

MONCLER

GROUP

**RICAVI DI GRUPPO 2024 OLTRE 3,1 MILIARDI DI EURO,
CON ENTRAMBI I MARCHI IN CRESCITA A DOPPIA CIFRA NEL CANALE DIRETTO.
EBIT NELL'ANNO A 916 MILIONI DI EURO CON UN MARGINE DEL 29,5%.
CASSA NETTA AD OLTRE 1,3 MILIARDI DI EURO.**

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. (Moncler o la Società) ha esaminato e approvato il Progetto di Bilancio della Società e il Bilancio Consolidato dell'Esercizio 2024¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 3.108,9 milioni nel 2024, in crescita del 7% a cambi costanti, cFX, (+4% a cambi correnti) rispetto a Euro 2.984,2 milioni nel 2023.
- **RICAVI MONCLER:** Euro 2.707,3 milioni nel 2024, +8% cFX (+5% a cambi correnti) rispetto a Euro 2.573,2 milioni nel 2023;
 - Solida performance nel quarto trimestre (+8% cFX anno su anno), principalmente guidata dall'accelerazione del canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²), in crescita del 9% cFX anno su anno, nonostante la difficile base di confronto e trend di mercato ancora volatili. La crescita è migliorata in tutte le regioni rispetto al trimestre precedente.
- **RICAVI STONE ISLAND:** Euro 401,6 milioni nel 2024, in calo dell'1% cFX (-2% a cambi correnti) rispetto a Euro 411,1 milioni nel 2023;
 - Quarto trimestre in crescita del 10% cFX rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con tutte le regioni in accelerazione. Il canale DTC ha continuato il solido percorso di crescita a doppia cifra (+15% cFX anno su anno), mentre il canale wholesale è migliorato rispetto al trimestre precedente (-1% cFX anno su anno).
- **EBIT DI GRUPPO:** Euro 916,3 milioni rispetto a Euro 893,8 milioni nell'anno precedente. Incidenza sui ricavi del 29,5% rispetto a 30,0% nel 2023, dimostrando resilienza nonostante un contesto operativo più sfidante.
- **RISULTATO NETTO DI GRUPPO:** Euro 639,6 milioni, in aumento del 5% rispetto a Euro 611,9 milioni nel 2023, con un'incidenza sui ricavi del 20,6% vs 20,5% nel 2023.
- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA DI GRUPPO³:** Euro 1.308,8 milioni di cassa netta (Euro 1.033,7 milioni al 31 dicembre 2023), dopo il pagamento di Euro 311,0 milioni di dividendi. Free Cash Flow a Euro 587.5 milioni (+7% anno su anno). Al 31 dicembre 2024, le *lease liabilities* erano pari a Euro 924,1 milioni (Euro 805,2 milioni al 31 dicembre 2023).

Il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato: (i) la proposta di distribuzione di un dividendo pari a Euro 1,30 per azione e (ii) la Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità di cui al Decreto Legislativo 125/2024 contenuta nella Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione corredata al Bilancio Consolidato 2024.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa se non diversamente specificato: i dati includono gli impatti dell'implementazione del principio contabile IFRS 16, crescite a tassi di cambio costanti, dati arrotondati alla prima cifra decimale rappresentata.

² Il canale DTC include le vendite dei DOS, del negozio online diretto e delle e-concession.

³ Esclude i debiti finanziari per leasing.

REMO RUFFINI, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A., ha commentato:

“Nel 2024 il nostro Gruppo ha raggiunto risultati notevoli e ha dimostrato grande resilienza in un contesto complesso e volatile. Sia Moncler sia Stone Island hanno registrato una crescita a doppia cifra nel canale DTC, portando il fatturato di Gruppo oltre i 3,1 miliardi di euro, e mantenendo un solido EBIT margin del 29,5%, a testimonianza della forza del nostro modello di business e della nostra disciplina operativa.

Nel corso dell'anno, abbiamo rafforzato ulteriormente ciò che rende i nostri marchi distintivi. Con gli eventi di *Moncler Grenoble* a St. Moritz e *Moncler Genius* a Shanghai — che ha registrato il maggiore impatto nella storia del marchio — abbiamo continuato ad esprimere la nostra creatività, ridefinendo il concetto di *brand experience*. Allo stesso tempo, Stone Island ha continuato a consolidare la propria identità attraverso iniziative di brand rilevanti che hanno coinvolto *community* nuove ed esistenti.

Guardando al 2025, nonostante il contesto macroeconomico globale rimanga incerto, siamo fiduciosi nella nostra capacità di navigare dinamiche di mercato in continua evoluzione. Ispirati dalla nostra storia, dalla passione per l'innovazione e dall'ambizione a superare i confini delle convenzioni, continuiamo a costruire il futuro dei nostri marchi a favore di una crescita sostenibile e di una creazione di valore a lungo termine”.

Milano, 13 febbraio 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato il Progetto di Bilancio ed il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2024.

Nel 2024 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 3.108,9 milioni, in crescita del 7% cFX rispetto al 2023. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 2.707,3 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 401,6 milioni.

