

Informazione Regolamentata n. 1218-7-2026	Data/Ora Inizio Diffusione 19 Febbraio 2026 17:40:05	Euronext Milan
---	---	----------------

Societa' : MONCLER

Utenza - referente : MONCLERN04 - Bonante Andrea

Tipologia : 1.1; 2.2

Data/Ora Ricezione : 19 Febbraio 2026 17:40:05

Data/Ora Inizio Diffusione : 19 Febbraio 2026 17:40:05

Oggetto : Risultati esercizio 2025

Testo del comunicato

Vedi allegato

MONCLER

GROUP

RICAVI DI GRUPPO 2025 A 3,13 MILIARDI DI EURO.
CANALE DTC IN ACCELERAZIONE NEL Q4: MONCLER +7%, STONE ISLAND +16%.
EBIT NELL'ANNO A 913 MILIONI DI EURO CON UN MARGINE DEL 29,2%.
CASSA NETTA A 1,5 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 2025¹.

- **RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO:** Euro 3.132,1 milioni nel 2025, in crescita del 3% a cambi costanti, cFX, (+1% a cambi correnti) rispetto a Euro 3.108,9 milioni nel 2024.
- **RICAVI MONCLER:** Euro 2.720,9 milioni nel 2025, in crescita del 3% cFX (+1% a cambi correnti) rispetto a Euro 2.707,3 milioni nel 2024;
 - Forte accelerazione sequenziale in entrambi i canali nel quarto trimestre, che ha contribuito a una solida performance del brand (+6% cFX anno su anno), con un miglioramento in tutte le aree geografiche. Il canale *Direct-to-Consumer* (DTC²) è cresciuto del 7% cFX anno su anno nonostante una base di confronto pluriennale particolarmente sfidante, con l'Asia e le Americhe che hanno sovraperformato. Il canale wholesale è tornato in territorio positivo, con una crescita del 2% cFX anno su anno.
- **RICAVI STONE ISLAND:** Euro 411,2 milioni nel 2025, in crescita del 4% cFX (+2% a cambi correnti) rispetto a Euro 401,6 milioni nel 2024;
 - I ricavi del quarto trimestre sono cresciuti del 16% cFX anno su anno, con tutte le regioni in crescita a doppia cifra. Il canale DTC ha ulteriormente accelerato rispetto al trimestre precedente, raggiungendo una crescita del 16% cFX anno su anno. Il canale wholesale è cresciuto del 17% cFX anno su anno, dovuto a una diversa programmazione delle consegne nel Q3 vs Q4 rispetto all'anno precedente.
- **EBIT DI GRUPPO:** Euro 913,4 milioni rispetto a Euro 916,3 milioni nell'anno precedente. Incidenza sui ricavi del 29,2% rispetto a 29,5% nel 2024, dimostrando resilienza nonostante un contesto operativo più sfidante.
- **RISULTATO NETTO DI GRUPPO:** Euro 626,7 milioni rispetto a Euro 639,6 milioni nel 2024, con un'incidenza sui ricavi del 20,0% vs 20,6% nel 2024, principalmente per effetto di maggiori oneri finanziari netti (Euro 26,2 milioni nel 2025 rispetto a Euro 6,5 milioni nel 2024).
- **POSIZIONE FINANZIARIA NETTA DI GRUPPO³:** Euro 1.458,0 milioni di cassa netta (Euro 1.308,8 milioni al 31 dicembre 2024), dopo il pagamento di Euro 353,2 milioni di dividendi. Al 31 dicembre 2025, le *lease liabilities* erano pari a Euro 1.109,1 milioni (Euro 924,1 milioni al 31 dicembre 2024).

Il Consiglio di Amministrazione ha anche approvato: (i) la proposta di distribuzione di un dividendo pari a Euro 1,40 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 2025.

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:

"Il 2025 è stato un anno che mi ha ricordato cosa è importante: una direzione strategica chiara, un'esecuzione precisa e la capacità di tenere la barra dritta, pur mantenendo la necessaria flessibilità in uno scenario sempre volatile.

Questo approccio ci ha permesso di chiudere l'anno con solidi risultati, che hanno visto Moncler e Stone Island in crescita in tutti i canali e nei principali mercati in cui operiamo, nonostante una base di confronto particolarmente sfidante. Questi risultati testimoniano la forza dei nostri brand e del nostro modello di business, ma soprattutto l'impegno delle nostre persone in tutto il mondo.

Mentre il Gruppo cresce, rafforziamo la nostra struttura organizzativa per cogliere le opportunità e affrontare le sfide future al meglio. L'arrivo di Leo Rongone come CEO del Gruppo, dal prossimo aprile, rappresenta un rafforzamento importante in un'organizzazione già solida.

Entriamo nel 2026 con un assetto ben consolidato e una forte determinazione a dare forma al nostro futuro. La nostra ambizione è chiara: continuare a rafforzare i nostri brand, a investire nella nostra organizzazione e a creare valore che duri nel tempo".

