

MONCLER

GROUP

RELAZIONE FINANZIARIA ANNUALE 2025

RELAZIONE FINANZIARIA ANNUALE

INDICE

RELAZIONE SULLA GESTIONE	1
SEZIONE PRIMA.....	2
Lettera agli azionisti.....	2
Dati finanziari di Gruppo	3
Organi sociali.....	4
Struttura del Gruppo al 31 dicembre 2025.....	5
Composizione del Gruppo	6
Il Gruppo Moncler	9
La storia	10
Valori.....	13
La strategia del Gruppo.....	15
Modello di business	16
Brand Protection.....	25
Moncler e i mercati azionari	27
SEZIONE SECONDA.....	31
Premessa	31
Andamento della gestione del Gruppo Moncler	32
Andamento della gestione della Capogruppo Moncler S.p.A.	41
Principali rischi.....	43
Corporate governance.....	50
Operazioni con parti correlate	51
Operazioni atipiche e/o inusuali.....	51
Azioni proprie.....	51
Fatti di rilievo avvenuti nel corso dell'esercizio 2025	52
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 2025	53
Aggiornamento rating di sostenibilità	54
Evoluzione prevedibile della gestione	55
Altre informazioni	56
Proposta di approvazione del bilancio e di destinazione del risultato di esercizio 2025	58

SEZIONE TERZA – RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ	59
INFORMAZIONI GENERALI	60
AMBIENTE.....	123
SOCIALE.....	188
GOVERNANCE.....	250
 BILANCIO CONSOLIDATO	 270
PROSPETTI DEL BILANCIO CONSOLIDATO.....	271
NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO CONSOLIDATO	276
1. Informazioni generali sul Gruppo.....	276
2. Principi contabili rilevanti utilizzati nella redazione del bilancio consolidato	282
3. Area di consolidamento.....	299
4. Commento alle principali voci del prospetto di conto economico consolidato	302
5. Commento alle principali voci della situazione patrimoniale e finanziaria consolidata.....	308
6. Informazioni di segmento	326
7. Impegni e garanzie prestate.....	326
8. Passività potenziali	326
9. Informazioni sui rischi finanziari	326
10. Altre informazioni	331
11. Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio	339
 BILANCIO D'ESERCIZIO	 340
PROSPETTI DEL BILANCIO D'ESERCIZIO	341
NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO D'ESERCIZIO	347
1. Informazioni generali.....	347
2. Principi contabili rilevanti	351
3. Commenti al conto economico	364
4. Commenti alla situazione patrimoniale e finanziaria.....	367
5. Impegni e garanzie prestate.....	380
6. Passività potenziali	380
7. Informazioni sui rischi finanziari	380
8. Altre informazioni	382
9. Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio.....	388
10. Proposta di approvazione del bilancio e di destinazione del risultato di esercizio 2025	389

ATTESTAZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO AI SENSI DELL'ART. 154 BIS DEL D. LGS 58/98

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SUL BILANCIO CONSOLIDATO

ATTESTAZIONE DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AI SENSI DELL'ART. 81-TER, COMMA 1, DEL REGOLAMENTO CONSOB N. 11971 DEL 14 MAGGIO 1999 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULL'ESAME LIMITATO DELLA RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ

ATTESTAZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO AI SENSI DELL'ART. 154 BIS DEL D. LGS 58/98

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SUL BILANCIO D'ESERCIZIO

RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE

1

RELAZIONE SULLA GESTIONE

SEZIONE PRIMA

SEZIONE SECONDA

SEZIONE PRIMA

LETTERA AGLI AZIONISTI

Cari azionisti,

Riflettendo sul 2025, un anno caratterizzato da un'evoluzione dei comportamenti dei consumatori e da uno scenario globale che rimane volatile, diventa sempre più evidente l'importanza di chiarezza, coerenza e impegno collettivo. Nonostante le sfide che ci circondano, il nostro Gruppo ha conseguito risultati solidi, con ricavi pari a 3,13 miliardi di euro, un margine EBIT del 29,2% e cassa netta a 1,5 miliardi di euro. Questi traguardi testimoniano la forza dei nostri brand e, soprattutto, la dedizione e il talento delle persone che contribuiscono ogni giorno a renderli concreti.

Nel corso dell'ultimo anno abbiamo continuato a investire in ciò che definisce la nostra identità.

In Moncler abbiamo lavorato per rafforzare ulteriormente le tre dimensioni del brand – *Grenoble*, *Collection* e *Genius* – consolidandone la rilevanza e la risonanza durante tutto l'anno e nelle diverse aree geografiche. In Stone Island abbiamo continuato a investire nella cultura distintiva del marchio, fondata su ricerca e sperimentazione, ampliandone le community e migliorando l'esperienza *retail* attraverso un approccio sempre più orientato al cliente. Per entrambi i marchi, il canale *Direct-to-Consumer* è rimasto centrale nella nostra strategia, supportato da continui progressi nell'eccellenza *retail* e nella disciplina operativa.

Abbiamo continuato a lavorare per integrare la sostenibilità nel nostro modo di operare. Abbiamo progressivamente ampliato l'utilizzo di materiali riciclati, organici e di altri materiali certificati nelle nostre collezioni, continuando al tempo stesso a collaborare strettamente con la nostra supply chain per generare miglioramenti più incisivi. Sebbene il nostro impegno sia stato riconosciuto da primarie agenzie di rating ESG, siamo consapevoli dell'importanza di continuare a fare meglio in un percorso che prevede nuovi obiettivi per i prossimi anni.

Il 2025 ha confermato, più di ogni altra cosa, che le nostre persone sono al centro del Gruppo. Nei nostri negozi, poli produttivi, uffici e hub regionali, hanno dimostrato un impegno forte nel loro lavoro mettendoci cura e determinazione. La loro capacità di adattarsi, di collaborare tra regioni e funzioni diverse, e di coltivare quella cultura della creatività e spirito di autenticità che ci contraddistinguono, è ciò che permette ai nostri marchi di rimanere forti e rilevanti.

Guardando al 2026, il contesto globale rimane incerto, ma la nostra direzione è chiara.

All'inizio di quest'anno abbiamo annunciato la nomina di Leo Rongone a CEO di Gruppo a partire da aprile 2026, un passo che rafforza la nostra organizzazione per la prossima fase del nostro percorso. La sua esperienza e leadership ci aiuteranno ad affrontare le sfide e le opportunità future nel modo più efficace, mentre io assumerò il ruolo di Presidente Esecutivo, garantendo continuità nella direzione creativa e nella visione strategica di lungo periodo. Sarò pienamente coinvolto, ogni giorno, con la stessa energia e impegno.

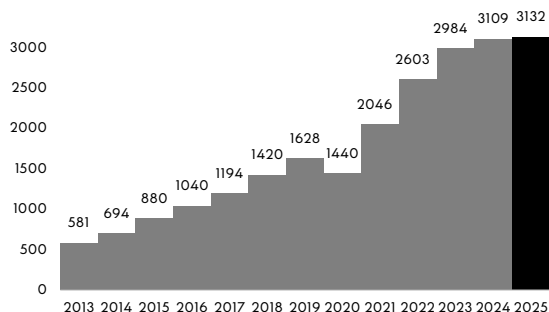
Forti della fiducia dei nostri azionisti, della solidità dei nostri marchi e, soprattutto, dell'impegno delle nostre persone, continueremo a costruire il nostro futuro con chiarezza, ambizione e autenticità.

REMO RUFFINI

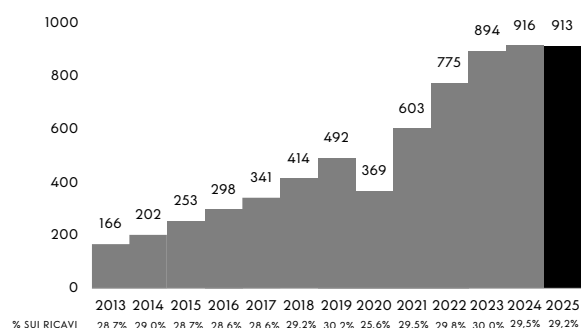
PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO

DATI FINANZIARI DI GRUPPO¹

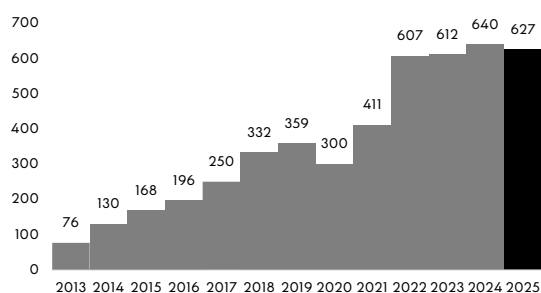
RICAVI (EURO M)



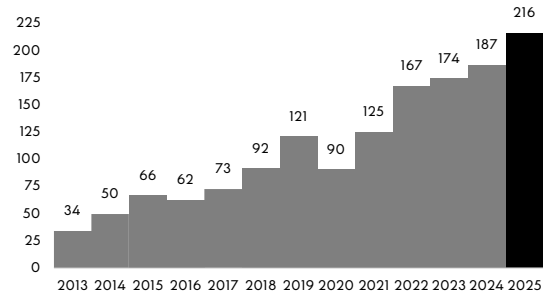
EBIT (EURO M)



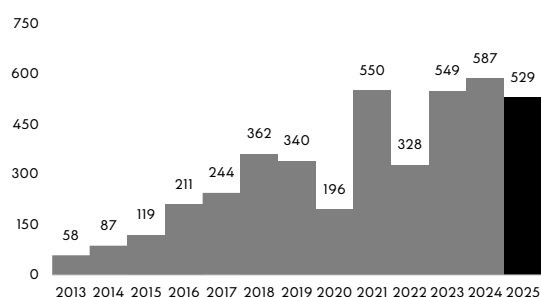
UTILE NETTO (EURO M)



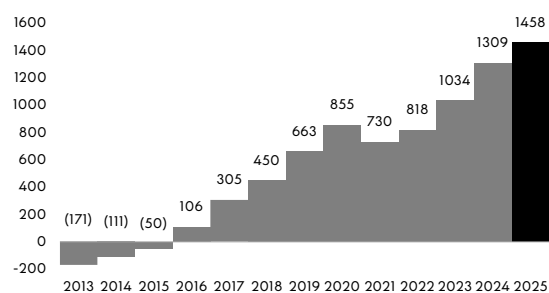
INVESTIMENTI NETTI (EURO M)



FREE CASH FLOW (EURO M)²



POSIZIONE FINANZIARIA NETTA (EURO M)³



¹ La nota si applica a tutto il documento: i dati includono gli impatti dell'implementazione del principio contabile IFRS 16 a partire dal 2019, ove non diversamente specificato. Numeri arrotondati al primo decimale.

² Il free cash flow non include gli effetti dell'implementazione del principio contabile IFRS 16. Il dato relativo al 2022 riflette l'impatto del riallineamento del valore fiscale del marchio Stone Island.

³ La posizione finanziaria netta qui rappresentata corrisponde alla configurazione utilizzata dal Gruppo, che esclude i debiti finanziari per leasing.

ORGANI SOCIALI

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

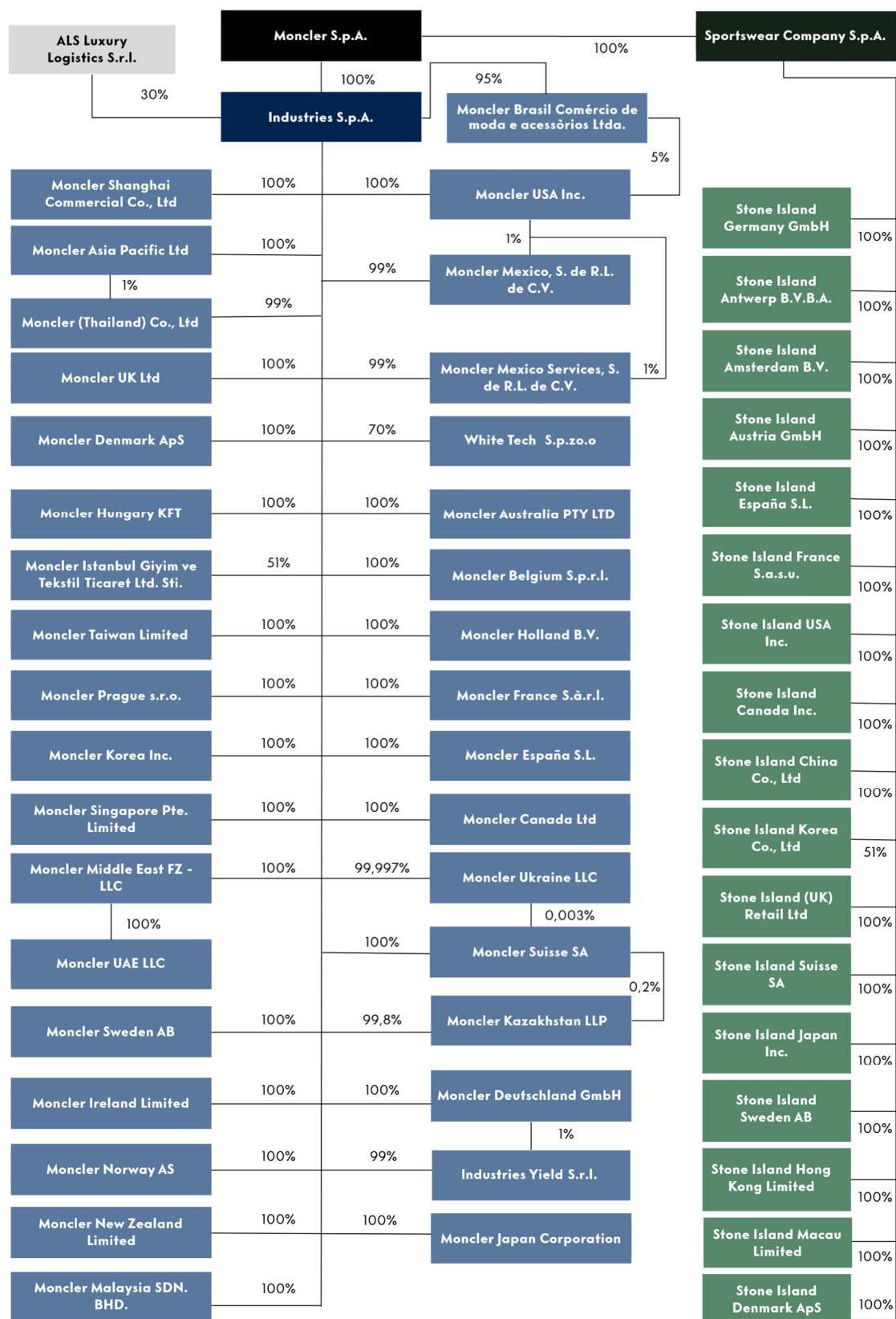
Remo Ruffini	Presidente e Amministratore Delegato
Marco De Benedetti	Vice Presidente
	Amministratore Non Esecutivo
Alexandre Arnault	Amministratore Non Esecutivo
François-Henri Bennahmias	Amministratore Indipendente
Cesare Conti	Amministratore Indipendente
	Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità
	Comitato Parti Correlate
Roberto Eggs	Amministratore Esecutivo
Bettina Fetzer	Amministratore Indipendente
	Comitato Parti Correlate
Gabriele Galateri di Genola	Amministratore Non Esecutivo
	Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità
Alessandra Gritti	Amministratore Indipendente
	Lead Independent Director
	Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità
	Comitato Nomine e Remunerazione
	Comitato Parti Correlate
Diva Moriani	Amministratore Non Esecutivo
	Comitato Nomine e Remunerazione
Sue Nabi	Amministratore Indipendente
Luciano Santel	Amministratore Esecutivo
Maria Sharapova	Amministratore Indipendente
Geoffroy Van Raemdonck	Amministratore Indipendente
Anna Zanardi	Amministratore Indipendente
	Comitato Nomine e Remunerazione

COLLEGIO SINDACALE

Riccardo Losi	Presidente
Carolyn Dittmeier	Sindaco effettivo
Nadia Fontana	Sindaco effettivo
Federica Albizzati	Sindaco supplente
Lorenzo Mauro Banfi	Sindaco supplente

REVISORI ESTERNI

Deloitte & Touche S.p.A.



COMPOSIZIONE DEL GRUPPO

Il Bilancio Consolidato del Gruppo Moncler ("Gruppo") al 31 dicembre 2025 include Moncler S.p.A. ("Moncler" o "Capogruppo"), Industries S.p.A., Sportswear Company S.p.A. (società direttamente controllate da Moncler), e 52 società consolidate nelle quali la Capogruppo detiene indirettamente la maggioranza dei diritti di voto, o sulle quali esercita il controllo, o dalle quali è in grado di ottenere benefici in virtù del suo potere di governarne le politiche finanziarie ed operative. La società affiliata ALS Luxury Logistic S.r.l., di cui si detiene una partecipazione del 30%, non è consolidata ed è contabilizzata con il metodo del patrimonio netto.

Area di consolidamento

Moncler S.p.A.	Società Capogruppo proprietaria dei marchi Moncler e Stone Island
Industries S.p.A.	Società sub holding per il marchio Moncler, direttamente coinvolta nella gestione delle società estere e dei canali distributivi (<i>wholesale</i> e <i>retail</i> in Italia) e licenziataria del marchio Moncler
Industries Yield S.r.l.	Società che svolge attività di confezione di prodotti di abbigliamento
Moncler Asia Pacific Ltd	Società che gestisce DOS ad Hong Kong SAR e a Macao SAR
Moncler Australia PTY Ltd	Società che gestisce DOS in Australia
Moncler Belgium S.p.r.l.	Società che gestisce DOS in Belgio
Moncler Brasil Comércio de moda e acessórios Ltda.	Società che gestisce DOS in Brasile
Moncler Canada Ltd	Società che gestisce DOS in Canada
Moncler Denmark ApS	Società che gestisce DOS in Danimarca
Moncler Deutschland GmbH	Società che gestisce DOS in Germania ed Austria
Moncler España S.L.	Società che gestisce DOS in Spagna
Moncler France S.à.r.l.	Società che gestisce DOS in Francia
Moncler Holland B.V.	Società che gestisce DOS in Olanda
Moncler Hungary KFT	Società che gestisce DOS in Ungheria
Moncler Ireland Limited	Società che gestisce DOS in Irlanda
Moncler Istanbul Giyim ve Tekstil Ticaret Ltd. Sti.	Società che gestisce DOS in Turchia
Moncler Japan Corporation	Società che gestisce DOS, distribuisce e promuove prodotti Moncler in Giappone
Moncler Kazakhstan LLP	Società che gestisce DOS in Kazakistan
Moncler Korea Inc.	Società che gestisce DOS e distribuisce e promuove prodotti Moncler in Corea del Sud

Moncler Malaysia SDN. BHD.	Società che gestirà DOS in Malesia
Moncler Mexico, S. de R.L. de C.V.	Società che gestisce DOS in Messico
Moncler Mexico Services, S. de R.L. de C.V.	Società in liquidazione
Moncler Middle East FZ-LLC	Società holding per l'area Middle East
Moncler New Zealand Limited	Società che gestisce DOS in Nuova Zelanda
Moncler Norway AS	Società che gestisce DOS in Norvegia
Moncler Prague s.r.o.	Società che gestisce DOS in Repubblica Ceca
Moncler Shanghai Commercial Co., Ltd	Società che gestisce DOS in Cina
Moncler Singapore Pte. Limited	Società che gestisce DOS in Singapore
Moncler Suisse SA	Società che gestisce DOS in Svizzera
Moncler Sweden AB	Società che gestisce DOS in Svezia
Moncler Taiwan Limited	Società che gestisce DOS nella Regione di Taiwan
Moncler UAE LLC	Società che gestisce DOS negli Emirati Arabi Uniti
Moncler UK Ltd	Società che gestisce DOS nel Regno Unito
Moncler Ukraine LLC	Società che gestiva DOS in Ucraina, ora inattiva
Moncler USA Inc.	Società che gestisce DOS, distribuisce e promuove prodotti in Nord America
Moncler (Thailand) Co., Ltd.	Società che gestisce DOS in Tailandia
White Tech Sp.zo.o.	Società che svolge attività di controllo qualità sulla piuma
Sportswear Company S.p.A.	Società sub holding per il marchio Stone Island direttamente coinvolta nella gestione delle società estere e dei canali distributivi (<i>wholesale</i> e <i>retail</i> in Italia) e licenziataria del marchio Stone Island
Stone Island Amsterdam B.V.	Società che gestisce DOS in Olanda
Stone Island Antwerp B.V.B.A.	Società che gestisce DOS in Belgio
Stone Island Austria GmbH	Società che gestisce DOS in Austria
Stone Island Canada Inc.	Società che gestisce DOS in Canada
Stone Island China Co., Ltd	Società che gestisce DOS in Cina
Stone Island España S.L.	Società che gestisce DOS in Spagna
Stone Island France S.a.s.u.	Società che gestisce DOS in Francia
Stone Island Germany GmbH	Società che funge da Agente per le zone Germania ed Austria e gestisce DOS in Germania

Stone Island Hong Kong Limited	Società che gestisce DOS a Hong Kong
Stone Island Japan Inc.	Società che gestisce DOS, distribuisce e promuove prodotti Stone Island in Giappone
Stone Island Korea Co., Ltd	Società che gestisce DOS, distribuisce e promuove prodotti Stone Island in Corea del Sud
Stone Island Macau Limited	Società che gestisce DOS a Macau
Stone Island (UK) Retail Ltd	Società che gestisce DOS nel Regno Unito
Stone Island Suisse SA	Società in liquidazione
Stone Island Sweden AB	Società che gestisce DOS in Svezia
Stone Island USA Inc.	Società che gestisce DOS, distribuisce e promuove prodotti in USA
Stone Island Denmark ApS	Società che gestisce DOS in Danimarca

IL GRUPPO 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*.

IL MARCHIO MONCLER

Il marchio Moncler nasce nel 1952 a Monestier-de-Clermont, sulle montagne vicino a Grenoble, in Francia.

A partire dal 2003, con l'ingresso di Remo Ruffini nel capitale del Gruppo, ha inizio un percorso di riposizionamento del marchio attraverso il quale i prodotti Moncler assumono un carattere sempre più unico ed esclusivo per evolversi da una linea di prodotti a destinazione d'uso prettamente sportivo, a linee versatili che clienti di ogni genere, età, identità e cultura possono indossare in qualunque occasione e dove il capospalla, pur essendo il capo identificativo del brand, viene gradualmente e naturalmente affiancato da prodotti complementari. Sotto la sua guida, Moncler persegue infatti una filosofia volta a creare prodotti unici di altissima qualità, versatili e in continua evoluzione, ma al contempo sempre fedeli al DNA del marchio guidata dal motto "nasce in montagna, vive in città".

Creatività, unicità, qualità ed energia, sono da sempre i caratteri distintivi di Moncler che negli anni ha saputo evolversi pur rimanendo fedele alle proprie radici e all'identità del marchio, in una continua ricerca di un dialogo aperto con i propri molteplici consumatori nel mondo.

IL MARCHIO STONE ISLAND

Cultura della ricerca sui materiali, innovazione e funzionalità sono i valori che da sempre definiscono Stone Island, marchio di abbigliamento nato nel 1982 per merito di Massimo Osti, con un centro d'eccellenza a Ravarino – un piccolo paese in Emilia-Romagna – e destinato a diventare simbolo della ricerca estrema su fibre e tessuti, applicata a un design innovativo.

È proprio attraverso lo studio della forma e la "manipolazione" della materia, che Stone Island trova un linguaggio proprio, che ha come pilastri fondanti ricerca estrema e funzionalità massima. Ogni capo Stone Island nasce da una sintesi perfetta tra sperimentazione e funzione d'uso, tra studio dei tessuti e razionalità.

Lo studio delle uniformi e degli abiti da lavoro diventa l'osservatorio di Stone Island nel definire un progetto in cui la funzione del capo va oltre l'estetica. Una costante indagine sulla trasformazione e nobilitazione di fibre e tessuti e sulla capacità unica di intervenire sul capo finito attraverso continue sperimentazioni di tintura ha portato Stone Island a scoprire, negli anni, materiali e tecniche produttive mai utilizzati in precedenza e a mettere a punto più di 60.000 ricette di tinte diverse.

LA STORIA

IL MARCHIO MONCLER

1952, LE ORIGINI	Le origini del nome sono racchiuse nelle sue radici: Moncler è l'abbreviazione di Monestier-de-Clermont, villaggio di montagna vicino a Grenoble in Francia, dove René Ramillon e André Vincent danno vita al brand. All'inizio Moncler produce sacchi a pelo imbottiti, mantelle e tende, pensati per rispondere alle esigenze dei lavoratori d'alta quota, per poi creare i primi piumini per proteggerli dal freddo.
1954, LE SPEDIZIONI	A notare e intuire le potenzialità dei primi piumini Moncler è l'alpinista francese Lionel Terray. Nasce così la linea specialistica "Moncler pour Lionel Terray". Nel 1954, i piumini Moncler sono scelti per equipaggiare la spedizione italiana sul K2, culminata nella conquista della seconda vetta più alta del mondo da parte di Achille Compagnoni e Lino Lacedelli. Nel 1955 equipaggiano la spedizione sul Makalu e nel 1964 le spedizioni in Alaska.
1968, LE OLIMPIADI	In occasione dei Giochi Olimpici Invernali di Grenoble, Moncler è fornitore ufficiale della squadra francese di sci alpino.
1980, CITY ICONS	Negli anni '80, Moncler fa il suo ingresso in città, diventando il capo iconico di una generazione di ragazzi.
2003, L'INGRESSO DI REMO RUFFINI	Il brand è rilevato da Remo Ruffini che intraprende un riposizionamento globale di Moncler, rimanendo fedele alle sue radici ed elevandolo nel segmento del lusso.
2006, HAUTE COUTURE	Nel 2006 con <i>Moncler Gamme Rouge</i> e nel 2009 con <i>Moncler Gamme Bleu</i> , l'universo Moncler si arricchisce di collezioni <i>Haute Couture</i> , entrambe concluse nel 2017. Nel 2010 <i>Moncler Grenoble</i> debutta a New York, reinterpretando in chiave contemporanea l'originale abbigliamento tecnico del brand e dando vita a collezioni sia per lo sci sia per i momenti fuori dalle piste, fondendo stile e performance.
2013, LA QUOTAZIONE	Il 16 dicembre 2013 la società Moncler è quotata sulla Borsa Italiana S.p.A. di Milano. Le azioni sono offerte a Euro 10,2 e il primo giorno aumentano di oltre il 40%, segnalando il maggior successo europeo degli ultimi anni.
2018, MONCLER GENIUS	Nel 2018 Moncler lancia <i>Moncler Genius</i> , un inedito progetto creativo e comunicativo che ridefinisce l'impatto e la rilevanza del marchio nell'era digitale attraverso collaborazioni con selezionati designer esterni capaci di parlare a pubblici diversi, progetti editoriali dedicati e lanci di collezioni mensili.
2020, STONE ISLAND ENTRA NEL GRUPPO MONCLER	A dicembre, Moncler annuncia di aver siglato un accordo per l'acquisizione di Stone Island. Tale accordo è finalizzato il 31

	marzo 2021, momento in cui Stone Island entra a fare parte del Gruppo Moncler.
2022, EVOLUZIONE DEL BRAND NELLE SUE TRE DIMENSIONI E IL 70° ANNIVERSARIO	Moncler dà inizio a un nuovo capitolo, facendo evolvere la declinazione del marchio in tre dimensioni: <i>Moncler Collection</i> , <i>Moncler Grenoble</i> e <i>Moncler Genius</i> . Nello stesso anno, Moncler celebra il suo 70° anniversario con uno straordinario evento nel luogo più iconico di Milano, Piazza Duomo, lanci di prodotti dedicati, e un programma di 70 giorni di eventi ed esperienze a livello globale, con l'obiettivo di continuare a coinvolgere e connettere le sue community.
2023, MONCLER GENIUS EVOLVE IN UNA PIATTAFORMA DI CO-CREAZIONE	Nel 2023, <i>Moncler Genius</i> si evolve in una piattaforma di co-creazione, basata sul coinvolgimento di partner da diversi settori, tra cui arte, design, intrattenimento, musica, sport e cultura, per portare nuova energia al marchio e un nuovo significato al mondo del lusso.

IL MARCHIO STONE ISLAND

1982, LE ORIGINI	Dalla mente creativa di Massimo Osti nasce la prima collezione Stone Island ispirata alle uniformi militari e realizzata con la Tela Stella – tessuto che evoca le cerate marinare corrose dal mare e dal sole, frutto di uno studio di un rigido e corposo telone da camion bifacciale e bicolore lavorato a lungo con pietra pomice – a cui venne applicato un “ <i>Badge</i> ” – etichetta in tessuto ricamata con la Rosa dei Venti.
1983, GFT ACQUISTA IL 50% DI STONE ISLAND	GFT, Gruppo Finanziario Tessile – azienda italiana controllata dalla famiglia Rivetti – acquisisce il 50% del marchio Stone Island. Sono gli anni in cui si fondano e si consolidano estetiche caratterizzate dall'estrema ricerca tessile, dal trattamento dei materiali e dalla tintura in capo.
1993, LA FAMIGLIA RIVETTI ACQUISTA IL PIENO CONTROLLO	Carlo Rivetti, insieme alla sorella Cristina, attraverso Sportswear Company S.p.A., acquistano il pieno controllo del marchio Stone Island. Nel 1996 Paul Harvey assume la guida stilistica del marchio.
2005, LA LINEA JUNIOR	Nasce <i>Stone Island Junior</i> , una collezione creata per offrire capi per bambini e ragazzi tra i 2 e i 14 anni.
2008, L'ESPANSIONE	Carlo Rivetti viene nominato Direttore Creativo. Viene lanciato il sito e-commerce stoneisland.com raggiungibile da circa 45 Paesi. Entra sul mercato Stone Island Shadow Project, una piattaforma di esplorazione per una nuova generazione di abbigliamento maschile urbano che rappresenta la continua indagine di nuovi codici estetico-funzionali.
2017, TEMASEK	Temasek, società d'investimento con sede a Singapore, acquista il 30% di Sportswear Company S.p.A., società detentrici del marchio Stone Island, dalla famiglia Rivetti.

2020, L'INGRESSO IN MONCLER	A dicembre, Stone Island annuncia il proprio ingresso nel Gruppo Moncler.
2022, IL 40° ANNIVERSARIO	Stone Island festeggia il suo 40° anniversario con lanci di prodotti dedicati e una iconica installazione a Miami, seguita da celebrazioni che hanno coinvolto tutte le principali community del brand.
2023, ROBERT TRIEFUS NOMINATO AMMINISTRATORE DELEGATO DI STONE ISLAND	Robert Triefus è stato nominato Amministratore Delegato di Stone Island. Sotto la sua guida, il marchio ha dato inizio ad un nuovo capitolo della propria storia di evoluzione per farne crescere la sua rilevanza a livello internazionale e rafforzare il suo posizionamento unico.
2024, LA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE GLOBALE E L'INTERNALIZZAZIONE DELL'E- COMMERCE	Il 2024 ha segnato l'inizio del prossimo capitolo evolutivo di Stone Island, ufficialmente aperto durante la Milano Fashion Week di gennaio con il lancio della nuova campagna pubblicitaria globale e la presentazione del manifesto del marchio <i>"The Compass Inside"</i> . Inoltre, Stone Island ha completato l'internalizzazione del suo e-commerce (sito .com), implementando un nuovo concetto di front-end per la piattaforma, pensato per migliorare la narrazione del brand e l'esperienza del cliente.

VALORI

IL MARCHIO MONCLER

Moncler è per sua natura un'azienda sempre in evoluzione, proiettata alla reinvenzione e allo sviluppo continuo, i cui valori con il tempo si sono arricchiti di nuovi significati pur rimanendo sempre fedeli all'identità del marchio.

Al centro della cultura di Moncler c'è un'unica ambizione: dare voce e spazio allo straordinario che vive in ciascuno di noi.

Un'unicità fatta di impegno a porsi obiettivi sempre più sfidanti, di volontà di celebrare il talento di ciascuno, di consapevolezza che ogni azione ha degli impatti sulla società e sull'ambiente, di capacità di creare calore in ogni relazione e di volontà di lasciare segni intramontabili.

PUSH FOR HIGHER PEAKS	Cerchiamo sempre di fare meglio, come individui e come azienda. Ispirati dalla continua ricerca dell'eccellenza, non ci stanchiamo mai di imparare e di ridefinire le regole. Non ci accontentiamo mai.
ONE HOUSE, ALL VOICES	Viviamo di molteplicità e dialoghiamo con tutte le generazioni lasciando libertà di espressione. Lasciamo che il talento di ciascuno si esprima e per questo celebriamo ed incoraggiamo le prospettive di tutti. Nella diversità troviamo grande armonia.
EMBRACE CRAZY	Siamo unici e non convenzionali. Diamo spazio al nostro genio interiore e crediamo nel potere della creatività. Con grande rigore trasformiamo in realtà sogni coraggiosi e idee che possono sembrare irraggiungibili. Spesso sono le idee più folli che si rivelano geniali e alimentano la nostra energia.
BE WARM	Siamo nati per proteggere dal freddo e ogni giorno portiamo il calore delle relazioni umane in tutto quello che facciamo perché è l'emozione che ricerchiamo. Celebriamo i grandi e piccoli risultati con empatia e fiducia.
CREATE AND PROTECT TOMORROW	Crediamo in un domani autentico, coraggioso e responsabile. Aspiriamo ad essere portatori di un cambiamento reale e significativo. Guardiamo lontano per disegnare un futuro che risponda con azioni concrete alle sfide sociali e ambientali che il mondo e la società devono affrontare.

IL MARCHIO STONE ISLAND

Stone Island rappresenta insieme LAB & LIFE grazie al suo impegno nella ricerca e nell'innovazione continua e alla community che è cresciuta intorno al marchio grazie alla sua intersezione universale con generazioni, geografie e culture.

LAB LIFE CULTURE

LAB è la ricerca costante, profonda e incessante sulla trasformazione e sulla nobilitazione di fibre e tessuti che porta a scoprire materiali e tecniche produttive mai utilizzati prima dall'industria dell'abbigliamento.

LIFE è il vissuto, l'identità, la community di coloro che sono orgogliosi di indossare Stone Island. È l'estetica forte e riconoscibile che trae origine dallo studio delle uniformi e degli abiti da lavoro, rielaborato in base a nuove esigenze d'uso, per definire un progetto in cui la funzione del capo non è mai solo estetica.

ENDLESS PASSION FOR ENDLESS KNOW-HOW

L'*ethos* prodotto-centrico, infatti, permea non solo le collezioni di Stone Island ma tutti coloro che vivono il marchio ogni giorno, dentro e fuori l'azienda.

LA STRATEGIA DEL GRUPPO

Il Gruppo Moncler adotta una struttura organizzativa che garantisce il rispetto dell'identità e dell'autonomia dei propri marchi, promuovendo sinergie ed economie di scala per supportare e valorizzare le potenzialità di crescita e sviluppo di ciascun brand.

La strategia del Gruppo si fonda su cinque pilastri.

PRESERVARE IL VALORE DELL'ECCELLENZA

Il Gruppo Moncler presidia e valorizza le fasi più strategiche in cui prendono forma creatività, qualità e valore del brand. Dal design alla ricerca e sviluppo, alla prototipia, alla produzione, diretta o tramite terze parti qualificate, fino alla distribuzione e all'esperienza vissuta dal cliente quando entra in contatto con il marchio, il Gruppo mantiene il controllo di ogni fase per assicurarsi che siano rispecchiati i più elevati standard. Nel tempo, Moncler e Stone Island hanno continuato a sviluppare un solido *know-how* interno, in termini di eccellenza tecnica e manifatturiera.

FAR PARTE DI UNA COMMUNITY PER AVERE RILEVANZA CULTURALE

Il Gruppo Moncler fa parte di un ecosistema culturale che crea senso di appartenenza e amplifica la risonanza globale dei marchi. Moncler e Stone Island offrono esperienze di brand uniche, capaci di generare un coinvolgimento autentico. Creando vere e proprie community, ciascun brand costruisce legami profondi che vanno oltre la tradizionale relazione con il cliente.

INNOVAZIONE CHE DÀ FORMA AL FUTURO

Per il Gruppo Moncler, l'innovazione è un mindset che permea ogni ambito del business: dalla creatività alla produzione, fino all'ecosistema digitale e oltre. Combinando ricerca rigorosa e competenza tecnica, tradizione e visione, Moncler e Stone Island si posizionano da sempre all'avanguardia dell'innovazione culturale e creativa, trasformando la sperimentazione in una leva concreta di creazione di valore.

GARANTIRE UN'ESPERIENZA ELEVATA E COERENTE IN UN APPROCCIO MULTICANALE

Il Gruppo Moncler ha sviluppato un modello di distribuzione multicanale che trasforma ogni punto di contatto in un'esperienza di brand autentica, dove l'universo di ciascun marchio prende vita ben oltre la dimensione *retail*. Questo approccio unisce una rete di boutique monomarca, situate nelle principali destinazioni culturali e del lusso, una selezione accurata di partner strategici e una piattaforma digitale integrata che amplifica l'identità dei brand su scala globale. Grazie a questo approccio omnicanale, i mondi online e offline dialogano in modo fluido, offrendo esperienze personalizzate e coerenti che riflettono i valori di Moncler e Stone Island, e aprono a nuove possibilità attraverso la sperimentazione delle più avanzate innovazioni tecnologiche.

CRESCITA SOSTENIBILE

Per il Gruppo Moncler, il valore dei risultati si giudica anche dal modo in cui vengono raggiunti, nella convinzione che il successo di lungo periodo si costruisca attraverso la creazione di valore condiviso. Considerazioni ambientali e sociali sono sempre più integrate nel modello di business e nel modo di operare del Gruppo, orientando decisioni, processi e relazioni all'interno dell'organizzazione.

MODELLO DI BUSINESS

Il Gruppo Moncler adotta un modello di business integrato e flessibile, volto a controllare direttamente le fasi a maggior valore aggiunto e che mette al centro di ogni azione e decisione la ricerca di una qualità sempre più elevata e la soddisfazione del proprio cliente.

IL MARCHIO MONCLER

MONCLER – LE COLLEZIONI

Il successo di Moncler si fonda su una strategia di brand unica, orientata a sviluppare prodotti sempre innovativi seppur fedeli alla propria storia. Sin dal 2003 con l'ingresso di Remo Ruffini in Moncler, il cammino intrapreso è stato coerente e perseguito senza compromessi. Creatività, unicità, qualità e innovazione racchiudono il concetto di lusso per Moncler.

Tre dimensioni distinte ma complementari definiscono l'universo unico di Moncler: *Moncler Collection*, *Moncler Grenoble* e *Moncler Genius*.

Moncler Collection, la collezione iconica del brand, incarna l'essenza di uno stile metropolitano e contemporaneo, oltre le stagioni, le tendenze e le generazioni. Ispirata al DNA outdoor del brand, e pensata per accompagnare chi vive tra montagna e città, *Moncler Collection* unisce eleganza senza tempo, funzionalità e maestria artigianale.

Moncler Grenoble è la dimensione del brand Moncler più legata alle origini montane. Pensata per offrire capi sia per le piste da sci, sia per il tempo libero in montagna e fedele al DNA del brand, sempre all'avanguardia per innovazione e tecnica, include collezioni adatte a ogni stagione e condizione atmosferica: dall'abbigliamento da sci high-performance, ai look *après-ski* dallo stile sofisticato e accogliente, fino a soluzioni più leggere per le attività outdoor.

Moncler Genius è una vera e propria piattaforma di co-creazione che supera ogni confine tra arte, design, entertainment, musica, tecnologia, sport e cultura, oltre la moda e il lusso, dialogando con le menti e le community più influenti al mondo per liberare un'energia creativa senza limiti.

Le tre dimensioni del marchio si esprimono attraverso collezioni *Uomo*, *Donna ed Enfant*, declinando i codici distintivi del marchio per rispondere alle molteplici esigenze del consumatore globale e locale. Completano le collezioni Moncler l'offerta di calzature, borse, zaini, accessori, occhiali e profumi.

Il team di designer del Gruppo è suddiviso per collezione e lavora sotto la stretta supervisione di Remo Ruffini, che ne definisce le linee stilistiche e supervisiona che le stesse siano coerentemente recepite a livello di tutte le collezioni e categorie merceologiche. Il dipartimento stile Moncler è coadiuvato dai team merchandising e sviluppo prodotto, che supportano la costruzione della collezione e permettono di trasformare in prodotto le idee creative dei designer.

MONCLER – PRODUZIONE

I prodotti offerti da Moncler sono ideati, realizzati e distribuiti secondo le linee guida di un modello operativo caratterizzato dal controllo diretto di tutte le fasi a maggiore valore aggiunto.

Moncler gestisce direttamente l'intero processo creativo, l'acquisto delle materie prime, lo sviluppo della prototipia e il controllo qualità. Riguardo alla produzione, le due principali categorie di prodotto ovvero i capispalla e la maglieria sono gestite sia internamente che con l'ausilio di soggetti terzi indipendenti (*façonisti*) che si occupano della fase di taglio e confezionamento, mentre per gli accessori e le scarpe Moncler si avvale di fornitori esterni.

L'acquisto delle materie prime rappresenta una delle principali aree della catena del valore. Tutte le materie prime devono rispettare gli standard qualitativi più elevati nel settore, devono essere innovative ed in grado di offrire caratteristiche avanzate, sia funzionali sia estetiche. Moncler acquista solo la migliore piuma di oca bianca proveniente da Europa, Nord America e Asia. Mentre i tessuti e gli accessori del capospalla (bottoni, cerniere, etc.) sono acquistati principalmente in Italia e Giappone.

Attualmente Moncler impiega oltre 300 fornitori di materia prima: i primi 36 fornitori coprono oltre l'80% del valore di fornitura⁴.

La fase di confezionamento dei capi outerwear avviene sia presso produttori terzi (*façonisti*) sia negli stabilimenti produttivi Moncler a Trebaseleghe e Piombino Dese (Padova) che nello stabilimento in Romania, che attualmente impiega oltre 2.200 persone. L'hub produttivo rumeno, inizialmente costituito nel 2015 e dal 2016 trasferito nella sede attuale, è stato ampliato nel 2022 per incrementarne significativamente la capacità produttiva. A tal fine, continuano inoltre gli investimenti in R&D per automatizzare alcune fasi della produzione del capospalla, riducendone i tempi di lavorazione. L'hub produttivo italiano nasce nel 2021 con linee produttive operative su doppio turno e tecnologie ispirate al paradigma della *Lean Production* dell'Industry 4.0, garantendo un controllo dei processi e un loro miglioramento continuo, con impatti positivi sulla sostenibilità e sulla creazione di valore per il territorio.

Nel 2024 è stato aperto un nuovo impianto di produzione nella regione del Veneto, in Italia, dedicato alla maglieria – che ora rappresenta la seconda categoria di prodotto più significativa in termini di contribuzione ai ricavi. Con questa aggiunta, Moncler punta ad aumentare progressivamente la quota di questo business gestita internamente, rafforzando ulteriormente il controllo sulla qualità e sulla sostenibilità lungo tutta la catena del valore. L'adozione di tecnologie nuove permette di ottimizzare le lavorazioni, garantendo standard qualitativi elevati e una maggiore efficienza nei processi produttivi. Parallelamente, lo stabilimento assume un ruolo centrale anche in termini di R&D, con un focus dedicato alla sperimentazione di nuovi filati e all'applicazione di tecniche di lavorazione all'avanguardia.

I *façonisti* utilizzati da Moncler sono principalmente localizzati in Paesi dell'Europa dell'Est, che oggi garantiscono standard qualitativi tra i più elevati nel mondo per la produzione del capospalla in piuma, sui quali la Società attua una supervisione diretta, anche attraverso lo svolgimento di attività di audit volte a verificare aspetti connessi alla qualità del prodotto, alla *brand protection* e al rispetto delle leggi vigenti, del Codice Etico Moncler e del Codice di Condotta Fornitori del Gruppo. Per la confezione dei capi sono impiegati 125 fornitori, suddivisi tra *façonisti* e fornitori di prodotti finiti commercializzati: i primi 30 fornitori coprono circa l'80% del valore di fornitura.

LA PIUMA

Sin dall'inizio della storia di Moncler la piuma è stata il cuore di ogni suo capospalla fino ad identificarsi progressivamente con il marchio stesso. Grazie alla lunga esperienza maturata e alla continua attività di ricerca e sviluppo, l'azienda può oggi vantare una *expertise* unica, sia con riguardo alla conoscenza della materia prima, sia al processo manifatturiero del capo.

Moncler richiede ai propri fornitori il rispetto dei più alti standard qualitativi che nel corso degli anni hanno rappresentato e continuano a rappresentare un punto chiave di differenziazione del

⁴ Valore dell'ordinato.

prodotto: solo il miglior fiocco di piuma d’oca bianca viene, infatti, impiegato per la realizzazione dei propri capi.

Il contenuto di “fiocco di piumino” e il *fill-power* sono i principali indicatori della qualità della piuma. Tutta la piuma utilizzata nei capi Moncler contiene almeno il 90% di fiocco di piumino ed è dotata di un livello di *fill-power* elevato, uguale o superiore a 710 (pollici cubi per 30 grammi di piumino), traducendosi in capi caldi, soffici, leggeri e capaci di offrire un comfort unico.

Ogni lotto di piuma è sottoposto ad un duplice controllo che verifica la corrispondenza a 11 parametri fissati dalle più severe normative internazionali e dai restrittivi requisiti di qualità richiesti dall’Azienda. Nel 2025 sono stati effettuati in totale più di 950 test.

Per l’Azienda però “qualità” è qualcosa di più: per Moncler è fondamentale anche l’origine della piuma utilizzata e il rispetto del benessere animale. Aspetti che, nel processo di acquisto della materia prima, sono tenuti in considerazione al pari della qualità. Dal 2016, tutta la piuma Moncler è certificata con il protocollo interno DIST (consultabile alla pagina dist.moncler.com).

MONCLER – DISTRIBUZIONE

Moncler è presente in tutti i più importanti mercati sia attraverso il canale DTC (*Direct-to-Consumer*), costituito da punti vendita monomarca a gestione diretta (*Directly Operated Store*, DOS⁵), dal negozio online e dalle *e-concession*, sia attraverso il canale *wholesale*, rappresentato da punti vendita multimarca, da *shop-in-shop* (SiS) all’interno di department store del lusso e di importanti aeroporti, così come anche da siti online specializzati nella vendita di beni di lusso (*e-tailer*).

La strategia di Moncler si pone come obiettivo il controllo della distribuzione, sia essa *retail*, *wholesale* o digitale, dove opera attraverso un’organizzazione diretta.

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 9 unità rispetto al 31 dicembre 2024. Inoltre, il marchio Moncler gestisce 49 negozi monomarca *wholesale*, una riduzione netta di 7 unità rispetto al 31 dicembre 2024.

MONCLER	31/12/2025	31/12/2024	Aperture nette Esercizio 2025
Asia	146	143	3
EMEA	98	96	2
Americhe	51	47	4
RETAIL	295	286	9
WHOLESALE	49	56	-7

Moncler continua anche a sviluppare il canale digitale. Dopo l’internalizzazione del sito .com conclusasi nel 2021 e la successiva implementazione del nuovo *concept* della piattaforma, continua l’evoluzione con aggiornamenti costanti, al fine di migliorare l’esperienza e la *customer journey*.

⁵ Include *free standing store* (negozi su strada), *concession* (negozi nei department store/mall), *travel retail store* (negozi negli aeroporti), *factory outlet*.

Nel 2025, Moncler ha lanciato il nuovo Moncler.com, una nuova destinazione digitale di brand che ridefinisce l'esperienza online, facendola evolvere da semplice punto di distribuzione a piattaforma in cui il prodotto assume un ruolo centrale, sfruttando il potenziale dell'intelligenza artificiale.

MONCLER – MARKETING E COMUNICAZIONE

Moncler è nata in montagna. Nata per proteggere dal freddo. Nata per affrontare gli estremi. Un'azienda dinamica per natura, Moncler è sempre stata guidata da una incessante ricerca dell'innovazione attraverso la creatività.

Con l'obiettivo di ridefinire i confini del lusso e portarlo in luoghi inesplorati, Moncler abbraccia il potere di una creatività senza limiti in ogni sua espressione. Persegue obiettivi sempre più ambiziosi, coinvolgendo nuove voci e dando spazio al suo lato più visionario. Il brand punta costantemente a ridefinire le infinite possibilità della creatività e della performance, affermandosi come molto più di un marchio di lusso: "*the brand of extraordinary*".

Oggi, per esprimere appieno il suo potenziale, Moncler è definita da tre dimensioni del brand: *Moncler Collection*, *Moncler Grenoble* e *Moncler Genius*. Ognuna di esse gioca un ruolo fondamentale nel definire il futuro del marchio attraverso iniziative distintive e una narrazione che ne rafforza l'identità. Se *Moncler Genius* è la dimensione del brand che si fa più interprete delle evoluzioni dei codici culturali e della collaborazione creativa, *Moncler Grenoble* è espressione di una vocazione più tecnica rivolta all'outdoor, mentre *Moncler Collection* ha uno stile che richiama i capi più iconici.

Nel corso del 2025, Moncler ha continuato ad esplorare nuovi modi per entrare in contatto con community diverse e ampliare la sua influenza nel mondo della moda, della cultura e delle performance attraverso esperienze e momenti di brand unici.

Dopo le precedenti campagne a Madrid e Parigi, *Moncler Collection* ha dedicato nuovi capitoli alle città di New York e Londra. La *Collezione Primavera 2025*, con l'attore newyorkese Penn Badgley, interpreta l'eleganza metropolitana attraverso i codici distintivi Moncler. La Campagna della *Collezione Pre-Fall 2025* vede come protagonisti Brooklyn e Nicola Peltz Beckham, con look che incarnano eleganza urbana e raffinato minimalismo, ambientata nei suggestivi quartieri di Londra.

A marzo, la *Collezione Moncler Grenoble Autunno/Inverno 2025* è stata presentata a Courchevel con uno show sulla pista dell'Altiporto di Courchevel, trasformata per l'occasione in una passerella a 2.008 metri di altitudine. Circondato da vette innevate, in uno scenario en plein air di straordinaria purezza e intensità, lo show *Moncler Grenoble* ha rappresentato il momento culminante di un weekend che ha celebrato la vita in montagna e la gioia di stare insieme. L'ambizione di *Moncler Grenoble* di raggiungere vette sempre più alte si è concretizzata, trasmettendo il messaggio che "*Altitude is an attitude*", ma anche passione, impegno e un tratto distintivo del DNA del marchio.

A maggio, Moncler ha debuttato al Met Gala, sfilando per la prima volta sul red carpet più iconico della moda. In un tributo all'artigianalità e allo stile, Edward Enninful — co-creatore di *Moncler Genius* — e Remo Ruffini, Presidente e CEO di Moncler, hanno riunito un esclusivo parterre di amici del brand e personalità di spicco della moda, dello sport e dello spettacolo.

Nel 2025, Moncler ha continuato ad evolvere la sua proposta stagionale con *Moncler Collection Estate* e *Moncler Grenoble Primavera/Estate*, rafforzando la capacità del marchio di accompagnare i propri clienti durante tutte le stagioni dell'anno. La collezione ha reinterpretato

l'abbigliamento estivo con una collezione che utilizza tessuti leggeri e traspiranti, mentre *Moncler Grenoble* ha presentato un innovativo sistema di *layering* pensato per le attività outdoor.

A ottobre, Moncler ha presentato *Warmer Together*, una campagna globale che parla dei valori del brand e di come il calore per Moncler non è mai stato solo una questione di temperatura, ma sempre anche un'emozione. Radicato nella convinzione che il vero calore nasca dalla connessione umana, il progetto riflette valori di affetto, vicinanza e condivisione. Per la prima volta insieme in una campagna, Al Pacino e Robert De Niro hanno dato vita a un racconto basato su autenticità, rispetto reciproco e un'amicizia di lunga data. Il loro legame è diventato la chiave narrativa attraverso cui Moncler esplora cinque temi fondamentali: amicizia, rispetto, relazioni, fiducia e calore. Articolata in una serie di immagini in bianco e nero e cortometraggi, *Warmer Together* rafforza il posizionamento di Moncler come brand capace di coniugare performance e protezione con una dimensione più profonda di connessione umana, celebrando l'idea che il vero calore non risieda solo nelle giacche che indossiamo, ma nel prendersi cura degli altri e nello stare vicini.

Per *Moncler Genius*, l'anno ha segnato un'ulteriore evoluzione oltre i confini della creatività, ampliandone l'espressione attraverso il lancio delle collezioni presentate durante *The City of Genius*, lo straordinario evento immersivo tenutosi a Shanghai alla fine del 2024.

MONCLER – DIGITAL

Il Gruppo continua a essere pioniere di nuovi modi di comprendere, comunicare e coinvolgere la propria community globale, integrando il patrimonio del marchio con l'innovazione tecnologica.

A seguito del successo dell'espansione dell'e-commerce in Cina nel 2023 attraverso Tmall e del lancio nel 2024 del flagship digitale in Australia, Moncler è entrata in una nuova fase della propria trasformazione digitale.

Nel settembre 2025 è stata presentata la nuova versione di Moncler.com, una *brand destination* che ridefinisce il percorso online, trasformando l'e-commerce in un'esperienza immersiva. Sviluppata in collaborazione con R/GA e supportata da Google Generative AI, la piattaforma utilizza lo strumento di generazione video Google Veo 3 per animare le immagini statiche. Tale tecnologia consente al brand di rappresentare non solo l'aspetto di un capo, ma anche il suo movimento e le sue caratteristiche tecniche, creando un ambiente "digital native" in cui storytelling, prodotto e servizio si integrano.

La piattaforma è attualmente attiva in 38 Paesi e 9 lingue e consente un'esplorazione approfondita delle tre dimensioni di Moncler: *Moncler Collection*, *Moncler Genius* e *Moncler Grenoble*. Ogni pagina prodotto è progettata per svilupparsi come una narrazione, guidando i visitatori alla scoperta dell'unicità artigianale di ogni capo. Tale evoluzione ha già generato risultati significativi in termini di *engagement*, con un incremento del tempo medio per sessione pari al 27% e un aumento dell'*engagement* da mobile del 49%.

La funzione *Digital, Engagement & Transformation*, istituita nel 2020, rimane il principale motore di questa strategia, diffondendo una cultura "*digital-first*" all'interno del Gruppo. I principali dipartimenti di questa funzione includono: *D-Intelligence*, *D-Operations* e *Consumer Engagement*.

D-Intelligence analizza dati qualitativi e quantitativi per individuare opportunità di crescita e migliorare l'esperienza cliente in un'ottica omnicanale.

D-Operations gestisce l'esecuzione della strategia digitale, garantendo un'esperienza uniforme tra il sito flagship e la nuova app Moncler, che estende lo storytelling immersivo della piattaforma anche al mobile.

Consumer Engagement si concentra sulla comprensione e sull'acquisizione di nuovi clienti attraverso *loyalty programs* avanzati, quali *Moncler Peaks*, sfruttando al contempo soluzioni di personalizzazione basate sull'intelligenza artificiale per adattare i contenuti agli interessi individuali.

Moncler mantiene una solida presenza globale sui social media, tra cui Instagram, TikTok e LinkedIn, oltre a canali specifici per area geografica come WeChat e Douyin in Cina, LINE in Giappone e KakaoTalk in Corea.

IL MARCHIO STONE ISLAND

STONE ISLAND – LE COLLEZIONI

Stone Island punta da sempre sulla tecnologia dei tessuti e sulla sperimentazione, focalizzandosi su funzionalità, che si traduce in un'impronta di taglio, forma, materialità e colore immediatamente riconoscibile.

Oltre alle collezioni Stone Island uomo, il brand propone le collezioni *Stone Island Junior* per bambini e ragazzi dai 2 ai 14 anni. L'offerta di Stone Island, oltre alla collezione *Main*, si articola in tre sotto-collezioni, ciascuna orientata a soddisfare le esigenze di diversi segmenti di mercato: *Stone Island Ghost*, capi totalmente monocromatici e dall'estetica sofisticata; *Stone Island Marina*, fortemente ispirata al mondo navy e ai capi dell'archivio del brand, e *Stone Island Stellina*, che unisce alte prestazioni e design essenziale. La stagione Autunno_Inverno '025-'026 ha visto l'introduzione dei capi *Stone Island Denim Research*, che, distinti da un inedito badge nero con il logo della rosa dei venti in blu indaco, portano avanti l'heritage di innovazione del brand, spingendo ancora una volta i confini della ricerca.

STONE ISLAND – RICERCA E SVILUPPO

Quattro decenni dedicati alla ricerca e alla sperimentazione tessile, allo studio della funzione d'uso dei capi e all'innovazione, indagando spesso mondi lontani dall'abbigliamento hanno reso Stone Island un marchio che fa della ricerca il suo carattere unico e distintivo, e lo hanno reso punto di riferimento imprescindibile per il mondo dell'abbigliamento e del design.

Sfide importanti affrontate anche con l'impegno del team creativo che con passione ed entusiasmo ha sempre cercato di trasferire la propria visione nel prodotto, spingendo la ricerca su territori molto spesso inesplorati.

STONE ISLAND – PRODUZIONE

Il ciclo completo dello sviluppo prodotto è gestito internamente in Italia presso la sede di Ravarino in Emilia-Romagna.

Stone Island ha sempre avuto la missione di innovare il prodotto attraverso un'implementazione di *know-how* costante ed una spasmodica ricerca a 360° su fibre, filati, tessuti, finissaggi e tinture, coltivando l'ambizione di poter offrire un prodotto unico nel suo genere.

Per poter ottenere questo si è sempre votata ad un'attenta gestione dello sviluppo grazie a un sistema integrato interno nel quale modelleria, prototipia e tintoria si abbinano a consolidate partnership esterne sia in ricerca che in esecuzione.

La catena del valore, tanto nella selezione dei materiali accessori e componenti, quanto nella manifattura e finissaggio/tintoria, è svolta sotto una capillare supervisione dei tecnici dell'Azienda presso partner consolidati e propriamente allineati ai codici etici e normativi dell'Azienda.

Tessuti e filati sono forniti dalle migliori realtà italiane ed estere, in particolare dal Giappone e dalla Corea.

La manifattura è in Italia, nel bacino mediterraneo e nel Far East, presso realtà terze consolidate e formate nel *know-how* per poter soddisfare i canoni di qualità e gli standard di sostenibilità del brand.

STONE ISLAND – DISTRIBUZIONE

Il marchio Stone Island è distribuito globalmente sia attraverso il canale *wholesale* sia attraverso una presenza diretta (DTC). Il marchio attualmente è presente nei più importanti department store mondiali, anche con spazi dedicati (*shop-in-shop*), nelle migliori boutique multimarca e nei principali *e-tailer*, oltre ad avere sviluppato una rete di 95 negozi monomarca direttamente gestiti e il negozio online. Nel 2024, l'e-commerce (sito .com) è stato internalizzato ed è stato implementato un nuovo concetto di *front-end* per la piattaforma, progettato per migliorare l'esperienza dell'utente e allinearsi con la nuova strategia di comunicazione globale di Stone Island.

In linea con la strategia del Gruppo volta allo sviluppo integrato dei propri canali distributivi, Stone Island ha progredito costantemente verso un maggiore controllo della distribuzione sui mercati internazionali, attraverso una gestione diretta progressiva dei mercati precedentemente gestiti dai distributori, completata nel 2025, e attraverso l'espansione del canale DTC.

Al tempo stesso, l'Azienda continua ad attuare una politica di stretto controllo e di selezione dei punti vendita del canale *wholesale*, canale di importanza strategica per Stone Island, con l'obiettivo di elevare ulteriormente il posizionamento del marchio stesso.

Nel 2025, il canale *wholesale* ha generato il 45% del fatturato, mentre il restante 55% è stato generato da negozi gestiti direttamente e dal canale online. 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 5 unità rispetto al 31 dicembre 2024. Inoltre, il marchio Stone Island conta 11 negozi monomarca *wholesale*, un aumento netto di 2 unità rispetto al 31 dicembre 2024.

STONE ISLAND	31/12/2025	31/12/2024	Aperture nette Esercizio 2025
Asia	54	56	-2
EMEA	32	27	5
Americhe	9	7	2
RETAIL	95	90	5
WHOLESALE	11	9	2

STONE ISLAND – MARKETING, COMUNICAZIONE E DIGITAL

"Il prodotto" è il protagonista assoluto anche in ogni attività di marketing, a partire dalla *brand narrative*.

Negli anni il brand ha creato un'iconografia forte e riconoscibile affidata alla multiculturalità espressa dai volti dei modelli e dallo scatto fotografico, diretto, su fondo bianco dove i capi sono perfettamente leggibili.

Il *tone of voice* di Stone Island è diretto e didascalico. Privo di aggettivi, è più vicino al rigore del design industriale che al mondo della moda.

Nel 2024, Stone Island ha presentato il suo manifesto "*The Compass Inside*" e ha lanciato la prima campagna "*Community as a Form of Research*". Sotto la direzione creativa di Ferdinando Verderi, le campagne celebrano personaggi della community che indossano capi iconici della collezione fotografati da David Sims. Tra i protagonisti figurano personalità di rilievo come l'attore Jason Statham, i musicisti Dave e Liam Gallagher e la DJ e produttrice Peggy Gou, prima donna a essere protagonista in una campagna Stone Island. Tra i nomi svelati nel corso del 2025, si contano inoltre l'attore Alessandro Borghi, il campione indiscusso dei pesi massimi Oleksandr Usyk, il campione di basket nella Hall of Fame Carmelo Anthony, l'acclamato designer Clint 419.

"*The Compass Inside*" è una dichiarazione dei valori e del credo intrinseci di Stone Island, marchio fondato nel 1982 con la forte intenzione di porre la ricerca e l'innovazione dei materiali al centro dello studio dei prodotti e delle collezioni. "*The Compass Inside*" si rivolge a tutti i membri della community globale del brand, in continua espansione e definita da quello spirito condiviso che conferisce a Stone Island la sua forza unica.

Negli anni Stone Island si è avvicinata anche al mondo della musica, importante strumento di comunicazione del marchio, con STONE ISLAND PRESENTS, eventi internazionali musicali che dal 2015 riuniscono talenti della musica elettronica, e con STONE ISLAND SOUND, progetto curatoriale nato nel 2020 a supporto della produzione artistica contemporanea indipendente con l'obiettivo di valorizzare le community locali e costruire un'ideale mappa sonora mondiale. Nel 2024, il progetto si è evoluto come piattaforma per esplorare il suono attraverso le community che lo creano, attraverso collaborazioni con artisti e *creator*, con brani disponibili su Apple Music e Spotify. Ad aprile 2025, durante la Milano Design Week, il brand ha presentato *Studio One*, un'attivazione culturale di una settimana che, attraverso live sessions di musicisti, rapper e DJ internazionali, ha introdotto per la prima volta il sistema audio hi-fi customizzato di Stone Island, coinvolgendo oltre 16.000 visitatori. La seconda edizione di *Studio One* si è svolta a New York a settembre 2025, in occasione dell'apertura del nuovo flagship Stone Island.

Nel 2023, Stone Island ha annunciato una partnership globale pluriennale con Frieze, una delle principali piattaforme internazionali di arte e cultura contemporanea. A partire da ottobre 2023, Stone Island è partner ufficiale di Focus, la sezione dedicata alle gallerie emergenti, sostenendone la partecipazione alla fiera e di Frieze 91, il programma di *membership* globale che offre accesso alle community e all'arte al centro della cultura contemporanea. A ottobre 2025, dopo aver sostenuto complessivamente 168 gallerie, Stone Island ha annunciato il rinnovo per ulteriori due anni della partnership globale con Frieze Focus.

Il sito web e i social media offrono un accesso unico all'universo Stone Island. Stoneisland.com è stato interamente ricostruito e internalizzato per offrire un'autentica esperienza Stone Island. Il design modulare consente una narrazione in continua evoluzione, che si tratti di LAB, ricerca e sviluppo dei prodotti Stone Island, o LIFE delle community globali che fanno propria Stone Island. Inoltre, una versione virtuale della mostra itinerante *Selected Works* del marchio offre ai visitatori la possibilità di immergersi nel rinomato archivio di Stone Island.

Stone Island è presente su Instagram e sulle altre principali piattaforme di social media.

A gennaio 2025 Stone Island ha inaugurato il nuovo showroom di Milano in via Tortona 31, come parte del comprensorio di ex fabbricati industriali riconvertiti Opificio 31. Il nuovo spazio, progettato da Benedetto Camerana Studio, si sviluppa su un'area totale di 1.750m² su tre livelli, oltre al giardino esterno.

STONE ISLAND – LE COLLABORAZIONI

Il filo conduttore che attraversa la storia delle collaborazioni di Stone Island è che avvengono nel rispetto reciproco dei marchi. Così è stato per le collaborazioni *ante litteram*, lanciate già nel 2009, che l'Azienda ha avuto con Adidas e New Balance, e rafforzatesi successivamente con altre importanti collaborazioni: Supreme dal 2014 ad oggi, Nike dal 2016 al 2019, Persol nel 2020, e la *capsule collection* con Kim Jones e Dior, nata nel 2024 dalla passione condivisa per l'eccellenza, e infine, le collaborazioni di lungo termine con Porter e New Balance.

BRAND PROTECTION

Il Gruppo Moncler impegna significative energie ed importanti risorse nella salvaguardia del valore, unicità ed autenticità dei propri prodotti e nella difesa dei diritti di Proprietà Intellettuale ed Industriale (PI) relativi ad entrambi i marchi del Gruppo, basi indispensabili per la tutela dei propri clienti.

Il dipartimento interno specializzato in PI e *Brand Protection* svolge innanzitutto attività di tutela amministrativa: dalla protezione dei propri marchi nei Paesi e nelle categorie merceologiche di interesse commerciale attuale e potenziale, inclusi di forme ed elementi caratterizzanti i prodotti, nonché delle invenzioni di prodotto e di processo, alla tutela delle opere di diritto d'autore.

Quanto all'enforcement dei diritti di PI ed alla lotta alla contraffazione, essi si articolano in molteplici attività, quali la formazione ed il coordinamento delle autorità doganali e l'attivazione delle relative istanze in numerosi Paesi, il monitoraggio e le azioni investigative nel mercato sia fisico che online, gli abbattimenti di contenuti illeciti presenti nel web, l'organizzazione di raid e sequestri di concerto con le Autorità locali di numerosi Paesi e, infine, l'instaurazione di azioni civili, penali ed amministrative. Anche nel 2025, il Gruppo ha svolto un numero rilevante di training rivolti agli ufficiali doganali ed alle Autorità di enforcement italiane ed estere. In particolare, nel corso dell'anno, sono stati svolti 41 training per il marchio Moncler e 21 training per il marchio Stone Island.

Nel 2025 la costante attività di lotta alla contraffazione ha portato, a livello mondiale, a più di 3.000 casi di sequestro per il marchio Moncler e più di 1.500 casi per il marchio Stone Island, che hanno consentito la rimozione dal mercato di, rispettivamente, circa 195.300 e 176.900 prodotti finiti e rispettivamente 123.600 e 234.700 elementi brandizzati contraffatti, quali ad esempio loghi ed etichette destinate alla produzione di capi ed accessori in violazione dei diritti PI del Gruppo.

Sempre maggiore attenzione è posta al canale digitale, quotidianamente monitorato al fine di intraprendere attività di enforcement su motori di ricerca, *marketplace*, *website* e social network. Per quanto riguarda Stone Island, durante il 2025 sono state rimosse oltre 62.000 aste online di prodotti contraffatti, chiusi oltre 160 siti in violazione, delistate quasi 17.000 pagine che riportavano a prodotti contraffatti e rimossi oltre 255.000 post, account e annunci sponsorizzati dai principali social network. Quanto a Moncler, il 2025 ha visto un abbattimento di oltre 118.000 aste di vendita di prodotti contraffatti, un oscuramento di oltre 200 siti, il *delisting* dai principali motori di ricerca di oltre 18.000 links a siti di offerta in vendita di prodotto non originale e la rimozione di oltre 364.000 tra post, *ads* ed account che promuovevano prodotti Moncler falsi attraverso i social network.

Nell'ottica di rafforzamento della strategia della lotta alla contraffazione online, continua per entrambi i brand il piano di instaurazione di cause civili per contraffazione negli Stati Uniti contro venditori che promuovono a livello internazionale la vendita di prodotti contraffatti su piattaforme digitali, dando così un forte segnale deterrente ai contraffattori.