Nel quarto trimestre il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 1.243,2 milioni, +8% cFX rispetto allo stesso periodo del 2023. Nel quarto trimestre, i marchi Moncler e Stone Island hanno registrato rispettivamente Euro 1.134,1 milioni e Euro 109,2 milioni di ricavi.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	Esercizio 2024		Esercizio 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	2.707.315	87,1%	2.573.159	86,2%	+5%	+8%
Stone Island	401.609	12,9%	411.058	13,8%	-2%	-1%
RICAVI	3.108.924	100,0%	2.984.217	100,0%	+4%	+7%

MONCLER

Nel 2024 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 2.707,3 milioni, in aumento dell'8% cFX rispetto al 2023.

Nel quarto trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 1.134,1 milioni, in crescita dell'8% cFX anno su anno, in accelerazione rispetto alla crescita registrata nel terzo trimestre.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Esercizio 2024		Esercizio 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	1.378.955	50,9%	1.291.377	50,2%	+7%	+11%
EMEA	949.328	35,1%	910.489	35,4%	+4%	+5%
Americhe	379.032	14,0%	371.294	14,4%	+2%	+4%
RICAVI	2.707.315	100,0%	2.573.159	100,0%	+5%	+8%

Nel 2024 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 1.379,0 milioni, in crescita dell'11% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi della regione sono cresciuti dell'11% cFX anno su anno, in miglioramento rispetto al trimestre precedente. Il risultato è stato supportato da un ritorno a una solida crescita a doppia cifra nella Cina continentale, nonostante la sfidante base di confronto e le ancora difficili condizioni macroeconomiche che hanno continuato a pesare sulla fiducia dei consumatori. Anche Giappone, Corea e il resto dell'APAC hanno registrato una performance solida, con tutti i mercati in accelerazione rispetto al trimestre precedente.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 949,3 milioni, +5% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi nella regione sono aumentati del 3% cFX anno su anno, in miglioramento rispetto al trimestre precedente grazie all'accelerazione del canale DTC, che ha beneficiato di un contributo positivo da parte sia dei turisti che dei consumatori locali, nonostante il canale rimanga penalizzato da trend più difficili nel canale online diretto.

I ricavi delle Americhe sono aumentati del 4% cFX rispetto al 2023, attestandosi a Euro 379,0 milioni. Nel quarto trimestre i ricavi della regione sono aumentati del 5% cFX anno su anno, con la performance del canale DTC a guidare il miglioramento rispetto al Q3, sia nel canale fisico sia online.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	Esercizio 2024		Esercizio 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	2.331.896	86,1%	2.163.920	84,1%	+8%	+11%
Wholesale	375.420	13,9%	409.239	15,9%	-8%	-7%
RICAVI	2.707.315	100,0%	2.573.159	100,0%	+5%	+8%

Nel 2024 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 2.331,9 milioni, in aumento dell'11% cFX rispetto al 2023. I ricavi nel quarto trimestre del 2024 sono cresciuti del 9% cFX anno su anno, guidati dal miglioramento sequenziale registrato in tutte le regioni, nonostante la base di confronto progressivamente più difficile.

Il canale fisico ha continuato a performare meglio del canale online, il cui trend è rimasto debole nel quarto trimestre, sebbene in miglioramento rispetto al trimestre precedente.

Nel 2024 i ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*Comparable Store Sales Growth*⁴) hanno registrato un +3% rispetto al 2023.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 375,4 milioni, in calo del 7% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi del canale sono diminuiti del 7% cFX anno su anno, impattati da trend di mercato sfidanti e dalle azioni in corso volte a migliorare la qualità della rete distributiva.

Al 31 dicembre 2024 la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 286 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 1 unità rispetto al 30 settembre 2024 e di 14 unità rispetto al 31 dicembre 2023. Tra i negozi più importanti aperti nel quarto trimestre figurano New Bond Street a Londra e Boca Raton in Florida. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 56 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, una riduzione netta di 1 unità rispetto al 31 dicembre 2023.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/12/2024	30/09/2024	31/12/2023
Asia	143	144	132
EMEA	96	95	95
Americhe	47	46	45
RETAIL	286	285	272
WHOLESALE	56	56	57

⁴ Il dato di Comparable Store Sales Growth (CSSG) considera i DOS (esclusi gli outlet) aperti da almeno 52 settimane e il negozio online; esclude dal calcolo i negozi che sono stati ampliati e/o rilocati.

STONE ISLAND

Nel 2024 Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 401,6 milioni, in calo dell'1% cFX rispetto al 2023.

Nel quarto trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 109,2 milioni, in crescita del 10% cFX anno su anno.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Esercizio 2024		Esercizio 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	105.201	26,2%	89.441	21,8%	+18%	+23%
EMEA	268.910	67,0%	287.506	69,9%	-6%	-7%
Americhe	27.498	6,8%	34.111	8,3%	-19%	-18%
RICAVI	401.609	100,0%	411.058	100,0%	-2%	-1%

L'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 105,2 milioni di ricavi nel 2024, in crescita del 23% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre la regione è cresciuta del 23% cFX grazie principalmente alla continua forte performance del Giappone e al miglioramento del mercato cinese. La Corea ha continuato a mostrare trend più deboli rispetto al resto della regione.

Nel 2024 la regione EMEA, che continua a rappresentare l'area geografica più rilevante per il brand, ha registrato ricavi pari a Euro 268,9 milioni, in calo del 7% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi sono cresciuti del 4% cFX anno su anno, grazie alla solida performance del canale DTC e al miglioramento dei trend del canale wholesale. L'Italia, in particolare, ha sovraperformato rispetto al resto della regione EMEA.

