



SPAFID
CONNECT

Informazione Regolamentata n. 1218-46-2022	Data/Ora Ricezione 26 Ottobre 2022 17:32:08	Euronext Milan
--	---	----------------

Societa' : MONCLER
Identificativo : 168578
Informazione
Regolamentata
Nome utilizzatore : MONCLERN03 - Bonante
Tipologia : 2.2
Data/Ora Ricezione : 26 Ottobre 2022 17:32:08
Data/Ora Inizio : 26 Ottobre 2022 17:32:10
Diffusione presunta
Oggetto : 9M 2022 Interim Management Statement

<i>Testo del comunicato</i>

Vedi allegato.

MONCLER

GROUP

RICAVI DI GRUPPO A OLTRE EUR 1,5 MILIARDI NEI NOVE MESI (+32%) CONTINUA LA CRESCITA A DOPPIA CIFRA NEL TERZO TRIMESTRE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ha approvato l'Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi del 2022¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 1.556,6 milioni, in crescita del +32% a cambi correnti rispetto a Euro 1.177,2 milioni nei primi nove mesi del 2021 (+30% a cambi costanti, cFX) e del +57% cFX rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel terzo trimestre, i ricavi di Gruppo hanno raggiunto EUR 638,3 milioni, in crescita del +12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2021 e +50% cFX rispetto allo stesso periodo del 2019.
- **MONCLER BRAND:** ricavi a Euro 1.252,5 milioni, +21% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 e +26% cFX rispetto allo stesso periodo del 2019;
 - Continua la solida crescita a doppia cifra anche nel terzo trimestre, +13% cFX rispetto al Q3 2021 e +24% cFX rispetto al Q3 2019, guidata dal canale distributivo *Direct-To-Consumer* (DTC), cresciuto del +21% cFX rispetto al Q3 2021 e del +39% cFX rispetto al Q3 2019.
 - Il 70° anniversario del brand è stato celebrato con un evento straordinario in Piazza Duomo a Milano che ha dato il via a 70 giorni di attivazioni in diverse città del mondo, collaborazioni e lanci di prodotto dedicati.
- **STONE ISLAND BRAND:** ricavi a Euro 304,1 milioni nei primi nove mesi del 2022 in crescita del +23% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 pro-forma (poiché il consolidamento di Stone Island è avvenuto dal 1 aprile 2021);
 - Terzo trimestre a +8% cFX rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, guidato dal canale DTC, mentre il canale wholesale è stato condizionato dalle conversioni a DTC e da una diversa tempistica delle spedizioni rispetto al 2021.
 - Il 1 agosto 2022 è stata costituita Stone Island Japan, una joint venture a maggioranza Stone Island che gestisce direttamente il business nel Paese costituito da 16 negozi monomarca già esistenti che sono stati quindi convertiti da monomarca wholesale a negozi retail.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa, crescite a tassi di cambio costanti se non diversamente specificato, dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata.

REMO RUFFINI, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A., ha commentato: “Nei primi nove mesi dell’anno il Gruppo ha superato 1,5 miliardi di euro di ricavi registrando nel terzo trimestre una crescita a doppia cifra sia rispetto al 2021 che al 2019, in un contesto macroeconomico che continua ad essere caratterizzato da forte incertezza.

Consapevoli della solidità dei nostri marchi e dei progetti unici e distintivi pianificati in questi mesi, affrontiamo con fiducia e con grande energia il periodo per noi più importante dell’anno.

Dopo lo spettacolare evento in Piazza Duomo a Milano, che ha visto la partecipazione di oltre 18 mila persone, continua in tutto il mondo il programma di eventi, attivazioni ed esperienze dedicati al 70° anniversario di Moncler. Non solo celebrazioni del cammino percorso sinora, per cui ringrazio tutti coloro che lo hanno reso possibile, ma anche un momento per continuare a coinvolgere e connettere le nostre community, progettando il futuro nel pieno rispetto delle radici e del DNA dei nostri marchi.”

Milano, 26 ottobre 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato l’Interim Management Statement relativo ai primi nove mesi dell’esercizio 2022.

Nei primi nove mesi dell’esercizio 2022 Moncler Group ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 1.556,6 milioni in crescita del +30% cFX rispetto allo stesso periodo del 2021 e del +57% cFX rispetto ai 9M 2019. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 1.252,5 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 304,1 milioni.