Milano, 19 febbraio 2026 – 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 2025.

Nel 2025 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 3.132,1 milioni, in crescita del 3% cFX rispetto al 2024. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 2.720,9 milioni e i ricavi del marchio Stone Island pari a Euro 411,2 milioni.

Nel quarto trimestre il Gruppo ha realizzato ricavi pari a Euro 1.290,8 milioni, in crescita del 7% cFX rispetto allo stesso periodo del 2024. I marchi Moncler e Stone Island hanno registrato rispettivamente Euro 1.167,7 milioni e Euro 123,1 milioni di ricavi nel quarto trimestre.

MONCLER GROUP: RICAVI PER BRAND

GRUPPO MONCLER	FY 2025		FY 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Moncler	2.720.934	86,9%	2.707.315	87,1%	+1%	+3%
Stone Island	411.194	13,1%	401.609	12,9%	+2%	+4%
RICAVI	3.132.128	100,0%	3.108.924	100,0%	+1%	+3%

MONCLER

Nel 2025 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 2.720,9 milioni, in aumento del 3% cFX rispetto al 2024.

Nel quarto trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 1.167,7 milioni, in crescita del 6% cFX anno su anno, grazie a un andamento positivo di entrambi i canali.

MONCLER: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	FY 2025		FY 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	1.416.039	52,0%	1.378.955	50,9%	+3%	+7%
EMEA	913.751	33,6%	949.328	35,1%	-4%	-3%
Americhe	391.144	14,4%	379.032	14,0%	+3%	+5%
RICAVI	2.720.934	100,0%	2.707.315	100,0%	+1%	+3%

Nel 2025 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 1.416,0 milioni, in crescita del 7% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre i ricavi della regione sono stati in crescita dell'11% cFX anno su anno, registrando un'accelerazione diffusa rispetto al trimestre precedente, nonostante una base di confronto particolarmente sfidante. Tutti i paesi sono stati in crescita nel trimestre, grazie al contributo positivo sia dei consumatori locali che dei turisti, con la Cina e la Corea che hanno sovraperformato.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 913,8 milioni, -3% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre, i ricavi nella regione sono stati in calo del 3% cFX anno su anno, con il traffico nel canale DTC ancora impattato da flussi turistici contenuti nella regione.

I ricavi delle Americhe sono aumentati del 5% cFX rispetto al 2024, attestandosi a Euro 391,1 milioni. Nel quarto trimestre i ricavi della regione sono aumentati del 9% cFX anno su anno, sostenuti dalla continua solida crescita dei consumatori locali, nonostante una base di confronto più sfidante, e dalla performance positiva registrata nel canale wholesale.

MONCLER: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	FY 2025		FY 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	2.359.610	86,7%	2.331.896	86,1%	+1%	+4%
Wholesale	361.324	13,3%	375.420	13,9%	-4%	-4%
RICAVI	2.720.934	100,0%	2.707.315	100,0%	+1%	+3%

Nel 2025 il canale DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 2.359,6 milioni, in aumento del 4% cFX rispetto al 2024. I ricavi nel quarto trimestre del 2025 sono cresciuti del 7% cFX anno su anno, registrando la migliore performance trimestrale dell'anno. I trend sono migliorati in tutte le regioni nonostante una base di confronto pluriennale difficile, con l'Asia e le Americhe a trainare la crescita, mentre l'EMEA è stata più debole, ancora influenzata da un traffico contenuto.

Nel 2025 i ricavi dei negozi aperti da almeno 12 mesi (*Comparable Store Sales Growth*⁴) hanno registrato un -1% rispetto al 2024.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 361,3 milioni, in calo del 4% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre il canale wholesale è tornato positivo, registrando un aumento del 2% cFX anno su anno. Il canale, tuttavia, ha continuato a risentire delle iniziative in corso volte a migliorare la qualità della distribuzione attraverso la continua ottimizzazione della rete distributiva.

Al 31 dicembre 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Moncler può contare su 295 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 1 unità rispetto al 30 settembre 2025 e di 9 unità rispetto al 31 dicembre 2024. Tra i progetti più rilevanti del trimestre si segnalano l'apertura del negozio a Gwanggyo in Corea e l'ampliamento del negozio di Seattle negli Stati Uniti. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 49 negozi monomarca wholesale, una riduzione netta di 7 unità rispetto al 31 dicembre 2024 e numero invariato rispetto al 30 settembre 2025.

MONCLER: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

MONCLER	31/12/2025	30/09/2025	31/12/2024
Asia	146	145	143
EMEA	98	98	96
Americhe	51	51	47
RETAIL	295	294	286
WHOLESALE	49	49	56

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 2025 Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 411,2 milioni, in crescita del 4% cFX rispetto al 2024.

Nel quarto trimestre i ricavi del brand sono stati pari a Euro 123,1 milioni, in crescita del 16% cFX anno su anno, con tutte le regioni in crescita a doppia cifra, sostenuti dalla solida crescita registrata sia nel canale DTC sia nel canale wholesale.