Le Americhe hanno registrato un calo del 18% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi sono cresciuti del 2% cFX anno su anno, tornando a crescere dopo diversi trimestri di deterioramento, principalmente grazie al miglioramento registrato dal canale wholesale.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Esercizio 2024		Esercizio 2023		% vs 2023	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	208.935	52,0%	172.844	42,0%	+21%	+23%
Wholesale	192.674	48,0%	238.214	58,0%	-19%	-19%
RICAVI	401.609	100,0%	411.058	100,0%	-2%	-1%

Nel 2024 il canale DTC ha registrato una crescita del 23% cFX rispetto al 2023 attestandosi a Euro 208,9 milioni, arrivando a rappresentare il 52% dei ricavi totali del 2024. Nel quarto trimestre i ricavi del canale sono aumentati del 15% cFX anno su anno, con Asia ed EMEA che hanno sovraperformato.

Il canale fisico ha continuato a performare meglio del canale online in tutte le regioni.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 192,7 milioni nel 2024, in calo del 19% cFX rispetto al 2023. Nel quarto trimestre i ricavi sono diminuiti dell'1% anno su anno, registrando un miglioramento rilevante, sebbene ancora impattati da trend di mercato sfidanti e dal rigoroso controllo sui volumi adottato al fine di continuare a migliorare la qualità della rete distributiva.

Al 31 dicembre 2024 la rete di negozi monomarca del marchio Stone Island può contare su 90 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 1 unità rispetto al 30 settembre 2024 e di 9 unità rispetto al 31 dicembre 2023. Inoltre, il marchio Stone Island conta 9 negozi monomarca wholesale, una riduzione netta di 6 unità rispetto al 31 dicembre 2023.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/12/2024	30/09/2024	31/12/2023
Asia	56	56	48
EMEA	27	28	26
Americhe	7	7	7
RETAIL	90	91	81
WHOLESALE	9	11	15

RISULTATI DI CONTO ECONOMICO DI GRUPPO

Nel 2024 il profitto lordo consolidato è stato pari a Euro 2.426,6 milioni con un'incidenza sui ricavi del 78,1% rispetto al 77,1% del 2023. L'aumento della marginalità è stato principalmente guidato dal mix di canale, con una maggiore incidenza del canale DTC sia per Moncler che per Stone Island.

Nel 2024 le spese di vendita sono state pari a Euro 937,3 milioni rispetto a Euro 868,1 milioni nel 2023, con un'incidenza sui ricavi pari al 30,2%, superiore rispetto allo stesso periodo del 2023 per effetto della maggiore incidenza del canale DTC. Le spese generali e amministrative sono state pari a Euro 351,7 milioni, con un'incidenza sui ricavi dell'11,3% che riflette gli investimenti in corso nella struttura organizzativa, rispetto a Euro 331,2 milioni nel 2023 (11,1% dei ricavi).

Le spese di marketing sono state pari a Euro 221,2 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,1%, rispetto a 7,0% nel 2023. Le maggiori spese di marketing nella seconda parte del 2024 rispetto allo stesso periodo del 2023 (e la relativa incidenza sui ricavi) sono interamente dovute a una diversa pianificazione delle attività di marketing nel H1 vs H2 rispetto all'anno fiscale precedente.

Gli ammortamenti, escludendo quelli relativi ai diritti iscritti in applicazione del principio contabile IFRS 16, sono stati pari a Euro 120,7 milioni, rispetto a Euro 114,2 milioni nel 2023.

L'EBIT di Gruppo è stato pari a Euro 916,3 milioni con un margine del 29,5%, rispetto a Euro 893,8 milioni nel 2023 con un margine del 30,0%, dimostrando resilienza nonostante un contesto operativo più sfidante.

Nel 2024 gli oneri finanziari netti sono stati pari a Euro 6,5 milioni, rispetto a Euro 23,2 milioni nel 2023, inclusi Euro 31,4 milioni di interessi sulle *lease liabilities* (vs Euro 29,0 milioni nel 2023). La riduzione è dovuta a un ammontare più elevato di proventi finanziari per via dei tassi di interesse più elevati ed alla buona gestione della cassa.

L'aliquota fiscale nel 2024 è stata pari a 29,7%, in linea con il 2023.

Il risultato netto di Gruppo è stato pari a Euro 639,6 milioni, rispetto a Euro 611,9 milioni nel 2023, in aumento del 5% anno su anno, con un'incidenza sui ricavi del 20,6% vs 20,5% nel 2023.

RISULTATI PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI DI GRUPPO

Al 31 dicembre 2024 la posizione finanziaria netta (escludendo gli effetti del principio contabile IFRS 16) era positiva e pari a Euro 1.308,8 milioni, rispetto a Euro 1.033,7 milioni di cassa netta al 31 dicembre 2023. Come richiesto dal principio contabile IFRS 16, al 31 dicembre 2024 il Gruppo ha contabilizzato *lease liabilities* che sono risultate pari a Euro 924,1 milioni rispetto a Euro 805,2 milioni al 31 dicembre 2023.

Il capitale circolante netto consolidato al 31 dicembre 2024 era pari a Euro 255,5 milioni rispetto a Euro 240,2 milioni al 31 dicembre 2023, con un'incidenza sui ricavi pari all'8,2% (8,0% al 31 dicembre 2023), a conferma del continuo e rigoroso controllo sul capitale circolante.

