

MONCLER

GROUP

RICAVI DI GRUPPO A 829 MILIONI NEL Q1, IN CRESCITA DELL'1% cFX, GUIDATI DA UNA SOLIDA CRESCITA NEL CANALE DIRETTO SIA PER MONCLER SIA PER STONE ISLAND.

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. (Moncler o la Società) ha esaminato e approvato l'Interim Management Statement relativo al primo trimestre 2025¹.

- RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO: Euro 829,0 milioni, in crescita dell'1% a cambi costanti, cFX, (+1% a cambi correnti) rispetto a Euro 818,0 milioni nei primi tre mesi del 2024.
- RICAVI MONCLER: Euro 721,8 milioni, +2% cFX (+2% a cambi correnti) rispetto a Euro 705,0 milioni nei primi tre mesi del 2024;
 - Canale distributivo *Direct-to-Consumer* (DTC²) in crescita del 4% cFX anno su anno, nonostante trend di mercato ancora volatili e la base di confronto eccezionalmente elevata del primo trimestre 2024, che aveva registrato una forte crescita a doppia cifra in tutte le regioni.
 - Continua la solida performance del marchio in Asia (+6% cFX anno su anno), sostenuta da trend positivi in Cina e Giappone. La regione EMEA (-1% cFX anno su anno) e le Americhe (-2% cFX anno su anno) si sono mantenute stabili rispetto alla significativa crescita registrata nel primo trimestre dell'anno precedente.
- RICAVI STONE ISLAND: Euro 107,3 milioni, in calo del 5% cFX (-5% a cambi correnti) rispetto a Euro 113,0 milioni nei primi tre mesi del 2024;
 - Continua la solida crescita a doppia cifra del canale DTC (+12% cFX anno su anno), guidata dal contributo positivo di tutte le regioni, con l'Asia che ha sovraperformato.
 - Canale wholesale in calo del 19% cFX anno su anno, impattato da una diversa programmazione delle consegne nel Q1 vs Q2 e del continuo impegno a migliorare la qualità della rete distributiva.

Inoltre, il neoeletto Consiglio di Amministrazione ha nominato:

- Remo Ruffini Presidente di Moncler e Marco De Benedetti Vice-Presidente della Società;
- il *Lead Independent Director*;
- Remo Ruffini, Roberto Eggs e Luciano Santel Amministratori Esecutivi della Società;
- i componenti del Comitato Nomine e Remunerazione, del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e del Comitato Parti Correlate.

¹ Questa nota si applica a tutto il comunicato stampa se non diversamente specificato: 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.

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

“L'inizio dell'anno è stato caratterizzato dal perdurare di complessità macroeconomiche e geopolitiche, che continuiamo ad affrontare con grande disciplina operativa e forte focus sulla nostra strategia *brand-first*. Questo approccio ci ha permesso di registrare nel primo trimestre una solida crescita nel canale DTC per entrambi i marchi, nonostante una base di confronto eccezionalmente elevata.

In uno scenario di crescente volatilità ed imprevedibilità, restiamo ancora più concentrati nell'esecuzione della nostra visione di lungo termine per Moncler e Stone Island.

La recente *brand experience* di Moncler Grenoble a Courchevel ne è stata un'espressione emblematica: un evento che ha portato il marchio a raggiungere nuove vette, sia nel prodotto sia nel coinvolgimento delle nostre *community*.

L'anno è appena iniziato e, sebbene il quadro macroeconomico resti fortemente instabile, il nostro impegno nel coniugare creatività e innovazione con flessibilità operativa e rigore finanziario continuerà a definire il nostro percorso futuro”.

Milano, 16 aprile 2025 – Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A., riunitosi in data odierna, ha esaminato ed approvato l'Interim Management Statement relativo al primo trimestre 2025.