STONE ISLAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	FY 2025		FY 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
Asia	116.262	28,3%	105.201	26,2%	+11%	+16%
EMEA	268.739	65,4%	268.910	67,0%	0%	0%
Americhe	26.193	6,4%	27.498	6,8%	-5%	-2%
RICAVI	411.194	100,0%	401.609	100,0%	+2%	+4%

Nel 2025 l'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 116,3 milioni di ricavi, in crescita del 16% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre la regione è cresciuta del 22% cFX anno su anno, accelerando sequenzialmente in tutte le aree della regione, con la Cina e il Giappone che hanno continuato a sovraperformare.

Nel 2025 la regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 268,7 milioni, stabili a cambi costanti rispetto al 2024. Nel quarto trimestre i ricavi sono stati in crescita del 12% cFX anno su anno, guidati dalla continua solida performance del canale DTC e dal miglioramento registrato nel canale wholesale.

Le Americhe hanno registrato un calo del 2% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre i ricavi sono stati in crescita del 26% cFX anno su anno, con sia il canale DTC che il canale wholesale in crescita a doppia cifra.

STONE ISLAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	FY 2025		FY 2024		% vs 2024	
	Euro 000	%	Euro 000	%	rep FX	cFX
DTC	226.379	55,1%	208.935	52,0%	+8%	+11%
Wholesale	184.815	44,9%	192.674	48,0%	-4%	-4%
RICAVI	411.194	100,0%	401.609	100,0%	+2%	+4%

Nel 2025 il canale DTC ha registrato una crescita dell'11% cFX rispetto al 2024, attestandosi a Euro 226,4 milioni. Nel quarto trimestre i ricavi del canale sono aumentati del 16% cFX anno su anno, in ulteriore accelerazione rispetto al trimestre precedente. Tutte le regioni hanno registrato una performance solida, con le Americhe e l'Asia che hanno sovraperformato. Sia il canale fisico che il canale online sono cresciuti a un tasso di crescita a doppia cifra.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 184,8 milioni, in calo del 4% cFX rispetto al 2024. Nel quarto trimestre i ricavi sono stati in aumento del 17% cFX anno su anno, dovuto a una diversa programmazione delle consegne nel Q3 vs Q4 che aveva negativamente impattato il terzo trimestre dell'anno. Il Gruppo ha proseguito nell'impegno volto a migliorare la qualità della rete distributiva.

Al 31 dicembre 2025 la rete di negozi monomarca del marchio Stone Island può contare su 95 punti vendita diretti retail (DOS), con un aumento netto di 3 unità rispetto al 30 settembre 2025 e di 5 unità rispetto al 31 dicembre 2024. Tra i progetti più rilevanti del trimestre si segnalano l'apertura dei negozi di Costa Mesa in California e Yorkdale in Canada. Inoltre, il marchio Stone Island conta 11 negozi monomarca wholesale, un aumento netto di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2024 e numero invariato rispetto al 30 settembre 2025.

STONE ISLAND: RETE DISTRIBUTIVA MONOMARCA

STONE ISLAND	31/12/2025	30/09/2025	31/12/2024
Asia	54	54	56
EMEA	32	31	27
Americhe	9	7	7
RETAIL	95	92	90
WHOLESALE	11	11	9

RISULTATI DI CONTO ECONOMICO DI GRUPPO

Nel 2025 il profitto lordo consolidato è stato pari a Euro 2.446,2 milioni con un'incidenza sui ricavi del 78,1%, in linea con il 2024.

Nel 2025 le spese di vendita sono state pari a Euro 956,0 milioni rispetto a Euro 937,3 milioni nel 2024, con un'incidenza sui ricavi pari al 30,5%, leggermente superiore rispetto al 2024. Le spese generali e amministrative sono state pari a Euro 357,4 milioni, con un'incidenza sui ricavi dell'11,4% rispetto a Euro 351,7 milioni nel 2024 (11,3% dei ricavi), che includeva un provento straordinario pari a Euro 7,5 milioni relativo a un rimborso assicurativo ricevuto a seguito dell'attacco malware del dicembre 2021.

Le spese di marketing sono state pari a Euro 219,4 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,0%, rispetto a 7,1% nel 2024. Le minori spese di marketing nella seconda parte del 2025 rispetto allo stesso periodo del 2024 (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.

L'EBIT di Gruppo è stato pari a Euro 913,4 milioni con un margine del 29,2%, rispetto a Euro 916,3 milioni nel 2024 con un margine del 29,5%, dimostrando resilienza nonostante un contesto operativo più sfidante.

Nel 2025 gli oneri finanziari netti sono stati pari a Euro 26,2 milioni rispetto a Euro 6,5 milioni nel 2024, inclusi Euro 40,6 milioni di interessi sulle *lease liabilities* (vs Euro 31,4 milioni nel 2024). L'incremento è dovuto a maggiori oneri finanziari su *lease liabilities* e a un ammontare più contenuto di proventi finanziari per via dei tassi di interesse più bassi.