Nel terzo trimestre, il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 638,3 milioni, +12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2021 e del +50% cFX rispetto al terzo trimestre 2019 (che non includeva il marchio Stone Island). Nel terzo trimestre il marchio Moncler ha realizzato ricavi per Euro 528,2 milioni e il marchio Stone Island per Euro 110,0 milioni.

Moncler Group: Ricavi per Marchio

GRUPPO MONCLER	9M 2022		9M 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
Moncler	1.252.506	80,5%	1.020.882	86,7%	+23%	+21%	+26%
Stone Island	304.123	19,5%	156.355 ²	13,3%	+24% ³	+23% ³	+57%
RICAVI	1.556.629	100,0%	1.177.237	100,0%	+32%	+30%	+57%

² Ricavi del secondo e terzo trimestre 2021 di Stone Island inclusi nei risultati 9M 2021 di Gruppo poiché il consolidamento è avvenuto dal 1 aprile 2021.

³ Dati pro-forma considerando i ricavi del periodo dal 1 gennaio al 30 settembre 2021 pari a Euro 244,4 milioni.

MONCLER BRAND

Nei primi nove mesi dell'esercizio 2022 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 1.252,5 milioni, +21% cFX rispetto allo stesso periodo del 2021 e +26% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2019.

Il terzo trimestre ha registrato +13% cFX rispetto al terzo trimestre 2021 e del +24% cFX rispetto al Q3 2019, guidato da EMEA e Asia.

Moncler brand: Ricavi per Area Geografica

MONCLER	9M 2022		9M 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
Asia	547.930	43,8%	467.928	45,9%	+17%	+15%	+36%
EMEA	486.334	38,8%	379.069	37,1%	+28%	+29%	+14%
Americhe	218.242	17,4%	173.885	17,0%	+26%	+18%	+34%
RICAVI	1.252.506	100,0%	1.020.882	100,0%	+23%	+21%	+26%

In Asia (che include APAC, Giappone e Corea) i ricavi nei primi nove mesi sono aumentati del +15% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 (+36% cFX rispetto ai 9M 2019). La crescita nel terzo trimestre è stata del +14% cFX rispetto al Q3 2021 (+40% cFX rispetto al Q3 2019), guidata dalle riaperture dei negozi diretti nel mercato cinese, in particolare nei mesi di luglio e agosto. La Corea e il Giappone hanno continuato a registrare buone crescite anche nel terzo trimestre. In Asia entrambi i canali hanno registrato una crescita a doppia cifra nel trimestre.

In EMEA, i ricavi nei primi nove mesi sono aumentati del +29% cFX rispetto allo stesso periodo del 2021 (+14% cFX rispetto ai 9M 2019). La crescita nel terzo trimestre del +16% cFX rispetto al Q3 2021 (+15% cFX rispetto al Q3 2019) è stata guidata da un'ottima domanda sia dei clienti locali sia dei turisti americani. La Francia, la Germania e l'Italia sono stati i Paesi che hanno contribuito maggiormente alla crescita nel terzo trimestre. Il canale DTC in EMEA ha continuato a crescere ad alta doppia cifra nel trimestre.

I ricavi delle Americhe nei primi nove mesi sono cresciuti del +18% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 (+34% cFX rispetto ai 9M 2019), con +6% nel terzo trimestre rispetto al Q3 2021 (+16% cFX rispetto al Q3 2019). Nel terzo trimestre è stato registrato un significativo flusso di turisti americani, specialmente verso l'Europa.

Moncler brand: Ricavi per Canale Distributivo

MONCLER	9M 2022		9M 2021		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
DTC	903.055	72,1%	702.117	68,8%	+29%	+27%	+32%
Wholesale	349.451	27,9%	318.765	31,2%	+10%	+7%	+13%
RICAVI	1.252.506	100,0%	1.020.882	100,0%	+23%	+21%	+26%

Nei primi nove mesi del 2022, il canale distributivo *Direct-To-Consumer* (DTC⁴) ha segnato ricavi pari a Euro 903,1 milioni, in crescita del +27% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 e del +32% cFX rispetto allo stesso periodo nel 2019. La crescita del terzo trimestre è stata del +21% cFX rispetto al Q3 2021 e del +39% cFX rispetto al Q3 2019, grazie all'ottima performance dei negozi nel mercato europeo e in APAC.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 349,5 milioni, in crescita del +7% cFX rispetto ai primi nove mesi del 2021 (+13% cFX rispetto ai 9M 2019). La crescita nel terzo trimestre pari a +2% cFX rispetto al Q3 2021 è stata impattata da un'alta base di confronto, da alcune conversioni a canale retail di negozi monomarca e alcuni account e-tailers.