Nel 2024 sono stati effettuati investimenti netti per Euro 186,7 milioni (6,0% di incidenza sui ricavi), rispetto a Euro 174,1 milioni nel 2023. Gli investimenti relativi alla rete distributiva sono stati pari a Euro 104,1 milioni, di cui oltre la metà dedicati a progetti di ristrutturazione e ampliamento. Gli investimenti relativi all'infrastruttura sono stati pari a Euro 82,6 milioni, principalmente relativi all'*Information Technology*, alla produzione e alla logistica.

Il *net cash flow* nel 2024 è stato positivo e pari a Euro 275,1 milioni, dopo il pagamento di Euro 311,0 milioni di dividendi, rispetto a un *net cash flow* positivo di Euro 215,5 milioni nel 2023.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL SECONDO SEMESTRE 2024

Nessun fatto di rilievo è avvenuto nel secondo semestre del 2024.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

Nessun fatto di rilievo è avvenuto dopo la chiusura dell'esercizio.

AGGIORNAMENTO SULLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ

RATING DI SOSTENIBILITÀ

MSCI

Nel 2024 il Gruppo Moncler è stato valutato per il secondo anno consecutivo con lo score massimo “AAA” da MSCI ESG Research che fornisce rating di sostenibilità di società internazionali quotate e di alcune aziende private valutandole su una scala da “AAA” a “CCC”, in base all’esposizione a rischi ESG specifici per il settore di appartenenza e alla capacità di gestire tali rischi rispetto a società del medesimo comparto.

CDP

Il Gruppo Moncler ha conquistato il massimo rating “A” (su una scala da “A” a “D-”) nella classifica 2024 stilata a livello mondiale da CDP, per la sua leadership in tema di trasparenza e gestione delle tematiche legate ai cambiamenti climatici.

INDICI DOW JONES BEST-IN-CLASS WORLD E EUROPE

Per il sesto anno consecutivo, il Gruppo Moncler si è confermato negli indici Dow Jones Best-in-Class World e Europe, mantenendo il primo posto del settore *Textiles, Apparel & Luxury Goods* con il punteggio più alto (90/100) nello S&P Global Corporate Sustainability Assessment 2024 (dato al 17 ottobre 2024).

SUSTAINALYTICS

Nel 2025 Sustainalytics ha confermato al Gruppo Moncler l’Industry Top-Rated Badge così come il Regional Top Rated Badge.

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ 2024

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler, in data odierna, ha altresì esaminato e approvato la Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità contenuta nella Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione corredata al Bilancio Consolidato 2024, in conformità a quanto previsto dal Decreto Legislativo 125/2024.

Di seguito sono riportati alcuni risultati:

- Mantenimento della *carbon neutrality* nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) con il 100% dell’energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili;
- -53% le emissioni CO₂e scope 1 e 2 rispetto al 2021⁵;
- >43% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni 2024 realizzato con materiali “preferred”⁶ (>25% nel 2023);
- >50% del nylon utilizzato nelle collezioni 2024 costituito da materiale riciclato (>40% nel 2023) con un anno di anticipo rispetto al piano;
- 70% di donne nella popolazione aziendale di Gruppo e 52% nel management⁷;
- Ottenuta la certificazione EDGE relativa all’equità retributiva tra donne e uomini per l’*Headquarter* di Moncler in Italia;
- >165.000 persone in difficoltà protette dal freddo negli ultimi otto anni (2017-2024).

⁵ Le emissioni di CO₂e fanno riferimento a Scope 1 e 2 (market-based) e sono calcolate ipotizzando Stone Island consolidata a partire dal 1 gennaio 2021.

⁶ Materiali che mirano ad avere un minor impatto rispetto alle soluzioni convenzionali utilizzate dal Gruppo Moncler (per esempio riciclati, biologici, o certificati secondo specifici standard).

⁷ Il dato include manager, senior manager, dirigenti e dirigenti senior.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Nei primi mesi del 2025, lo scenario macroeconomico globale e il contesto in cui operiamo rimangono volatili e imprevedibili. In questo panorama incerto, il Gruppo rimane focalizzato sull'agilità operativa e sulla reattività, continuando al contempo a investire nella propria organizzazione, nei propri talenti e nei propri marchi distintivi.

Facendo leva sul proprio *heritage* unico e sulla propria dedizione all'innovazione e alla creatività dirompente, il Gruppo è ben posizionato per adattarsi alle dinamiche di mercato in continua evoluzione, con l'obiettivo di dare forma a nuove opportunità e creare valore di lungo termine.

Queste le principali linee strategiche di sviluppo.