In un'ottica di sempre maggior tutela del cliente finale, Moncler ha dal 2021 potenziato il proprio sistema di autenticità-tracciabilità, caratterizzato ora da un codice alfanumerico univoco ed un tag NFC (*Near Field Communication*), permettendo al consumatore finale di ricevere immediatamente un riscontro sulla natura del capo acquistato scansionando l'NFC con un supporto *smartphone* o *tablet* e mantenendo attiva la modalità di verifica sul sito code.moncler.com, gestito direttamente da Moncler. Laddove necessario, inoltre, Moncler redige perizie per i clienti truffati che desiderino recuperare, dalle relative società di servizi di pagamento elettronico, le somme versate nell'incauto acquisto di un capo contraffatto. Analogamente, dalla Primavera-Estate 2014 Stone Island si avvale

della tecnologia e dell'esperienza Certilogo® offrendo ai propri clienti la possibilità di verificare l'autenticità dei prodotti. Dall'Autunno-Inverno 2020-2021 la predetta tecnologia è stata estesa altresì ai capi *Stone Island Junior*, permettendo – per tutti i capi – la generazione di un “report anti-contraffazione” utilizzabile presso istituti di pagamento al fine di ottenere l'accredito di quanto versato per l'acquisto di un capo non autentico.

A conferma dell'impegno del Gruppo nell'applicazione delle procedure di *brand protection*, volte a disciplinare le modalità di verifica dei contenuti stilistici e creativi, nel corso del 2025 sono state rafforzate le tematiche di *Cultural Assessment* e *Risk Mitigation*.

MONCLER E I MERCATI AZIONARI

Il 2025 è stato caratterizzato da un contesto globale complesso e in continua evoluzione, segnato da una persistente incertezza geopolitica e macroeconomica. Sebbene il conflitto tra Russia e Ucraina sia rimasto irrisolto, il suo impatto sui mercati energetici si è rivelato più contenuto rispetto agli anni precedenti. Allo stesso tempo, le tensioni in Medio Oriente sono rimaste elevate, generando episodi di volatilità sui mercati finanziari. Inoltre, l'annuncio di nuove misure commerciali statunitensi in occasione del *Liberation Day* nell'aprile 2025 ha rappresentato un punto di svolta significativo per i mercati globali, riaccendendo i timori legati al protezionismo e ai suoi potenziali effetti sulla crescita globale e sulle catene di approvvigionamento, contribuendo a un marcato deprezzamento del dollaro USA.

Nonostante queste sfide, i mercati finanziari hanno dimostrato resilienza. Il ciclo di allentamento avviato dalle banche centrali alla fine del 2024 è proseguito nel 2025, con l'inflazione nelle principali economie sviluppate che si è gradualmente allineata con i livelli obiettivo. Il calo dei tassi di interesse ha sostenuto l'attività economica e le condizioni finanziarie, contribuendo a compensare l'incertezza legata agli sviluppi geopolitici e alle rinnovate tensioni commerciali.

I principali mercati azionari hanno registrato performance solide (S&P Global Broad Market Index: +20%).

Le borse statunitensi sono state sostenute da una crescita del PIL costante, da condizioni finanziarie più accomodanti e da investimenti continuativi in intelligenza artificiale e infrastrutture digitali, che hanno portato l'S&P 500 a un rialzo del 16%. Anche i mercati europei hanno conseguito risultati solidi (EuroSTOXX50: +18%), con l'Italia che ha sovraperformato grazie alla forte crescita registrata in alcuni settori specifici – in particolare quello bancario – che ha portato il FTSE MIB a conseguire un incremento del 31%.

In Asia, le dinamiche di mercato sono state più differenziate. In Cina, l'attività economica è rimasta debole, penalizzata dalle sfide strutturali del settore immobiliare e da un comportamento prudente dei consumatori. Tuttavia, una combinazione di misure fiscali mirate, una politica monetaria accomodante e un rinnovato sostegno governativo ai consumi e al settore privato ha favorito un graduale miglioramento del *sentiment* nella seconda metà dell'anno. La performance dei mercati azionari ha in parte compensato il calo del settore immobiliare, sostenendo la fiducia dei consumatori (Shanghai Stock Exchange Index: +18%; Hang Seng Index: +28%). Le azioni giapponesi hanno proseguito il loro forte slancio, seppur con una moderazione legata alle dinamiche valutarie (NIKKEI 225: +26%).

In questo contesto più ampio, dopo un 2024 sfidante, il 2025 si è rivelato un ulteriore anno di elevata volatilità per il settore del lusso, con una prima metà dell'anno difficile seguita da un miglioramento dei trend nella seconda parte dell'anno. La domanda cinese è rimasta debole, sebbene nella seconda parte dell'anno siano emersi segnali di stabilizzazione, sostenuti dal rally dei mercati azionari e da una base di confronto più favorevole. I consumatori americani hanno rappresentato un driver chiave della domanda, supportati dalla resilienza della spesa high-end e da una performance molto solida dei mercati azionari. L'Europa ha mostrato segnali di normalizzazione, con trend impattati da flussi turistici più contenuti a causa della volatilità dei tassi di cambio. Nel complesso, è stato un anno di aggiustamento strategico, durante il quale le aziende del lusso si sono concentrate sempre più sulla messa a terra delle proprie strategie, implementando misure di efficienza a livello organizzativo per proteggere i margini, rimettendo in discussione le strategie di pricing e rifocalizzandosi sulla creatività. Ciò si è riflesso in un numero storicamente elevato di nomine di direttori creativi e cambiamenti manageriali nel settore.

Nel complesso, gli investitori hanno ritrovato fiducia nei fondamentali di lungo periodo del settore e il comparto del lusso ha chiuso l'anno con una performance positiva del +9%, sebbene abbia sottoperformato l'MSCI Europe (+32%) e il FTSE MIB (+31%).

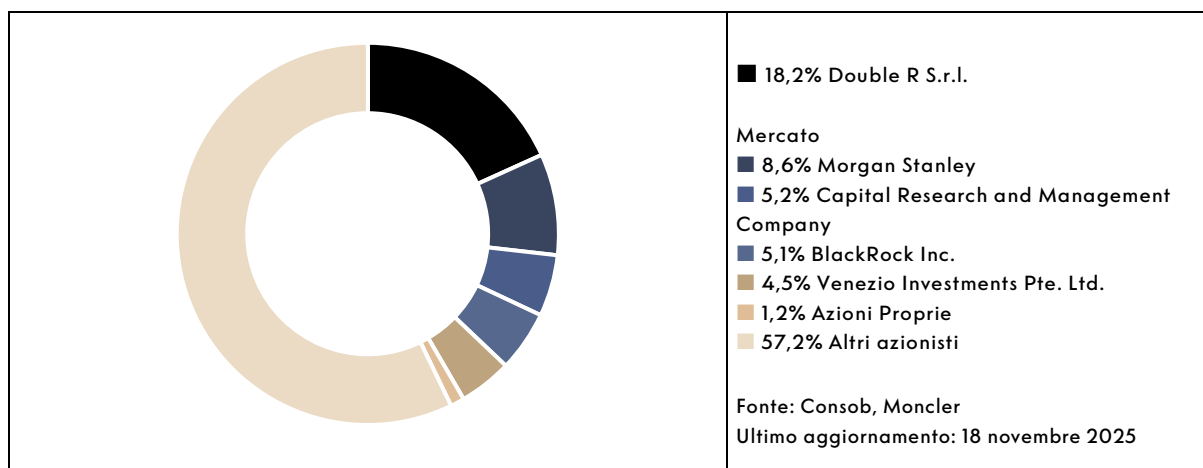
Moncler ha registrato una performance azionaria positiva nel corso dell'anno, sovraperformando diversi *bellwether* di settore e nomi di alta qualità, tra cui LVMH, Brunello Cucinelli, Hermès e Prada, in un contesto in cui gli investitori sono rimasti focalizzati su storie di turnaround, supportate da un contesto macroeconomico in progressivo miglioramento e da cambiamenti manageriali, con Burberry e Kering che si sono affermate come i migliori performer di settore dopo anni di calo del corso azionario.

Performance titolo	1 anno (2025)	2 anni (2025 - 2024)	5 anni (2025 - 2021)
Burberry	29,5%	(10,4%)	(29,1%)
Kering	26,3%	(24,6%)	(49,4%)
Richemont	24,8%	48,6%	114,8%
Zegna	24,1%	(11,4%)	n.a.
Ferragamo	21,6%	(32,6%)	(48,1%)
Moncler	7,7%	(1,4%)	9,5%
Swatch	2,0%	(26,4%)	(30,3%)
LVMH	1,5%	(12,1%)	26,2%
Cucinelli	(6,6%)	11,1%	175,7%
Hermès	(8,6%)	10,6%	141,2%
Prada	(25,2%)	0,8%	(12,1%)
Media Settore Beni di Lusso	8,8%	(4,3%)	29,9%
FTSE MIB	31,5%	48,1%	102,2%

(fonte: FACTSET al 31 dicembre 2025)

La capitalizzazione di mercato di Moncler al 31 dicembre 2025 è pari a Euro 15,1 miliardi, rispetto a Euro 14,0 miliardi al 31 dicembre 2024 e nell'anno ha registrato un *Total Shareholders Return* (TSR) positivo e pari a +10,2%. Il numero di azioni al 31 dicembre 2025 è pari a 274.805.954. Gli azionisti rilevanti di Moncler sono riportati nel grafico sottostante.

AZIONARIATO



Nel corso del 2025, il dialogo con la comunità finanziaria (investitori, analisti) è proseguito con una frequenza sempre costante, considerata la volatilità del settore di riferimento e l'imprevedibilità degli eventi macroeconomici globali. Il team *Investor Relations*, anche coadiuvato dal management del Gruppo, ha partecipato a conferenze di settore, a *roadshow* nelle principali piazze finanziarie mondiali e a incontri e chiamate con *fund manager*, con analisti *buy-side* e *sell-side*. Gli eventi sono stati svolti talora in presenza fisica, talora in formato virtuale.

CALENDARIO FINANZIARIO

Di seguito si riporta il calendario degli eventi societari per l'anno 2026⁶:

Data	Evento
Giovedì, 19 febbraio 2026	Consiglio di Amministrazione per l'approvazione del Progetto di Bilancio d'Esercizio e del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2025
Martedì, 21 aprile 2026	Assemblea dei Soci per l'approvazione del Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2025
Martedì, 21 aprile 2026	Consiglio di Amministrazione per l'approvazione dell' <i>Interim Management Statement</i> al 31 marzo 2026
Mercoledì, 22 luglio 2026	Consiglio di Amministrazione per l'approvazione della Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2026
Mercoledì, 21 ottobre 2026	Consiglio di Amministrazione per l'approvazione dell' <i>Interim Management Statement</i> al 30 settembre 2026

⁶ A seguito delle riunioni del C.d.A. sono previste delle conference call/meeting con la comunità finanziaria.

SEZIONE SECONDA

PREMESSA

Come consentito dall'articolo 40 comma 2 bis del decreto legislativo n.127 del 09/04/91, la Capogruppo ha redatto la Relazione sulla Gestione come unico documento sia per il bilancio separato di Moncler S.p.A. sia per il Bilancio Consolidato del Gruppo.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE DEL GRUPPO MONCLER

RISULTATI ECONOMICI

Di seguito si riporta il prospetto di Conto Economico Consolidato riclassificato relativo all'esercizio 2025, comparato con i dati relativi al 2024.

(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 ⁷	626.670	20,0%	639.596	20,6%

⁷ Risultato netto: EUR 626.668 mila, inclusa la quota di pertinenza delle minoranze (EUR 639.596 mila nel 2024).

RICAVI CONSOLIDATI

Nel 2025 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 3.132,1 milioni, in crescita del 3% a cambi costanti, cFX, (+1% a cambi correnti) 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

MONCLER GROUP	Esercizio 2025		Esercizio 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%

ANALISI DEI RICAVI DI MONCLER BRAND

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 BRAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

MONCLER	Esercizio 2025		Esercizio 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 BRAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

MONCLER	Esercizio 2025		Esercizio 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*⁸) 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.

⁸ 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 relocati.

ANALISI DEI RICAVI DI STONE ISLAND BRAND

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 BRAND: RICAVI PER AREA GEOGRAFICA

STONE ISLAND	Esercizio 2025		Esercizio 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 continuano 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 BRAND: RICAVI PER CANALE DISTRIBUTIVO

STONE ISLAND	Esercizio 2025		Esercizio 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.

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.

SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA

Di seguito si riporta lo schema della situazione patrimoniale e finanziaria riclassificata dell'esercizio 2025 e 2024.

(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

CAPITALE CIRCOLANTE NETTO

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.

(Euro 000)	31/12/2025	31/12/2024
Debiti commerciali	(527.322)	(540.914)
Rimanenze	538.827	470.080
Crediti verso clienti	292.133	326.382
CAPITALE CIRCOLANTE NETTO	303.638	255.548
% sui ricavi	9,7%	8,2%

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

Al 31 dicembre 2025 la posizione finanziaria netta nella configurazione utilizzata dal Gruppo (*i.e.* 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. La posizione finanziaria netta complessiva, inclusiva delle *lease liabilities*, era positiva e pari a Euro 348,9 milioni (Euro 384,7 milioni al 31 dicembre 2024).

(Euro 000)	31/12/2025	31/12/2024
Cassa e banche	1.226.277	1.187.978
Debiti finanziari al netto dei crediti finanziari	231.769	120.773
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA ESCLUSE LEASE LIABILITIES	1.458.046	1.308.751
Debiti finanziari per leasing	(1.109.099)	(924.077)
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA COMPLESSIVA	348.947	384.674

Di seguito si riporta il rendiconto finanziario consolidato riclassificato relativo all'esercizio 2025 e 2024.

(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 ⁹ all'inizio del periodo	1.308.751	1.033.693
Posizione finanziaria netta ⁹ alla fine del periodo	1.458.046	1.308.751
VARIAZIONE DELLA POSIZIONE FINANZIARIA NETTA ⁹	149.295	275.058

⁹ La posizione finanziaria netta qui rappresentata corrisponde alla configurazione utilizzata dal Gruppo, che esclude i debiti finanziari per leasing.

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 (di cui Euro 0,2 milioni riferiti ai dividendi distribuiti nel 2024), rispetto a un *net cash flow* positivo di Euro 275,1 milioni nel 2024.

INVESTIMENTI NETTI

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.

(Euro 000)	31/12/2025	31/12/2024
Distribuzione	136.278	104.070
Infrastruttura	79.316	82.605
INVESTIMENTI NETTI	215.594	186.675
% sui ricavi	6,9%	6,0%

ANDAMENTO DELLA GESTIONE 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 proventi 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 dal principio contabile IFRS 16 per Euro 0,8 milioni.

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

PRINCIPALI RISCHI

La normale gestione del business e lo sviluppo della propria strategia espone il Gruppo Moncler a diverse tipologie di rischio che potrebbero influire negativamente sui risultati economici e sulle condizioni patrimoniali e finanziarie del Gruppo stesso. Tali rischi sono integrati nel processo di Enterprise Risk Management (ERM) aziendale. L'ente deputato alla gestione dell'ERM promuove il coordinamento tra le funzioni interne coinvolte, al fine di garantire coerenza ed efficacia nel presidio e nel monitoraggio dei principali rischi all'interno dell'organizzazione aziendale.

Il modello ERM considera le principali tipologie di rischio che possono pregiudicare il raggiungimento degli obiettivi strategici, intaccare gli asset aziendali e compromettere il valore dei marchi Moncler e Stone Island o la reputazione aziendale. Il Modello è integrato e funzionale nei processi decisionali rilevanti, nonché nello sviluppo di prodotti e servizi.

A partire dall'analisi del contesto in cui il Gruppo opera e da quanto emerso dall'analisi di materialità, vengono individuati i principali rischi. La valutazione del rischio considera quattro dimensioni, tra cui: l'impatto che un rischio potrebbe avere sull'organizzazione laddove si materializzasse; la probabilità che il rischio si verifichi; la velocità con cui un rischio potrebbe propagarsi sull'organizzazione qualora si verificasse; l'interconnessione di un rischio con altri rischi. Le analisi vengono condotte utilizzando metodologie quantitative e qualitative in base alla tipologia di evento. La valutazione consente di stimare la probabilità di accadimento e l'impatto. I rischi sono successivamente classificati su una scala a quattro livelli e conseguentemente prioritizzati sulla base del Risk Appetite.

Il processo di Risk Management del Gruppo si fonda sul Risk Appetite Framework, ossia il sistema di principi e regole (propensione al rischio, tolleranza al rischio, Key Risk Indicators) definito al fine di determinare il livello complessivo di rischio che il Gruppo è disposto ad assumere nel perseguimento dei propri obiettivi. Tale approccio considera tutti i rischi potenzialmente rilevanti ai fini della sostenibilità del business nel medio-lungo periodo.

Per ciascun livello del Framework (avverso, prudente, flessibile, aperto), il Risk Manager definisce: il livello di propensione al rischio (rilevante, moderato, basso) e il corrispondente valore di tolleranza (alto, rilevante, medio, nessuna tolleranza) per i rischi valutati attraverso analisi qualitative; il valore massimo di EBIT a rischio e la relativa tolleranza, calcolati sulla base delle previsioni del piano strategico per i rischi valutati mediante analisi quantitative.

Qualora la valutazione di un rischio superi i livelli di propensione e le soglie di tolleranza stabilite, vengono individuate e implementate azioni correttive e di mitigazione aggiuntive. I più importanti rischi di business sono monitorati dal Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e periodicamente esaminati dal Consiglio di Amministrazione, il quale ne tiene conto nello sviluppo della strategia.

RISCHI CONNESSI AI CONFLITTI ARMATI TRA STATI

I conflitti armati tra Stati hanno conseguenze importanti a livello globale non solo per le gravi crisi umanitarie che ne conseguono, ma anche per gli effetti economici sui mercati globali, riflessi tra l'altro in aumenti dei tempi e dei costi dei trasporti, dei costi dell'energia e delle materie prime.

Si specifica che il Gruppo non ha fornitori di materie prime né siti produttivi localizzati in aree in cui è in corso un conflitto armato. Tuttavia, non si può escludere che un inasprimento dei conflitti possa avere ripercussioni imprevedibili su Paesi limitrofi nei quali il Gruppo produce, con impatto sulla capacità produttiva, per esempio a seguito dell'interruzione temporanea della fornitura di

energia elettrica, e sui tempi e costi di approvvigionamento. La situazione viene costantemente monitorata per poter prontamente reagire ad un eventuale ulteriore esacerbarsi dei conflitti.

RISCHI CONNESSI AI MERCATI IN CUI OPERA IL GRUPPO E ALLE CONDIZIONI GEOPOLITICHE ED ECONOMICHE GENERALI

Il Gruppo opera nel settore dei beni di lusso, caratterizzato da un'importante correlazione tra la domanda dei beni e il livello di ricchezza, il livello di crescita economica e di stabilità politica dei Paesi in cui la domanda è generata. La capacità del Gruppo di sviluppare il proprio business dipende, quindi, anche dalla stabilità politica e dalla situazione economica dei vari Paesi in cui esso opera.

Nonostante Moncler sia presente con le proprie attività in un numero significativo di Paesi in tutto il mondo, riducendo con ciò il rischio di un'elevata concentrazione del business in aree geografiche circoscritte, l'eventuale deterioramento delle condizioni economiche, sociali, o politiche in uno o più mercati in cui esso opera potrebbe provocare conseguenze negative sulle vendite e sui risultati economici e finanziari.

Sebbene al momento le nuove tariffe daziarie entrate in vigore nel corso del 2025 abbiano avuto effetti che il Gruppo è stato in grado di assorbire, il loro rafforzamento o l'introduzione di ulteriori limitazioni alle esportazioni a seguito di sanzioni commerciali o finanziarie, potrebbero avere un'incidenza sulle vendite soprattutto in relazione a specifiche aree geografiche.

Anche un'eventuale introduzione da parte di enti nazionali o sovranazionali di vincoli allo spostamento delle persone – come conseguenza, ad esempio, di crisi internazionali e di pandemie –, atti terroristici, così come le tensioni nell'area Asia-Pacifica, potrebbero avere un'incidenza sulle vendite soprattutto in relazione a specifiche aree geografiche. In particolare, negli ultimi anni è aumentata la rilevanza dei mercati asiatici per il settore dei beni di lusso, arrivando a rappresentare per il marchio Moncler a fine 2025 circa la metà del fatturato; mentre Stone Island, avendo solo di recente avviato un'espansione internazionale in particolare in Asia e America, rimane più esposta al mercato Europeo (65% dei ricavi dei dodici mesi dell'esercizio 2025).

RISCHI LEGATI AD ATTACCHI CIBERNETICI ("CYBER RISKS") E ALLA TUTELA DEI DATI PERSONALI

La rapida evoluzione tecnologica e la crescente complessità organizzativa del Gruppo, unitamente alla crescente sofisticazione e frequenza degli attacchi informatici, non escludono il potenziale rischio per il Gruppo di attacchi *cyber*, mediante l'utilizzo di innovative tecniche di attacco che possono ora anche sfruttare le potenzialità dell'intelligenza artificiale.

Inoltre, la localizzazione dei dati in Paesi che non garantiscono adeguati livelli di tutela o che potrebbero limitare l'accesso ai dati, anche a seguito di tensioni geopolitiche, rappresenta un rischio aggiuntivo per il Gruppo in termini di perdita di riservatezza, interruzione dei servizi e danni reputazionali.

A tale riguardo Moncler investe in modo significativo nel proprio modello di gestione dei rischi cibernetici in ottica di *business continuity* e di protezione dei dati personali, con l'adozione delle migliori tecnologie e metodologie di identificazione delle vulnerabilità e di protezione dei sistemi, garantendo la presenza di competenze qualificate in ambito di *cyber* sicurezza, la formazione del proprio personale e un attento processo di valutazione e revisione periodica dei rischi. Per ulteriori informazioni si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

RISCHI CONNESSI ALL'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME DI ELEVATA QUALITÀ

La realizzazione dei prodotti a marchio Moncler e Stone Island richiede materie prime di elevata qualità, tra le quali, a titolo esemplificativo, piuma, nylon, cotone e lana. Il prezzo e la disponibilità delle materie prime dipendono da un'ampia varietà di fattori, in larga misura non controllabili dal Gruppo e difficilmente prevedibili.

Nonostante il Gruppo sia sempre riuscito a garantirsi un approvvigionamento di materie prime commisurato alle esigenze produttive per quantità e qualità, non si può escludere che l'insorgere di ulteriori tensioni sul fronte dell'offerta possano comportare difficoltà di approvvigionamento e un ulteriore incremento dei costi, con conseguenze negative sui suoi risultati economici. Al fine di minimizzare i rischi legati alla potenziale indisponibilità delle materie prime nei tempi richiesti dalla produzione, Moncler adotta una strategia *multi-sourcing* di diversificazione dei fornitori e programma gli acquisti con un orizzonte temporale di medio termine. Inoltre, i fornitori di materie prime devono contrattualmente rispettare precisi vincoli di qualità, composizione e prestazione e rispetto delle leggi vigenti in materia di protezione dei lavoratori, condizioni di lavoro e conformità alle normative giuslavoristiche locali, rispetto del benessere animale, dell'ambiente e nell'uso di sostanze chimiche pericolose.

Con riferimento ai diritti dei lavoratori, il Gruppo Moncler include tra i criteri di qualifica dei fornitori il superamento di audit sociali svolti da professionisti qualificati. Per ulteriori informazioni si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

Infine, il Gruppo valuta e monitora i rischi legati all'effetto che il cambiamento climatico può avere sulla disponibilità delle principali materie prime, in particolare cotone, lana e piuma. Per ulteriori dettagli relativi a tali analisi, si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

RISCHI CONNESSI ALL'IMMAGINE, ALLA REPUTAZIONE E ALLA RICONOSCIBILITÀ DEI MARCHI

Il settore dei beni di lusso è influenzato dai cambiamenti dei gusti e delle preferenze dei consumatori, nonché degli stili di vita nelle diverse aree geografiche in cui il Gruppo opera. Il successo del Gruppo Moncler è influenzato in maniera rilevante dall'immagine, dalla reputazione e dalla riconoscibilità dei suoi marchi. Qualora in futuro il Gruppo non fosse in grado, attraverso i propri prodotti e le proprie iniziative, di mantenere alta l'immagine, la reputazione e la riconoscibilità dei propri marchi, le vendite e i risultati economici potrebbero risentirne.

Pertanto, il Gruppo si adopera costantemente per mantenere ed accrescere la forza del marchio Moncler e del marchio Stone Island prestando attenzione alla qualità dei prodotti, all'innovazione, alla comunicazione e allo sviluppo del proprio modello distributivo attraverso criteri di selettività, qualità e sostenibilità, anche nella scelta delle controparti con cui operare. Il Gruppo integra valutazioni di sostenibilità, anche connesse al rispetto di valori locali (religiosi, culturali e sociali) nelle proprie strategie di comunicazione e marketing, ritenendo la continua creazione di valore per tutti i propri stakeholder fondamentale e prioritaria per rafforzare la propria reputazione.

RISCHI CONNESSI AI RAPPORTI CON I PRODUTTORI TERZI

Il Gruppo Moncler gestisce direttamente lo sviluppo delle collezioni così come l'acquisto o la scelta delle materie prime, mentre per la fase di confezionamento dei capi si avvale sia di fabbriche di proprietà, sia di soggetti terzi indipendenti che operano sotto la stretta supervisione del Gruppo (*façonisti*).

Nonostante il Gruppo non dipenda in misura significativa da alcun *façonista*, non può escludersi che l'eventuale interruzione o cessazione del rapporto con alcuni tra i *façonisti* più rilevanti possa influenzare in misura negativa l'attività del Gruppo con conseguenze sulle vendite e sui risultati economici.

Il Gruppo Moncler ha in essere un controllo costante sulla filiera di produttori terzi al fine di assicurarsi, oltre ai requisiti di elevata qualità e affidabilità finanziaria, il pieno rispetto, tra le altre, delle leggi sul lavoro, sulla sicurezza dei lavoratori, sull'ambiente e dei diritti umani, nonché dei principi del proprio Codice Etico e di Condotta dei Fornitori mediante audit presso i terzisti e presso i loro subfornitori.

Il Gruppo Moncler, inoltre, partecipa ai tavoli tecnici di lavoro organizzati dalle associazioni di settore, per l'armonizzazione dei controlli sulla filiera produttiva.

Per ulteriori informazioni circa i controlli sulla filiera, si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

RISCHI CONNESSI ALLA RETE DISTRIBUTIVA RETAIL

Il Gruppo Moncler genera con il brand Moncler la maggior parte dei propri ricavi attraverso il canale *retail*, costituito da negozi monomarca gestiti direttamente (DOS) e dal negozio online, mentre il marchio Stone Island ha progressivamente ridotto la propria esposizione verso il canale *wholesale* e ora presenta un'esposizione bilanciata tra i due canali. Il Gruppo ha dimostrato negli anni la capacità di aprire nuovi negozi nelle posizioni più prestigiose delle più importanti città del mondo e all'interno di department store di altissimo profilo, nonostante la competizione fra gli operatori del settore dei beni di lusso per assicurarsi tali posizioni sia molto forte.

Inoltre, per sua natura, il *business retail* è caratterizzato da una maggiore incidenza di costi fissi, principalmente legati ai contratti d'affitto. Nonostante il management abbia dimostrato negli anni la capacità di sviluppare un *business retail* profittevole, non si può escludere che un eventuale rallentamento dei fatturati in aree geografiche specifiche, possa ridurre la capacità del Gruppo di generare profitto.

RISCHI AMBIENTALI

Si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

IMPATTO DELLE TEMATICHE RELATIVE AL CAMBIAMENTO CLIMATICO SUL BILANCIO CONSOLIDATO DEL GRUPPO

Si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

RISCHI CONNESSI ALLA DIPENDENZA DA FIGURE CHIAVE

Si rimanda alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

RISCHI CONNESSI ALLA CONTRAFFAZIONE DEI MARCHI E DEI PRODOTTI E ALLA TUTELA DEI DIRITTI DI PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Il mercato dei beni di lusso è caratterizzato da fenomeni di contraffazione dei marchi e dei prodotti.

Il Gruppo Moncler ha effettuato importanti investimenti per l'adozione di tecnologie innovative che consentono di tracciare il prodotto lungo tutta la catena del valore per prevenire e mitigare gli effetti delle attività di contraffazione dei propri marchi e prodotti e per proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale nei territori in cui opera. Tuttavia, non si può escludere che la presenza sul mercato di significative quantità di prodotti contraffatti possa influenzare negativamente l'immagine dei marchi, con conseguenze negative sulle vendite e sui risultati economici.

RISCHI CONNESSI ALL'EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO

Il Gruppo Moncler opera in un contesto internazionale complesso ed è soggetto, nelle varie giurisdizioni in cui è attivo, a normative e regolamenti, che vengono costantemente monitorati per quanto attiene alla salute e alla sicurezza dei lavoratori, alla tutela dell'ambiente, alle norme sulla fabbricazione dei prodotti e sulla loro composizione, alla tutela dei consumatori, alla tutela dei dati personali, alla tutela dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale, alle norme sulla concorrenza e sulla gestione dei fornitori, a quelle fiscali e doganali, e, in generale, a tutte le disposizioni regolamentari di riferimento.

Il Gruppo opera secondo le disposizioni di legge vigenti ed ha istituito processi che garantiscono la conoscenza delle specificità normative locali nei contesti in cui opera e delle modifiche normative che via via intervengono. Tuttavia, poiché la normativa su alcune materie, ad esempio fiscali, si caratterizza per un elevato grado di complessità, non si può escludere che un'interpretazione diversa da quella applicata dal Gruppo, possa avere un impatto significativo sui risultati economici. A questo proposito, il Gruppo Moncler è impegnato in un programma di definizione di accordi preventivi (*Advance Pricing Agreements*) con le Autorità Fiscali dei principali Paesi in cui il Gruppo opera, in parte finalizzati e in parte in corso.

In aggiunta, l'emanazione di nuove normative o modifiche a quelle vigenti, che dovessero imporre l'adozione di standard più severi, ad esempio in materia di *cybersecurity* o di *product compliance*, potrebbero comportare, a titolo esemplificativo, costi di adeguamento operativi, delle modalità produttive o delle caratteristiche dei prodotti o, ancora, limitare l'operatività del Gruppo con conseguenze negative sui risultati economici.

RISCHI CONNESSI ALL'ANDAMENTO DEI TASSI DI CAMBIO

Il Gruppo Moncler opera sui mercati internazionali anche utilizzando valute diverse dall'Euro, quali prevalentemente Renminbi cinese, Yen giapponese, Dollaro USA, Yuan coreano e Sterlina inglese. È pertanto esposto al rischio derivante dalla fluttuazione dei tassi di cambio, nella misura pari all'ammontare delle transazioni (prevalentemente ricavi) non coperte da transazioni di segno opposto espresse nella medesima valuta. Il Gruppo ha in essere una strategia volta alla graduale copertura dei rischi connessi all'andamento dei tassi di cambio, limitatamente ai rischi c.d. "transattivi", e ha adottato una *policy* stringente in tema di rischio valute che fissa al 75% il limite minimo di copertura per valuta all'inizio di ciascuna campagna vendite, e al 90% il limite minimo di copertura per valuta alla conclusione della campagna vendite.

Tuttavia, anche per effetto del rischio c.d. "traslativo", derivante dalla conversione in Euro dei bilanci delle società estere espressi in valuta locale, variazioni significative dei tassi di cambio potrebbero comportare variazioni (positive o negative) sui risultati economici e sulla situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Per ulteriori informazioni si rinvia allo specifico paragrafo delle Note al Bilancio 9.1.

RISCHI CONNESSI ALL'ANDAMENTO DEI TASSI D'INTERESSE

Il Gruppo non attinge a linee di credito significative in quanto è pienamente in grado di autofinanziarsi. Il Gruppo ha peraltro la possibilità di ricorrere a finanziamenti da terzi, specificatamente bancari; nel caso scegliesse di ricorrere a tali finanziamenti, sarebbe soggetto al rischio di revisioni dei tassi d'interesse. Il Gruppo, a parziale copertura del rischio relativo a un incremento dei tassi, può porre in essere attività di copertura; tuttavia, eventuali fluttuazioni significative dei tassi di interesse potrebbero comportare un incremento degli oneri finanziari, con conseguenze negative sui risultati economici del Gruppo.

Per ulteriori informazioni si rinvia allo specifico paragrafo delle Note al Bilancio 9.1.

RISCHI DI CREDITO

Il Gruppo Moncler opera nel rispetto di politiche di controllo del credito finalizzate a ridurre i rischi derivanti dalla non solvibilità dei propri clienti *wholesale*. Tali politiche si basano su analisi preliminari approfondite in merito all'affidabilità dei clienti e su forme di copertura assicurativa e/o modalità di pagamento garantite. Inoltre, il Gruppo non ha significative concentrazioni del credito.

Tuttavia, non si può escludere che l'insorgere di situazioni di sofferenza significativa di alcuni clienti possa comportare delle perdite sui crediti, con conseguenze negative sui risultati economici del Gruppo. Il Gruppo Moncler monitora e gestisce con particolare attenzione la propria esposizione nei confronti dei clienti *wholesale* con posizioni significative, anche tramite la richiesta e l'ottenimento di garanzie bancarie e depositi di denaro anticipatamente rispetto alle spedizioni.

Per ulteriori informazioni si rinvia allo specifico paragrafo delle Note al Bilancio 9.2.

RISCHI DI LIQUIDITÀ

Il Gruppo opera attuando attività di pianificazione finanziaria finalizzata a ridurre il rischio di liquidità, anche in considerazione della stagionalità del business, in particolare per il marchio Moncler. Sulla base dell'andamento dei fabbisogni finanziari, laddove ne venisse ravvisata la necessità, vengono pianificate con il sistema bancario le linee di credito necessarie per far fronte a tali fabbisogni, secondo una corrispondente distinzione fra linee a breve termine e a lungo termine.

Inoltre, a fronte del rischio di perdita del capitale disponibile, il Gruppo segue regole stringenti per ripartire in modo bilanciato i propri depositi e disponibilità liquide tra un numero adeguato di istituti bancari con rating di alto livello, evitandone la concentrazione e servendosi esclusivamente di prodotti finanziari a rischio molto basso.

Per ulteriori informazioni si rinvia allo specifico paragrafo delle Note al Bilancio 9.3.

RISCHI CONNESSI ALL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Il Gruppo Moncler pone particolare attenzione all'innovazione tecnologica dei propri processi e delle proprie collezioni, nonché al miglioramento costante dell'esperienza dei propri clienti. In

questo contesto, una inadeguata innovazione tecnologica potrebbe comportare la perdita di vantaggio competitivo rispetto ad altre società operanti nel settore. Di contro, l'introduzione di nuove tecnologie, come l'adozione di strumenti di intelligenza artificiale, pur rappresentando un'importante opportunità, deve essere governata sia in termini di rischi normativi, sia di disponibilità di adeguate competenze all'interno del Gruppo.

CORPORATE GOVERNANCE

Il sistema di corporate governance adottato da Moncler S.p.A. (la “Società”, “Moncler”, o “Capogruppo”) riveste un ruolo centrale per il chiaro e responsabile svolgimento dell’operatività del gruppo facente capo a Moncler (il “Gruppo”), contribuendo significativamente alla creazione di valore sostenibile nel medio-lungo periodo sia per gli azionisti sia per tutti gli stakeholder.

Detto sistema è costruito in conformità alle raccomandazioni per le società quotate approvate dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana (il “Codice di Corporate Governance”), cui Moncler aderisce, alle disposizioni normative e regolamentari che regolano le società quotate italiane e alle best practice nazionali ed internazionali e si fonda su quattro pilastri:

- il ruolo centrale degli organi di amministrazione e controllo;
- la trasparenza delle scelte gestionali;
- un monitoraggio attento e consapevole delle operazioni con parti correlate e del trattamento delle informazioni privilegiate;
- il rispetto dei valori definiti nel Codice Etico e nelle politiche aziendali insieme all’efficacia e all’efficienza del sistema di controllo interno e gestione dei rischi (“SCIGR”).

Moncler ha adottato il sistema di amministrazione e controllo tradizionale italiano, articolato in due organi societari nominati dall’Assemblea dei soci (che esprime con le proprie deliberazioni la volontà degli azionisti): un Consiglio di Amministrazione (composto, alla data della presente Relazione, da 15 membri, di cui 3 Esecutivi e 12 non Esecutivi di cui 8 indipendenti) cui sono devoluti ampi poteri ai sensi dello Statuto, e un Collegio Sindacale, con funzione di vigilanza, tra l’altro, sull’amministrazione e sull’osservanza della legge e dello Statuto.

La revisione legale dei conti è esercitata da Deloitte & Touche S.p.A., società di revisione iscritta nell’apposito albo cui l’Assemblea ordinaria dei Soci, tenutasi il 22 aprile 2021, ha conferito l’incarico per il novennio 2022-2030, all’esito di un processo di selezione coordinato dal Collegio Sindacale.

Il Consiglio ha istituito tre Comitati endo-consiliari con funzioni propositive, consultive e istruttorie ovvero il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, il Comitato Nomine e Remunerazione ed il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate.

Il Presidente e Amministratore Delegato, Remo Ruffini, è assistito da un Comitato Strategico, avente funzione principalmente consultiva, che su base continuativa supporta il Presidente e Amministratore Delegato nella definizione e attuazione delle decisioni strategiche, assicurando così uniformità e condivisione dei valori fondanti di Moncler. Tra le aree di sua competenza rientrano la revisione del Business Plan e del Piano di Sostenibilità e tutte le decisioni strategiche tra cui, a titolo esemplificativo, quelle relative allo sviluppo della rete distributiva, dei piani di marketing, degli investimenti, dell’ingresso in nuovi mercati e delle iniziative ambientali e sociali.

Nell’ambito del SCIGR adottato da Moncler è stato istituito l’Organismo di Vigilanza (composto da 3 membri, di cui 2 esterni tra cui il Presidente) con il compito di vigilare sull’effettività e sull’adeguatezza dei meccanismi e dei controlli interni di Moncler nonché del modello organizzativo e di gestione ex D. Lgs. 231/2001 della Società, riferendo in merito alla sua attuazione.

Oltre all’Organismo di Vigilanza, rivestono un ruolo importante all’interno del SCIGR tra gli altri, la Funzione di Compliance (che opera come Funzione di controllo di II livello) nonché la Funzione di Internal Audit (che opera come Funzione di controllo di III livello), l’Amministratore Incaricato del SCIGR, il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità ed il Collegio Sindacale.

Per ulteriori informazioni riguardanti, tra l'altro, il sistema di corporate governance adottato da Moncler e l'adesione ai principi ed alle raccomandazioni del Codice di Corporate Governance, si rinvia alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari predisposta ai sensi dell'Art. 123-bis del TUF, consultabile nel sito web della Società www.monclergroup.com, nella Sezione "Governance / Documenti e procedure", e alla Sezione Terza – Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.

OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

Le informazioni relative ai rapporti con parti correlate sono presentate rispettivamente nella Nota 10.1 del Bilancio Consolidato e nella Nota 8.1 del Bilancio d'Esercizio.

OPERAZIONI ATIPICHE E/O INUSUALI

Non vi sono posizioni o transazioni derivanti da operazioni atipiche e/o inusuali rilevanti in termini di impatto sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria del Gruppo e della Capogruppo.

AZIONI PROPRIE

Moncler detiene n. 3.207.654 azioni proprie al 31 dicembre 2025, pari all'1,2% del capitale sociale.

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI NEL CORSO DELL'ESERCIZIO 2025

NOMINA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

In data 16 aprile 2025, l'Assemblea Ordinaria di Moncler ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione, composto da 15 membri, per il triennio 2025-2027, che rimarrà in carica fino all'assemblea che sarà chiamata ad approvare il Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2027. Il Consiglio è composto da: Remo Ruffini (Presidente e Amministratore Delegato), Marco De Benedetti (Vice-Presidente e Amministratore non Esecutivo), Alexandre Arnault (Amministratore non Esecutivo), François-Henri Bennahmias (Amministratore Indipendente), Cesare Conti (Amministratore Indipendente), Robert Philippe Eggs (Amministratore Esecutivo), Bettina Fetzer (Amministratore Indipendente), Gabriele Galateri di Genola (Amministratore non Esecutivo), Alessandra Gritti (Amministratore Indipendente e *Lead Independent Director*), Diva Moriani (Amministratore non Esecutivo), Sue Nabi (Amministratore Indipendente), Luciano Santel (Amministratore Esecutivo), Maria Sharapova (Amministratore Indipendente), Geoffroy van Raemdonck (Amministratore Indipendente) ed Anna Zanardi (Amministratore Indipendente).

DIVIDENDI

In data 16 aprile 2025 l'Assemblea Ordinaria di Moncler ha inoltre approvato il Bilancio d'Esercizio di Moncler al 31 dicembre 2024 e ha deliberato la distribuzione di un dividendo unitario lordo pari a Euro 1,30 per azione (Euro 1,15 per azione nell'anno precedente). L'esborso connesso a tale distribuzione è stato pari a Euro 353,2 milioni di dividendi, di cui Euro 0,2 milioni riferiti ai dividendi distribuiti nel 2024 (su un totale di Euro 351,8 milioni di distribuzione di dividendi approvata).

MODIFICHE STATUTARIE

Il 20 marzo 2025, l'Assemblea Straordinaria di Moncler ha approvato le proposte di modifiche allo statuto sociale concernenti (i) il numero dei componenti del Consiglio di Amministrazione e la nomina di quest'ultimo (stabilendo, tra l'altro, che dalla lista di minoranza vengano eletti due membri in caso di Consiglio composto da più di 12 membri e qualora i candidati ai primi due posti siano di genere diverso); (ii) la competenza del Consiglio di Amministrazione per la nomina del Presidente e del Vice-Presidente, specificando quanto già previsto dall'Art. 2380 Cod. Civ.; (iii) la possibilità che le riunioni del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale si tengano esclusivamente con mezzi di tele-comunicazione, (iv) la competenza del Consiglio di Amministrazione per la nomina del Dirigente incaricato dell'attestazione per la rendicontazione di sostenibilità.

MONCLER UAE LLC

In data 10 aprile 2025, Moncler Middle East FZ-LLC ha acquistato dal socio locale la sua partecipazione in Moncler UAE LLC pari al 51% del capitale sociale, per un ammontare di Euro 2,6 milioni. A seguito di questo acquisto Moncler, tramite le controllate Industries S.p.A. e Moncler Middle East FZ-LLC, detiene l'intero capitale sociale di Moncler UAE LLC.

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 ammontare 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 2025

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.

AGGIORNAMENTO 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.

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 la catena di fornitura; il continuo rafforzamento delle relazioni con i clienti, il sostegno a comunità locali; lo sviluppo e il benessere delle persone del Gruppo.

ALTRE INFORMAZIONI

RICERCA E SVILUPPO

Poiché il successo del Gruppo Moncler dipende in parte dall'immagine, dal prestigio e notorietà dei marchi ed in parte anche dalla capacità di produrre collezioni d'abbigliamento in linea con le tendenze del mercato, il Gruppo effettua attività di ricerca e sviluppo al fine di disegnare, creare e realizzare nuovi prodotti e nuove collezioni. I costi di ricerca e sviluppo sono spesi a conto economico nell'esercizio di competenza.

RACCORDO TRA RISULTATO E PATRIMONIO NETTO DELLA CAPOGRUPPO E I RISULTATI DEL GRUPPO

La riconciliazione tra il risultato ed il patrimonio netto del Gruppo alla fine del periodo ed il risultato e patrimonio netto della società controllante Moncler S.p.A. è dettagliato nella seguente tabella:

Riconciliazione risultato e patrimonio netto società controllante e del Gruppo (Euro 000)	Risultato 2025	Patrimonio Netto 31/12/25	Risultato 2024	Patrimonio Netto 31/12/24
Società controllante	438.166	1.899.919	651.886	1.783.479
Storno dividendi infragruppo	(274.610)	0	(606.217)	0
Risultato e patrimonio netto delle società consolidate al netto del valore di carico delle partecipazioni	547.318	1.811.032	657.313	1.567.954
Allocazione del maggior valore pagato rispetto al relativo patrimonio netto della società consolidata	0	605.298	0	605.298
Eliminazione utile infragruppo	(85.161)	(337.323)	(61.500)	(284.933)
Riserva di conversione	0	(86.138)	0	(41.167)
Effetto di altre scritture di consolidamento	957	(43.094)	(1.886)	(44.051)
TOTALE DI PERTINENZA DEL GRUPPO	626.670	3.849.694	639.596	3.586.580
Risultato e patrimonio netto di terzi	(2)	95	-	88
TOTALE	626.668	3.849.789	639.596	3.586.668

SEDI SECONDARIE

Si specifica che la Società non ha sedi secondarie.

ATTESTAZIONE AI SENSI DELL'ART. 2.6.2, COMMA 8 E 9 DEL REGOLAMENTO DEI MERCATI ORGANIZZATI E GESTITI DA BORSA ITALIANA S.P.A.

In relazione all'art. 15 del Regolamento Mercati Consob adottato con delibera n. 20249 del 28 dicembre 2017 e successive modifiche ed integrazioni, in tema di condizioni per la quotazione di società controllanti costituite o regolate secondo leggi di Stati non appartenenti all'Unione Europea e di significativa rilevanza ai fini del Bilancio Consolidato, si segnala che rientrano nella previsione regolamentare cinque società del Gruppo (Moncler Japan, Moncler USA, Moncler Asia Pacific, Moncler Shanghai, Moncler Korea), che sono state adottate le procedure adeguate per assicurare la completa ottemperanza alla predetta normativa e che sussistono le condizioni di cui al citato art. 15.

ATTESTAZIONE AI SENSI DELL'ARTICOLO 16, COMMA 4, DEL REGOLAMENTO MERCATI ADOTTATO DALLA CONSOB CON DELIBERA N. 20249 DEL 28 DICEMBRE 2017

Moncler S.p.A. è controllata di fatto da Remo Ruffini tramite Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l. (RPH) e Double R S.r.l. (DR, già Ruffini Partecipazioni S.r.l.): in particolare, Remo Ruffini detiene l'intero capitale sociale di RPH, società che controlla DR che, a sua volta, al 31 dicembre 2025 detiene una partecipazione rappresentativa del 18,2% del capitale sociale di Moncler S.p.A.

Moncler S.p.A. non è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l., per le cui valutazioni in merito si rinvia alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari, disponibile nel sito www.monclergroup.com, sezione Governance / Assemblea degli Azionisti.

PROPOSTA DI APPROVAZIONE DEL BILANCIO E DI DESTINAZIONE DEL RISULTATO DI ESERCIZIO 2025

Signori Azionisti,

Vi invitiamo ad approvare il Bilancio Consolidato del Gruppo Moncler al 31 dicembre 2025 e il Bilancio d'Esercizio della società Moncler S.p.A.

Vi proponiamo di deliberare a valere sull'utile dell'esercizio 2025 di Moncler S.p.A., che ammonta ad Euro 438,2 milioni, la distribuzione di un dividendo unitario lordo di Euro 1,40 per azione ordinaria.

L'ammontare complessivo da distribuire a titolo di dividendo, tenuto conto delle azioni emesse alla data odierna, al netto delle azioni proprie direttamente detenute dalla società, è pari a Euro 380,2 milioni, con un *payout ratio* del 61% sull'utile netto consolidato¹⁰.

Milano, 19 febbraio 2026

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente e Amministratore Delegato

Remo Ruffini

¹⁰ Soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo e/o acquisto di azioni proprie.

SEZIONE TERZA

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ

INDICE

INFORMAZIONI GENERALI	60
AMBIENTE.....	123
E1 Cambiamenti climatici	124
E2 Inquinamento.....	156
E3 Acqua	160
E4 Biodiversità ed ecosistemi	165
E5 Uso delle risorse ed economia circolare	172
SOCIALE.....	188
S1 Forza lavoro propria	189
S2 Lavoratori nella catena del valore	221
S4 Consumatori e utilizzatori finali	234
Entity specific - Supporto alle comunità.....	243
GOVERNANCE.....	250
G1 Condotta delle imprese.....	251
APPROFONDIMENTI.....	261

ESRS 2

INFORMAZIONI GENERALI

[BP-1] Criteri generali per la redazione della Rendicontazione di Sostenibilità	61
[BP-2] Informativa in relazione a circostanze specifiche	62
[GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate	63
[GOV-3] Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	72
[GOV-4] Dichiarazione sul dovere di diligenza.....	74
[GOV-5] Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità.....	76
[SBM-1] Strategia, modello aziendale e catena del valore.....	77
[SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi.....	96
[SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	102
[IRO-1] Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti.....	108
[IRO-2] Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della rendicontazione di sostenibilità dell'impresa	111
[MDR-M] Metriche relative a questioni di sostenibilità rilevanti	122

[BP-1] CRITERI GENERALI PER LA REDAZIONE DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

La Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità (anche “Rendicontazione di Sostenibilità” o “Rendicontazione”) 2025 del Gruppo Moncler è redatta in conformità al Decreto Legislativo n. 125 del 6 settembre 2024 e agli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS).

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenuti nella Rendicontazione di Sostenibilità 2025 si riferiscono alla performance del Gruppo Moncler (anche il “Gruppo”) per l’esercizio chiuso il 31 dicembre 2025. La presente Rendicontazione è stata redatta su base consolidata, includendo i dati della società Capogruppo (Moncler S.p.A.) e delle sue società controllate; dunque, l’ambito di consolidamento corrisponde a quello del Bilancio Consolidato del Gruppo. Si evidenzia che il paragrafo dedicato alla descrizione del modello di Corporate Governance si riferisce alla società Capogruppo Moncler S.p.A. che riveste un ruolo centrale per il chiaro e responsabile svolgimento dell’operatività del Gruppo Moncler.

Rientrano nella rendicontazione anche gli impatti, i rischi e le opportunità relativi alla catena del valore a monte (ad es. catena di fornitura) e a valle (es. clienti) identificati a seguito del processo di doppia rilevanza.

La Rendicontazione di Sostenibilità del Gruppo Moncler è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione, dopo essere stata esaminata dal Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, ed è soggetta al rilascio di un giudizio di conformità da parte della società di revisione Deloitte & Touche S.p.A. nella forma di un esame limitato.

[BP-2] INFORMATIVA IN RELAZIONE A CIRCOSTANZE SPECIFICHE

Il Gruppo rendiconta le informazioni utili alla disclosure secondo quanto previsto dall'articolo 8 dell'Atto Delegato dell'*EU Taxonomy Regulation* 852/2020 e tiene in considerazione anche le raccomandazioni emanate dalla *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD) per la diffusione volontaria di una rendicontazione trasparente in materia di rischi e opportunità legati ai cambiamenti climatici.

All'interno del paragrafo "[IRO-2] Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della Rendicontazione di Sostenibilità dell'impresa" si riportano la lista degli obblighi di informativa rendicontati, l'adozione di misure transitorie (c.d. *phase-in*), estese dalle disposizioni del Regolamento delegato (UE) 2025/1416 della Commissione dell'11 luglio 2025, e le informazioni derivanti da altre direttive e regolamenti europei. Le informazioni rendicontate con riferimento a ciascun obbligo di informativa dipendono dai risultati dell'analisi di doppia rilevanza condotta anche nel 2025.

Al fine di garantire una rappresentazione accurata delle performance e l'affidabilità dei dati, il ricorso a stime è stato contenuto. Eventuali stime, che riguardano soprattutto dati relativi alla catena del valore a monte e/o a valle, sono segnalate nella descrizione degli indicatori di riferimento.

Per le metriche relative al calcolo delle emissioni di scope 3 e dei consumi idrici indiretti, laddove i dati della catena del valore a monte e/o a valle sono stati stimati sulla base di fonti indirette, la metodologia di stima ed eventuali relative aree di incertezza sono descritte all'interno della sezione "[E1-6] Emissioni GHG di scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG" al paragrafo "Emissioni di CO₂e scope 3" e della sezione "[E3-2] Azioni e risorse connesse alle acque".

Quando si fa riferimento ad orizzonti temporali di breve, medio e lungo periodo ci si riferisce rispettivamente a periodi di un anno, entro 5 anni e oltre i 5 anni in linea con le disposizioni di cui al paragrafo 6.4 dell'ESRS 1.

Non si rilevano, nel 2025, modifiche nella redazione e nella presentazione delle informazioni sulla sostenibilità rispetto al 2024. Il Gruppo illustra i dati relativi al periodo di rendicontazione (1 gennaio 2025 – 31 dicembre 2025) fornendo anche dati relativi all'anno precedente per comparazione.

[GOV-1] RUOLO DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO; [GOV-2] INFORMAZIONI FORNITE AGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO DELL'IMPRESA E QUESTIONI DI SOSTENIBILITÀ DA QUESTI AFFRONTATE

SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE

Il sistema di corporate governance adottato da Moncler S.p.A. (di seguito anche “Moncler” o la “Società”) riveste un ruolo centrale per il chiaro e responsabile svolgimento dell’operatività del Gruppo Moncler (il “Gruppo”), contribuendo significativamente alla creazione di valore sostenibile nel medio-lungo periodo sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder, nel rispetto dei migliori principi di responsabilità sociale applicabili in tutti i Paesi in cui Moncler opera.

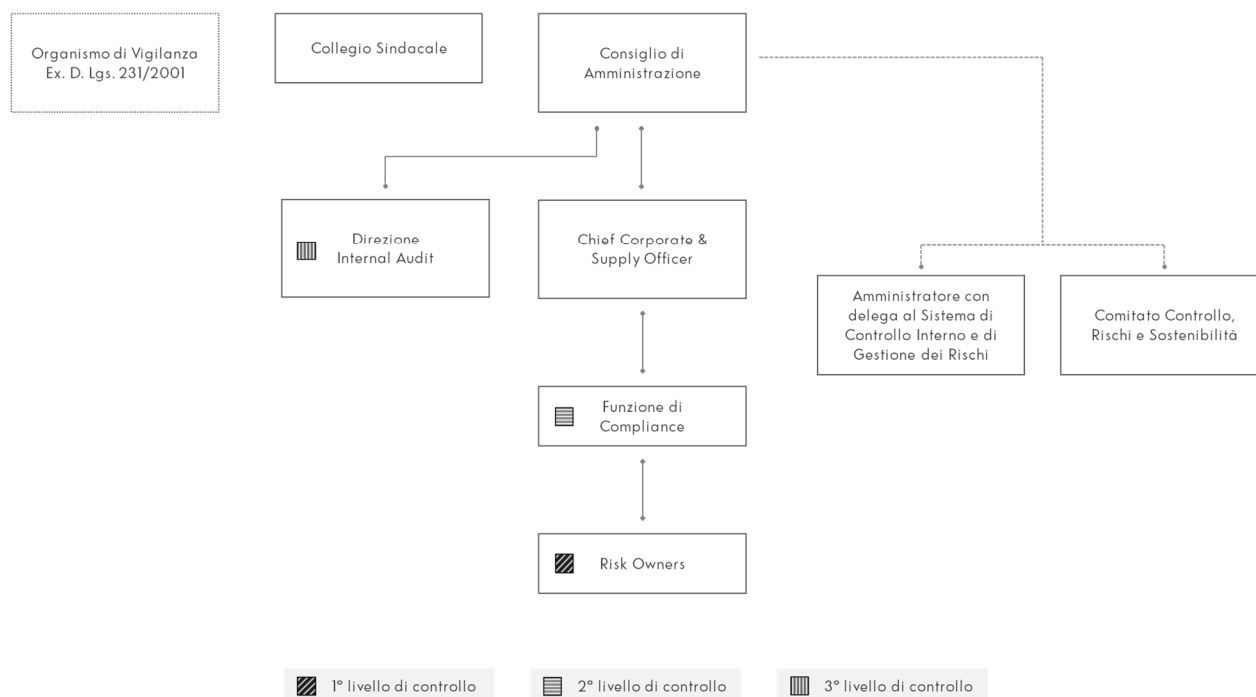
Tale sistema è costruito in conformità alle raccomandazioni del Codice di Corporate Governance, approvato dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana S.p.A., al quale Moncler aderisce, e alle disposizioni normative e regolamentari che regolano le società quotate fondandosi su quattro pilastri:

- il ruolo centrale degli organi di amministrazione e controllo;
- la trasparenza delle scelte gestionali;
- il monitoraggio attento e consapevole delle operazioni con parti correlate e del trattamento delle informazioni privilegiate;
- il rispetto dei valori definiti nel Codice Etico e nelle politiche aziendali, insieme all’efficacia e all’efficienza del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR).

Moncler ha adottato il sistema di amministrazione e controllo tradizionale, articolato in due organi societari nominati dall’**Assemblea dei Soci**, che esprime con le proprie deliberazioni la volontà degli Azionisti: il **Consiglio di Amministrazione** (che a sua volta nomina tre **Comitati endo-consiliari**) e il **Collegio Sindacale**.

Nell’ambito del SCIGR adottato da Moncler è stato inoltre nominato l’**Organismo di Vigilanza**. Oltre a quest’ultimo, rivestono un ruolo importante nel SCIGR, tra gli altri, la Funzione Compliance, che opera come funzione di controllo di II livello, la Direzione Internal Audit, che opera come funzione di controllo di III livello, l’Amministratore incaricato del SCIGR nonché il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS) e il Collegio Sindacale.

SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E GESTIONE DEI RISCHI



Consiglio di Amministrazione

Composizione

Il Consiglio di Amministrazione¹ è composto da 15 membri^{2 3}, di cui 3 esecutivi e 12 non esecutivi a maggioranza indipendenti. Come riportato nel comunicato stampa del 20 gennaio 2026, a partire dal 1° aprile Bartolomeo “Leo” Rongone farà il suo ingresso in Moncler come Amministratore Delegato. Remo Ruffini sarà Presidente Esecutivo mantenendo la responsabilità della Direzione Creativa mentre Roberto Eggs, a partire dal 1° marzo, cesserà dall’incarico di Chief Business Strategy & Global Market Officer e di Amministratore Esecutivo di Moncler, mantenendo il ruolo di membro non Esecutivo del Consiglio di Amministrazione della Società.

La tabella che segue riporta la composizione del Consiglio alla data della presente Rendicontazione.

COMPONENTE	CARICA
Remo Ruffini	Presidente e CEO
Marco De Benedetti	Vice-Presidente e Amministratore non esecutivo
Alexandre Arnault	Amministratore non esecutivo
François-Henri Bennahmias	Amministratore non esecutivo e indipendente
Cesare Conti	Amministratore non esecutivo e indipendente
Roberto Eggs	Amministratore esecutivo
Bettina Fetzer	Amministratore non esecutivo e indipendente
Gabriele Galateri di Genola	Amministratore non esecutivo

¹ Nel corso del 2025 si sono tenute 7 riunioni del Consiglio di Amministrazione (con una partecipazione media di circa il 95%). Per le informazioni sulle attività svolte (nonché sulla composizione del Consiglio e delle relative funzioni) si rinvia a quanto riportato nella Relazione sugli Assetti Proprietari e il Governo Societario disponibile sul sito www.monclergroup.com, nella Sezione “Governance/Documenti e procedure”.

² Per maggiori informazioni sui curriculum vitae dei singoli Consiglieri, si rinvia ai profili presenti nel sito di Moncler www.monclergroup.com nella Sezione “Governance/Consiglio di Amministrazione” nonché alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari presente nella Sezione “Governance/Documenti e procedure”.

³ Si segnala che la normativa italiana non prevede forme di rappresentanza collettiva dei lavoratori all’interno degli organi societari e, pertanto, al suo interno non sono presenti rappresentanti dei lavoratori.

Alessandra Gritti	Amministratore non esecutivo e indipendente
Diva Moriani	Amministratore non esecutivo
Sue Nabi	Amministratore non esecutivo e indipendente
Luciano Santel	Amministratore esecutivo
Maria Sharapova	Amministratore non esecutivo e indipendente
Geoffroy van Raemdonck	Amministratore non esecutivo e indipendente
Anna Zanardi	Amministratore non esecutivo e indipendente

Moncler ritiene che organi societari composti da membri con competenze, esperienze professionali e patrimoni culturali eterogenei possano offrire la possibilità di adottare le migliori decisioni per un Gruppo operante in un contesto internazionale. Moncler ha quindi adottato la **Politica di diversità**⁴, che ha trovato applicazione rispetto al Consiglio di Amministrazione in carica nominato dall'Assemblea del 16 aprile 2025. Questo documento descrive le caratteristiche ritenute ottimali per la composizione del Consiglio di Amministrazione, oltre che del Collegio Sindacale, con l'obiettivo di integrare profili professionali diversi in termini di genere, etnia, fasce di età e anzianità di carica. Il monitoraggio e l'eventuale aggiornamento della Politica di diversità sono affidati al Consiglio di Amministrazione, che agisce con il supporto del Comitato Nomine e Remunerazione (CNR) e, ove necessario, del Collegio Sindacale.

I criteri definiti nella Politica di diversità tengono conto degli esiti del processo di autovalutazione annuale (*board review*) mediante cui, conformemente a quanto previsto dal Codice di Corporate Governance, il Consiglio di Amministrazione valuta periodicamente il funzionamento, la dimensione e la composizione del Consiglio e dei suoi Comitati, garantendo un continuo allineamento con le esigenze strategiche del Gruppo.

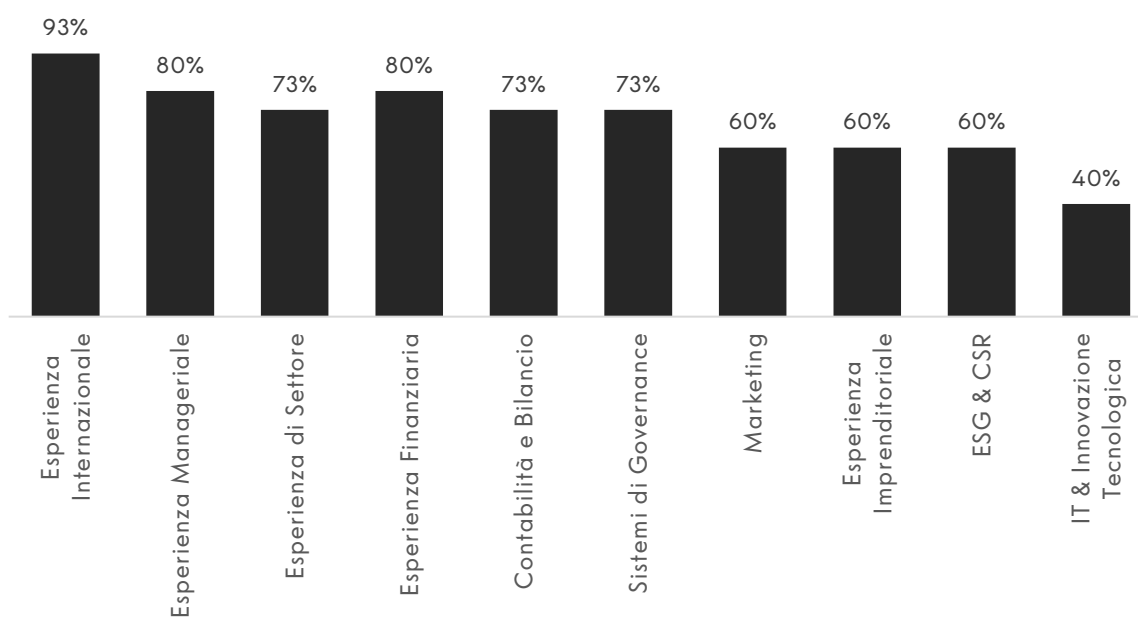
Per l'esercizio 2025, la composizione del Consiglio di Amministrazione riflette l'impegno verso la diversità, con una componente femminile pari al 40% del totale (le donne risultano essere sei rispetto a nove uomini, rappresentando un *ratio* del 67%). La percentuale di amministratori indipendenti è del 53% (8 membri su 15). Ulteriori dettagli relativi alle competenze e ad altri aspetti di *diversity* sono riportati nei grafici di seguito.

Anche al fine di sviluppare ulteriormente le competenze degli Amministratori e dei Sindaci, la Società periodicamente organizza sessioni di *induction*, con l'obiettivo di fornire un'adeguata conoscenza della Società, del settore in cui opera, dei principali trend che potrebbero avere impatto sulla sua strategia di crescita, dei suoi prodotti, delle dinamiche aziendali, dei potenziali rischi di sostenibilità e del quadro normativo e regolamentare di riferimento che può incidere sulle scelte strategiche.

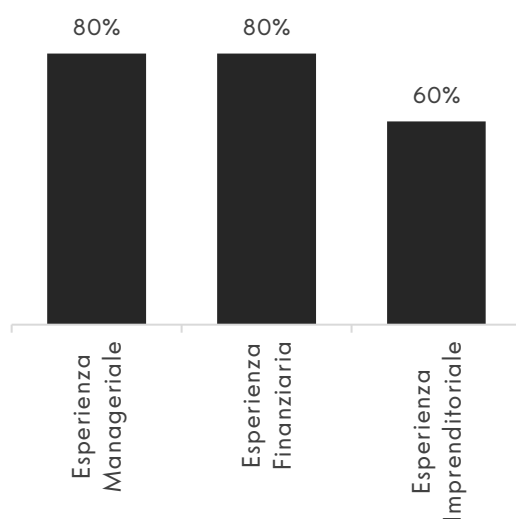
Nel corso dell'anno sono state svolte numerose sessioni, a beneficio del neo-nominato Consiglio di Amministrazione, dedicate anche alle tematiche di sostenibilità. In particolare, con riferimento ai temi ambientali e sociali, sono stati presentati un aggiornamento del quadro regolamentare di riferimento, l'evoluzione del percorso di sostenibilità del Gruppo, gli obiettivi del Piano Strategico di Sostenibilità 2020-2025, i risultati raggiunti e le iniziative avviate, nonché il nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028. Inoltre, anche nel 2025, l'analisi di doppia rilevanza e la lista degli impatti, rischi e opportunità rilevanti identificati sono stati esaminati dal Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e successivamente condivisi con il Consiglio di Amministrazione (vedi anche pagg. 102-107).

⁴ Adottata dal Consiglio di Amministrazione il 18 dicembre 2018 e da ultimo aggiornata, previa valutazione del CNR, il 13 febbraio 2025 in vista del rinnovo del Consiglio di Amministrazione deliberato dall'Assemblea del 16 aprile 2025. Il testo è disponibile nelle Sezioni "Governance/Documenti e procedure" e "Governance/Assemblea" del sito www.monclergroup.com.

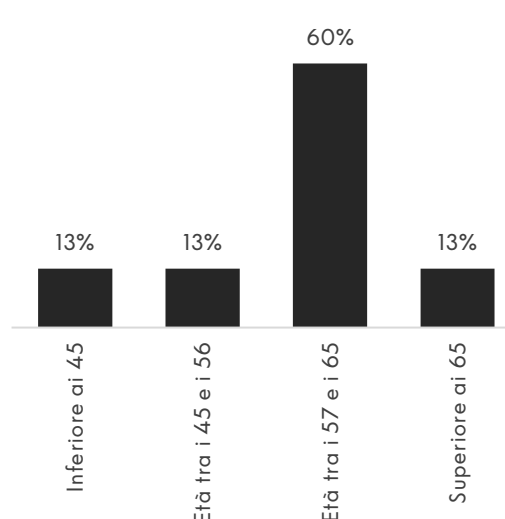
COMPETENZE IN AGGREGATO



EXPERTISE



CLASSI DI ETÀ



ANZIANITÀ DI CARICA (al 31 dicembre 2025)

1 anno	40%
1-3 anni	13%
4-6 anni	-
>6 anni	47%

Ruolo

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nella guida e nella gestione della Società e del Gruppo. Oltre alle attribuzioni ad esso spettanti ai sensi di legge e dello Statuto, al Consiglio

di Amministrazione è riservata in via esclusiva la competenza in relazione alle decisioni più importanti sotto il profilo economico e strategico, nonché funzionali all'indirizzo del business in ottica di sostenibilità. Nell'ambito delle proprie attribuzioni, il Consiglio, in linea con quanto previsto dal Codice di Corporate Governance:

- esamina e approva il Business Plan del Gruppo nel quale sono definiti gli obiettivi strategici e le azioni da intraprendere, incluse quelle relative alle tematiche di sostenibilità;
- monitora periodicamente l'attuazione del Business Plan e valuta il generale andamento della gestione, confrontando periodicamente i risultati conseguiti con quelli programmati;
- definisce la natura e il livello di rischio compatibili con gli obiettivi strategici della Società, includendo nelle proprie valutazioni anche i rischi rilevanti in materia di sostenibilità;
- valuta l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società e delle sue controllate aventi rilevanza strategica, con particolare riferimento al SCIGR, assicurandosi che i rischi, inclusi quelli di sostenibilità (come, ad esempio, quelli legati al cambiamento climatico, alla biodiversità e ai diritti umani), siano correttamente identificati, misurati, gestiti e monitorati.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione svolge un ruolo significativo nella supervisione delle tematiche sociali e ambientali legate all'attività del Gruppo e alle sue interazioni con gli stakeholder. Con il supporto del CCRS, il Consiglio esamina e approva, tra l'altro:

- le linee strategiche di sostenibilità e del relativo piano di azione (**Piano di Sostenibilità**) che include obiettivi di breve e di medio-lungo termine connessi agli impatti, ai rischi e alle opportunità rilevanti per il Gruppo, tra i quali il cambiamento climatico, la transizione energetica e la tutela dei diritti umani; il Consiglio di Amministrazione viene inoltre informato almeno semestralmente circa lo stato di avanzamento dei progetti che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità;
- le politiche in ambito sociale e ambientale;
- la rendicontazione di sostenibilità, predisposta in conformità con la direttiva 2022/2464/UE (*Corporate Sustainability Reporting Directive* - CSRD) e, con cadenza almeno annuale, i risultati dell'analisi di doppia rilevanza in linea con gli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS), un processo importante per individuare e valutare gli impatti, rischi e opportunità di sostenibilità (vedi anche pagg. 102-107; 108-110).
- la Politica di Remunerazione che prevede, tra gli altri, l'integrazione degli obiettivi di sostenibilità nel sistema retributivo (sia di breve che di medio-lungo termine) e il conseguente allineamento della remunerazione del Top Management alla strategia di sostenibilità del Gruppo (vedi anche pagg. 72-73).