L'aliquota fiscale nel 2025 è stata pari a 29,4%, sostanzialmente in linea con il 2024.

Il risultato netto di Gruppo è stato pari a Euro 626,7 milioni, rispetto a Euro 639,6 milioni nel 2024, con un'incidenza sui ricavi del 20,0% vs 20,6% nel 2024.

RISULTATI PATRIMONIALI E FINANZIARI CONSOLIDATI DI GRUPPO

Al 31 dicembre 2025 la posizione finanziaria netta (escludendo gli effetti del principio contabile IFRS 16) era positiva e pari a Euro 1.458,0 milioni, rispetto a Euro 1.308,8 milioni di cassa netta al 31 dicembre 2024. Come richiesto dal principio contabile IFRS 16, al 31 dicembre 2025 il Gruppo ha contabilizzato *lease liabilities* che sono risultate pari a Euro 1.109,1 milioni rispetto a Euro 924,1 milioni al 31 dicembre 2024.

Il capitale circolante netto consolidato al 31 dicembre 2025 era pari a Euro 303,6 milioni rispetto a Euro 255,5 milioni al 31 dicembre 2024, con un'incidenza sui ricavi pari al 9,7% (8,2% al 31 dicembre 2024), a conferma del continuo e rigoroso controllo sul capitale circolante. L'incremento anno su anno è stato principalmente attribuibile a livelli di magazzino più elevati, in seguito alla decisione strategica di anticipare gli acquisti di materie prime chiave.

Nel 2025 sono stati effettuati investimenti netti per Euro 215,6 milioni (6,9% di incidenza sui ricavi), rispetto a Euro 186,7 milioni nel 2024 (6,0% di incidenza sui ricavi) a causa di maggiori investimenti nella rete di distribuzione e in progetti infrastrutturali, tra cui la nuova sede aziendale. Del totale investimenti netti effettuati, gli investimenti relativi alla rete distributiva sono stati pari a Euro 136,3 milioni. Gli investimenti relativi all'infrastruttura sono stati pari a Euro 79,3 milioni.

Il *net cash flow* nel 2025 è stato positivo e pari a Euro 149,3 milioni, dopo il pagamento di Euro 353,2 milioni di dividendi, rispetto a un *net cash flow* positivo di Euro 275,1 milioni nel 2024.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL SECONDO SEMESTRE 2025

STONE ISLAND JAPAN INC.

In data 14 ottobre 2025 Stone Island Japan Inc. ha acquistato dal socio giapponese la sua partecipazione in Stone Island Japan Inc., pari al 20% del capitale sociale, per un esborso di Euro 2,9 milioni. A seguito di questo acquisto Moncler, tramite la controllata Sportswear Company S.p.A., detiene l'intero capitale sociale di Stone Island Japan Inc..

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

BARTOLOMEO RONGONE SARÀ AMMINISTRATORE DELEGATO DEL GRUPPO, REMO RUFFINI PRESIDENTE ESECUTIVO

Il 20 gennaio 2026, Moncler S.p.A. ha annunciato l'ingresso di Bartolomeo "Leo" Rongone come Amministratore Delegato del Gruppo, dal 1 aprile 2026 per rafforzare la propria struttura organizzativa.

In questo nuovo assetto organizzativo, Remo Ruffini sarà Presidente Esecutivo mantenendo la responsabilità della Direzione Creativa e continuando a ricoprire un ruolo primario nella governance e nella definizione della direzione strategica del Gruppo.

ROBERTO EGGS LASCIA IL SUO INCARICO DI CHIEF BUSINESS & GLOBAL MARKET OFFICER E RIMANE NEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI MONCLER S.P.A. COME MEMBRO NON ESECUTIVO

Il 20 gennaio 2026, Moncler S.p.A. ha annunciato che Roberto Eggs, a partire dal 1 marzo 2026, lascerà l'incarico di Chief Business & Global Market Officer per intraprendere una nuova fase professionale. Eggs proseguirà la sua collaborazione con il Gruppo, in qualità di Amministratore non Esecutivo all'interno del Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A.

Inoltre, si rinvia a quanto indicato nella sezione "Altre Delibere".

AGGIORNAMENTO SULLE TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ

RATING DI SOSTENIBILITÀ

MSCI

Per il terzo anno consecutivo, il Gruppo Moncler è stato valutato 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 ottenuto per il terzo anno consecutivo il massimo rating “A” (su una scala da “D-” ad “A”), confermandosi nella Climate “A list” di CDP, per la sua leadership in tema di trasparenza e gestione delle tematiche legate ai cambiamenti climatici.

S&P GLOBAL

Per il settimo anno consecutivo, il Gruppo Moncler ha ottenuto il punteggio più alto (90/100) del settore “Textiles, Apparel & Luxury Goods” nello S&P Global Corporate Sustainability Assessment 2025 (dato al 19 febbraio 2026).

