULTATI OPERATIVI

La presente tabella sintetizza gli indicatori di profittabilità operativa EBITDA, Risultato operativo e i relativi risultati *Adjusted*:

Valori in migliaia di Euro	Nove mesi chiusi al 30 settembre	
	2016	2015
Risultato operativo (EBIT)	20.038	21.289
+ Ammortamenti e svalutazioni	3.567	3.641
<b>EBITDA (*)</b>	<b>23.605</b>	<b>24.930</b>
+ Oneri non ricorrenti e <i>special items</i>	1.709	1.473
<b>EBITDA Adjusted</b>	<b>25.314</b>	<b>26.403</b>
% dei ricavi Adjusted	26,4%	30,6%
<b>Risultato operativo (EBIT) Adjusted</b>	<b>21.747</b>	<b>22.762</b>
% dei ricavi Adjusted	22,7%	26,4%

\* L'EBITDA è definito dal Gruppo come risultato operativo (EBIT) al lordo degli ammortamenti e svalutazioni di attività non correnti. L'EBITDA non è identificato come misura contabile nell'ambito degli IFRS e, pertanto, non deve essere considerato misura alternativa per la valutazione dell'andamento del risultato operativo del Gruppo. Poiché la composizione dell'EBITDA non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dal Gruppo potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altri e quindi non comparabile.

L'EBITDA è diminuito del 5,3% passando da Euro 24.930 migliaia nei primi nove mesi del 2015 a Euro 23.605 migliaia nei primi nove mesi del 2016.

L'EBITDA *Adjusted* conseguito nei primi nove mesi del 2016 è stato di Euro 25.314 migliaia, pari al 26,4% dei Ricavi *Adjusted*, in diminuzione rispetto al valore di Euro 26.403 migliaia (pari al 30,6% dei Ricavi *Adjusted*) registrato nel corrispondente periodo del 2015. Si evidenzia che nell'EBITDA *Adjusted* è incluso, quale *special item*, il costo, non monetario, di Euro 1.538 migliaia (Euro 293 migliaia al 30 settembre 2015), relativo all'esercizio anticipato delle opzioni assegnate ai dipendenti con i Piani di *stock option* 2013-2017 e 2016-2020 che, come stabilito nei relativi Regolamenti, i beneficiari avranno diritto di esercitare prima della scadenza dei Piani e in anticipo rispetto alla conclusione del *vesting period* degli stessi, in conseguenza dell'intervenuta modifica nella compagine sociale e nel cambio di controllo di Moleskine Spa come illustrato tra i "Fatti di rilievo successivi alla chiusura del periodo" a cui si rinvia.

Le sopracitate dinamiche dell'EBITDA risultano significativamente impattate in termini di raffronto con i risultati del corrispondente periodo dell'esercizio precedente, dall'andamento del tasso di cambio Euro/dollaro statunitense e delle valute ad esso correlate che, nel corso dei primi nove mesi del 2015, aveva registrato un forte apprezzamento del dollaro sull'Euro (a differenza di un andamento altalenante ma sostanzialmente stabile fatto registrare nel corso del 2016) e quindi un aumento consistente del controvalore in Euro delle poste patrimoniali della Capogruppo verso le controllate denominate in dollari, con un conseguente impatto positivo sui risultati operativi generato dall'effetto cambi.

Ai fini di una migliore comprensione dell'effettivo andamento dell'EBITDA *Adjusted*, si presenta il seguente schema comparativo:

Valori in migliaia di Euro	Nove mesi chiusi al 30 settembre	
	2016	2015
(+) EBITDA <i>Adjusted</i>	25.314	26.403
% dei Ricavi <i>Adjusted</i>	26,4%	30,6%
(-) Utili su cambi non realizzati*	(188)	(923)
(+) Perdite su cambi non realizzate**	348	40
(+) EBITDA <i>Adjusted</i> senza effetti cambio non realizzati	25.474	25.520
% dei Ricavi <i>Adjusted</i> senza effetti cambio non realizzati	26,6%	29,5%

\* inclusi nella voce di Conto economico Altri proventi operativi

\*\* inclusi nella voce di Conto economico Altri oneri operativi

Dalla lettura della tabella sopra esposta, si evince che, depurando gli indicatori economici dagli effetti cambio non realizzati legati alla valutazione di poste patrimoniali, l'EBITDA *Adjusted*, così normalizzato, risulta essere sostanzialmente stabile rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, mentre l'andamento della marginalità risulta ascrivibile al maggior peso dei canali diretti, ed in particolare del *Retail*.