RAFFORZAMENTO DI TUTTE LE DIMENSIONI DEL MARCHIO MONCLER A LIVELLO GLOBALE, IN TUTTE LE STAGIONI DELL'ANNO. Nel corso del 2025 Moncler continuerà a rafforzare le tre dimensioni complementari del marchio – *Moncler Grenoble*, *Moncler Collection* e *Moncler Genius* – attraverso eventi distintivi, iniziative e strategie di marketing mirate a realizzare il pieno potenziale di ciascuna dimensione in tutte le regioni. *Moncler Grenoble*, la dimensione del brand più vicina al DNA del marchio, continuerà a valorizzare la propria combinazione distintiva di performance e stile attraverso iniziative di marketing dedicate ed una collezione più ampia e adatta a tutte le stagioni dell'anno. Questo approccio rafforzerà ulteriormente tale dimensione *core* del marchio, consolidando la leadership di Moncler come il più autentico brand del lusso per l'outdoor. *Moncler Collection* continuerà il suo percorso volto ad elevare il prodotto in modi nuovi, re-interpretare capi iconici, e rafforzare la capacità del brand di servire i propri clienti in tutte le stagioni dell'anno grazie a collezioni e proposte mirate. A seguito dell'evento straordinario tenutosi a Shanghai ad ottobre 2024, *Moncler Genius* continuerà a svolgere il proprio ruolo di "brand recruiter", entrando in contatto con nuove *community*, abbracciando la creatività in ogni sua forma attraverso attivazioni e lanci di prodotto.

ULTERIORE EVOLUZIONE DELLA LEGACY DEL MARCHIO STONE ISLAND, CON IL PRODOTTO COME PROTAGONISTA ASSOLUTO. Il 2024 ha segnato l'inizio del nuovo capitolo di evoluzione di Stone Island, con la presentazione del suo manifesto "The Compass Inside" e il lancio della prima campagna pubblicitaria globale. Nel 2025 Stone Island continuerà il percorso finalizzato a sprigionare il pieno potenziale del marchio, accrescendo la visibilità del marchio a livello globale attraverso un approccio di marketing più mirato, volto a stimolare l'interesse tra nuovi segmenti di consumatori target. Questo obiettivo sarà raggiunto amplificando il DNA del marchio, profondamente radicato in un'identità unica e in una matrice valoriale radicata nella cultura della ricerca e della sperimentazione. La narrazione del marchio continuerà a posizionare il prodotto come protagonista assoluto, puntando a elevare l'offerta di prodotto attraverso l'espansione delle categorie *core* e massimizzando l'attrattività con pezzi iconici e *sub-collection*, rafforzando al contempo l'importanza di un approccio *total-look* come firma distintiva. Il marchio continuerà anche a potenziare la propria rete distributiva, implementando una strategia omnicanale altamente selettiva e centrata sul consumatore, coerente in tutti i punti di contatto, per offrire un'esperienza autentica e di alto livello.

CRESCITA SOSTENIBILE E RESPONSABILE. Il Gruppo Moncler crede in uno sviluppo sostenibile e responsabile, nell'ottica di un valore condiviso che risponda alle aspettative degli stakeholder e coerente con la strategia di lungo periodo di Gruppo. Un approccio che si basa non solo sull'impegno a porsi obiettivi sempre più sfidanti, ma anche sulla consapevolezza che ogni azione ha degli impatti sulla società e sull'ambiente in cui operiamo. Nel 2025 Moncler si impegna ad implementare le azioni ed i progetti necessari per perseguire gli obiettivi di sostenibilità pubblicati nel Piano 2020-2025. Le cinque priorità strategiche del Piano di Sostenibilità sono: cambiamenti climatici e biodiversità, economia circolare e innovazione, catena di fornitura responsabile, valorizzazione della diversità e supporto alle comunità locali. Partendo da questa solida base, il Gruppo punta a proseguire il proprio percorso di miglioramento continuando a integrare le tematiche di sostenibilità nel suo modo di operare.

PROPOSTA DI DESTINAZIONE DEGLI UTILI

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler ha anche deliberato di proporre all'Assemblea Ordinaria degli Azionisti il pagamento di un dividendo, relativo all'esercizio 2024, pari ad Euro 1,30 per azione ordinaria. Tenuto conto delle azioni emesse al netto delle azioni proprie alla data attuale, ciò equivale a una distribuzione di Euro 351,8 milioni, con un *payout ratio* del 55% sull'utile netto consolidato⁸. La data di pagamento del dividendo è il 21 maggio 2025 (data stacco cedola 19 maggio 2025 e record date 20 maggio 2025).

BILANCIO D'ESERCIZIO DELLA CAPOGRUPPO MONCLER S.P.A.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato i risultati 2024 della capogruppo Moncler S.p.A.

I ricavi sono stati pari a Euro 491,9 milioni nel 2024, in aumento del 4% rispetto a Euro 473,0 milioni relativi al 2023 ed includono sostanzialmente i proventi derivanti dalla concessione in licenza dei marchi Moncler e Stone Island.

Le spese generali e amministrative, comprensive dei piani di incentivazione azionaria, si sono attestate a Euro 84,1 milioni pari al 17,1% dei ricavi (16,9% nel 2023). Le spese di marketing sono state pari ad Euro 82,5 milioni (Euro 98,4 milioni nel 2023), pari al 16,8% dei ricavi (20,8% nel 2023).

Nel 2024, i proventi finanziari netti sono stati pari a Euro 416,6 milioni, rispetto a Euro 24,2 milioni di oneri finanziari netti nel 2023, grazie a Euro 436,0 milioni di dividendi ricevuti dalle società controllate.

Nel 2024, le imposte sul reddito sono state pari a Euro 90,0 milioni rispetto a Euro 74,7 milioni nel 2023.