Al 30 settembre 2022, la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 242 punti vendita diretti retail (DOS), in aumento di 4 unità rispetto al 30 giugno, tra cui l'apertura di Düsseldorf e due conversioni dal canale wholesale. Infatti, al 30 settembre il marchio Moncler conta 61 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, in diminuzione di tre unità rispetto al 30 giugno, tra cui le conversioni a retail dell'aeroporto di Zurigo e del negozio di Parigi La Samaritaine.

Moncler brand: Rete Distributiva Monomarca

MONCLER	30.09.2022	30.06.2022	31.12.2021
Asia	119	118	117
EMEA	87	84	84
Americhe	36	36	36
RETAIL	242	238	237
WHOLESALE	61	64	64

⁴ Il canale DTC include le vendite dei DOS, del negozio online diretto e delle *e-concession*.

STONE ISLAND BRAND

Nei primi nove mesi del 2022, Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 304,1 milioni, in crescita del +23% cFX rispetto a Euro 244,4 milioni registrati nello stesso periodo del 2021 (di cui Euro 88,1 milioni generati nel primo trimestre del 2021 non consolidati nei risultati di Gruppo), e del +57% rispetto ai 9M 2019.

Stone Island brand: Ricavi per Area Geografica

STONE ISLAND	9M 2022		9M 2021 pro-forma ⁵		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
EMEA	218.018	71,7%	191.183	78,2%	+14%	+14%	+43%
Asia	52.434	17,2%	31.187	12,8%	+68%	+66%	+142%
Americhe	33.671	11,1%	22.073	9,0%	+53%	+40%	+77%
RICAVI	304.123	100,0%	244.442	100,0%	+24%	+23%	+57%

L'EMEA, che rappresenta l'area geografica più rilevante per il Marchio, è cresciuta nei primi nove mesi del +14% cFX rispetto allo stesso periodo pro-forma dell'anno precedente. Nel terzo trimestre i ricavi nella regione sono cresciuti dell'+1% cFX rispetto al Q3 2021, per effetto di una diversa tempistica nelle spedizioni del canale wholesale. L'Italia ha sovraperformato la crescita della regione nel trimestre, riportando una crescita a doppia cifra.

L'Asia ha raggiunto Euro 52,4 milioni di ricavi nei primi nove mesi in crescita del +66% cFX rispetto allo stesso periodo pro-forma del 2021. I ricavi nel terzo trimestre sono cresciuti del +45% rispetto al Q3 2021, per effetto sia di un'ottima crescita organica in APAC sia della conversione da wholesale a retail di alcuni mercati nella regione. In particolare, il mercato coreano è stato interamente convertito a retail da inizio gennaio, il canale online in Gran Bretagna da inizio luglio e il negozio di Londra e il mercato giapponese da inizio agosto. Infatti, a partire dal 1 agosto 2022 è attiva in Giappone una JV a maggioranza Stone Island che gestisce direttamente 16 DOS e i rapporti con i partner wholesale nella regione.

Le Americhe hanno riportato una crescita del +40% cFX rispetto ai primi nove mesi 2021 pro-forma con una crescita del +21% cFX nel terzo trimestre rispetto al Q3 2021, guidata dal canale wholesale.

Stone Island brand: Ricavi per Canale Distributivo

STONE ISLAND	9M 2022		9M 2021 pro-forma ⁵		% vs 2021		% vs 2019
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX	cFX
DTC	91.560	30,1%	47.213	19,3%	+94%	+91%	+138%
Wholesale	212.563	69,9%	197.229	80,7%	+8%	+7%	+37%
RICAVI	304.123	100,0%	244.442	100,0%	+24%	+23%	+57%

Il canale wholesale, che rappresenta il canale più importante per il Marchio, con Euro 212,6 milioni nei primi nove mesi, è cresciuto del +7% cFX rispetto allo stesso periodo pro-forma del 2021, mentre il terzo

⁵ Dati pro-forma del periodo dal 1 gennaio al 30 settembre 2021. Consolidamento di Stone Island dal 1 aprile 2021.

trimestre ha registrato un calo del -3% cFX per effetto delle conversioni a retail sopracitate, e di una diversa tempistica nelle spedizioni rispetto al 2021.