Qualora si prendessero in considerazione anche gli effetti cambio realizzati, l'impatto "netto" negativo delle oscillazioni dei tassi di cambio riflesse sull'EBITDA *Adjusted* al 30 settembre 2016 risulterebbe pari ad Euro 655 migliaia, a fronte di un impatto "netto" positivo di Euro 2.010 migliaia al 30 settembre 2015; pertanto, depurando l'EBITDA *Adjusted* dagli effetti cambio sopra indicati, lo stesso risulterebbe pari ad Euro 25.969 migliaia al 30 settembre 2016 rispetto ad Euro 24.393 migliaia al 30 settembre 2015, in crescita del 6,5%.

Il Risultato operativo, anch'esso influenzato dalle dinamiche sopra citate, è passato da Euro 21.289 migliaia nei primi nove mesi del 2015 a Euro 20.038 migliaia nei primi nove mesi del 2016. Al netto degli *special items*, il Risultato operativo *Adjusted* si attesta a Euro 21.747 migliaia (Euro 22.762 migliaia nei primi nove mesi del 2015).

Si riporta di seguito l'analisi congiunta dei costi per prodotti finiti, materie prime e materiali di consumo e dei costi per lavorazioni esterne per i primi nove mesi del 2016 e 2015, rapportati ai Ricavi, approccio che consente di cogliere meglio le dinamiche di tali costi.

Valori in migliaia di Euro	Nove mesi chiusi al 30 settembre				Variazioni	
	2016	%	2015	%	2016 Vs 2015	%
<b>Ricavi</b>	<b>95.987</b>	<b>100,0%</b>	<b>86.411</b>	<b>100,0%</b>	<b>9.576</b>	<b>11,1%</b>
Costi per prodotti finiti, materie prime e materiali di consumo	(18.379)	(19,1%)	(18.379)	(21,3%)	-	-
Lavorazioni <sup>(7)</sup>	(807)	(0,8%)	(1.010)	(1,2%)	203	(20,1%)
<b>Totale acquisti per prodotti finiti, materie prime, materiali di consumo e costi per lavorazioni</b>	<b>(19.186)</b>	<b>(20,0%)</b>	<b>(19.389)</b>	<b>(22,4%)</b>	<b>203</b>	<b>(1,0%)</b>

(7) Inclusi nella voce di Conto economico Costi per servizi.

Considerando congiuntamente le evoluzioni delle due voci di costo, si evidenzia che la loro incidenza sui Ricavi si decrementa di 2,4 punti percentuali (22,4% nei primi nove mesi del 2015 e 20,0% nei primi nove mesi del 2016). Tale incidenza beneficia dell'effetto positivo sul mix di canale, derivante dal maggiore peso dei canali diretti, del cambio dei modelli distributivi nel canale *Wholesale* italiano e canadese; questi effetti controbilanciano in modo più che proporzionale l'effetto cambi negativo registrato sul costo del venduto, che era stato particolarmente impattante nei primi nove mesi del 2016.

## RISULTATO NETTO

Il risultato netto è stato influenzato negativamente dagli effetti cambi sia di natura operativa (descritti sopra a commento dei Risultati Operativi) sia di natura finanziaria (ovvero quelli iscritti tra gli oneri e proventi finanziari, per i quali si evidenziano nei primi nove mesi del 2016 utili per Euro 37 migliaia e perdite di Euro 626 migliaia contro Euro 531 migliaia di utili su cambi e Euro 154 migliaia di perdite su cambi registrate nel medesimo periodo del 2015).