Nei primi tre mesi del 2025 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 829,0 milioni, in crescita dell'1% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 721,8 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 107,3 milioni.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	Q1 2025		Q1 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	721.759	87,1%	704.984	86,2%	+2%	+2%
Stone Island	107.263	12,9%	113.024	13,8%	-5%	-5%
RICAVI	829.021	100,0%	818.009	100,0%	+1%	+1%

MONCLER

Nei primi tre mesi del 2025 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 721,8 milioni, in aumento del 2% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024, grazie alla crescita positiva del canale DTC (+4% cFX anno su anno) nonostante la base di confronto eccezionalmente elevata.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Q1 2025		Q1 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	380.751	52,8%	362.630	51,4%	+5%	+6%
EMEA	244.292	33,8%	245.945	34,9%	-1%	-1%
Americhe	96.716	13,4%	96.409	13,7%	0%	-2%
RICAVI	721.759	100,0%	704.984	100,0%	+2%	+2%

Nei primi tre mesi del 2025, i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 380,8 milioni, in crescita del 6% cFX rispetto al Q1 2024. La Cina continentale ha continuato a registrare una crescita positiva, nonostante una base di confronto molto impegnativa e il continuo spostamento dei consumi cinesi verso l'estero. In Giappone la crescita ha accelerato sequenzialmente, guidata principalmente dai consumi dei turisti, mentre la Corea ha mostrato trend più deboli rispetto al trimestre precedente.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 244,3 milioni, in calo dell'1% cFX rispetto al Q1 2024, impattati dalla performance negativa del canale wholesale. Il canale DTC è rimasto stabile rispetto all'eccezionale primo trimestre dell'anno precedente, con un andamento positivo sia dei consumatori locali sia dei turisti nel trimestre. La performance del DTC ha continuato ad essere penalizzata da trend difficili nel canale online diretto.

I ricavi delle Americhe sono diminuiti del 2% cFX nei primi tre mesi del 2025 rispetto al Q1 2024, attestandosi a Euro 96,7 milioni, principalmente a causa dell'andamento negativo del canale wholesale, mentre la performance del DTC si è mantenuta stabile rispetto all'anno precedente.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	Q1 2025		Q1 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	630.472	87,4%	608.486	86,3%	+4%	+4%
Wholesale	91.286	12,6%	96.499	13,7%	-5%	-5%
RICAVI	721.759	100,0%	704.984	100,0%	+2%	+2%

Nei primi tre mesi del 2025 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 630,5 milioni, in aumento del 4% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024, nonostante trend di mercato ancora volatili e la base di confronto eccezionalmente elevata del primo trimestre 2024, che aveva registrato una forte crescita a doppia cifra in tutte le regioni. Il canale fisico ha continuato a performare meglio del canale online, il cui trend è rimasto debole nel trimestre, in particolare nella regione EMEA, sebbene in miglioramento sequenziale.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 91,3 milioni nei primi tre mesi del 2025, in calo del 5% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024, principalmente a causa delle iniziative in corso volte a migliorare la qualità della distribuzione attraverso la continua ottimizzazione della rete distributiva.

Al 31 marzo 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 284 punti vendita diretti retail (DOS), con una diminuzione netta di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2024, tra cui l'apertura di Shanghai Grand Gateway e le chiusure di Shanghai The Reel, San Francisco Bloomingdale's e dell'aeroporto di Seoul Incheon. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 55 *shop-in-shop* (SiS) wholesale, una riduzione netta di 1 unità rispetto al 31 dicembre 2024.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/03/2025	31/12/2024	31/03/2024
Asia	142	143	135
EMEA	96	96	95
Americhe	46	47	45
RETAIL	284	286	275
WHOLESALE	55	56	56

STONE ISLAND

Nei primi tre mesi del 2025 Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 107,3 milioni, in calo del 5% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024, con la continua solida crescita a doppia cifra del canale DTC che ha parzialmente compensato il calo del canale wholesale nel trimestre più rilevante dell'anno per questo canale.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Q1 2025		Q1 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	31.211	29,1%	27.384	24,2%	+14%	+15%
EMEA	69.444	64,7%	77.675	68,7%	-11%	-11%
Americhe	6.608	6,2%	7.966	7,0%	-17%	-18%
RICAVI	107.263	100,0%	113.024	100,0%	-5%	-5%

Nei primi tre mesi del 2025, l'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 31,2 milioni di ricavi, in crescita del 15% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024, guidata principalmente dalla forte performance del Giappone e della Cina continentale. La Corea ha registrato un miglioramento rispetto al trimestre precedente, pur continuando a sottoperformare rispetto al resto della regione.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 69,4 milioni, in calo dell'11% cFX rispetto al Q1 2024, con la performance positiva del canale DTC più che compensata dal calo dell'wholesale. La Francia e il Regno Unito hanno sovraperformato rispetto al resto della regione EMEA.