Comitati endo-consiliari

Il Consiglio di Amministrazione, tenendo conto delle raccomandazioni di cui al Codice di Corporate Governance, ha istituito tre **Comitati endo-consiliari** con funzioni propositive, consultive e istruttorie: il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, il Comitato Nomine e Remunerazione e il Comitato Parti Correlate.

• Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità

Composizione

Il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS) in carica è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 16 aprile 2025, resterà in carica sino all'approvazione del bilancio relativo al 2027 ed è composto dai seguenti Amministratori aventi preparazione ed esperienza professionale idonee allo svolgimento dei compiti del CCRS: Alessandra Gritti (in qualità di Presidente), Cesare Conti e Gabriele Galateri di Genola.

Ruolo

Il CCRS ha il compito di assistere il Consiglio di Amministrazione, con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nelle valutazioni e nelle decisioni relative al SCIGR. Il CCRS assiste inoltre il Consiglio di Amministrazione nell'approvazione delle relazioni periodiche finanziarie e di sostenibilità.

In particolare, come previsto nel relativo regolamento, il CCRS assiste il Consiglio di Amministrazione, tra l'altro, nella:

- supervisione delle tematiche di sostenibilità, con focus su impatti, rischi e opportunità, legate all'attività aziendale e alle dinamiche di interazione con gli stakeholder nonché nella definizione delle linee strategiche di sostenibilità e del relativo piano d'azione, inclusi i temi quali il cambiamento climatico, la biodiversità e i diritti umani;
- definizione delle linee di indirizzo del SCIGR in modo che i principali rischi afferenti Moncler e le sue controllate (inclusi i rischi rilevanti in materia di sostenibilità) nel medio-lungo periodo risultino correttamente identificati, adeguatamente misurati, gestiti e monitorati, determinando i criteri di compatibilità fra i rischi così identificati ed una sana e corretta gestione della Società, coerente con gli obiettivi strategici individuati;
- periodica verifica, con cadenza almeno annuale, dell'adeguatezza e dell'efficacia del SCIGR rispetto alle caratteristiche della Società e al profilo di rischio assunto, nonché la sua efficacia.

Relativamente alle tematiche di sostenibilità, il CCRS, tra l'altro, nell'assistere il Consiglio di Amministrazione:

- annualmente esamina l'avanzamento del Piano di Sostenibilità, la Rendicontazione di Sostenibilità e i risultati dell'analisi di doppia rilevanza in linea con quanto richiesto dagli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) (vedi anche pagg 82-87; 102-107);
- riferisce al Consiglio d'Amministrazione almeno semestralmente circa lo stato di avanzamento dei progetti che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità;
- supporta, con un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative alla gestione di rischi derivanti da fatti pregiudizievoli di cui il Consiglio di Amministrazione sia venuto a conoscenza.

Il CCRS, nell'ambito delle proprie attività, almeno semestralmente richiede all'**Unità di Sostenibilità** un aggiornamento sulle tematiche di sostenibilità e sulle relative azioni intraprese anche ai fini della valutazione e gestione di impatti, rischi e opportunità legati agli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG).

L'Unità di Sostenibilità, guidata dal Chief Sustainability Officer, ha, infatti, la responsabilità di proporre la strategia di sostenibilità del Gruppo, identificare, segnalare prontamente ai vertici aziendali, gestire e monitorare, in collaborazione con le funzioni preposte, gli impatti, i rischi e le opportunità legati alle tematiche di sostenibilità. In particolare, l'Unità:

- al fine di definire una strategia di sostenibilità, individua, grazie alla collaborazione con i responsabili delle funzioni rilevanti, le aree di miglioramento e i relativi progetti e, su questa base, formula una proposta di Piano di Sostenibilità (fase di pianificazione);
- sottopone il Piano di Sostenibilità al **Comitato Strategico** di Moncler e di Stone Island, ovvero due comitati interni al Gruppo composti da Amministratori esecutivi, dirigenti strategici e altri capi funzione, che ne analizzano i contenuti e la fattibilità. In fase finale, il Piano di Sostenibilità è valutato dal CCRS che esprime il suo parere al Consiglio di Amministrazione al quale spetta l'approvazione finale;

- identifica i referenti responsabili del raggiungimento degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità, che hanno risorse, strumenti e know-how necessari per l'implementazione (fase di gestione). Il raggiungimento di tali obiettivi è legato al sistema di Management By Objective (MBO) così come ai piani di incentivazione di medio-lungo periodo (vedi anche pagg. 72-73; 125; 203-204);
- a garanzia del rispetto degli impegni presi, chiede conto dello stato di avanzamento dei progetti alle diverse funzioni e, a sua volta, informa semestralmente il CCRS (fase di controllo);
- aggiorna annualmente circa il Piano di Sostenibilità al fine di rendere conto dello stato di implementazione dei progetti e di fissare, qualora necessario, nuovi obiettivi, nella consapevolezza che la sostenibilità non rappresenta un punto d'arrivo, ma un processo di miglioramento continuo;
- redige la Rendicontazione di Sostenibilità e diffonde la cultura della sostenibilità all'interno del Gruppo;
- promuove il dialogo con gli stakeholder e, in particolare insieme alle funzioni Corporate Affairs & Compliance e Investor Relations, con gli investitori istituzionali e risponde alle richieste informative delle agenzie di rating di sostenibilità e degli Investitori Socialmente Responsabili (SRI).

Al fine di integrare sempre più la sostenibilità nel business, all'interno di ogni dipartimento aziendale sono stati poi individuati i cosiddetti **Ambasciatori** che hanno il compito di sensibilizzare sui temi sociali e ambientali i dipartimenti in cui operano e di promuovere iniziative di sostenibilità coerentemente con gli obiettivi di Gruppo, e i **Sustainability data owner**, che hanno invece la responsabilità, ognuno per la propria area, dei dati e delle informazioni pubblicate nella Rendicontazione di Sostenibilità nonché del raggiungimento degli obiettivi contenuti nel Piano di Sostenibilità per le tematiche di competenza.

In tale contesto, il Gruppo ha inoltre istituito un **Comitato ESG** a livello esecutivo. Il Comitato, presieduto dal *Chief Sustainability Officer*, riunisce i rappresentanti esecutivi delle principali funzioni corporate del Gruppo e svolge un ruolo centrale nel presidio e nell'indirizzo della gestione delle tematiche ambientali e sociali, favorendone un approccio strutturato e integrato. In particolare, il Comitato facilita il coordinamento interfunzionale nei casi che richiedono una collaborazione trasversale ed è responsabile del monitoraggio dell'avanzamento rispetto agli obiettivi definiti nel Piano di Sostenibilità del Gruppo.

• **Comitato Nomine e Remunerazione**

La Società si avvale di un unico Comitato per le Nomine e la Remunerazione (CNR), in conformità a quanto previsto dagli Artt. 4 e 5 del Codice di Corporate Governance. Il CNR in carica è stato nominato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 16 aprile 2025 e resterà in carica sino all'approvazione del bilancio relativo al 2027. Il CNR è composto dai seguenti Amministratori aventi preparazione ed esperienza professionale idonee allo svolgimento dei compiti del CNR: Alessandra Gritti (in qualità di Presidente), Diva Moriani e Anna Zanardi.

Composizione, riunioni, obiettivi, compiti e attività del CNR sono pienamente allineati con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance.

• **Comitato Parti Correlate**

Il Comitato Parti Correlate (CPC) in carica è stato nominato dal Consiglio nella riunione del 16 aprile 2025 e resterà in carica sino all'approvazione del bilancio relativo al 2027. Il CPC è composto dai seguenti Amministratori aventi preparazione ed esperienza professionale idonee allo svolgimento dei compiti del CPC: Cesare Conti (in qualità di Presidente), Alessandra Gritti

e Bettina Fetzter. Il CPC ha il compito principale di esprimere pareri sulle operazioni con parti correlate sottoposte alla sua attenzione nei termini e conformemente a quanto previsto dal regolamento emanato dalla Consob con deliberazione n. 17221 del 12 marzo 2010 in materia di operazioni con parti correlate (Regolamento operazioni con parti correlate - OPC) e dalla relativa procedura adottata dalla Società (Procedura operazioni con parti correlate - OPC)⁵.

Collegio Sindacale

Composizione

Il Collegio Sindacale⁶ in carica è stato nominato dall'Assemblea del 18 aprile 2023 e rimarrà in carica sino alla data di approvazione del Bilancio per l'esercizio 2025. Il Collegio è composto come segue:

COMPONENTE	CARICA
Riccardo Losi	Presidente del Collegio Sindacale
Carolyn Dittmeier	Sindaco Effettivo
Nadia Fontana	Sindaco Effettivo
Lorenzo Mauro Banfi	Sindaco Supplente
Federica Albizzati	Sindaco Supplente

Considerando i Sindaci Effettivi, la componente femminile è pari al 67% del totale (le donne risultano essere due rispetto a un uomo, rappresentando un *ratio* del 200%) e l'età media è di 64 anni. I membri in carica presentano caratteristiche che garantiscono un adeguato livello di diversità anche in termini di percorso formativo e professionale, con tutti i Sindaci che hanno maturato esperienza nel campo della consulenza fiscale e societaria. Anche i membri del Collegio Sindacale partecipano alle sessioni di *induction* organizzate dal Gruppo, dedicate, tra le altre, alle tematiche di sostenibilità.

Ruolo

Il Collegio Sindacale è responsabile della vigilanza sugli adempimenti previsti dalle disposizioni normative e regolamentari vigenti, monitorando l'osservanza della legge e dello Statuto, nonché il rispetto dei principi di corretta amministrazione. In particolare, il Collegio Sindacale, verifica l'adeguatezza e il funzionamento degli assetti organizzativi, amministrativi e contabili adottati dalla Società, oltre che della corretta attuazione delle regole di governance societaria stabilite dalle norme in materia.

Nell'ambito di tali compiti, il Collegio vigila sull'osservanza delle disposizioni previste dal Decreto 125; il Collegio è dunque tenuto a svolgere sia un ruolo di vigilanza sull'adeguatezza di tutte le procedure, i processi e le strutture che presiedono alla predisposizione della Rendicontazione di Sostenibilità; sia una verifica del rispetto delle norme afferenti alla materia. Il Collegio opera inoltre quale Comitato per il controllo interno e la revisione contabile (CCIRC) ex Art. 19 del D. Lgs. 39/2010 e, pertanto, è tenuto a svolgere i compiti ivi previsti (tra cui l'obbligo di monitorare il processo per la Rendicontazione di Sostenibilità).

Organismo di Vigilanza

L'Organismo di Vigilanza in carica è stato nominato dal Consiglio nella riunione del 16 aprile 2025 e resterà in carica sino all'approvazione del bilancio relativo al 2027. È composto da Carlo Alberto Marchi, in qualità di Presidente e membro esterno, da Lorenzo Mauro Banfi, membro esterno, e dal

⁵ Il Regolamento OPC e la Procedura OPC sono disponibili sul sito di Moncler www.monclergroup.com nella Sezione "Governance/Documenti e procedure".

⁶ Per informazioni sui curriculum vitae dei Sindaci si rinvia ai profili presenti nel sito di Moncler www.monclergroup.com nella Sezione "Governance/Collegio Sindacale" nonché alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari presente nella "Sezione Governance/Documenti e procedure".

Responsabile della Direzione Internal Audit, Riccardo Greggi quale membro interno. L'Organismo di Vigilanza ha il compito di vigilare sull'effettività e sull'adeguatezza del sistema dei controlli interni di Moncler nonché del modello organizzativo, di gestione e controllo adottato dalla Società (il Modello 231) ai sensi del D. Lgs. 231/2001 (il Decreto 231). Per una piena conformità al Decreto 231, l'Organismo di Vigilanza riporta al Consiglio di Amministrazione e non è legato alle strutture operative da alcun vincolo gerarchico, in modo da garantire la sua piena autonomia e indipendenza nell'espletamento delle funzioni.

Società di revisione

La revisione legale dei conti è esercitata da Deloitte & Touche S.p.A. (Deloitte), società di revisione iscritta nell'apposito albo, cui l'Assemblea ordinaria dei Soci, tenutasi il 22 aprile 2021, ha conferito l'incarico per il novennio 2022-2030, all'esito di un processo di selezione coordinato dal Collegio Sindacale.

A Deloitte, inoltre, è stato conferito l'incarico di svolgere l'attività di attestazione sulla Rendicontazione di Sostenibilità.

[GOV-3] INTEGRAZIONE DELLE PRESTAZIONI IN TERMINI DI SOSTENIBILITÀ NEI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE

La Politica di Remunerazione di Moncler, sottoposta all'approvazione dell'Assemblea, prevede l'integrazione degli obiettivi di sostenibilità nel sistema retributivo, sia di breve che di medio-lungo termine. Tale approccio garantisce un allineamento della remunerazione del Top Management alla strategia di sostenibilità di Gruppo.

Il CNR e, con riferimento agli indicatori ESG, il CCRS, hanno il compito di esaminare, preliminarmente rispetto al Consiglio di Amministrazione, il contenuto degli obiettivi di sostenibilità e di verificarne il raggiungimento. Il Consiglio di Amministrazione, a sua volta, è chiamato ad approvare la definizione di tali obiettivi e a verificarne il raggiungimento.

Rispetto al 2025, la Politica ha previsto con riferimento al Presidente e Amministratore Delegato, agli Amministratori Esecutivi e ai Dirigenti Strategici una componente variabile di breve e una di medio-lungo termine. In particolare:

- La componente variabile di breve termine (Management By Objective o MBO) che includeva il raggiungimento di almeno 34 obiettivi su 36 del Piano di Sostenibilità 2020-2025, compresi nell'indicatore ESG, con una incidenza del 10%. Per il 2025 sono stati raggiunti 35 obiettivi su 36.
- La componente variabile di medio-lungo termine (Long Term incentive o LTI), che ha visto con l'esercizio 2025 chiudersi il secondo e ultimo ciclo del Piano di Performance Shares 2022 e che includeva tra gli obiettivi un indicatore ESG con una incidenza del 15%. Tutti e tre gli obiettivi ESG nel periodo di riferimento sono stati conseguiti:
 - nel 2025 è stata mantenuta la *carbon neutrality* nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) attraverso il 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, il 98% di vetture ibride ed elettriche nel parco auto aziendale del Gruppo e la compensazione delle emissioni residuali non evitabili;
 - oltre il 60% del nylon utilizzato nelle collezioni 2025 costituito da materiale riciclato;
 - ottenuta la certificazione Equal Pay per il marchio Moncler a livello mondo.

Inoltre, il Gruppo Moncler ha ottenuto per il terzo anno consecutivo il massimo rating (A), confermandosi nella Climate "A list" di CDP, per la sua leadership in tema di trasparenza e gestione delle tematiche legate ai cambiamenti climatici. Ha quindi trovato applicazione il meccanismo di *over performance*.

È invece in corso il Piano di Performance Shares 2024 che include un indicatore ESG (con un peso del 15%) costituito dai tre obiettivi relativi al:

- completamento del programma di formazione su temi di *Diversity, Equity & Inclusion* dal 100% del management (manager, senior manager, executive e senior executive) entro il 2026;
- 55% del nylon utilizzato nelle collezioni 2026 proveniente da materia prima "preferred" (e.g., nylon riciclato, nylon *bio-based*);
- ottenimento della certificazione, entro il 2026, per il nuovo Headquarter di Moncler secondo lo standard *LEED for Building Design and Construction*, che attesta l'efficienza ambientale degli edifici, e secondo lo standard WELL relativo al comfort e alle condizioni di lavoro dei dipendenti.

Infine, all'Assemblea del 21 aprile 2026 verrà sottoposta la Politica per il 2026 che prevede per il CEO⁷, il Presidente Esecutivo, gli Amministratori Esecutivi e i Dirigenti Strategici una componente variabile:

- di breve termine che comprende tra gli obiettivi un indicatore ESG, con una incidenza del 15%. Tale indicatore è basato sugli obiettivi annuali del Piano di Sostenibilità 2026-2028 (vedi anche pagg. 87-94), definiti per l'anno di competenza. Questi obiettivi sono specificamente riferiti a 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 la catena di fornitura; l'attenzione al cliente, il sostegno alle comunità locali; lo sviluppo e il benessere delle persone;
- di medio-lungo termine, rappresentata da piani di incentivazione azionaria che, con riferimento al Piano di Performance Shares 2026 (che sarà anch'esso sottoposto all'approvazione della prossima Assemblea), include tra gli obiettivi un indicatore ESG con una incidenza del 15%, costituito dai seguenti tre obiettivi:
 - il raggiungimento di una percentuale di almeno il 65% di filati e tessuti utilizzati nelle collezioni 2028 realizzato con materiali "preferred"⁸;
 - l'utilizzo di energia elettrica esclusivamente da fonti rinnovabili da parte del 50% dei fornitori chiave⁹ entro il 2028;
 - il completamento entro il 2028 di cinque programmi triennali dedicati alla popolazione aziendale, volti a promuovere la formazione continua e lo sviluppo delle competenze, a migliorare il benessere delle persone del Gruppo nonché a consolidare il senso di appartenenza.

Inoltre, come criterio di *over performance*, tutti i piani sopra riportati prevedono il conseguimento di un ulteriore obiettivo che riflette l'ottenimento di un'alta valutazione della performance di sostenibilità del Gruppo da parte di una delle primarie società di rating ESG tra cui, ad esempio, S&P Global, CDP, MSCI Research, Sustainalytics, FTSE Russell.

⁷ Come indicato nel comunicato stampa del 20 gennaio 2026, a far data dal 1° aprile Bartolomeo "Leo" Rongone farà il suo ingresso in Moncler quale Amministratore Delegato. Remo Ruffini sarà Presidente Esecutivo mantenendo la responsabilità della Direzione Creativa e Roberto Eggs, a partire dal 1° marzo, cesserà dall'incarico di Chief Business Strategy & Global Market Officer e di Amministratore Esecutivo di Moncler, mantenendo il ruolo di membro non Esecutivo del Consiglio di Amministrazione della Società.

⁸ 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 in linea con specifici standard).

⁹ Fornitori selezionati sulla base dell'impatto emissivo, della rilevanza della spesa e dell'importanza strategica per il business.

[GOV-4] DICHIARAZIONE SUL DOVERE DI DILIGENZA

Di seguito si riporta la mappatura delle informazioni fornite nel presente Documento in merito al processo di **dovere di diligenza**, in conformità con quanto previsto dagli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** in particolare dal **GOV-4**:

ELEMENTI FONDAMENTALI DEL DOVERE DI DILIGENZA	PARAGRAFI NELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ
Integrare il dovere di diligenza nella governance, nella strategia e nel modello aziendale	- GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate - GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione - SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
Coinvolgere i portatori di interessi in tutte le fasi fondamentali del dovere di diligenza	- GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate - SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi - IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti - EI-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi - S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria - S1-2 Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti - S2-1 Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore - S2-2 Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti - S4-2 Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti - G1-1 Politiche e pratiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese (sistema di whistleblowing)
Individuare e valutare gli impatti negativi	- IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti - E1 IRO-1 legati al clima - E3 IRO-1 legati alle acque - E4 IRO-1 connessi alla biodiversità e agli ecosistemi - S2-4 Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni
Intervenire per far fronte agli impatti negativi	- Azioni e risorse connesse a: - E1-3 cambiamenti climatici - E3-2 acque - E4-3 biodiversità ed ecosistemi - S1-4 forza lavoro - S2-4 lavoratori nella catena del valore - EI-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici - S1-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni

	• S2-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni
• Monitorare l'efficacia degli interventi e comunicare	• Azioni e risorse connesse a: ○ E1-3 cambiamenti climatici ○ E3-2 acque ○ E4-3 biodiversità ed ecosistemi ○ S1-4 forza lavoro ○ S2-4 lavoratori nella catena del valore • Metriche e target relativi a: ○ cambiamenti climatici (da E1-4 a E1-7) ○ acque (Metriche relative ai consumi idrici ed SBM-1) ○ biodiversità e agli ecosistemi (E4-4) ○ forza lavoro (da S1-5 a S1-17) ○ lavoratori nella catena del valore (S2-5)

[GOV-5] GESTIONE DEL RISCHIO E CONTROLLI INTERNI SULLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

La Rendicontazione di Sostenibilità è sottoposta a controlli sia interni, che coinvolgono i data owner e l'Unità di Sostenibilità, nell'ambito del **Sistema di Controllo Interno sull'Informativa di Sostenibilità (SCIIS)**, sia esterni, da parte della società di revisione.

Il SCIIS è un sistema strutturato di processi, ruoli, responsabilità, strumenti e procedure di controllo progettati per garantire accuratezza e completezza delle informazioni ambientali, sociali e di governance.

È progettato secondo le migliori pratiche in ambito di controllo interno, in particolare tenendo in considerazione l'*Internal Control - Integrated Framework* (CoSO Framework)¹⁰, che rappresenta il riferimento metodologico adottato dal Gruppo Moncler per l'impostazione, l'aggiornamento e la valutazione di tutti i componenti del sistema di controllo interno. Il SCIIS opera, inoltre, in conformità con le normative vigenti e con i principi di buona governance aziendale, integrandosi nel Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi del Gruppo (SCIGR).

Il perimetro di applicazione del SCIIS è definito attraverso un'analisi basata sul potenziale rischio di errore nella rendicontazione. Tale analisi si fonda su quattro driver di valutazione: complessità¹¹, priorità/rilevanza del tema¹², *ownership*¹³ e impatto potenziale di un eventuale errore (*misstatement*) del dato. Grazie a questa valutazione, gli indicatori oggetto di rendicontazione sono stati classificati in tre livelli di rischio (alto, medio, basso) e sono state identificate le società del Gruppo che contribuiscono in misura maggiore alla reportistica. I rischi potenziali di reporting riguardano soprattutto inaccuracy e incompletezza dei dati raccolti, errori nel calcolo degli indicatori e mancato allineamento alle richieste degli ESRS.

Sulla base del perimetro definito, sono stati identificati i controlli, ossia i *Process Level Control*, *Entity Level Control* e *Group Wide Control*, necessari per mitigare tali rischi.

Tutti i rischi e i relativi controlli sono riportati all'interno delle "Risk & Control Matrix", che rappresentano lo strumento di sintesi per valutare la loro efficacia e identificare eventuali interventi di rafforzamento.

Nel corso del 2025 la funzione Internal Audit ha svolto attività di *testing* indipendente con l'obiettivo di verificare l'adeguatezza e il corretto funzionamento dei controlli implementati. Le risultanze di sintesi sono state comunicate al Dirigente Preposto, agli Organi di Controllo e al Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità.

¹⁰ Modello di riferimento sviluppato dal Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission per la progettazione, l'implementazione e la valutazione dei sistemi di controllo interno.

¹¹ Il livello di complessità incrementa laddove il processo di raccolta dati e/o di calcolo dell'indicatore richieda aggregazioni, stime o impiego di formule di calcolo.

¹² A seconda delle priorità del Management, delle analisi condotte su dati storici e delle pubblicazioni del settore.

¹³ «Diffusa» o «concentrata».

[SBM-1] STRATEGIA, MODELLO AZIENDALE E CATENA DEL VALORE

Il Gruppo Moncler, con i suoi marchi Moncler e Stone Island (Marchi), si distingue per un'offerta caratterizzata da creatività e innovazione, unita ad una costante ricerca dell'eccellenza nei materiali. Le collezioni, Uomo, Donna ed Enfant, includono capi di abbigliamento, oltre ad accessori, calzature e borse.

Moncler propone prodotti di altissima qualità, dal design unico e in costante evoluzione, rimanendo sempre fedele al DNA del Marchio. Le collezioni si articolano su tre dimensioni: *Moncler Collection*, che incarna l'essenza di uno stile metropolitano e contemporaneo; *Moncler Grenoble*, espressione di una vocazione più tecnica rivolta all'*outdoor* e *Moncler Genius*, che coinvolge creativi provenienti da arte, design, entertainment, musica, tecnologia, sport e cultura, per reinterpretare i codici Moncler.

Stone Island punta da sempre sulla tecnologia dei tessuti e sulla sperimentazione, focalizzandosi sulla funzionalità, che si traduce in un'impronta di taglio, forma, materialità e colore immediatamente riconoscibile. Oltre alle collezioni *Stone Island Uomo*, il marchio propone le collezioni *Stone Island Junior* - declinazione del Marchio per bambini e ragazzi dai 2 ai 14 anni. L'offerta di Stone Island, oltre alla collezione *Main*, si articola in tre *sub-collection*, ciascuna orientata a soddisfare le esigenze di diversi segmenti di mercato: *Stone Island Ghost*, capi totalmente monocromatici e dall'estetica sofisticata; *Stone Island Marina*, fortemente ispirata al mondo navy e ai capi d'archivio del brand; e *Stone Island Stellina*, che propone look dalle funzionalità ad alte prestazioni e dal design essenziale.

Entrambi i Marchi coniugano tradizione e ricerca, guidati dalla volontà di evolversi continuamente per rimanere sempre contemporanei. Questa evoluzione si riflette anche nell'impegno del Gruppo in termini di sostenibilità: negli ultimi anni, le collezioni sono state infatti sviluppate introducendo progressivamente materie prime a più basso impatto ambientale (riciclate, biologiche o certificate in conformità con specifici standard) rispetto ai materiali convenzionali (vedi anche pagg. 175-176).

Il Gruppo Moncler distribuisce le collezioni, sempre conformi alla legislazione locale applicabile, in oltre 70 Paesi attraverso una rete che include negozi fisici e digitali gestiti direttamente, punti vendita multimarca selezionati, *shop-in-shop* all'interno dei department store e di aeroporti e siti online specializzati nella vendita di beni di lusso (*e-tailer*). Nel corso dell'anno di riferimento, il Gruppo ha rafforzato ulteriormente il legame con le proprie *community* nelle regioni in cui opera, attraverso campagne mirate ed eventi dedicati.

La presenza internazionale del Gruppo Moncler si riflette nella distribuzione dei suoi dipendenti. L'area EMEA, inclusa l'Italia, ospita la maggior parte dell'organico con 5.657 dipendenti (il 66% del totale), grazie alla presenza delle sedi corporate e dei poli produttivi di Moncler e Stone Island. Nella Region America il Gruppo conta 656 dipendenti (8% del totale) mentre in Asia 2.220 (26% del totale) (vedi anche pagg. 212; 262-263).

Il Gruppo Moncler fonda la sua strategia su **cinque pilastri principali**: presidiare e valorizzare le fasi più strategiche in cui prendono forma creatività, qualità e valore di marca; rafforzare legami autentici con le proprie community e amplificare la rilevanza globale dei Marchi attraverso esperienze di brand uniche; fare dell'innovazione un approccio che permea ogni ambito del business, dalla creatività alla produzione, fino all'ecosistema digitale e oltre; adottare un modello di distribuzione multicanale che trasforma ogni punto di contatto in un'esperienza di brand autentica, dove l'universo di ciascun marchio prende vita ben oltre la dimensione retail; e infine, promuovere una crescita sostenibile, continuando a integrare considerazioni ambientali e sociali nel proprio modo di operare.

Il Gruppo Moncler adotta un **modello di business**, descritto di seguito, che gli consente di controllare direttamente le fasi a maggiore valore aggiunto della catena del valore, dalla produzione alla distribuzione, per garantire una gestione ottimale e un'esperienza cliente coerente e di alta qualità.

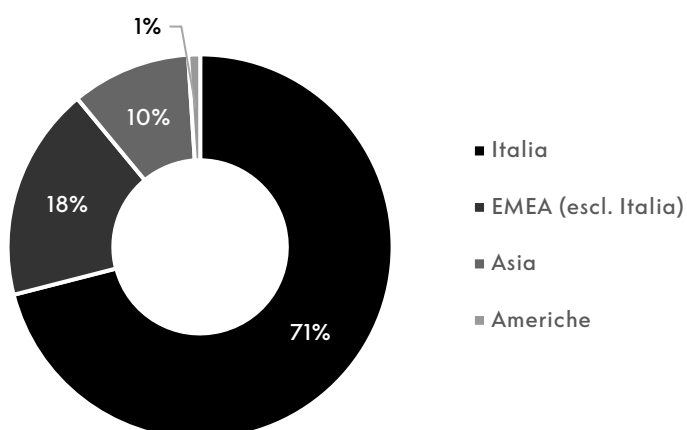
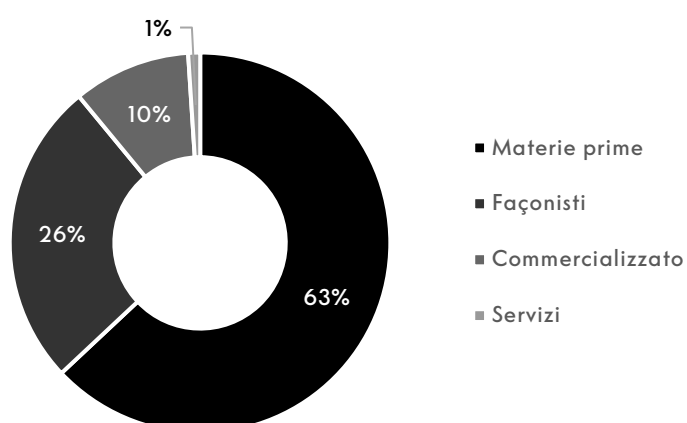
PRODUZIONE E APPROVVIGIONAMENTO

Moncler gestisce direttamente l'intero processo creativo, la ricerca e selezione delle materie prime, lo sviluppo della prototipia e il controllo qualità. La **produzione** si realizza attraverso una combinazione di risorse interne e collaborazioni con *façonisti*, in particolare per capispalla e maglieria. Dal 2020, Moncler ha avviato un processo di parziale internalizzazione della produzione, una scelta strategica volta a rafforzare il controllo sul ciclo produttivo e garantire eccellenza attraverso tecnologie all'avanguardia. Questo approccio intende tutelare il know-how aziendale, consolidare le competenze interne, potenziare la Ricerca e Sviluppo favorendo l'innovazione di prodotto e mantenendo al contempo l'agilità necessaria per rispondere rapidamente alle esigenze del mercato. L'azienda dispone di un polo produttivo in Romania, di una "smart factory" a Trebaseleghe (Padova) e di uno stabilimento dedicato alla maglieria a Padernello di Paese (Treviso). Per l'approvvigionamento delle materie prime, Moncler seleziona con attenzione materiali che rispondano ai più elevati standard di qualità e in linea con i propri obiettivi di sostenibilità (vedi anche pagg. 87-94). Stone Island gestisce internamente il ciclo dello sviluppo prodotto presso la sede di Ravarino (Modena), focalizzandosi sull'innovazione attraverso la ricerca su fibre, filati, finissaggi e tinture. L'azienda adotta un sistema integrato che combina modellistica, prototipia e tintoria, supportato da partnership esterne per la ricerca e l'esecuzione. La selezione di materiali e la manifattura sono supervisionate da tecnici interni, con fornitori italiani, giapponesi e coreani.

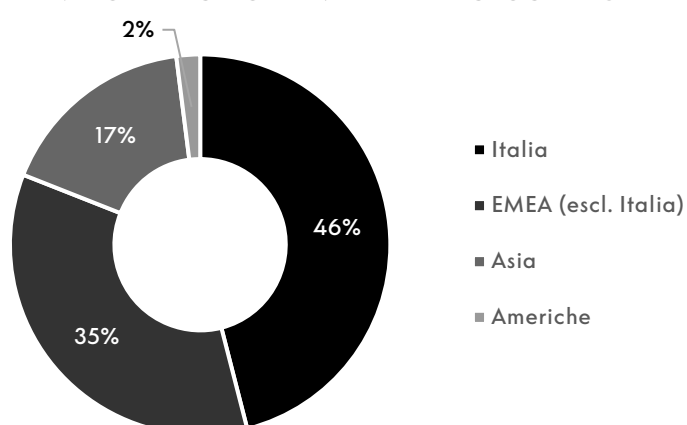
I fornitori coinvolti nella produzione di prodotti Moncler e Stone Island, nel corso del 2025, sono stati 620¹⁴ suddivisi in **fornitori di materie prime, façonisti, fornitori di prodotto finito commercializzato e fornitori di servizi** (vedi anche pagg. 222-223). La maggior parte dei fornitori (circa l'89%) sono localizzati¹⁵ nell'area EMEA con prevalenza in Italia. Il Gruppo distribuisce il proprio fatturato d'acquisto evitando di creare situazioni di dipendenza di approvvigionamento dai propri fornitori che potrebbero rappresentare dei rischi per il business. Con riferimento al livello di concentrazione, si rileva che i primi 35 fornitori rappresentano oltre il 50% del valore degli ordini. Il Gruppo si impegna a monitorare il livello di concentrazione e a identificare tempestivamente eventuali situazioni di criticità che potrebbero compromettere la continuità della fornitura. In questo contesto, il Gruppo adotta misure per mitigare tali rischi e, ove possibile, predilige l'impiego di fornitori locali situati nelle vicinanze delle principali sedi. Questo approccio non solo consente di ottenere vantaggi logistici, ma contribuisce anche a ridurre le emissioni di gas a effetto serra (GHG), generando al contempo valore e creando opportunità di lavoro nelle comunità in cui il Gruppo è attivamente presente.

¹⁴ Dal conteggio sono esclusi i fornitori con un fatturato d'ordine inferiore a 1.000 Euro l'anno.

¹⁵ Al fine di una corretta rappresentazione, per i façonisti e i fornitori di prodotto finito commercializzato, per la classificazione geografica viene utilizzato il 'made in' mentre per i fornitori di servizi e materie prime, la sede legale della società. Percentuali calcolate sul numero di fornitori.

FORNITORI PER AREA GEOGRAFICA¹⁵FORNITORI PER TIPOLOGIA¹⁶

VALORE DEGLI ORDINI PER AREA GEOGRAFICA



¹⁶ Percentuali calcolate sul numero di fornitori.

Ai **fornitori** coinvolti nella produzione dei capi si aggiungono quelli **indiretti**, che forniscono beni e servizi non direttamente correlati alla produzione del prodotto, tra cui le imprese di costruzioni, servizi di vigilanza, pulizie, facchinaggio e manutenzioni, logistica e consulenza.

CANALI DI VENDITA E CLIENT EXPERIENCE

Per entrambi i Marchi, la distribuzione avviene attraverso canali *Direct-to-Consumer* (DTC) e wholesale, con una rete di negozi monomarca e una forte presenza online diretta.

Nel 2025 Moncler ha rafforzato la sua presenza diretta attraverso nuove selezionate aperture e relocation a favore di posizioni più strategiche, mentre Stone Island, in linea con la strategia del Gruppo volta allo sviluppo integrato dei propri canali distributivi, ha progredito costantemente verso un maggiore controllo della distribuzione sui mercati internazionali, attraverso una gestione diretta progressiva dei mercati precedentemente gestiti dai distributori, completata nel 2025, e attraverso l'espansione del canale DTC.

Sia per Moncler sia per Stone Island, l'approccio omnicanale è centrale nel modello distributivo e include servizi finalizzati a garantire ai clienti una maggiore flessibilità durante il processo di acquisto, consentendo di prenotare o ordinare un capo online e provarlo in negozio o riceverlo direttamente a casa, nonché di acquistare capi, comodamente da casa, tramite vendite a distanza.

Consapevole che ogni momento di contatto con il cliente rappresenta un'opportunità per accogliere, conoscere, raccontare, ingaggiare e raccogliere feedback, il Gruppo definisce ogni progetto e iniziativa con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di acquisto, coinvolgendo sempre più i clienti nel mondo di Moncler e Stone Island. In quest'ottica, Moncler ha sviluppato il progetto **Retail Excellence**, esteso nel 2021 a Stone Island con il nome di **Omnichannel Excellence**, per rafforzare la cultura *Direct-to-Customer* (DTC). Il progetto ha coinvolto diverse aree, dalla riprogettazione dell'esperienza cliente all'organizzazione dei negozi e del personale di vendita, fino alla ridefinizione dei processi e delle modalità operative, con l'obiettivo di conoscere e ingaggiare il consumatore, e accrescerne la fedeltà attraverso un approccio sempre più omnicanale.

Garantire coerenza tra tutti i punti di contatto con il cliente è fondamentale per il Gruppo, che ha esteso, infatti, i principi della *Retail Excellence* anche a tutti i partner del canale wholesale, come monobrand, aeroporti, selezionati multibrands e department stores. Questo approccio prevede formazione alla forza vendita, personalizzazione dell'esperienza cliente, servizi post-vendita, e una comunicazione integrata. Per questo canale, il Gruppo adotta un sistema di distribuzione selettiva, aggiornato regolarmente, che assicura il rispetto di criteri qualitativi e quantitativi per mantenere il corretto posizionamento dei Marchi. Il sistema stabilisce regole per la scelta dei distributori, l'esposizione dei prodotti, le competenze del personale e il tipo di packaging, garantendo l'allineamento con l'immagine e i valori dei brand.

Entrambi i Marchi sottopongono periodicamente i propri partner commerciali ad audit, svolti sia dal personale interno sia da enti terzi indipendenti, per verificare la compliance con i propri principi di servizio e qualità, in conformità con lo standard ISO 9000.

LOGISTICA

Nel corso degli anni, il Gruppo ha concentrato i propri sforzi sull'aumento dell'automazione e della standardizzazione dei processi, proseguendo con l'integrazione dei principali provider di servizi logistici nei propri sistemi informatici. Parallelamente, è stato sviluppato un centro di competenza interno per garantire il controllo, la continuità del business e ridurre l'impatto dei processi. Il sistema logistico e distributivo di Stone Island è integrato nel modello del Gruppo, con molti flussi sovrapposti a quelli già sviluppati per Moncler. Questo permette di migliorare l'efficienza operativa, grazie alla creazione di sinergie tra spazi, risorse nei nodi logistici e nei trasporti.

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2020-2025

Il Gruppo continua progressivamente ad integrare aspetti ambientali e sociali nel suo modo di operare come dimostrato dal Piano Strategico di Sostenibilità 2020-2025, giunto a conclusione. Il Piano si è focalizzato su cinque priorità strategiche: cambiamenti climatici e biodiversità, economia circolare, catena di fornitura responsabile, valorizzazione della diversità e supporto alle comunità locali.



Nell'ambito del Piano, il Gruppo ha rafforzato la gestione degli impatti climatici definendo obiettivi di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra basati su criteri scientifici e avviando un programma di coinvolgimento dei fornitori in percorsi di decarbonizzazione, e consolidando l'impegno a raggiungere emissioni nette zero (Net Zero) entro il 2050. Le iniziative di economia circolare hanno incluso, a partire dal 2023, il riciclo degli scarti di produzione di nylon nelle proprie sedi e nella filiera produttiva e hanno contribuito ad aumentare l'utilizzo di materiali "preferred"¹⁷ nelle collezioni arrivando nel 2025 a oltre il 55% di tessuti e filati a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali, ovvero riciclati, biologici, da agricoltura rigenerativa o certificati secondo specifici standard. Il Piano di Sostenibilità ha inoltre contribuito a rafforzare la tracciabilità delle materie prime e a promuovere il continuo miglioramento degli standard sociali e ambientali lungo la filiera, grazie ad una stretta collaborazione con i propri partner produttivi. In parallelo, sono state realizzate iniziative di sensibilizzazione, sia interne sia esterne, volte a favorire e valorizzare la diversità e promuovere una cultura aziendale sempre più equa e inclusiva, ed è stata ottenuta la certificazione sulla parità salariale di genere secondo la metodologia EDGE¹⁸ a livello mondo per il marchio Moncler. Nel periodo di riferimento, il Gruppo ha infine sostenuto le comunità locali con progetti ad alto valore sociale a favore della collettività, con particolare attenzione a iniziative finalizzate alla protezione dal freddo di bambini e famiglie in situazioni di vulnerabilità.

¹⁷ 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 in linea con specifici standard).

¹⁸ Una prestigiosa certificazione internazionale che attesta l'impegno delle aziende per le pari opportunità di genere e la promozione di un ambiente di lavoro inclusivo ed equo. La certificazione EDGE rappresenta uno standard riconosciuto a livello globale per la valutazione e il miglioramento delle politiche di parità e inclusione all'interno delle aziende, offrendo un quadro concreto per identificare azioni mirate e misurabili.

LEGENDA ↑ Obiettivo superato ✓ Obiettivo raggiunto 🔄 Obiettivo parzialmente raggiunto	
➤ Obiettivo on time ○ Obiettivo posticipato	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
ACT ON CLIMATE & NATURE	
Ridurre le emissioni di CO ₂ [SDG 7; 13]	
2030 Riduzione del 70% delle emissioni CO ₂ e assolute dello scope 1 e 2 vs 2021 (in linea con l'ambizione "1,5°C" dell'iniziativa <i>Science Based Targets</i>) 2030 Riduzione del 52% delle emissioni CO ₂ e dello scope 3 per unità di prodotto vendute vs 2021 (in linea con l'ambizione "Well Below 2°C" dell'iniziativa <i>Science Based Targets</i>) 2050 Net Zero	➤ -46% vs 2021 le emissioni CO ₂ e scope 1 e 2 assolute ➤ +3% vs 2021 le emissioni CO ₂ e scope 3 assolute
Ongoing 100% <i>carbon neutral</i> in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Ongoing 100% energie rinnovabili in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Ongoing 90% di veicoli a basso impatto ambientale nel parco auto aziendale del Gruppo nel mondo Ongoing Certificazione LEED per le nuove costruzioni aziendali Ongoing Certificazione LEED per i nuovi negozi ¹⁹	✓ Mantenuta la <i>carbon neutrality</i> nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) ✓ 100% energie rinnovabili in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) ↑ 98% di vetture ibride ed elettriche nel parco auto aziendale del Gruppo nel mondo ✓ Ottenuta la certificazione LEED <i>for Building Design and Construction</i> per il nuovo Headquarter di Moncler ✓ Proseguito il processo di certificazione LEED per i nuovi negozi del Gruppo nel mondo ✓ Compensate le emissioni residue non evitabili attraverso progetti certificati sul mercato volontario e focalizzati rispettivamente sull'economia circolare e sull'energia rinnovabile

¹⁹ Esclusi gli shop-in-shop.

Ongoing Promozione di misure di efficientamento energetico ed energie rinnovabili lungo la catena di fornitura	✓ Proseguito il programma di coinvolgimento della catena di fornitura che prevede oltre ad attività di <i>energy assessment</i> finalizzate all'identificazione di azioni concrete per la riduzione dei consumi energetici e alla promozione di energia da fonti rinnovabili, il supporto ai fornitori per la definizione di target di riduzione delle emissioni di CO₂ secondo standard riconosciuti a livello internazionale
Salvaguardare la biodiversità [SDG 6; 12; 14; 15]	
2025 Supporto ad iniziative di <i>Zero Deforestation</i> e gestione sostenibile delle foreste	✓ Tutti i materiali in carta, cartone e legno utilizzati dal Gruppo sono realizzati esclusivamente con materie prime riciclate e/o riusate e/o certificate dal <i>Forest Stewardship Council</i> (FSC) e/o dal <i>Programme for the Endorsement of Forest Certification</i> (PEFC) ✓ Sostenuto un progetto promosso dall'<i>Office National des Forêts</i> (ONF), per la piantumazione di oltre 900 alberi nella foresta comunale di Monestier-de-Clermont
Ongoing Lancio dei progetti di agricoltura rigenerativa nelle filiere del cotone e della lana volti a diminuire e/o evitare gli impatti sulla biodiversità	✓ Filiera lana: proseguito il progetto di agricoltura rigenerativa in Australia con <i>PUR Projet</i>, con un sistema di monitoraggio della biodiversità e assorbimento del carbonio per ecosistemi resilienti e fertili ✓ Filiera cotone: proseguito il sostegno al progetto <i>Unlock</i> estendendo il programma a nuovi agricoltori e aree geografiche nel Sud dell'Asia; continuata la collaborazione con <i>Ecosystem Services Market Consortium</i> portando avanti progetti in Tennessee e avviandone di nuovi in Texas
THINK CIRCULAR & BOLD	
Utilizzare materiali a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali²⁰ [SDG 12]	
2025 Oltre il 50% di filati e tessuti saranno realizzati con materiali "preferred"	↑ >55% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali "preferred" (>43% nelle collezioni PE e AI 2024)

²⁰ Il valore considera il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni Primavera-Estate (PE) e Autunno-Inverno (AI) 2025.

2025 50% del nylon “preferred” utilizzato nelle collezioni 2025	↑ >60% del nylon utilizzato nelle collezioni PE e AI 2025, costituito da materiale riciclato (>50% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 50% cotone “preferred” utilizzato nelle collezioni 2025	↑ >55% del cotone utilizzato nelle collezioni PE e AI 2025, biologico o riciclato (~37% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 100% della lana merino utilizzata nelle collezioni 2025 sarà certificata <i>mulesing free</i> 2025 70% di lana certificata secondo specifici standard (ad esempio <i>Responsible Wool Standard – RWS, Nativa, Sustainawool</i>)	✓ 100% della lana merino utilizzata nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali certificati <i>mulesing free</i> (~93% nelle collezioni PE e AI 2024) ↑ >70% della lana utilizzata nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali certificati, ad esempio <i>Responsible Wool Standard – RWS, Nativa, Sustainawool</i> (~70% nelle collezioni PE e AI 2024)
Estendere la capacità del prodotto di durare nel tempo [SDG 12]	
Ongoing Almeno il 55% degli scarti di produzione di nylon (sedi produttive dirette del Gruppo e fornitori di produzione <i>outerwear</i> del marchio Moncler) riciclati	✓ Avviato a riciclo il 100% degli scarti di nylon provenienti dalle sedi dirette. Il riciclo, esteso al network esterno di produzione di <i>outerwear</i> Moncler, raggiunge, anche nel 2025, oltre il 55% del totale degli scarti di nylon
Ongoing Servizio di riparazione “avanzata” <i>Extra-Life</i> sviluppato a livello mondo	✓ Servizio <i>Extra-Life</i> di riparazione “avanzata” dei capi Moncler attivo in tutte le Region
Utilizzare un packaging a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali [SDG 14]	
Ongoing 100% packaging per i clienti finali realizzato con materiali “preferred”	✓ 100% del packaging destinato a cliente finale di Moncler e Stone Island realizzato con materiali “preferred”

Ongoing Zero plastica monouso vergine di origine fossile	✓ Zero plastica monouso vergine di origine fossile
Ongoing 100% packaging impiegato nei processi logistici realizzato con materiali "preferred"	✓ 100% packaging logistico del Gruppo realizzato con materiali "preferred"
BE FAIR	
Rafforzare i sistemi di tracciabilità delle materie prime [SDG 12]	
Ongoing 100% dei fornitori di piuma conformi anche ai nuovi moduli "diritti umani" e "ambiente" inclusi nel Protocollo DIST (Stone Island adotterà gli stessi moduli ambientali e sociali nella propria catena di fornitura certificata <i>Responsible Down Standard - RDS</i>)	✓ 100% dei fornitori di piuma conformi anche ai moduli "diritti umani" e "ambiente" inclusi nel Protocollo DIST (Stone Island ha adottato gli stessi moduli ambientali e sociali nella propria catena di fornitura certificata <i>Responsible Down Standard - RDS</i>)
Ongoing Tracciate le materie prime strategiche	✓ Materie prime strategiche tracciate (cotone, lana, nylon, piuma e poliestere)
Promuovere un luogo di lavoro sicuro ed equo [SDG 8]	
2025 Almeno l'80% dei "critical supplier" ²¹ allineati ai più alti livelli dello standard di compliance sociale del Gruppo Moncler	↑ >90% dei "critical supplier" allineati ai più alti livelli dello standard di compliance sociale del Gruppo Moncler ✓ Eseguiti 507 audit etico-sociali e ambientali nell'anno. 100% dei fornitori di capospalla auditati su aspetti etico-sociali nel triennio 2023-2025 e introdotti sistemi di monitoraggio aggiuntivi (ad esempio visite al di fuori degli orari lavorativi, monitoraggio dei consumi energetici per fasce orarie)

²¹ Comprendono i fornitori selezionati sulla base del valore economico, della continuità del rapporto con il Gruppo e di parametri di sostenibilità, valutati secondo diversi livelli di rischio associati alla tipologia di materie prime, ai processi produttivi e alla potenziale violazione dei diritti umani nel Paese in cui operano.

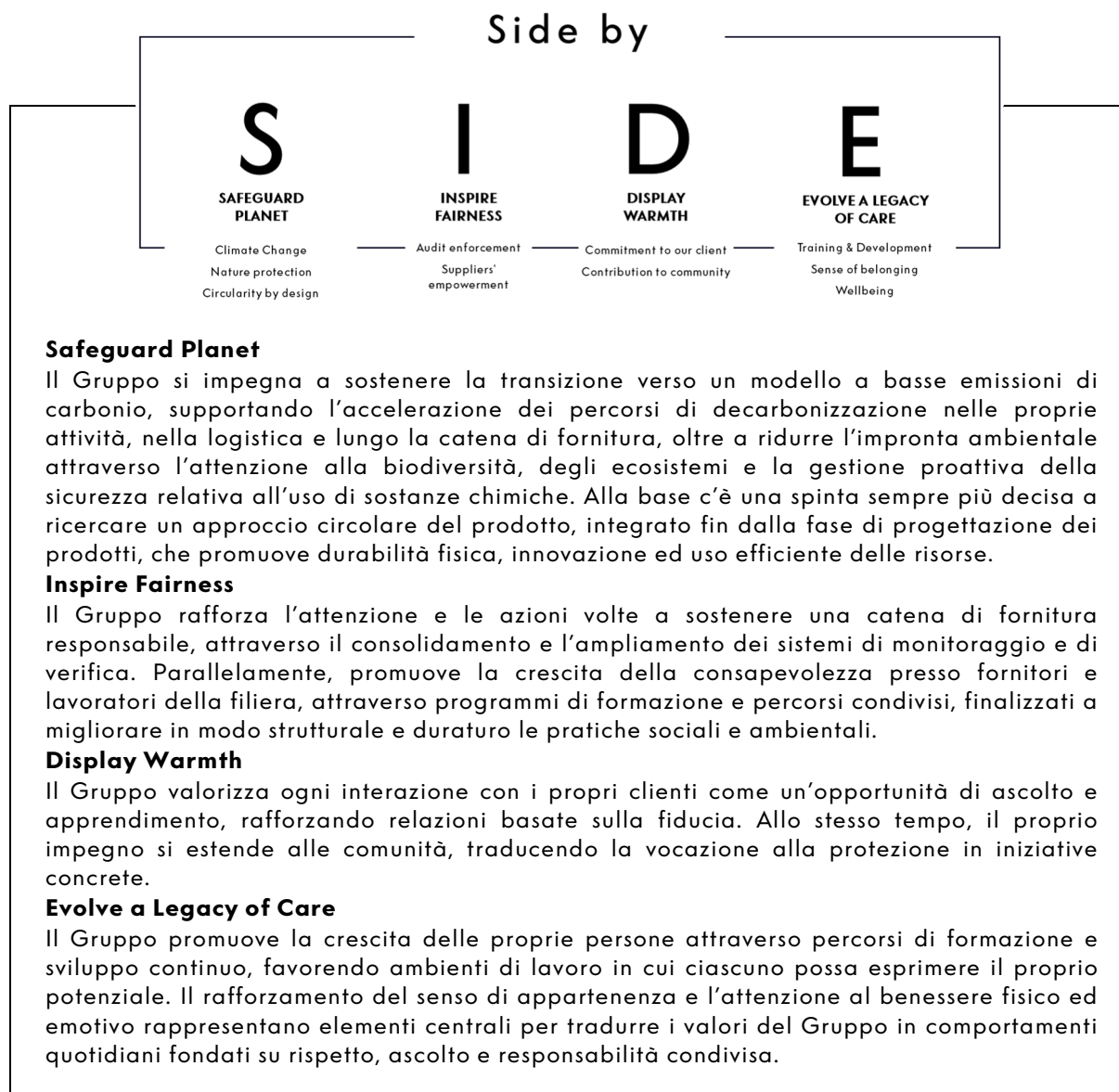
Ongoing Prosecuzione della promozione di certificazioni in materia di salute e sicurezza e ambiente presso i siti dei fornitori	✓ Proseguita l'attività di sensibilizzazione sui fornitori volta a promuovere l'importanza dei processi di certificazione
2025 100% dei "critical supplier" valutati e coinvolti in un'analisi sul <i>living wage</i> ²²	✓ 100% dei "critical supplier" valutati e coinvolti in un'analisi sul <i>living wage</i>
NURTURE UNIQUENESS	
Promuovere una cultura inclusiva attraverso la formazione [SDG 4; 5]	
2025 Aggiornamento del modello di leadership PIUMA, il sistema aziendale di valutazione della performance, con un focus sull'inclusività	✓ Lanciato BEYOND, il nuovo modello di valutazione della performance
Garantire la rappresentatività [SDG 4; 5]	
2025 ≥ 50% di donne sul totale della popolazione aziendale ≥ 50% di manager donne sul totale del management ≥ 50% di junior manager donne sul totale dei junior manager ≥ 50% di top manager donne sul totale dei top manager ≥ 50% di manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi ≥ 50% di donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM (<i>Science, technology, engineering, and mathematics</i>)	↑ 71% di donne sul totale della popolazione aziendale ↑ 53% di manager donne sul totale del management ↑ 55% di junior manager donne sul totale degli junior manager 🔄 43% di top manager donne sul totale dei top manager (<i>percentuale in crescita rispetto agli anni precedenti, ma target non pienamente raggiunto</i>) ↑ 54% di manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi ↑ 61% di donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM

²² Le analisi di living wage hanno validità triennale.

Creare un sistema di procedure e politiche a supporto della <i>Diversity, Equity & Inclusion</i> (DE&I)	
Ongoing Rafforzamento dei sistemi di protezione dei dipendenti	✓ Lanciata una nuova campagna di comunicazione interna sulla procedura di <i>whistleblowing</i>
2025 Certificazione Equal Pay a livello mondo (perimetro marchio Moncler)	✓ Ottenuta la Certificazione Equal Pay per il marchio Moncler a livello mondo
2025 Pubblicazione di un <i>DE&I report</i>	✓ Report DE&I 2025 pubblicato a febbraio 2026
Valorizzare le persone [SDG 3]	
Ongoing Ripetizione annuale dell'analisi di clima interno a livello mondo	✓ Svolta la nona analisi di clima interno, MONVoice, con un tasso di risposta dell'81% coinvolgendo 7.307 persone a livello Gruppo
GIVE BACK	
Proteggere le persone dal freddo	
2025 150.000 persone in difficoltà protette dal freddo (2020-2025)	↑ Oltre 163.000 persone in difficoltà protette dal freddo (2020-2025)
Creare valore condiviso [SDG 11]	
Ongoing 100% della popolazione aziendale eleggibile abilitata a poter svolgere attività di volontariato durante l'orario di lavoro	✓ 100% della popolazione aziendale eleggibile abilitata a poter svolgere attività di volontariato durante l'orario di lavoro

Sulla base dei risultati conseguiti e delle evidenze emerse nel periodo di attuazione del Piano 2020–2025, il Gruppo ha definito un nuovo Piano di Sostenibilità 2026–2028²³. Il Piano, denominato **SIDE by SIDE**, nasce dalla convinzione che i risultati a cui ambiamo non possono essere raggiunti individualmente, ma sono il risultato di un cammino condiviso, in cui ogni progresso prende forma dal dialogo, dalla collaborazione e dalla fiducia costruita con le persone e le organizzazioni che accompagnano il percorso del Gruppo. Coerentemente con questo approccio, il Piano 2026–2028, parte integrante del Piano Industriale del Gruppo e frutto della collaborazione di tutte le funzioni aziendali, si articola in quattro pilastri strategici che orienteranno le azioni e gli impegni del Gruppo lungo le dimensioni ambientale e sociale.

²³ Approvato in data 19 febbraio 2026 dal Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A.



Per ogni direttrice strategica, il Gruppo ha definito una serie di impegni basati su un'attenta analisi delle aree in cui può amplificare gli impatti positivi e ridurre quelli negativi. Questa analisi tiene conto sia delle sfide specifiche del settore sia delle aspettative degli stakeholder, inclusi la comunità finanziaria, i clienti, i fornitori, le associazioni e i dipendenti. Integrando la gestione dei rischi con la valorizzazione delle opportunità, il Piano punta a diffondere pratiche strutturate lungo l'intera catena del valore, assicurando coerenza tra strategia, governance e processi operativi. Nella definizione dei driver strategici e dei relativi impegni del Piano sono state tenute in considerazione anche le priorità definite nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals* – SDG), in modo da contribuire così al loro raggiungimento. Dei 17 macro-obiettivi descritti dagli SDG (come, ad esempio, affrontare i cambiamenti climatici, lottare contro l'ineguaglianza), il Gruppo direttamente o attraverso organizzazioni con cui collabora, contribuisce a 12 di loro.

PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2026-2028 "SIDE by SIDE"

OBIETTIVI
SAFEGUARD PLANET
Lotta al cambiamento climatico [SDG 7; 13]
2030 Riduzione del 70% delle emissioni CO₂e assolute dello scope 1 e 2 vs 2021 (in linea con l'ambizione "1,5°C" dell'iniziativa Science Based Targets) 2026 • <i>Building Guidelines</i>, e relativo piano di attuazione, che identificano soluzioni di elettrificazione ed efficienza energetica da applicare alle sedi aziendali a gestione diretta (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Continua • 100% di energia rinnovabile in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Continua • Certificazione LEED per le nuove costruzioni aziendali e per i nuovi negozi²⁴ 2028 • ≥45% dei veicoli nel parco auto aziendale con emissioni inferiori a 50g di CO₂/km²⁵ 2030 Riduzione del 52% delle emissioni CO₂e dello scope 3 per unità di prodotto vendute vs 2021 (in linea con l'ambizione "Well Below 2°C" dell'iniziativa Science Based Targets) - Obiettivo in revisione e oggetto di nuova validazione da parte di SBTi - 2028 • ≥65% di filati e tessuti realizzati con materiali "preferred" nelle collezioni 2028²⁶ • ≥70% di nylon "preferred" nelle collezioni 2028²⁶ • ≥65% di cotone "preferred" nelle collezioni 2028²⁶ • ≥75% di lana certificata secondo specifici standard (ad esempio <i>Responsible Wool Standard</i> – RWS, <i>Nativa</i>, <i>Sustainawool</i>) nelle collezioni 2028²⁶ Continua • Supporto ai fornitori chiave²⁷ nello sviluppo di un piano di decarbonizzazione • Promozione dell'adozione di energia rinnovabile²⁸ presso la catena di fornitura 2028 • Individuazione e inizio implementazione di nuove soluzioni logistiche a basse emissioni di carbonio²⁹ Net Zero entro il 2050

²⁴ Esclusi gli shop-in-shop.²⁵ Target subordinato all'implementazione della Decisione di esecuzione della Commissione (UE) 2023/1623.²⁶ Il valore considera il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni Primavera-Estate (PE) e Autunno-Inverno (AI) 2028.²⁷ Comprendono i fornitori selezionati sulla base dell'impatto emissivo, della rilevanza della spesa e dell'importanza strategica per il business.²⁸ A titolo esemplificativo attraverso la conversione dei contratti di fornitura di energia convenzionale in contratti di energia elettrica proveniente da fonte rinnovabile o l'acquisto di Certificati di Attribuzione dell'Energia (EACs), tra cui i certificati di Garanzie d'Origine (GO), Renewable Energy Certificate (REC), New Zealand Energy Certificate (NZEC), Non-Fossil Value Certificates (NFC) e International Renewable Energy Certificate (I-REC).²⁹ A titolo esemplificativo, si intendono iniziative volte a utilizzare modalità di trasporto alternative a minore intensità emissiva, come soluzioni intermodali che combinano trasporto marittimo e ferroviario.

Protezione della natura [SDG 3; 6; 12; 15]

Tutela della biodiversità

2026

- Adozione di nuovi macchinari di tintura ad alta efficienza capaci di ridurre il prelievo idrico del 50%³⁰ rispetto alle soluzioni precedenti (marchio Stone Island)

2028

- 100% dei fornitori (tier 1) di tintura in capo coinvolti in un programma di *capacity building* sulla gestione dell'acqua (marchio Stone Island)

2028

- Analisi delle aree di approvvigionamento dei filati e tessuti realizzati con materie prime strategiche tracciate³¹ al fine di individuare potenziali zone a stress idrico e studiare iniziative per la mitigazione degli impatti

2028

- Protocollo DIST integrato con una sezione dedicata alla biodiversità

Continua

- Prosecuzione e sviluppo di progetti di agricoltura rigenerativa nelle filiere del cotone e della lana

Continua

- Tutti i materiali in carta, cartone e legno utilizzati, realizzati esclusivamente con materie prime riciclate e/o riusate e/o certificate dal *Forest Stewardship Council* (FSC) e/o dal *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC)

Gestione delle sostanze con potenziale impatto ambientale

2026

- Introduzione di parametri volontari nelle analisi delle acque reflue (in aggiunta a quelli di legge) presso almeno l'80% dei "critical supplier" di filati e tessuti con processi interni di produzione a umido

2028

- Definizione di un approccio di Gruppo relativamente al tema della frammentazione delle fibre

2026

- Trattamenti idrorepellenti e tessuti acquistati per la produzione senza uso intenzionale di PFAS³²

³⁰ A parità di processo di tintura.

³¹ Almeno l'80% in volume dei tessuti e filati realizzati con cotone, lana, nylon e poliestere.

³² Sostanze perfluoroalchiliche e polifluoroalchiliche (Per- and Polyfluoroalkyl Substances - PFAS).

Sviluppo di modelli di circolarità [SDG 9; 12; 14]

Minimizzazione dell'impatto di prodotto e packaging

2028

- >25% dei prototipi di *Moncler Collection* sviluppati con tecnologia 3D al fine di minimizzare i campioni fisici

Continua

- ≥55% degli scarti di produzione di nylon (sedi produttive dirette del Gruppo e fornitori di produzione *outerwear* del marchio Moncler) avviati a riciclo

2028

- Attivazione di soluzioni di riutilizzo per il packaging logistico

2028

- Utilizzo di almeno il 70% di materiale plastico post-consumo nel packaging realizzato in plastica 100% riciclata

Continua

- Zero plastica vergine monouso di origine fossile
- 100% packaging per i clienti finali e per i processi logistici realizzato con materiali "preferred"

2028

- Lancio di un programma per il riutilizzo, la donazione o il riciclo degli allestimenti di Visual Merchandising e degli eventi (marchio Moncler)

Estensione della vita del prodotto

2028

- Definizione di linee guida per lo sviluppo del prodotto e del packaging al fine di promuovere e facilitare la riciclabilità e la riparabilità

2026-2028

- Progressiva estensione del servizio di riparazione "avanzata" *Extra-Life 2.0* al marchio Stone Island e ampliamento delle casistiche di riparabilità del marchio Moncler

2027

- Modelli iconici *Moncler Maya* e *Moncler Bady* coperti dalla garanzia di riparazione a vita³³

INSPIRE FAIRNESS

Potenziamento del modello di audit [SDG 8; 12]

2028

- ≥80% del parco fornitori allineati ai più alti livelli dello standard di compliance sociale e ambientale³⁴ del Gruppo Moncler³⁵

³³ Per i resi tecnici.

³⁴ Coloro i cui risultati degli audit etico-sociali e ambientali presentano un livello di rischio basso o moderato. Il livello di rischio è determinato sulla base di una valutazione quantitativa delle eventuali non conformità riscontrate, ponderate in funzione della loro gravità, e riflette il rispetto dei requisiti normativi applicabili e degli standard interni del Gruppo, in particolare in ambito di salute e sicurezza, diritti dei lavoratori e impatti ambientali.

³⁵ L'obiettivo si riferisce ai fornitori inclusi nel piano di audit.

2027

- Per i “critical supplier” passaggio da un piano di audit triennale a un piano di audit biennale

2026

- Per i fornitori ad alto rischio³⁶ passaggio da un piano di audit triennale a un piano di audit annuale

2028

- ≥80% dei façonisti e dei fornitori di prodotto finito commercializzato coperto da un programma di *due diligence* basato su una raccolta documentale semestrale per individuare potenziali rischi nella catena del valore (che si aggiunge al piano di audit standard)

Programmi di sensibilizzazione dei fornitori [SDG 8; 12]**2028**

- *Roll out* di un programma per sensibilizzare i fornitori alla protezione dei lavoratori migranti

2028

- 100% dei “critical supplier” e di quelli a potenziale rischio salariale coinvolti in un’analisi sul *living wage* con conseguenti programmi di miglioramento per i fornitori non allineati

2028

- Offerta di programmi di formazione su tematiche ESG per accrescere le competenze dei lavoratori dei “critical supplier”

2028

- Inserimento di clausole ambientali e/o sociali (ad esempio l’adozione di energia rinnovabile, certificazioni, ecc...) nei contratti con i fornitori

DISPLAY WARMTH**Dedizione al cliente [SDG 9]****2026-2028**

- Progressivo ampliamento dei canali di contatto per rafforzare l’esperienza di ascolto attivo dei clienti

2026-2028

- Progressivo rafforzamento della capacità dei *Client Advisor* di personalizzare il servizio in negozio sulla base delle preferenze dei clienti

2026

- ≥80 il punteggio del VIBE score sulla soddisfazione del cliente (perimetro Moncler)

³⁶ Comprendono i façonisti e i fornitori di prodotto finito commercializzato localizzati in Paesi ad alto rischio che sono identificati sulla base della metodologia proprietaria di un partner internazionale specializzato su tematiche ESG e attraverso attività di monitoraggio dei media.

2028

- Introduzione del Net Promoter Score per la valutazione della soddisfazione del cliente (marchio Stone Island)

Continua

- Aggiornamento delle procedure interne e della documentazione relative alla gestione e protezione dei dati

Contributo alla comunità [SDG 11]**2028**

- 150.000 persone in difficoltà protette dal freddo nel triennio

2028

- ~8 milioni di Euro investiti a supporto delle comunità locali nel triennio

2028

- 10 borse di studio destinate ai figli dei dipendenti

2028

- 3 borse di studio destinate a creativi appartenenti a categorie meno rappresentate

EVOLVE A LEGACY OF CARE**Promozione dell'attività di formazione e sviluppo [SDG 4]****Formazione continua e upskilling****2026**

- Aggiornamento annuale con contenuti innovativi delle *Leadership Academy* per la popolazione retail e corporate e lancio di una nuova *Academy* per i team Operation

2026-2028

- Lancio e *roll out* del programma triennale *Business and Market Acumen* finalizzato a mantenere la popolazione aziendale aggiornata sui trend di mercato

2026-2028

- Lancio e *roll out* del programma triennale *Upskilling Digital and Tech* sull'utilizzo di *Artificial Intelligence* e sul potenziamento della *data literacy* nelle attività quotidiane

2028

- Dipartimenti Purchasing di Moncler e Stone Island formati su tematiche ambientali e sociali

Percorsi di sviluppo personalizzati**2028**

- Lancio del programma *Shadowing Executive* per promuovere spirito imprenditoriale e sviluppo professionale tra i giovani talenti

Tutela del senso di appartenenza [SDG 3; 5]

Comprensione dei bisogni dei dipendenti

2026

- Lancio di due survey “pulse” all’anno per garantire un canale di ascolto dei dipendenti continuo e azioni tempestive

2028

- 100% del top management³⁷ formato sui temi della prevenzione del bullismo e delle molestie

Promozione della Diversity, Equity & Inclusion

2026-2028

- Lancio e *roll out* del programma triennale *Invisible Disabilities* per favorire una cultura inclusiva, con particolare attenzione alla neurodiversità e alle patologie croniche

Continua

- Supportare un equilibrio di genere della forza lavoro per categoria³⁸

Cura del benessere [SDG 3; 8]

2028

- Definizione di una politica di *Well-being*

2026-2028

- Lancio e *roll out* del programma triennale *Emotional Balance* a supporto del benessere dei dipendenti con focus sulla sicurezza psicologica

2026-2028

- Lancio e *roll out* del programma triennale *Longevity*, un percorso dedicato al benessere dei dipendenti con sfide sportive, consigli nutrizionali e workshop alimentari personalizzati in base all’età e alle preferenze

Continua

- 100% dei dipendenti del Gruppo con retribuzione conforme al *living wage*

³⁷ Include dirigenti e dirigenti senior.