## ANALISI DEI SALDI PATRIMONIALI E FINANZIARI

### CAPITALE CIRCOLANTE NETTO

Di seguito viene fornita la composizione del capitale circolante netto del Gruppo al 30 settembre 2016, al 31 dicembre 2015 e al 30 settembre 2015:

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	Al 30 settembre 2016	Al 31 dicembre 2015	Al 30 settembre 2015
<b>Impieghi</b>			
Rimanenze	27.283	20.622	24.015
Crediti commerciali	28.534	24.714	28.079
Debiti commerciali	(26.055)	(18.862)	(18.587)
<b>Capitale Circolante Netto Commerciale (A)</b>	<b>29.762</b>	<b>26.474</b>	<b>33.507</b>
Altri crediti correnti	2.973	2.266	2.043
Debiti per imposte dell'esercizio	(6.391)	(5.829)	(7.089)
Altri debiti correnti	(5.682)	(5.177)	(5.160)
<b>Altre voci del Capitale Circolante Netto (B)</b>	<b>(9.100)</b>	<b>(8.740)</b>	<b>(10.206)</b>
<b>Capitale Circolante Netto (A + B)</b>	<b>20.662</b>	<b>17.734</b>	<b>23.301</b>

A livello di analisi dell'andamento del capitale circolante commerciale, occorre inoltre considerare l'incidenza delle singole voci sulle vendite degli ultimi 12 mesi, che riportiamo di seguito:

<i>Valori in migliaia di Euro e percentuale sui ricavi</i>	Al 30 settembre 2016	%	Al 30 settembre 2015	%
<b>Impieghi</b>				
Rimanenze	27.283	19,8%	24.015	20,0%
Crediti commerciali	28.534	20,7%	28.079	23,4%
Debiti commerciali	(26.055)	(18,9%)	(18.587)	(15,5%)
<b>Capitale Circolante Netto Commerciale (A)</b>	<b>29.762</b>	<b>21,6%</b>	<b>33.507</b>	<b>27,9%</b>
<b>Ricavi Adjusted ultimi 12 mesi</b>	<b>137.656</b>		<b>120.023</b>	

Da tale tabella si evince come al 30 settembre 2016 l'incidenza del capitale circolante commerciale sul totale delle vendite degli ultimi dodici mesi sia in miglioramento di 6,3 punti percentuali rispetto al 30 settembre 2015 quale effetto combinato della dinamica delle voci che lo compongono, come di seguito illustrato:

- 1) il valore delle rimanenze al 30 settembre 2016 si incrementa con riferimento al 30 settembre 2015 (+3.268 migliaia o +13,6%). Tale incremento è legato a più ragioni, le più importanti delle quali sono le seguenti:

- l'aumento dello *stock* principalmente legato alla gestione delle scorte dello *Smart Writing Set* in conseguenza di un differente phasing delle vendite pianificate sull'ultimo trimestre dell'esercizio 2016;
  - la strategia di *supply chain* perseguita mediante una crescente integrazione verticale del network logistico, sia nel canale *Retail*, attraverso la rete di DOS, sia nel canale *Wholesale*;
  - l'ampliamento della gamma di prodotti offerti attraverso un'offerta sempre più orientata all'introduzione di novità e alle collezioni *limited edition*, che implica un aumento dei materiali gestiti a stock legato alla gestione di un elevato tasso di innovazione di prodotto.
- 2) i crediti commerciali si mantengono sostanzialmente stabili (facendo registrare una lieve crescita di Euro 455 migliaia o dell'1,6%) pur in presenza di un aumento del fatturato di oltre il 10%; ciò è dovuto anche alla riduzione dei tempi medi di incasso (DSO) principalmente legata alla maggior rilevanza dei canali diretti.
- 3) il valore dei debiti commerciali è cresciuto di Euro 7.468 mila dal 30 settembre 2015 al 30 settembre 2016. Tale dinamica riflette in parte l'aumento del volume di attività e in parte gli effetti della rivisitazione dei tempi di pagamenti con alcuni principali fornitori.

## INVESTIMENTI

Gli investimenti netti effettuati nel corso dei primi nove mesi del 2016 sono stati complessivamente pari a Euro 7.461 migliaia (Euro 3.860 migliaia nel corso dei primi nove mesi del 2015).

Gli investimenti netti in attività materiali relativi ai primi nove mesi del 2016 pari a Euro 5.226 migliaia, si riferiscono principalmente agli investimenti sul canale Retail per mobili, arredi e migliorie sugli spazi destinati ai nuovi punti vendita aperti nel corso del periodo, agli investimenti in espositori/atelier a supporto delle iniziative di trade marketing e agli investimenti in stampi relativi alla realizzazione delle collezioni WTR.