FTSE4Good INDEX SERIES

Il Gruppo Moncler è stato incluso per la prima volta nella FTSE4Good Index Series, sia nel FTSE4Good Developed Index sia nel FTSE4Good Europe Index, con un punteggio di 4,4 su 5.

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ 2025

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 2025, in conformità a quanto previsto dal Decreto Legislativo 125/2024.

Di seguito sono riportati alcuni risultati:

- Mantenuta la *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;
- -46% le emissioni CO₂e scope 1 e 2 rispetto al 2021⁵;
- Fornitori chiave⁶ coinvolti in un programma di sensibilizzazione volto a promuovere la decarbonizzazione della catena di fornitura, con il 30% di essi supportato nella definizione di un proprio piano di riduzione delle emissioni;
- >55% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni 2025 realizzato con materiali “preferred”⁷ (>43% nel 2024). Obiettivo superato;
- >60% del nylon utilizzato nelle collezioni 2025 costituito da materiale riciclato (>50% nel 2024). Obiettivo superato;
- >55% del cotone utilizzato nelle collezioni 2025 biologico o riciclato (~37% nel 2024). Obiettivo superato;
- 71% di donne nella popolazione aziendale di Gruppo e 53% nel management⁸;

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

⁶ Fornitori tier 1 selezionati, nel 2025, sulla base dell’impatto emissivo, della rilevanza della spesa e dell’importanza strategica per il business.

⁷ Materiali che mirano ad avere un minor impatto rispetto alle soluzioni convenzionali utilizzate dal Gruppo Moncler (per esempio riciclati, biologici, da agricoltura rigenerativa o certificati secondo specifici standard).

⁸ Il dato include manager, senior manager, dirigenti e dirigenti senior.

- Ottenuta la certificazione EDGE relativa all'equità retributiva tra donne e uomini per il marchio Moncler a livello mondo;
- >163.000 persone in difficoltà protette dal freddo (2020-2025). Obiettivo superato.

Concluso il Piano di Sostenibilità 2020–2025, il Gruppo Moncler ha definito i propri impegni per i prossimi tre anni. Il piano, denominato SIDE by SIDE, nasce dalla convinzione che le grandi ambizioni possano essere raggiunte solo attraverso un impegno collettivo che coinvolga l'azienda e le sue persone, le istituzioni, la catena di fornitura e i clienti. Il Gruppo si impegna ad incrementare ulteriormente l'utilizzo di materiali a minore impatto rispetto alle soluzioni convenzionali, ridurre gli impatti ambientali accelerando al contempo la decarbonizzazione all'interno dell'azienda e lungo la catena di fornitura, rafforzare gli standard sociali dei fornitori, sviluppare le competenze dei dipendenti, promuoverne il senso di appartenenza e il benessere, mantenere relazioni forti con i clienti e sostenere le comunità locali.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Entrando nel 2026, il contesto geopolitico e macroeconomico globale continua a essere caratterizzato da un elevato livello di incertezza e volatilità. In questo scenario, il Gruppo rimane focalizzato sull'esecuzione della propria strategia con disciplina e agilità, consapevole delle sfide poste dal contesto in cui opera, ma al contempo impegnato a cogliere e plasmare nuove opportunità, mantenendo una chiara direzione e continuando a investire nella propria organizzazione e nei propri marchi distintivi.

In un mondo in continua evoluzione, il Gruppo rimane fedele alla propria identità e ai propri valori, senza mai compromettere il valore a lungo termine dei propri marchi. Guidato da una cultura che coniuga creatività e innovazione, il Gruppo è ben posizionato per affrontare la volatilità del mercato in cui opera e creare valore sostenibile nel lungo termine per tutti i propri stakeholder. Questi principi sono alla base delle principali priorità strategiche del Gruppo illustrate di seguito.

RAFFORZAMENTO DI TUTTE LE DIMENSIONI DEL MARCHIO MONCLER A LIVELLO GLOBALE, IN TUTTE LE STAGIONI DELL'ANNO. Nel corso del 2026 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 nell'ambito del *performance luxury* attraverso iniziative di marketing dedicate ed una collezione 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*, espressione del *contemporary luxury*, 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. *Moncler Genius* continuerà il proprio percorso di costante evoluzione nel panorama del *creative luxury*, mantenendo il proprio ruolo di "brand recruiter" e potente punto di connessione con il mondo della creatività e con le community di creator.

ULTERIORE EVOLUZIONE DELLA LEGACY DEL MARCHIO STONE ISLAND, CON IL PRODOTTO COME PROTAGONISTA ASSOLUTO. Nel 2026, facendo leva sulla traiettoria di crescita avviata 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 propria strategia di lungo periodo. 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. Le nostre azioni si fondano su chiare priorità strategiche: la lotta al cambiamento climatico e la protezione della natura, con un approccio al prodotto sempre più circolare; la promozione di alti standard sociali lungo catena di fornitura; il continuo rafforzamento delle relazioni con i clienti, il sostegno alle comunità locali; lo sviluppo e il benessere delle persone del Gruppo.