³⁸ Include per le seguenti categorie: ≥50% 1) donne sul totale della popolazione; 2) manager donne sul totale del management; 3) junior manager donne sul totale dei junior manager; 4) manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi; 5) donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM (Science, technology, engineering, and mathematics); e ≥40% 6) top manager donne sul totale dei top manager.

Il Piano di Sostenibilità del Gruppo Moncler è integrato nella strategia aziendale complessiva. Questa integrazione rende complesso distinguere in modo analitico i costi e gli investimenti associati ai singoli progetti e alle attività che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità. In molti casi, infatti, è necessario considerare una molteplicità di fattori interconnessi, con sovrapposizioni che rendono difficile isolare specifici elementi di costo o beneficio per fornire stime separate. Di conseguenza, sono di seguito riportati esclusivamente gli importi più significativi relativi al periodo di rendicontazione 2024 e 2025:

(milioni di Euro)	2024		2025	
	Investimenti	Costi operativi	Investimenti	Costi operativi
ACT ON CLIMATE & NATURE	6,6	2,8	6,3	2,9
THINK CIRCULAR & BOLD³⁹	0,3	84,3	0,2	98,9
BE FAIR	0,3	1,2	0,1	1,4
NURTURE UNIQUENESS	-	3,6	-	4,3
GIVE BACK	-	3,6	-	4,1

Anche nell'ambito dei prodotti finanziari, Moncler sta sperimentando e adottando nuovi meccanismi legati alle performance di sostenibilità. A novembre 2020, Moncler ha siglato un accordo per le coperture del rischio di cambio, che prevede un premio in termini di miglioramento dello *strike* di *hedging* sulle valute, basato sul riconoscimento di elevati standard di sostenibilità da parte di un ente di valutazione esterno e indipendente.

Il Gruppo, in linea con la propria strategia aziendale, intende proseguire in questo percorso di continui investimenti nella filiera, in particolare nell'acquisto di materiali "preferred" e nelle azioni per l'implementazione della strategia climatica. È tuttavia complesso dare indicazioni numeriche puntuali ma si prevede un trend in linea con il 2025, per quanto riguarda investimenti e costi operativi.

³⁹ Il valore si riferisce al costo totale degli acquisti di materiali "preferred" avvenuti nell'anno. Non è possibile determinare il differenziale di costo tra materiale "preferred" e materiale convenzionale.

[SBM-2] INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI

Il Gruppo Moncler considera molto importante mantenere una relazione costante e solida con tutti i propri stakeholder.

Gli stakeholder rappresentano un'ampia gamma di interessi diversi: stabilire e mantenere relazioni stabili e durature basate sul dialogo continuo e sul coinvolgimento attivo è un elemento cruciale per una creazione di valore condiviso e di lungo periodo.

Attraverso la comprensione delle aspettative specifiche delle diverse categorie di stakeholder, Moncler e Stone Island sono in grado di coglierne i bisogni, gestire anticipatamente l'insorgere di potenziali criticità e orientare in modo più efficace le proprie azioni e i propri piani. Identificare in modo puntuale i propri stakeholder e organizzare i canali più efficaci, monitorando costantemente aspettative e opinioni, costituiscono il punto di partenza per impostare un solido processo di *engagement*.

Il Gruppo, attraverso funzioni dedicate, persegue un approccio proattivo nei confronti della pluralità di interlocutori con cui costantemente si rapporta nel mondo, promuovendo il dialogo costante e recependone le esigenze. Entrambi i Marchi sono consapevoli, infatti, che questi momenti di confronto costituiscono occasioni reciproche di crescita e arricchimento. Nel corso degli ultimi anni, l'impegno del Gruppo è volto a ridisegnare nuovi modi di dialogare per interagire con la propria *community* con un approccio sempre più *digital native*.

Nel 2025 alcuni gruppi di stakeholder, in particolare dipendenti, rappresentanti dei lavoratori, investitori e analisti, associazioni di categoria, Organizzazioni Non Governative, sono stati coinvolti nello svolgimento dell'analisi di doppia rilevanza per la valutazione della materialità dei principali impatti legati ai temi di sostenibilità (vedi anche pagg. 108-110).

La tabella seguente illustra la mappa degli stakeholder, i canali di interazione e le principali aspettative ed è aggiornata periodicamente tramite indagini interne con le strutture aziendali deputate alla gestione quotidiana dei rapporti con le specifiche categorie.

STAKEHOLDER	STRUMENTI E CANALI DI INTERAZIONE	ASPETTATIVE DEGLI STAKEHOLDER
Dipendenti	Analisi di clima interno, <i>MONVoice</i>	Informazione su strategie e risultati del Gruppo
	Dialogo costante con la Direzione Risorse Umane	Gestione responsabile del business
	Incontri annuali per discutere la valutazione della performance, per confrontarsi sul percorso di crescita e per definire gli obiettivi individuali	Chiarezza di obiettivi e sistema premiante
	Incontri per la condivisione dei risultati e degli obiettivi futuri aziendali	Formazione e sviluppo professionale
	Incontri per sensibilizzare e informare su tematiche legate alla salute e al benessere	Ambiente di lavoro stimolante e sicuro
	Incontri di formazione e corsi in modalità digitale	Diversità, pari opportunità e inclusione
		Coinvolgimento nella vita aziendale
		Promozione del benessere, della salute e della sicurezza

	Intranet aziendale e piano di <i>newsletter</i> Incontri formativi per Giovani talenti, <i>MONCampus</i> Piattaforma aziendale Incontri con il management, <i>Thank Boss It's Friday!</i> Programmi di inserimento per nuovi assunti Programmi di volontariato Survey online su tematiche specifiche	
Organizzazioni sindacali, rappresentanti dei lavoratori	Incontri con le rappresentanze sindacali	Gestione responsabile del business Attività di coinvolgimento e informazione tempestiva in merito a tematiche rilevanti per la popolazione aziendale Aggiornamento sull'avanzamento della formazione svolta in azienda Predisposizione della rendicontazione di sostenibilità chiara e trasparente
Cliente finale	Rapporto diretto e continuativo con il personale di vendita Servizio di <i>Client Service</i> Interazioni tramite telefono, posta, e-mail, social media Definizione di iniziative ed esperienze personalizzate Ricerche di mercato e focus group Raccolta sistematica dei feedback del cliente (ad esempio VIBE)	Qualità, sicurezza e capacità di durare nel tempo del prodotto Prodotti realizzati rispettando l'ambiente, le persone e gli animali Stile, unicità, innovazione e completezza dell'offerta Elevato livello di servizio durante e post-vendita Personale di vendita competente, professionale ed empatico Esperienze di acquisto ed interazione personalizzate

Clienti wholesale	Incontri di formazione in presenza e online Dialogo continuativo via telefono o e-mail Visite presso i negozi Testimonianze presso le università	Qualità e innovazione dei prodotti Sicurezza e trasparenza relativamente agli aspetti ambientali, sociali e al benessere animale lungo l'intero sistema di approvvigionamento Reputazione del marchio
Fornitori, partner commerciali	Incontri istituzionali Incontri ad hoc per la definizione e condivisione di standard Incontri formativi stagionali e annuali Portale dedicato Rapporti quotidiani	Continuità della fornitura Rispetto delle condizioni contrattuali Coinvolgimento nella definizione di standard relativi alla fornitura, inclusi criteri socio-ambientali, e tempestività nella comunicazione dei nuovi requisiti richiesti Rapporto di collaborazione e supporto nella gestione delle eventuali problematiche produttive
Comunità locali	Incontri con rappresentanti delle associazioni, delle organizzazioni e della comunità locale Incontri per la definizione di interventi o progetti gestiti direttamente o in collaborazione	Sostegno o finanziamento di iniziative Supporto ad attività di sensibilizzazione
Investitori e analisti (tradizionali e di sostenibilità)	Assemblea degli Azionisti Conference-call o incontri periodici a seguito di comunicazioni rilevanti Comunicazioni e informazioni price-sensitive Seminari, conferenze di settore, roadshow e incontri Dialogo quotidiano (incontri, telefono, e-mail) Sito web istituzionale Compilazione di questionari finalizzati alla valutazione	Consolidamento e rafforzamento della conoscenza del Gruppo e del suo modello di business Creazione di valore (ritorno sugli investimenti, sostenibilità del business) Gestione trasparente e responsabile Tempestività e disponibilità al dialogo Adeguate gestione dei rischi inclusi quelli socio-ambientali

	della performance di sostenibilità	
Media	<i>Press day</i> Interviste con i vertici aziendali Conferenze Stampa Media plan Sfilate/eventi Sito web istituzionale Dialogo costante	Disponibilità, tempestività e accuratezza delle informazioni Informazioni sulle tendenze delle stagioni successive
Enti locali, pubblica amministrazione, enti regolatori, Associazioni di categoria e Organizzazioni Non Governative	Incontri ad hoc Partecipazione a gruppi di lavoro Definizione e sviluppo di progetti comuni	Partecipazione a progetti di pubblica utilità Inclusione di aspetti ambientali, sociali e di <i>animal welfare</i> nelle strategie aziendali e nel sistema di approvvigionamento Comunicazione degli obiettivi aziendali con riferimento ad aspetti ambientali, sociali e di <i>animal welfare</i> Partecipazione attiva a tavoli di discussione Utilizzo efficiente delle materie prime Elementi di sostenibilità nei punti vendita

La Funzione Corporate Affairs & Compliance aggiorna periodicamente il Comitato Nomine e Remunerazione, nonché il Consiglio di Amministrazione, sugli esiti dell'intensa attività di engagement svolta annualmente con gli investitori e i *Proxy Advisor*, sia in vista dell'Assemblea annuale sia successivamente, al fine di recepire spunti utili per possibili sviluppi futuri. Tale attività include discussioni su tematiche ambientali, sociali e di governance (ESG).

Inoltre, su base annuale, vengono analizzati in dettaglio i risultati dell'indagine MONVoice dal Comitato Nomine e Remunerazione. Questi risultati sono fondamentali per le verifiche connesse alle politiche delle risorse umane.

Relazioni con enti, istituzioni e associazioni

Il Gruppo Moncler crede nel dialogo e nella collaborazione e aderisce a molteplici organizzazioni, associazioni e tavoli di discussione, sia a livello nazionale sia internazionale, con un contributo di oltre 650.000 Euro (700.000 Euro nel 2024). Diversi sono gli ambiti di intervento: dalla promozione della moda italiana e delle iniziative di sostenibilità, alla lotta alla contraffazione, alla tutela del marchio, alla promozione del talento delle donne, al sostegno dell'innovazione fino al supporto nella definizione di modifiche di normative nazionali e internazionali.

Di seguito si riportano le principali associazioni a cui partecipa il Gruppo:

- **Anti-Counterfeiting Group (ACG):** associazione senza scopo di lucro, il cui fine è la tutela del consumatore dalla contraffazione attraverso l'agevolazione di programmi di formazione e la costituzione di un ambiente collaborativo tra società e le principali autorità locali (circa 3.900 Euro).
- **INDICAM:** associazione per la lotta alla contraffazione, attiva su diversi fronti tra cui la diffusione di una cultura anticontraffazione fra gli operatori, le pubbliche autorità e il grande pubblico; il miglioramento delle disposizioni legislative anticontraffazione; operazioni collettive di investigazione fra i propri associati, in cooperazione con le autorità diplomatiche italiane, per la protezione dei marchi all'estero (3.000 Euro).
- **SNB-REACT (Coöperatieve Vereniging SNB-REACT):** associazione senza fini di lucro che promuove azioni contro la contraffazione.
- **Union des Fabricants (Unifab):** associazione francese attiva nella difesa dei diritti di proprietà intellettuale, presente anche a Tokyo e Pechino, supporta gli associati nella lotta alla contraffazione in Asia e nella gestione dei rapporti con le autorità locali.
- **ECCK (European Chamber of Commerce in Korea):** associazione coreana impegnata nella tutela e promozione degli interessi delle società con sede nei paesi dell'Unione europea (UE) e dell'Associazione europea di libero scambio (AELS) attive in Corea del Sud. L'associazione si focalizza nella facilitazione del dialogo con le autorità governative locali, nel raccogliere e condividere informazioni sugli sviluppi commerciali, economici e regolamentari, nell'attuare attività di lobby per rafforzare e confermare l'impegno del Governo locale nella lotta alla contraffazione, nei mercati fisici e online.
- **Assonime:** associazione delle società italiane per azioni che opera per il miglioramento della legislazione industriale, commerciale, amministrativa e tributaria in Italia con particolare riguardo alla disciplina delle società, realizza studi e pubblicazioni e rappresenta il punto di vista delle imprese presso le istituzioni italiane, europee ed internazionali.
- **Camera Nazionale della Moda Italiana:** associazione il cui fine è la promozione, il coordinamento del settore della moda italiana e la formazione dei giovani stilisti italiani.
- **Club 231:** iniziativa promossa per promuovere il confronto sulle novità legislative in materia del D.Lgs. 231/2001, favorendo lo scambio di conoscenze e competenze maturate sia in ambito aziendale sia in ambito giurisprudenziale e dottrinale.
- **Fondazione Altagamma:** fondazione che riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come autentiche ambasciatrici dello stile italiano nel mondo, la cui missione è contribuire alla loro crescita e competitività.
- **PREVILINE ASSISTANCE (Cassa Interaziendale di Assistenza per le Aziende clienti del Gruppo ASS. GENERALI S.p.A.):** associazione nazionale a disposizione delle aziende, che opera per perseguire finalità esclusivamente assistenziali a favore dei propri iscritti, attraverso l'erogazione di prestazioni sia in forma mutualistica che assicurativa, mediante la sottoscrizione di convenzioni con compagnie assicurative.
- **Unione degli industriali della provincia di Padova:** associazione nazionale che ha lo scopo di migliorare la competitività del sistema produttivo locale, attraverso la realizzazione di infrastrutture e la promozione del trasferimento di conoscenza e di una cultura del lavoro

moderna, di un forte spirito d'iniziativa individuale e collettivo, dell'innovazione e della ricerca applicata.

- **Valore D:** associazione italiana di cui fanno parte grandi realtà aziendali impegnate nel sostegno e nella promozione della leadership e del talento femminile quale contributo di valore alla crescita delle imprese (8.000 Euro).

Grazie alla partecipazione alle associazioni sopra elencate e ad altre, il Gruppo si impegna a supportare diversi temi rilevanti per il business e per il settore di appartenenza, tra cui, ad esempio, l'adesione ad associazioni impegnate in tematiche industriali e produttive del mondo della moda, con un contributo di oltre 150.000, Euro e ad associazioni impegnate in tematiche ESG (*Environmental Social Governance*), con un contributo di circa 355.000 Euro.

In particolare, dal 2019, Moncler è parte del **The Fashion Pact**, una coalizione di aziende globali leader del settore della moda e tessile che, insieme a fornitori e distributori, promuove un impegno condiviso su priorità ambientali comuni. Nel corso degli anni, il *The Fashion Pact* ha rivisto e aggiornato la propria strategia, adottando un approccio più strutturato e orientato all'implementazione operativa lungo l'intera catena del valore.

L'attuale strategia si concentra in particolare sulla tutela e sul ripristino della biodiversità, riconoscendo la necessità di andare oltre la sola riduzione degli impatti negativi e di contribuire attivamente alla rigenerazione degli ecosistemi naturali. Parallelamente, promuove azioni volte a ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi, con particolare attenzione alle fasi a maggiore intensità energetica, e a favorire l'impiego di materiali a minore impatto ambientale, intervenendo fin dalle fasi iniziali della filiera. Un ulteriore ambito prioritario riguarda la transizione verso l'energia da fonti rinnovabili, considerata essenziale per la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra lungo la catena di fornitura del settore moda.

All'interno del *The Fashion Pact*, Moncler è stata presente nello *Steering Committee*, un comitato composto da alcuni CEO dei brand membri, volto a mantenere aperto un dialogo tra i dirigenti aziendali e condividere idee, linee guida e progressi, e continua a sedere nell'*Operations Committee*, l'organo che definisce le azioni, i gruppi di lavoro e le attività di sensibilizzazione da implementare per raggiungere le priorità definite dallo *Steering Committee*.

MONCLER A SOSTEGNO DELLE ASSOCIAZIONI PER LA LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il Gruppo è consapevole dell'importanza di stringere partnership e collaborazioni con il mondo accademico, la società civile, le istituzioni e le imprese con l'obiettivo di unire le forze e creare nuove sinergie per combattere i cambiamenti climatici. A tal proposito nel corso degli ultimi anni ha aderito ad associazioni impegnate su questo fronte tra cui: **The Fashion Pact**, una coalizione che ha tra i principali obiettivi proprio la lotta al cambiamento climatico e che si impegna a formare e informare le aziende che ne fanno parte, supportandole nei processi di trasformazione e innovazione necessari a ridurre i propri impatti ambientali; **Camera Nazionale della Moda Italiana** impegnata a svolgere attività di advocacy con tutti i brand italiani per promuovere una moda responsabile che si basa tra le altre cose su principi di riduzione degli impatti ambientali delle attività di business e il rispetto dei diritti umani; **Fondazione Altagamma** che promuove tra i propri aderenti anche tematiche di riduzione dell'impatto ambientale; e **Re.Crea** un consorzio fondato per organizzare in modo responsabile la gestione dei prodotti del settore tessile e moda a fine vita e per promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni di riciclo innovative. Il Gruppo Moncler, nell'aderire a queste associazioni in tutti i Paesi in cui opera, assume una posizione allineata ai principi espressi nella propria Politica Ambientale che si ispira all'Accordo di Parigi sul Clima del 2015, al Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente (UNEP), al *Green Deal* Europeo, al *Global Compact* e agli obiettivi descritti dagli *UN Sustainable Development Goals* (SDGs). La responsabilità dell'effettiva applicazione di tali principi è affidata al Chief Marketing & Corporate Strategy Officer che aggiorna periodicamente il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, insieme all'Unità di Sostenibilità. A quest'ultima è anche affidato il monitoraggio periodico dell'allineamento degli impegni di queste associazioni con quelli del Gruppo. Moncler ritiene tale allineamento fondamentale per permettere il raggiungimento condiviso degli obiettivi sfidanti che queste associazioni si pongono e si impegna a promuovere proattivamente le proprie ambizioni ambientali nel caso in cui dovesse emergere un disallineamento con quello delle associazioni a cui aderisce.

[SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Di seguito sono riportati gli impatti attuali e potenziali, i rischi teorici (la cui valutazione non prende in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo) e le opportunità, suddivisi nei sottotemi di sostenibilità delineati dagli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS), che il Gruppo ha identificato e valutato come rilevanti nell'ambito dell'analisi di doppia rilevanza, comprensivi degli aggiornamenti emersi dal processo svolto nel 2025 descritto alle pagg. 108-110. Le questioni di sostenibilità rilevanti, emerse da tale analisi, rappresentano, tra le altre, le priorità su cui il Gruppo struttura il Piano Strategico di Sostenibilità.

Per ciascun impatto, rischio o opportunità (di seguito anche "IRO") viene specificato in quale fase della catena del valore si concentra prevalentemente, se nelle attività proprie del Gruppo, a monte o a valle di tali attività. Inoltre, viene illustrato l'orizzonte temporale in cui il Gruppo si attende che l'effetto dell'impatto, rischio o opportunità si concretizzi o potrebbe concretizzarsi. Infine, viene indicato laddove un impatto abbia natura potenziale.

Priorità Strategica del Piano di Sostenibilità 2020-2025	IRO materiali per ESRS tematici	Sotto-tema/Sotto-sotto-tema	Catena del valore a monte	Attività proprie	Catena del valore a valle	Orizzonte temporale
ACT ON CLIMATE & NATURE	E1 - Cambiamenti Climatici					
	Impatto negativo sull'ambiente dovuto alle emissioni dirette e indirette di gas serra delle proprie attività (scope 1 e 2).	- Mitigazione dei cambiamenti climatici - Energia		✓		Breve Periodo
	Impatto negativo sull'ambiente dovuto alle emissioni indirette di gas serra delle attività a monte e a valle (scope 3).	- Mitigazione dei cambiamenti climatici - Energia	✓		✓	Breve Periodo
	Rischi fisici teorici derivanti dall'intensificazione di fenomeni climatici estremi e cronici (forti precipitazioni, trombe d'aria, ondate di calore o di freddo, mareggiate, incendi, fenomeni di siccità, ecc.), che potrebbero colpire i siti fisici comportando la possibile interruzione o riduzione dei livelli di produzione (continuità operativa).	Adattamento ai cambiamenti climatici		✓		Lungo Periodo
	Rischio teorico associato ai cambiamenti nelle dinamiche di acquisto dei clienti, con potenziali preferenze per prodotti a più basso impatto o per capi più leggeri.	Adattamento ai cambiamenti climatici			✓	Lungo Periodo
	Rischio teorico reputazionale di mancato raggiungimento degli obiettivi climatici definiti nel piano di sostenibilità (scope 1-2-3).	- Mitigazione dei cambiamenti climatici - Energia		✓		Medio Periodo

Priorità Strategica del Piano di Sostenibilità 2020-2025	IRO materiali per ESRS tematici	Sotto-tema/Sotto-sotto-tema	Catena del valore a monte	Attività proprie	Catena del valore a valle	Orizzonte temporale
	E2 – Inquinamento					
	Rischio teorico reputazionale derivante dal mancato rispetto delle normative sulla qualità dell'aria, dell'acqua e del suolo da parte dei fornitori.	-Inquinamento del suolo -Inquinamento dell'aria -Inquinamento dell'acqua	✓			Breve Periodo
	E3 – Acque e risorse marine					
	Potenziale impatto negativo sulle falde acquifere dovuto all'eccessivo prelievo di acqua e al conseguente effetto sull'equilibrio ecologico dei corpi idrici, in particolare nelle aree caratterizzate da elevato stress idrico.	- Prelievi d'acqua - Consumo d'acqua	✓			Medio Periodo
	E4 – Biodiversità ed ecosistemi					
	Potenziale impatto negativo sugli ecosistemi e sugli organismi viventi derivante dal degrado del suolo, causato da pratiche non sostenibili come l'uso intensivo delle risorse naturali e la deforestazione, con potenziale perdita di biodiversità.	- Cambiamento di uso del suolo - Impatti sull'estensione e sulla condizione degli ecosistemi	✓			Medio Periodo
THINK CIRCULAR & BOLD	E5 – Uso delle risorse ed economia circolare					
	Opportunità di ottenere un vantaggio competitivo mediante la promozione e ricerca di soluzioni a basso impatto ambientale da integrare nella progettazione e produzione dei prodotti, in un'ottica di economia circolare (ad esempio, utilizzo di materiali "preferred", eco-design, recupero/riciclo/riutilizzo degli scarti di produzione, riparazione dei capi, ecc.).	-Utilizzo di materiali "preferred" (<i>entity specific</i>) -Deflussi di risorse connessi a prodotti e servizi	✓	✓	✓	Breve Periodo
	NEW Rischio reputazionale teorico, legato alla possibilità che le pratiche di gestione del magazzino non risultino conformi ai principi di economia circolare e alle nuove disposizioni in materia di distruzione degli invenduti.	Deflussi di risorse connessi a prodotti e servizi		✓		Breve Periodo
	S4 - Consumatori e utilizzatori finali					
	Rischio teorico legato a sanzioni o al divieto di commercializzazione di determinati articoli, qualora non vengano rispettate le normative	Salute e sicurezza			✓	Breve Periodo

Priorità Strategica del Piano di Sostenibilità 2020-2025	IRO materiali per ESRS tematici	Sotto-tema/Sotto-sotto-tema	Catena del valore a monte	Attività proprie	Catena del valore a valle	Orizzonte temporale
	applicabili relative alla conformità dei prodotti in particolare quelle relative all'uso di sostanze chimiche potenzialmente nocive.					
NURTURE UNIQUENESS	S1 - Forza lavoro propria					
	Impatto positivo sul benessere e sulla soddisfazione dei dipendenti che può derivare dalla promozione di benefit dedicati, come assicurazioni sulla vita, piani pensionistici, programmi di prevenzione, benessere e nutrizione, asili nido e centri fitness oltre ad un orario di lavoro flessibile.	- Equilibrio tra vita professionale e vita privata - Occupazione sicura - Orario di lavoro		✓		Breve Periodo
	Impatto positivo sulle competenze e sulle conoscenze dei dipendenti attraverso i programmi di formazione, che contribuiscono a una forza lavoro coinvolta e motivata.	Formazione e sviluppo delle competenze		✓		Breve Periodo
	Impatto positivo sui dipendenti grazie all'offerta di pacchetti retributivi competitivi e di opportunità di lavoro e percorsi di carriera stimolanti.	Salari adeguati		✓		Breve Periodo
	Potenziale impatto negativo sulla salute e sulla sicurezza dei dipendenti a causa di infortuni e malattie professionali negli ambienti di produzione.	Salute e sicurezza		✓		Breve Periodo
	Potenziale impatto negativo sulla propria forza lavoro derivante da episodi di discriminazione.	- Diversità - Occupazione e inclusione delle persone con disabilità		✓		Breve Periodo
	NEW Impatto positivo sui dipendenti legato al supporto al dialogo sociale e al rispetto dei principi di libertà di associazione e di contrattazione collettiva.	- Contrattazione collettiva - Dialogo sociale - Libertà di associazione		✓		Breve Periodo
	Rischio teorico di perdita e attrazione di talenti e di figure chiave a diversi livelli dell'organizzazione, per un mercato del lavoro competitivo e in continua evoluzione, dal punto di vista salariale e dei percorsi di carriera, come quello del settore moda/lusso.	Salari adeguati		✓		Breve Periodo

Priorità Strategica del Piano di Sostenibilità 2020-2025	IRO materiali per ESRS tematici	Sotto-tema/Sotto-sotto-tema	Catena del valore a monte	Attività proprie	Catena del valore a valle	Orizzonte temporale
	Opportunità di rafforzare le competenze e il <i>know-how</i> dell'azienda attraverso il processo di parziale internalizzazione della produzione.	Formazione e sviluppo delle competenze		✓		Medio Periodo
BE FAIR	S2 - Lavoratori nella catena del valore					
	Potenziale impatto negativo sui lavoratori della catena del valore causato dalla potenziale violazione dei diritti umani e del lavoro lungo la catena di fornitura in certi Paesi.	- Lavoro minorile - Lavoro forzato	✓			Breve Periodo
	Potenziali impatti negativi sui lavoratori della catena del valore a causa dell'elevata variabilità stagionale nella pianificazione della produzione, tipica del settore della moda, che può compromettere la stabilità occupazionale, ad esempio portando a un aumento dell'uso di lavoratori temporanei o licenziamenti.	Occupazione sicura	✓			Breve Periodo
	NEW Potenziale impatto negativo sui lavoratori della catena del valore in caso di eventuale mancata conformità agli standard lavorativi e alla garanzia di condizioni di lavoro (ad esempio orario di lavoro e salari) adeguate.	- Orario di lavoro - Salari adeguati	✓			Breve Periodo
	Rischio reputazionale teorico derivante dal mancato rispetto, da parte dei fornitori, di standard lavorativi e di condizioni di lavoro adeguate (ad esempio, orario di lavoro adeguato, equilibrio tra lavoro e vita privata, occupazione sicura) oltre che dall'assenza di dialogo sociale.	- Contrattazione collettiva - Dialogo sociale - Libertà di associazione - Occupazione sicura - Equilibrio tra lavoro e vita privata - Orario di lavoro	✓			Breve Periodo
	Rischio reputazionale teorico derivante dall'erogazione, da parte dei fornitori, di salari non adeguati.	Salari adeguati	✓			Breve Periodo
	Rischio reputazionale teorico dovuto alla mancanza di sistemi di gestione della salute e della sicurezza o al verificarsi di casi	Salute e sicurezza	✓			Breve Periodo

Priorità Strategica del Piano di Sostenibilità 2020-2025	IRO materiali per ESRS tematici	Sotto-tema/Sotto-sotto-tema	Catena del valore a monte	Attività proprie	Catena del valore a valle	Orizzonte temporale
	di incidenti e/o malattie gravi lungo la catena del valore.					
	Rischio reputazionale teorico causato dalla potenziale violazione dei diritti umani e del lavoro lungo la catena del valore.	- Lavoro minorile - Lavoro forzato	✓			Breve Periodo
	G1 - Condotta delle imprese					
	Potenziale impatto negativo sul benessere degli animali dovuto all'utilizzo di materie prime di origine animale nelle collezioni.	Benessere animale	✓			Breve Periodo
	Potenziale impatto negativo sulla stabilità dei flussi di cassa dei fornitori, causato da una gestione impropria delle pratiche di pagamento.	Gestione dei rapporti con i fornitori, comprese le prassi di pagamento	✓	✓		Breve Periodo
	Rischio reputazionale teorico derivante dal mancato rispetto dei principi di benessere animale e degli standard del Gruppo in merito lungo la catena di approvvigionamento delle materie prime di origine animale.	Benessere animale	✓			Breve Periodo
	Opportunità di rafforzare le relazioni con i fornitori attraverso un coinvolgimento proattivo a fronte delle sfide di sostenibilità, come la decarbonizzazione e il rafforzamento delle competenze su tematiche sociali e ambientali. Promuovendo la collaborazione e il dialogo, il Gruppo Moncler può non solo rispondere alle crescenti aspettative ambientali e sociali, ma anche migliorare la resilienza operativa e le performance complessive della catena di fornitura.	Gestione dei rapporti con i fornitori, comprese le prassi di pagamento	✓	✓		Medio Periodo

IRO materiali non correlati alle Priorità Strategiche del Piano di Sostenibilità
S4 - Consumatori e utilizzatori finali

PRIVACY	Rischio teorico di ricevere sanzioni per la mancata conformità alle norme sulla protezione dei dati e relativo rischio reputazionale.	Riservatezza			✓	Breve Periodo

IRO per Temi Entity Specific					
GIVE BACK	Supporto alle comunità				
	Impatto positivo sulle comunità attraverso la promozione e la sponsorizzazione di iniziative che sostengono le organizzazioni no-profit tramite contributi in denaro, donazioni di capi di abbigliamento e supporto organizzativo per programmi nazionali e internazionali.	N/A			Breve Periodo

Nei capitoli del presente Documento, per ciascuna area tematica, vengono descritti gli impatti rilevanti, spiegando come questi incidono sulle persone e sull'ambiente, se derivano dalla strategia e dal modello aziendale e se sono generati attraverso le attività proprie del Gruppo o dai rapporti commerciali. Inoltre, sono illustrate le azioni implementate dal Gruppo per mitigare gli impatti negativi e i rischi teorici rilevanti, oltre a quelle implementate per perseguire le opportunità e favorire gli impatti positivi identificati, evidenziandone gli effetti attuali e potenziali.

Inoltre, nei capitoli viene dettagliato l'approccio adottato dal Gruppo per rendere resilienti strategia e modello aziendale rispetto ai potenziali rischi, evidenziando anche le misure adottate per prevenire, mitigare e rispondere agli effetti potenziali di tali rischi.

In relazione ai rischi e alle opportunità identificati come rilevanti, il Gruppo Moncler non ha riscontrato, nel periodo di rendicontazione, effetti finanziari attuali sulla propria situazione patrimoniale-finanziaria, sul risultato economico o sui flussi finanziari. Infine, alla data di pubblicazione del presente Documento, non sono emersi elementi che possano far presumere l'esistenza di un rischio significativo di svalutazioni o aggiustamenti, nel prossimo esercizio, dei valori contabili degli attivi e delle passività riportati nel Bilancio Consolidato del Gruppo.

[IRO-1] DESCRIZIONE DEL PROCESSO PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Per il Gruppo Moncler, l'analisi di materialità è da sempre uno strumento importante per identificare le priorità ambientali e sociali rilevanti per gli stakeholder e per il settore, coerentemente con la propria strategia e i propri impatti di business, per individuare e gestire rischi e opportunità, nonché per definire i contenuti della rendicontazione di sostenibilità.

Con l'entrata in vigore della Direttiva EU 2022/2464 sulla *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), è stata introdotta l'**analisi di doppia rilevanza** (*double materiality*) che considera due prospettive complementari: la **impact materiality**, che riguarda l'identificazione e la valutazione degli impatti che il Gruppo ha (o potrebbe avere) sull'ambiente e sulle persone, e la **financial materiality** che si concentra sui rischi teorici e le opportunità derivanti da questioni ambientali, sociali o di governance che possono influire negativamente o positivamente sulla situazione patrimoniale-finanziaria, sul risultato economico, sui flussi finanziari, sull'accesso ai finanziamenti o sul costo del capitale.

Dal 2024, l'Unità di Sostenibilità del Gruppo, con il supporto di una società specializzata, svolge un processo di analisi di doppia rilevanza allineato ai requisiti degli standard di rendicontazione di sostenibilità, *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS), articolato nelle seguenti fasi, come indicato nelle linee guida "IG1: Materiality Assessment Implementation Guidance" dell'*European Financial Reporting Advisory Group* (EFRAG):

- **Comprensione del contesto** attraverso un'analisi approfondita delle attività del Gruppo, dei suoi rapporti di business, del contesto in cui opera e degli stakeholder rilevanti. L'obiettivo è raccogliere le informazioni necessarie per mappare le fasi della catena del valore, identificare gli attori coinvolti in ciascuna di esse, valutare gli impatti positivi, negativi, effettivi e potenziali, nonché individuare i rischi e le opportunità. Oltre all'approfondimento della documentazione interna, viene effettuato un confronto con il settore di riferimento, attraverso un'analisi di benchmark, per identificare le questioni di sostenibilità rilevanti per le società dello stesso settore e garantire una visione completa e allineata alle *best practice*. Per approfondire la comprensione del contesto esterno, si considerano, inoltre, il panorama legislativo in cui il Gruppo opera e le tematiche di interesse per i clienti e gli investitori, nonché le macro-tematiche ESG descritte in autorevoli articoli e pubblicazioni scientifiche.
- **Identificazione di impatti, rischi e opportunità**, a partire dall'elenco dei temi e sottotemi forniti dallo standard *ESRS*⁴⁰ e alla luce di quanto emerso dall'analisi del contesto interno ed esterno, dalla lista di rischi identificati, tramite il modello di gestione integrata dei rischi (*Enterprise Risk Management* - ERM) di Gruppo, dai temi di sostenibilità rilevanti pubblicati nella Rendicontazione di Sostenibilità del 2024, e dalle risultanze dei processi di *due diligence*. Nella maggioranza dei casi, gli impatti individuati trovano rispondenza in rischi e/o opportunità correlati.

L'individuazione degli impatti, rischi e opportunità, potenzialmente rilevanti per il Gruppo, viene svolta anche grazie al supporto di database pubblici che agevolano l'individuazione di impatti settoriali.

Nel processo di identificazione e valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità, il Gruppo Moncler prende in considerazione tutte le aree geografiche in cui opera, nonché le diverse attività lungo la propria catena del valore. Inoltre, ove necessario, sono evidenziate le specificità legate a singoli Paesi, siti produttivi o rapporti commerciali. La lista di impatti, rischi e opportunità identificata viene successivamente validata dalle funzioni competenti, durante la fase di valutazione.

⁴⁰ Requisito Applicativo (RA) 16 ESRS 1, nell' Appendice B dell'Allegato II della direttiva CSRD.

- **Valutazione e determinazione di impatti, rischi e opportunità teorici rilevanti.** Ciascun rischio e ciascuna opportunità vengono valutati nell'ambito del processo di *Enterprise Risk Management* di Gruppo, mentre gli impatti dalle funzioni di competenza. In particolare, ai fini della valutazione, si analizza se la generazione dell'impatto, del rischio o dell'opportunità emerga prevalentemente nelle attività proprie del Gruppo e/o lungo la sua catena del valore (nel caso della catena del valore, si considerano gli impatti, rischi e opportunità che si manifestano sia a monte sia a valle), oltre a prendere in considerazione l'orizzonte temporale di breve, medio o lungo periodo⁴¹ in cui l'impatto, rischio o opportunità si verifica o potrebbe verificarsi.

In linea con quanto previsto dagli *ESRS*, le funzioni valutano gli **impatti** tenendo conto della **significatività**, misurata attraverso l'**entità**, la **portata**, il **carattere di irrimediabilità** (quest'ultimo solo per gli impatti negativi) e della **probabilità** (solo per gli impatti potenziali). L'entità è definita come la misura del beneficio derivante da un impatto positivo o la gravità di un impatto negativo, la portata rappresenta l'estensione dell'impatto e il carattere irrimediabile indica la misura in cui un impatto negativo può essere rimediato. I **rischi** e le **opportunità** sono invece valutati considerando, oltre alla **probabilità**, anche la **magnitudo**, definita attraverso l'entità e la natura dei relativi effetti finanziari, reputazionali o di compliance.

Importante sottolineare che gli impatti negativi e i rischi sono identificati e valutati senza tenere conto delle azioni di mitigazione mentre, nel caso degli impatti positivi e delle opportunità, senza le azioni di valorizzazione già attuate dal Gruppo.

Le scale di valutazione appena descritte, di natura qualitativa o quantitativa, sono state definite a partire da quelle utilizzate per la valutazione dei rischi aziendali, secondo il sistema di gestione dei rischi di Gruppo (*Enterprise Risk Management*). Le opportunità sono state identificate e valutate in continuità con le priorità su cui si sviluppa il Piano Strategico di Sostenibilità. In linea con quanto svolto in passato, relativamente ai rischi sociali e ambientali, anche con l'obiettivo di includere le opportunità e la loro gestione, il Gruppo aggiorna il registro ERM, integrando quanto emerso dall'analisi di doppia rilevanza. Questo approccio mira a ottimizzare il monitoraggio e la gestione strategica e operativa di tali aspetti, garantendo una visione più integrata e coerente con le priorità aziendali.

Per lo svolgimento dell'analisi di doppia rilevanza condotta nel 2025 si è proceduto con il coinvolgimento di stakeholder interni ed esterni al Gruppo, ampliando il panel del 2024 in termini sia di categorie rappresentate sia di numero di individui intervistati. Tra gli stakeholder interni figurano le funzioni aziendali di Moncler e Stone Island e i membri dell'Unità di Sostenibilità di Moncler, in qualità di esperti nelle tematiche ambientali e sociali legate ai pilastri strategici del Piano di Sostenibilità; un campione di dipendenti⁴² e i rappresentanti dei lavoratori del Gruppo⁴³. In veste di stakeholder esterni, oltre a investitori ed esperti di sostenibilità, sono stati ascoltati anche referenti di associazioni e organizzazioni attive su temi sociali e ambientali e professori universitari, attraverso interviste individuali mirate a raccogliere opinioni e feedback sul processo di analisi svolto e sui risultati ottenuti.

Per determinare le tematiche di sostenibilità rilevanti ai fini della rendicontazione, i risultati delle valutazioni di ciascun impatto, rischio e opportunità sono stati riportati all'interno di due matrici distinte: una per gli impatti e l'altra per i rischi e le opportunità⁴⁴. Questa distinzione si è resa necessaria per garantire, nel caso degli impatti, un peso maggiore alla significatività rispetto alla

⁴¹ Il Gruppo Moncler ha considerato i seguenti orizzonti temporali: breve periodo entro l'anno di rendicontazione successivo, medio periodo entro cinque anni e lungo periodo oltre cinque anni.

⁴² Coinvolti tramite questionario online.

⁴³ I rappresentanti dei lavoratori sono stati informati e coinvolti, tramite interviste, in merito alle informazioni sulla sostenibilità, in linea con quanto previsto dagli articoli 3 e 4 del Decreto Legislativo 6 settembre 2024, n. 125, di recepimento della Direttiva (UE) 2022/2464 (CSRD).

⁴⁴ Gli impatti sono stati individuati nella matrice in base alla loro significatività (costituita dal valore massimo tra le valutazioni assegnate alle variabili di entità, portata ed eventualmente carattere di irrimediabilità) e probabilità (pari al valore massimo della scala per gli impatti attuali). Le coordinate di rischi e opportunità nella matrice, invece, corrispondono alla magnitudo dell'effetto finanziario, reputazionale o di compliance e alla probabilità.

probabilità di accadimento, come richiesto dagli standard *ESRS* (*ESRS 1 - Prescrizioni generali*, paragrafo 45) per gli impatti potenziali negativi sui diritti umani.

La soglia di materialità è stata definita, sia per impatti che per rischi ed opportunità, nelle aree di rilevanza medio-alta e alta di tali matrici.

I risultati dell'analisi di rilevanza, a seguito della convalida da parte dei membri del Comitato Strategico e dopo la valutazione del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, sono stati successivamente presentati al Consiglio di Amministrazione per essere approvati ai fini della rendicontazione.

L'analisi condotta ha portato alla definizione di una lista di 32 impatti, rischi e opportunità rilevanti sulla base delle prospettive di materialità *financiale/o impact*, riconducibili a tutti i *Topical Standard* previsti dagli *ESRS*, fatta eccezione per l'"S3 Comunità interessate", rispetto al quale non sono emersi, sopra la soglia di materialità, impatti, rischi o opportunità relativamente ai sotto-sottotemi identificati dallo standard, tra cui diritti economici, sociali e culturali, civili e politici delle comunità e i diritti dei popoli indigeni, riconfermando la valutazione del 2024. Il Gruppo si riserva la possibilità di condurre, in futuro, analisi specifiche per aggiornare l'analisi condotta.

In linea con le priorità del Piano di Sostenibilità, è emerso come rilevante, inoltre, un tema *entity specific*, ovvero non previsto dagli *ESRS Sector Agnostic* ma considerato dal Gruppo in quanto rappresenta uno dei pilastri strategici su cui da anni sono implementate diverse iniziative: il **supporto alle comunità**.

I risultati dell'analisi di doppia rilevanza hanno confermato la lista dei temi riportata nella Rendicontazione di Sostenibilità 2024. Le uniche variazioni riguardano l'inclusione di un rischio reputazionale teorico legato alla possibilità che le pratiche di gestione del magazzino non risultino conformi ai principi di economia circolare e alle nuove disposizioni in materia di distruzione degli invenduti, nonché l'aggiunta di due impatti di natura sociale: uno positivo relativo alla promozione e garanzia del dialogo sociale e dei principi di libertà di associazione e di contrattazione collettiva, e uno potenziale negativo, riferito ai lavoratori della catena del valore, connesso alla possibile mancata conformità agli standard lavorativi e alla tutela di condizioni di lavoro adeguate.

Al fine di garantire l'allineamento dell'analisi alle evoluzioni normative e del business in cui opera, il Gruppo prevede di aggiornare regolarmente, almeno una volta all'anno, l'analisi di doppia rilevanza.

[IRO-2] OBBLIGHI DI INFORMATIVA DEGLI ESRS OGGETTO DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ DELL'IMPRESA

Dopo aver chiarito nel paragrafo “[IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti” il modo in cui il Gruppo Moncler determina le informazioni da divulgare riguardo agli IRO che ha valutato come rilevanti, si riportano di seguito gli obblighi di informativa cui il Gruppo ha adempiuto nella redazione della Rendicontazione di Sostenibilità, inclusi gli elementi d'informazione derivanti da altri atti legislativi dell'UE elencati nell'Appendice B dell'Allegato II della *CSRD*.

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS 2 – Informazioni generali		
ESRS 2 BP-1 Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni sulla sostenibilità		Par. [BP-1] Criteri generali per la redazione della Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS 2 BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche		Par. [BP-2] Informativa in relazione a circostanze specifiche
ESRS 2 GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo		Par. [GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate
ESRS 2 GOV-1 Diversità di genere nel consiglio, paragrafo 21, lettera d)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 13 Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione (5), allegato II	Par. [GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate
ESRS 2 GOV-1 Percentuale di membri indipendenti del consiglio di amministrazione, paragrafo 21, lettera e)	Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Par. [GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate
ESRS 2 GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate		Par. [GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate
ESRS 2 GOV-3 Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione		Par. [GOV-3] Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione
ESRS 2 GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza		Par. [GOV-4] Dichiarazione sul dovere di diligenza
ESRS 2 GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza, paragrafo 30	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 10	Par. [GOV-4] Dichiarazione sul dovere di diligenza
ESRS 2 GOV-5 Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità		Par. [GOV-5] Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità

⁴⁵ Regolamento (UE) 2019/2088 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 novembre 2019, relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari (SFDR) (GU L 317 del 9.12.2019, pag. 1).

⁴⁶ Regolamento (UE) n. 575/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 giugno 2013, relativo ai requisiti prudenziali per gli enti creditizi e che modifica il regolamento (UE) n. 648/2012 (regolamento sui requisiti patrimoniali) (GU L 176 del 27.6.2013, pag. 1).

⁴⁷ Regolamento (UE) 2016/1011 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'8 giugno 2016, sugli indici usati come indici di riferimento negli strumenti finanziari e nei contratti finanziari o per misurare la performance di fondi di investimento e recante modifica delle direttive 2008/48/CE e 2014/17/UE e del regolamento (UE) n. 596/2014 (GU L 171 del 29.6.2016, pag. 1).

⁴⁸ Regolamento (UE) 2021/1119 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 30 giugno 2021, che istituisce il quadro per il conseguimento della neutralità climatica e che modifica il regolamento (CE) n. 401/2009 e il regolamento (UE) 2018/1999 («Normativa europea sul clima») (GU L 243 del 9.7.2021, pag. 1).

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS 2 SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore		Par. [SBM-1] Strategia, modello aziendale e catena del valore Anche per l'anno fiscale 2025, relativamente al paragrafo 40 (lettere b, c) , è prevista l'opzione di <i>phase-in</i> in relazione alla divulgazione delle informazioni, come definito nel Regolamento Delegato (UE) 2025/1416
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate ad attività nel settore dei combustibili fossili, paragrafo 40, lettera d), punto i)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 4 Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione (6) , tabella 1 – Informazioni qualitative sul rischio ambientale e tabella 2 – Informazioni qualitative sul rischio sociale Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Non materiale in quanto il Gruppo non è coinvolto in attività collegate a quelle indicate
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate alla produzione di sostanze chimiche, paragrafo 40, lettera d), punto ii)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 9 Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	
ESRS 2 SBM-1 Partecipazione ad attività connesse ad armi controverse, paragrafo 40, lettera d), punto iii)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 14 Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818 (7) e allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816	
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate alla coltivazione e alla produzione di tabacco, paragrafo 40, lettera d), punto iv)	Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818 e allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816	
ESRS 2 SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi		Par. [SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi
ESRS 2 SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale Anche per l'anno fiscale 2025, è prevista l'opzione di <i>phase-in</i> in relazione alla divulgazione delle informazioni relative agli effetti finanziari futuri come richiesto al paragrafo 48 (e) , come definito nel Regolamento Delegato (UE) 2025/1416
ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti		Par. [IRO-1] Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti
ESRS 2 IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa		Par. [IRO-2] Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della Rendicontazione di Sostenibilità dell'impresa
ESRS E1 – Cambiamenti climatici		
ESRS 2 GOV-3 E1 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione		Par. [E1 GOV-3] Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione
ESRS E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici		Par. [E1-1] Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici
ESRS E1-1 Piano di transizione per conseguire la neutralità climatica entro il 2050, paragrafo 14	Normativa dell'UE sul clima: Articolo 2, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2021/1119	Par. [E1-1] Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici
ESRS E1-1 Imprese escluse dagli indici di riferimento allineati con l'accordo di Parigi, paragrafo 16, lettera g)	Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della	Par. [E1-1] Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
	Commissione, modello 1: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: Qualità creditizia delle esposizioni per settore, emissioni e durata residua Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 12, paragrafo 1, lettere a d) a g), e paragrafo 2, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	
ESRS 2 SBM-3 E1 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [E1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 IRO-1 E1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima		Par. [E1 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima
ESRS E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi		Par. [E1-2] Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi
ESRS E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici		Par. [E1-3] Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici
ESRS E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi		Par. [E1-4] Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi
ESRS E1-4 Obiettivi di riduzione delle emissioni di GES, paragrafo 34	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 4 Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 3: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: metriche di allineamento Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 6 del regolamento delegato (UE) 2020/1818	Par. [E1-4] Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi
ESRS E1-5 Consumo di energia e mix energetico		Par. [E1-5] Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-5 Consumo di energia da combustibili fossili disaggregato per fonte (solo settori ad alto impatto climatico), paragrafo 38	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 5 e allegato I, tabella 2, indicatore n. 5	Par. [E1-5] Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-5 Consumo di energia e mix energetico, paragrafo 37	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 5	Par. [E1-5] Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-5 Intensità energetica associata con attività in settori ad alto impatto climatico, paragrafi da 40 a 43	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 6	Par. [E1-5] Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-6 Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES		Par. [E1-6] Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES
ESRS E1-6 Emissioni lorde di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES, paragrafo 44	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatori nn. 1 e 2 Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 1: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: Qualità creditizia delle esposizioni per settore, emissioni e durata residua Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 5, paragrafo 1, articolo 6 e articolo	Par. [E1-6] Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
	8, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	
ESRS E1-6 Intensità delle emissioni lorde di GES, paragrafi da 53 a 55	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 3 Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 3: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: metriche di allineamento Regolamento sugli indici di riferimento: Articolo 8, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	Par. [E1-6] Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES
ESRS E1-7 Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio		Par. [E1-7] Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio
ESRS E1-7 Assorbimenti di GES e crediti di carbonio, paragrafo 56	Normativa dell'UE sul clima: Articolo 2, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2021/1119	Par. [E1-7] Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio
ESRS E1-8 Fissazione del prezzo interno del carbonio		Nel 2025, il Gruppo Moncler non ha applicato schemi interni di <i>carbon pricing</i> per supportare il proprio processo decisionale e incentivare l'implementazione di politiche e obiettivi legati al clima
ESRS E1-9 Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima		
ESRS E1-9 Esposizione del portafoglio dell'indice di riferimento verso rischi fisici legati al clima, paragrafo 66	Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1818 e allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816	
ESRS E1-9 Disaggregazione degli importi monetari per rischio fisico acuto e cronico, paragrafo 66, lettera a)	Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; punti 46 e 47 del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione; modello 5: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio fisico connesso ai cambiamenti climatici: esposizioni soggette al rischio fisico	
ESRS E1-9 Posizione delle attività significative a rischio fisico rilevante, paragrafo 66, lettera c)		
ESRS E1-9 Ripartizione del valore contabile dei suoi attivi immobiliari per classi di efficienza energetica, paragrafo 67, lettera c)	Terzo pilastro: Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; punto 34 del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione; Modello 2: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: prestiti garantiti da beni immobili – Efficienza energetica delle garanzie reali	
ESRS E1-9 Grado di esposizione del portafoglio a opportunità legate al clima, paragrafo 69	Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1818	
ESRS E2 – Inquinamento		
ESRS 2 IRO-1 E2 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati all'inquinamento		Par. [E2 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati all'inquinamento
ESRS E2-1 Politiche relative all'inquinamento		Par. [E2-1] Politiche relative all'inquinamento
ESRS E2-2 Azioni e risorse connesse all'inquinamento		Par. [E2-2] Azioni e risorse connesse all'inquinamento
ESRS E2-3 Obiettivi connessi all'inquinamento		Par. [E2-3] Obiettivi connessi all'inquinamento
ESRS E2-4 Inquinamento di aria, acqua e suolo		Tale aspetto è emerso rilevante dall'analisi di doppia rilevanza solo con riferimento

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS E2-4 Quantità di ciascun inquinante che figura nell'allegato II del regolamento E-PRTR (registro europeo delle emissioni e dei trasferimenti di sostanze inquinanti) emesso nell'aria, nell'acqua e nel suolo, paragrafo 28	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 8; allegato I, tabella 2, indicatore n. 2; allegato I, tabella 2, indicatore n. 1; allegato I, tabella 2, indicatore n. 3	alla catena del valore a monte. Di conseguenza, non viene rendicontato nel 2025 in quanto il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> concessa in relazione alle metriche relative alla catena del valore
ESRS E2-5 Sostanze preoccupanti e sostanze estremamente preoccupanti		Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS E2-6 Effetti finanziari attesi di rischi e opportunità rilevanti legati all'inquinamento		Per l'anno fiscale 2025, il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> – con le tempistiche definite nel Regolamento (UE) 2025/1416 - in relazione alla divulgazione degli effetti finanziari attesi di rischi e opportunità legati all'inquinamento. È responsabilità del Gruppo strutturarsi per fornire le informazioni e i dati richiesti in tempi compatibili con la loro divulgazione obbligatoria
ESRS E3 – Acque e risorse marine		
ESRS 2 IRO-1 E3 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alle acque e alle risorse marine		Par. [E3 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alle acque
ESRS E3-1 Politiche connesse alle acque e alle risorse marine		Par. [E3-1] Politiche connesse alle acque
ESRS E3-1 Acque e risorse marine, paragrafo 9	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 7	Par. [E3-1] Politiche connesse alle acque
ESRS E3-1 Politica dedicata, paragrafo 13	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 8	Non materiale in quanto nessun sito del Gruppo è ubicato in zone a elevato stress idrico
ESRS E3-1 Sostenibilità degli oceani e dei mari, paragrafo 14	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 12	Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS E3-2 Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine		Par. [E3-2] Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-3 Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine		Par. [E3-3] Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-4 Consumo idrico		Par. [E3-4] Consumo idrico
ESRS E3-4 Totale dell'acqua riciclata e riutilizzata, paragrafo 28, lettera c)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 6.2	Dall'analisi di doppia rilevanza, tale aspetto è emerso come materiale solo relativamente alla catena del valore. Alla luce di quanto emerso, la rendicontazione di tale indicatore può essere limitata alle proprie operations. Di conseguenza, Moncler fornisce informazioni sul consumo diretto e indiretto di acqua per garantire continuità con quanto riportato nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità e nelle Dichiarazioni Consolidate Non Finanziarie degli anni precedenti
ESRS E3-4 Consumo idrico totale in m ³ rispetto ai ricavi netti da operazioni proprie, paragrafo 29	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 6.1	
ESRS E3-5 Effetti finanziari attesi derivanti da rischi e opportunità rilevanti connessi alle acque e alle risorse marine		Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS E4 – Biodiversità ed ecosistemi		
ESRS E4-1 Piano di transizione e attenzione alla biodiversità e agli ecosistemi nella strategia e nel modello aziendale		Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS 2 SBM-3 E4 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [E4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS 2 SBM-3 E4 paragrafo 16, lettera a), punto i)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 7	Par. [E4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 SBM-3 E4 paragrafo 16, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 10	Par. [E4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 SBM-3 E4 paragrafo 16, lettera c)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 14	Par. [E4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 IRO-1 E4 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi alla biodiversità e agli ecosistemi		Par. [E4 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-2 Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi		Par. [E4-2] Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-2 Politiche o pratiche agricole/di utilizzo del suolo sostenibili, paragrafo 24, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 11	Par. [E4-2] Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-2 Pratiche o politiche di utilizzo del mare/degli oceani sostenibili, paragrafo 24, lettera c)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 12	Par. [E4-2] Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-2 Politiche volte ad affrontare la deforestazione, paragrafo 24, lettera d)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 15	Par. [E4-2] Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-3 Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistemi		Par. [E4-3] Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistemi
ESRS E4-4 Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi		Par. [E4-4] Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi
E4-5 - Metriche d'impatto relative ai cambiamenti della biodiversità e degli ecosistemi		Tale aspetto è emerso rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025 solo con riferimento alla catena del valore a monte. Di conseguenza, non viene rendicontato nel 2025 in quanto il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> concessa in relazione alle metriche relative alla catena del valore
E4-6 - Effetti finanziari attesi derivanti da rischi e opportunità rilevanti connessi alla biodiversità e agli ecosistemi		Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS E5 – Uso delle risorse ed economia circolare		
ESRS 2 IRO-1 E5 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare		Par. [E5 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-1 Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare		Par. [E5-1] Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-2 Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare		Par. [E5-2] Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-3 Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare		Par. [E5-3] Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-4 Flussi di risorse in entrata		Non materiale in quanto emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS E5-5 Flussi di risorse in uscita		Par. [E5-5] Flussi di risorse in uscita
ESRS E5-5 Rifiuti non riciclati, paragrafo 37, lettera d)	SFDR: Allegato I, tabella 2, indicatore n. 13	Par. [E5-5] Flussi di risorse in uscita
ESRS E5-5 Rifiuti pericolosi e rifiuti radioattivi, paragrafo 39	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 9	Par. [E5-5] Flussi di risorse in uscita
ESRS E5-6 Effetti finanziari attesi derivanti da rischi e opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare		Per l'anno fiscale 2025, il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> – con le tempistiche definite nel Regolamento Delegato (UE) 2025/1416 - in relazione alla divulgazione degli effetti finanziari previsti dei rischi e delle opportunità materiali derivanti dall'uso

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
		delle risorse e dagli impatti legati all'economia circolare. È responsabilità del Gruppo strutturarsi per fornire le informazioni e i dati richiesti in tempi compatibili con la loro divulgazione obbligatoria
ESRS S1 – Forza lavoro propria		
ESRS 2 SBM-2 S1 Interessi e opinioni dei portatori di interessi		Par. [S1 SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi
ESRS 2 SBM-3 S1 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [S1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 SBM-3 S1 Rischio di lavoro forzato, paragrafo 14, lettera f)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 13	Par. [S1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 SBM-3 S1 Rischio di lavoro minorile, paragrafo 14, lettera g)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 12	Par. [S1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria		Par. [S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria
ESRS S1-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 20	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11	Par. [S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S1-1 Politiche in materia di dovuta diligenza sulle questioni oggetto delle convenzioni fondamentali da 1 a 8 dell'Organizzazione internazionale del lavoro, paragrafo 21	Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Par. [S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S1-1 Procedure e misure per prevenire la tratta di esseri umani, paragrafo 22	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 11	Par. [S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S1-1 Politica di prevenzione o sistema di gestione degli infortuni sul lavoro, paragrafo 23	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 1	Par. [S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria
ESRS S1-2 Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti		Par. [S1-2] Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti
ESRS S1-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni		Par. [S1-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni
ESRS S1-3 Meccanismi di trattamento dei reclami/delle denunce, paragrafo 32, lettera c)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 5	Par. [S1-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS S1-4 Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni		Par. [S1-4] Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S1-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		Par. [S1-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
ESRS S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa		Par. [S1-6] Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa
ESRS S1-7 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa		Par. [S1-7] Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
ESRS S1-8 Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale		Par. [S1-8] Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale
ESRS S1-9 Metriche della diversità		Par. [S1-9] Metriche della diversità
ESRS S1-10 Salari adeguati		Par. [S1-10] Salari adeguati
ESRS S1-11 Protezione sociale		Par. [S1-11] Protezione sociale
ESRS S1-12 Persone con disabilità		Par. [S1-12] Persone con disabilità
ESRS S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze		Par. [S1-13] Metriche di formazione e sviluppo delle competenze
ESRS S1-14 Metriche di salute e sicurezza		Par. [S1-14] Metriche di salute e sicurezza
ESRS S1-14 Numero di decessi e numero e tasso di infortuni connessi al lavoro, paragrafo 88, lettere b) e c)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 2 Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Par. [S1-14] Metriche di salute e sicurezza Il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> in relazione alla divulgazione delle informazioni relative ai lavoratori non dipendenti
ESRS S1-14 Numero di giornate perse a causa di ferite, infortuni, incidenti mortali o malattie, paragrafo 88, lettera e)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 3	Par. [S1-14] Metriche di salute e sicurezza Il Gruppo Moncler ha deciso di avvalersi dell'opzione di <i>phase-in</i> in relazione alla divulgazione delle informazioni relative ai lavoratori non dipendenti
ESRS S1-15 Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata		Par. [S1-15] Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata
ESRS S1-16 Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)		Par. [S1-16] Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-16 Divario retributivo di genere non corretto, paragrafo 97, lettera a)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 12 Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Par. [S1-16] Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-16 Eccesso di divario retributivo a favore dell'amministratore delegato, paragrafo 97, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 8	Par. [S1-16] Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-17 Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani		Par. [S1-17] Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani
ESRS S1-17 Incidenti legati alla discriminazione, paragrafo 103, lettera a)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 7	Par. [S1-17] Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani
ESR S1-17 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e OCSE, paragrafo 104, lettera a)	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10 e allegato I, tabella 3, indicatore n. 14 Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	Par. [S1-17] Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani
ESRS S2 – Lavoratori nella catena del valore		
ESRS 2 SBM-2 S2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi		Par. [S2 SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi
ESRS 2 SBM-3 S2 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [S2 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 SBM-3 S2 Grave rischio di lavoro minorile o di lavoro forzato nella catena del lavoro, paragrafo 11, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatori nn. 12 e 13	Par. [S2 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S2-1 Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore		Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S2-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 17	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11	Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S2-1 Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore, paragrafo 18	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatori nn. 11 e 4	Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S2-1 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e delle linee guida dell'OCSE, paragrafo 19	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10 Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo	Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
	1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	
ESRS S2-1 Politiche in materia di dovuta diligenza sulle questioni oggetto delle convenzioni fondamentali da 1 a 8 dell'Organizzazione internazionale del lavoro, paragrafo 19	Regolamento sugli indici di riferimento: Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II	Par. [S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore
ESRS S2-2 Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti		Par. [S2-2] Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti
ESRS S2-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni		Par. [S2-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni
ESRS S2-4 Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni		Par. [S2-4] Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S2-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani nella sua catena del valore a monte e a valle, paragrafo 36	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14	Par. [S2-4] Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S2-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		Par. [S2-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
ESRS S3 – Comunità interessate		
ESRS 2 SBM-2 S3 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi		Emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025
ESRS 2 SBM-3 S3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		
ESRS 2 S3-1 Politiche relative alle comunità interessate		
ESRS S3-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 16	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11	
ESRS S3-1 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani, dei principi dell'OIL o delle linee guida dell'OCSE, paragrafo 17	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10 Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	
ESRS S3-2 Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti		
ESRS S3-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni		
ESRS S3-4 Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni		
ESRS S3-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani, paragrafo 36	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14	
ESRS S3-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al		

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		
ESRS S4 – Consumatori e utilizzatori finali		
ESRS 2 SBM-2 S4 Interessi e opinioni dei portatori di interessi		Par. [S4 SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi
ESRS 2 SBM-3 S4 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale		Par. [S4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali		Par. [S4-1] Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali, paragrafo 16	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11	Par. [S4-1] Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-1 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e delle linee guida dell'OCSE, paragrafo 17	SFDR: Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10 Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818	Par. [S4-1] Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-2 Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti		Par. [S4-2] Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti
ESRS S4-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni		Par. [S4-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni
ESRS S4-4 Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni		Par. [S4-4] Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S4-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani, paragrafo 35	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14	Par. [S4-4] Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S4-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti (consumatori e utilizzatori finali)		Par. [S4-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
Tema Entity specific – Supporto alle comunità		
Supporto alle comunità		Par. [Entity specific] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale Par. [Entity specific] Politiche connesse al supporto alle comunità Par. [Entity specific] Interventi su impatti rilevanti per il supporto alla comunità e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per il supporto alla comunità, nonché efficacia di tali azioni Par. [Entity specific] Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla

Obbligo di informativa/elemento d'informazione/Tema <i>entity specific</i>	Obblighi da altri atti legislativi dell'UE ^{45;46;47;48}	Ubicazione nella Rendicontazione di Sostenibilità
		gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
ESRS G1 – Condotta delle imprese		
ESRS 2 GOV-1 G1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo		Par. [G1 GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo
ESRS 2 IRO-1 G1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti		Par. [IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti
ESRS G1-1 Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese		Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-1 Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione, paragrafo 10, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 15	Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-1 Protezione degli informatori, paragrafo 10, lettera d)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 6	Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori		Par. [G1-2] Gestione dei rapporti con i fornitori
ESRS G1-3 Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva		Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese [GOV-1] Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo; [GOV-2] Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate Seppur emerso come non rilevante dall'analisi di doppia rilevanza 2025, il Gruppo Moncler fornisce informazioni sulla corruzione attiva e passiva (ESRS G1-3 Par. 18 a, b, c; 20; 21 a, b, c), per garantire continuità con quanto riportato nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità del 2024 e nelle Dichiarazioni Consolidate Non Finanziarie degli anni precedenti
ESRS G1-4 Casi accertati di corruzione attiva o passiva		Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-4 Ammende inflitte per violazioni delle leggi contro la corruzione attiva e passiva, paragrafo 24, lettera a)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 17 Regolamento sugli indici di riferimento: Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816	Seppur emerso come non materiale dall'analisi di doppia rilevanza 2025, il Gruppo Moncler fornisce informazioni sulla corruzione attiva e passiva (ESRS G1-4 Par. 25 a), per garantire continuità con quanto riportato nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità del 2024 e nelle Dichiarazioni Consolidate Non Finanziarie degli anni precedenti
ESRS G1-4 Norme di lotta alla corruzione attiva e passiva, paragrafo 24, lettera b)	SFDR: Allegato I, tabella 3, indicatore n. 16	
ESRS G1-5 Influenza politica e attività di lobbying		Par. [G1-1] Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese Seppur emerso come non materiale dall'analisi di doppia rilevanza 2025, il Gruppo Moncler fornisce informazioni relative ad influenza politica e attività di lobbying (ESRS G1-5 Par. 27), per garantire continuità con quanto riportato nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità del 2024 e nelle Dichiarazioni Consolidate Non Finanziarie degli anni precedenti
ESRS G1-6 Prassi di pagamento		Par. [G1-6] Prassi di pagamento

[MDR-M] METRICHE RELATIVE A QUESTIONI DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI

Le metriche adottate in relazione a ciascuna tematica di sostenibilità rilevante sono illustrate nei singoli capitoli del presente Documento, in conformità ai requisiti degli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS). Ogni metrica viene chiaramente identificata attraverso nomi e/o descrizioni e, a seconda dei casi, vengono dettagliate le metodologie applicate, le assunzioni significative adottate e le eventuali limitazioni delle metodologie stesse. Inoltre, è indicato se la misurazione è stata validata da un ente esterno, se diverso dalla società di revisione. Qualora l'unità di misura sia espressa in valuta, viene utilizzata la valuta di presentazione dei bilanci finanziari del Gruppo. Le metriche *entity specific* sono riportate all'interno del paragrafo su azioni e target al fine di contestualizzare il loro stato di avanzamento.

AMBIENTE

E1 Cambiamenti climatici

E2 Inquinamento

E3 Acqua

E4 Biodiversità ed ecosistemi

E5 Uso delle risorse ed economia circolare

E1

CAMBIAMENTI CLIMATICI

[E1 GOV-3] Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione.....	124
[E1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale; [E1 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	125
[E1-1] Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	128
[E1-2] Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	130
[E1-3] Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici.....	131
[E1-4] Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi.....	139
[E1-5] Consumo di energia e mix energetico	141
[E1-6] Emissioni lorde di GHG di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG	143
[E1-7] Assorbimenti di GHG e progetti di mitigazione delle emissioni di GHG finanziati con crediti di carbonio	149
Tassonomia UE	151

[E1 GOV-3] INTEGRAZIONE DELLE PRESTAZIONI IN TERMINI DI SOSTENIBILITÀ NEI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE

La Politica di Remunerazione¹ di Moncler è definita in coerenza con il modello di governance adottato dalla Società e con le raccomandazioni del Codice di Corporate Governance. Con riferimento alla componente variabile di breve e di medio-lungo termine degli Amministratori Esecutivi e Dirigenti Strategici, la Politica include obiettivi di sostenibilità, inclusi quelli climatici.

Come dettagliato nel capitolo ESRS 2 GOV-3 (vedi anche pagg. 72-73), la Politica di Remunerazione per il 2025 ha previsto, con riferimento al Presidente e Amministratore Delegato, agli Amministratori Esecutivi e ai Dirigenti Strategici, una componente di variabile di breve termine (*Management By Objectives* - MBO) nonché una di medio-lungo termine (*Long Term Incentive* - LTI); entrambe le componenti prevedono un KPI ESG (con una incidenza del 10% per l'MBO e 15% per l'LTI). In particolare, per il 2025:

- la componente variabile **di breve termine** (*Management By Objectives* - MBO) ha incluso obiettivi ESG legati al Piano di Sostenibilità 2020-2025, con riferimento all'anno di competenza. Per quanto riguarda il pilastro del Piano relativo alla lotta ai cambiamenti climatici, gli obiettivi hanno compreso, tra gli altri, il miglioramento dell'efficienza energetica e la riduzione delle emissioni di CO₂.
- la componente variabile **di medio-lungo termine** (*Long Term Incentive* - LTI) include tematiche di sostenibilità sia nel Piano di Performance Shares in corso (2024), sia in quello conclusosi nel 2025 (Piano di Performance Shares 2022 – secondo ciclo). Quest'ultimo nello specifico comprendeva un KPI ESG che, relativamente alla lotta ai cambiamenti climatici, ha riguardato il mantenimento nel 2025 della *carbon neutrality* delle sedi del Gruppo attraverso, tra le diverse attività, l'utilizzo del 100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, il 90% di veicoli del parco auto aziendale a basse emissioni e la compensazione delle emissioni residue non evitabili (si veda anche pagg. 72-73).