Gli investimenti netti in attività immateriali relativi ai primi nove mesi del 2016, pari a Euro 2.235 migliaia, si riferiscono principalmente ai progetti di implementazione del nuovo ERP (SAP ECC), più funzionale e rispondente alle esigenze di gestione del Gruppo, di un nuovo software di *Customer Relationship Management* (CRM) nonché al proseguimento del progetto relativo al *Datawarehouse* e alla *Business Intelligence*.

## POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

Si riporta di seguito il dettaglio della composizione dell'indebitamento finanziario netto al 30 settembre 2016 e al 31 dicembre 2015, determinato secondo quanto previsto dalla Comunicazione Consob n. 6064293 del 28 luglio 2006 e in conformità con le Raccomandazioni ESMA/2013/319 e ricordato con la Posizione finanziaria netta di Gruppo:

<i>Valori in migliaia di Euro</i>		
<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>Al 30 settembre 2016</b>	<b>Al 31 dicembre 2015</b>
A. Cassa	31.160	47.382
B. Altre Disponibilità Liquide	6	915
C. Titoli detenuti per la negoziazione	-	-
<b>D. Liquidità (A) + (B) + (C)</b>	<b>31.166</b>	<b>48.297</b>
<b>E. Crediti Finanziari correnti</b>	<b>979</b>	-
F. Debiti bancari correnti	-	-
G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(10.125)	(7.609)
H. Altri debiti finanziari correnti	(120)	(126)
<b>I. Indebitamento finanziario corrente (F) + (G) + (H)</b>	<b>(10.245)</b>	<b>(7.735)</b>
<b>J. Indebitamento finanziario corrente netto (I) + (E) + (D)</b>	<b>21.900</b>	<b>40.562</b>
K. Debiti bancari non correnti	(26.546)	(31.602)
L. Obbligazioni emesse	-	-
M. Altri debiti non correnti	-	-
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente (K) + (L) + (M)</b>	<b>(26.546)</b>	<b>(31.602)</b>
<b>O. Indebitamento Finanziario Netto (J) + (N)</b>	<b>(4.646)</b>	<b>8.960</b>
<i>Raccordo con la Posizione finanziaria netta di Gruppo:</i>		
Crediti finanziari non correnti	5.092	5.004
<b>Attività finanziarie non correnti</b>	<b>5.092</b>	<b>5.004</b>
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>446</b>	<b>13.964</b>

Per Indebitamento finanziario netto si intende l'Indebitamento Finanziario Lordo al netto di cassa, depositi bancari, altre disponibilità liquide in genere comprendenti anche titoli di Stato e altri titoli quotati facilmente liquidabili, ed altri crediti finanziari correnti e non correnti.

Per Indebitamento Finanziario Lordo si intende qualsiasi obbligazione pecuniaria, ancorché non ancora liquida ed esigibile e soltanto eventuale, relativa:

- i) alla restituzione di capitali ottenuti a titolo di finanziamento (incluso lo sconto ed il *factoring*, anticipi s.b.f. e di ricevute bancarie) indipendentemente dalla forma tecnica in cui il medesimo possa essere stato assunto e indipendentemente dalla qualificazione del rapporto effettuata dalle Parti, incluso il pagamento di interessi e commissioni;
- ii) al capitale e agli interessi su obbligazioni o altri titoli similari;
- iii) all'indebitamento derivante da *leasing* finanziario (calcolato ai sensi dello IAS 17).

All'interno della voce "altre disponibilità liquide" è stato classificato l'importo di Euro 6 migliaia depositato presso il conto di liquidità intrattenuto con Exane S.A., società facente parte di BNP Paribas Securities Services, in forza dell'accordo, stipulato in data 2 luglio 2015, c.d. Liquidity Agreement, avente ad oggetto il sostegno alla liquidità delle proprie azioni ordinarie in virtù di quanto previsto dalla prassi n.1 della delibera Consob n.16839 del 19 marzo 2009.

Si segnala inoltre che, sempre in forza del sopracitato accordo, la voce Crediti finanziari correnti accoglie Euro 979 migliaia a titolo di investimento nel fondo di liquidità volto ad accogliere temporaneamente l'eccedenza di disponibilità rispetto all'attività di compravendita di azioni proprie.