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 2025, pari ad Euro 1,40 per azione ordinaria. Tenuto conto delle azioni emesse al netto delle azioni proprie alla data attuale, ciò equivale a una distribuzione di Euro 380,2 milioni, con un *payout ratio* del 61% sull'utile netto consolidato⁹. La data di pagamento del dividendo è il 20 maggio 2026 (data stacco cedola 18 maggio 2026 e record date 19 maggio 2026).

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

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato i risultati 2025 della capogruppo Moncler S.p.A.

I ricavi sono stati pari a Euro 490,4 milioni nel 2025, rispetto a Euro 491,9 milioni relativi al 2024 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 76,1 milioni, pari al 15,5% dei ricavi (17,1% nel 2024). Le spese di marketing sono state pari ad Euro 100,6 milioni (Euro 82,5 milioni nel 2024), pari al 20,5% dei ricavi (16,8% nel 2024).

Nel 2025 i proventi finanziari netti sono stati pari a Euro 214,2 milioni, rispetto a Euro 416,6 milioni di oneri finanziari netti nel 2024, inclusi Euro 219,0 milioni di dividendi ricevuti dalle società controllate (Euro 436,0 nel 2024).

Nel 2025 le imposte sul reddito sono state pari a Euro 89,8 milioni rispetto a Euro 90,0 milioni nel 2024.

L'utile netto è stato pari a Euro 438,2 milioni, in calo del 33% rispetto a Euro 651,9 milioni nel 2024, per effetto principalmente del precitato minore pagamento di dividendi dalle società controllate nel 2025 rispetto al 2024.

Moncler S.p.A. al 31 dicembre 2025 ha un patrimonio netto di Euro 1.899,9 milioni, rispetto a Euro 1.783,5 milioni al 31 dicembre 2024, e una posizione finanziaria netta positiva e pari a Euro 23,1 milioni (rispetto a una posizione finanziaria netta negativa pari a Euro 115,4 milioni al 31 dicembre 2024), comprensiva delle *lease liabilities* derivanti del principio contabile IFRS 16 per Euro 0,8 milioni.

ALTRE DELIBERE

DIMISSIONI DI GABRIELE GALATERI DI GENOLA E COOPTAZIONE DI BARTOLOMEO RONGONE CHE VIENE NOMINATO AMMINISTRATORE DELEGATO

In data odierna, il Consiglio di Amministrazione di Moncler ha inoltre preso atto delle dimissioni rassegnate, con effetto dal 1 aprile 2026, di Gabriele Galateri di Genola dalla carica di Amministratore non esecutivo di Moncler¹⁰. Il Consiglio, conseguentemente, ha cooptato, ai sensi e per gli effetti dell'Art. 2386 del Cod. Civ. e dell'Art. 13.4 dello statuto sociale, con l'approvazione del Collegio Sindacale, Bartolomeo "Leo" Rongone quale nuovo membro del Consiglio di Amministrazione procedendo altresì alla sua nomina alla carica di Amministratore Delegato, attraverso il conferimento

⁹ Soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo e/o acquisto di azioni proprie.

¹⁰ Per quanto a conoscenza della Società, alla data odierna Gabriele Galateri di Genola detiene n. 1.420 azioni Moncler.

di apposite deleghe con efficacia a far data dal 1 aprile 2026¹¹. Il medesimo Consiglio ha altresì proceduto all'attribuzione di idonee deleghe e poteri al Presidente Esecutivo, Remo Ruffini – che come noto, manterrà la responsabilità della Direzione Creativa, affinché, sempre a far data dal 1 aprile 2026, il nuovo assetto organizzativo e di *governance* della Società sia pienamente operativo.

A seguito delle dimissioni di Galateri di Genola, il quale ricopre anche il ruolo di membro del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, il Consiglio ha altresì provveduto alla sua sostituzione, nominando l'Amministratore non Esecutivo Marco De Benedetti quale nuovo membro del predetto Comitato, dal prossimo 1 aprile.

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler, anche a nome del Consiglio di Amministrazione, ha commentato:

“Moncler e il suo Consiglio di Amministrazione desiderano esprimere a Gabriele Galateri di Genola il più sincero ringraziamento per la dedizione e per il contributo di grande valore offerti durante tutto il suo mandato più che decennale. La sua grande esperienza, la visione maturata in tanti anni ai vertici delle più importanti realtà industriali e finanziarie, così come il costante impegno a favore della buona governance, hanno rappresentato un punto di riferimento per il nostro operato. Con gratitudine, rivolgiamo a Gabriele Galateri di Genola i nostri migliori auguri per il futuro”.

CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA ORDINARIA DEL 21 APRILE 2026 E ALTRE DELIBERE

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì conferito i poteri al Presidente Remo Ruffini per convocare nei termini di legge l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti, in unica convocazione, per il 21 aprile 2026.