Entrambi i piani (Piano di Performance Shares 2022 e 2024) prevedono un criterio di *over performance* legato al conseguimento di un'elevata valutazione della performance di sostenibilità del Gruppo da parte di una delle primarie agenzie di rating ESG (vedi anche pag.73).

[E1 SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE; [E1 IRO-1] DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI LEGATI AL CLIMA

Ai fini dell'analisi di doppia rilevanza, il Gruppo ha identificato e valutato impatti, rischi e opportunità legati anche ai cambiamenti climatici (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo).

¹ Per ulteriori informazioni rispetto al sistema di remunerazione di Moncler si rinvia alla Relazione sulla Remunerazione 2026, contenente la Politica che sarà sottoposta al voto dell'Assemblea del 21 aprile 2026, e alle precedenti versioni disponibili sul sito www.monclergroup.com, Sezione "Governance/Remunerazione".

Per la valutazione degli impatti, il Gruppo si è basato su dati e informazioni, raccolti negli anni, per il calcolo e il monitoraggio dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra lungo l'intera catena del valore, in conformità con le linee guida del *Greenhouse Gas Protocol* (vedi anche pagg. 142-148). Le valutazioni hanno evidenziato impatti attuali derivanti dalle emissioni generate dai processi produttivi e dalle attività, riconducibili alle seguenti tipologie:

- **emissioni dirette** (scope 1), generate nelle sedi aziendali a gestione diretta a livello globale, inclusi sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi;
- **emissioni indirette** (scope 2), riconducibili al consumo di energia elettrica acquistata, relative alle sedi aziendali a gestione diretta a livello globale, inclusi sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi;
- **emissioni lungo la catena del valore** (scope 3), comprendenti le attività della catena del valore, a monte e a valle.

Per la valutazione di rischi e opportunità legati ai cambiamenti climatici, il Gruppo ha preso in considerazione anche i risultati delle analisi svolte su base volontaria dal 2021, secondo le raccomandazioni della *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD), che si concentrano su quattro pilastri fondamentali: Governance, Strategia, Gestione dei Rischi, Metriche e Obiettivi. Tali analisi sono coordinate dal responsabile della funzione di Risk Management, incaricato della gestione integrata dei rischi (*Enterprise Risk Management* - ERM), per conto dell'Amministratore Incaricato del Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR), in collaborazione con l'Unità di Sostenibilità. I risultati delle valutazioni sono integrati nel modello ERM, che stima la probabilità di accadimento e l'effetto finanziario dei rischi. Questo approccio contribuisce a individuare e monitorare nel tempo gli asset e le aree di business in cui sono necessari maggiori impegni, nell'ottica della transizione verso un modello a più basso impatto, e a definire azioni di mitigazione mirate, per assicurare una strategia di business resiliente. Tali analisi, infatti, hanno l'obiettivo di comprendere l'evoluzione del clima e le tendenze che potrebbero influenzare le attività aziendali, fornendo una base solida per adattare le strategie operative nel lungo termine. I risultati vengono periodicamente condivisi con il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, garantendo un'efficace supervisione e integrazione nella strategia aziendale.

Nell'ambito del processo per l'identificazione dei rischi legati al clima, il Gruppo ha individuato:

- **rischi fisici**, ovvero legati all'impatto fisico degli eventi climatici, identificati attraverso strumenti come mappe di rischio climatico (ad esempio, per i rischi connessi all'acqua, come il rischio di inondazione, è stato utilizzato l'*Aqueduct Water Risk Atlas*);
- **rischi di transizione**, ovvero quelli derivanti dal processo di transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio, connessi ad esempio a cambiamenti delle politiche pubbliche, delle normative, della tecnologia e delle scelte dei clienti.

Le analisi sono svolte considerando sia le sedi a gestione diretta che la catena del valore, con particolare attenzione alle materie prime e ai siti produttivi della filiera.

I rischi identificati vengono analizzati qualitativamente e quantitativamente e le relative valutazioni vengono aggiornate periodicamente, utilizzando **scenari climatici** coerenti con le raccomandazioni della TCFD e basati su proiezioni scientifiche.

Con riferimento ai rischi fisici, è stata effettuata una valutazione sulla base degli scenari climatici identificati dall'*Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC), ovvero RCP² 2.6³, RCP 4.5 e RCP 8.5. Nello specifico, gli scenari RCP 4.5 e RCP 8.5 presentano rispettivamente uno scenario di emissioni intermedio, allineato all'Accordo di Parigi, e uno *business-as-usual* con emissioni di gas ad effetto serra in aumento e con limitate politiche climatiche. L'analisi viene eseguita su tre diversi

² Representative Concentration Pathway.

³ Scenario climatico dell'IPCC più ambizioso, volto a limitare l'aumento della temperatura globale ben al di sotto dei 2°C. Prevede un incremento medio compreso tra +0,4°C e +0,8°C rispetto ai livelli preindustriali, in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi.

orizzonti temporali al fine di valutare come gli eventi climatici possano evolvere e influenzare il business. In particolare:

- breve termine (entro l'anno): in linea con le tempistiche del piano strategico aziendale del Gruppo;
- medio termine (entro il 2030): allineato agli impegni del Gruppo di riduzione delle emissioni su base scientifica in linea con l'iniziativa *Science Based Targets*;
- lungo termine (entro il 2050): coerente con l'impegno Net Zero del Gruppo e in linea con le evidenze scientifiche internazionali fornite dall'IPCC, nonché con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi, per limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5 °C.

Con riferimento ai rischi di transizione, è stata condotta un'analisi, sulla base dei due scenari identificati dall'Agenzia Internazionale dell'Energia (IEA), che delinea i principali percorsi di possibile evoluzione del sistema energetico: uno scenario che riflette le politiche governative già in essere e quelle programmate, pur non raggiungendo l'obiettivo di contenimento della temperatura entro i 2°C, e uno scenario di decarbonizzazione (*Sustainable Development Scenario* - SDS) che considera il perseguimento dei principali obiettivi energetici di sviluppo sostenibile tra cui il pieno accesso all'energia e il contenimento dell'aumento della temperatura ben al di sotto dei 2°C e che prevede che le economie avanzate raggiungano le *net-zero emission* entro il 2050. Anche per i rischi di transizione, l'analisi è stata eseguita su tre diversi orizzonti temporali in linea con quanto svolto per i rischi fisici.

Dal 2022, il Gruppo ha iniziato a quantificare, in termini di implicazioni finanziarie, i rischi e le opportunità identificati e, dal 2023, ha integrato le proprie analisi sulla filiera considerando anche i potenziali effetti che eventi fisici acuti⁴, come siccità e inondazioni, e cronici⁵, come l'aumento della temperatura media possano influire sull'approvvigionamento di materie prime e sulla volatilità dei prezzi. In tale contesto, nel 2025, il Gruppo ha aggiornato le analisi, svolte secondo gli scenari RCP 4.5 e RCP 8.5, sul cotone e sulla piuma, estendendole alla lana.

Per queste materie prime, gli studi di letteratura analizzati nel corso del progetto hanno evidenziato che i **rischi fisici acuti** possono diminuirne temporaneamente la resa, generando conseguenti aumenti contenuti di prezzo il cui effetto finanziario per il Gruppo, tuttavia, non è risultato significativo.

Rispetto ai **rischi fisici cronici**, invece, l'analisi ha mostrato come le variazioni delle condizioni climatiche influenzano in modo eterogeneo la crescita e lo sviluppo di piante e animali nei diversi Paesi di approvvigionamento. Nel lungo periodo, il manifestarsi di tali eventi determina variazioni delle rese: l'effetto atteso è potenzialmente negativo per le materie prime di origine animale (piuma e lana) e positivo⁶ per quelle di origine vegetale (cotone). Anche in questo caso, l'analisi condotta sui dati del Gruppo ha evidenziato un effetto finanziario trascurabile, con un incremento stimato dei costi operativi annuali non rilevante.

In generale, i risultati dell'analisi degli scenari, che includono valutazioni su potenziali effetti finanziari derivanti da rischi fisici e di transizione e l'identificazione di misure di mitigazione, con l'allocazione delle relative risorse finanziarie, forniscono la base per la definizione della strategia climatica del Gruppo.

Con l'obiettivo di continuare a integrare le metriche e i target utilizzati per misurare l'effetto finanziario dei rischi e delle opportunità legati al clima, il Gruppo si impegna a proseguire l'attività di valutazione degli impatti di rischi e opportunità legati al cambiamento climatico nel breve, medio e lungo termine.

⁴ Fenomeni climatici estremi, improvvisi e di breve durata, che possono causare impatti immediati e significativi su persone, infrastrutture, attività economiche e catene di fornitura (Task Force on Climate-related Financial Disclosures – TCFD).

⁵ Cambiamenti climatici di lungo periodo, gradualmente ma persistenti, che possono alterare in modo strutturale sistemi naturali, infrastrutture e modelli di business (Task Force on Climate-related Financial Disclosures – TCFD).

⁶ Secondo l'analisi condotta nelle principali aree di approvvigionamento del Gruppo, la somma degli effetti locali si tradurrebbe in un incremento delle rese globali di cotone, con una potenziale riduzione dei prezzi.

Ulteriori dettagli riguardo gli elementi delle analisi sono rendicontati pubblicamente nel questionario annuale *Climate Change* di CDP⁷.

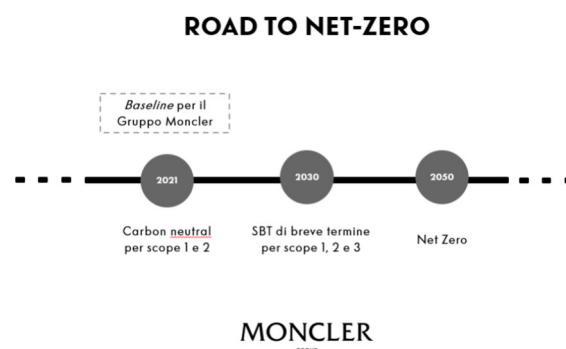
I risultati delle analisi sopra descritte hanno rappresentato la base di partenza per le valutazioni condotte nell'ambito del processo di doppia rilevanza (vedi anche pagg. 102-107; 108-110) che ha **considerato solo i rischi teorici che hanno superato la soglia di rilevanza**: il rischio fisico derivante dall'intensificazione di fenomeni climatici estremi e cronici (ad esempio forti precipitazioni, ondate di calore o di freddo, fenomeni di siccità, ecc.), che potrebbero colpire i siti fisici comportando la possibile interruzione o riduzione dei livelli di produzione (continuità operativa) e il rischio associato ai cambiamenti nelle dinamiche di acquisto dei clienti anche a seguito dell'aumento delle temperature medie⁸. In aggiunta, attraverso l'analisi di doppia rilevanza, è stato identificato un rischio reputazionale teorico legato al mancato raggiungimento degli obiettivi climatici definiti nel Piano di Sostenibilità (vedi anche pag. 102).

[E1-1] PIANO DI TRANSIZIONE PER LA MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il Gruppo Moncler considera la lotta al cambiamento climatico una priorità ed è impegnato sia a ridurre la propria impronta di carbonio, sia a mitigare i rischi e i potenziali effetti che il cambiamento climatico stesso può avere sulle proprie attività. Affrontare il cambiamento climatico è una sfida collettiva che supera i confini dell'azienda e della sua catena del valore, estendendosi oltre i confini nazionali e coinvolgendo tutti i settori, dalle aziende ai governi e alle organizzazioni non governative.

La strategia climatica del Gruppo Moncler rappresenta un pilastro fondamentale della strategia di sostenibilità, confermata nel nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028. Quest'ultimo, esaminato e approvato dal Consiglio di Amministrazione su proposta del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (vedi anche pagg. 67-69; 87-94), definisce l'impegno del Gruppo a ridurre le emissioni non solo nelle proprie sedi, ma anche lungo la catena del valore, dall'estrazione delle materie prime alla produzione dei capi, fino al trasporto e alla gestione a fine vita dei prodotti finiti.

La strategia climatica del Gruppo è basata su un percorso a tappe, costantemente monitorata e soggetta a revisione annuale.



In particolare, il Gruppo Moncler si è impegnato a ridurre, entro il 2030, del 70% le emissioni di CO₂e assolute di scope 1 e scope 2 (in linea con l'ambizione "1,5°C") e del 52% le emissioni di CO₂e

⁷ Consultabile nel sito web della Società www.monclergroup.com, nella Sezione "Sostenibilità / Report".

⁸ Nonostante l'aumento delle temperature medie stagionali e la durata potenzialmente più breve delle stagioni invernali previsti entro il 2050, è necessario tenere in considerazione anche l'aumento degli eventi meteorologici estremi, come dimostrato dagli studi condotti dal MIT (Massachusetts Institute of Technology), NSF (National Science Foundation) e GIST (Gwangju Institute of Science and Technology). Questi fattori, se combinati tra loro risultano essere difficili da valutare in termini di potenziale effetto.

di scope 3 per unità di prodotto venduto rispetto al 2021⁹ ¹⁰ (in linea con l'ambizione "Well-Below 2°C"). Tali obiettivi, sottomessi nel 2022 e formalmente approvati dall'iniziativa *Science Based Targets* (SBTi)¹¹, sono stati giudicati coerenti con il contributo richiesto alle aziende per limitare l'innalzamento massimo della temperatura mondiale rispetto ai livelli pre-industriali.

Nel 2025, il Gruppo Moncler ha condotto un'analisi interna¹² per rivedere il proprio obiettivo di decarbonizzazione relativo alle emissioni di scope 3 e allinearli alle *best practice* che vedono nel target assoluto un impegno più virtuoso. Attualmente questa proposta è in fase di valutazione da parte di SBTi. L'obiettivo sulle emissioni scope 1 e scope 2 resta invariato, in quanto il perimetro non ha subito variazioni significative.

All'interno della strategia climatica, l'adozione di energia da fonti rinnovabili, il miglioramento dell'efficienza operativa e l'utilizzo di materiali "preferred"¹³ sono tra le principali leve di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)¹⁴, in coerenza con gli obiettivi fissati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile (*Sustainable Development Goals* – SDGs). Il dettaglio delle azioni e iniziative previste dalla strategia climatica sono descritte all'interno del paragrafo "E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici" (vedi pagg. 131-139) dove vengono approfonditi anche i progressi dell'anno. Le risorse necessarie alla sua attuazione sono integrate nella pianificazione finanziaria del Gruppo, che include anche costi operativi e investimenti in linea con quanto riportato come "ammissibile" e "allineato" nella rendicontazione relativa alla Tassonomia UE.

Il Gruppo rimane altresì impegnato a raggiungere emissioni nette pari a zero (Net Zero)¹⁵ lungo tutta la catena del valore entro il 2050, in linea con gli sforzi richiesti nell'Accordo di Parigi¹⁶ volti a limitare l'aumento della temperatura media globale a 1,5 °C. A tal proposito, l'ambizione del Gruppo si articolerà su due fasi complementari, da portare a termine entro il 2050 rispetto al 2021, in linea con quanto indicato dalla *Science Based Targets initiative*:

- ridurre del 90% le emissioni GHG di scope 1, 2 e 3;
- neutralizzare le emissioni residue con progetti di assorbimento di CO₂.

⁹ Il valore assoluto delle emissioni scope 1 e scope 2 (market-based) del 2021, che costituisce il base year dell'obiettivo, è pari a 5.065 tonnellate di CO₂e (scope 1 e scope 2 market-based sono pari a 2.332 e 2.733 tonnellate di CO₂e, rispettivamente).

¹⁰ Il valore assoluto di scope 3 del 2021 considerato per il base year dell'obiettivo è pari a 206.932 tonnellate di CO₂e. In linea con le raccomandazioni della Science Based Targets initiative le emissioni di scope 3 coperte dall'obiettivo non includono le emissioni associate all'utilizzo del prodotto.

¹¹ SBTi (Science Based Targets initiative) è l'iniziativa che definisce obiettivi di riduzione delle emissioni basati sulla scienza, per rafforzare la posizione competitiva delle aziende che vogliono passare a un'economia a basse emissioni di carbonio. Nasce nel 2015 dalla collaborazione tra CDP, United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) e World Wide Fund for Nature (WWF) e mira a guidare le aziende in un percorso di decarbonizzazione strutturato verso la riduzione significativa e scientificamente fondata delle emissioni di gas serra.

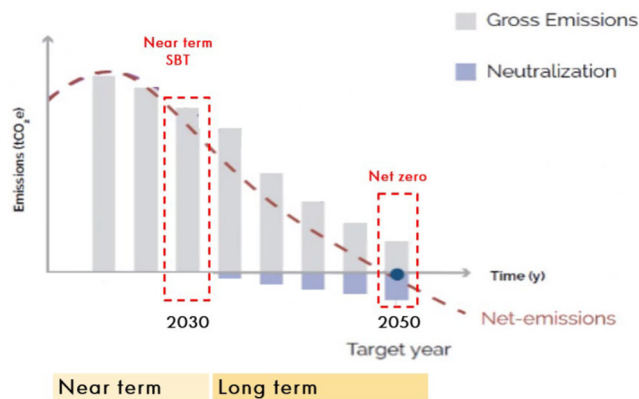
¹² Svolta prendendo in considerazione elementi quali, ad esempio, anno base, anno target, applicabilità delle linee guida Forest, Land and Agriculture (FLAG), ecc..

¹³ 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 in linea con specifici standard).

¹⁴ Con riferimento agli obiettivi fissati, non risultano emissioni di gas a effetto serra (GHG) bloccate ("locked-in") associate agli asset di proprietà. Di conseguenza, non emergono rischi che tali emissioni possano ostacolare il raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni GHG. Nonostante ciò, il Gruppo prosegue nel monitoraggio continuo dei propri asset al fine di mantenere la flessibilità necessaria all'adattamento agli obiettivi di sostenibilità e riduzione delle emissioni.

¹⁵ Secondo il panel intergovernativo sul cambiamento climatico delle Nazioni Unite (Intergovernmental Panel on Climate Change - IPCC) il raggiungimento di Net Zero comporta l'equilibrio complessivo tra le emissioni di gas a effetto serra (GHG) prodotte e quelle assorbite dagli ecosistemi, attraverso meccanismi di neutralizzazione. In particolare, per contribuire al raggiungimento di emissioni nette pari a zero, le aziende devono ridurre le emissioni e neutralizzare le emissioni residue. Secondo quanto definito dalla Science Based Targets initiative il raggiungimento di Net Zero coinvolge le emissioni GHG di scope 1, 2 e 3.

¹⁶ Il Gruppo Moncler, per la natura del suo business, non è escluso dal EU Paris-aligned Benchmark (EU PAB), strumento finanziario introdotto dall'Unione europea per aiutare gli investitori a supportare la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio, in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul clima.



Fonte: Science Based Targets initiative (SBTi)

In quest'ottica, il Gruppo Moncler sta esplorando quali progetti di *carbon removal* e attività che immagazzinano carbonio potrebbero supportare il proprio percorso per raggiungere il Net Zero.

Moncler si impegna a riportare e comunicare in maniera trasparente il proprio impatto sul cambiamento climatico e i risultati delle attività di mitigazione attraverso la Rendicontazione di Sostenibilità e il questionario *Climate Change* di CDP.

[E1-2] POLITICHE RELATIVE ALLA MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI E ALL'ADATTAMENTO AGLI STESSI

La **Politica Ambientale** del Gruppo Moncler, in linea con i valori e i principi descritti nel Codice Etico e nel Codice di Condotta dei Fornitori, conferma l'impegno a migliorare nel tempo la propria performance ambientale, prevenendo o minimizzando gli impatti negativi attuali e potenziali sulle risorse naturali e sulle persone lungo la catena del valore, attraverso un approccio basato sulla valutazione del rischio e la definizione di obiettivi.

In particolare, la Politica definisce le ambizioni del Gruppo in merito alla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG), sia in termini di mitigazione che di adattamento ai cambiamenti climatici, alla protezione della biodiversità, alla gestione delle risorse idriche e dei rifiuti, ai prodotti realizzati con materiali "preferred" e alla promozione di una cultura della sostenibilità.

La Politica si ispira all'Accordo di Parigi sul Clima del 2015, al Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP), al *Green Deal* Europeo e ai principi del *Global Compact* ed evidenzia l'obiettivo del Gruppo di contribuire direttamente, o attraverso organizzazioni con cui il Gruppo collabora, agli obiettivi descritti dagli *UN Sustainable Development Goals* (SDGs).

Il Gruppo Moncler applica la Politica Ambientale a tutte le proprie attività e ne incoraggia l'adozione lungo tutta la catena di fornitura. Nello specifico, il Gruppo Moncler richiede ai propri fornitori e partner commerciali di rispettare tutte le normative ambientali, applicabili nei Paesi in cui operano, oltre ai principi di salvaguardia dell'ambiente, inclusi nel Codice di Condotta dei Fornitori del Gruppo.

Nel processo di selezione di potenziali partner con cui collaborare, il processo di *due diligence* del Gruppo prevede una valutazione delle modalità di gestione delle tematiche ambientali. Per promuovere il rispetto della Politica, il Gruppo Moncler si impegna a investire risorse tecniche, economiche e professionali.

Con specifico riferimento al cambiamento climatico, la Politica Ambientale ribadisce l'impegno del Gruppo nel mitigare il proprio impatto, riducendo le emissioni GHG dirette e indirette, in linea con l'obiettivo dell'Accordo di Parigi sul Clima, di quantificare, monitorare e comunicare in modo

trasparente le proprie emissioni GHG dirette e indirette e di adattare il proprio modello di business agli effetti dei cambiamenti climatici, identificando, valutando e gestendo i rischi e le opportunità sia nei propri siti sia lungo la catena di fornitura.

Per quanto riguarda le emissioni GHG dirette, la Politica Ambientale include gli impegni del Gruppo relativamente a:

- l'approvvigionamento del 100% di elettricità da fonti rinnovabili per i siti di proprietà e per quelli a gestione diretta a livello globale;
- l'allineamento con i migliori standard ambientali previsti per le proprie sedi corporate e i negozi, minimizzando il consumo di energia e promuovendo il benessere dei propri dipendenti e clienti;
- il monitoraggio regolare degli spostamenti di lavoro e l'incremento del numero di veicoli a più basso impatto ambientale rispetto alle soluzioni convenzionali nella flotta aziendale del Gruppo (vedi anche pag. 134);
- il mantenimento della *carbon neutrality* (neutralità carbonica) presso le proprie sedi aziendali, implementando diverse iniziative per la riduzione delle emissioni GHG e compensando le emissioni dirette residue attraverso progetti certificati secondo i migliori standard.

Per quanto riguarda le emissioni GHG indirette, la Politica include i seguenti impegni:

- promuovere il coinvolgimento dei propri fornitori, incentivando l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e la riduzione delle emissioni GHG, in linea con un approccio *science-based*;
- ridurre l'impatto ambientale della catena di fornitura, promuovendo l'utilizzo di materiali "preferred" nelle collezioni;
- ridurre gli impatti ambientali legati ai trasporti, identificando e promuovendo l'utilizzo di soluzioni più efficienti senza intaccare l'efficienza operativa e il rispetto dei tempi di consegna;
- incoraggiare i propri dipendenti ad adottare soluzioni di trasporto alternative a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali e a fornire il servizio di navetta presso i siti produttivi, in modo tale da ridurre l'impatto della mobilità urbana.

Adottata a livello Gruppo, la Politica Ambientale è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione nel 2017, dopo aver ricevuto l'opinione del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità, ed è stata aggiornata nel 2024. Il processo di definizione e aggiornamento della Politica coinvolge le funzioni aziendali competenti, per garantire che la stessa sia sempre allineata alle *best practice* internazionali (vedi anche pag. 126) e aggiornata in base ai cambiamenti di contesto o ai progressi verso gli obiettivi ambientali.

Il documento è disponibile in italiano e in inglese, sia sulla intranet aziendale che sul sito internet del Gruppo (monclergroup.com).

[E1-3] AZIONI E RISORSE RELATIVE ALLE POLITICHE IN MATERIA DI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Di seguito vengono descritte le azioni adottate dal Gruppo Moncler per implementare un sistema di gestione ambientale efficace presso le proprie sedi a gestione diretta e per ridurre le emissioni di gas a effetto serra (GHG) di scope 1, 2 e 3 e quindi gli impatti del Gruppo, oltre che per mitigare i rischi teorici identificati legati ai cambiamenti climatici. Tali azioni rappresentano un impegno concreto che il Gruppo continuerà a portare avanti nel futuro, consolidando e rafforzando il percorso di implementazione della strategia climatica.

Iniziative di riduzione dei consumi e delle emissioni scope 1 e 2

Il Gruppo adotta da diversi anni, presso le sedi a gestione diretta, sistemi di gestione ambientale certificati che richiedono un attento monitoraggio di indicatori specifici e piani di miglioramento continuo.

Nel 2025 la **certificazione del Sistema di Gestione Ambientale** secondo lo standard **ISO 14001** è stata mantenuta nei poli produttivi in Romania e Italia, nelle sedi corporate italiane e nel polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza), ed ottenuta per il nuovo Headquarter di Moncler a Milano.

Dal 2024 gli uffici, l'Hub logistico e parte dei siti produttivi in Italia sono stati dotati di un **Sistema di Gestione dell'Energia** certificato **ISO 50001**. Tale certificazione, nel corso dell'anno, è stata estesa anche all'Hub di Stone Island a Ravarino (Modena), allo stabilimento produttivo in Romania e a quello dedicato alla maglieria a Padernello di Paese (Treviso), con l'impegno di estenderla anche allo showroom di Stone Island a Milano. Nell'ambito di questo percorso di certificazione, il Gruppo Moncler si è dotato di una **Politica Energetica** che integra gli impegni descritti nella Politica Ambientale, focalizzandosi sulla gestione dei consumi energetici e migliorando continuamente la propria prestazione energetica.

Al fine di ridurre i consumi energetici e le emissioni GHG, il Gruppo Moncler sta implementando diverse attività nelle proprie sedi a gestione diretta (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi):

- **Utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili**

In linea con gli impegni presi, il Gruppo Moncler per le sedi aziendali a gestione diretta del mondo, dal 2023, si approvvigiona esclusivamente di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, strumento chiave per il percorso di decarbonizzazione del Gruppo. Questo risultato è stato raggiunto attraverso:

- **installazione di pannelli fotovoltaici:** presso il polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) e lo stabilimento di Padernello di Paese (Treviso), gli impianti fotovoltaici hanno contribuito rispettivamente alla generazione di oltre 1.000 MWh e di 12 MWh di energia nel 2025. Parallelamente, Stone Island, attraverso l'impianto fotovoltaico presso la sede di Ravarino (Modena), ha prodotto circa 116 MWh di energia. È inoltre prevista nel 2026 l'entrata in funzione dell'impianto fotovoltaico installato presso il nuovo Headquarter di Moncler a Milano;
- **acquisto di elettricità da fonti rinnovabili:** anche nel 2025 il Gruppo ha continuato a convertire i contratti di fornitura di energia convenzionale in contratti di energia elettrica proveniente da fonte rinnovabile a livello mondo. Laddove non disponibile un'offerta di energia da fonte rinnovabile da parte del provider energetico, il Gruppo ha proseguito con l'acquisto di Certificati di Attribuzione dell'Energia (EACs), tra cui i certificati di Garanzie d'Origine (GO), *Renewable Energy Certificate* (REC), *New Zealand Energy Certificate* (NSEC), *Non-Fossil Value Certificate* (NFC), *Korean Renewable Energy Certificate* (K-REC) e *International Renewable Energy Certificate* (I-REC). Il costo d'acquisto dei Certificati di Attribuzione dell'Energia è parte integrante della pianificazione finanziaria annuale del Gruppo, che tiene in considerazione sia di eventuali ampliamenti del canale retail, con conseguente aumento di consumi energetici, che di potenziali variazioni di prezzo dei certificati.

Queste iniziative hanno permesso al Gruppo di mantenere a zero le emissioni GHG di scope 2 (market-based) relative al consumo di energia elettrica acquistata, in tutte le sedi nel mondo.

- **Iniziative di efficientamento energetico**

Per quanto riguarda l'efficientamento energetico, il Gruppo Moncler, nell'ambito del proprio Sistema di Gestione dell'Energia, svolge regolarmente diagnosi energetiche finalizzate all'individuazione di nuove opportunità di miglioramento delle prestazioni energetiche. Tali analisi consentono di comprendere in modo approfondito i profili di utilizzo dell'energia, individuare eventuali inefficienze e definire interventi mirati. Sulla base delle evidenze raccolte, il Gruppo attua un processo di miglioramento continuo a supporto del raggiungimento degli obiettivi in materia di decarbonizzazione ed efficienza energetica. Nel corso del 2025, le diagnosi hanno interessato i siti italiani del Gruppo, caratterizzati da livelli di consumo più elevati.

In particolare, nel 2025, è proseguita l'attività di installazione di sistemi di illuminazione a basso consumo e di ottimizzazione degli impianti di riscaldamento e climatizzazione, sia nei siti già operativi sia nelle nuove costruzioni. Tali interventi sono stati supportati da continui investimenti nell'integrazione di sistemi innovativi e apparecchiature ad alta efficienza, in linea con i requisiti tecnici del Regolamento UE sulla Tassonomia 852/2020.

Nello specifico, nelle sedi corporate di Moncler, in continuità con quanto svolto gli anni scorsi, è proseguita l'attività di sostituzione di impianti di illuminazione tradizionale con lampade a **Light-Emitting Diode (LED)**¹⁷ e di sistemi di isolamento termico per garantire una maggiore efficienza energetica. Nelle sedi di Milano, la quasi totalità degli impianti di illuminazione è costituita da sistemi più efficienti rispetto a quelli convenzionali; presso la sede corporate di Trebaseleghe (Padova) circa il 95% dei sistemi di illuminazione è a basso consumo, percentuale che si attesta a circa l'80% presso la sede di Ravarino (Modena).

Ad oggi, l'intera sede produttiva in Romania e l'intero polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) sono dotati di impianti a LED. Il nuovo stabilimento dedicato alla maglieria di Padernello di Paese (Treviso), anch'esso interamente illuminato a LED, è stato dotato anche di un impianto fotovoltaico sull'intera copertura dell'edificio e di un sistema di monitoraggio **Building Management System (BMS)** finalizzato alla gestione integrata di tutte le funzioni tecnologiche dello spazio, dal controllo degli accessi alla gestione dell'illuminazione e della climatizzazione al fine di avere una gestione più efficiente dei consumi energetici. Inoltre, nel 2025 i lavori di ristrutturazione svolti presso l'Hub di Ravarino (Modena) hanno consentito l'ottimizzazione dell'areazione interna, l'installazione di sistemi LED e di **sistemi di riscaldamento a pompa di calore**. Nel reparto tintoria sono in corso interventi per l'implementazione di un impianto solare termico a supporto della produzione, la sostituzione delle caldaie con pompe di calore, la realizzazione di un impianto di processo dedicato al preriscaldamento dell'acqua e la sostituzione degli infissi, per migliorare l'efficienza energetica dell'edificio.

Infine, nell'ambito della progettazione del complesso del nuovo Headquarter di Moncler a Milano, il Gruppo ha realizzato un involucro edilizio ad alte prestazioni, volto a ridurre le dispersioni termiche, e ha previsto l'installazione di **sistemi avanzati di climatizzazione** basati su pompe di calore ad acqua di falda e aria, integrati da un impianto fotovoltaico con una potenza installata pari a circa 360 kWp e da un impianto solare termico composto da 76 pannelli.

Per quanto riguarda i negozi, ad oggi oltre il 99%¹⁸ dei punti vendita Moncler (100% negli Stati Uniti, in Corea del Sud, in Giappone e in Europa) è dotato di impianti d'illuminazione a LED. La stessa tipologia di impianti è prevista per i nuovi negozi di Stone Island a livello globale.

In linea con quanto svolto nel corso degli anni precedenti, anche nel 2025, il Gruppo ha implementato attività volte a rinnovare gli impianti elettrici dei negozi, utilizzando nuove tecnologie che garantiscono un risparmio energetico.

A tal proposito, dal 2021 Moncler ha iniziato a dotare i negozi di impianti di supervisione *Building Management System (BMS)* per la gestione più efficiente dei consumi energetici.

In continuità con le iniziative realizzate, il Gruppo si è posto l'obiettivo di definire le nuove *Building Guidelines*, accompagnate dal relativo piano di attuazione, finalizzate all'individuazione e all'implementazione di soluzioni di elettrificazione ed efficienza energetica presso le sedi aziendali a gestione diretta.

¹⁷ I LED di ultima generazione, capaci di garantire un'ottima qualità di luce, permettono un risparmio di energia stimato fino a circa l'80% rispetto ai sistemi di illuminazione usati precedentemente e al tempo stesso producono un calore residuo inferiore. Sempre con riferimento all'impatto ambientale, hanno una vita media sensibilmente superiore rispetto a quelle tradizionali e sono quasi completamente realizzate in materiale riciclabile.

¹⁸ Sono esclusi da questo computo gli shop-in-shop in cui gli impianti di illuminazione sono forniti dai department store ospitanti (14 in tutto il mondo) e sui quali, quindi, Moncler non può intervenire. Tuttavia, a fine 2025, tali shop-in-shop erano dotati di impianti di illuminazione a LED.

- **Certificazioni ambientali LEED e BREEAM**

Dal 2021 il Gruppo ha avviato un processo di certificazione ambientale ed energetica dei propri negozi e di tutte le nuove costruzioni di sedi corporate secondo lo standard **LEED**. Adottando questa certificazione, che richiede l'implementazione di interventi di efficienza energetica, il Gruppo si impegna a mettere in atto buone pratiche energetiche per ogni nuovo progetto.

A partire dal 2023 il Gruppo Moncler è impegnato annualmente ad ottenere la certificazione LEED per i nuovi store¹⁹.

A fronte di questo obiettivo, ad oggi il Gruppo Moncler conta:

- otto negozi certificati secondo lo standard *LEED for Building Operations and Maintenance* e due negozi in corso di certificazione;
- 43 negozi certificati secondo lo standard *LEED for Interior Design and Construction* e 18 negozi in corso di certificazione.

Per quanto riguarda le sedi produttive, il Gruppo dopo aver ottenuto la certificazione *LEED Building Design and Construction* per l'estensione dello stabilimento realizzato in Romania, ha conseguito la stessa certificazione nel 2025 per il nuovo stabilimento dedicato alla maglieria a Padernello di Paese (Treviso). È inoltre in corso l'allineamento agli stessi criteri per la ristrutturazione dell'edificio dedicato alla tintoria di Stone Island.

Per quanto riguarda gli uffici, nel 2025 il Gruppo ha ottenuto la certificazione *LEED for Interior Design and Construction* per il nuovo Hub di Ravarino (Modena) e, a febbraio 2026, la certificazione *LEED for Building Design and Construction* per il nuovo Headquarter di Moncler a Milano.

Infine, presso il polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) è stata conseguita la certificazione **BREEAM In-Use** con livello *Excellent*, che attesta una gestione più efficiente dell'edificio e un miglioramento delle prestazioni energetiche e ambientali.

- **Flotta auto a basse emissioni**

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha continuato a introdurre veicoli a basso impatto ambientale (veicoli ibridi ed elettrici) nella flotta auto, superando l'obiettivo prefissato e portando al **98% la quota di tali veicoli**, in linea con il 2024. Sulla base dei risultati conseguiti, il Gruppo ha fissato un nuovo obiettivo al 2028 volto a garantire che almeno il 45% del parco auto aziendale sia composto da veicoli con emissioni inferiori a 50g di CO₂ per chilometro percorso²⁰.

Iniziative di mitigazione delle emissioni scope 3

Per la natura del suo modello di business, in cui la produzione è prevalentemente gestita tramite fornitori, gli impatti ambientali più significativi del Gruppo Moncler sono quelli indiretti (scope 3) pari a circa il 99% delle emissioni totali del Gruppo. Al fine di limitare l'impatto indiretto legato alla realizzazione e alla distribuzione dei prodotti, nei limiti della propria capacità di influenza, Moncler e Stone Island incoraggiano i propri partner, produttivi e logistici, all'applicazione di buone pratiche ambientali.

- **Materiali "preferred"**

Tra le materie prime utilizzate, inclusi i materiali per i prodotti finiti e gli imballaggi, la lana ed il cotone rappresentano la principale fonte di emissioni GHG, seguite dai materiali sintetici, come ad esempio nylon e poliestere.

Per ridurre questo impatto, da diversi anni, il Gruppo Moncler sta progressivamente sostituendo i materiali convenzionali con alternative di origine riciclata, biologica o provenienti da

¹⁹ Esclusi gli shop-in-shop.

²⁰ Target subordinato all'implementazione della Decisione di esecuzione della Commissione (UE) 2023/1623.

agricoltura rigenerativa che garantiscono una riduzione delle emissioni generate e quindi rappresentano una leva chiave della strategia climatica del Gruppo. Questo approccio non solo supporta l'impegno aziendale contro il cambiamento climatico, ma contribuisce anche a mitigare altri impatti ambientali (vedi anche pagg. 83-85; 175-176).

A seguito del raggiungimento degli obiettivi intermedi definiti nel precedente Piano di Sostenibilità, il Gruppo ha ulteriormente rafforzato il proprio percorso fissando nuovi target. In particolare, le collezioni 2028²¹ del Gruppo dovranno includere:

- $\geq 70\%$ di nylon "preferred";
- $\geq 65\%$ di cotone "preferred";
- $\geq 75\%$ di lana certificata secondo specifici standard (ad esempio *Responsible Wool Standard* – RWS, *Nativa*, *Sustainawool*).

Nel 2025, in particolare, il Gruppo ha utilizzato oltre il 55% di cotone riciclato o biologico, oltre il 60% di nylon riciclato e oltre il 70% di lana certificata, ad esempio *Responsible Wool Standard* (RWS), *Nativa*, *Sustainawool*. Grazie all'acquisto di questi materiali, fatta eccezione per la lana, per la quale non è stato ancora definito un fattore di emissione che valorizzi il beneficio del passaggio a una soluzione a più basso impatto, il Gruppo ha evitato l'emissione di oltre 11.000²² tonnellate di CO₂e nel 2025, rispetto all'acquisto delle equivalenti materie prime convenzionali. A supporto di questi risultati ha contribuito anche il *Raw Material Manual*²³, pubblicato nel 2024, che riassume i criteri e le soglie per guidare la scelta di materiali e accessori a più basso impatto ambientale rispetto alle soluzioni convenzionali e in linea con le *best practice* sul benessere animale (vedi anche pagg. 173-174).

Allo stesso modo, il Gruppo Moncler è impegnato nella riduzione dei consumi di materiali per il packaging e nella ricerca e applicazione di alternative a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali. Negli ultimi anni, infatti, il Gruppo ha avviato una serie di programmi di miglioramento per il design del packaging focalizzati principalmente sulla riciclabilità, riutilizzabilità²⁴ e capacità di durare nel tempo oltre che sulla diminuzione di materiale utilizzato (vedi anche pagg. 174; 178-182).

Dal 2022, il packaging destinato al cliente finale è realizzato con materiali "preferred" così come, dal 2023, quello logistico.

Maggiori dettagli sui progressi raggiunti nel 2025 rispetto ai materiali "preferred" sono riportati a pagg. 83-85; 168-169; 171; 175-176; 184-185.

• Agricoltura rigenerativa

A partire dal 2023 il Gruppo Moncler supporta progetti dedicati a pratiche di agricoltura rigenerativa lungo le filiere del cotone e della lana, con effetti di mitigazione sia delle emissioni GHG che dell'impatto sulla biodiversità, e l'implementazione di nuove metodologie di misurazione degli impatti in linea con i più recenti standard di riferimento. In particolare, tra i progetti avviati sulla filiera del cotone, il Gruppo ha aderito ad un progetto di agricoltura rigenerativa sviluppato in Tennessee, in collaborazione con *Ecosystem Services Market Consortium* (ESMC)²⁵, che promuove tecniche di riduzione di lavorazione del suolo, applicazione di *cover crops* e gestione efficiente dei nutrienti, e che ha permesso di rimuovere negli anni circa 195 tonnellate di CO₂e dall'atmosfera aumentando la capacità di sequestro di carbonio del suolo nelle aree interessate. Gli impatti del progetto sono stati verificati e certificati da *SustainCERT*²⁶ (vedi anche pagg. 83; 169).

²¹ Il valore considera il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni Primavera-Estate (PE) e Autunno-Inverno (AI) 2028.

²² Il valore è calcolato considerando le emissioni che si sarebbero generate se il Gruppo avesse utilizzato materie prime convenzionali.

²³ Consultabile nel sito web della Società www.monclergroup.com, nella Sezione "Sostenibilità".

²⁴ Si riferisce alla capacità di un prodotto di essere utilizzato più volte per lo stesso scopo, senza perdere le sue funzionalità, prestazioni o qualità.

²⁵ Organizzazione no-profit che riconosce e premia gli agricoltori e gli allevatori per le loro pratiche ambientali.

²⁶ Organismo di certificazione ufficiale per il Gold Standard for the Global Goals, solido standard volto a garantire che le azioni per il clima contribuiscano anche agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Relativamente alla filiera della lana, il Gruppo ha continuato a supportare il progetto lanciato in Australia, insieme a *PUR Projet*²⁷, che nel 2025 ha visto la finalizzazione delle baseline degli allevamenti che serviranno per il monitoraggio delle attività implementate sul campo (vedi anche pagg. 83; 169).

- **Decarbonizzazione della catena di fornitura**

Nel 2025, le emissioni generate dai processi produttivi lungo la catena di fornitura, dalla trasformazione delle materie prime al confezionamento dei capi, rappresentano circa il 30% delle emissioni di scope 3 del Gruppo. All'interno di queste attività, i processi di tessitura, tintura e finissaggio risultano essere le fasi a maggiore intensità emissiva, rappresentando circa il 65% di queste emissioni.

Il Gruppo collabora attivamente con i propri fornitori per monitorare i consumi energetici e definire obiettivi e piani mirati alla riduzione della loro impronta di carbonio.

Negli ultimi anni, è stata avviata un'attività di mappatura dei consumi energetici e della relativa tipologia di energia utilizzata lungo la filiera con l'obiettivo di integrare tali dati nella *carbon footprint* di Gruppo e individuare, insieme ai propri fornitori, opportunità di efficientamento energetico e di transizione verso energia da fonti rinnovabili.

Tale attività è proseguita anche nel 2025, con la raccolta e l'integrazione dei dati primari relativi ai consumi energetici e alla tipologia di energia utilizzata presso oltre 170 siti produttivi dei fornitori diretti e dei loro subfornitori. Ad oggi circa il 30% di energia elettrica consumata presso questi siti proviene da fonti rinnovabili, di cui il 20% derivante da autoproduzione da impianti fotovoltaici installati *in situ* e il restante 80% proveniente da fonti rinnovabili certificate.

Considerando lo stesso perimetro di fornitori e i relativi siti produttivi mappati negli ultimi due anni, la percentuale di fornitori che si è approvvigionata di energia elettrica esclusivamente da fonte rinnovabile (autoprodotta o acquistata certificata) è aumentata del 12%.

Questo processo, affiancato da partner esterni per la fase di verifica del dato, permette al Gruppo sia di migliorare la qualità del dato utilizzato, sia di monitorare nel tempo le azioni virtuose implementate dai propri fornitori.

Nel 2025, il Gruppo ha continuato a mettere a disposizione il **supporto consulenziale**, in collaborazione con *Apparel Impact Institute*²⁸, con l'obiettivo di accelerare la transizione verso pratiche a basse emissioni nella propria catena di fornitura. In particolare, sono stati coinvolti 13 fornitori, all'interno del programma *Carbon Target Setting* (CTS), che prevede un percorso strutturato di accompagnamento nella definizione di obiettivi di riduzione delle emissioni GHG, nell'incremento dell'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e nella predisposizione di un piano di decarbonizzazione di medio-lungo periodo. Il programma CTS ha inoltre consentito di identificare possibili strumenti di agevolazione economica (ad esempio incentivi statali) a supporto dell'implementazione di tali interventi, favorendo così una maggiore concretezza e fattibilità delle strategie di decarbonizzazione. Il Gruppo continuerà a collaborare con i fornitori che presentano processi di lavorazione più intensivi dal punto di vista energetico e a stimolare l'adozione di energia rinnovabile presso la catena di fornitura.

Il Gruppo ha, inoltre, avviato una **campagna di sensibilizzazione** lungo la filiera mirata alla promozione delle migliori pratiche ambientali del settore. Tale attività è stata svolta sia attraverso workshop dedicati con fornitori di primo e secondo livello sia attraverso la condivisione del *Climate & Energy Toolkit*, mediante i canali di procurement aziendali, che fornisce strumenti concreti per una comprensione efficace su come monitorare e accelerare la transizione verso modelli produttivi a più basse emissioni rispetto a quelli convenzionali.

Consapevole che la decarbonizzazione della filiera richiede un **impegno collettivo** dell'intero settore, il Gruppo ha aderito all'*European Accelerator*, iniziativa guidata da *The Fashion Pact*,

²⁷ Organizzazione attiva nell'attività di insetting dal 2008, PUR Projet è una B Corp certificata e leader globale nell'implementazione di soluzioni nature-based.

²⁸ Apparel Impact Institute (Aii) è un'organizzazione no profit internazionale che promuove la decarbonizzazione nella filiera dell'abbigliamento e delle calzature, diffondendo soluzioni sull'efficienza energetica e l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili.

che riunisce i principali gruppi del lusso, con l'obiettivo di accelerare la decarbonizzazione attraverso azioni condivise e strumenti comuni. La prima fase del programma, che ha visto sin da subito il coinvolgimento di un panel di fornitori, si è concentrata sulla semplificazione della rendicontazione, sviluppando un questionario dedicato alla raccolta dei principali dati ambientali, favorendo così un approccio più efficiente e armonizzato alla misurazione delle performance di filiera.

Per rafforzare ulteriormente questo approccio il Gruppo Moncler ha creato un Comitato, in seno al Comitato Sostenibilità, dedicato alla supervisione del programma di decarbonizzazione della filiera. Composto da figure chiave del top management, responsabili delle funzioni acquisti, dal team Sustainable Supply Chain e dall'Unità di Sostenibilità, il Comitato combina competenze strategiche e operative, assicurando un approccio integrato e multidisciplinare. Tra le sue responsabilità principali figurano la guida della strategia di coinvolgimento dei fornitori per la riduzione delle emissioni, la supervisione delle attività implementate e il monitoraggio dei progressi, al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi aziendali di decarbonizzazione. Questo organismo rappresenta un pilastro fondamentale nella promozione di una transizione energetica efficace lungo tutta la filiera, favorendo la collaborazione tra funzioni aziendali e fornitori.

- **Iniziative del sistema logistico**

La funzione Logistica, che nel corso degli ultimi anni ha sviluppato competenze di sostenibilità, ha portato avanti diverse iniziative per contenere gli impatti ambientali e i costi logistici, tra cui:

- **l'ingegnerizzazione dei percorsi** per ridurre le distanze percorse;
- **la razionalizzazione delle frequenze di trasporto** nei flussi di alimentazione dei poli produttivi, per minimizzare gli spostamenti e ottimizzare i flussi;
- la promozione di **mezzi di trasporto a minor impatto ambientale**, con la definizione di requisiti minimi di sostenibilità (**Sustainability Minimum Requirement**);
- **il packaging space efficient**, per spedire lo stesso volume di prodotto in meno spazio;
- **l'utilizzo di packaging** a minor impronta ambientale rispetto al packaging convenzionale.

In particolare, durante l'anno, il Gruppo ha proseguito il suo percorso di sviluppo dei processi logistici, concentrandosi sull'aumento del livello di automazione e standardizzazione. Sono stati rafforzati i sistemi di integrazione tra i principali provider di servizi logistici e le piattaforme informatiche aziendali.

Il 2025 ha segnato il primo anno di piena operatività dell'integrazione logistica tra i marchi Moncler e Stone Island, permettendo di sfruttare appieno le sinergie tra i due modelli nell'ambito distributivo. Contestualmente, è stato avviato il processo di integrazione della logistica industriale.

Il Gruppo, inoltre, promuove una cultura condivisa con i partner logistici per l'adozione di modalità di trasporto più efficienti. A supporto di questo impegno, ha progressivamente introdotto nei contratti di fornitura di servizi logistici i **Sustainability Minimum Requirement (SMR)** orientati alla riduzione e mitigazione delle emissioni di CO₂. Gli SMR sono già obbligatori nei principali contratti nella Region EMEA e saranno progressivamente estesi ad altri fornitori e aree operative.

Negli ultimi anni, Moncler ha apportato cambiamenti al packaging utilizzato per il trasporto dei prodotti finiti, ottenendo una riduzione dei volumi movimentati. Questo ha comportato una riduzione del fabbisogno di mezzi di trasporto e, conseguentemente, degli impatti ambientali generati in termini di emissioni in atmosfera. In aggiunta a queste, il Gruppo sta valutando altre azioni da integrare nei prossimi anni (vedi anche pag. 91).

Infine, Moncler, anche nel 2025, ha compensato le emissioni dell'ultimo miglio per il canale e-commerce in Corea e Giappone e per le Region America ed EMEA per le quali nello specifico

ha continuato ad utilizzare il servizio UPS® carbon neutral²⁹. A partire dal 2024 questa possibilità è stata estesa anche ai flussi e-commerce del marchio Stone Island.

- **Iniziative per promuovere la mobilità sostenibile dei dipendenti**

Il Gruppo Moncler è consapevole dell'impatto della mobilità urbana e incoraggia i propri dipendenti ad adottare soluzioni a basso impatto ambientale.

Nel corso degli anni il Gruppo ha avviato diverse iniziative per ridurre l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro e, allo stesso tempo, per offrire dei servizi alternativi convenienti per i dipendenti del Gruppo.

Per esempio, nel 2025, è proseguita l'iniziativa di **car pooling** per i dipendenti della sede di Trebaseleghe (Padova); tale iniziativa, incentivata dal Gruppo attraverso un contributo erogato a chi mette a disposizione la propria auto, consente alle persone di Moncler di beneficiare di momenti di socializzazione con i colleghi, limitando l'impatto ambientale degli spostamenti. Inoltre, sempre nell'anno, Moncler ha continuato a promuovere l'utilizzo di **biciclette**, mettendole a disposizione nella sede di Milano per ogni dipendente che ne facesse richiesta, al fine di incoraggiare la mobilità individuale, in alternativa all'uso del trasporto privato, per i tragitti urbani e gli spostamenti tra uffici.

Nel polo produttivo in Romania il Gruppo Moncler ha continuato a offrire il **servizio navetta**. Tale modalità di spostamento casa-lavoro, di cui hanno usufruito circa 1.530 persone, ha consentito di evitare oltre circa 3.600 tonnellate di CO₂e³⁰ che sarebbero state emesse qualora ciascun dipendente si fosse mosso con mezzi privati.

Relativamente alle sedi corporate in Italia, il *Mobility Manager* ha la responsabilità di promuovere la mobilità sostenibile dei dipendenti attraverso l'elaborazione di un **Piano di Spostamenti Casa Lavoro (PSCL)**, che viene aggiornato con frequenza annuale. Nel 2025, grazie alla survey dedicata all'aggiornamento del PSCL, è stato possibile approfondire le modalità di spostamento dei dipendenti, incluse quelle da adottare per raggiungere il nuovo Headquarter di Moncler. Infatti, sulla base dell'aggiornamento costante della mappatura delle sedi corporate e la raccolta delle informazioni tramite tale survey volte ad analizzare l'accessibilità ai luoghi di lavoro, le soluzioni di trasporto utilizzate dai dipendenti, la distanza percorsa e il tempo impiegato per gli spostamenti, sono individuate eventuali aree di intervento per ridurre le emissioni di inquinanti e promuovere modalità di spostamento casa-lavoro alternativi. Tale processo nel 2025 ha portato per esempio all'attivazione di un servizio navetta per raggiungere il nuovo Headquarter di Moncler. La nuova sede, inoltre, progettata per favorire la mobilità a basso impatto, dispone di circa 100 posti auto con **punti di ricarica** per veicoli elettrici, a conferma dell'impegno del Gruppo a incentivare l'utilizzo di mezzi a basse emissioni da parte dei dipendenti. Infine, anche nel 2025, per i dipendenti del Gruppo in Italia, sono stati offerti servizi di mobilità convenzionata, come la **sharing mobility** e l'**acquisto degli abbonamenti** al trasporto pubblico locale.

Nel 2025, le emissioni di CO₂e relative agli spostamenti casa-lavoro rappresentano circa il 6% dello scope 3, in linea con il 2024.

Iniziative di mitigazione dei rischi teorici legati ai cambiamenti climatici

Il Gruppo ha messo in campo una serie di presidi per mitigare gli effetti del rischio teorico derivante dall'intensificazione di fenomeni climatici estremi e cronici (ad esempio forti precipitazioni, ondate di calore o di freddo, fenomeni di siccità, ecc.) che potrebbero colpire i siti fisici comportando la possibile interruzione o riduzione dei livelli di produzione (continuità operativa). In particolare, adotta delle coperture assicurative finalizzate a limitare l'impatto economico derivante da

²⁹ Il programma UPS carbon neutral compensa le emissioni associate alle spedizioni dei clienti con diversi progetti, tra cui riforestazione e riduzione di utilizzo del gas metano.

³⁰ Il valore è calcolato considerando le emissioni che si sarebbero generate se i dipendenti non avessero usufruito del servizio navetta ma avessero utilizzato l'auto privata.

eventuali danni dovuti a fenomeni climatici estremi ed esegue regolari valutazioni dei rischi fisici legati al clima (ad esempio, l'esposizione dell'area a rischi idrogeologici e geomorfologici). Sulla base dei risultati ottenuti dalle valutazioni svolte, il Gruppo adegua la progettazione dei siti con l'obiettivo di ridurre al minimo la propria esposizione ai rischi identificati. In aggiunta, ha definito piani di azione per fronteggiare, con celerità ed efficacia, eventuali situazioni emergenziali relative ai propri servizi logistici, al fine di garantire la *business continuity*.

Rispetto al rischio associato ai cambiamenti nelle dinamiche di acquisto dei clienti con potenziali preferenze per prodotti a più basso impatto o per capi più leggeri, da anni il Gruppo ha iniziato a introdurre nelle proprie collezioni prodotti con materiali "preferred", dal piumino *bio-based* (vedi anche pag. 175) nel 2019 alla gamma di capi creati con tessuti riciclati nella collezione Moncler Grenoble del 2021 al lancio, nelle collezioni Moncler, di una selezione di giacche "Born To Protect", progetto che è diventato un *total look* nel 2022, includendo anche capi e accessori sostenibili. Oggi, grazie alla collaborazione dei team di Design, Fabric and Research and Development, Operations e Merchandising, il Gruppo sta progressivamente integrando nelle collezioni tessuti e filati a più basso impatto rispetto alle soluzioni convenzionali (oltre il 55% nelle collezioni 2025); inoltre Moncler ha ampliato la gamma di prodotti nel corso degli anni, includendo, insieme ad altre nuove categorie (tra cui t-shirt, felpe, maglieria, scarpe e altri accessori) anche piumini leggeri, che possono essere utilizzati a temperature più miti, o soluzioni multistrato che aumentano le occasioni d'utilizzo.

Formazione sostenibilità ambientale

Il Gruppo Moncler offre un corso a tutti i dipendenti, con l'obiettivo di sensibilizzare e accrescere la consapevolezza sulle tematiche ambientali. Il corso è accessibile tramite vari dispositivi e disponibile nelle piattaforme digitali del Gruppo. Strutturato in quattro moduli, il corso approfondisce diversi temi tra cui: cambiamenti climatici, biodiversità, gestione delle risorse idriche, uso efficiente delle risorse e circolarità.

Il modulo sui cambiamenti climatici guida i dipendenti attraverso le sfide e le opportunità di uno dei temi più urgenti del nostro tempo. Presenta una panoramica chiara sui concetti fondamentali, dalla definizione e classificazione dei gas serra agli impatti globali e locali del cambiamento climatico. Il modulo approfondisce, inoltre, il tema dell'impronta carbonica come strumento per misurare le emissioni di un'organizzazione e illustra le principali strategie di mitigazione adottate dal Gruppo Moncler per ridurre il proprio impatto. Tutti i moduli sono stati aggiornati nel corso del 2025.

Inoltre, sempre nell'ambito di percorsi formativi, il team di Indirect Purchasing, responsabile anche della gestione dei lavori di ristrutturazione e costruzione, sia per i siti esistenti che per quelli nuovi, ha partecipato a specifici corsi di formazione sulle valutazioni energetiche degli edifici e sulle iniziative di efficientamento.

[E1-4] OBIETTIVI RELATIVI ALLA MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI E ALL'ADATTAMENTO AGLI STESSI

Di seguito viene riportato il dettaglio degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità 2020-2025 e dei risultati raggiunti nell'anno, relativi al pillar **Act on Climate & Nature**, che delineano gli impegni del Gruppo per favorire l'attuazione di iniziative concrete in ambito ambientale in linea con quanto definito nella Politica Ambientale.

Gli obiettivi legati all'utilizzo dei materiali "preferred" che concorrono alla riduzione delle emissioni scope 3 sono riportati a pagg. 83-85; 168-169; 171; 175-176; 184-185.

LEGENDA ↑ Obiettivo superato ✓ Obiettivo raggiunto 🔄 Obiettivo parzialmente raggiunto	
➤ Obiettivo on time ○ Obiettivo posticipato	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
ACT ON CLIMATE & NATURE	
Ridurre le emissioni di CO ₂ [SDG 7; 13]	
2030 Riduzione del 70% delle emissioni CO ₂ e assolute dello scope 1 e 2 vs 2021 (in linea con l'ambizione "1,5°C" dell'iniziativa <i>Science Based Targets</i>) ³¹ 2030 Riduzione del 52% delle emissioni CO ₂ e dello scope 3 per unità di prodotto vendute vs 2021 (in linea con l'ambizione "Well Below 2°C" dell'iniziativa <i>Science Based Targets</i>) 2050 Net Zero	➤ -46% vs 2021 le emissioni CO ₂ e scope 1 e 2 assolute ➤ +3% vs 2021 le emissioni CO ₂ e scope 3 assolute
Ongoing 100% <i>carbon neutral</i> in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Ongoing 100% energie rinnovabili in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) Ongoing 90% di veicoli a basso impatto ambientale nel parco auto aziendale del Gruppo nel mondo Ongoing Certificazione LEED per le nuove costruzioni aziendali Ongoing Certificazione LEED per i nuovi negozi ³²	✓ Mantenuta la <i>carbon neutrality</i> nelle sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) ✓ 100% energie rinnovabili in tutte le sedi aziendali a gestione diretta nel mondo (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) ↑ 98% di vetture ibride ed elettriche nel parco auto aziendale del Gruppo nel mondo ✓ Ottenuta la certificazione LEED <i>for Building Design and Construction</i> per il nuovo Headquarter di Moncler ✓ Proseguito il processo di certificazione LEED per i nuovi negozi del Gruppo nel mondo ✓ Compensate le emissioni residue non evitabili attraverso progetti certificati sul mercato volontario e focalizzati

³¹ Obiettivi definiti in coerenza con il perimetro dell'inventario di GHG di Gruppo.

³² Esclusi gli shop-in-shop.

	rispettivamente sull'economia circolare e sull'energia rinnovabile
Ongoing Promozione di misure di efficientamento energetico ed energie rinnovabili lungo la catena di fornitura	✓ Proseguito il programma di coinvolgimento della catena di fornitura che prevede oltre ad attività di <i>energy assessment</i> finalizzate all'identificazione di azioni concrete per la riduzione dei consumi energetici e alla promozione di energia da fonti rinnovabili, il supporto dei fornitori per la definizione di target di riduzione delle emissioni di CO ₂ secondo standard riconosciuti a livello internazionale
Salvaguardare la biodiversità [SDG 6; 12; 14; 15]	
2025 Supporto ad iniziative di <i>Zero Deforestation</i> e gestione sostenibile delle foreste	✓ Tutti i materiali in carta, cartone e legno utilizzati dal Gruppo sono realizzati esclusivamente con materie prime riciclate e/o riusate e/o certificate dal <i>Forest Stewardship Council</i> (FSC) e/o dal <i>Programme for the Endorsement of Forest Certification</i> (PEFC) ✓ Sostenuto un progetto promosso dall' <i>Office National des Forêts</i> (ONF), per la piantumazione di oltre 900 alberi nella foresta comunale di Monestier-de-Clermont
Ongoing Lancio dei progetti di agricoltura rigenerativa nelle filiere del cotone e della lana volti a diminuire e/o evitare gli impatti sulla biodiversità	✓ Filiera lana: proseguito il progetto di agricoltura rigenerativa in Australia con <i>PUR Projet</i> , con un sistema di monitoraggio della biodiversità e assorbimento del carbonio, elemento chiave per ecosistemi resilienti e fertili ✓ Filiera cotone: proseguito il sostegno al progetto <i>Unlock</i> estendendo il programma a nuovi agricoltori e aree geografiche nel Sud dell'Asia; continuata la collaborazione con <i>Ecosystem Services Market Consortium</i> portando avanti progetti in Tennessee e avviandone di nuovi in Texas

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si vedano le pagine 89; 91.

[E1-5] CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO

CONSUMI ENERGETICI

I consumi energetici diretti e indiretti presso le sedi del Gruppo Moncler sono principalmente legati all'attività produttiva in Italia e Romania e al polo logistico italiano di Castel San Giovanni (Piacenza) oltre al riscaldamento, condizionamento, all'illuminazione delle strutture e al funzionamento delle apparecchiature informatiche nelle sedi corporate e nei negozi di Moncler e Stone Island.

Il Gruppo Moncler, nel 2025, ha registrato un consumo energetico presso le proprie sedi di 68.022 MWh, in aumento di circa il 9% rispetto al 2024, attribuibile all'aumento della produzione diretta, all'acquisizione e affitto di nuovi edifici, alla crescita dell'organico (+4%) e all'ampliamento del network dei negozi diretti. Nonostante l'aumento dei consumi, la quota di energia proveniente da fonti fossili rispetto al consumo totale di energia ha continuato a diminuire anche nel 2025 (-1% rispetto al 2024).

CONSUMI ENERGETICI DIRETTI (MWh)³³	2024	2025
Consumo totale di energia	62.289	68.022
Consumo totale di energia da fonte fossile	11.558	12.370
Consumo di combustibile da carbone e prodotti del carbone	-	-
Consumo di combustibile da petrolio greggio e prodotti petroliferi ³⁴	3.550	4.547
Consumo di combustibile da gas naturale ³⁵	8.008	7.823
Consumo di combustibile da altre fonti non rinnovabili	-	-
Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o acquisiti da fonti fossili	-	-
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	19%	18%
Consumo da fonti nucleari	-	-
Quota di consumo da fonti nucleari sul consumo totale di energia	-	-
Consumo totale di energia da fonte rinnovabile	50.731	55.652
Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa (include anche i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno rinnovabile, ecc.)	-	-
Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o acquisiti da fonti rinnovabili ³⁶	50.271	54.656
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili ³⁷	460	996
Quota di energia da fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	81%	82%
Produzione di energia non rinnovabile	-	-

³³ Per il calcolo dei consumi di energia elettrica e gas, sono stati raccolti i dati relativi ai primi dieci mesi dell'anno, ove disponibili, mentre per i mesi restanti o in caso di informazioni parziali, i consumi sono stati stimati.

³⁴ I dati includono consumi e relative emissioni di carburante per i generatori di emergenza e del parco auto con riferimento al perimetro globale. Nel 2025 il parco auto del Gruppo è caratterizzato per oltre il 95% da mezzi ibridi ed elettrici, a cui sono stati applicati i relativi fattori di consumo del mezzo. Per il calcolo sono stati utilizzati i fattori di conversione GLEC Framework 3.1.

³⁵ I dati comprendono il totale dei consumi energetici calcolati sulla base delle informazioni raccolte attraverso le bollette delle utenze. Per il calcolo sono stati utilizzati i fattori di conversione DEFRA 2024.

³⁶ Il dato include energia verde certificata tramite i Certificati di Attribuzione dell'Energia (EAC), tra cui i Renewable Energy Certificate (REC)/Guarantee of Origin (GO)/International Renewable Energy Certificate (I-REC)/Non-Fossil Certificates (NFC)/Korean Renewable Energy Certificates (K-REC).

³⁷ Il dato include il consumo di energia elettrica dagli impianti fotovoltaici installati sulle sedi del Gruppo.

Produzione di energia rinnovabile	496	1.153
Consumo totale di energia da attività in settori ad alto impatto climatico per ricavi netti ³⁸ da attività in settori ad alto impatto climatico ³⁹	20,04	21,72

[E1-6] EMISSIONI GHG DI AMBITO 1, 2, 3 ED EMISSIONI TOTALI DI GHG

EMISSIONI GHG DEL GRUPPO MONCLER

Nel 2025 le emissioni totali di scope 1, 2 (market-based) e 3 sono pari a 227.376 tonnellate di CO₂e, registrando una riduzione in termini assoluti di circa l'1% rispetto al 2024.

EMISSIONI DI SCOPE 1, 2 E 3 ⁴⁰ (TONNELLATE DI CO ₂ e)	2024	2025
Emissioni totali di scope 1, 2 (location-based) e 3	248.126	245.992
Emissioni totali di scope 1, 2 (market-based) e 3	230.368	227.376

La metodologia standard utilizzata per calcolare le emissioni GHG del Gruppo è coerente con i principi e le linee guida del *Greenhouse Gas Protocol Initiative* (GHG Protocol). Le emissioni di GHG sono riportate in CO₂ equivalente (CO₂e), una metrica che consente di confrontare le emissioni di diversi gas serra in base al loro potenziale di riscaldamento globale (GWP)⁴¹. Le emissioni di GHG considerate includono CO₂, CH₄, N₂O e HFC.

Il periodo di riferimento considerato per il calcolo delle emissioni del Gruppo 2025 corrisponde all'anno fiscale 01.01.2025 – 31.12.2025 per tutte le categorie, ad eccezione di quelle legate ai materiali utilizzati per la produzione dei capi finiti. Per queste categorie, nello specifico Categoria 3.1 – Materie prime e produzione capi finiti e Categoria 3.12 – Fine vita del prodotto, i dati considerati fanno riferimento ai materiali utilizzati nelle collezioni PE e AI 2025.

Emissioni di CO₂e scope 1 e 2

Nel 2025, le emissioni di scope 1 e 2 (market-based) del Gruppo Moncler sono state pari a 2.742 tonnellate di CO₂e. Nonostante un aumento rispetto allo scorso anno⁴², tali emissioni risultano in linea con i target climatici definiti dal Gruppo, registrando una riduzione di circa il 46% rispetto all'anno base 2021⁴³.

In particolare, le emissioni totali di scope 1 risultano aumentate rispetto al 2024, un incremento riconducibile ad eventi straordinari, quali per esempio l'utilizzo di generatori di emergenza presso

³⁸ Le società del Gruppo operano nel settore della vendita e del commercio al dettaglio (NACE Sezione G), classificato come ad alto impatto climatico, tutti i ricavi generati e i consumi energetici sono attribuiti a queste attività. I ricavi corrispondono a quanto rendicontato nella voce 4.1 Ricavi delle Note Esplicative al Bilancio Consolidato.

³⁹ I settori ad alto impatto climatico sono quelli elencati nelle sezioni NACE da A ad H e nella sezione L (come definiti nel regolamento (UE) 2019/2088 e nell'Allegato I del relativo Regolamento delegato per quanto riguarda le norme di divulgazione sugli investimenti sostenibili).

⁴⁰ Nel 2024 e 2025 non sono state rilevate emissioni biogeniche legate alle emissioni di GHG generate dalle operations del Gruppo e dalla sua catena del valore.

⁴¹ I calcoli si basano sui fattori GWP forniti dalla valutazione globale AR5 dell'IPCC.

⁴² Nel 2025 le emissioni di Scope 1 sono aumentate del 15% rispetto al 2024, mentre le emissioni di Scope 2 (market-based) sono rimaste invariate e pari a zero, determinando un incremento complessivo del 15% delle emissioni totali di Scope 1 e Scope 2 (market-based) rispetto all'anno precedente.