La Posizione Finanziaria Netta al 30 settembre 2016, che si attesta ad Euro 446 migliaia risente della distribuzione dei dividendi, avvenuta nel mese di aprile 2016, per Euro 9.972 migliaia nonché degli effetti dell'attivazione di un piano di acquisto azioni proprie, deliberato dall'Assemblea degli azionisti del 14 aprile 2016 per ogni finalità consentita dalla normativa in materia, ivi incluso il sostegno della liquidità e di piani di incentivazione al *management* su base azionaria. L'avvio di tale piano di acquisto ha comportato al 30 settembre 2016 un esborso pari ad Euro 8.494 migliaia.

Al fine di rappresentare l'effettiva generazione di cassa dei primi nove mesi del 2016 si è pertanto proceduto a rappresentare nella seguente tabella il raccordo tra la posizione finanziaria netta al 31 dicembre 2015 e quella al 30 settembre 2016, comparata con il corrispondente periodo dell'esercizio precedente, normalizzandola dagli eventi non inerenti la gestione caratteristica verificatisi nel periodo in esame.

PFN al 31 dicembre 2015	Al 30 settembre 2016	Delta PFN primi nove mesi 2016	Distribuzione di dividendi	Acquisto azioni proprie	Esercizio opzioni	Delta PFN primi nove mesi 2016 normalizzato
(13.964)	(446)	(13.518)	9.972	8.494	(402)	4.546
PFN al 31 dicembre 2014	Al 30 settembre 2015	Delta PFN primi nove mesi 2015	Distribuzione di dividendi	Acquisto azioni proprie	Esercizio opzioni	Delta PFN primi nove mesi 2015 normalizzato
4.619	4.099	520	7.000	n.a.	n.a.	7.520



## FATTI DI RILIEVO SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL PERIODO

Si segnala che in data 6 ottobre 2016 sono stati perfezionati gli accordi con cui la società belga D'Ieteren S.A. (attraverso il veicolo DM Invest Srl), dopo avere ricevuto la necessaria autorizzazione *antitrust*, ha acquistato dagli azionisti di riferimento Appunti Sarl (Syntegra Capital) e Pentavest Sarl (Index Ventures) il pacchetto di controllo di Moleskine Spa, rappresentante il 41% del capitale sociale, ad un prezzo di Euro 2,4 per azione.

Nella medesima data, per effetto della modifica della compagine sociale, il Presidente del Consiglio di amministrazione di Moleskine Spa e tre consiglieri espressione dei precedenti azionisti hanno rassegnato le dimissioni sostituiti da nuovi amministratori nominati per cooptazione ai sensi dell'art. 2386 del codice civile.

Contestualmente a tale operazione societaria, DM Invest Srl ha lanciato un'offerta pubblica di acquisto obbligatoria incondizionata per le rimanenti azioni di Moleskine Spa ai sensi dell'articolo 106, comma 1 del TUF. Qualora in esito all'offerta siano raggiunte le soglie di partecipazioni azionarie necessarie, DM Invest Srl procederà alla revoca delle azioni di Moleskine dalla quotazione sul segmento STAR del Mercato Telematico Azionario.

Si segnala, infine, a conferma del *trend* di crescita del *network* del canale *Retail*, che dopo la chiusura del periodo sono stati aperti quattro negozi di cui due in Italia (a Milano e a Fidenza) e due in Cina (a Shanghai e a Guanzhou). Alla data di pubblicazione del presente documento, la rete del canale *Retail* risulta essere composta da 74 negozi (70 negozi al 30 settembre 2016).

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

In considerazione dei risultati conseguiti al 30 settembre 2016 e sulla base degli andamenti di mercato sino ad oggi osservabili, restano valide le previsioni per il 2016 di ricavi ed EBITDA posizionati nella parte bassa dell'intervallo di guidance.

In particolare per l'esercizio 2016, si prevede di raggiungere ricavi tra i 148 e i 153 milioni di Euro a tassi di cambio costanti rispetto all'esercizio 2015 e un EBITDA Adjusted tra i 46 e i 48 milioni di Euro.