L'utile netto è stato pari a Euro 651,9 milioni, in aumento del 233% rispetto a Euro 195,7 milioni nel 2023, per effetto principalmente del precitato pagamento di dividendi dalle società controllate.

Moncler S.p.A. al 31 dicembre 2024 ha un patrimonio netto di Euro 1.783,5 milioni, rispetto a Euro 1.398,6 milioni al 31 dicembre 2023, e una posizione finanziaria netta negativa e pari a Euro 115,4 milioni (Euro 600,6 milioni al 31 dicembre 2023), comprensiva delle *leasing liabilities* derivanti del principio contabile IFRS 16 per Euro 0,5 milioni.

AGGIORNAMENTO DEL CALENDARIO DEGLI EVENTI SOCIETARI 2025

A parziale variazione delle informazioni contenute nel calendario degli eventi societari per l'esercizio 2025, pubblicato il 29 ottobre 2024, Moncler S.p.A. rende noto che, stante l'anticipazione alla data odierna dell'esame e approvazione del Progetto di Bilancio d'Esercizio e del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2024, non si terrà la riunione del Consiglio di Amministrazione prevista per il prossimo 6 marzo 2025. Il calendario aggiornato è disponibile sul sito www.monclergroup.com, sezione "Investors".

ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler in data odierna ha altresì conferito i poteri al Presidente e Amministratore Delegato Remo Ruffini per convocare nei termini di legge (i) l'Assemblea Straordinaria degli Azionisti, in unica convocazione, per il 20 marzo 2025 e (ii) l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti, in unica convocazione, per il 16 aprile 2025.

⁸ Soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo e/o acquisto di azioni proprie.

ASSEMBLEA STRAORDINARIA DEL 20 MARZO 2025

Il Consiglio ha deliberato di sottoporre agli Azionisti l'approvazione di talune modifiche dello statuto sociale di Moncler (lo Statuto). Tali modifiche riguardano:

- (i) la riduzione da 9 a 7 del numero minimo di membri che compongono il Consiglio di Amministrazione (Art. 13 comma 1);
- (ii) le modalità di elezione del Consiglio di Amministrazione con specifico riferimento alla nomina degli Amministratori tratti dalla "lista di minoranza" prevedendo che, in caso di Consiglio di Amministrazione composto da un numero di membri compreso tra 13 e 15, dalla "lista di minoranza" possano essere tratti 2 Amministratori qualora questa contenga candidati di genere diverso tra i primi due posti; ciò al fine di rendere più equa la composizione dell'organo amministrativo nel rispetto della rappresentanza delle minoranze e tenendo sempre conto dell'equilibrio tra generi (Art. 13 comma 3);
- (iii) la previsione che possano presentare le liste per la nomina del Consiglio di Amministrazione (Art. 13 comma 3) e del Collegio Sindacale (Art. 24 comma 2) soltanto gli azionisti in possesso della quota minima di partecipazione al capitale stabilita, volta per volta, da Consob, eliminando il riferimento statutario alla soglia del 2,5% (che, nell'attuale formulazione, viene comunque sostituita, se diversa, dalla soglia stabilita da Consob);
- (iv) la facoltà del Consiglio di Amministrazione di nominare il Presidente ed il Vice Presidente qualora l'Assemblea non vi provveda;
- (v) con riferimento alle riunioni del Consiglio di Amministrazione (Art. 15 commi 2 e 3) e del Collegio Sindacale (Art. 24 comma 4), la possibilità (i) di omettere l'indicazione del luogo fisico di svolgimento della riunione, qualora la riunione si svolga esclusivamente mediante mezzi di telecomunicazione, e (ii) di svolgimento delle riunioni con la partecipazione di ogni partecipante, ivi compresi Presidente e Segretario, collegato mediante mezzi di telecomunicazione a distanza;
- (vi) l'introduzione della possibile nomina (e revoca) da parte del Consiglio di Amministrazione di un dirigente incaricato dell'attestazione riguardante la rendicontazione consolidata di sostenibilità, anche diverso dal dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, così da recepire la recente normativa in materia di rendicontazione societaria di sostenibilità introdotta con il Decreto Legislativo 125/2024 in attuazione della direttiva 2022/2464/UE.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea Straordinaria del 20 marzo 2025, la relazione illustrativa della proposta di modifiche statutarie e tutta la documentazione inerente a tale Assemblea saranno messi a disposizione del pubblico, nei termini di legge, nell'apposita sezione del sito internet di Moncler (www.monclergroup.com, Sezione "Governance/Assemblea"), presso la sede legale di Moncler in Via Enrico Stendhal 47, Milano, e sul meccanismo di stoccaggio (www.emarketstorage.it).

ASSEMBLEA ORDINARIA DEL 16 APRILE 2025

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di sottoporre agli Azionisti, in aggiunta alle proposte di approvazione del Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2024 e di pagamento del dividendo, quanto segue.