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di sottoporre agli Azionisti, in aggiunta alle proposte di approvazione del Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2025 e di destinazione del risultato di esercizio, quanto segue:

- (i) il rinnovo del Collegio Sindacale, provvedendo (i) alla nomina dei componenti (Effettivi e Supplenti), (ii) alla nomina del Presidente e, altresì, (iii) alla determinazione del compenso annuo dei suoi componenti Effettivi;
- (ii) la nomina di un Amministratore ex Art. 2386 Cod. Civ. e Art. 13.4 dello Statuto Sociale, riguardante la conferma di Leo Rongone quale membro del Consiglio di amministrazione;
- (iii) l'approvazione della 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);
- (iv) l'approvazione di due nuovi piani di incentivazione su base azionaria ex Art. 114-bis del TUF (il Piano di Performance Shares 2026 e il Piano di Restricted Shares 2026);
- (v) 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 16 aprile 2025. 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

¹¹ Per quanto a conoscenza della Società, alla data odierna, Bartolomeo Rongone non detiene azioni Moncler. Bartolomeo Rongone resterà in carica, ai sensi di legge, fino alla prossima Assemblea degli Azionisti della Società. Per il curriculum vitae di Bartolomeo Rongone si rinvia alle informazioni riportate nel comunicato stampa diffuso il 20 gennaio 2026 e pubblicato sul sito www.monclergroup.com, Sezione “Investors/Comunicati Stampa Price Sensitive”.

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 dell'assegnazione gratuita di azioni agli Azionisti.

L'autorizzazione verrà richiesta all'Assemblea per l'acquisto, anche in più tranches, 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; entro tale limite massimo complessivo del 10%, 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.

Il Consiglio proporrà all'Assemblea una durata dell'autorizzazione agli acquisti pari a 18 mesi, mentre l'autorizzazione alla disposizione verrà richiesta senza limiti temporali.

Si precisa altresì che, alla data odierna, Moncler detiene in portafoglio complessive n. 3.207.654 azioni proprie, pari all'1,2% del capitale sociale.

L'avviso di convocazione dell'Assemblea Ordinaria del 21 aprile 2026 e tutti i documenti inerenti a tale Assemblea (incluse le relazioni illustrative del Consiglio di Amministrazione sui punti all'ordine del giorno e quindi sulle proposte di cui sopra) 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 n. 47, 20144 Milano, e sul meccanismo di stoccaggio (www.emarketstorage.it).

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato:

- (i) la Relazione sulla politica di remunerazione e sui compensi corrisposti ai sensi dell'Art. 123-ter del TUF;
- (ii) la Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari ai sensi dell'Art. 123-bis del TUF;
- (iii) il pagamento degli incentivi annuali di breve periodo (MBO) relativi all'esercizio 2025 in favore degli Amministratori Esecutivi e dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche, le cui ulteriori informazioni di dettaglio saranno riportate nella Relazione sulla Remunerazione;
- (iv) a seguito della verifica del raggiungimento degli obiettivi di performance relativi al secondo 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 alcuni Dirigenti con Responsabilità Strategiche, coerentemente con le assegnazioni deliberate nel corso dell'Esercizio 2023.

Il Consiglio, infine, ha preso atto della remissione, da parte dell'Amministratore esecutivo Roberto Eggs, delle sue deleghe, con efficacia a partire dal 1° marzo 2026 in quanto, come già comunicato in data 20 gennaio 2026, a partire da tale data lascerà l'incarico di Chief Business & Global Market Officer, mantenendo invece il ruolo di membro del Consiglio di Amministrazione ma in qualità di Amministratore non Esecutivo¹².

Conformemente a quanto già previsto dal suo Directorship Agreement, a fronte della cessazione dell'incarico di cui sopra è previsto, tra l'altro, che a Roberto Eggs venga corrisposto l'importo (i) di Euro 1.598.000 a titolo di indennità (parachute) nonché (ii) di Euro 500.000 quale corrispettivo per il patto di non concorrenza. Inoltre, è previsto il pagamento delle componenti fisse e variabili (MBO) maturate nel 2025 e quelle maturate – sino alla data di cessazione – pro-rata temporis. Infine, essendo beneficiario del Piano di Performance Shares 2024, il Consiglio di Amministrazione – con il parere favorevole del Comitato Nomine e Remunerazione – ha approvato in favore di Roberto Eggs il mantenimento dei diritti pro-rata temporis del Piano in questione, con un numero di azioni pari a 43.646 azioni, che matureranno subordinatamente al raggiungimento dei relativi obiettivi.

¹² Per quanto a conoscenza della Società, alla data odierna Roberto Eggs detiene n. 182.439 azioni Moncler.