## CRITERI DI REDAZIONE

Il resoconto intermedio di gestione del Gruppo al 30 settembre 2016 è redatto ai sensi dell'art. 154 ter, comma 5 del Testo unico della Finanza (TUF) introdotto dal D.Lgs 195/2007 in attuazione della direttiva 2004/109/CE. Il resoconto intermedio di gestione è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Moleskine S.p.A. il giorno 7 novembre 2016 e nella stessa data lo stesso organo ne autorizza la diffusione al pubblico.

Il presente resoconto intermedio di gestione del Gruppo al 30 settembre 2016 non è sottoposto a revisione legale dei conti.

## PRINCIPI CONTABILI E CRITERI DI CONSOLIDAMENTO

I principi contabili utilizzati per la predisposizione dei dati quantitativi economico finanziari patrimoniali al 30 settembre 2016 sono gli *International Accounting Standards* (IAS), gli *International Financial Reporting Standards* (IFRS) e i relativi documenti interpretativi, emessi dallo IASB ed omologati dall'Unione Europea, alla data di riferimento del presente documento.

I principi contabili e i criteri di consolidamento adottati per la redazione del resoconto intermedio sulla gestione al 30 settembre 2016 sono conformi a quelli adottati per la redazione del bilancio consolidato per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2015, cui si fa riferimento per completezza, ad eccezione:

- 1) delle imposte sul reddito, che sono riconosciute sulla base della miglior stima dell'aliquota media ponderata attesa per l'intero esercizio;
- 2) di quanto esposto nei principi ed emendamenti di seguito riportati, applicati con effetto dal 1° gennaio 2016, in quanto divenuti obbligatori a seguito del completamento delle relative procedure di omologazione da parte delle autorità competenti.

Si precisa che tali principi sono stati presi a riferimento esclusivamente per la predisposizione dei dati quantitativi economico finanziari patrimoniali al 30 settembre 2016 e non applicati integralmente con riferimento all'informativa dagli stessi prevista.

La redazione del presente resoconto intermedio richiede da parte della direzione l'effettuazione di stime e di assunzioni che hanno effetto sui valori dei ricavi, dei costi, delle attività e delle passività di bilancio e sull'informativa relativa ad attività e passività potenziali alla data del resoconto intermedio. Se nel futuro tali stime e assunzioni, che sono basate sulla miglior valutazione da parte del management, dovessero differire dalle circostanze effettive, sarebbero modificate in modo appropriato nel periodo in cui le circostanze stesse si verificassero.

### Principi contabili, emendamenti ed interpretazioni applicati dal 1° gennaio 2016

Di seguito sono indicati i nuovi principi e/o i principi rivisti dell'*International Accounting Standards Board* (IASB) e interpretazioni dell'*International Financial Reporting Interpretations Committee* (IFRIC), la cui applicazione è obbligatoria a decorrere dall'esercizio 2016.

Descrizione	Omologato alla data del presente documento	Data di efficacia prevista dal principio
<i>Amendment to IAS 16 'Property, plant and equipment' and IAS 38 'Intangible assets', on depreciation and amortization</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Amendment to IAS 16, 'Property, plant and equipment', and IAS 41, 'Agriculture', regarding bearer plants</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Amendment to IFRS 11, 'Joint arrangements' on acquisition of an interest in a joint operation</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Annual improvements 2012-2014</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Amendments to IAS 27, 'Separate financial statements' on the equity method</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Amendment to IAS 1, 'Presentation of financial statements' on the disclosure initiative</i>	Si	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>IFRS 14 'Regulatory deferral accounts'</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>
<i>Amendment to IFRS 10 and IAS 28 on investment entities applying the consolidation exception</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2016</i>

L'adozione dei principi contabili, emendamenti e interpretazioni riportati nella tabella soprastante non ha avuto effetti significativi sulla posizione finanziaria o sul risultato del Gruppo.

### Nuovi principi, modifiche ed interpretazioni di principi esistenti non ancora obbligatori o non adottati dal Gruppo in via anticipata.