- (i) La Relazione sulla Politica di remunerazione e sui compensi corrisposti (la Relazione sulla Remunerazione) ai sensi dell'Art. 123-*ter* del D. Lgs. 24 febbraio 1998 n. 58 (il TUF) e dell'Art. 84-*quater* del Regolamento CONSOB n. 11971/1999 (il Regolamento Emittenti).
- (ii) L'autorizzazione – ai sensi e per gli effetti degli Artt. 2357 e 2357-*ter* Cod. Civ. e 132 del TUF – all'acquisto e disposizione di azioni proprie della Società, previa revoca, per la parte rimasta ineseguita, della delibera di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, assunta dall'Assemblea Ordinaria degli Azionisti in data 24 aprile 2024. La richiesta di autorizzazione all'acquisto e alla disposizione di azioni proprie è finalizzata a

consentire alla Società di acquistare e disporre delle azioni ordinarie, per le seguenti finalità: (i) sostegno della liquidità ed efficienza del mercato; (ii) conservazione per successivi utilizzi, ivi inclusi: corrispettivo in operazioni straordinarie, anche di scambio o cessione di partecipazioni da realizzarsi mediante permuta, conferimento o altro atto di disposizione e/o utilizzo, con altri soggetti, inclusa la destinazione al servizio di prestiti obbligazionari convertibili in azioni della Società o prestiti obbligazionari con *warrant*; e (iii) impiego a servizio di piani di compensi basati su strumenti finanziari ai sensi dell'Art. 114-*bis* del TUF a favore di Amministratori, dipendenti o collaboratori della Società e/o delle società controllate, nonché da programmi di assegnazione gratuita di azioni agli Azionisti.

L'autorizzazione verrà richiesta all'Assemblea per l'acquisto anche in più *tranche*, di azioni ordinarie prive di indicazione del valore nominale, fino ad un numero massimo che, tenuto conto delle azioni ordinarie di volta in volta detenute in portafoglio dalla Società e dalle società da essa controllate, non sia complessivamente superiore al 10% del capitale sociale della Società; per gli acquisti effettuati ai sensi dell'Art. 144-*bis*, comma 1, lett. c) del Regolamento Emittenti, l'autorizzazione verrà richiesta fino ad un numero massimo non complessivamente superiore al 5% del capitale sociale.

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea che il prezzo di acquisto di ciascuna azione non sia inferiore al prezzo ufficiale di Borsa del titolo Moncler del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, diminuito del 20%, e non superiore al prezzo ufficiale di Borsa del giorno precedente a quello in cui verrà effettuata l'operazione di acquisto, aumentato del 10%, nel rispetto in ogni caso dei termini e delle condizioni stabilite dal Regolamento Delegato (UE) n. 1052 dell'8 marzo 2016 e delle prassi ammesse, ove applicabili.

Con riferimento alle operazioni di disposizione delle azioni proprie, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea di effettuarle con ogni modalità ritenuta opportuna nell'interesse della Società, nel rispetto delle disposizioni di legge e regolamentari pro tempore vigenti e per il perseguimento delle finalità di cui alla proposta di delibera, ivi comprese le vendite sui mercati regolamentati, ai blocchi e mediante permuta o prestito titoli o assegnazione gratuita. Si precisa altresì che, alla data odierna, Moncler detiene in portafoglio complessive n. 4.199.510 azioni proprie, pari all'1,5% del capitale sociale.

Per ogni ulteriore informazione circa la proposta di autorizzazione all'acquisto e disposizione di azioni proprie, si rinvia alla relazione illustrativa degli Amministratori, che sarà pubblicata nei termini e secondo le modalità previste dalla disciplina di legge e di regolamento vigente.

- (iii) La nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione, in scadenza con l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2024, provvedendo nello specifico: (i) alla determinazione del numero dei componenti, (ii) alla determinazione della durata dell'incarico, (iii) a deliberare eventualmente in merito all'autorizzazione alla deroga al divieto di concorrenza ai sensi dell'Art. 2390 Cod. Civ., ove necessario in funzione dei candidati che saranno proposti dai soci, (iv) alla nomina dei componenti e altresì (v) a determinare il compenso annuo dei componenti.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea Ordinaria del 16 aprile 2025 e tutti i documenti inerenti a tale Assemblea saranno messi a disposizione del pubblico, nei termini di legge, nell'apposita sezione del sito internet di Moncler (www.monclergroup.com, Sezione "Governance/Assemblea"), presso la sede legale di Moncler in Via Enrico Stendhal 47, Milano, e sul meccanismo di stoccaggio (www.emarketstorage.it).

PARERE DI ORIENTAMENTO E POLITICA DI DIVERSITÀ

In ottemperanza alle raccomandazioni del codice di corporate governance per le società quotate (il Codice), cui Moncler aderisce, il Consiglio di Amministrazione uscente ha elaborato e approvato, previo parere favorevole del Comitato Nomine e Remunerazione e tenuto conto degli esiti dell'attività di autovalutazione svolta dal Consiglio medesimo, il proprio orientamento sulla futura dimensione e composizione del Consiglio di Amministrazione da sottoporre agli Azionisti.

Il Consiglio ha inoltre approvato modifiche e aggiornamenti alla politica concernente la diversità nella composizione degli organi di amministrazione, gestione e controllo di Moncler adottata dal Consiglio di Amministrazione in data 18 dicembre 2018, previo parere del Comitato Nomine e Remunerazione.

Il parere di orientamento e la politica di diversità saranno messi a disposizione del pubblico nei termini previsti dalle disposizioni normative e regolamentari.