⁴³ La percentuale media della riduzione annuale delle emissioni di scope 1 e scope 2 (market-based) rispetto al target di riduzione al 2030 rispetto all'anno base 2021 risulta pari al 7%.

alcuni siti del Gruppo. A conferma dell'impegno del Gruppo nel perseguire i propri obiettivi di riduzione delle emissioni GHG, nel 2025 il consumo di gas naturale (le cui emissioni rappresentano circa il 52% dello scope 1) risulta in diminuzione rispetto al 2024. Tale risultato è stato ottenuto anche a seguito di una serie di investimenti svolti per l'elettificazione dei consumi di gas naturale attraverso l'installazione di pompe di calore.

Le emissioni di scope 2 (market-based), ovvero quelle generate dall'acquisto di energia elettrica, sono state pari a 0 tonnellate di CO₂e, in linea con l'obiettivo del Gruppo di continuare ad approvvigionarsi esclusivamente di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

EMISSIONI DI SCOPE 1 E 2 ⁴⁴ (TONNELLATE DI CO ₂ e)	2024	2025
Emissioni dirette (scope 1)	2.382	2.742
Gas naturale ³⁵	1.450	1.416
Diesel ³⁴	264	341 ⁴⁵
Benzina ³⁴	607	881 ⁴⁶
Fluidi refrigeranti	61	104
Percentuale di emissioni scope 1 provenienti da sistemi di scambio di quote di emissione regolamentati ⁴⁷	-	-
Emissioni indirette (scope 2)		
Location-based	17.758	18.616
Market-based	-	-
Emissioni totali (scope 1 e 2)		
Location-based	20.140	21.358
Market-based	2.382	2.742

La riduzione delle emissioni CO₂e di scope 1 e 2 (market-based) normalizzate sui ricavi è di circa il 63% delle emissioni per milione di euro di ricavi rispetto al 2021⁴⁸.

⁴⁴ Per il calcolo delle emissioni è stato considerato il controllo finanziario, il quale coincide con il controllo operativo, per la totalità delle emissioni scope 1 e scope 2. Inoltre, per il calcolo sono stati utilizzati i fattori di emissione DEFRA 2024 e quelli del GLEC Framework 3.1 per lo scope 1, mentre per lo scope 2 sono stati adottati i fattori dell'IEA 2025.

⁴⁵ I consumi di diesel del 2025 risultano in aumento rispetto a quelli del 2024, in ragione di alcuni eventi straordinari di blackout presso alcuni siti del Gruppo, che hanno richiesto l'utilizzo di generatori di emergenza.

⁴⁶ L'aumento delle emissioni rispetto al 2024 è principalmente legato all'introduzione di auto aziendali ibride a benzina in sostituzione ai veicoli alimentati esclusivamente a diesel, comportando un aumento della benzina consumata nel 2025.

⁴⁷ Il Gruppo, al momento, opera al di fuori del mercato regolamentato delle emissioni Emission Trading System (ETS), in quanto non rientra tra i settori o le attività soggette agli obblighi di monitoraggio e scambio di quote previsti dal sistema europeo di scambio delle emissioni.

⁴⁸ I dati 2021 includono il Gruppo Moncler considerando Stone Island consolidata dal 1 gennaio. Il valore delle emissioni CO₂e di scope 1 e 2 (market-based) normalizzate sui ricavi del 2021 è pari a 2,37.

INTENSITÀ SCOPE 1 E 2	UNITÀ DI MISURA	2024	2025
Intensità scope 1 e 2 per ricavi netti ⁴⁹			
Intensità delle emissioni scope 1 e scope 2 - Location based	tCO ₂ e/ mln €	6,48	6,82
Intensità delle emissioni scope 1 e scope 2 - Market based		0,77	0,88
Intensità scope 1 e 2 per dipendente			
Intensità delle emissioni scope 1 e scope 2 - Location based	tCO ₂ e/n umero di dipende nti	2,46	2,50
Intensità delle emissioni scope 1 e scope 2 - Market based		0,29	0,32

Emissioni di CO₂e scope 3

Con riferimento alle emissioni GHG generate lungo la catena del valore, nel 2025 le emissioni scope 3 del Gruppo, calcolate per tutte le categorie significative (vedi anche pagg. 146-149), sono state pari a 224.634 tonnellate di CO₂e, in diminuzione di circa il 2%⁵⁰ in termini assoluti rispetto all'anno precedente.

Le emissioni GHG generate dalla produzione delle materie prime, lavorazioni tessili e produzione dei capi finiti rappresentano circa il 70% delle emissioni scope 3 del Gruppo. Nel 2025, Moncler ha continuato il processo di miglioramento della completezza della qualità del dato integrato nei calcoli delle emissioni, grazie alle informazioni raccolte tramite il processo di tracciabilità e alla raccolta approfondita dei dati sui consumi energetici dei fornitori. L'inserimento nelle collezioni di materiali "preferred", come nylon e poliestere realizzati con materie prime riciclate e cotone biologico, ha evitato circa 11.000 tonnellate di CO₂e (per maggiori dettagli sui progressi del Gruppo fatti sui materiali "preferred" vedi pagg. 83-85; 168-169; 171; 175-176; 184-185). Il Gruppo si aspetta che queste scelte, insieme alle altre attività avviate sulla filiera (vedi anche pagg. 136-137) e nel sistema logistico (vedi anche pagg. 137-138), possano continuare a contribuire negli anni alla riduzione delle emissioni GHG in linea con gli impegni presi con l'iniziativa SBTi.

Le emissioni legate alla logistica industriale e distributiva⁵¹ del Gruppo nel 2025 ammontano a 25.643 tonnellate di CO₂e⁵², registrando un lieve incremento rispetto all'anno precedente, riconducibile principalmente ad alcune spedizioni effettuate per via aerea a causa di eccezionali necessità logistiche.

Le emissioni legate alle trasferte di lavoro e agli spostamenti casa-lavoro hanno registrato una diminuzione rispetto al 2024 nonostante l'aumento del numero di dipendenti del Gruppo (+4% rispetto al 2024).

Si riportano di seguito le emissioni di scope 3 suddivise per le categorie ritenute significative per il Gruppo.

⁴⁹ I ricavi corrispondono a quanto rendicontato nella voce 4.1 Ricavi delle Note Esplicative al Bilancio Consolidato.

⁵⁰ La percentuale media della riduzione annuale delle emissioni di scope 3 con riferimento al target di riduzione al 2030 rispetto all'anno base 2021 risulta pari a circa l'1,5%.

⁵¹ La logistica distributiva si occupa della gestione del trasporto e della distribuzione di prodotti finiti ai clienti. La logistica industriale, d'altra parte, si occupa della gestione dei flussi di materiali a monte della filiera.

⁵² Valore Well-to-Wheels (WtW). Le emissioni dei trasporti logistici sono state calcolate in conformità al GLEC Framework 3.1.

EMISSIONI DI SCOPE 3 (TONNELLATE DI CO ₂ e)	2024	2025
Emissioni scope 3⁵³	227.986	224.634⁵⁴
3.1 Materie prime e produzione capi finiti ^{55 56}	163.121	158.159
3.2 <i>Capital goods</i> ⁵⁷	9.257	9.874
3.3 Energia indiretta	1.309	1.361
3.4 Trasporto e distribuzione	23.329	25.643
<i>di cui trasporto via nave</i>	169	133
<i>di cui trasporto via aereo</i>	21.403	23.792
<i>di cui trasporto via terra</i>	1.757	1.718
3.5 Rifiuti	122	184
3.6 Trasferte di lavoro	2.993	3.016
3.7 Spostamento dipendenti casa-lavoro	13.175	12.928
3.8 Beni o immobili in locazione – <i>upstream</i> ⁵⁸	-	-
3.9 Magazzini terziarizzati	569	672
3.10 Trasformazione dei prodotti venduti ⁵⁹	-	-
3.11 Utilizzo del prodotto	10.384	9.885
3.12 Fine vita del prodotto	3.727	2.912
3.13 Beni o immobili in locazione – <i>downstream</i> ⁶⁰	-	-
3.14 <i>Franchises</i> ⁶¹	-	-
3.15 Investimenti ⁶²	-	-

Per maggiori dettagli sulla metodologia di calcolo delle categorie dello scope 3, si veda la tabella seguente.

CATEGORIA SCOPE 3	METODOLOGIA DI CALCOLO
Materie prime e produzione capi finiti	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e derivanti dall'acquisto di materie prime e la produzione dei capi finiti. Per ogni materia prima (come nylon, lana, cotone, poliestere, piume e altre), le emissioni sono state calcolate considerando i volumi in termini di peso, composizione e Paese di origine, ove disponibile. Per i processi produttivi (tessitura, maglieria, tintura, assemblaggio e finitura), le emissioni di CO ₂ e sono state stimate in base ai volumi, ai processi coinvolti e al Paese in cui è avvenuta la lavorazione. Per il calcolo del 2025, sono stati raccolti dati primari sul

⁵³ Il dato è calcolato applicando i fattori di emissione location-based a tutte le categorie di scope 3 ad esclusione della categoria "Materie prime e produzione capi finiti". Le emissioni associate a tale categoria, per cui sono disponibili dati primari, sono state incluse nel computo applicando i relativi fattori di emissione market-based.

⁵⁴ La percentuale delle emissioni di scope 3 calcolate a partire da dati primari nel 2025 è pari a circa il 76%.

⁵⁵ Le emissioni di CO₂e sono state calcolate utilizzando fattori emissivi regionalizzati sia per la fase di coltivazione e allevamento delle materie prime che per i processi di produzione lungo la filiera dei codici materiale più rilevanti per il Gruppo. Questo è stato possibile grazie alle informazioni raccolte ai fini degli obiettivi di tracciabilità del Gruppo.

⁵⁶ Sono stati utilizzati dati primari dei consumi energetici di alcuni fornitori raccolti sia tramite diagnosi energetiche condotte in situ sia attraverso una campagna di raccolta informazioni specifiche sulle pratiche energetiche adottate nei siti produttivi dei fornitori diretti e indiretti.

⁵⁷ A partire dal 2024, il calcolo della categoria Capital goods è stata utilizzata una metodologia più accurata, grazie alla disponibilità di una maggior granularità dei dati considerati.

⁵⁸ Questa categoria non è applicabile al Gruppo Moncler, in quanto il Gruppo non utilizza beni o immobili di terzi in affitto, i cui impatti non siano già inclusi nella rendicontazione di scope 1 e 2.

⁵⁹ Questa categoria non è applicabile al Gruppo Moncler in quanto i prodotti venduti non necessitano di ulteriori lavorazioni o trasformazioni.

⁶⁰ Questa categoria non è applicabile al Gruppo Moncler in quanto non possiede beni o immobili affittati ad altre società.

⁶¹ Questa categoria non è applicabile al modello di business del Gruppo Moncler, in quanto il Gruppo non possiede franchising.

⁶² Questa categoria non è applicabile al Gruppo Moncler in quanto tutte le società in cui il Gruppo investe sono consolidate integralmente; quindi, le emissioni sono già incluse nei dati di scope 1 e 2.

	consumo energetico e sul mix energetico specifico dai fornitori diretti e indiretti. Fattori di emissione specifici sono stati applicati a ciascun materiale acquistato per stimare correttamente il loro impatto nelle fasi di produzione della materia prima e di lavorazione. Per la maggior parte delle fibre e per tutte le lavorazioni, la fonte dei dati è stata <i>World Apparel & Footwear Life Cycle Assessment Database</i> (WALDB). Dataset relativi ad altri Paesi non disponibili in WALDB sono stati adattati in base al mix energetico nazionale.
<i>Capital goods</i>	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e legate agli investimenti CapEx nel 2025, relative ad attività connesse ai macchinari di produzione, alle nuove aperture, ristrutturazioni ed espansioni di negozi ed edifici, software e hardware IT. I fattori di emissione sono stati applicati ai valori monetari per stimare l'impatto in CO ₂ e. Per questa categoria è stato utilizzato il database multi-regionale input-output Exiobase3, adeguato al tasso d'inflazione del 2025.
Energia indiretta	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e derivanti da attività a monte legate al consumo diretto e indiretto di energia già riportato negli scope 1 e 2. Le emissioni sono calcolate moltiplicando il consumo energetico per un fattore di emissione specifico (fonte: IEA 2025). Sono stati applicati fattori di emissione "Well-to-tank" per calcolare le emissioni indirette.
Trasporto e distribuzione	Questa categoria include le emissioni di CO₂e derivanti dalla logistica in entrata e in uscita gestita dal Gruppo. I dati relativi ai flussi logistici vengono mappati e aggiornati quando necessario in collaborazione con i partner logistici di Moncler. Tra i flussi più rilevanti: • il trasporto di filati e tessuti dai fornitori all'Hub logistico di Castel San Giovanni, Piacenza; • il trasporto di filati e tessuti ai produttori di capi di abbigliamento; • il trasporto dei prodotti finiti dai produttori di abbigliamento all'Hub logistico di Castel San Giovanni, Piacenza; • il trasporto dei prodotti finiti dai centri di distribuzione alla rete di negozi e al canale e-commerce gestito direttamente da Moncler. I fattori di emissione applicati per calcolare le emissioni logistiche del Gruppo si basano sul GLEC Framework 3.1.
Rifiuti	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e calcolate considerando i volumi e il tipo di rifiuti (pericolosi e non pericolosi) generati dalle operazioni del Gruppo Moncler, assumendo una distanza media di 50 km per la raccolta dei rifiuti tramite camion. Per valutare l'impatto totale in CO ₂ e, sono stati considerati i seguenti metodi di smaltimento: riciclo, incenerimento con recupero energetico, altre operazioni di recupero e altre operazioni di smaltimento (es. discarica). I fattori di emissione utilizzati provengono da Ecoinvent 3.11.
Trasferte di lavoro	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e calcolate considerando il numero totale di viaggi effettuati dai dipendenti (suddivisi tra viaggi in treno e in aereo). Le emissioni sono state calcolate moltiplicando la distanza totale percorsa (in km) per il fattore di emissione di CO ₂ e corrispondente al mezzo di trasporto utilizzato (fonte: GLEC 3.1). I dati per questa categoria sono stati forniti dalle agenzie di viaggi con cui collabora il Gruppo Moncler. Le emissioni di questa categoria per gli ultimi due mesi dell'anno sono state stimate sulla base dei dati delle distanze percorse e del mezzo di trasporto utilizzati nei dieci mesi precedenti.
Spostamento dipendenti casa-lavoro	Questa categoria include le emissioni di CO₂e calcolate considerando informazioni raccolte attraverso un sondaggio volto a indagare i mezzi di trasporto utilizzati dai dipendenti del Gruppo (sia corporate che retail) a livello globale (Italia, EMEA - esclusa l'Italia, Americhe, Asia). I giorni lavorativi di ciascun dipendente sono stati suddivisi tra "pendolarismo" e "lavoro da remoto" per differenziare i giorni in presenza da quelli di lavoro a distanza. Fattori di emissione specifici provenienti da Ecoinvent 3.11 sono stati utilizzati in base al mezzo di trasporto utilizzato dai dipendenti.

Beni o immobili in locazione – <i>upstream</i>	Questa categoria non si applica al Gruppo Moncler, poiché le emissioni legate agli spazi presi in leasing dal Gruppo Moncler sono incluse nelle emissioni degli scope 1 e 2.
Magazzini terzarizzati	I dati energetici dei magazzini di terze parti sono stati raccolti tramite sondaggi dedicati. I fattori di emissione applicati si basano sui parametri dell'IEA 2025.
Trasformazione dei prodotti venduti	Questa categoria non si applica al Gruppo Moncler, poiché i prodotti venduti non necessitano di ulteriori lavorazioni o trasformazioni.
Utilizzo del prodotto	Questa categoria include le emissioni di CO ₂ e calcolate a partire dal totale dei pezzi venduti durante l'anno di rendicontazione dal Gruppo Moncler e dalle relative informazioni sulla cura dei capi. Il calcolo è stato basato sulla fase di utilizzo indiretto (es. lavaggio, stiratura, asciugatura) riportata nelle etichette di manutenzione specifiche del prodotto, utilizzate per stimare i processi di manutenzione applicabili durante il ciclo di vita di ogni categoria di prodotto. Sono stati applicati fattori di emissione specifici a ciascuna categoria di prodotto, tenendo conto dei materiali e del tipo di manutenzione richiesta (fonte: WALDB).
Fine vita del prodotto	Il Gruppo Moncler non gestisce direttamente questa fase, ma ne ha stimato l'impatto in conformità al GHG Protocol. Secondo i volumi dei materiali, i metodi di smaltimento (es. riciclo e recupero) e l'imballaggio, sono stati utilizzati fattori di emissione specifici per calcolare le emissioni di CO ₂ e (fonte: Ecoinvent 3.11).
Beni o immobili in locazione – <i>downstream</i>	Questa categoria non si applica al Gruppo Moncler, poiché non possiede beni o immobili affittati ad altre società.
<i>Franchises</i>	Questa categoria non si applica al modello di business del Gruppo Moncler in quanto il Gruppo non possiede franchising.
Investimenti	Questa categoria non si applica al Gruppo Moncler, in quanto tutte le società in cui il Gruppo investe sono consolidate integralmente; quindi, le emissioni sono già incluse nei dati di scope 1 e 2.

[E1-7] ASSORBIMENTI DI GHG E PROGETTI DI MITIGAZIONE DELLE EMISSIONI DI GHG FINANZIATI CON CREDITI DI CARBONIO

CARBON NEUTRALITY

Nel 2025 il Gruppo ha mantenuto la *carbon neutrality*⁶³ per tutte le sedi a gestione diretta nel mondo.

Per mantenere la neutralità climatica e in linea con quanto svolto nel corso degli scorsi anni, le **emissioni di scope 1 e 2 (market-based)** sono state ridotte **(-46% rispetto all'anno base 2021)**, mentre le **emissioni residue** non evitabili sono state **compensate** attraverso tre progetti certificati sul mercato volontario e focalizzati sull'economia circolare e sull'energia rinnovabile.

Il primo progetto supportato è relativo all'ampliamento di un impianto di riciclo di rifiuti plastici in Romania ad alta efficienza energetica certificato *Gold Standard*. A questa iniziativa si aggiunge il contributo alla realizzazione di due progetti che hanno l'obiettivo di incrementare l'accesso alle energie da fonti rinnovabili: un impianto fotovoltaico, certificato secondo il *Verified Carbon Standard*, presso le isole Mauritius, e un impianto eolico *off-shore*, certificato secondo *Gold Standard*, in Vietnam. I tre progetti sono di rilievo non solo dal punto di vista ambientale ma anche sociale in quanto hanno permesso di creare nuove opportunità di lavoro e sensibilizzare le comunità locali circa le tematiche ambientali e l'importanza del riciclo e della gestione delle risorse locali. Per monitorare la riduzione e la compensazione delle emissioni di gas serra nei propri siti, il Gruppo annualmente:

- monitora l'attuazione delle linee guida del Gruppo per l'approvvigionamento di energia rinnovabile;
- collabora con i dipartimenti aziendali competenti per identificare costantemente le aree di miglioramento in materia di efficienza energetica;
- monitora i consumi energetici e le relative emissioni di CO₂ attraverso strumenti aziendali dedicati e il supporto di una società di consulenza;
- collabora con partner riconosciuti per l'acquisto di certificati di energia rinnovabile (EACs) e crediti di CO₂ allineati ai più importanti standard internazionali come il *Gold Standard* o il *Verified Carbon Standard* (VCS).

In linea con i requisiti della SBTi, i crediti di carbonio acquistati da questi progetti non contribuiscono alle traiettorie di riduzione delle emissioni di scope 1 e 2 definite dal Gruppo.

⁶³ Il raggiungimento della carbon neutrality include varie attività di riduzione delle emissioni di CO₂ come, ad esempio, l'acquisto di energia da fonti rinnovabili, l'utilizzo di sistemi di illuminazione più efficienti, l'utilizzo di veicoli a basso impatto ambientale e la compensazione delle emissioni residue con crediti di carbonio generati da progetti ad impatto positivo. Ogni credito, certificato seguendo standard internazionali come il Gold Standard o Verified Carbon Standard (VCS), attesta l'avvenuta riduzione, o la rimozione, di una tonnellata di CO₂ dall'atmosfera.

CREDITI DI CARBONIO ⁶⁴	Unità di misura	2024	2025
Crediti di carbonio esterni alla catena del valore, verificati secondo standard di qualità riconosciuti	tCO ₂ e	2.400	2.742
di cui da progetti di rimozione		-	-
di cui da progetti di mitigazione		2.400	2.742
Quota da progetti di rimozione	%	-	-
Quota da progetti di mitigazione		100	100
Suddivisione per tipologia di standard			
Gold Standard	%	83	67
Verified Carbon Standard		17	33
Altri standard riconosciuti		-	-
Quota da progetti sviluppati in EU		42	36

⁶⁴ I crediti di carbonio acquistati dal Gruppo non rientrano negli adeguamenti corrispondenti previsti dall'Articolo 6 dell'Accordo di Parigi.

TASSONOMIA UE

Il Regolamento (UE) 2020/852⁶⁵ ha introdotto nel sistema normativo europeo la Tassonomia, al fine di determinare se un'attività economica possa considerarsi ecosostenibile e stimolare la trasparenza nelle operazioni di *green finance* individuando il grado di ecosostenibilità di un investimento.

Le attività economiche ecosostenibili sono valutate in base alla possibilità di contribuire a sei obiettivi ambientali:

- mitigazione dei cambiamenti climatici;
- adattamento ai cambiamenti climatici;
- uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine;
- transizione verso l'economia circolare, con riferimento anche a riduzione e riciclo dei rifiuti;
- prevenzione e controllo dell'inquinamento;
- protezione della biodiversità e della salute degli ecosistemi.

Le attività per essere considerate ecosostenibili devono soddisfare specifici criteri, tra cui: contribuire positivamente ad almeno uno dei sei obiettivi ambientali; rispettare i criteri tecnici identificati da atti delegati adottati dalla stessa Commissione Europea; non produrre impatti negativi su nessun altro obiettivo (criterio DNSH – *Do Not Significant Harm*); essere attività svolte nel rispetto di garanzie minime di salvaguardia.

Il Regolamento (UE) 2020/852 prevede che siano fornite le informazioni relative alla quota del fatturato, delle spese in conto capitale (CapEx) o delle spese operative (OpEx) associate ad attività economiche ammissibili e allineate ai criteri della Tassonomia.

METODOLOGIA DI CALCOLO E RISULTATI DEGLI INDICATORI PREVISTI DAL REGOLAMENTO TASSONOMIA

Fatturato:

Sulla base dell'interpretazione maturata dei requisiti ad oggi applicabili, il Gruppo ha valutato che le sue principali attività commerciali non siano incluse tra quelle attualmente identificate dalla normativa di riferimento per gli obiettivi ambientali di cui sopra, e di conseguenza non siano considerabili come ammissibili alla data di redazione del presente Documento.

Per il calcolo dell'indicatore sul fatturato, al denominatore è stato considerato il fatturato netto consolidato. Per quanto riguarda il numeratore, sulla base delle considerazioni sopra citate e sulla base dell'interpretazione del Regolamento Tassonomia, non è stata identificata, alla data di pubblicazione del presente Documento, alcuna quota di fatturato ottenuta dalla vendita di prodotti o servizi associati ad attività economiche considerate ammissibili, e allineate, in relazione agli obiettivi della Tassonomia.

⁶⁵ Il Regolamento delegato (UE) 2026/73 della Commissione ha introdotto alcune modifiche in merito alle modalità di rendicontazione e ai template informativi previsti nell'ambito della Tassonomia UE; le disposizioni in esso contenute si applicano a decorrere dal 1° gennaio 2026 con riferimento all'esercizio finanziario 2025. Tuttavia, considerato quanto definito nell'art. 4 del medesimo Regolamento, alle imprese è consentita la possibilità di posticipo del recepimento delle novità normative a partire dall'anno fiscale 2026. Per l'esercizio 2025, il Gruppo Moncler ha pertanto deciso di predisporre l'informativa della Tassonomia in conformità alle modalità e ai modelli precedentemente vigenti, avvalendosi della facoltà consentita.

Quota del fatturato derivante da prodotti o servizi associati ad attività allineate alla tassonomia – Informativa relativa all'anno 2025

Esercizio finanziario 2025	2025			Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH («non arrecare danno significativo»)									
Attività economiche	Codice	Fatturato	Quota di fatturato, anno 2025	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di fatturato allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2024	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione
Testo		Mln €	%	Si/No: N/AM	Si/No: N/AM	Si/No: N/AM	Si/No: N/AM	Si/No: N/AM	Si/No: N/AM	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T

A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)

Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								0,0%		
Di cui abilitanti	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								0,0%	A	
Di cui di transizione	0,00	0,0%	0,0%	0,0%													0,0%		T

A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)

Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	
A. Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	

B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia	3.132,13	100,0%
TOTALE	3.132,13	100,0%

	Quota di fatturato/Fatturato totale	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM	-	-
CCA	-	-
WTR	-	-
CE	-	-
PPC	-	-
BIO	-	-

CapEx:

Per il calcolo dell'indicatore sulle *Capital Expenditure* (CapEx), al denominatore sono stati considerati gli incrementi delle immobilizzazioni materiali e immateriali avvenuti nell'esercizio, prima degli ammortamenti e delle eventuali rivalutazioni, compresi quelli derivanti da rideterminazioni e riduzioni di valore, per l'esercizio 2025, ed escluse le variazioni del *fair value*. Il denominatore include, in particolare, le eventuali acquisizioni di immobilizzazioni materiali (IAS 16), immobilizzazioni immateriali (IAS 38) e attività per diritti d'uso (IFRS 16).

Per quanto riguarda il numeratore, sono stati considerati ammissibili gli incrementi in immobilizzazioni legati all'acquisto di output da attività economiche incluse nella Tassonomia relative alle misure messe in atto che contribuiscono all'obiettivo previsto dalla normativa denominato "mitigazione dei cambiamenti climatici". Tra queste attività rientrano principalmente gli investimenti sostenuti per i lavori di edilizia collegati all'apertura dei nuovi negozi o stabilimenti produttivi e all'ampliamento e ristrutturazione delle sedi aziendali e dei negozi esistenti con un focus particolare sulle misure di efficientamento energetico e di riduzione del consumo di energia di questi immobili. Tali investimenti sono riconducibili alle attività economiche categorizzate come "7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti", "7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il miglioramento dell'efficienza energetica" e "7.5 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il controllo e la gestione dell'energia" del Regolamento (UE) 2020/852. In particolare, nel 2025, tali investimenti hanno riguardato, per l'attività 7.2, la ristrutturazione di alcuni stabili a Ravarino (Modena), mentre, per le attività economiche 7.3 e 7.5, sono stati considerati gli investimenti relativi ad alcune delle nuove aperture di negozi sia di Moncler sia di Stone Island.

L'analisi di allineamento è stata svolta verificando sia l'aderenza delle attività sopracitate ai requisiti di vaglio tecnico e ai criteri DNSH relativi all'obiettivo di mitigazione del cambiamento climatico sia il rispetto delle garanzie minime di salvaguardia nello svolgimento dell'attività.

Con riferimento alle analisi per la verifica dell'allineamento ai requisiti di vaglio tecnico e ai criteri DNSH della Tassonomia è stata considerata l'adozione dei requisiti di efficientamento energetico negli interventi edilizi presso tutte le sedi a gestione diretta, in linea con gli obiettivi relativi al pillar "Act on climate & nature" del Piano Strategico di Sostenibilità 2020-2025 del Gruppo, con particolare focus sulle linee guida implementate da Moncler e Stone Island per la progettazione delle nuove aperture e *relocation* dei negozi e delle nuove costruzioni aziendali, che prevedono l'integrazione dei criteri per l'ottenimento della certificazione LEED. Tali analisi, specifiche per ciascuna delle tre attività (7.2, 7.3 e 7.5), sono state svolte da un ente terzo specializzato che ha supportato il Gruppo nel monitorare e verificare l'aderenza di ciascun intervento edilizio preso in considerazione ai requisiti della Tassonomia, dalle fasi di progettazione fino a quelle di cantiere. Per quanto riguarda la verifica del rispetto delle garanzie minime di salvaguardia, nell'ambito delle attività di *due diligence* sul rispetto dei principi del Codice Etico, il Gruppo ha accertato che i fornitori coinvolti nelle attività sopra descritte rispettano gli standard aziendali in materia di diritti umani e dei lavoratori, pratiche di anticorruzione e buona governance, fiscalità e concorrenza leale.

Sulla base delle analisi svolte è emerso che la quota di spese in conto capitale considerate "allineate" è circa dell'1,2%⁶⁶, pari alla totalità degli investimenti relativi ad attività ammissibili.

Quota delle spese in conto capitale derivanti da prodotti o servizi associati ad attività allineate alla tassonomia – Informativa relativa all'anno 2025

Esercizio finanziario 2025	2025			Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH («non arrecare danno significativo»)										
Attività economiche	Codice	CapEx	Quota di spese in conto capitale, anno 2025	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di CapEx allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2024	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione	
Testo		Mln €	%	Si/No/ N/AM	Si/No/ N/AM	Si/No/ N/AM	Si/No/ N/AM	Si/No/ N/AM	Si/No/ N/AM	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T	
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																				
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																				
Ristrutturazione di edifici esistenti	CCM 7.2	1,74	0,3%	Si	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	1,7%		T	
Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il miglioramento dell'efficienza energetica	CCM 7.3	5,45	0,8%	Si	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,5%	A		
Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il controllo e la gestione dell'energia	CCM 7.5	0,73	0,1%	Si	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,1%	A		
CapEx delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		7,92	1,2%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	2,3%			
Di cui abilitanti		6,18	0,9%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,6%	A		
Di cui di transizione		1,74	0,3%	0,3%						Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	1,7%		T	
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																				
CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								0,0%			
A. CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)		7,92	1,2%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								2,3%			
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																				
CapEx delle attività non ammissibili alla tassonomia		636,39	98,8%																	
TOTALE		644,31	100,0%																	

⁶⁶ La percentuale di allineamento sale al 3,7% escludendo l'impatto delle attività in diritto d'uso (right-of-use assets) contabilizzate secondo l'IFRS 16.

	Quota di CapEx/CapEx totali	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM	1,2%	1,2%
CCA	-	-
WTR	-	-
CE	-	-
PPC	-	-
BIO	-	-

OpEx:

Per il calcolo dell'indicatore sulle *Operating Expenditure* (OpEx), al denominatore è stata considerata la totalità dei costi diretti non capitalizzati legati a ricerca e sviluppo, locazione a breve termine, manutenzione e riparazione nonché qualsiasi altra spesa diretta connessa alla manutenzione quotidiana di immobili, impianti e macchinari, dell'impresa o di terzi cui sono esternalizzate tali mansioni, necessaria per garantire il funzionamento continuo ed efficace di tali attivi. Non sono state incluse le spese relative al funzionamento quotidiano di immobili, impianti e macchinari come: materie prime, costo dei dipendenti che utilizzano la macchina, elettricità o fluidi necessari per il funzionamento di tali attivi.

Per quanto riguarda il numeratore, sono stati considerati i costi inclusi nel denominatore relativi ad acquisto di output da attività economiche ammissibili, e allineate, secondo la Tassonomia e/o relative alle misure messe in atto che contribuiscono all'obiettivo previsto dalla normativa denominato "mitigazione dei cambiamenti climatici". In particolare, sono stati inclusi i costi legati alle attività manutentive finalizzate a garantire il funzionamento di sistemi energetici per l'efficienza energetica e per la riduzione dei consumi energetici delle sedi aziendali, riconducibili quindi all'attività economica categorizzata come "7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il miglioramento dell'efficienza energetica" nel Regolamento (UE) 2020/852. L'analisi di allineamento è stata svolta seguendo lo stesso processo utilizzato dal Gruppo per i CapEx. Sulla base delle analisi svolte è emerso che la quota di spese operative considerate "allineate" è circa del 2,8% pari alla totalità delle spese operative relative ad attività ammissibili.

Quota delle spese operative derivanti da prodotti o servizi associati ad attività allineate alla tassonomia – Informativa relativa all'anno 2025

Esercizio finanziario 2025	2025			Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH («non arrecare danno significativo»)									
Attività economiche	Codice	OpEx	Quota di spese operative, anno 2025	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acqua	Inquinamento	Economia circolare	Biodiversità	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di OpEx allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2024	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione
Testo		Mln €	%	Si/ No/ N/AM	Si/ No/ N/AM	Si/ No/ N/AM	Si/ No/ N/AM	Si/ No/ N/AM	Si/ No/ N/AM	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per il miglioramento dell'efficienza energetica	CCM 7.3	0,86	2,8%	Si	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	N/AM	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,0%	A	
Spese operative delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		0,86	2,8%	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,0%		
Di cui abilitanti		0,86	2,8%	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,0%	A	
Di cui di transizione		0,00	0,0%	0,0%						Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	0,0%		T
A.2. Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								0,0%		
A. OpEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)		0,86	2,8%	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%								0,0%		
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
Spese operative delle attività non ammissibili alla tassonomia		29,70	97,2%																
TOTALE		30,56	100,0%																

	Quota di OpEx/OpEx totali	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM	2,8%	2,8%
CCA	-	-
WTR	-	-
CE	-	-
PPC	-	-
BIO	-	-

Attività legate al nucleare e ai gas fossili

Riga	Attività legate all'energia nucleare	
1.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la ricerca, lo sviluppo, la dimostrazione e la realizzazione di impianti innovativi per la generazione di energia elettrica che producono energia a partire da processi nucleari con una quantità minima di rifiuti del ciclo del combustibile.	NO
2.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione e l'esercizio sicuro di nuovi impianti nucleari per la generazione di energia elettrica o calore di processo, anche a fini di teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno, e miglioramenti della loro sicurezza, con l'ausilio delle migliori tecnologie disponibili.	NO
3.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso l'esercizio sicuro di impianti nucleari esistenti che generano energia elettrica o calore di processo, anche per il teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno a partire da energia nucleare, e miglioramenti della loro sicurezza.	NO
	Attività legate ai gas fossili	
4.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione o la gestione di impianti per la produzione di energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
5.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione combinata di calore/freddo ed energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
6.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione di calore che producono calore/freddo utilizzando combustibili gassosi fossili.	NO

Con riferimento all'informativa ai sensi dell'art. 8, paragrafi 6 e 7 del Regolamento delegato (UE) 2021/2178 che prevede l'utilizzo dei modelli forniti nell'Allegato XII per la comunicazione delle attività legate al nucleare e ai gas fossili, si precisa che sono stati omessi i modelli dal 2 al 5 in quanto non sono rappresentativi delle attività della società.

E2

INQUINAMENTO

[E2 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati all'inquinamento.....	157
[E2-1] Politiche relative all'inquinamento	157
[E2-2] Azioni e risorse connesse all'inquinamento	158
[E2-3] Obiettivi connessi all'inquinamento	159

[E2 IRO-1] DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI LEGATI ALL'INQUINAMENTO

Nel contesto dell'analisi di doppia rilevanza è stato confermato il rischio teorico di mancato rispetto delle normative volte a contrastare l'inquinamento ambientale di acqua, aria e suolo, lungo la filiera produttiva (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo). Alcune attività, infatti, come la coltivazione, produzione e il finissaggio di alcune materie prime, possono comportare l'uso di alcuni tipi di **sostanze chimiche**.

Ad oggi il rischio sopracitato non è stato ritenuto rilevante per i processi produttivi interni al Gruppo, inerenti principalmente alla realizzazione di capi, alle prove di laboratorio e alle attività di ricerca e sviluppo che prevedono un quantitativo limitato e gestito di sostanze chimiche.

In relazione all'inquinamento ambientale, un tema emergente nel settore moda è la **frammentazione delle fibre** (*fibre fragmentation*), ovvero la perdita di fibre dai prodotti tessili durante il loro ciclo di vita. Quando si fa riferimento a fibre generiche, siano esse naturali o sintetiche, si utilizza il termine microfibre; quando invece sono di origine sintetica, si parla di microplastiche¹. Ad oggi, le ricerche disponibili sul rilascio di microfibre non sono ancora sufficienti per comprenderne appieno i potenziali impatti e l'entità degli effetti. Ad esempio, non esiste un approccio univoco e standardizzato in grado di monitorare e identificare il rilascio di microfibre nell'intero ciclo di vita del prodotto e vi è una conoscenza limitata degli impatti ambientali legati ai diversi tipi di fibre e dei fattori che ne influenzano il rilascio. Allo stesso tempo, le strategie più efficaci per ridurre questo fenomeno sono ancora in fase di studio. Il Gruppo, consapevole dell'importanza del tema, collabora con fornitori e organizzazioni e partecipa a tavoli di lavoro dedicati per comprendere a fondo le cause e l'entità del fenomeno e permettere poi di individuare possibili soluzioni percorribili e/o azioni di mitigazione del fenomeno.

Sempre in questo ambito, il Gruppo si impegna anche a sensibilizzare i clienti affinché nella fase di utilizzo dei prodotti vengano limitati eventuali impatti sull'ambiente. In particolare, per limitare il deterioramento dei materiali e ridurre il rischio di rilascio di microfibre, sono state inserite informazioni utili sulle etichette e nelle apposite sezioni del sito di ciascun Marchio dedicate alla composizione e cura dei capi. La maggior parte dei capi che presentano prevalentemente fibre sintetiche è rappresentata dai capispalla, che solitamente non sono sottoposti a lavaggi frequenti.

Riconoscendo la necessità di maggiore conoscenza scientifica su questo argomento, il Gruppo Moncler si riserva di rivalutare la materialità del tema relativo alla frammentazione delle fibre, man mano che saranno disponibili ulteriori evidenze, ponendosi l'obiettivo di definire entro il 2028 un approccio di Gruppo relativamente al tema.

[E2-1] POLITICHE RELATIVE ALL'INQUINAMENTO

In linea con quanto definito all'interno del Codice Etico, del Codice di Condotta dei Fornitori e della Politica Ambientale (vedi anche pagg. 130-131; 223; 252), il Gruppo si impegna a rispettare, e allo stesso tempo richiede ai suoi fornitori di rispettare, le normative applicabili e promuovere elevati standard ambientali, sia per le sue attività dirette sia lungo la filiera, con l'obiettivo di prevenire episodi di inquinamento e potenziali impatti sull'ambiente e le comunità locali.

¹ Per la fonte delle definizioni si rimanda al documento "Glossary of words used in textile industry", Microfibre Consortium. Disponibile su: www.microfibreconsortium.com.

Inoltre, l'uso di sostanze chimiche è disciplinato dal Gruppo nella **Product Restricted Substances List (PRSL)**, con riferimento ai prodotti e materiali, e nella **Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)** per i processi produttivi. Tali documenti tengono conto delle leggi applicabili, nonché di parametri volontari, in linea con l'impegno del Gruppo ad adottare un approccio proattivo per identificare e progressivamente sostituire e/o disciplinare le sostanze chimiche potenzialmente pericolose. I fornitori sono vincolati contrattualmente ad attenersi a tali linee guida pubblicate anche sul sito corporate monclergroup.com (vedi anche pag. 236).

La MRSL del Gruppo è stata definita considerando i principali standard di settore (ad esempio, quello di *Zero Discharge of Hazardous Chemicals* - ZDHC, a cui Stone Island ha aderito nel 2019) e prevede ulteriori approfondimenti e requisiti specifici.

La PRSL è stata predisposta, con il supporto e la verifica di consulenti e di società di *testing* e certificazione, considerando i requisiti dei principali standard di settore (tra cui quelli dell'*American Apparel and Footwear Association* – AAFA e di Camera Nazionale della Moda Italiana), schemi di certificazione di enti indipendenti e delle peculiarità dei prodotti di entrambi i Marchi. Il Documento riporta i nomi delle sostanze chimiche e delle formulazioni considerate, su cui i fornitori sono stimolati a migliorare e trovare alternative, il numero CAS (*Chemical Abstract Service registry number*), i metodi di analisi e *detection limit* da utilizzare e i relativi parametri di riferimento da rispettare.

[E2-2] AZIONI E RISORSE CONNESSE ALL'INQUINAMENTO

Il Gruppo, consapevole dell'importanza di disciplinare le sostanze chimiche utilizzate nei processi produttivi, monitora l'applicazione dei propri standard lungo la filiera con lo scopo di prevenire possibili contaminazioni di acque, fanghi, materiali e prodotti.

In particolare, la MRSL e la PRSL definiscono sia le sostanze che i fornitori e i subfornitori devono monitorare nelle varie fasi produttive e nei prodotti/materiali, sia i relativi parametri di riferimento da rispettare, con lo scopo di prevenire e/o mitigare il rischio di eventuali criticità legate ai prodotti, materiali e processi, e fornire le basi di una corretta metodica produttiva e *root-cause analysis*.

La MRSL e la PRSL disciplinano oltre 350 sostanze chimiche e si applicano a tutti i livelli della catena di fornitura coinvolta nella produzione di materiali e prodotti.

Inoltre, i fornitori e subfornitori, particolarmente quelli che gestiscono processi ad umido, sono incoraggiati a sviluppare proattivamente un sistema di *chemical management* tramite cui monitorare e testare, anche attraverso enti terzi qualificati, prodotti chimici, acque reflue e fanghi, oltre a materiali, componenti, prodotti e trattamenti. Ciò include l'aggiornamento continuo degli inventari delle formulazioni (*chemical inventory*) e la relativa documentazione, oltre alla tracciabilità dei lotti e uno screening e/o testing delle diverse formulazioni chimiche almeno stagionalmente, se non a campione o durante visite ispettive.

Inoltre, Moncler e Stone Island richiedono ai propri fornitori di adottare pratiche rigorose per la gestione, lo stoccaggio, il trasporto e lo smaltimento di sostanze chimiche. Tali pratiche mirano a prevenire l'inquinamento causato da sversamenti accidentali, perdite o scarichi impropri.

I fornitori sono tenuti a verificare che quanto fornito sia conforme ai requisiti di legge o, se più restrittivi, a quelli del Gruppo, e, in caso di problematiche, ad approfondirne le cause applicando le opportune azioni correttive, sempre comunque nel rispetto delle normative applicabili nello specifico Paese/Stato di commercializzazione². Entrambi i Marchi monitorano il rispetto dei requisiti sulla base di una procedura di campionamento che definisce i campioni da testare, la frequenza e i test da effettuare da parte del Gruppo e dei fornitori. Le attività di test, svolte stagionalmente, sono avviate con la fase di ricerca dei materiali e continuano nelle fasi di prototipia, campionario, fino alla produzione (vedi anche pagg. 240-241).

² Nessuno dei ricavi del Gruppo del 2025 è associato a prodotti contenenti sostanze classificate come pericolose in concentrazioni superiori ai limiti stabiliti dalla normativa applicabile nel Paese o Stato di vendita.

La selezione dei campioni e delle sostanze da testare viene svolta considerando la tipologia di materiali (tessuti, pelli, ecc.) usati, le formulazioni utilizzate nel processo produttivo (ad esempio coloranti, agenti di finissaggio, ecc.), la disponibilità di documentazione, la frequenza e le quantità di utilizzo nella catena di fornitura, ecc..

Test su componenti, acque, formulazioni chimiche e prodotto finito sono svolti tramite laboratori di analisi di terza parte accreditati ISO 17025 e vengono commissionati sia dai fornitori che dal Gruppo.

In aggiunta a tali test, nell'ambito degli audit etico-sociali e ambientali, Moncler e Stone Island pongono particolare attenzione alla compliance ambientale dei propri fornitori. Durante questi controlli, il Gruppo verifica che i fornitori siano conformi con la normativa applicabile e abbiano sistemi di gestione ambientale adeguati. Un elemento chiave dell'audit riguarda le modalità di gestione e stoccaggio delle sostanze chimiche pericolose; viene verificato che i fornitori adottino misure di sicurezza adeguate, come i sistemi di contenimento secondario, e che dispongano di Schede di Sicurezza Materiali aggiornate, facilmente accessibili e leggibili. Inoltre, vengono monitorati anche il rispetto delle normative relative alle acque reflue e alla gestione corretta dei rifiuti oltre alla presenza di programmi di formazione sui temi ambientali per i dipendenti (vedi anche pag. 139).

In aggiunta al modulo ambientale standard incluso negli audit etico-sociali e ambientali, nel 2025 sono stati svolti 13 audit ambientali (9 nel 2024) specifici su un campione di fornitori di tessuto, finissaggio e tintorie. Sono state esaminate anche le analisi delle acque di scarico di 62 aziende con processi a umido (60 nel 2024), su un campione di fornitori di tessuto, tintorie, filature e conerie. Dalle attività condotte non sono emerse non conformità critiche. Data la rilevanza del tema, il nuovo Piano prevede l'introduzione di parametri volontari nelle analisi delle acque reflue (in aggiunta a quelli di legge) presso almeno l'80% dei "critical supplier"³ di filati e tessuti con processi interni di produzione a umido.

Infine, i rischi che possono essere generati durante le fasi di coltivazione da alcune materie prime naturali sono mitigati attraverso l'impegno ad incrementare l'utilizzo di cotone certificato secondo gli schemi di certificazione biologici (GOTS o OCS) che limitano l'utilizzo di pesticidi, fertilizzanti chimici e altre pratiche dannose, promuovendo invece metodi attenti alla tutela degli ecosistemi e alla biodiversità (vedi anche pag. 84; 169; 175).

[E2-3] OBIETTIVI CONNESSI ALL'INQUINAMENTO

Il Gruppo si pone l'obiettivo di proseguire con le attività di mitigazione sopra descritte anche nei prossimi anni, rafforzando il proprio impegno nel monitoraggio e nella gestione delle sostanze chimiche. Questo include l'adeguamento continuo dei documenti chiave, come MRSL e PRSL, all'evoluzione delle normative, mantenendo un approccio proattivo per identificare e progressivamente sostituire e/o disciplinare le sostanze chimiche potenzialmente pericolose. In tale contesto è stato fissato l'obiettivo che, dal 2026, i trattamenti idrorepellenti e i tessuti acquistati per la produzione non prevedano l'uso intenzionale di PFAS⁴.

³ Comprendono i fornitori selezionati sulla base del valore economico, della continuità del rapporto con il Gruppo e di parametri di sostenibilità, valutati secondo diversi livelli di rischio associati alla tipologia di materie prime, ai processi produttivi e alla potenziale violazione dei diritti umani nel Paese in cui operano.

⁴ Sostanze perfluoroalchiliche e polifluoroalchiliche (Per- and Polyfluoroalkyl Substances - PFAS).

E3

ACQUA

[E3 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alle acque.....	161
[E3-1] Politiche connesse alle acque	161
[E3-2] Azioni e risorse connesse alle acque	162
[E3-3] Obiettivi connessi alle acque	164

[E3 IRO-1] DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI LEGATI ALLE ACQUE

Consapevole che l'acqua sia una risorsa da proteggere, dal 2022 il Gruppo valuta periodicamente il proprio impatto sulle risorse idriche attraverso un'analisi di *water footprint*.

Questo processo, che costituisce la base di partenza per le valutazioni dell'attività di doppia rilevanza, consente di monitorare e quantificare sia i **consumi diretti** relativi a sedi, negozi, siti produttivi e polo logistico, sia quelli **indiretti** lungo la filiera nelle fasi di produzione di materie prime e nelle fasi di trasformazione e confezionamento dei capi finiti.

L'attività, svolta anche nel 2025 in collaborazione con un partner esterno specializzato, è stata condotta in conformità ai principi definiti dallo standard *ISO 14046: Water Footprint – Principles, requirements and guidelines*. Il metodo di calcolo della *water footprint* permette di combinare i dati di consumo diretto e indiretto con l'indice di rischio idrico *Available Water Remaining – AWARE*, che riflette la scarsità idrica associata ad ogni area geografica analizzata.

I risultati di tali analisi, ad oggi, hanno confermato che i consumi rilevanti, e quindi i potenziali impatti negativi sulle falde acquifere dovuti all'eccessivo prelievo di acqua e al conseguente effetto sull'equilibrio ecologico dei corpi idrici, sono quelli indiretti che avvengono lungo la filiera nelle fasi di produzione di materie prime naturali e di origine animale, in particolare per cotone e lana (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo). Per la natura del business del Gruppo, i consumi idrici diretti invece sono meno rilevanti e afferiscono prevalentemente ai servizi igienico-sanitari e, in quota minima, alla produzione di vapore per i reparti di stireria o per la tintoria del reparto di prototipia di Stone Island.

Dal 2024, il Gruppo ha integrato i risultati della *water footprint* con una valutazione dello stress e del rischio idrico più puntuale nelle aree in Italia e Romania in cui sono localizzate le proprie sedi, i siti produttivi e il polo logistico, oltre che lungo la filiera produttiva dei "critical supplier" (vedi anche pag. 85) coinvolti in processi caratterizzati da consumi idrici significativi, come tintura e finissaggio. L'analisi è stata condotta utilizzando il tool pubblico *Aqueduct Water Risk Atlas* del *World Resources Institute*, che consente di identificare le aree ad alto stress idrico, ovvero quelle in cui il rapporto tra l'acqua prelevata annualmente e quella disponibile supera il 40%.

Da questa ulteriore analisi è emerso che, anche nel 2025, le sedi del Gruppo e dei "critical supplier" non si trovano in aree ad alto stress idrico. Nell'ottica di un continuo miglioramento, il Gruppo si impegna a proseguire e ampliare l'analisi svolta sulle aree di approvvigionamento dei tessuti e filati realizzati con materie prime strategiche tracciate¹ al fine di individuare potenziali zone a stress idrico e studiare iniziative per la mitigazione degli impatti.

[E3-1] POLITICHE CONNESSE ALLE ACQUE

Il Gruppo Moncler, come sancito nel Codice Etico, nella **Politica Ambientale** e nel **Codice di Condotta dei Fornitori** (vedi anche pagg. 130-131; 223; 252), promuove un uso efficiente delle risorse naturali, incluse le **risorse idriche**, valuta regolarmente i consumi idrici presso i propri siti e lungo la catena di fornitura e identifica potenziali rischi associati alla scarsità, alla qualità e alla quantità (vedi anche pag. 157) delle acque sia presso le proprie sedi aziendali a gestione diretta (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) sia lungo la catena di fornitura.

Il Gruppo è attento a verificare il rispetto delle leggi applicabili in ambito ambientale per il tema specifico dell'acqua attraverso audit condotti da enti terzi indipendenti, oltre che a identificare opportunità di innovazione e programmi per ridurre il consumo di acqua.

¹ Almeno l'80% in volume dei tessuti e filati realizzati con cotone, lana, nylon e poliestere.

[E3-2] AZIONI E RISORSE CONNESSE ALLE ACQUE

Nel corso degli ultimi anni il Gruppo ha avviato una serie di attività volte a identificare azioni di miglioramento nella gestione della risorsa idrica e contribuire agli impegni definiti nella Politica Ambientale.

Per quanto riguarda i **consumi diretti**, il Gruppo adotta un Sistema di Gestione Ambientale secondo lo standard ISO 14001 nei poli produttivi in Italia e Romania, nelle sedi corporate italiane e nel polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza), tra i cui obiettivi è riportato l'utilizzo efficiente delle risorse idriche. Inoltre, dal 2021 il Gruppo ha avviato un processo di certificazione ambientale ed energetica dei propri negozi e di tutte le nuove costruzioni aziendali secondo lo standard LEED che richiede interventi di efficientamento anche relativi al consumo di acqua (vedi anche pagg. 82; 134). A supporto di questa iniziativa, sono stati organizzati momenti di sensibilizzazione dedicati al team Purchasing & Procurement, volti a evidenziare l'importanza di progettare i nuovi siti in conformità a tali requisiti.

Rispetto ai consumi diretti (relativi a uffici, negozi, siti produttivi e polo logistico), la fonte principale di approvvigionamento idrico per il Gruppo è rappresentata dagli acquedotti. Tali consumi, infatti, afferiscono prevalentemente ai servizi igienico-sanitari e, in quota minima, alla produzione di vapore per i reparti di stireria o per la tintoria del reparto di prototipia di Stone Island. Di conseguenza, le acque di scarico sono assimilabili a quelle delle abitazioni e sono pertanto immesse in fognatura. Pur in presenza di consumi idrici diretti contenuti, il Gruppo ha avviato programmi di gestione dell'efficienza idrica basati sui risultati di attività periodiche di valutazione e monitoraggio dei consumi con l'obiettivo di individuare ulteriori margini di miglioramento. In tale contesto si inserisce l'intervento di ammodernamento del reparto di tintoria di Stone Island che ha previsto l'installazione di nuovi macchinari di tintura progettati per ridurre gli impatti ambientali rispetto alle soluzioni precedentemente adottate, mantenendo al contempo elevati standard qualitativi (vedi anche pagg. 90). Le nuove tecnologie, tra le altre cose, consentono di ottimizzare i processi e il "rapporto bagno", ossia il rapporto tra la quantità di acqua impiegata e il peso del materiale trattato, minimizzando l'impiego di materiali ausiliari, quali sali e alcali, e il fabbisogno di vapore, con un conseguente miglioramento dell'efficienza energetica e ambientale della tintoria.

I consumi nel 2025 sono pari a 795 m³ in leggera diminuzione rispetto al 2024 (-25%) a seguito della chiusura temporanea della tintoria di Ravarino a causa dei lavori di ristrutturazione dello stabile.

CONSUMI IDRICI DIRETTI ² (m ³)	2024	2025
Prelievi idrici	72.920	72.386
Consumi idrici	1.057	795
Scarichi idrici ³	71.863	71.591

I **consumi indiretti** di acqua più rilevanti sono quelli che avvengono nelle fasi di produzione di materie prime naturali e di origine animale acquistate dal Gruppo. Per quanto riguarda le fibre sintetiche, i consumi di acqua maggiori risultano essere nelle fasi di trasformazione e di tintura dei filati e dei tessuti. Il Gruppo si impegna a coinvolgere i fornitori di tintura in capo in un programma di *capacity building* sulla gestione dell'acqua, con l'obiettivo di rafforzare le competenze e promuovere pratiche più efficienti entro il 2028.

² Per i consumi idrici diretti di uffici, sedi produttive e polo logistico, sono stati utilizzati dati primari delle utenze. Per i consumi idrici di negozi e outlet, sono stati utilizzati i dati di prelievo d'acqua raccolti da un campione di negozi certificati LEED, sul quale sono stati stabiliti degli indici di consumo di acqua utilizzati per stimare il consumo totale sull'intero network di negozi e outlet a gestione diretta.

³ Poiché i prelievi diretti del Gruppo sono in funzione di consumi assimilabili a servizi di tipo igienico-sanitario, quasi la totalità dell'acqua prelevata viene a sua volta scaricata nei sistemi idrici urbani. Il consumo idrico rappresenta la porzione di acqua non restituita al sistema a causa delle perdite per evaporazione dovute principalmente all'estrazione e trattamento pre-sanitizzazione e trattamento delle acque reflue.

Nel 2025, i consumi idrici indiretti lungo la filiera, legati alla produzione e lavorazione delle materie prime, ammontano a 4.554.248 m³, in riduzione rispetto al 2024 (-16%). Questa riduzione è dovuta sia al minor quantitativo di cotone utilizzato dal Gruppo, sia al maggior utilizzo di materiali “preferred” che comportano un minore impatto sulla risorsa idrica.

CONSUMI IDRICI INDIRETTI ⁴ (m ³)	2024	2025
Consumi idrici indiretti per la produzione dei prodotti finiti	5.428.118	4.554.248
<i>di cui per le materie prime⁵</i>	4.347.017	3.524.849
<i>di cui per le lavorazioni⁶</i>	1.081.101	1.029.399

Relativamente alla fase di produzione delle materie prime, nel corso del 2025, il Gruppo ha proseguito i progetti di agricoltura rigenerativa nelle filiere delle fibre naturali e animali come cotone e lana, che permettono non solo di rigenerare le funzioni ecologiche delle aree interessate, ma anche di aumentare la capacità del suolo di immagazzinare acqua e, di conseguenza, adattarsi a situazioni di crescente siccità (vedi anche pagg. 83; 168-169; 170).

Sempre nel corso dell’anno, è proseguito il progetto pluriennale di ricerca lanciato nel 2022 in collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi focalizzato sull’identificazione dei meccanismi messi in atto da specifiche varietà di cotone per sopravvivere o ottimizzare la crescita in situazioni di siccità. Tale studio è volto a capire come migliorare la resilienza di specie selezionate per l’agricoltura in uno scenario ambientale meno favorevole e con risorse idriche sempre più limitate. In particolare, nel corso degli ultimi due anni, lo studio ha previsto l’implementazione di un campo sperimentale a Milano, dove sono stati analizzati 90 esemplari di cotone selezionati per rappresentare la più ampia dispersione geografica possibile di una regione di coltivazione. Per ogni tipologia sono stati misurati i tratti morfologici, fisiologici e molecolari. Questi dati, insieme alle variabili ambientali (irradiazione e temperatura) registrate nel corso dell’esperimento, sono stati poi correlati, utilizzando modelli statistici, per identificare geni chiave e processi biologici con maggiore resistenza alla siccità. I risultati del 2025 evidenziano un’ampia variabilità genetica nella crescita e nelle risposte alle condizioni ambientali, elemento utile sia per il miglioramento delle varietà di cotone coltivate sia per comprendere i meccanismi di adattamento delle piante in natura. Questa ricerca potrebbe contribuire allo sviluppo di varietà di cotone più adatte a climi aridi e/o caratterizzate da un minor fabbisogno idrico, mantenendo livelli di produttività elevati anche in un contesto di cambiamento climatico.

Per quanto riguarda i processi di lavorazione, il programma *Carbon Target Setting* (vedi anche pagg. 136-137) prevede anche sessioni di coinvolgimento dei fornitori focalizzate sulla riduzione dei consumi idrici, sia quelli generati nei processi di produzione sia in quelli a supporto di questi ultimi. Tra le principali misure promosse rientrano il recupero e riutilizzo delle acque di raffreddamento pulite e delle acque reflue, il recupero del calore dai flussi di acque reflue calde e dai fumi, nonché interventi sulle reti e sulla gestione del vapore e dell’acqua calda.

Il Gruppo si impegna anche nello sviluppo di progetti volti alla gestione della risorsa idrica lungo l’intera filiera, sia nella fase di produzione delle materie prime sia in quella di lavorazione.

Infine, dal 2024, il Gruppo Moncler ha reso disponibile per tutti i dipendenti un corso dedicato alla sostenibilità ambientale, che include il tema della gestione della risorsa idrica. Il modulo è stato

⁴ I consumi idrici indiretti legati alla produzione, estrazione e lavorazione delle materie prime sono stati stimati utilizzando i dati sui materiali utilizzati, già considerati per il calcolo della categoria “Materie prime e produzione capi finiti” delle emissioni scope 3, garantendo così la coerenza del perimetro di calcolo. L’analisi si basa principalmente sul World Apparel Life Cycle Database (WALDB), che raccoglie dati sulla produzione delle principali fibre tessili, sia naturali che sintetiche, nei loro principali Paesi di origine, includendo anche informazioni specifiche sulla lavorazione. A sua volta, il WALDB si basa su Ecoinvent, il principale database globale per l’analisi del ciclo di vita (LCA) dei prodotti di abbigliamento.

⁵ Consumi idrici indiretti associati alla produzione ed estrazione di materie prime, come ad esempio per la coltivazione del cotone, la fase di allevamento per la lana e i processi di trasformazione delle fibre sintetiche.

⁶ Consumi idrici indiretti associati a processi di lavorazione quali ad esempio la filatura, la tessitura, la tintura, il confezionamento, la stiratura, la tintura in capo ecc..

progettato per fornire ai dipendenti gli strumenti necessari per comprendere concetti fondamentali, tra cui il tema dello stress idrico e approfondire il calcolo della *water footprint* di un'organizzazione, analizzando sia i consumi diretti che quelli indiretti (vedi anche pag. 139).

[E3-3] OBIETTIVI CONNESSI ALLE ACQUE

Il Gruppo, oltre a valutare e/o proseguire con le attività di mitigazione sopra descritte ha definito nel Piano di Sostenibilità 2026-2028 obiettivi specifici volti a rafforzare una gestione efficiente della risorsa idrica lungo l'intera filiera, dalla catena di fornitura fino alle fasi interne di produzione (vedi anche pag. 90). Inoltre è obiettivo del Gruppo continuare ad affinare le analisi svolte fino ad oggi arricchendole con dati sempre più granulari, anche in ottica di conformità con le richieste della *Corporate Sustainability Reporting Directive*, coinvolgendo i fornitori che operano a monte della catena di fornitura per raccogliere le informazioni relative ai consumi idrici sui propri processi produttivi, identificare rischi teorici e soluzioni per mitigare gli impatti potenziali, oltre che a continuare a promuovere progetti di agricoltura rigenerativa.

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si veda pagina 90.

E4

BIODIVERSITÀ ED ECOSISTEMI

[E4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	166
[E4 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi alla biodiversità e agli ecosistemi.....	166
[E4-2] Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi	167
[E4-3] Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistemi	167
[E4-4] Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi	170

[E4 SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Il Gruppo Moncler svolge periodicamente delle analisi volte a monitorare la posizione delle sedi aziendali a gestione diretta (sedi produttive, uffici, polo logistico e negozi) e della filiera rispetto alle aree ecologicamente vulnerabili. Tali analisi costituiscono la base di partenza per le valutazioni condotte nell'ambito del processo di doppia rilevanza (vedi anche pagg. 102-107; 108-110).

Ad oggi, le sedi del Gruppo risultano non essere situate in aree sensibili sotto il profilo della **biodiversità** e presso le stesse non si svolgono attività che possano generare impatti significativi legati al degrado del suolo, alla deforestazione e alla desertificazione.

Con riferimento alla filiera, in alcune aree e per alcune materie prime di origine naturale, come ad esempio lana, cashmere, piuma e cotone, sono invece emersi potenziali impatti negativi sugli ecosistemi e sugli organismi viventi che potrebbero derivare dal degrado del suolo, ad esempio a seguito di possibili pratiche agricole intensive, attività di pascolo non regolamentate o fenomeni di deforestazione (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo).

[E4 IRO-1] DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI CONNESSI ALLA BIODIVERSITÀ E AGLI ECOSISTEMI

Dal 2021, il Gruppo Moncler conduce periodicamente analisi del suo potenziale impatto sulla biodiversità, anche grazie alla collaborazione attiva dei propri fornitori e alle informazioni raccolte attraverso il processo di tracciabilità delle materie prime che rappresenta una componente chiave per conoscere e valutare gli impatti lungo tutta la filiera.

Questo approccio, allineato alle nuove linee guida tecniche per la definizione di obiettivi per la Natura Basati sulla Scienza - *Science Based Targets for Nature*¹ dell'iniziativa *Science-Based Targets Network* (SBTN), è stato aggiornato con il supporto di un ente terzo qualificato.

Nell'ambito dell'aggiornamento dell'analisi, avviato dal 2024, il Gruppo ha valutato sia lo "stato della natura", definito attraverso un set di indicatori in grado di descrivere le condizioni ambientali in termini fisici, chimici e biologici nelle aree in cui opera, sia le "pressioni sulla natura", riconducibili ai cinque driver² di perdita di biodiversità identificati dall'*Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services* (IPBES)³. Tali pressioni sono state analizzate attraverso studi di *Life Cycle Assessment* (LCA) finalizzati a stimare i potenziali impatti connessi, in particolare, all'uso del suolo, al consumo di risorsa idrica e all'inquinamento delle acque e del suolo. Lo studio è stato applicato sia alle sedi a gestione diretta sia alle aree di approvvigionamento delle materie prime con potenziali impatti significativi in termini di biodiversità, con particolare riferimento alle materie prime di origine naturale, principalmente lana, cashmere, piuma e cotone.

¹ Le linee guida SBTN indicano le nuove metodologie per implementare e misurare target su base scientifica in ambito di acqua dolce e suolo. Tali metodologie, in fase di validazione da parte di un gruppo ristretto di aziende provenienti da vari settori, saranno poi utilizzabili su larga scala dalle aziende che vorranno definire suddetti target.

² Cambiamenti nell'uso del suolo, sfruttamento diretto degli organismi, cambiamenti climatici, inquinamento e specie aliene invasive.

³ L'Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES) è l'organismo scientifico internazionale che valuta lo stato della biodiversità e dei servizi ecosistemici. L'IPBES ha identificato cinque principali driver della perdita di biodiversità: cambiamenti nell'uso del suolo, sfruttamento diretto delle risorse naturali, cambiamento climatico, inquinamento e specie aliene invasive.

Nel corso del 2025, l'analisi è stata progressivamente estesa a ulteriori materiali, includendo anche carta e cartone utilizzati per il packaging, ampliando così il perimetro di valutazione lungo la catena del valore.

Sulla base delle evidenze emerse, il Gruppo ha identificato le proprie priorità di intervento, considerando la significatività degli impatti potenziali, l'urgenza delle azioni e la loro fattibilità tecnica ed economica, valorizzate all'interno del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 (vedi anche pag. 90).

[E4-2] POLITICHE RELATIVE ALLA BIODIVERSITÀ E AGLI ECOSISTEMI

Come descritto nella **Politica Ambientale**, il Gruppo Moncler si impegna a:

- promuovere la protezione degli habitat naturali e il benessere degli animali nelle aree dove sono localizzati i propri siti produttivi e le catene di fornitura, riconoscendo l'importanza di salvaguardare gli ecosistemi e la biodiversità;
- collaborare con i propri fornitori e partner esterni per valutare l'impatto sulla biodiversità lungo le varie fasi della catena di fornitura attraverso una mappatura delle aree di approvvigionamento delle materie prime strategiche (come ad esempio piuma, cotone, lana, ecc.) con l'obiettivo di identificare e gestire eventuali problematiche associate;
- definire e implementare progressivamente una strategia di biodiversità volta a:
 - evitare di operare in aree o in prossimità di aree rilevanti in termini di biodiversità a livello globale o nazionale;
 - adottare misure volte a minimizzare l'intensità e l'estensione degli impatti che non possono essere evitati;
 - promuovere il ripristino delle funzioni ecologiche di base negli ecosistemi interessati, ove possibile, attraverso processi di approvvigionamento più consapevoli che favoriscano pratiche di gestione dei pascoli, terreni agricoli e delle foreste a più basso impatto.

[E4-3] AZIONI E RISORSE RELATIVE ALLA BIODIVERSITÀ E AGLI ECOSISTEMI

A fronte dei risultati emersi dall'analisi dell'impatto sulla biodiversità, al fine di mitigare potenziali rischi, sono state prioritizzate una serie di azioni sulla base del **framework AR³T (Avoid, Reduce, Restore and Regenerate, and Transform)** sia presso le proprie attività sia lungo la catena di fornitura.

Le azioni messe in campo riguardano:

Avoid

- **Materie prime strategiche tracciate anche con l'obiettivo di identificare aree a potenziale rischio per la biodiversità**

Un'attività importante per le analisi in ambito ambientale, non solo sulla biodiversità, ma anche sui cambiamenti climatici, così come per le valutazioni sociali, è la tracciabilità di prodotti e processi produttivi. Questa pratica sta assumendo un ruolo sempre più centrale nelle strategie di business, in ottica di identificazione e valutazione di rischi, opportunità e impatti della catena di fornitura.

Dal 2023, il Gruppo traccia, a livello di regione, oltre l'80%⁴ in volume per ciascuno dei tessuti e filati di nylon, poliestere, cotone e lana, in aggiunta al 100% già tracciato per la materia

⁴ Il valore è calcolato sul fabbisogno in peso utilizzato complessivamente per la produzione delle collezioni PE e AI 2025.

prima piuma dal 2015. In particolare, le materie prime di origine naturale e animale, ovvero cotone e lana, sono state tracciate a partire dalle fasi di coltivazione o allevamento, includendo, dove applicabile, i processi di filatura, tessitura, maglieria, tintura e finissaggio; le materie prime di origine sintetica, ossia nylon e poliestere, sono state invece tracciate dalle fasi di filatura includendo, dove applicabili, i processi di tessitura, tintura, stampa e finissaggio.

A seconda delle tipologie di materiali e maturità delle soluzioni tecniche sul mercato, sono state poi vagliate attività e progetti di verifica delle informazioni che comprendono test di laboratorio e certificati a supporto dell'affidabilità e della solidità delle informazioni raccolte. Ad esempio, in base al campionamento definito, per i materiali in cotone sono utilizzati test isotopici per indagare sull'origine geografica dichiarata, mentre per quelli in cotone biologico vengono svolti test del DNA per verificare l'eventuale presenza di organismi geneticamente modificati (OGM). Infine, per i materiali realizzati in poliestere riciclato sono effettuati test per indagare la presenza di specifici indicatori relativi al contenuto di materiale riciclato. Per quanto riguarda i materiali certificati (ad esempio GOTS, OCS, GRS, ecc.), vengono richiesti ai fornitori certificazioni e/o documenti attestanti che il materiale acquistato sia allineato allo standard richiesto.