Di seguito sono indicati i principi contabili internazionali, le interpretazioni, le modifiche a esistenti principi contabili e interpretazioni, ovvero specifiche previsioni contenute nei principi e nelle interpretazioni approvati dallo IASB, con indicazione di quelli omologati o non omologati per l'adozione in Europa alla data di approvazione del presente documento:

Descrizione	Omologato alla data del presente documento	Data di efficacia prevista dal principio
<i>Amendments to IFRS 10, 'Consolidated financial statements' and IAS 28, 'Investments in associates and joint ventures'</i>	No	<i>Efficacia differita al completamento del progetto IASB sull'equity method</i>
<i>IFRS 15 'Revenue from contracts with customers'</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2018</i>
<i>IFRS 9 'Financial Instruments'</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2018</i>
<i>IAS Amendment to IAS 7, Statement of cash flow on disclosure initiative</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2017</i>
<i>Amendment to IAS 12, 'Income taxes' on Recognition of deferred tax assets for unrealized losses</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2017</i>
<i>Amendments to IFRS 2, 'Share based payments', on clarifying how to account for certain types of share-based payment transactions</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2018</i>
<i>IFRS 16 'Leases'</i>	No	<i>Esercizi che iniziano a partire dal 1 gennaio 2019 con applicazione anticipata se congiunta con l'IFRS 15 'Revenue from contracts with customers'</i>

Si precisa che non sono stati applicati anticipatamente principi contabili e/o interpretazioni, la cui applicazione risulterebbe obbligatoria per periodi che iniziano successivamente al 30 settembre 2016.

Il Gruppo sta valutando gli effetti dell'applicazione dei principi sopra indicati che, attualmente, sono ritenuti come non impattanti.

## RAPPORTI CON PARTI CORRELATE

Si segnala che alla data del 30 settembre 2016 non sono state poste in essere altre operazioni con Parti Correlate inusuali per caratteristiche ovvero significative per ammontare, diverse da quelle aventi carattere continuativo.



## SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

Valori in migliaia di Euro	Al 30 settembre		Al 31 dicembre	
	2016	Di cui parti correlate	2015	Di cui parti correlate
Immobili, impianti e macchinari	9.226		6.831	
Avviamento e marchio	76.757		76.801	
Altre attività immateriali	5.332		3.961	
Crediti non correnti	2.760		2.363	
Attività per imposte anticipate	8.862		6.211	
Attività finanziarie non correnti	5.092		5.004	
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>108.029</b>		<b>101.171</b>	
Rimanenze	27.283		20.622	
Crediti commerciali	28.534		24.714	
Altri crediti correnti	2.973		2.266	
Attività finanziarie correnti	979		-	
Cassa e disponibilità liquide	31.166		48.297	
<b>Totale attività correnti</b>	<b>90.935</b>		<b>95.899</b>	
<b>TOTALE ATTIVITÀ</b>	<b>198.964</b>		<b>197.070</b>	
Capitale sociale	2.124		2.122	
Altre riserve	90.542		80.286	
Risultato del periodo	13.284		27.124	
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO</b>	<b>105.950</b>		<b>109.532</b>	
Passività finanziarie non correnti	26.546	21	31.602	34
Altri debiti non correnti	667		748	
Imposte differite	14.379		14.415	
Fondi relativi al personale	1.977	157	1.721	217
Fondi per rischi e oneri non correnti	62		62	
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>43.631</b>		<b>48.548</b>	
Debiti commerciali	26.055	96	18.862	5
Debiti per imposte dell'esercizio	6.391		5.829	
Passività finanziarie correnti	10.245	20	7.735	30
Fondi per rischi e oneri correnti	1.010		1.387	
Altri debiti correnti	5.682	279	5.177	174
<b>Totale passività correnti</b>	<b>48.383</b>		<b>38.990</b>	
<b>TOTALE PASSIVITÀ</b>	<b>93.014</b>		<b>87.538</b>	
<b>TOTALE PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO</b>	<b>198.964</b>		<b>197.070</b>	

## CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

Valori in migliaia di Euro	Periodo di nove mesi chiuso al 30 settembre			
	2016	di cui parti correlate	2015	di cui parti correlate
Ricavi	95.987		86.411	
Altri proventi operativi	671		3.110	
Costi per prodotti finiti, materie prime e materiali di consumo	(18.379)		(18.379)	
Costi per servizi	(34.350)	(110)	(29.323)	(162)
Costo del personale	(17.817)	(2.784)	(14.417)	(2.019)
Altri oneri operativi	(2.507)	(105)	(2.472)	(113)
Ammortamenti e svalutazioni	(3.567)		(3.641)	
<b>Risultato operativo</b>	<b>20.038</b>		<b>21.289</b>	
Oneri finanziari	(1.049)	(23)	(779)	(55)
Proventi finanziari	180		620	
<b>Risultato netto ante imposte</b>	<b>19.169</b>		<b>21.130</b>	
Imposte	(5.885)		(6.973)	
<b>Risultato netto</b>	<b>13.284</b>		<b>14.157</b>	
<b>RISULTATO NETTO PER AZIONE</b>				
Base (euro)	0,063		0,067	
Diluito (euro) (**)	0,061		0,066	
<b>Altre componenti del risultato complessivo</b>				
<b>- componenti riclassificabili in periodi successivi nel risultato di periodo:</b>				
Differenze cambio da conversione dei bilanci in moneta diversa dall'euro	(481)		316	
<b>Totale componenti riclassificabili al netto dell'effetto fiscale</b>	<b>(481)</b>		<b>316</b>	
<b>- componenti non riclassificabili in periodi successivi nel risultato di periodo:</b>				
Utili e perdite attuariali sul TFR	(185)		111	
Effetto fiscale relativo a utili e perdite attuariali su TFR	52		(35)	
<b>Totale componenti non riclassificabili al netto dell'effetto fiscale</b>	<b>(133)</b>		<b>76</b>	
<b>Totale altre componenti del risultato complessivo</b>	<b>(614)</b>		<b>392</b>	
<b>Totale risultato complessivo del periodo</b>	<b>12.670</b>		<b>14.549</b>	



## RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO SINTETICO

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	Esercizio chiuso al 30 settembre	
	2016	2015
<b>Flusso di cassa derivante dall'attività operativa prima delle variazioni del capitale circolante</b>	27.249	24.879
<b>Flusso di cassa relativo all'attività operativa</b>	13.110	11.613
<b>Flusso di cassa relativo all'attività di investimento</b>	(8.440)	(3.860)
<b>Flusso di cassa relativo all'attività di finanziamento</b>	(20.900)	4.953
<b>Flusso di cassa netto del periodo</b>	<b>(16.230)</b>	<b>12.706</b>
Disponibilità liquide di inizio periodo	48.297	23.353
Differenze di cambio sulle disponibilità liquide	(901)	526
Disponibilità liquide di fine periodo	31.166	36.584

## PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DEL PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	Capitale sociale	Riserva sovrapprezzo azioni	Riserva di conversione	Altre riserve	Risultato del periodo	TOTALE PATRIMONIO NETTO
<b>Al 31 dicembre 2014</b>	2.122	90.406	338	(20.331)	16.525	89.060
Utile del periodo					14.157	14.157
Variazione della riserva di conversione			316			316
Rilevazione utili/(perdite) attuariali				76		76
<b>Risultato complessivo del periodo</b>	-	-	(316)	76	14.157	14.549
Destinazione del risultato dell'esercizio 2014				16.525	(16.525)	-
Azioni proprie				(252)	(7.000)	(252)
Incentivi al <i>Management</i>				189		189
Distribuzione dividendi					(7.000)	(7.000)
<b>Al 30 settembre 2015</b>	2.122	90.406	654	(3.793)	7.157	96.546

<i>Valori in migliaia di Euro</i>	Capitale sociale	Riserva sovrapprezzo azioni	Riserva di conversione	Altre riserve	Risultato del periodo	TOTALE PATRIMONIO NETTO
<b>Al 31 dicembre 2015</b>	2.122	90.406	503	(10.623)	27.124	109.532
Utile del periodo					13.284	13.284
Variazione della riserva di conversione			(481)			(481)
Rilevazione utili/(perdite) attuariali				(133)		(133)
<b>Risultato complessivo del periodo</b>	-	-	(481)	(133)	13.284	12.670
Destinazione del risultato dell'esercizio 2015				17.152	(17.152)	-
Aumento di capitale	2	400				402
Azioni proprie				(8.425)		(8.425)
Incentivi al <i>Management</i>				1.743		1.743
Distribuzione dividendi					(9.972)	(9.972)
<b>Al 30 settembre 2016</b>	2.124	90.806	22	(286)	13.284	105.950

## ATTESTAZIONE AI SENSI DEL COMMA 2 ART.154BIS TUF

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari dichiara, ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

*Alessandro Poletto*



Dirigente preposto alla redazione dei  
documenti contabili societari