Al contrario, il canale DTC ha beneficiato di queste conversioni registrando Euro 91,6 milioni nei primi nove mesi con una crescita del +91% cFX rispetto ai 9M pro-forma del 2021, e una crescita del +59% cFX nel terzo trimestre rispetto al Q3 2021. È continuata la solida crescita a doppia cifra anche del canale online diretto.

Al 30 settembre 2022, la rete di negozi monomarca Stone Island può contare su 71 DOS, in aumento di 17 unità rispetto al 30 giugno, per effetto delle 16 conversioni dei negozi giapponesi e del negozio di Londra in EMEA. Il marchio Stone Island conta anche 20 negozi monomarca wholesale, al netto delle conversioni effettuate.

Stone Island brand: Rete Distributiva Monomarca

STONE ISLAND	30.09.2022	30.06.2022	31.12.2021
Asia	44	28	4
EMEA	21	20	20
Americas	6	6	6
RETAIL	71	54	30
WHOLESALE	20	35	58

S&P GLOBAL CORPORATE SUSTAINABILITY ASSESSMENT 2022

Per il quarto anno consecutivo, Moncler si conferma al primo posto del settore *"Textiles, Apparel & Luxury Goods"* tra le società eleggibili per gli indici Dow Jones Sustainability ottenendo il punteggio più alto (90/100) nello 2022 S&P Global Corporate Sustainability Assessment al 21 ottobre 2022.

S&P Global è una primaria società mondiale di rating, benchmark e analisi, che conduce l'assessment utile per l'ammissione negli indici Dow Jones Sustainability Indices che sono tra i più prestigiosi indici di sostenibilità ed è un autorevole standard di riferimento per gli investitori che includono considerazioni di sostenibilità nel loro processo decisionale di investimento. L'indice ammette solo le società valutate migliori nella gestione del proprio business secondo i criteri di responsabilità economica, sociale e ambientale.

Moncler è attualmente parte degli indici Dow Jones Sustainability World and Europe. L'aggiornamento della composizione degli indici Dow Jones Sustainability verrà comunicato in data 9 dicembre 2022.

PUBBLICAZIONE CALENDARIO FINANZIARIO 2023

In data odierna, Moncler ha pubblicato il calendario degli eventi societari per l'anno 2023 disponibile, oltre che nel comunicato stampa dedicato, anche sul sito internet della Società all'indirizzo www.monclergroup.com, sezione *Investors*.

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari Luciano Santel dichiara, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 154-bis, comma 2, del D. Lgs. N. 58 del 1998, che l'informativa contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

INVESTORS

Elena Mariani
Moncler Group Strategic Planning and Investor Relations Director
Tel. +39 02 42203560
investor.relations@moncler.com

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

Francesca Mari
Moncler Group Investor Relations
Tel. +39 02 42203515
investor.relations@moncler.com

MEDIA

Moncler Group Ufficio Stampa
Tel. +39 02 42203528
monclerpress@moncler.com

About Moncler

Con i suoi brand Moncler e Stone Island, quest'ultimo acquisito a marzo 2021, il Gruppo Moncler è l'espressione di un nuovo concetto di lusso. Fedele alla filosofia "Beyond Fashion, Beyond Luxury", la strategia del Gruppo è guidata dall'esperienza, dal purpose e dal senso di appartenenza ad una comunità ispirandosi continuamente al mondo dell'arte, della cultura, della musica e dello sport. Pur supportando i singoli marchi attraverso la condivisione di servizi corporate e di conoscenze, il Gruppo Moncler intende mantenere le identità di brand fortemente indipendenti e basate sull'autenticità, la costante ricerca di unicità e il legame straordinario con le community di consumatori. Il Gruppo opera in tutti i principali mercati internazionali distribuendo le collezioni dei suoi marchi in più di 70 Paesi attraverso negozi fisici e digitali gestiti direttamente, così come selezionati negozi multimarca, department store e e-tailers.

Fine Comunicato n.1218-46

Numero di Pagine: 9