ULTERIORI DELIBERE

Il Consiglio ha infine approvato:

- (i) la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari ai sensi dell'Art. 123-*bis* del TUF;
- (ii) il pagamento degli incentivi annuali di breve periodo (MBO) relativi all'esercizio 2024 in favore degli Amministratori Esecutivi e Dirigenti con Responsabilità Strategiche, le cui ulteriori informazioni di dettaglio saranno riportate nella Relazione sulla Remunerazione;
- (iii) a seguito della verifica del raggiungimento degli obiettivi di performance relativi al primo ciclo del Piano di Performance Shares 2022, l'assegnazione delle azioni spettanti a titolo gratuito in favore dei beneficiari del Piano, tra cui vi sono il Presidente e Amministratore Delegato, Remo Ruffini, gli Amministratori Esecutivi Roberto Eggs e Luciano Santel e parte dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche, coerentemente con le assegnazioni deliberate nel corso dell'Esercizio 2022.

TABELLE RIASSUNTIVE

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2024	% sui ricavi	Esercizio 2023	% sui ricavi
RICAVI	3.108.924	100,0%	2.984.217	100,0%
performance anno su anno	+4%		+15%	
PROFITTO LORDO	2.426.557	78,1%	2.300.830	77,1%
Spese di vendita	(937.349)	(30,2%)	(868.062)	(29,1%)
Spese generali ed amministrative	(351.656)	(11,3%)	(331.231)	(11,1%)
Spese di marketing	(221.228)	(7,1%)	(207.698)	(7,0%)
EBIT	916.324	29,5%	893.839	30,0%
Proventi / (oneri) finanziari	(6.515)	(0,2%)	(23.204)	(0,8%)
Risultato ante imposte	909.809	29,3%	870.635	29,2%
Imposte sul reddito	(270.213)	(8,7%)	(258.733)	(8,7%)
Aliquota fiscale	29,7%		29,7%	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	639.596	20,6%	611.931	20,5%

SITUAZIONE PATRIMONIALE CONSOLIDATA RICLASSIFICATA

(Euro 000)	31/12/2024	31/12/2023
Marchi	999.354	999.354
Avviamento	603.417	603.417
Attività immobilizzate	510.136	442.098
Attività per il diritto di utilizzo	848.173	737.501
Capitale circolante netto	255.548	240.200
Altre attività / (passività) nette	20.076	3.177
CAPITALE INVESTITO	3.236.704	3.025.747
Indebitamento finanziario netto / (cassa netta)	(1.308.751)	(1.033.693)
Debiti finanziari per leasing	924.077	805.177
Fondo TFR e altri fondi non correnti	34.710	39.834
Patrimonio netto	3.586.668	3.214.429
TOTALE FONTI	3.236.704	3.025.747

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2024	Esercizio 2023
EBIT	916.324	893.839
Ammortamenti	120.666	114.170
Altre variazioni non monetarie	16.045	15.333
Variazioni del capitale circolante netto	(15.348)	(48.526)
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	(18.647)	3.694
Investimenti netti	(186.675)	(174.068)
CASH FLOW DELLA GESTIONE OPERATIVA	832.365	804.442
Proventi / (oneri) finanziari	24.916	5.788
Imposte sul reddito	(269.791)	(260.791)
FREE CASH FLOW	587.490	549.439
Dividendi pagati	(311.014)	(303.443)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(1.418)	(30.526)
NET CASH FLOW	275.058	215.470
Posizione finanziaria netta all'inizio del periodo	1.033.693	818.223
Posizione finanziaria netta alla fine del periodo	1.308.751	1.033.693
VARIAZIONE DELLA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	275.058	215.470

MONCLER S.P.A.: CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2024	% sui ricavi	Esercizio 2023	% sui ricavi
RICAVI	491.918	100,0%	473.022	100,0%
Spese generali ed amministrative	(84.110)	(17,1%)	(80.003)	(16,9%)
Spese di marketing	(82.517)	(16,8%)	(98.421)	(20,8%)
EBIT	325.291	66,1%	294.598	62,3%
Proventi / (oneri) finanziari	416.641	84,7%	(24.178)	(5,1%)
Risultato ante imposte	741.932	150,8%	270.420	57,2%
Imposte sul reddito	(90.046)	(18,3%)	(74.685)	(15,8%)
RISULTATO NETTO	651.886	132,5%	195.735	41,4%

MONCLER S.P.A.: SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA RICLASSIFICATA

(Euro 000)	31/12/2024	31/12/2023
Immobilizzazioni immateriali	1.002.558	1.001.862
Immobilizzazioni materiali	1.141	4.821
Partecipazioni	1.000.012	970.787
Altre attività / (passività) non correnti nette	(89.575)	(47.370)
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.914.136	1.930.100
Capitale circolante netto	37.917	55.829
Altre attività / (passività) correnti nette	(48.679)	24.862
Totale attività / (passività) correnti nette	(10.762)	80.691
CAPITALE INVESTITO	1.903.374	2.010.791
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	115.358	600.564
Fondo TFR e altri fondi non correnti	4.537	11.639
Patrimonio netto	1.783.479	1.398.588
TOTALE FONTI	1.903.374	2.010.791

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

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

INVESTORS

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

Gaia Piccoli
Strategic Planning and Investor Relations Manager
investor.relations@moncler.com

Francesca Mari
Strategic Planning and Investor Relations Analyst
investor.relations@moncler.com

MEDIA

Claudio Monteverde
Corporate Communication Director
Tel. +39 348 2905202
claudio.monteverde@moncler.com

About Moncler

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