TABELLE RIASSUNTIVE

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2025	% sui ricavi	Esercizio 2024	% sui ricavi
RICAVI	3.132.128	100,0%	3.108.924	100,0%
performance anno su anno	+1%		+4%	
PROFITTO LORDO	2.446.197	78,1%	2.426.557	78,1%
Spese di vendita	(956.000)	(30,5%)	(937.349)	(30,2%)
Spese generali ed amministrative	(357.432)	(11,4%)	(351.656)	(11,3%)
Spese di marketing	(219.409)	(7,0%)	(221.228)	(7,1%)
EBIT	913.356	29,2%	916.324	29,5%
Proventi / (oneri) finanziari	(26.184)	(0,8%)	(6.515)	(0,2%)
Risultato ante imposte	887.172	28,3%	909.809	29,3%
Imposte sul reddito	(260.504)	(8,3%)	(270.213)	(8,7%)
Aliquota fiscale	29,4%		29,7%	
RISULTATO NETTO DI GRUPPO	626.670	20,0%	639.596	20,6%

SITUAZIONE PATRIMONIALE CONSOLIDATA RICLASSIFICATA

(Euro 000)	31/12/2025	31/12/2024
Marchi	999.354	999.354
Avviamento	603.417	603.417
Attività immobilizzate	589.341	510.136
Attività per il diritto di utilizzo	1.018.330	848.173
Capitale circolante netto	303.638	255.548
Altre attività / (passività) nette	23.136	20.076
CAPITALE INVESTITO	3.537.216	3.236.704
Indebitamento finanziario netto / (cassa netta)	(1.458.046)	(1.308.751)
Debiti finanziari per leasing	1.109.099	924.077
Fondo TFR e altri fondi non correnti	36.374	34.710
Patrimonio netto	3.849.789	3.586.668
TOTALE FONTI	3.537.216	3.236.704

RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
EBIT	913.356	916.324
Ammortamenti e altre variazioni non monetarie	119.733	136.711
Variazioni del capitale circolante netto	(48.090)	(15.348)
Variazione degli altri crediti / (debiti) correnti e non correnti	5.658	(18.647)
Investimenti netti	(215.594)	(186.675)
CASH FLOW DELLA GESTIONE OPERATIVA	775.063	832.365
Proventi / (oneri) finanziari	14.426	24.916
Imposte sul reddito	(260.521)	(269.791)
FREE CASH FLOW	528.968	587.490
Dividendi pagati	(353.231)	(311.014)
Variazioni del patrimonio netto ed altre variazioni	(26.442)	(1.418)
NET CASH FLOW	149.295	275.058
Posizione finanziaria netta all'inizio del periodo	1.308.751	1.033.693
Posizione finanziaria netta alla fine del periodo	1.458.046	1.308.751
VARIAZIONE DELLA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	149.295	275.058

MONCLER S.P.A.: CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

(Euro 000)	Esercizio 2025	% sui ricavi	Esercizio 2024	% sui ricavi
RICAVI	490.449	100,0%	491.918	100,0%
Spese generali ed amministrative	(76.081)	(15,5%)	(84.110)	(17,1%)
Spese di marketing	(100.559)	(20,5%)	(82.517)	(16,8%)
EBIT	313.809	64,0%	325.291	66,1%
Proventi / (oneri) finanziari	214.159	43,7%	416.641	84,7%
Risultato ante imposte	527.968	107,6%	741.932	150,8%
Imposte sul reddito	(89.802)	(18,3%)	(90.046)	(18,3%)
RISULTATO NETTO	438.166	89,3%	651.886	132,5%

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

(Euro 000)	31/12/2025	31/12/2024
Immobilizzazioni immateriali	1.003.800	1.002.558
Immobilizzazioni materiali	844	1.141
Partecipazioni	1.022.158	1.000.012
Altre attività / (passività) non correnti nette	(134.315)	(89.575)
Totale attività / (passività) non correnti nette	1.892.487	1.914.136
Capitale circolante netto	8.481	37.917
Altre attività / (passività) correnti nette	(18.192)	(48.679)
Totale attività / (passività) correnti nette	(9.711)	(10.762)
CAPITALE INVESTITO	1.882.776	1.903.374
Indebitamento finanziario netto / (cassa)	(23.065)	115.358
Fondo TFR e altri fondi non correnti	5.922	4.537
Patrimonio netto	1.899.919	1.783.479
TOTALE FONTI	1.882.776	1.903.374

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

investor.relations@moncler.com

Elena Mariani
Strategic Planning and Investor Relations Director
elena.mariani@moncler.com

Gaia Piccoli
Strategic Planning and Investor Relations Senior Manager
gaia.piccoli@moncler.com

MEDIA

monclerpress@moncler.com

Claudio Monteverde
Corporate Communication Director
claudio.monteverde@moncler.com

About Moncler

Con i suoi marchi Moncler e Stone Island, il Gruppo Moncler è l'espressione di un nuovo concetto di lusso, che va oltre le convenzioni ed è sempre alla ricerca di unicità, creatività e innovazione.

Pur supportando i singoli marchi attraverso competenze e servizi corporate condivisi, il Gruppo Moncler intende preservare le singole identità di brand mantenendole fortemente indipendenti e fondate su tratti distintivi autentici e su un forte legame con le rispettive community, ispirandosi continuamente al mondo dell'arte, della cultura e dello sport. 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.