Nel 2025, è proseguita l'attività di potenziamento della digitalizzazione e di consolidamento dei dati di tracciabilità attraverso una piattaforma gestita in collaborazione con un partner terzo, ottimizzando la raccolta delle informazioni dai fornitori. Questo progetto è cruciale per approfondire la conoscenza delle dinamiche della catena di fornitura e migliorare la qualità dei dati primari, consentendo analisi più precise di *carbon* e *water footprint*.

- **Promozione di una gestione sostenibile delle foreste**

Il Gruppo utilizza materiali in carta, cartone e legno realizzati esclusivamente con materie prime riciclate e/o riusate e/o provenienti da filiere gestite responsabilmente, che contribuiscono alla prevenzione della deforestazione, attraverso certificazioni riconosciute come *Forest Stewardship Council* (FSC) e *Programme for the Endorsement of Forest Certification* (PEFC).

Nel 2025 il 100% dei materiali di carta e cartone è certificato FSC o PEFC e, come già evidenziato, il legno utilizzato nei processi logistici è al 100% riusato.

Reduce

- **Introduzione progressiva di materiali "preferred" tra cui riciclati**

Come affermato nel *Raw Material Manual* (vedi anche pagg. 173-174), il Gruppo sta progressivamente introducendo nelle collezioni materiali "preferred". Queste includono oltre ai materiali biologici, materiali certificati secondo specifici standard o anche materiali riciclati che quindi implicano un minor uso di materie prime vergini.

Ad oggi il 100% delle materie prime strategiche è in linea con il *Raw Material Manual* e nelle collezioni 2025 del Gruppo oltre il 55% dei filati e tessuti è realizzato con materiali "preferred", in crescita di 12 punti percentuali rispetto al 2024 (vedi anche pag. 83).

- **Utilizzo di legno riusato nei processi logistici**

Da anni il Gruppo, all'interno dei processi logistici, impiega bancali e altri strumenti in legno riutilizzato.

Restore & Regenerate

- **Incremento dell'uso di materie prime che provengono da pratiche agricole o di allevamento a più basso impatto sulla biodiversità rispetto a metodologie tradizionali**

Il Gruppo, come descritto nel *Raw Material Manual* (vedi anche pagg. 173-174), per quanto riguarda le materie prime di origine naturale, sta progressivamente inserendo nelle sue collezioni materiali certificati secondo standard quali, ad esempio, il *Global Organic Textile Standard* (GOTS), *RegenAgri*, l'*Organic Content Standard* (OCS), il *Responsible Alpaca*

Standard (RAS), il *Responsible Mohair Standard* (RMS) e il *Responsible Wool Standard* (RWS), che mirano a ridurre l'impatto ambientale e a proteggere la biodiversità. Tali standard, infatti, promuovono l'uso responsabile del suolo, contrastano la deforestazione e mirano a preservare gli ecosistemi naturali, limitando l'inquinamento e il degrado del territorio.

Oltre il 55% di cotone usato nelle collezioni 2025⁵ proviene da pratiche di agricoltura biologica (più del 37% nel 2024) e oltre il 70% della lana è certificato secondo standard specifici, in lieve crescita rispetto al 2024 (vedi anche pag. 84).

- **Sostegno alla riforestazione e valorizzazione del territorio**

Nel 2025 Moncler ha sostenuto un progetto promosso dall'*Office National des Forêts* (ONF) in un'area di oltre un ettaro recentemente acquistata dalla municipalità a Monestier-de-Clermont, il paese in cui il brand è stato fondato nel 1952. L'iniziativa ha previsto la **piantumazione** di oltre 900 alberi e la realizzazione di un percorso didattico con pannelli interpretativi e aree di sosta. Il progetto è stato realizzato in stretta collaborazione con le autorità competenti, i team ONF e il tecnico forestale locale. Un intervento che integra riforestazione, sensibilizzazione ambientale e valorizzazione del paesaggio, rafforzando il legame tra Moncler e il luogo delle sue origini.

- **Promozione di progetti di agricoltura rigenerativa**

Dal 2022 il Gruppo è impegnato a sostenere le pratiche di agricoltura rigenerativa legate alle filiere del **cotone** e della **lana**, con effetti di mitigazione sia dell'impatto sulla biodiversità che delle emissioni di gas a effetto serra. L'agricoltura rigenerativa è un approccio che mira a migliorare la salute e la fertilità del suolo, aumentandone la capacità di assorbimento di carbonio dall'atmosfera, oltre che a proteggere le risorse idriche e la biodiversità.

Dal 2023, il Gruppo aderisce a due specifici progetti legati alla filiera del cotone: il progetto pilota *Unlock Programme* in India e negli Stati Uniti, promosso da *The Fashion Pact*, e il progetto *Cotton 2040* del *Ecosystem Services Market Consortium* (ESMC)⁶ in diversi Stati del Sud degli Stati Uniti tra cui Alabama e Tennessee, entrambi volti a supportare i coltivatori di cotone nell'applicazione di pratiche agricole rigenerative. Nel 2025, il Gruppo ha continuato a sostenere il progetto collettivo *Unlock*, contribuendo a estendere il programma a nuovi agricoltori, ad esplorare nuove aree geografiche e a potenziare le soluzioni tecnologiche a supporto dei piccoli produttori di cotone nel Sud dell'Asia, e ha proseguito la collaborazione con ESMC portando avanti i progetti in Tennessee e avviandone di nuovi in Texas.

Nel 2023, il Gruppo ha anche aderito a un progetto di agricoltura rigenerativa nella filiera della lana in Australia con *PUR Projet*⁷, promuovendo l'utilizzo di pratiche agricole rigenerative durante le fasi di allevamento degli animali. Nel corso del 2025, il progetto ha previsto una fase di analisi di specifici indicatori, tra cui quota, pendenza, umidità del terreno, indicatori radiometrici e profondità del suolo, per comprendere meglio la biodiversità e la distribuzione del carbonio, elemento chiave per ecosistemi resilienti e fertili. I dati raccolti hanno contribuito ad aggiornare e affinare i valori di baseline, fondamentali per monitorare nel tempo i benefici ambientali del progetto.

L'impegno del Gruppo a sostegno di progetti che promuovono e implementano pratiche di agricoltura rigenerativa nelle filiere del cotone e della lana proseguirà nel prossimo triennio.

Transform

- **Partecipazione a gruppi di lavoro sulla biodiversità**

Da diversi anni il Gruppo partecipa a tavoli e gruppi di lavoro con peer del settore ed esperti in materia, quali ad esempio SBTi, SBTN e *The Fashion Pact*, al fine di comprendere in modo più

⁵ Il valore è calcolato sul fabbisogno in peso utilizzato complessivamente per la produzione delle collezioni PE e AI 2025.

⁶ Organizzazione no-profit che riconosce e premia gli agricoltori e gli allevatori per le loro pratiche ambientali.

⁷ Organizzazione attiva nell'attività di insetting dal 2008, PUR Projet è una B Corp certificata e leader globale nell'implementazione di soluzioni nature-based.

approfondito le tematiche legate alla biodiversità e l'impatto delle diverse attività su di essa con anche l'obiettivo di supportare progetti collaborativi (vedi anche il paragrafo "Promozione di progetti di agricoltura rigenerativa").

[E4-4] OBIETTIVI RELATIVI ALLA BIODIVERSITÀ E AGLI ECOSISTEMI

L'impegno del Gruppo sul tema proseguirà anche nei prossimi anni. Di seguito si riportano gli obiettivi del Piano di Sostenibilità 2020-2025 e i risultati raggiunti nell'anno inerenti la tutela della biodiversità:

LEGENDA ↑ Obiettivo superato ✓ Obiettivo raggiunto ● Obiettivo parzialmente raggiunto	
➤ Obiettivo on time ○ Obiettivo posticipato	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
ACT ON CLIMATE & NATURE	
Salvaguardare la biodiversità [SDG 6; 12; 14; 15]	
2025 Supporto ad iniziative di <i>Zero Deforestation</i> e gestione sostenibile delle foreste	✓ Tutti i materiali in carta, cartone e legno utilizzati dal Gruppo sono realizzati esclusivamente con materie prime riciclate e/o riusate e/o certificate dal <i>Forest Stewardship Council</i> (FSC) e/o dal <i>Programme for the Endorsement of Forest Certification</i> (PEFC) ✓ Sostenuto un progetto promosso dall' <i>Office National des Forêts</i> (ONF) per la piantumazione di oltre 900 alberi nella foresta comunale di Monestier-de-Clermont
Ongoing Lancio dei progetti di agricoltura rigenerativa nelle filiere del cotone e della lana volti a diminuire e/o evitare gli impatti sulla biodiversità	✓ Filiera lana: proseguito il progetto di agricoltura rigenerativa in Australia con <i>PUR Projet</i> , con un sistema di monitoraggio della biodiversità e assorbimento del carbonio, elemento chiave per ecosistemi resilienti e fertili ✓ Filiera cotone: proseguito il sostegno al progetto <i>Unlock</i> estendendo il programma a nuovi agricoltori e aree geografiche nel Sud dell'Asia; continuata la collaborazione con <i>Ecosystem Services Market Consortium</i> portando avanti progetti in Tennessee e avviandone di nuovi in Texas

THINK CIRCULAR & BOLD	
Utilizzare materiali a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali [SDG 12]	
2025 Oltre il 50% di filati e tessuti saranno realizzati con materiali "preferred"	↑ >55% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali "preferred" (>43% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 50% cotone "preferred" utilizzato nelle collezioni 2025	↑ >55% del cotone utilizzato nelle collezioni PE e AI 2025, biologico o riciclato (~37% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 70% di lana certificata secondo specifici standard (ad esempio <i>Responsible Wool Standard</i> – RWS, <i>Nativa</i> , <i>Sustainawool</i>)	↑ >70% della lana utilizzata nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali certificati, ad esempio <i>Responsible Wool Standard</i> – RWS, <i>Nativa</i> , <i>Sustainawool</i> (~70% nelle collezioni PE e AI 2024)
Utilizzare un packaging a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali [SDG 14]	
Ongoing 100% packaging per i clienti finali realizzato con materiali "preferred"	✓ 100% del packaging destinato a cliente finale di Moncler e Stone Island realizzato con materiali "preferred"
Ongoing Zero plastica monouso vergine di origine fossile	✓ Zero plastica monouso vergine di origine fossile
Ongoing 100% packaging impiegato nei processi logistici realizzato con materiali "preferred"	✓ 100% packaging logistico del Gruppo realizzato con materiali "preferred"
BE FAIR	
Rafforzare i sistemi di tracciabilità delle materie prime [SDG 12]	
Ongoing Tracciate le materie prime strategiche	✓ Materie prime strategiche tracciate (cotone, lana, nylon, piuma e poliestere)

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si veda pagina 90.

E5

USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

[E5 IRO-1] Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare.....	173
[E5-1] Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare.....	173
[E5-2] Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare.....	175
[E5-3] Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare.....	184
[E5-5] Flussi di risorse in uscita	186

[E5 IRO-1] DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI CONNESSI ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Nel contesto del processo di doppia rilevanza, l'analisi delle dinamiche del settore moda, delle aspettative del cliente, dell'opinione pubblica e degli investitori ESG ha portato a identificare l'**economia circolare** come tema rilevante. Il Gruppo Moncler, si sta impegnando ad adottare un modello di business sempre più circolare rafforzando il proprio vantaggio competitivo e posizionamento come brand attento alle tematiche ambientali e sociali.

Per implementare un modello di economia circolare è necessario integrare pienamente considerazioni ambientali nel prodotto e nei processi agendo su diversi aspetti. Questi ultimi vanno dalla scelta di materiali, realizzati ad esempio con materie prime riciclate a iniziative per estendere l'uso e la vita utile del prodotto, come servizi di riparazione dedicati, nonché una progettazione del capo volta a favorire il recupero e il riciclo e una distribuzione e uso del packaging che prevedano processi o materiali in grado di garantire un minore impatto ambientale. Sono tutti aspetti che richiedono attitudine all'innovazione, a sperimentare nuove soluzioni e a collaborare con tutti gli attori della filiera. Sebbene queste attività possano comportare investimenti iniziali, lo sviluppo di tecnologie innovative e la ridefinizione di alcuni processi - tra cui la gestione del magazzino, per la quale potrebbe sussistere un rischio reputazionale teorico legato alla non conformità ai principi di economia circolare del Gruppo e alle nuove disposizioni sulla distruzione degli invenduti - questa transizione rappresenta un'opportunità per collaborare lungo tutta la catena del valore, generando benefici sia per il business che per l'ambiente.

[E5-1] POLITICHE RELATIVE ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Il Gruppo Moncler, come definito nella Politica Ambientale (vedi anche pagg. 130-131), si impegna a:

- ideare e creare prodotti di altissima qualità capaci di durare nel tempo;
- promuovere l'implementazione di modelli di economia circolare e approcci basati sull'eco-design sia nei prodotti che nei processi produttivi, agendo su diversi aspetti: dalla scelta di materiali "preferred"¹ al design dei capi volto a favorirne il riciclo/recupero, dai processi produttivi e imballaggi a più basso impatto ambientale fino ad iniziative volte a estendere l'utilizzo e la vita del prodotto (come, ad esempio, servizi di riparazione dei capi);
- svolgere annualmente valutazioni dell'impatto ambientale di determinati materiali e componenti attraverso analisi di *Life Cycle Assessment* (LCA), in linea con gli standard ISO, per identificare e apportare le opportune modifiche nelle fasi di design e di scelta dei materiali;
- aumentare progressivamente la quota di materie prime certificate e a più basso impatto nelle collezioni a partire da quelle maggiormente utilizzate, ad esempio nylon riciclato e cotone "preferred" (riciclato, biologico o rigenerativo).

Con riferimento ai materiali "preferred" il Gruppo Moncler ha pubblicato sul sito aziendale il **Raw Material Manual**, una linea guida che definisce criteri condivisi per i team di Research & Development e Purchasing & Procurement. Questo strumento ha l'obiettivo specifico di orientare le scelte relative alla ricerca, selezione e acquisto delle materie prime, considerando i relativi impatti ambientali, sociali e di benessere animale.

¹ 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 in linea con specifici standard).

Il Manuale fornisce una panoramica sulle caratteristiche generali delle principali materie prime utilizzate, tra cui tessuti e filati costituiti da nylon, poliestere, cotone, lana e piuma, oltre a descrivere una serie di altre materie prime specifiche. Vengono individuati i loro punti critici (*hotspot*) e delineate le azioni mirate per mitigarli. Inoltre, dettaglia due tipologie di requisiti:

- **requisiti obbligatori (must-have):** criteri essenziali da rispettare all'interno della catena di approvvigionamento delle materie prime;
- **requisiti distintivi (good practice):** migliori pratiche consigliate per la selezione delle materie prime, considerate parte del percorso di miglioramento del Gruppo e aggiuntive rispetto ai requisiti obbligatori.

Le linee guida del *Raw Material Manual* sono soggette a revisioni e aggiornamenti periodici per includere ulteriori materie prime e garantire un continuo allineamento con l'evoluzione del Gruppo da una parte e del quadro normativo dall'altra. Questo processo si avvale della consulenza di esperti del settore per identificare le migliori pratiche in linea con l'approccio proattivo del Gruppo.

Per il packaging logistico, produttivo, destinato al cliente finale e quello utilizzato negli uffici, dal 2021, il Gruppo ha introdotto un **Manuale packaging**, predisposto con il supporto tecnico di esperti e in linea con standard internazionali, che definisce le linee guida per la scelta di materiali "preferred" da impiegare per la realizzazione del packaging e degli elementi espositivi dei punti vendita e delle vetrine, con l'obiettivo di guidare tutte le funzioni che, in Moncler e Stone Island, progettano e selezionano tali elementi.

Le linee guida si basano su principi chiave, tra cui:

- ridurre le quantità di materiali impiegati;
- semplificare la struttura dei prodotti in ottica di eco-design, privilegiando articoli monomateriale o facilmente disassemblabili per favorirne il riutilizzo e la riciclabilità;
- ridurre l'uso di materia prima vergine, soprattutto se di origine fossile, privilegiando materiali da fonte rinnovabile o da riciclo;
- progettare articoli che possano essere usati a lungo, riusati e riciclati;
- scegliere materiali con performance ambientali validate, sostenute da prove documentali e misurazioni e, dove possibile, certificate;
- utilizzare solo materiali conformi alla *Restricted Substances List* (RSL) di Gruppo.

Tali linee guida sono state condivise con tutti i responsabili dei dipartimenti coinvolti nella loro implementazione e attuazione nelle aree di creatività e design, acquisti, ricerca e sviluppo, sostenibilità e comunicazione, attraverso specifiche sessioni formative.

Nell'ambito della **gestione dei rifiuti**, come descritto nella **Politica Ambientale**, il Gruppo Moncler si impegna a:

- minimizzare la generazione di rifiuti presso i propri siti produttivi, uffici e negozi, monitorando i volumi di rifiuti prodotti;
- gestire in modo corretto i rifiuti, in particolare le attività di riciclo/recupero di rifiuti non pericolosi, e applicare le migliori pratiche di smaltimento di materiali pericolosi presso le sedi corporate, i magazzini, i siti produttivi, gli hub logistici e distributivi;
- gestire tutti i rifiuti, prodotti presso i propri siti, unicamente attraverso partner autorizzati e riconosciuti;
- instaurare un dialogo costante con i partner e le organizzazioni per promuovere la conoscenza in merito all'economia circolare e identificare nuove soluzioni per utilizzare i rifiuti generati, con particolare attenzione agli scarti produttivi di tessuto, attraverso processi che ne consentano l'impiego per lo stesso scopo originario, riducendo la necessità di nuove risorse (vedi maggiori dettagli a pagg. 176-177).

[E5-2] AZIONI E RISORSE RELATIVE ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Rivedere le diverse fasi del ciclo di vita del prodotto in un'ottica di economia circolare è sempre di più un ambito di attenzione al fine di minimizzare le risorse impiegate, estendere la vita del capo e promuovere il recupero dei materiali.

PRODOTTO

Utilizzo di materiali “preferred”²

Il Gruppo da diversi anni ha introdotto nelle proprie collezioni prodotti realizzati con materiali “preferred”, ovvero i 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.

Il percorso è iniziato nel 2019 con il piumino *bio-based*, ideato con materiali di origine vegetale e naturale. Si è proseguito con la gamma di capi creati con tessuti riciclati della collezione *Moncler Grenoble*, per arrivare a gennaio 2021 con il lancio di una selezione di giacche “Born To Protect”, realizzate interamente con materiali a più basso impatto rispetto a quelli convenzionali utilizzati dal Marchio. Nel 2022, il progetto *Moncler Born To Protect* è stato ampliato fino a diventare un *total look* includendo oltre alle giacche anche diverse tipologie di capi e accessori, sempre realizzati con tessuti e componenti a più basso impatto ambientale, certificati secondo specifici standard di sostenibilità. Nel 2023, la collezione Autunno/Inverno è stata oggetto di un'ulteriore evoluzione: oltre ad utilizzare tali tessuti e componenti, all'interno di alcuni piumini è stata utilizzata la piuma R•DIST, ovvero la piuma DIST riciclata attraverso un processo meccanico innovativo (vedi anche pag. 177).

Dal 2023, oltre a concentrarsi su progetti specifici, il Gruppo Moncler, in linea con gli impegni del Piano di Sostenibilità 2020-2025 e sulla base di quanto definito nel *Raw Material Manual*, ha inserito progressivamente materie prime a più basso impatto rispetto a quelle convenzionali utilizzate dal Gruppo all'interno delle collezioni Moncler e Stone Island. Grazie alla collaborazione dei team di Design, Fabric Research and Development, Operations e Merchandising, nonché al coinvolgimento della filiera, il Gruppo è riuscito a integrare nelle collezioni 2025 oltre il 55% di tessuti e filati realizzati con materiali “preferred” raggiungendo così l'obiettivo pubblico prefissato. Questo risultato è stato ottenuto grazie all'adozione di oltre il 60% di nylon riciclato, oltre il 50% di poliestere riciclato, oltre il 55% di cotone da pratiche biologiche o riciclato, oltre il 70% di lana certificata (ad esempio *Responsible Wool Standard* o *Nativa* o *Sustainawool*), il 100% alpaca certificato *Responsible Alpaca Standard*, e il 100% mohair certificato *Responsible Mohair Standard*.

Il conseguimento di questi importanti risultati è stato supportato anche da un articolato programma di formazione dedicato ai materiali “preferred”, che ha rafforzato la consapevolezza interna dei diversi team stimolando una maggiore responsabilizzazione di tutte le funzioni aziendali nonché la collaborazione che nasce dalla condivisione di obiettivi comuni connessi all'utilizzo di materie prime a minore impatto. I contenuti formativi hanno approfondito le principali certificazioni internazionali (tra cui GOTS, GRS, RWS, OCS, ecc.) e i relativi criteri di valutazione ambientale e sociale applicabili lungo la catena di fornitura, sia per le fibre naturali sia per quelle sintetiche rilevanti per i prodotti del Gruppo.

Dal 2021, Stone Island, oltre ai materiali, ha integrato all'interno della propria collezione anche nuovi trattamenti, mantenendo l'aspetto tecnico e prestazionale dei propri prodotti ma con minori impatti ambientali; ad esempio i trattamenti a ridotto consumo idrico rispetto a quelli convenzionali

² I valori riferiti ai materiali “preferred” del seguente paragrafo considerano il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni Primavera-Estate (PE) e Autunno-Inverno (AI) 2025.

nei capispalla in Soft Shell e.dye® waterless color system™³, come confermato da dati sperimentali e dalla Dichiarazione Ambientale di Prodotto (*Environmental Product Declaration – EPD*).

La valutazione dell'impatto ambientale di materiali e prodotti è un tema chiave che, da anni, il Gruppo affronta anche tramite analisi di **Life Cycle Assessment (LCA)**, finalizzate a quantificare i potenziali impatti lungo il ciclo di vita e basate su una metodologia strutturata e coerente con le principali norme di riferimento, tra cui le **ISO 14040, 14044 e 14067**. Ad oggi su circa l'80% dei prodotti del Gruppo è stata svolta una valutazione con metodologia LCA.

Nel corso dell'anno, in continuità con il percorso intrapreso, il Gruppo ha ulteriormente evoluto il proprio approccio, con l'obiettivo di individuare strumenti e potenziali partner in grado di supportare una raccolta dei dati sempre più strutturata e digitalizzata, garantendo al contempo elevata flessibilità e rapidità di analisi. Tale evoluzione risponde a un contesto normativo in continua e rapida trasformazione, che richiede dati sempre più strutturati, comparabili e verificabili, funzionali a una valutazione tempestiva e integrata degli impatti ambientali nelle scelte di approvvigionamento e di design.

Per continuare a diffondere la cultura della sostenibilità e fornire conoscenze tecniche ai Sales Assistant, è stato creato un programma di formazione dedicato con l'obiettivo di aumentare le conoscenze in termini di buone pratiche ambientali e sociali e delle caratteristiche, certificazioni e obiettivi aziendali relativi a materiali e componenti "preferred" utilizzati nelle collezioni. Questo programma coinvolge l'intera forza vendita.

Adozione di soluzioni di riciclo

Una delle fasi del modello di economia circolare su cui il Gruppo ha posto particolare attenzione negli ultimi anni è il riutilizzo di materiali di scarto produttivo attraverso una gestione più efficiente delle risorse. A questo scopo il Gruppo collabora, attivamente presso i propri siti produttivi e con diversi fornitori, per ridurre scarti e sprechi, e conseguentemente rifiuti tessili, ottimizzando l'uso e il taglio dei tessuti, e contestualmente per implementare l'infrastruttura necessaria per riciclare e mantenere il valore intrinseco degli scarti inevitabili di tessuti e materiali. Attraverso reti di riciclo, gli scarti di produzione possono essere trasformati in materia prima riciclata, alimentando la produzione di nuovi materiali e contribuendo così alla promozione di pratiche di economia circolare.

Tali attività hanno portato a far entrare nel processo di riciclo tutti gli scarti produttivi di **nylon** generati presso le sedi dirette del Gruppo Moncler in Italia e Romania. Dal 2023 il progetto è stato esteso anche ai fornitori di produzione *outerwear* del marchio Moncler, portando a riciclare, anche nel 2025 oltre il 55% del totale degli scarti di nylon. Questo risultato è stato frutto della collaborazione del dipartimento di Sustainable Innovation di Moncler che ha definito *scope*, parametri e modalità di riciclo e del dipartimento Operations e Supply Chain che ha implementato la procedura Gestione Processo Scarti Nylon.

Come da procedura, nel corso dell'anno gli scarti di nylon sono stati suddivisi per tipologia e raccolti dagli operatori di linea in specifiche categorie di riciclo, pesati, registrati, stoccati e successivamente inviati al riciclatore. Al fine di monitorare la corretta allocazione degli scarti di nylon nelle rispettive categorie di riciclo, sono stati effettuati dal Gruppo controlli fisici e di processo presso le sedi, oltre ad analisi di calorimetria differenziale a scansione effettuate a campione presso laboratori di analisi di terze parti. Presso il sito del riciclatore gli scarti di nylon possono subire processi di sfilacciatura, oppure possono essere sottoposti a triturazione, fusione, raffreddamento, estrusione con conseguente taglio del materiale in chip, al fine di tornare disponibili come "materia prima seconda".

In Stone Island, è continuato il progetto dedicato a recuperare gli scarti di **cotone** generati dai fornitori nelle fasi di produzione dei capi, sottoponendoli a un processo di riciclo meccanico. Tale processo consente di ottenere filati, contenenti almeno il 50% di cotone riciclato, utilizzati per realizzare 10 modelli, tra cui capospalla, pantaloni, felpe, t-shirt e maglie, della collezione

³ Tessuto realizzato mediante la tecnologia e.dye® Waterless Color System™, ovvero un sistema di colorazione del poliestere che consente una riduzione del consumo di acqua rispetto ai processi di tintura convenzionali.

invernale 2026. Inoltre, i capi finiti, ottenuti dal riciclo di materiali di scarto, sono stati trattati con una tintura a base di ossidi di ferro. L'intero processo è stato verificato da un ente terzo che ha validato il contenuto di riciclato dei materiali e la sua origine da sfridi produttivi.

Moncler, sempre con l'obiettivo di ridurre gli scarti di produzione, dal 2024 ha potenziato la "smart factory" di Trebaseleghe (Padova) con l'introduzione di un sistema filtrante progettato per ottimizzare la gestione degli scarti di lavorazione. Questo sistema permette di raccogliere le **piume** disperse, sottoporle a un processo di filtraggio che elimina le impurità e le rende nuovamente utilizzabili.

Grazie alla costante collaborazione con i propri fornitori, sempre al fine di identificare soluzioni innovative in ottica di economia circolare per il business, dal 2021 Moncler ha unito le sue competenze specifiche nella piuma con quelle di un fornitore specializzato in tecnologie per il riciclo, dando vita ad un macchinario che, attraverso un processo meccanico innovativo, consente di riciclare la piuma DIST. Il processo di brevettazione è stato finalizzato nel 2023 in Italia ed è stato avviato anche a livello internazionale. L'iniziativa, integrata con nuove collaborazioni con riciclatori attivi nelle diverse Region in cui il Gruppo opera, ha permesso di avviare al riciclo un volume crescente di piuma proveniente dai capi Moncler. Al 2025, oltre 10 tonnellate di piuma sono state riciclate e certificate secondo il modulo R-DIST del protocollo DIST, che definisce i requisiti necessari per ottenere la certificazione della piuma riciclata.

Il Gruppo Moncler continua a lavorare per perfezionare il sistema di selezione e riciclo dei capi che non possono essere venduti, in collaborazione con diverse aziende internazionali leader nelle pratiche di riuso e riciclo dei tessuti. A seconda delle diverse categorie, i prodotti vengono riciclati e destinati a diversi utilizzi come, ad esempio, la creazione di nuovi filati o componenti per giacche, la produzione di elementi di arredo e di oggettistica, usata per esempio per il nuovo Headquarter. In tale direzione, dal 2022, con il coordinamento di Camera Nazionale della Moda Italiana, il Gruppo Moncler è entrato a far parte del consorzio Re.Crea. Il consorzio è stato fondato con l'obiettivo di organizzare la gestione dei prodotti del settore tessile e moda a fine vita e per promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni di riciclo innovative. Attraverso la partecipazione ad associazioni di settore come il consorzio Re.Crea, il Gruppo è consapevole del contributo positivo che può apportare sia al dialogo costruttivo con altri brand sia al settore su questo tema, con effetti benefici sulle tematiche ambientali. La strategia commerciale del Gruppo Moncler si basa sul principio della *scarcity* e, dal punto di vista operativo, su una gestione efficace del magazzino, che si traduce in una pianificazione efficiente della produzione, quantità giuste al momento giusto e nel posto giusto, al fine di minimizzare le scorte. Questo approccio, unito ad un alto livello di *sell through* permette di avere un numero limitato di invenduti. I capi "seasonal", ovvero i capi che vengono riproposti solo per una stagione (questi capi si distinguono dai *carry over* che invece possono essere riproposti per più stagioni), rimasti invenduti vengono immessi nel canale outlet gestito dall'Azienda o commercializzati tramite iniziative di vendita "Family and Friends". Parte di essi, in collaborazione con alcune Organizzazioni Non Governative (ONG), sono inoltre donati a popolazioni che vivono in situazioni di disagio, attraverso il programma *Warmly Moncler* ideato per proteggere le persone dal freddo. Infine, il limitato numero di prodotti rimanenti è tutto sottoposto ad attività di riciclo attraverso processi innovativi anche sperimentali.

Capacità di durare nel tempo

Alcuni dei principi cardine dell'economia circolare, come ad esempio la capacità dei capi di durare nel tempo, hanno sempre fatto parte del DNA di Moncler. L'alta qualità dei prodotti e il loro essere oltre le mode e i trend garantiscono una vita media molto lunga. Questa caratteristica ha rappresentato la base su cui costruire il progetto *Extra-Life*, un servizio volto a dare una seconda vita alle giacche Moncler, intervenendo con riparazioni specifiche grazie ad un efficiente servizio personalizzato in grado di garantire anche le riparazioni di tessuti danneggiati, allungando così la vita del prodotto. Il progetto è attivo in tutte le Region in cui opera Moncler e, dal 2026, sarà esteso anche al marchio Stone Island. Tale iniziativa si inserisce in un percorso volto a creare maggiore consapevolezza da parte del cliente sul contributo che i propri comportamenti possono avere nell'evitare l'impatto ambientale associato alla produzione, acquisto e smaltimento di nuovi capi.

Nel 2025, attraverso questa iniziativa e gli altri servizi del canale post-vendita, il marchio Moncler ha gestito oltre 43.000 richieste di riparazione di capi utilizzati dai propri clienti (pari a circa 40 tonnellate) di cui il 95% è stato soddisfatto. Tutti i capi per i quali non è possibile procedere con una riparazione e che non possono essere restituiti al cliente sono sottoposti a processo di riciclo.

In riferimento alle modalità che il cliente dovrebbe seguire nella fase di utilizzo del prodotto per aumentare la sua capacità di durare nel tempo, sono state inserite anche delle informazioni all'interno delle etichette dei capi e nell'apposita sezione "composizione e cura" nel sito, che indicano specifiche linee guida per la cura e lavaggio del capo.

Ricerca di soluzioni innovative

Il percorso di innovazione del Gruppo si basa su un modello di *open innovation* che favorisce l'esplorazione e lo sviluppo di idee, soluzioni, competenze, processi e materiali, in collaborazione con le università, i centri di innovazione e fornitori di settori diversi così come accelerator hub o enti di ricerca. Per questo motivo il Gruppo, orientato a un miglioramento continuo, destina ogni anno investimenti in Ricerca e Sviluppo per esplorare e individuare soluzioni a minore impatto ambientale, comprese quelle relative a packaging, materiali "preferred" e circolarità.

In tale direzione si inseriscono specifici progetti e programmi. A titolo di esempio, nel 2025, nel contesto del nuovo Headquarter di Moncler a Milano, progettato secondo elevati standard ambientali, il team di Sustainable Innovation ha collaborato con diversi partner esterni per creare materiali che trovano nuova vita trasformandosi in elementi funzionali, alcuni dei quali brevettati. Tra questi: la moquette e la base delle sedie da ufficio sono parzialmente realizzate con scarti produttivi di nylon, i pannelli fonoassorbenti, alcune armadiature e scrivanie contengono invece fibre tessili riciclate, mentre alcune pavimentazioni esterne sono realizzate con suole di scarpe anch'esse riciclate.

Il team di Sustainable Innovation, tra le diverse attività, lavora, inoltre, in stretta collaborazione con i team di Operations e Supply Chain nel processo di identificazione di partner nelle varie Region che possano garantire tecniche innovative e all'avanguardia per il riciclo delle principali categorie di prodotto. In parallelo, con l'Unità di Sostenibilità, partecipa a tavoli di lavoro con organizzazioni esterne per individuare congiuntamente soluzioni in ottica di circolarità, al fine di ridurre l'impatto dei materiali.

PACKAGING

Il Gruppo Moncler è impegnato nella riduzione dei materiali per il packaging così come nella ricerca e applicazione di alternative che abbiano un impatto più basso rispetto a quelle convenzionali. Negli ultimi anni, il Gruppo ha anche avviato diversi programmi di miglioramento per il design del packaging con un focus particolare sulla riciclabilità e riutilizzabilità⁴. Tutti i prodotti di packaging destinati ai clienti finali e impiegati nei processi logistici sono realizzati con materiali "preferred".

Per favorire la **riciclabilità**, ove possibile, è stato previsto l'utilizzo di un unico materiale per il packaging di ciascun articolo e nel polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) prosegue il processo di riciclo attraverso un partner privato, che opera all'interno della struttura e garantisce la corretta ed effettiva gestione del riciclo dei materiali di packaging. Inoltre, gli uffici e i negozi del Gruppo sono dotati di contenitori per la raccolta differenziata e il personale è sensibilizzato sulle corrette modalità di gestione dei rifiuti, privilegiando il riciclo e il recupero. Nel 2025, in linea con il 2024, l'80% dei materiali utilizzati per il packaging (sia logistico sia destinato al cliente finale) sono sia riciclabili sia riciclati.

Relativamente alla **riutilizzabilità**⁴, il 77% del packaging destinato al cliente finale è riutilizzabile.

Il Gruppo si impegna, laddove possibile, a ridurre ulteriormente, anno dopo anno, i volumi del proprio packaging. Tra le iniziative inerenti alla **diminuzione del peso e dei materiali utilizzati**, Stone Island, dal 2021, ha sostituito la tradizionale *stone paper*, usata per le *shopping bag*, con carta riciclata diminuendo così il peso di ogni borsa del 35%. Inoltre, il Gruppo negli anni ha

⁴ Si riferisce alla capacità di un prodotto di essere utilizzato più volte per lo stesso scopo, senza perdere le sue funzionalità, prestazioni o qualità.

eliminato il packaging realizzato in plastica monouso utilizzato per il trasporto logistico delle scarpe, e ha introdotto una procedura per ottimizzare la quantità di packaging usato per la spedizione interna di campioni di tessuto e accessori tra le diverse funzioni aziendali con conseguente risparmio nei materiali utilizzati. In aggiunta, a partire dal 2023 sono state abolite le regge nel packaging logistico.

Da anni il canale e-commerce del marchio Moncler permette al cliente di scegliere tra due tipologie di packaging realizzati con materiali "preferred":

- il packaging "Signature", con cui i prodotti sono presentati in una scatola Moncler riutilizzabile, chiusa con un nastro tricolore. La scatola logistica esterna è realizzata in carta 100% riciclata proveniente da foreste gestite responsabilmente, mentre la scatola interna è composta per oltre il 50% da fonti riciclate. I copriabiti interni, così come le grucce, inclusi con i piumini, sono realizzati con materiali plastici riciclati post-consumo. Inoltre, la consegna dell'ultimo miglio avviene tramite il servizio "UPS® carbon neutral" per le regioni America ed EMEA, mentre in Corea e Giappone, Moncler neutralizza le emissioni tramite progetti di compensazione (vedi anche pag. 138);
- il packaging "Signature Light" (utilizzato nel 2025 per l'82% degli ordini) che usa un numero ridotto di strati di imballaggio, con il confezionamento dei prodotti in materiali leggeri e riutilizzabili. La scatola logistica esterna è sempre realizzata in carta 100% riciclata proveniente da foreste gestite responsabilmente, mentre le buste interne, così come le grucce, sono realizzate in plastica riciclata post-consumo. Anche per questa tipologia di packaging, la consegna dell'ultimo miglio avviene tramite il servizio "UPS® carbon neutral" per le regioni America ed EMEA, con compensazione delle emissioni in Corea e Giappone (vedi anche pag. 138).

Relativamente all'applicazione di **alternative che abbiano un impatto più basso** rispetto a quelle convenzionali **per i materiali utilizzati** per il packaging⁵ totale, sia di Moncler sia di Stone Island, il 74% è rappresentato da carta e cartone provenienti da foreste gestite responsabilmente e composti per l'86% da materiali riciclati (2 punti percentuali in più rispetto al 2024). Circa il 14% dei materiali utilizzati nel packaging di Gruppo è poi rappresentato da plastica riciclata. Dal 2023 tutta la plastica monouso vergine di origine fossile è stata eliminata. Il terzo materiale più utilizzato (9%) è il legno, rappresentato dai bancali logistici riusati. I materiali rimanenti includono fibre sintetiche, riciclate per il 100%; materiali naturali; metalli e altro. In particolare:

TIPOLOGIA MATERIALI UTILIZZATI NEL PACKAGING TOTALE ⁵	2024		2025	
	% materiali sul totale	Gruppo Moncler	% materiali sul totale	Gruppo Moncler
Carta e cartone (kg)	72%	2.949.295	74%	2.695.344
Riciclati		84%		86%
Riciclabili		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		32%		23%
Certificati FSC o PEFC		100%		100%
Plastica (kg)	16,8%	685.318	13,8%	501.507
Riciclata		99%		100%
Bio-based		1%		-
Riciclabile		100%		100%
Compostabile		1%		-
Riutilizzabile ⁴		27%		35%
Legno (kg)	7%	298.697	9%	318.733
Riciclato e/o riusato		100%		100%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		100%		100%

⁵ Il dato riportato include il packaging, ordinato nel 2024 e nel 2025, logistico, produttivo, destinato al cliente finale e quello utilizzato negli uffici.

Fibre sintetiche (kg)	2%	66.685	1%	44.047
Riciclate		100%		100%
Riciclabili ⁶		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		93%		86%
Metallo (kg)	1%	49.051	1%	49.491
Riciclato e/o riusato		81%		82%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		99%		98%
Fibre naturali (kg)	1%	32.939	1%	12.310
Riciclate		-		-
Riciclabili		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		100%		100%
Altro (kg) ⁷	0,2%	6.928	0,2%	7.602
Riciclato		4%		4%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		55%		47%
<i>Bio-based</i>		-		-
Fibre artificiali (kg)	-	-	-	-
Riciclate		-		-
Riciclabili ⁶		-		-
Riutilizzabili ⁴		-		-

• Packaging destinato al cliente finale⁸

Dal 2022 tutto il packaging del Gruppo Moncler destinato al cliente finale è realizzato con materiali "preferred" per la maggior parte riutilizzabili⁴, ovvero fatti per durare nel tempo. In particolare, tutta la carta⁹ e il cartone provengono da foreste gestite in modo responsabile (certificazione FSC o PEFC) e sono costituiti per l'86% da materiali riciclati, 2 punti percentuali in più rispetto allo scorso anno. Tale aumento è stato possibile prevalentemente grazie al passaggio a carta 100% riciclata.

Il secondo materiale più utilizzato è la plastica, 100% riciclata e riutilizzabile⁴. In particolare, sono realizzati in plastica riciclata accessori come le zip dei copriabiti e dei sacchetti utilizzati nel canale e-commerce, nonché le grucce che sono state riprogettate con un gancio svitabile favorendo così il corretto processo di riciclo. Dal 2024, inoltre, il Gruppo Moncler è passato dall'acquistare grucce in plastica 100% riciclata pre-consumo a quelle in plastica 100% riciclata post-consumo.

Il terzo materiale più utilizzato per il packaging destinato al cliente finale sono le fibre sintetiche, 100% riciclate, usate per i copriabiti, e per le buste per accessori e maglieria.

I tessuti naturali, rappresentati nella quasi totalità da cotone biologico certificato, sono usati principalmente per tutte le buste degli accessori.

TIPOLOGIA MATERIALI UTILIZZATI NEL PACKAGING DESTINATO AL CLIENTE FINALE ⁸	2024		2025	
	% materiali sul totale	Gruppo Moncler	% materiali sul totale	Gruppo Moncler
Carta e cartone (kg)	79%	1.241.052	76%	877.391
Riciclati		84%		86%
Riciclabili		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		74%		71%

⁶ Riciclabile ma non attraverso il sistema di raccolta delle municipalizzate.

⁷ Materiali compositi non separabili.

⁸ Packaging destinato al cliente finale ordinato nel 2024 e nel 2025.

⁹ Impiegata principalmente per shopping bag (100% riciclata), per gift box, cartellini e scatole delle scarpe.

Certificati FSC o PEFC		100%		100%
Plastica (kg)	12%	182.817	15%	177.324
Riciclata		100%		100%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		99%		100%
Fibre sintetiche (kg)	4%	66.685	4%	43.927
Riciclate		100%		100%
Riciclabili ⁶		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		93%		86%
Metallo (kg)	2%	37.150	3%	36.402
Riciclato e/o riusato		76%		78%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		100%		100%
Fibre naturali (kg)	2%	32.939	1%	12.310
Riciclate		-		-
Riciclabili ⁶		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		100%		100%
Altro (kg) ⁷	1%	6.060	1%	6.511
Riciclato		4%		3%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		63%		55%

• Packaging logistico¹⁰

I materiali più utilizzati per il packaging logistico di Gruppo sono carta e cartone, provenienti da foreste gestite in modo responsabile (certificazione FSC o PEFC), e composti da materiali riciclati per l'86%, due punti percentuali in più rispetto al 2024.

La plastica è per il 99% riciclata e per l'1% compostabile e *bio-based*.

Dal 2023 tutto il packaging usato in logistica è composto solo da materiali "preferred".

TIPOLOGIA MATERIALI UTILIZZATI NEL PACKAGING LOGISTICO ¹⁰	2024		2025	
	% materiali sul totale	Gruppo Moncler	% materiali sul totale	Gruppo Moncler
Carta e cartone (kg)	68%	1.679.408	74%	1.800.622
Riciclati		84%		86%
Riciclabili		100%		100%
Riutilizzabili ⁴		-		-
Certificati FSC o PEFC		100%		100%
Plastica (kg)	19%	475.301	12,5%	305.137
Riciclata		99%		99%
<i>Bio-based</i>		1%		1%
Riciclabile		100%		100%
Compostabile		1%		1%
Riutilizzabile ⁴		-		-
Legno (kg)	12%	298.697	13%	318.733
Riciclato e/o riusato		100%		100%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		100%		100%
Metallo (kg)	0,9%	11.901	0,4%	13.085

¹⁰ Packaging logistico ordinato nel 2024 e nel 2025.

Riciclato e/o riusato		100%		92%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		96%		92%
Altro (kg) ⁷	0,1%	868	0,1%	1.091
Riciclato		-		8%
Riciclabile		100%		100%
Riutilizzabile ⁴		-		-

• **Plastica monouso¹¹**

L'impatto della plastica sull'ambiente, in particolare della plastica vergine monouso, è ormai diventato un tema molto importante per il nostro pianeta. Il Gruppo ha ridotto progressivamente l'utilizzo della plastica monouso vergine di origine fossile fino ad arrivare alla sua completa eliminazione dal 2023.

Ad oggi il 99% della plastica monouso ordinata dal Gruppo è costituita da plastica riciclata, e l'1% da plastica compostabile e *bio-based*.

La scelta di sostituire la plastica vergine monouso prevalentemente con plastica riciclata è frutto di un'analisi di *Life Cycle Assessment*, condotta con il Politecnico di Milano, per identificare la miglior alternativa dal punto di vista ambientale e tecnico-prestazionale. Da tale analisi è emerso che la plastica riciclata abbatta le emissioni di CO₂ del 35% e il consumo d'acqua del 60% rispetto alla plastica vergine. Oltre a privilegiare la plastica riciclata molti articoli monouso sono stati sgrammati del 10% consentendo così un alleggerimento del peso unitario e una diminuzione dell'utilizzo di materia prima.

PLASTICA MONOUSO ¹¹	Gruppo Moncler	
	2024	2025
Plastica (kg)	503.921	328.038
Riciclata	99%	99%
<i>Bio-based</i>	1%	1%
Riciclabile	100%	100%
Compostabile	1%	1%

• **Carta¹²**

Tutta la carta e il cartone utilizzati dal Gruppo provengono da foreste gestite in modo responsabile (FSC o PEFC). Dato l'elevato utilizzo, questi materiali sono costante oggetto di progetti di miglioramento legati alla riduzione, ove possibile, del loro impiego e all'aumento della percentuale di materiale riciclato contenuto.

Ad oggi l'85% della carta del Gruppo è costituita da materiale riciclato, 13 punti percentuali in più rispetto al 2024.

CARTA ¹²	Gruppo Moncler	
	2024	2025
Carta (kg)	3.489.471	2.743.701
Riciclata	72%	85%
Riciclabile	100%	100%
Riutilizzabile ⁴	27%	23%
Certificata FSC o PEFC	100%	100%

¹¹ Il dato include la plastica monouso totale ordinata nel 2024 e nel 2025, non solo quella relativa al packaging.

¹² Il dato include la carta totale ordinata nel 2024 e nel 2025, non solo quella relativa al packaging.

RIFIUTI

I rifiuti generati dall'attività diretta del Gruppo Moncler sono costituiti principalmente da materiale da imballaggio, scarti da ufficio e da lavorazione di tessuti.

Le azioni intraprese dal Gruppo in materia di gestione dei rifiuti sono strettamente allineate agli obiettivi definiti nella Politica Ambientale di minimizzare la generazione di rifiuti, massimizzarne il riciclo e ridurre gli impatti ambientali su aria, suolo e acqua delle proprie attività. A tal proposito, in tutte le sedi aziendali, polo produttivo e polo logistico, dove la quantità di rifiuti generati è più elevata rispetto ad altri siti, l'azienda implementa un sistema di gestione ambientale certificato secondo la normativa ISO 14001.

Nel 2025 il Gruppo ha generato circa 1.912 tonnellate di rifiuti in questi siti, circa il 13% in più rispetto al 2024. Tale incremento è principalmente riconducibile alla generazione di rifiuti per alcune attività straordinarie¹³ svolte presso i siti del Gruppo (vedi anche pag. 187). In particolare, nessun rifiuto generato nelle proprie sedi aziendali, poli produttivi e polo logistico è stato destinato a discarica o a incenerimento senza recupero di calore.

Questo risultato è stato raggiunto grazie a una serie di programmi volti a massimizzare il materiale inviato a reti di riciclo, implementati con il supporto di imprese specializzate nel corretto smaltimento dei rifiuti.

Negli ultimi anni il Gruppo ha implementato procedure e processi ad hoc per la gestione dei materiali tessili, siano essi rimanenze, scarti di tessuto che capi invenduti.

A tale proposito, nel 2025, il Gruppo ha inviato a riciclo circa il 99% di tutto il materiale tessile in linea con il 2024. Questo è stato possibile grazie al continuo dialogo con partner e organizzazioni per studiare soluzioni innovative e integrare programmi di riciclo al fine di minimizzare il materiale inviato a termovalorizzazione e/o discarica.

In particolare, il team di Sustainable Innovation ha continuato il lavoro di ricerca e collaborazione con partner esterni per l'identificazione di soluzioni per il riciclo e recupero del materiale tessile di capi finiti. Nel 2025, come negli anni passati, nessun capo invenduto è finito a termovalorizzazione o discarica ma è stato riciclato per ritornare tessuto, filato o altri materiali.

Relativamente ai materiali tessili di scarto e al loro riutilizzo e recupero, dal 2024, il Gruppo continua a collaborare attivamente presso i propri siti produttivi e con diversi fornitori per contribuire a ridurre scarti e sprechi, e conseguentemente rifiuti tessili, ottimizzando l'uso e il taglio dei tessuti, e contestualmente per implementare l'infrastruttura necessaria per riciclare e mantenere il valore intrinseco degli scarti inevitabili. Per esempio, anche nel 2025, il 100% degli scarti produttivi di nylon delle sedi dirette di Gruppo è stato inviato a riciclo. Per maggiori dettagli sul metodo di smaltimento suddiviso per tipologia di rifiuto si vedano anche le pagg. 186-187.

La riduzione della quantità di rifiuti inviati a incenerimento o discarica ha contribuito a evitare le emissioni di gas serra associate al trattamento dei rifiuti, con un impatto positivo non solo sull'ambiente, ma anche sull'allineamento agli obiettivi di riduzione delle emissioni del Gruppo.

Moncler coinvolge attivamente i propri dipendenti, incoraggiandoli a smaltire correttamente i rifiuti in conformità con le normative locali e/o le migliori pratiche. Per supportare questo impegno, dal 2024 il Gruppo ha messo a disposizione un corso, che include un modulo dedicato all'uso efficiente delle risorse e alla circolarità. Il corso, aggiornato nel 2025 per includere i risultati del Gruppo dell'anno precedente, illustra concetti chiave come la distinzione tra le risorse rinnovabili e non rinnovabili e le principali caratteristiche dei rifiuti prodotti, e approfondisce i benefici di un approccio circolare nel settore della moda.

Infine, come descritto precedentemente, il Gruppo fa parte di Re.Crea, il consorzio fondato da alcuni brand del settore e coordinato da Camera Nazionale della Moda Italiana per gestire i prodotti del settore tessile e moda a fine vita e per promuovere la ricerca e lo sviluppo di soluzioni di riciclo innovative.

¹³ Incremento dovuto principalmente ad un'attività straordinaria di svuotamento delle fosse settiche in uno stabilimento produttivo.

[E5-3] OBIETTIVI RELATIVI ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Di seguito viene riportato il dettaglio degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità 2020-2025 e dei risultati raggiunti nell'anno, relativi al pillar **Think circular & bold**, che confermano gli impegni volontari del Gruppo per promuovere il proprio impegno a favore dell'economia circolare.

LEGENDA ↑ Obiettivo superato ✓ Obiettivo raggiunto ● Obiettivo parzialmente raggiunto	
➤ Obiettivo on time ○ Obiettivo posticipato	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
THINK CIRCULAR & BOLD	
Utilizzare materiali a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali ¹⁴ [SDG 12]	
2025 Oltre il 50% di filati e tessuti saranno realizzati con materiali "preferred"	↑ >55% dei filati e tessuti utilizzati nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali "preferred" (>43% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 50% del nylon "preferred" utilizzato nelle collezioni 2025	↑ >60% del nylon utilizzato nelle collezioni PE e AI 2025, costituito da materiale riciclato (>50% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 50% cotone "preferred" utilizzato nelle collezioni 2025	↑ >55% del cotone utilizzato nelle collezioni PE e AI 2025, biologico o riciclato (~37% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 100% della lana merino utilizzata nelle collezioni 2025 sarà certificata <i>mulesing free</i>	✓ 100% della lana merino utilizzata nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali certificati <i>mulesing free</i> (~93% nelle collezioni PE e AI 2024)
2025 70% di lana certificata secondo specifici standard (ad esempio <i>Responsible Wool Standard</i> – RWS, <i>Nativa</i> , <i>Sustainawool</i>)	↑ >70% della lana utilizzata nelle collezioni PE e AI 2025, realizzato con materiali certificati, ad esempio <i>Responsible Wool Standard</i> – RWS, <i>Nativa</i> , <i>Sustainawool</i> (~70% nelle collezioni PE e AI 2024)

¹⁴ Il valore considera il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni Primavera-Estate (PE) e Autunno-Inverno (AI) 2025.

Estendere la capacità del prodotto di durare nel tempo [SDG 12]	
Ongoing Almeno il 55% degli scarti di produzione di nylon (sedi produttive dirette del Gruppo e fornitori di produzione <i>outerwear</i> del marchio Moncler) riciclati	✓ Avviato a riciclo il 100% degli scarti di nylon provenienti dalle sedi dirette. Il riciclo, esteso al network esterno di produzione di <i>outerwear</i> Moncler, raggiunge, anche nel 2025, oltre il 55% del totale degli scarti di nylon
Ongoing Servizio di riparazione "avanzata" <i>Extra-Life</i> sviluppato a livello mondo	✓ Servizio <i>Extra-Life</i> di riparazione "avanzata" dei capi Moncler attivo in tutte le Region
Utilizzare un packaging a più basso impatto rispetto a soluzioni convenzionali [SDG 14]	
Ongoing 100% packaging per i clienti finali realizzato con materiali "preferred"	✓ 100% del packaging destinato a cliente finale di Moncler e Stone Island realizzato con materiali "preferred"
Ongoing Zero plastica monouso vergine di origine fossile	✓ Zero plastica monouso vergine di origine fossile
Ongoing 100% packaging impiegato nei processi logistici realizzato con materiali "preferred"	✓ 100% packaging logistico del Gruppo realizzato con materiali "preferred"

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si veda pagina 91.

[E5-5] FLUSSI DI RISORSE IN USCITA

RISORSE IN USCITA PER TIPOLOGIA ¹⁵ (tonnellate)	2024	2025
Rifiuti non pericolosi	1.688,2	1.908,7
Carta e cartone	675,2	747,3
Imballaggi misti	317,5	277,2
Legno	260,0	266,6
Plastica	148,5	155,9
Tessuto	216,8	278,1
Ferro	49,9	35,3
Vetro	-	-
Altro	20,3	148,3 ¹⁶
Rifiuti pericolosi¹⁷	3,7	3,0
Totale rifiuti prodotti	1.691,9	1.911,7

RISORSE IN USCITA PER DESTINAZIONE ¹⁵ (tonnellate)	2024	2025
Rifiuti generati	1.691,9	1.911,7
Rifiuti pericolosi sottratti (diverted) dallo smaltimento	2,9	1,8
Rifiuti pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con la preparazione per il riutilizzo	-	-
Rifiuti pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con il riciclo	2,5	1,5
Rifiuti pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con altre operazioni di recupero	0,4	0,3
Rifiuti non pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento	1.683,7	1.806,3
Rifiuti non pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con la preparazione per il riutilizzo	-	-
Rifiuti non pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con il riciclo	1.421,1	1.496,1
Rifiuti non pericolosi sottratti (diverted) allo smaltimento con altre operazioni di recupero	262,6	310,2
Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento	0,8	1,2
Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento con incenerimento	-	-
Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento con smaltimento in discarica	-	-
Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento con altre operazioni di smaltimento	0,8	1,2
Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento	4,5	102,4¹⁶

¹⁵ Il dato si riferisce al perimetro uffici, polo logistico in Italia e polo produttivo in Romania. Non include i rifiuti gestiti direttamente dalle aziende municipalizzate locali. Il dato non include i rifiuti generati negli store del network retail di Gruppo. Questo dato è stato stimato utilizzando dati primari di volumi di rifiuti raccolti su un campione di store soggetti a certificazione LEED. I rifiuti si riferiscono principalmente a materiale da imballaggio dei prodotti venduti. Il totale stimato è di circa 1.061 tonnellate.

¹⁶ Incremento dovuto principalmente ad un'attività straordinaria di svuotamento delle fosse settiche in uno stabilimento produttivo.

¹⁷ Il dato si riferisce prevalentemente ad apparecchiature elettroniche obsolete o fuori uso. Il Gruppo non ha generato rifiuti radioattivi nel 2025 in linea con il 2024.

Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento con incenerimento	-	-
Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento con smaltimento in discarica	-	-
Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento con altre operazioni di smaltimento	4,5	102,4
Rifiuti non riciclati	268,2	414,2
Percentuale di rifiuti non riciclati	16%	22%

La percentuale di rifiuti non riciclati nel 2025 risulta maggiore rispetto al 2024, poiché nel 2025 sono state svolte alcune attività straordinarie presso i siti del Gruppo, come per esempio i lavori di ristrutturazione e trasferimento in nuove sedi e lo svuotamento delle fosse settiche in uno stabilimento produttivo, che hanno comportato un incremento dei rifiuti non destinati a riciclo. La percentuale di rifiuti non riciclati scende al 14% escludendo quelli generati da queste attività straordinarie, registrando un trend in diminuzione rispetto allo scorso anno (16%).

SOCIALE

S1 Forza lavoro propria

S2 Lavoratori nella catena del valore

S4 Consumatori e utilizzatori finali

Entity specific - Supporto alle comunità

S1

FORZA LAVORO PROPRIA

[S1 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	190
[S1-1] Politiche relative alla forza lavoro propria	191
[S1 SBM-2] Interessi e opinioni dei portatori di interessi; [S1-2] Processi di coinvolgimento della forza lavoro propria e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	194
[S1-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	196
[S1-4] Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	197
[S1-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	209
[S1-6] Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa; [S1-9] Metriche della diversità.....	2101
[S1-7] Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa.....	215
[S1-8] Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	215
[S1-10] Salari adeguati	216
[S1-11] Protezione sociale	216
[S1-12] Persone con disabilità	216
[S1-13] Metriche di formazione e sviluppo delle competenze.....	217
[S1-14] Metriche di salute e sicurezza	218
[S1-15] Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	219
[S1-16] Metriche di remunerazione (divario retributivo e remunerazione totale)	220
[S1-17] Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	220

[S1 SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Le persone rappresentano un elemento centrale per l'attuazione della strategia aziendale e per la creazione di valore di lungo periodo del Gruppo Moncler. È grazie alle sue persone che il Gruppo può affrontare le sfide del mercato supportando i propri Marchi a raggiungere il loro potenziale. Per questo motivo, il Gruppo è consapevole di quanto sia fondamentale identificare e gestire in modo efficace gli impatti, i rischi e le opportunità legati alla forza lavoro, assicurando che le persone siano supportate e valorizzate attraverso politiche, programmi e iniziative che promuovano il benessere e lo sviluppo professionale e favoriscano l'attrazione e il trattenimento dei talenti.

Gli impatti positivi effettivi sulla forza lavoro del Gruppo Moncler confermati attraverso l'analisi di doppia rilevanza sono correlati alla strategia e al modello aziendale e si riferiscono alla promozione del benessere e della soddisfazione dei dipendenti attraverso benefit dedicati, orari flessibili, pacchetti retributivi competitivi e percorsi di crescita stimolanti supportati da programmi di formazione e sviluppo delle competenze. L'analisi svolta nel 2025 ha inoltre evidenziato un ulteriore impatto positivo legato al supporto del dialogo sociale e al rispetto dei principi di libertà di associazione e di contrattazione collettiva. L'insieme di queste politiche, iniziative e pratiche contribuisce a rafforzare il posizionamento competitivo del Gruppo come datore di lavoro attrattivo e responsabile. Con riferimento sia ai potenziali impatti negativi, che possono derivare da situazioni sistemiche o da singoli eventi (ad esempio infortuni, in particolare nelle aree più esposte al rischio, come gli ambienti di produzione, malattie professionali ed episodi di discriminazione), sia ai potenziali rischi legati alla difficoltà di attrarre e trattenere talenti e figure chiave nel settore moda/lusso, il Gruppo ha adottato misure di mitigazione mirate che includono il continuo miglioramento delle condizioni lavorative, la promozione di una cultura della sicurezza, l'attuazione di politiche per garantire equità e inclusività e l'offerta di pacchetti retributivi competitivi.

Tra le opportunità identificate nell'analisi di doppia rilevanza si evidenzia il rafforzamento delle competenze e del know-how interno attraverso la parziale internalizzazione della produzione.

Nel Gruppo Moncler i **dipendenti** si suddividono in tre principali categorie: "**corporate**", che include coloro che operano nelle funzioni strategiche e di supporto, "**retail**", che comprende il personale impegnato nei punti vendita, e "**produzione**", che riguarda chi è coinvolto nelle attività manifatturiere e nella realizzazione dei capi.

L'organizzazione di ruoli e responsabilità prevede cinque macrocategorie: i **dirigenti** e i **dirigenti senior** rappresentano i livelli apicali delle funzioni aziendali o delle *business unit* e sono responsabili della definizione delle strategie aziendali o funzionali, con un impatto diretto sulle prestazioni complessive dell'organizzazione. I **manager** si occupano dell'implementazione di attività e processi operativi e, spesso, gestiscono direttamente team di persone; all'interno di questa categoria rientrano anche i **senior manager**, che guidano l'esecuzione delle strategie aziendali o funzionali coordinando risorse. I **professional** sono figure dotate di competenze specialistiche che gestiscono attività o processi rilevanti per il Gruppo e, in alcuni casi, coordinano team di tecnici. Gli **impiegati** svolgono mansioni operative specializzate o compiti definiti dai rispettivi responsabili, mentre gli **operai** operano in ambiti strettamente legati ai processi produttivi e logistici.

A queste categorie si aggiungono i **lavoratori non dipendenti** che, pur non essendo integrati formalmente nell'organico, apportano un contributo al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Tra le principali categorie rientrano stagisti, consulenti e lavoratori interinali.

[S1-1] POLITICHE RELATIVE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA

I principi che guidano la gestione e la tutela delle persone del Gruppo sono riportati nel Codice Etico, nella Politica Diritti Umani e nelle politiche delle risorse umane, e sono ispirati ai più alti standard di riferimento in materia, nonché conformi alle normative vigenti e ai contratti collettivi di lavoro, ove presenti (vedi anche pagg. 223-224; 252-253).

Tali documenti riguardano vari ambiti chiave, dalla **ricerca, selezione e assunzione del personale**, alla **salute e sicurezza**, alle **pari opportunità**, alla **contrattazione collettiva**, alla **crescita e sviluppo** dei dipendenti, alla **remunerazione** e ai **congedi parentali**.

Nello specifico, il Comitato per la Diversità, Equità e Inclusione ha il compito di promuovere la diversità in tutte le sue forme e di valutare e sviluppare le politiche interne in coerenza con la visione di business del Gruppo.

Pubblicate sui canali della intranet aziendale, le politiche sono costantemente monitorate dal Chief People & Organization Officer di Gruppo, per assicurarne un'efficace attuazione.

RICERCA, SELEZIONE E ASSUNZIONE

La **Politica di Ricerca, Selezione e Assunzione del Personale** del Gruppo è stata aggiornata sulla base dei risultati emersi da una survey interna sui temi di *diversity*, con l'obiettivo di rendere i processi di selezione e assunzione più chiari, strutturati, oggettivi e inclusivi.

Il Documento illustra in modo dettagliato le diverse fasi del processo di ricerca e selezione, partendo dall'analisi delle esigenze organizzative fino alla scelta e gestione dei canali, interni o esterni, utilizzati per raccogliere le candidature. La Politica disciplina, inoltre, la gestione di situazioni specifiche, quali, a titolo esemplificativo, l'inserimento di dipendenti con disabilità.

La Politica si ispira ai principi e valori del Codice Etico, tra questi l'impegno a offrire pari opportunità e garantire la non discriminazione in base a etnia, colore della pelle, religione, stato civile, età, nazionalità, disabilità, identità di genere, orientamento affettivo o altre caratteristiche personali.

Questa Politica è rivolta, in particolare, al personale del Gruppo coinvolto nei processi di ricerca, selezione e assunzione, che è direttamente responsabile della corretta applicazione delle linee guida definite e della gestione equa e trasparente delle candidature.

SVILUPPO E FORMAZIONE

Con la **Politica di Crescita, Sviluppo e Pari Opportunità**, il Gruppo si impegna a offrire opportunità di crescita professionale analoghe per tutti i dipendenti, senza discriminazioni basate su etnia, colore della pelle, religione, stato civile, età, nazionalità, disabilità, identità di genere, orientamento affettivo, opinioni politiche, origine sociale, o qualsiasi altra forma di discriminazione riconosciuta a livello nazionale e internazionale.

La Politica è stata sviluppata a fronte di quanto emerso dal piano di azione sviluppato a valle del processo di certificazione EDGE¹ (vedi anche pagg. 203; 220), che ha previsto nel 2024 anche lo svolgimento di un'indagine rivolta ai dipendenti dell'Headquarter.

La Politica si fonda su principi chiave quali l'accesso equo alle opportunità di apprendimento e sviluppo, che è sempre basato su competenze, qualifiche e performance. Inoltre, i programmi di sviluppo sono resi accessibili a tutti i dipendenti, indipendentemente dalla sede geografica, dal dipartimento o dalla categoria professionale e sono rivolti al personale a tempo indeterminato, determinato, a tempo pieno e con contratto a progetto o temporaneo.

¹ Una prestigiosa certificazione internazionale che attesta l'impegno delle aziende per le pari opportunità di genere e la promozione di un ambiente di lavoro inclusivo ed equo. La certificazione EDGE rappresenta uno standard riconosciuto a livello globale per la valutazione e il miglioramento delle politiche di parità e inclusione all'interno delle aziende, offrendo un quadro concreto per identificare azioni mirate e misurabili.

Un altro principio cardine è l'applicazione di criteri meritocratici per la valutazione e gli avanzamenti di carriera, che premiano il contributo al successo aziendale. La Politica garantisce trasparenza ed equità nei criteri di valutazione e nei percorsi di sviluppo professionale, con momenti regolari di feedback e di condivisione con i propri responsabili, anche per rispondere all'evoluzione delle esigenze aziendali.

La responsabilità dell'applicazione di questa Politica è ripartita tra il dipartimento Risorse Umane, i manager e i dipendenti stessi, che sono parte attiva dei propri programmi di crescita.

REMUNERAZIONE

Come affermato nella **Politica Diritti Umani**, il Gruppo Moncler ha in essere un sistema di remunerazione atto ad attrarre, motivare e fidelizzare le persone dotate delle qualità professionali richieste dalla prospettiva di crescita del business aziendale. Il Gruppo definisce e aggiorna il sistema di remunerazione della popolazione aziendale prendendo in considerazione specifici criteri, tra cui il confronto con il mercato esterno e l'equità interna, le caratteristiche del ruolo e le responsabilità attribuite, nonché le competenze distintive delle persone, sempre in un'ottica di imparzialità, pari opportunità, meritocrazia e massima obiettività, evitando qualsiasi forma di discriminazione.

In tutti i Paesi in cui opera, il Gruppo offre salari di ingresso pari o superiori ai livelli minimi legali o contrattuali, senza differenze di genere, anche con riferimento al riconoscimento di straordinari e benefit. La remunerazione tiene conto del costo della vita e dei bisogni essenziali per garantire uno standard di vita dignitoso (*living wage*) per i lavoratori e le loro famiglie. Il Gruppo assicura inoltre il rispetto dei tempi di pagamento previsti contrattualmente.

In quanto società quotata, Moncler si è dotata di una **Politica sulla Remunerazione** per Amministratori, Sindaci e Dirigenti strategici, definita in linea con le migliori prassi di mercato e con le raccomandazioni del Codice di Autodisciplina. Tale Politica, discussa dal Comitato Nomine e Remunerazione e approvata dal Consiglio di Amministrazione, viene poi sottoposta all'approvazione con voto vincolante degli Azionisti in sede di Assemblea. È aggiornata periodicamente con il supporto delle funzioni People & Organization e Corporate Affairs & Compliance, anche a seguito del confronto con investitori e proxy advisor. Per maggiori dettagli, si rimanda alla Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui Compensi corrisposti disponibile sul sito monclergroup.com.

In tema di mobilità internazionale, il Gruppo adotta una **Global Mobility Policy**, che stabilisce le linee guida per assicurare al personale distaccato all'estero un trattamento economico equo, competitivo e coerente nei diversi Paesi. Questa Politica rappresenta uno dei pilastri fondamentali per lo sviluppo delle persone e il successo aziendale, rafforzando l'importanza della mobilità interna come leva strategica.

CONGEDI FAMILIARI

Il Gruppo Moncler, per promuovere la genitorialità e migliorare il benessere e l'equilibrio tra vita privata e professionale delle proprie persone, indipendentemente dal genere, stato civile o orientamento affettivo, dal 2024 ha introdotto la **Politica New Parents**.

La Politica introduce uno standard minimo a livello globale² che garantisce un congedo interamente retribuito della durata di 16 settimane per tutti i neogenitori dipendenti dei marchi Moncler e Stone Island³, tenendo quindi in considerazione la componente di retribuzione, sia fissa sia variabile, e integrando qualsiasi importo riconosciuto a livello locale dalle autorità, dalle leggi e dagli accordi di contrattazione collettiva.

² Questa Policy stabilisce standard minimi comuni in tutti i Paesi in cui opera il Gruppo e si propone di integrare o superare le condizioni legislative locali vigenti in materia di congedo retribuito fino a 16 settimane.

³ La nuova misura si applica a tutti i neogenitori del Gruppo, impiegati a tempo pieno, part-time, a tempo indeterminato e determinato, assunti da almeno sei mesi.