Le Americhe hanno registrato ricavi in calo del 18% cFX rispetto al Q1 2024, principalmente a causa della performance negativa a doppia cifra del canale wholesale. Il DTC, al contrario, ha registrato una performance positiva, in miglioramento rispetto al trimestre precedente.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Q1 2025		Q1 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	55.257	51,5%	49.376	43,7%	+12%	+12%
Wholesale	52.005	48,5%	63.649	56,3%	-18%	-19%
RICAVI	107.263	100,0%	113.024	100,0%	-5%	-5%

Nei primi tre mesi del 2025 il canale DTC ha registrato una crescita del 12% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024 attestandosi a Euro 55,3 milioni, grazie ad una crescita positiva in tutte le regioni, con l'Asia che ha 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 52,0 milioni nei primi tre mesi del 2025, in calo del 19% cFX rispetto al Q1 2024. Nel trimestre più rilevante per il canale, la performance è stata impattata da una diversa programmazione delle consegne nel Q1 vs Q2 e dal continuo impegno a migliorare la qualità della rete distributiva.

Al 31 marzo 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Stone Island può contare su 90 punti vendita diretti retail (DOS), invariati rispetto al 31 dicembre 2024. Durante il trimestre un elemento di rilievo è stata la *relocation* del flagship store di Parigi. Inoltre, il marchio Stone Island conta 11 negozi monomarca wholesale, un incremento netto di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2024.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/03/2025	31/12/2024	31/03/2024
Asia	56	56	50
EMEA	27	27	26
Americhe	7	7	7
RETAIL	90	90	83
WHOLESALE	11	9	13

ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre verificato la sussistenza dei requisiti previsti dalla normativa vigente per l'assunzione della carica di Amministratore della Società in capo agli Amministratori nominati in data odierna e ha valutato la sussistenza dei requisiti di indipendenza ai sensi degli Artt. 147-*ter*, comma 4, e 148, comma 3, del TUF e dell'Art. 2 del Codice di Corporate Governance, in capo agli Amministratori che hanno dichiarato di essere in possesso di tali requisiti.

Sono risultati indipendenti gli Amministratori: François-Henri Bennahmias, Cesare Conti, Bettina Fetzer, Alessandra Gritti, Sue Nabi, Geoffroy van Raemdonck, Maria Sharapova e Anna Zanardi.

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato Remo Ruffini quale Presidente della Società e Marco De Benedetti quale Vice-Presidente. Il Consiglio ha inoltre nominato Remo Ruffini, Roberto Eggs e Luciano Santel Amministratori Esecutivi, attribuendo loro le rispettive deleghe. A Luciano Santel sono state conferite ulteriori deleghe in virtù della sua nomina quale Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e gestione dei rischi e quale Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari ai sensi e per gli effetti dell'Art. 154-*bis* del TUF e dell'Art. 19.4 dello Statuto Sociale, nonché quale Dirigente incaricato dell'attestazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità ai sensi dell'Art. 154-*bis* del TUF e dell'Art. 19.5 dello Statuto Sociale.

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato Alessandra Gritti *Lead Independent Director* della Società in adesione alle raccomandazioni 13 e 14 del Codice di Corporate Governance.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre nominato i componenti del Comitato Nomine e Remunerazione, del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e del Comitato Parti Correlate.

I componenti di tutti i Comitati rimarranno in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2027.

In particolare, sono stati nominati:

- per il Comitato Nomine e Remunerazione, gli Amministratori non Esecutivi in maggioranza indipendenti Alessandra Gritti, Diva Moriani e Anna Zanardi (fra i quali Alessandra Gritti in qualità di Presidente);
- per il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, gli Amministratori non Esecutivi in maggioranza indipendenti Cesare Conti, Gabriele Galateri di Genola e Alessandra Gritti (fra i quali Alessandra Gritti in qualità di Presidente); e
- per il Comitato Parti Correlate, gli Amministratori non Esecutivi indipendenti Cesare Conti, Bettina Fetzer e Alessandra Gritti (fra i quali Cesare Conti in qualità di Presidente).

Infine, il Consiglio ha preso atto della cessazione della carica di Dirigente Strategico di Carlo Rivetti il quale, per quanto a conoscenza della Società, alla data odierna non detiene azioni Moncler.

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 42203500
investor.relations@moncler.com

MEDIA

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

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