Tra le altre misure previste per facilitare il rientro dal congedo e la gestione della famiglia, vi è inoltre la possibilità per i genitori di richiedere orari flessibili e permessi retribuiti aggiuntivi fino ai tre anni della bambina o del bambino, per gestire esigenze legate alla salute, ad esempio in caso di malattia, visite pediatriche, *day hospital* e appuntamenti per le vaccinazioni, così come è prevista, compatibilmente con il ruolo del dipendente, la possibilità di adottare modalità di lavoro da remoto e di usufruire di servizi di consulenza a supporto del benessere emotivo.

Il Gruppo Moncler si impegna, inoltre, a condividere la propria Politica con le realtà esterne con cui collabora, incoraggiando le aziende partner ad adottare benefici simili per le proprie persone.

PREVENZIONE DEL BULLISMO E DELLE MOLESTIE

Nel 2025 il Gruppo ha rafforzato il proprio impegno volto a prevenire e contrastare ogni forma di bullismo, molestia, discriminazione o prevaricazione sul luogo di lavoro, in linea con i principi di equità, inclusione e rispetto della dignità individuale, adottando la **Politica per la prevenzione del bullismo e delle molestie** e stabilendo un principio di tolleranza zero verso comportamenti offensivi o lesivi della persona. La Politica prevede procedure di segnalazione sicura, anche anonima, per consentire ai dipendenti di comunicare episodi di bullismo o molestie senza timore di ritorsioni, così come programmi di formazione obbligatoria per tutto il management sulla prevenzione dei pregiudizi, sul linguaggio inclusivo e sulla gestione empatica, nonché il monitoraggio periodico del clima organizzativo attraverso iniziative di ascolto attivo finalizzate a identificare tempestivamente situazioni di disagio. A ciò si aggiungono campagne di sensibilizzazione interne, volte a promuovere consapevolezza, rispetto reciproco e una cultura del lavoro inclusiva. Tali misure contribuiscono a creare un contesto lavorativo sicuro, equo e inclusivo, fondato sulla fiducia e sul benessere delle persone, supportato da sistemi di governance dedicati che monitorano l'efficacia della Politica e ne permettono la misurazione nel tempo, garantendo coerenza con gli standard internazionali e con gli obiettivi strategici di sostenibilità del Gruppo.

SALUTE E SICUREZZA

Una delle iniziative sviluppate dal Gruppo per la tutela e la promozione della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro è l'implementazione di un sistema di gestione conforme agli standard più alti in tema di Salute e Sicurezza. L'impegno del Gruppo Moncler, in tal senso, è dettagliato nella **Politica per la Gestione della Salute e Sicurezza**, rivista e approvata dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo e diffusa a tutti i dipendenti del mondo. Il Documento, in linea con quanto definito nella Politica Diritti Umani, ribadisce la volontà del Gruppo di tutelare dipendenti, clienti, fornitori e, in generale, chiunque entri nella sfera d'influenza di Moncler e Stone Island, fissando i principi e gli orientamenti applicativi da attuare in ogni ambito di attività. Tali principi includono:

- una valutazione dinamica e preventiva delle attività che permette di eliminare i rischi e, quando ciò non sia possibile, di ridurli secondo le migliori pratiche disponibili;
- il miglioramento continuo in ogni attività che comporti impatti sulla sicurezza attraverso la definizione e prioritizzazione di specifici piani di azione;
- lo sviluppo di conoscenza, competenza e consapevolezza di tutti i dipendenti attraverso formazione e addestramento mirati.

Il sistema di gestione della salute e sicurezza del Gruppo è supervisionato dal Chief Corporate & Supply Officer, che è responsabile della sua attuazione. Inoltre, il Consiglio di Amministrazione del Gruppo riceve trimestralmente aggiornamenti sulla gestione delle tematiche di salute e sicurezza dai dirigenti preposti.

Nel 2025, il Gruppo ha ottenuto il rinnovo della certificazione del sistema di gestione secondo lo standard ISO 45001 a livello globale in tutti gli uffici, compreso il nuovo Headquarter di Moncler e il nuovo showroom di Stone Island a Milano, nonché nei negozi a gestione diretta, nelle sedi logistiche e produttive.

[S1 SBM-2] INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI; [S1-2] PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DELLA FORZA LAVORO PROPRIA E DEI RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI IN MERITO AGLI IMPATTI

Il Gruppo Moncler riconosce l'importanza fondamentale dell'ascolto attivo e dell'engagement dei dipendenti per promuovere una cultura aziendale fondata sulla condivisione e la partecipazione. In questo contesto, il dipartimento Engagement & Internal Communication, all'interno della funzione People & Organization, ha il compito di sviluppare strategie e strumenti che promuovano il coinvolgimento dei colleghi.

SURVEY INTERNE E ALTRI STRUMENTI DI ENGAGEMENT

Nel corso del 2025, sono proseguite diverse iniziative, accomunate da alcuni tratti distintivi: sviluppare la collaborazione tra le persone, favorire momenti di scambio e conoscenza reciproca, facilitare il passaggio delle informazioni, creare una cultura e una visione condivise, allo scopo di rafforzare sempre più lo spirito di squadra e il senso di appartenenza all'interno del Gruppo Moncler.

In questo contesto ha avuto un ruolo importante il lancio dell'**analisi annuale di clima interno, MONVoice**, che raccoglie i feedback dei dipendenti, permettendo così di comprendere meglio le loro esigenze e di indirizzare le politiche e le azioni aziendali in modo mirato. L'analisi fotografa il posizionamento del Gruppo in tutto il mondo rispetto a 12 dimensioni, con l'obiettivo di individuare i punti di forza e le aree sulle quali lavorare per accrescere e migliorare il posizionamento complessivo.

La nona edizione di *MONVoice* ha coinvolto 7.307 persone in tutto il mondo, con un questionario composto da 28 domande chiuse e due domande aperte volte a chiedere alle persone di fornire suggerimenti in merito alle aree di miglioramento del Gruppo e ai fattori che le motivano.

Tra i principali ambiti di eccellenza emersi si evidenziano il "rispetto e l'empowerment delle persone" e la "flessibilità e disponibilità del proprio responsabile". La capacità del Gruppo di "organizzare il lavoro in modo strutturato" è un'area su cui il Gruppo sta lavorando insieme al "sistema di remunerazione e benefit".

Per far sì che il processo di miglioramento rivolto alle persone abbia origine dalle persone stesse, i risultati vengono condivisi a tutto il Gruppo tramite comunicazioni dedicate e incontri di condivisione.

ANALISI DI CLIMA INTERNO	Gruppo Moncler	
	2024	2025
Dipendenti coinvolti (n.)	6.777	7.307
Copertura della popolazione elegibile (%)	100	100
Indice di coinvolgimento (%)	76	76
Tasso di risposta totale (%)	92	81 ⁴
di cui donne (%)	92	78

Tra le attività finalizzate a favorire il **contatto fra i dipendenti e il top management** del Gruppo, è proseguito il programma *Thank Boss It's Friday!*, un'iniziativa globale lanciata nel 2019, che

⁴ Tale riduzione è imputabile ad un problema tecnico nel processo di raccolta dati che ha impedito la registrazione dei questionari compilati nei primi giorni dal lancio. Nonostante l'ammacco che ha ridotto il tasso di risposta, i dati raccolti restano rappresentativi e affidabili per le analisi complessive.

permette ai dipendenti di condividere curiosità e suggerimenti al top management, in un'ottica di dialogo aperto. Nel 2025, l'iniziativa ha visto la partecipazione di circa 134 persone. Sono stati organizzati, inoltre, diversi incontri, aperti a tutti i dipendenti, in cui sono stati illustrati gli andamenti finanziari, i risultati aziendali e gli aggiornamenti sui progetti più rilevanti.

Per favorire il **coinvolgimento** e la **comunicazione interna**, nel 2025, è stata lanciata a livello globale la piattaforma *Crafters of Tomorrow*, uno spazio aperto e inclusivo pensato per favorire la condivisione di idee, stimolare la creatività e dare voce alle iniziative più audaci, rafforzando una cultura fondata sulla collaborazione e sull'ascolto. Inoltre, il nuovo Headquarter di Milano è stato concepito non solo come un intervento architettonico, ma come un percorso di cultura aziendale. Accanto allo sviluppo degli spazi, è stato definito un articolato piano di comunicazione supportato da un sito dedicato, pensato per mantenere tutti i dipendenti informati sulle funzionalità e sui servizi della nuova sede. Avviato a luglio, il piano ha promosso un approccio di coprogettazione e partecipazione attiva, dalla scelta del nome della sede alla definizione dei servizi offerti, mettendo al centro le esigenze delle persone e rafforzando il senso di appartenenza.

Un altro momento fondamentale per stimolare il lavoro di squadra e coinvolgere i dipendenti è il **volontariato aziendale**, uno strumento che promuove la responsabilità sociale e la cultura della diversità e della collaborazione. Con Legambiente, nel 2025, sono proseguite le attività di sensibilizzazione sull'impatto ambientale, includendo la pulizia di parchi e spiagge, interventi di conservazione della natura, creazione di orti urbani e ripristino di spazi in diverse città italiane. Dal 2021, Moncler promuove il progetto *Be Warm* in collaborazione con Officine Buone, incoraggiando i dipendenti a mettere a disposizione il proprio talento artistico a favore delle strutture sanitarie, offrendo momenti di svago e serenità a loro, ai pazienti e al personale ospedaliero. Nel 2025, l'iniziativa è stata arricchita con il coinvolgimento delle persone di Stone Island, che hanno partecipato a un corso di fotografia e realizzato immagini ispirate al concept "Pics for a Smile", pensato per trasmettere gioia. Le fotografie saranno esposte presso le strutture che ospitano le famiglie in migrazione sanitaria. Dal 2024, supporta l'associazione Casa Lontani da Casa con il progetto "Stanze e Favole Blu", creando spazi accoglienti per famiglie in viaggio per cure mediche e realizzando favole in podcast per i bambini. Anche le Region del Gruppo hanno contribuito attivamente a una varietà di iniziative di volontariato, impegnandosi in progetti che spaziano dalla conservazione ambientale alla partecipazione a iniziative sociali, dimostrando un forte spirito di collaborazione e proattività nell'affrontare sfide locali e globali.

RELAZIONI INDUSTRIALI

Un altro aspetto fondamentale del coinvolgimento dei dipendenti per il Gruppo Moncler riguarda le relazioni industriali. Il Gruppo riconosce e tutela il diritto dei lavoratori a essere rappresentati da organizzazioni sindacali e mantiene, con le rappresentanze, relazioni improntate al reciproco riconoscimento, al dialogo e alla cooperazione.

I rapporti e le negoziazioni con i sindacati sono gestiti nel rispetto dei più elevati principi di **trasparenza** e **correttezza** e in stretta osservanza delle leggi vigenti.

Il Gruppo Moncler fonda la propria politica di relazioni industriali su un confronto costruttivo, volto al coinvolgimento delle rappresentanze dei lavoratori e al mantenimento di un buon clima aziendale. La ricerca di **soluzioni condivise** si traduce in una totale **assenza di conflitto**.

Grazie al clima di collaborazione instaurato negli anni, anche nel 2025 non sono stati registrati né scioperi aziendali né proteste sindacali da parte di lavoratori alle dirette dipendenze delle società del Gruppo e non si sono rilevati casi in cui la libertà di associazione e di contrattazione collettiva siano state violate o siano risultate a rischio.

Nel corso del 2025 gli incontri periodici con le rappresentanze sindacali hanno portato alla definizione di importanti accordi che hanno introdotto miglioramenti rispetto al contratto nazionale di riferimento.

In questo contesto, in Italia, per il marchio Moncler, si inserisce la **sottoscrizione dell'accordo integrativo**, che ha rappresentato un passo avanti significativo nel consolidamento delle politiche a favore del benessere delle persone attraverso il potenziamento dei sistemi assicurativi, l'ampliamento delle misure di welfare e l'erogazione di incrementi economici dedicati. Parallelamente, sono stati definiti accordi specifici in materia di flessibilità per gli stabilimenti produttivi, con l'obiettivo di garantire una gestione efficiente, condivisa e programmabile delle attività straordinarie e dei carichi di lavoro, nel pieno rispetto del contratto collettivo nazionale, assicurando al contempo un equilibrio tra esigenze produttive e tutela della persona. Per il marchio Stone Island sono stati condivisi gli interventi in materia di sicurezza e lavoro agile nonché le convenzioni e i servizi per le sedi aziendali, ad integrazione delle soluzioni già presenti sul portale di Gruppo CAREPLACE. Sono stati inoltre presentati i nuovi progetti di formazione e le azioni, definite sulla base dei risultati dell'ultima edizione dell'analisi di clima interno MONVoice. Infine, sono state presentate le iniziative a supporto del trasferimento dei dipendenti di Ravarino (Modena) presso il nuovo Hub del Prodotto, concepito secondo principi orientati alla tutela della salute e sicurezza, alla qualità e all'innovazione degli spazi di lavoro, al benessere e alla socialità, nonché agli aspetti ambientali.

Presso il polo produttivo in Romania, nel 2025, è stata data attuazione a quanto previsto dal contratto collettivo di fabbrica, firmato nel 2024, che, tra le varie misure, ha previsto l'incremento del valore del buono mensa e l'erogazione di bonus per il supporto sociale. Le relazioni sindacali si sono svolte in modo costruttivo e continuativo, senza che si siano registrate situazioni di conflitto.

Il Gruppo è consapevole che alcune decisioni strategiche possono avere ripercussioni sui propri dipendenti e, a tal proposito, in caso di cambiamenti significativi a livello organizzativo (ad esempio processi di riorganizzazione o altre operazioni ad impatto rilevante), ha sempre messo in atto, e si impegna a farlo in futuro, tutte le procedure di informazione e consultazione preventive dei lavoratori previste dalle leggi. A conferma di tale impegno, nel corso della fusione di Pespow S.r.l. in Industries Yield, il Gruppo ha rispettato tutte le previsioni di legge in materia di informazione e consultazione preventiva, nonché di tutela dei diritti dei lavoratori.

[S1-3] PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO AI LAVORATORI PROPRI DI SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

Le informative sui canali messi a disposizione della forza lavoro per segnalare eventuali preoccupazioni e attivarne la gestione, insieme ai processi definiti in azienda per affrontare o collaborare nella risoluzione di eventuali impatti negativi sui lavoratori, sono descritte alle pagine 253-254.

[S1-4] INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER LA FORZA LAVORO PROPRIA E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

Il pilastro della strategia di sostenibilità del Gruppo **Nurture Uniqueness** si concentra sulla valorizzazione e motivazione delle persone all'interno dell'organizzazione. Gli obiettivi e le azioni individuati sono il frutto di un'analisi approfondita delle aree in cui è possibile massimizzare l'impatto positivo e ridurre sia impatti negativi che rischi potenziali.

Questi impegni trovano conferma e si rafforzano nella nuova strategia con il pilastro **Evolve a Legacy of Care**, concepito come un vero e proprio "patto" con le persone, per promuovere una cultura in cui autenticità, equilibrio e crescita siano strettamente legati, e in cui ciascuno possa sentirsi riconosciuto, valorizzato e incoraggiato a sviluppare pienamente il proprio potenziale.

RICERCA, SELEZIONE E ASSUNZIONE

L'attuale scenario, in continua trasformazione, richiede nuove competenze, professionalità e capacità di adattamento. Per affrontare efficacemente queste sfide, il Gruppo si impegna a creare un ambiente di lavoro internazionale, caratterizzato da competenze distintive e dalla condivisione di idee ed esperienze, stimolando così creatività e innovazione. In questo contesto i processi di ricerca, selezione e assunzione rivestono un ruolo strategico e sono supportati da iniziative mirate.

L'**Employee Value Proposition** (EVP), definita nel 2024 e aggiornata in modo continuo, delinea ciò che rende Moncler e Stone Island distintivi come datori di lavoro e favorisce l'attrazione di talenti, in sintonia con la cultura e i valori aziendali.

Tra le iniziative operative a supporto dei processi di ricerca, selezione e assunzione rientra l'**Internal Job Posting** che favorisce la mobilità interna tra funzioni e regioni. Ogni dipendente, tramite un'area dedicata sulla piattaforma aziendale, può candidarsi alle posizioni aperte maggiormente allineate con il proprio profilo, il livello di esperienza e le proprie aspirazioni professionali, con un anticipo di dieci giorni rispetto alla pubblicazione esterna dell'annuncio. In Moncler, nel 2025, le posizioni coperte attraverso l'*Internal Job Posting* sono state circa il 23% a livello globale, in particolare nell'area europea sono state circa il 35%, in America il 14%, mentre per l'area asiatica il 19%. In Stone Island circa il 22% delle ricerche è stato coperto attraverso l'*Internal Job Posting* nel corso dell'anno.

Particolarmente importanti, per l'attività di ricerca sul mercato, sono anche le collaborazioni con le migliori Scuole Professionali, Università e *Business School* nel mondo, con cui il Gruppo ha instaurato rapporti consolidati, che prevedono **percorsi di tirocinio** per studenti e neolaureati, il coinvolgimento nello sviluppo di progetti, la partecipazione a gruppi di lavoro e visite presso i siti operativi. Al fine di accedere a un bacino di talenti il più diversificato possibile, il Gruppo Moncler ha identificato un panel di università, riconosciute dal *QS Sustainability Ranking* per la loro capacità di attrarre studenti garantendo al contempo un alto livello di diversità. Da diversi anni, in ciascuna Region del Gruppo sono stati avviati dei processi di selezione degli studenti, con conseguenti inserimenti in azienda.

Moncler e Stone Island offrono ogni anno diverse opportunità di **stage**, dando a giovani ad alto potenziale la possibilità di conoscere la realtà aziendale e vivere un'esperienza di formazione. Nel 2025, sono stati attivati nel Gruppo circa 190 stage tra internship curriculari ed extra curriculari; in particolare presso le sedi corporate italiane di Moncler nel corso dell'anno sono stati ospitati

giovani stagisti provenienti da 9 Paesi diversi. Con riferimento a queste due ultime tipologie, il 28% degli internship che si sono svolti nel 2025 si sono concretizzati in contratti di lavoro.

Nel 2025, Moncler ha proseguito le attività di collaborazione con scuole e università partner, organizzando **incontri dedicati agli studenti**. In queste occasioni sono stati progettati *workshop*, casi aziendali, sessioni di *recruitment*, basati su programmi definiti ad hoc per ciascun istituto. Nell'ambito dell'*Executive Master in Luxury Management* (EMiLUX) di **SDA Bocconi**, Moncler ha continuato a partecipare al progetto *Behind the Scenes*, ospitando due studentesse, presso il negozio di Galleria Vittorio Emanuele a Milano, per un'esperienza immersiva nel canale retail al fianco dei *Client Advisor*. È inoltre proseguita la collaborazione con il *Master of Business Administration* (MBA) *Luxury Business Management* di SDA Bocconi attraverso interventi dedicati alla presentazione delle attività operative e di gestione del cliente del marchio Moncler. Nel corso dell'anno, la partnership con l'**Università Cattolica del Sacro Cuore** (Milano) per il master in *Luxury Goods Management* (EMLUX) ha previsto quattro sessioni dedicate al *retail merchandising*, offrendo agli studenti l'opportunità di lavorare su una sfida aziendale concreta e di approfondire il funzionamento del settore e dei ruoli professionali collegati. Moncler ha inoltre ospitato una delegazione di studenti dei programmi *Master of Business Administration* (MBA) e *Master in Management* (MiM) della **London Business School**, offrendo l'opportunità di confrontarsi con il top management sulle attività di *Retail Excellence*, sui percorsi di formazione e valutazione delle performance della forza vendita di Moncler, nonché sul marchio Stone Island. Per l'ottavo anno consecutivo è proseguita la collaborazione con l'**Ecole Hotelière de Lausanne (EHL)**, finalizzata all'identificazione di nuove risorse da inserire nel canale retail, che ha portato al lancio del *Moncler Global Retail Graduate Program*. Il programma, della durata di un anno, accompagna i neolaureati in un percorso strutturato di sviluppo, preparandoli a ricoprire futuri ruoli di responsabilità nel retail di lusso. Attraverso un percorso formativo immersivo, focalizzato sull'esperienza cliente, sulle operazioni e sulla gestione delle vendite, i partecipanti acquisiscono una visione completa del contesto retail globale, in linea con gli elevati standard di eccellenza di Moncler.

Parallelamente, Moncler collabora con la **Central Saint Martins**, prestigiosa scuola londinese di arte, design e moda, facente parte della **University of the Arts** di Londra, attraverso un programma di borse di studio volto a supportare studenti provenienti da contesti storicamente sottorappresentati coprendo tasse universitarie e, se necessario, spese di soggiorno.

Stone Island, in continuità con l'impegno verso il mondo accademico, ha organizzato un progetto con gli studenti dell'**Università Bocconi** di Milano focalizzato su sfide aziendali reali.

Grazie a queste iniziative, il Gruppo ha consolidato la propria attrattività, come dimostrato dal notevole numero di candidature ricevute. Nel 2025, infatti, sono pervenuti oltre 100.000 curricula tramite il portale aziendale, in crescita rispetto al 2024, confermando un trend positivo costante negli anni.

Infine, nel 2025, è stato introdotto, in fase di sperimentazione, uno strumento digitale a supporto del processo di selezione. Attraverso una video-intervista strutturata e personalizzata per ciascun ruolo in negozio, i candidati hanno l'opportunità di presentare le proprie esperienze in modo rapido ed efficace. Un sistema di intelligenza artificiale analizza le risposte e genera un profilo dettagliato, privo di *bias*, condiviso sia con il *recruiter* sia con il candidato. Questo profilo fornisce spunti di riflessione e suggerimenti per approfondimenti, rendendo la selezione più trasparente, equa e orientata allo sviluppo personale e professionale. Particolare attenzione è stata dedicata alla fase di *pre-boarding*, con moduli formativi e momenti informali per accompagnare gradualmente i futuri collaboratori nella conoscenza del Gruppo.

FORMAZIONE

Per il Gruppo Moncler, la formazione e lo sviluppo rappresentano elementi strategici essenziali per favorire la crescita sia individuale che collettiva e assicurare la competitività del Gruppo nel tempo.

Investire nel capitale umano significa, da un lato, rafforzare le competenze dei dipendenti e promuovere il miglioramento continuo e, dall'altro, garantire che l'organizzazione sia sempre pronta ad affrontare le nuove sfide del mercato con professionalità e spirito innovativo. Questo impegno contribuisce non solo a far crescere le persone, riducendo il rischio di perdere figure chiave, ma anche a costruire una squadra solida e pronta ad affrontare le sfide future, con competenze sempre aggiornate e all'avanguardia.

Per favorire un apprendimento accessibile e continuo, il Gruppo Moncler ha introdotto diverse **piattaforme dedicate**. Moncler offre **MINE**, una piattaforma attiva dal 2022, che aggiorna regolarmente tutta la popolazione aziendale, sia corporate che retail, su novità aziendali, opportunità formative e iniziative interne. Invece, Stone Island, dal 2024, ha lanciato **EXPLORE [The Compass]**, un portale interattivo che consente ai dipendenti di accedere a contenuti formativi, corsi online e strumenti di aggiornamento continuo.

Nel 2025, la **Leadership Academy** si è ulteriormente consolidata come **programma di formazione e sviluppo** strutturato **per le competenze manageriali** e di leadership, con percorsi personalizzati che accompagnano ogni persona dalla fase iniziale della carriera fino ai ruoli di maggiore responsabilità. L'offerta formativa è stata progettata, infatti per rispondere alle esigenze specifiche dei diversi livelli di seniority, sostenendo lo sviluppo delle competenze chiave in coerenza con l'evoluzione del business e con le priorità del Gruppo.

I **programmi di formazione** della *Leadership Academy* includono:

- **eMpower**, il programma, avviato nel 2023, che rappresenta un impegno tangibile del Gruppo Moncler nello **sviluppo e valorizzazione dei giovani professionisti**, inclusi tirocinanti e neoassunti. Strutturato su tre pilastri chiave – *Learning*, *Networking* e *Inspirational Talks* – eMpower è un percorso triennale concepito per facilitare l'integrazione delle nuove generazioni e sviluppare competenze essenziali per la crescita professionale e personale. *Learning*, il primo pilastro, si concentra sullo sviluppo di competenze fondamentali, attraverso corsi tecnici e avanzati in ambiti quali strumenti digitali, comunicazione e collaborazione efficace, nonché gestione del tempo. *Networking* favorisce la creazione di una solida rete professionale attraverso eventi sociali, attività di team building e iniziative di volontariato, contribuendo a rafforzare il senso di comunità tra i partecipanti. Infine, *Inspirational Talks* offre l'opportunità di incontrare manager e leader del Gruppo, favorendo la condivisione di esperienze, valori e visione strategica, e mettendo a disposizione modelli di riferimento utili ad affrontare le sfide del mondo del lavoro. Nel 2025 hanno partecipato 226 dipendenti per un totale di 826 ore di formazione.
- **Connections** è il **programma di apprendimento**, lanciato nel 2024, **per tutti i dipendenti degli uffici** Moncler e Stone Island in Italia, che sarà progressivamente esteso anche alle Region del Gruppo. Il programma si concentra sulla costruzione di una cultura di collaborazione, innovazione ed eccellenza e si articola in tre pilastri principali. Il pilastro *Excellence* è orientato al raggiungimento di performance elevate, stimolando i dipendenti a perseguire obiettivi ambiziosi e a mantenere i più alti standard di qualità. *Collaboration* promuove il lavoro di squadra e il networking interfunzionale, favorendo la costruzione di relazioni professionali solide e una cultura aziendale collaborativa. *Innovation*, infine, incoraggia l'adozione di nuove idee e una mentalità aperta al cambiamento, spingendo i dipendenti a esplorare soluzioni creative e ad affrontare con resilienza le sfide aziendali. Nel 2025 il percorso è stato ulteriormente arricchito con nuovi corsi, tra cui "Emotional Power" e "Beyond Barriers: The impact of Teamwork", pensati per sviluppare competenze trasversali, consapevolezza emotiva e capacità di lavorare efficacemente in gruppo. Nel 2025 sono stati coinvolti 183 dipendenti nei diversi corsi a loro dedicati per un totale di oltre 1.900 ore, in aumento rispetto al 2024.
- **Building Leadership** e **Building Bridges** sono due **programmi progettati per manager, senior manager e dirigenti**, con l'obiettivo di sviluppare competenze proprie di una

leadership efficace e inclusiva, capaci di guidare i team verso risultati eccellenti e di favorire la creazione di ambienti di lavoro coesi e positivi.

Il programma *Building Leadership* rafforza le competenze manageriali, preparando i partecipanti ad affrontare le sfide della complessità organizzativa, promuovendo un ambiente inclusivo orientato alle alte performance. Nel 2025, il programma ha coinvolto 15 manager di Moncler e Stone Island, con background diversificati, per un totale di circa 230 ore di formazione su temi chiave come comunicazione efficace, esercizio della delega, gestione dello stress e dei conflitti, restituzione costruttiva dei feedback e leadership inclusiva. Ogni partecipante ha avuto accesso a un programma di coaching individuale, integrato con sessioni pratiche ed esercitazioni, volto a tradurre gli insegnamenti in azioni concrete nel proprio contesto lavorativo.

Building Bridges continua, invece, ad essere il primo programma globale di leadership del Gruppo Moncler, ideato per promuovere una cultura inclusiva e positiva in azienda. Nato in risposta ai feedback dell'*Inclusion Survey* svolta nel 2024, il programma è pensato per dotare i manager delle competenze necessarie a creare ambienti di lavoro sicuri, in cui ogni opinione venga rispettata e valorizzata.

Il percorso fornisce strumenti pratici per sostenere un clima lavorativo inclusivo e collaborativo. Questo programma rappresenta un impegno a lungo termine volto a integrare la leadership inclusiva a tutti i livelli dell'organizzazione, con l'obiettivo di coinvolgere il 100% del management (Manager, Senior Manager, Executive e Senior Executive) entro il 2026.

Nel 2025 sono state erogate circa 3.300 ore per un totale di 544 partecipanti coinvolti a livello mondo.

All'interno di *Leadership Academy*, i Direttori di Funzione e i Presidenti di Region sono coinvolti in attività progettate per consolidare la coesione dei team e allineare la leadership alle sfide evolutive del Gruppo. Nel 2025, è stato organizzato un *Leadership Offsite*, un evento in collaborazione con *IMD Business School*, pensato per affrontare le sfide emergenti del settore e del Gruppo. Nel corso dell'iniziativa si sono alternate sessioni immersive, workshop strategici e momenti di confronto su temi come la leadership inclusiva e la gestione del cambiamento in contesti globali. Questo appuntamento ha favorito una riflessione condivisa sulle priorità aziendali e ha rafforzato la coesione e l'allineamento tra i leader, stimolando una visione manageriale ancora più integrata e orientata all'innovazione.

Parallelamente ai programmi formativi della *Leadership Academy*, è continuato l'impegno del Gruppo nel coinvolgere i dipendenti in **programmi di sviluppo**, tra cui:

- **MONCampus** un'iniziativa volta ad accelerare la **crescita dei giovani talenti** di Moncler e Stone Island, offrendo un percorso interattivo di sviluppo globale per il potenziamento delle competenze e lo scambio di conoscenze. Nel 2025 si è conclusa l'edizione avviata nel 2024, con il coinvolgimento di 23 partecipanti da tutte le Region in cui opera il Gruppo. Grazie alla collaborazione con POLI.Design del Politecnico di Milano, i partecipanti hanno potuto accedere a nuovi contenuti su leadership, innovazione e project management, lavorando su progetti strategici affidati direttamente dalla leadership. La presentazione dei progetti finali ha rappresentato il momento culminante del percorso, valorizzando il contributo dei giovani talenti e il loro impatto trasversale all'interno del Gruppo.
- **MAKERS LAB** un'iniziativa globale che mira a promuovere il **trasferimento di competenze tecniche** tra i dipendenti di Moncler e Stone Island. Il programma, attraverso il contributo di esperti interni (Subject Matter Experts - SME) crea occasioni di apprendimento trasversale stimolando la condivisione di know-how su processi e strumenti e rafforzando la collaborazione tra le funzioni e i due marchi. Nel 2025 sono state erogate circa 1.070 ore di sviluppo professionale, raggiungendo più di 450 dipendenti a livello globale.
- **MATE** è l'accademia tecnica interna di Moncler, nata per mantenere e **tramandare il know-how artigianale** del prodotto attraverso una formazione specializzata. Il programma è rivolto

ai neodiplomati degli istituti tecnici e professionali e offre competenze avanzate in produzione di campioni, prototipazione e controllo qualità, con un focus sulla creazione del piumino. Nel 2025 MATE si è ampliato con l'apertura di due classi, una presso lo stabilimento produttivo Moncler a Trebaseleghe (Padova) e l'altra presso la sede di Milano, per un totale di 17 partecipanti e oltre 13.580 ore di formazione. Inoltre, il programma è stato esteso a Stone Island con il **Stone Island Atelier Project**. Parallelamente, la **Pattern Making School** in Romania, attiva dal 2018, continua a formare giovani talenti locali in modellistica e sviluppo, rafforzando le capacità locali e la produttività.

- **Retail Graduate Program**, un programma lanciato a marzo 2025 in collaborazione con l'*École Hôtelière de Lausanne* (EHL), con l'obiettivo di rafforzare le **competenze del personale retail**. Il programma ha coinvolto 13 giovani talenti provenienti dalle boutique Moncler di tutte le Region, per un totale di 598 ore. Il percorso ha combinato esperienza pratica in negozio e un piano formativo strutturato in sei moduli digitali e uno in presenza, dedicati a temi chiave quali gestione dell'ospitalità, psicologia del cliente nel segmento lusso, nuove tendenze e gestione della relazione con il cliente. Il percorso formativo è stato arricchito da interventi del management Moncler e da contributi di esperti esterni, provenienti da diversi settori. Il programma si è concluso con la presentazione dei progetti innovativi volti ad applicare il concetto di ospitalità nei negozi, consolidando il legame tra eccellenza del servizio e cultura del brand.

Inoltre, a supporto dello sviluppo delle competenze nel canale retail, nel 2025 è stata introdotta una piattaforma digitale avanzata basata sull'intelligenza artificiale, che utilizza scenari di *role-playing* per allenare le competenze manageriali e relazionali in modo immersivo, realistico e misurabile. Gli Store Manager hanno potuto sperimentare differenti approcci comunicativi, migliorare la qualità del feedback e rafforzare la propria efficacia nella gestione del team. Il programma ha coinvolto oltre 260 Store Manager a livello globale, registrando un tasso di partecipazione del 76% per un totale di oltre 100 ore di formazione, a conferma dell'adozione e dell'impatto del percorso.

In continuità con i programmi di formazione e sviluppo delle competenze, Moncler, nel 2025, ha dedicato particolare attenzione al rafforzamento della **cultura aziendale**, promuovendo iniziative rivolte a tutti i dipendenti, per consolidare i valori e i comportamenti distintivi dell'azienda. Per ciascun valore aziendale sono state realizzate pillole digitali: brevi contenuti multimediali, accessibili a tutti, che hanno permesso di approfondire in modo agile e coinvolgente i comportamenti attesi e le *best practice* associate ai valori Moncler. A livello globale, è stato lanciato il percorso *Live the Culture*, rivolto ai dirigenti, finalizzato a rafforzare la condivisione dei valori e dei comportamenti distintivi di Moncler. In Italia, sono stati inoltre organizzati i *Coffee and Culture*, momenti di confronto informale e dialogo aperto tra colleghi, pensati per favorire la diffusione della cultura aziendale e la partecipazione attiva.

Oltre ai programmi specializzati, il Gruppo Moncler continua a offrire corsi di **formazione obbligatoria**. Nel 2025, è proseguita l'erogazione del modulo e-learning sul Decreto Legislativo 231, che rende accessibili a tutti i dipendenti i principi etici del Gruppo, insieme ai diversi corsi in ambito compliance: dal corso obbligatorio in materia di anticorruzione a livello globale a quelli sul GDPR e sicurezza informatica, per proteggere i dati aziendali. È stato introdotto un corso online dedicato all'abuso di mercato, volto ad accrescere la consapevolezza all'interno dell'organizzazione. Nelle sedi italiane e in Romania è continuata la formazione obbligatoria secondo il Decreto Legislativo 81/2008 mentre nelle altre Region, in cui il Gruppo opera, la formazione è stata erogata in conformità alle normative locali sulla sicurezza sul lavoro, con l'obiettivo di sensibilizzare i dipendenti sui rischi lavorativi e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e conforme.

Il Gruppo offre inoltre corsi su tematiche trasversali, quali diritti umani, DE&I e sostenibilità ambientale. Dal 2024 è attivo il modulo globale *DE&I Essentials* volto a promuovere una cultura inclusiva, affiancato da un modulo sugli *Unconscious Bias* per sensibilizzare sulla necessità di superarli. Nel corso del 2025, nella Region America, Regno Unito e Corea del Sud sono stati erogati

dei moduli e-learning sulle tematiche legate al riconoscimento delle molestie (harassment) sul posto di lavoro.

Infine, in ambito ambientale, prosegue il corso globale dedicato a sensibilizzare i dipendenti sulle sfide ambientali globali, su temi come il cambiamento climatico, la biodiversità, la gestione delle risorse idriche, ecc..

SVILUPPO

Nel 2025 il Gruppo ha introdotto **BEYOND**, il nuovo **modello di valutazione annuale della performance**, progettato per sostenere l'evoluzione dell'organizzazione e le sue ambizioni strategiche. Il modello si basa su principi di leadership coerenti con i valori del Gruppo, che guidano comportamenti, collaborazione e assunzione di responsabilità nei diversi contesti organizzativi. I principi di leadership sono declinati per i marchi Moncler e Stone Island e per le specificità delle diverse aree di business, rendendo la valutazione più aderente ai ruoli e ai contesti aziendali.

Il modello misura la performance valutando il livello di conoscenza e i comportamenti all'interno dell'organizzazione come espressione di leadership individuale, per poi confrontarli con lo standard atteso per il ruolo specifico. Ciò permette di verificare il livello di aderenza del singolo al proprio ruolo e di valorizzare l'impatto della performance individuale, determinando possibili percorsi di formazione e sviluppo.

Alla base della valutazione, vi sono aspetti valoriali di cui ogni collaboratore deve essere ambasciatore e promotore: l'integrità, la passione, la sintonia con la cultura aziendale, la capacità di stabilire rapporti basati sulla fiducia, la visione su scala globale e la spinta all'innovazione. In particolare, tra le dimensioni su cui viene valutato ogni dipendente è presente uno specifico ambito di valutazione sulla conformità dei propri comportamenti ai principi definiti nei Codici Etici del Gruppo.

Il sistema di valutazione, che mira a migliorare la performance d'impresa, ha una prospettiva di medio-lungo periodo ed è, pertanto, uno dei processi chiave per la gestione, lo sviluppo delle persone, la definizione di piani di successione e la fidelizzazione dei migliori talenti, ponendosi alla base del processo di revisione retributiva, garantendo equità, pari opportunità, meritocrazia e competitività rispetto al mercato. Un momento importante del processo di valutazione è quello della fase di autovalutazione da parte del dipendente, che consente, a quest'ultimo, di confrontare la percezione delle proprie performance con la valutazione dell'Azienda.

Il processo di valutazione prevede che ciascun responsabile valuti i propri collaboratori, utilizzando una piattaforma digitale; inoltre, ove applicabile, anche il manager funzionale viene coinvolto nella valutazione. Tale valutazione viene successivamente condivisa e finalizzata all'interno di un comitato di dirigenti senior, con l'obiettivo di assicurare il confronto e la calibrazione delle valutazioni, rendendole ancora più oggettive ed eque. Il processo si conclude con la condivisione della valutazione tra responsabile e collaboratore, nel corso di un colloquio, in cui vengono valorizzati i risultati raggiunti, discusse le aree di miglioramento individuate e condiviso un piano di azione per rafforzare la prestazione futura. In questo modo, il processo è strutturato in modo da includere diverse fasi al fine di rendere multidimensionale il sistema di valutazione delle prestazioni.

Il processo di valutazione è applicato a tutti i ruoli organizzativi, sia corporate sia retail, in tutto il mondo, inclusa la popolazione operaia di tutti i poli produttivi del Gruppo.

Il lancio del nuovo modello ha coinvolto tutte le funzioni e i livelli dell'organizzazione, attraverso momenti di formazione dedicata e iniziative di comunicazione interna, volte a favorire la comprensione e l'adozione del nuovo modello. L'obiettivo è rafforzare la cultura della crescita continua e della valorizzazione del potenziale di ciascuna persona, sostenendo la mobilità interna, la diversità dei percorsi professionali e la capacità di affrontare con successo le sfide di un contesto in costante evoluzione.

Oltre a questo processo di valutazione annuale strutturato, il Gruppo promuove processi continui di conversazione agile tra manager e dipendenti durante tutto l'anno, che permettano loro di fornire e ricevere feedback continui al fine di aumentare la consapevolezza e riesaminare obiettivi e ostacoli al raggiungimento delle performance.

REMUNERAZIONE

Al fine di verificare la corretta applicazione della propria politica salariale, il Gruppo monitora che i livelli salariali di ingresso, senza differenze tra uomini e donne, siano uguali o superiori al minimo previsto dalla legge o dalla contrattazione collettiva in tutti i Paesi in cui opera. Questo impegno è confermato anche dall'analisi sul *living wage* svolta annualmente sull'intera popolazione aziendale inclusa la sede produttiva in Romania, secondo la metodologia di *Fair Wage Network* (vedi anche pagg. 225; 229-230).

Inoltre, il Gruppo implementa annualmente un processo di revisione retributiva per valorizzare le performance delle proprie risorse, promuovendo una cultura del merito. In coerenza con l'approccio di equità e trasparenza, il Gruppo, nel corso del 2025, ha ottenuto la **certificazione EDGE**, da parte terza e imparziale, in materia di equità salariale per il marchio Moncler a livello globale, dopo averla ottenuta a livello Italia.

Il pacchetto retributivo di oltre l'85% della popolazione eleggibile comprende una componente variabile, adeguatamente bilanciata rispetto alla componente fissa e al contributo individuale agli obiettivi strategici dell'azienda.

La **componente variabile** può essere di **breve termine** (Management By Objective o MBO) per la popolazione manageriale dei negozi e per la popolazione corporate; a titolo di commissione sul venduto per il personale retail, sia a livello di team sia individuale; oppure di **medio-lungo termine** (Long Term Incentive o LTI).

Il sistema di **MBO**, in particolare, si basa su **obiettivi annuali** prevalentemente quantitativi, di natura economico-finanziaria, tra cui principalmente l'EBIT consolidato di Gruppo, e su obiettivi qualitativi di significativa rilevanza strategico-operativa per la funzione di appartenenza. Tra questi è incluso anche il raggiungimento dei target previsti dal Piano Strategico di Sostenibilità (vedi anche pagg. 87-94).

Per ogni beneficiario, il sistema MBO prevede una combinazione di obiettivi:

- collettivi, legati alla performance economico-finanziaria del Gruppo;
- individuali e di team, focalizzati sulla performance operativa e strategica della funzione di appartenenza e realizzati con il coinvolgimento di più colleghi;
- progettuati, connessi al raggiungimento di milestone rilevanti per la specifica funzione.

Questo sistema è applicato a professional, manager, dirigenti e dirigenti senior nelle sedi corporate, nonché al management team degli store. Il meccanismo incentiva il conseguimento di risultati distintivi, prevedendo premi incrementali in caso di *over performance* quando gli obiettivi assegnati vengono conseguiti ad un livello superiore al target.

Infine, il sistema MBO prevede l'allineamento tra gli obiettivi di performance e la gestione dei rischi identificati dall'*Enterprise Risk Management* (ERM) promuovendo una cultura aziendale orientata alla valutazione e gestione del rischio come parte integrante del processo decisionale dei dipendenti.

In merito all'inclusione degli impegni del Piano di Sostenibilità, all'interno della componente variabile del pacchetto retributivo sono attribuiti specifici obiettivi legati alla sostenibilità per ciascun dipendente della popolazione eleggibile, relativi alla propria funzione o all'area di competenza.

Per quanto riguarda il Presidente e Amministratore Delegato, gli Amministratori Esecutivi e i Dirigenti Strategici, il sistema MBO, oltre al profilo economico finanziario del Gruppo, si concentra sul raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità definiti per l'anno di competenza. Questi obiettivi includono anche aree come la lotta ai cambiamenti climatici e la salvaguardia

della biodiversità, la promozione dell'economia circolare, l'approvvigionamento da una catena di fornitura responsabile, la valorizzazione delle diversità e il supporto alle comunità locali, nonché agli obiettivi di People engagement e alle tematiche di *Diversity, Equity & Inclusion* (DE&I) (vedi anche pagg. 72-73; 125).

Inoltre, sempre con riferimento alla componente variabile di breve termine, per i dipendenti del canale retail sono previsti sistemi di incentivazione basati non solo sulle performance individuali ma anche a livello di store volti a premiare l'eccellenza e la qualità del servizio oltre che il contributo allo sviluppo del business.

Come **sistema di incentivazione di medio-lungo termine**, il Gruppo Moncler si avvale di Piani di Performance Share, per i ruoli considerati chiave della popolazione manageriale. Tale approccio permette di legare il livello di incentivazione delle figure manageriali e delle risorse chiave del Gruppo all'effettivo risultato aziendale, orientare le persone verso strategie volte al perseguimento di risultati sostenibili di medio-lungo termine, allineare gli interessi dei beneficiari a quelli degli azionisti e investitori e sviluppare politiche finalizzate ad attrarre e trattenere professionisti di talento.

A partire dal 2020, nei Piani di Performance Share è stato introdotto un indicatore ESG (*Environmental, Social and Governance*) che prevede il raggiungimento di specifici obiettivi di sostenibilità (vedi anche pagg. 72-73; 125).

BENEFIT

Il pacchetto retributivo offerto ai dipendenti include un'ampia offerta di benefit. In particolare, sono previsti piani pensione e piani sanitari integrativi, assicurazione sulla vita e sostegno finanziario in caso di disabilità. Inoltre, sono disponibili servizi come la mensa aziendale o buoni pasto sostitutivi, insieme a ulteriori iniziative di welfare aziendale per supportare il benessere dei dipendenti.

I benefit offerti dal Gruppo ai suoi dipendenti sono legati alla categoria professionale d'appartenenza, prescindono dalla tipologia di contratto (tempo determinato/indeterminato; tempo pieno/part time) e seguono linee guida applicate a livello internazionale, con possibili variazioni a seconda della politica locale del Paese di riferimento.

Nell'ottica di sviluppare politiche retributive finalizzate non soltanto a remunerare la prestazione lavorativa svolta, ma anche a rispondere tempestivamente a esigenze di carattere non economico delle proprie persone, Moncler ha sviluppato dei piani di **welfare aziendale**, attualmente in Italia, Regno Unito e Corea del Sud per garantire maggiore cura e attenzione al benessere delle persone. In particolare, per tutti i dipendenti italiani, tali piani sono rivolti fino alla categoria dei manager delle sedi corporate, assunti a tempo indeterminato o con contratto di apprendistato, in forza al 31 dicembre di ogni anno, e prevedono un'ampia gamma di benefit e servizi, offerti in parte anche ai familiari del dipendente: dal rimborso delle spese scolastiche ai buoni acquisto, da soluzioni per il tempo libero a pacchetti benessere. In Italia vi è inoltre la possibilità di versare una parte del proprio credito welfare ai fondi di previdenza complementari.

Nel contesto del welfare aziendale, durante l'anno, i dipendenti corporate della sede di Trebaseleghe che si sono avvalsi dei servizi dell'asilo nido e della scuola dell'infanzia hanno potuto usufruire del contributo totale da parte dell'Azienda, supportando così le loro esigenze familiari e conciliando meglio vita lavorativa e privata.

Inoltre, dal 2023 è stato aperto un asilo per i figli dei dipendenti della sede produttiva in Romania che ospita oltre 60 bambini, ai quali viene offerta un'esperienza educativa innovativa basata su uno degli approcci didattici più rinomati a livello internazionale sviluppato dall'organizzazione Reggio Children. Questo approccio innovativo favorisce un ambiente che incoraggia il potenziale dei bambini e promuove l'apprendimento esperienziale attraverso interazioni, autonomia, esplorazione e comunicazione. La scuola ha ottenuto la certificazione WELL "gold", il principale programma di certificazione edilizia al mondo con i più alti standard di salute e benessere.

Inoltre, a partire dal 2024 è stata introdotta la Politica *New Parents* (vedi anche pagg. 192-193, 219) che garantisce ulteriori misure di flessibilità oraria per tutti i neogenitori dipendenti del Gruppo, oltre a definire un congedo minimo retribuito integralmente, a complemento di quanto previsto a livello locale.

Presso il polo produttivo in Romania, sono state, inoltre, fornite forme di supporto economico a fronte di emergenze personali.

Infine, Moncler e Stone Island aderiscono ai fondi di assistenza sanitaria integrativa che offrono prestazioni aggiuntive rispetto al Sistema Sanitario Nazionale; nel corso dell'anno risultano complessivamente iscritti 1.825 dipendenti italiani.

SUPPORTO ALLA PERSONA

Le ulteriori iniziative di Moncler a supporto della persona riflettono l'impegno continuo verso il benessere dei dipendenti, offrendo strumenti concreti per la **gestione di situazioni di difficoltà**, come gravi malattie, visite specialistiche e lutti. Tra queste misure, l'azienda prevede permessi retribuiti aggiuntivi per visite mediche, l'allungamento del periodo di comporto in caso di malattie gravi (fino a un massimo di 24 mesi), permessi per lutti in famiglia e infermità gravi, nonché l'inserimento di due giorni l'anno di permessi retribuiti per attività di volontariato.

In questo contesto, Moncler ha introdotto dal 2023 **CAREPLACE**, un **portale dedicato al benessere** dei dipendenti, che offre supporto per conciliare lavoro e vita privata. Accessibile a tutti i dipendenti corporate in Italia e alle relative famiglie, CAREPLACE si articola in tre aree principali: cura della famiglia (*Family care*), stile di vita (*Lifestyle*) e cura degli animali domestici (*Pet care*). All'interno di ciascuna area, i dipendenti possono accedere a una varietà di servizi, tra cui servizi on demand, incontri di gruppo online ed esperti.

La sezione "servizi on demand" offre una serie di servizi per la ricerca di baby-sitter, assistenti allo studio, colf, *caregiver* e *pet sitter* con la possibilità di visionare i profili dei professionisti selezionati e contattarli direttamente.

La sezione "Incontri di gruppo" offre una vasta gamma di incontri gratuiti online con professionisti delle aree *Family care*, *Lifestyle* e *Pet care* che vanno da sessioni di fitness e meditazione a incontri dedicati alla sfera familiare con psicologi e psicoterapeuti. Tutti gli incontri sono gratuiti e si svolgono in modalità di gruppo.

La sezione "Esperti" è dedicata a professionisti altamente qualificati in varie aree pronti a rispondere alle esigenze dei dipendenti. Gli incontri online di gruppo in CAREPLACE sono stati estesi anche alle famiglie dei dipendenti, permettendo loro di partecipare e beneficiare di questa opportunità.

Parallelamente, da diversi anni, Moncler ha lanciato **MINDCARE**, un **servizio di consulenza psicologica** che inizialmente era disponibile per i dipendenti corporate in Italia e che dal 2024 è stato esteso a tutti i membri del Gruppo a livello globale, includendo anche i dipendenti retail. In collaborazione con MINDWORK, una società specializzata nella consulenza psicologica, il progetto offre cinque colloqui gratuiti, anonimi e riservati, accessibili online in qualsiasi momento, con professionisti specializzati in diverse aree del benessere, tra cui gestione dello stress, coaching professionale e supporto genitoriale. Nel 2025 il servizio ha registrato un totale di circa 240 colloqui.

Inoltre, il Gruppo promuove il benessere dei dipendenti e l'equilibrio tra vita professionale e privata attraverso la pianificazione anticipata dei periodi di chiusura collettiva, in linea con le caratteristiche delle diverse categorie di lavoratori, e incoraggiando una **gestione consapevole e regolare delle ferie individuali**, volta a garantire che i dipendenti possano usufruire pienamente del loro diritto alle ferie annuali retribuite nel corso dell'anno. In questo contesto, il Gruppo valuta attentamente e prende in considerazione eventuali richieste di lavoro part-time, accogliendole laddove compatibili con le caratteristiche del ruolo.

Il 2025 ha rappresentato un passaggio strategico fondamentale per il marchio Moncler, con il trasferimento di tutti i dipendenti corporate nel nuovo Headquarter di Milano: **Casa Moncler**. Il progetto ha inaugurato una nuova fase nell'organizzazione degli spazi di lavoro e nella vita

aziendale, trasformando la sede in un ecosistema orientato al benessere, alla collaborazione e all'innovazione. A supporto del **benessere fisico**, la sede ospita una **palestra aziendale**, dotata di attrezzature dedicate e di un palinsesto di corsi. Tra le principali innovazioni è stato introdotto un **servizio di concierge aziendale** per semplificare la gestione delle incombenze quotidiane incluse attività legate ai servizi postali, alla lavanderia, alla riparazione di calzature e alla gestione di piccoli acquisti esterni. Particolare attenzione è stata riservata alla **mobilità**, con soluzioni dedicate e una navetta aziendale, per garantire spostamenti efficienti e sicuri, mentre a **supporto della genitorialità** è stato creato "The Nest", uno spazio riservato e accogliente dedicato all'allattamento, a conferma dell'impegno verso inclusività, rispetto delle esigenze individuali e benessere delle persone. Il nuovo **ristorante aziendale** rappresenta un luogo di incontro e convivialità con un'offerta gastronomica varia e stagionale che include piatti preparati al momento, opzioni vegetariane, vegane e per specifiche esigenze alimentari, oltre a soluzioni flessibili come *lunch box* e *take-away*, gestibili tramite una app dedicata.

SALUTE E SICUREZZA

Il Gruppo Moncler, attraverso il proprio **sistema di gestione della salute e sicurezza**, opera nel pieno rispetto dei requisiti definiti dalle specifiche normative applicabili nei Paesi in cui è presente, con un approccio volto al miglioramento continuo. Il sistema prevede procedure specifiche per indagare su infortuni, malattie professionali, malori o incidenti sul lavoro al fine di identificare le circostanze e le possibili cause e, se necessario, pianificare e prioritizzare azioni e interventi per prevenirne la ricorrenza in futuro.

Nelle sedi centrali di Moncler e Stone Island, un team composto da figure specializzate ha la responsabilità di garantire un ambiente di lavoro sicuro e conforme alle normative vigenti, definire le linee guida di salute e sicurezza, coordinare le attività di monitoraggio e, ove necessario, di miglioramento delle condizioni di sicurezza, supervisionare le attività di progettisti e di architetti, e mantenere i rapporti con i rappresentanti dei lavoratori italiani per la sicurezza.

Ogni dipendente svolge un ruolo fondamentale. La diffusione di una **cultura della sicurezza** e della responsabilità individuale e la creazione di consapevolezza dei rischi sono infatti fattori centrali per continuare a offrire un ambiente di lavoro sicuro.

Grande attenzione è rivolta anche alla sicurezza dei lavoratori e degli appaltatori che effettuano un'attività lavorativa all'interno delle sedi del Gruppo. In Italia, ogni rapporto commerciale con gli appaltatori prevede, infatti, la sottoscrizione di un documento che attesta la valutazione dei rischi legati allo svolgimento dell'attività in azienda (rischi da interferenza) e l'applicazione della massima prevenzione nelle attività caratterizzate da rischi.

Dalla prevenzione al controllo e monitoraggio

Il Gruppo Moncler dedica attenzione e investe molte energie nelle attività di prevenzione al fine di limitare quanto più possibile il verificarsi di infortuni.

Il Gruppo, pur non avendo attività ad alto rischio, adotta infatti un **approccio di tipo preventivo**. Prima dell'apertura di una nuova sede di lavoro, sia essa un ufficio o un punto vendita, viene effettuata una scrupolosa **valutazione dei rischi** di salute e sicurezza, attraverso **ispezioni mirate** svolte con il supporto di consulenti specializzati. Gli uffici e i punti vendita esistenti, invece, vengono sottoposti ad attività periodiche di **controllo di conformità**, attraverso analisi documentale e sopralluoghi (verifica degli ambienti e delle attrezzature di lavoro). Se necessario, viene formulato un **piano di miglioramento** con la prioritizzazione degli interventi per far fronte ai rischi individuati e l'integrazione di piani di azione con obiettivi quantificati. I progressi nella prevenzione e mitigazione delle problematiche e dei rischi identificati in ambito salute e sicurezza rispetto agli obiettivi del piano di miglioramento vengono periodicamente valutati e rendicontati internamente. Per ogni sito del Gruppo è, inoltre, previsto uno specifico e dettagliato piano di risposta alle emergenze con azioni di preparazione e risposta alle situazioni di emergenza.

Nel corso del 2025 sono continuati i sopralluoghi per le verifiche relative alla salute e sicurezza dei dipendenti nelle sedi corporate in Italia, nel polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) e nella sede produttiva in Romania. Gli esiti, rilevati sia da personale interno sia da enti esterni, hanno portato all'adozione di azioni specifiche per ridurre i rischi e prevenire potenziali impatti negativi sui lavoratori.

In Italia, il Gruppo organizza riunioni periodiche sul tema della sicurezza, a cui partecipano i datori di lavoro o i loro delegati rappresentanti dei due Marchi, i medici competenti, i responsabili del servizio di prevenzione e protezione e i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza. Durante questi incontri vengono condivisi analisi e risultati relativi alla valutazione dei rischi, all'andamento degli infortuni e al tasso di assenteismo⁵, alla formazione e ai dispositivi di protezione individuale utilizzati.

Nel 2025, nelle sedi corporate è stato introdotto un sistema informatico che consente ai responsabili di sito di effettuare controlli strutturati sulle diverse aree attraverso specifiche check-list. Le osservazioni raccolte vengono poi utilizzate per aggiornare e alimentare i piani di miglioramento delle singole sedi, garantendo un processo continuo di monitoraggio e ottimizzazione. Tutti gli indicatori relativi agli indici infortunistici vengono costantemente monitorati e valutati (vedi anche pagg. 218-219; 266-267).

Parallelamente proseguono le attività di prevenzione già consolidate negli anni, tra cui la gestione attenta degli spazi di lavoro, iniziative di sensibilizzazione e comunicazione, il monitoraggio della corretta applicazione delle iniziative di miglioramento e la condivisione dei requisiti contrattuali e degli standard elevati di gestione della salute e sicurezza, in conformità con quanto previsto dal Codice Etico e dal Codice di Condotta dei Fornitori del Gruppo e alla normativa vigente.

Inoltre, per le sedi produttive del Gruppo sono state svolte delle **valutazioni sull'ergonomia** di alcune postazioni di lavoro del reparto stiro e cucitura in Romania e nelle linee di confezione per la "smart factory" di Trebaseleghe (Padova), necessarie per definire piani di miglioramento al fine di ridurre la fatica del personale e massimizzare la produttività. Per il sito di Piombino, è in fase di redazione il documento di valutazione dei rischi legati ai movimenti ripetitivi (*Occupational Repetitive Actions* - OCRA), volto a individuare eventuali criticità e a definire interventi ergonomici specifici per garantire la sicurezza e il benessere dei lavoratori. È proseguito l'inserimento di nuovi sistemi di illuminazione a LED per le nuove sedi, che contribuiscono ad un utilizzo più efficiente dell'energia e migliorano le condizioni di lavoro.

Un altro aspetto regolarmente presidiato è il **monitoraggio del rumore** negli ambienti di lavoro che potrebbe provocare una serie di danni sulla salute dei lavoratori. In tutte le sedi corporate e produttive, infatti, vengono annualmente svolte misurazioni del rumore per verificare in ogni area il rispetto dei limiti consentiti.

Anche la **valutazione della qualità dell'aria**, la **luminosità**, la **temperatura** e l'**umidità** sono chiave per prevenire situazioni di disagio all'interno dei luoghi di lavoro, impattando sia sulla salute fisica che sul benessere psicologico dei lavoratori. Nello specifico, il Gruppo Moncler, al fine di garantire una corretta aerazione dei luoghi di lavoro presso le sedi corporate di Trebaseleghe (Padova) e in Romania e presso la sede di Stone Island a Ravarino (Modena), in cui vi sono diversi microclimi dovuti alle diverse fasi di lavorazione, ha continuato a introdurre impianti di aerazione di ultima generazione, che vengono periodicamente controllati. Nel 2025 sono state condotte analisi sul microclima in alcuni negozi, che non hanno peraltro rilevato particolari criticità.

Moncler e Stone Island, in un approccio olistico al benessere del dipendente, pongono **attenzione alle tematiche di stress lavoro-correlato**. Nel 2025, è stata rinnovata la valutazione stress lavoro-correlato presso la sede corporate di Ravarino: per tutti gli uffici gli esiti di tale valutazione hanno evidenziato un rischio di tipo "basso". Tale valutazione sarà aggiornata nel 2027. Pur avendo ottenuto un rischio di tipo "basso", l'Azienda continuerà a implementare una serie di azioni volte a

⁵ Tasso di assenteismo: (giorni di assenza - al netto di ferie e assenze per maternità/paternità)/numero di giorni lavorabili. Nel 2025, per i poli produttivi del Gruppo in Italia e Romania, il tasso si è attestato al 3,0%, in diminuzione rispetto al 3,3% dell'anno precedente. Il valore risulta sostanzialmente allineato tra uomini e donne, pari al 3,2% per gli uomini e al 3,0% per le donne.

mettere in atto un percorso di miglioramento continuo: la valutazione dello stress è stata infatti utilizzata come base per la pianificazione ed implementazione di misure organizzative o gestionali addizionali volte a evitare o ridurre al minimo i danni alla salute dei lavoratori correlati ai fattori di rischio stress.

Formazione e informazione sulla salute e sicurezza e programmi per la salute e il benessere

La formazione delle persone è parte dell'attività di prevenzione promossa dal Gruppo Moncler. Nel corso dell'anno 2025, sono state erogate **circa 50.000 ore di formazione sulla salute e sicurezza** con specifici percorsi di formazione, dedicati e personalizzati sulla base dei diversi profili professionali e livelli di rischio, al fine di trasferire conoscenze e competenze e creare una cultura della sicurezza.

La maggior parte dei dipendenti ha ricevuto, coerentemente con i disposti di legge, la formazione generale sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. Per chi in Azienda, invece, occupa posizioni di responsabilità e coordinamento, è stata erogata un'ulteriore formazione, specifica per preposti, al fine di favorire il controllo e l'osservanza da parte dei lavoratori di un comportamento in linea con le disposizioni di legge e aziendali in materia di salute e sicurezza.

L'impegno del Gruppo Moncler per la promozione e la tutela della salute dei propri dipendenti va oltre i confini delle attività aziendali e dei rischi professionali. Sono infatti proseguiti attività e programmi di **informazione sulla prevenzione e il benessere**.

Inoltre, il Gruppo Moncler è impegnato a stabilire convenzioni con poliambulatori locali per garantire ai dipendenti l'accesso ai migliori centri medici alle tariffe più convenienti.

Nel 2025, sono continuate le tradizionali iniziative di welfare aziendale presso la sede produttiva in Romania: dalla possibilità di effettuare annualmente analisi del sangue direttamente presso la sede, allo svolgimento di visite oculistiche gratuite, fino al contributo per l'acquisto di occhiali da vista. Sempre nel 2025, è stata inoltre organizzata la campagna di vaccinazione antinfluenzale, estesa a tutti i dipendenti delle varie sedi corporate, a conferma dell'impegno del Gruppo.

Rientrano inoltre nell'impegno del Gruppo Moncler a favore del benessere dei propri dipendenti i diversi programmi messi in campo per promuovere la flessibilità lavorativa e il miglior equilibrio possibile tra lavoro e vita privata (vedi anche pagg. 192-193; 219). In particolare, il Gruppo sostiene tutti i dipendenti nell'organizzazione del proprio tempo, offrendo orari flessibili personalizzabili in base alle esigenze individuali e introducendo, per i collaboratori corporate, la possibilità di svolgere attività lavorativa da remoto, laddove applicabile.

[S1-5] OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI NEGATIVI RILEVANTI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Di seguito viene riportato il dettaglio degli obiettivi e dei risultati raggiunti nell'anno del Piano di Sostenibilità 2020-2025, relativi al pillar **Nurture Uniqueness**, che confermano gli impegni del Gruppo per promuovere l'applicazione delle politiche in ambito risorse umane.

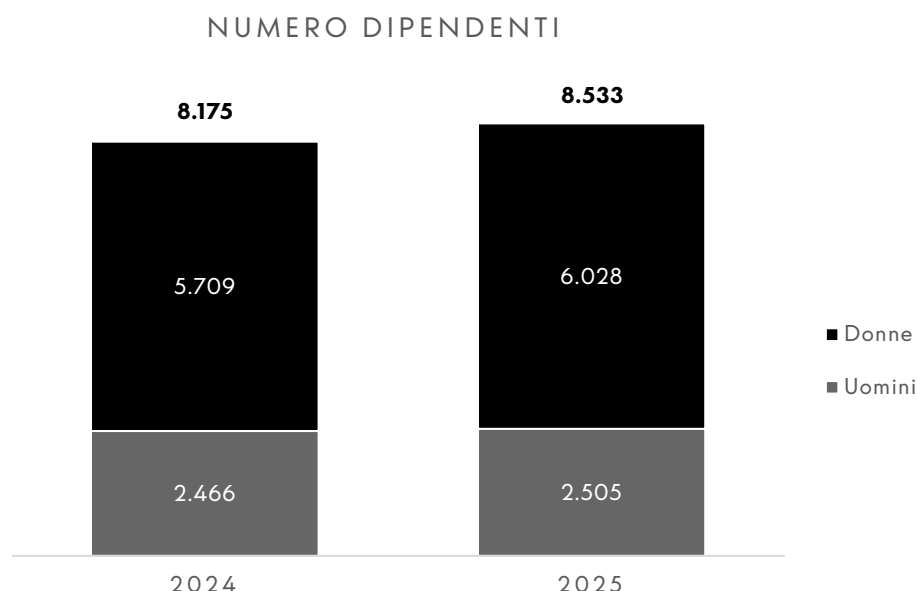
LEGENDA	
↑ Obiettivo superato	➤ Obiettivo on time
✓ Obiettivo raggiunto	○ Obiettivo posticipato
● Obiettivo parzialmente raggiunto	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
NURTURE UNIQUENESS	
Promuovere una cultura inclusiva attraverso la formazione [SDG 4; 5]	
2025 Aggiornamento del modello di leadership PIUMA, il sistema aziendale di valutazione della performance, con un focus sull'inclusività	✓ Lanciato BEYOND, il nuovo modello di valutazione della performance
Garantire la rappresentatività [SDG 4; 5]	
2025 ≥ 50% di donne sul totale della popolazione aziendale ≥ 50% di manager donne sul totale del management ≥ 50% di junior manager donne sul totale dei junior manager ≥ 50% di top manager donne sul totale dei top manager ≥ 50% di manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi ≥ 50% di donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM (<i>Science, technology, engineering, and mathematics</i>)	↑ 71% di donne sul totale della popolazione aziendale ↑ 53% di manager donne sul totale del management ↑ 55% di junior manager donne sul totale degli junior manager ● 43% di top manager donne sul totale dei top manager (<i>percentuale in crescita rispetto agli anni precedenti, ma target non pienamente raggiunto</i>) ↑ 54% di manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi ↑ 61% di donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM

Creare un sistema di procedure e politiche a supporto della <i>Diversity, Equity & Inclusion</i> (DE&I)	
Ongoing Rafforzamento dei sistemi di protezione dei dipendenti	✓ Lanciata una nuova campagna di comunicazione interna sulla procedura di <i>whistleblowing</i>
2025 Certificazione Equal Pay a livello mondo (perimetro marchio Moncler)	✓ Ottenuta la Certificazione Equal Pay per il marchio Moncler a livello mondo
2025 Pubblicazione di un <i>DE&I report</i>	✓ Report DE&I 2025 pubblicato a febbraio 2026
Valorizzare le persone [SDG 3]	
Ongoing Ripetizione annuale dell'analisi di clima interno a livello mondo	✓ Svolta la nona analisi di clima interno, MONVoice, con un tasso di risposta dell'81% coinvolgendo 7.307 persone a livello Gruppo

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si vedano le pagine 93-94.

[S1-6] CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA; [S1-9] METRICHE DELLA DIVERSITÀ

Al 31 dicembre 2025 il numero totale dei dipendenti del Gruppo Moncler era pari a 8.533⁶, in aumento rispetto al 2024 (+4%, equivalente a 358 persone in più). Tale crescita è stata guidata principalmente dalle aperture di nuovi punti vendita diretti, dall'espansione dei siti produttivi e dal rafforzamento della struttura corporate.



Genere	2024	2025
Donne	5.709	6.028
Uomini	2.466	2.505
Altro	n.a.	n.a.
Non comunicato	n.a.	n.a.
Totale	8.175	8.533

Per quanto riguarda le differenze tra generi, il peso percentuale delle donne sul totale dell'organico è predominante. La presenza femminile si attesta, infatti, a oltre il 70%, in linea con il 2024.

Numero di dipendenti a livello di alta dirigenza ⁷	2024	2025
Donne	60	62
% sul totale dell'alta dirigenza	41%	43%
Uomini	87	81
% sul totale dell'alta dirigenza	59%	57%

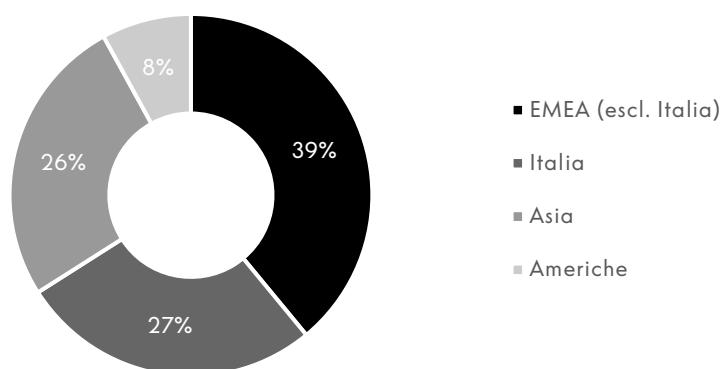
⁶ I valori del presente capitolo sono rendicontati considerando il numero effettivo di persone (Headcount - HC) al 31 dicembre 2025, valorizzando l'approccio orientato alle persone del Gruppo Moncler. Questo metodo rappresenta il conteggio totale dei dipendenti, indipendentemente dalla tipologia contrattuale o dall'impegno lavorativo (a tempo pieno, parziale, temporaneo, ecc.), offrendo una visione chiara e immediata della forza lavoro. Il numero totale di dipendenti corrisponde a quanto rendicontato nella voce 4.9 Costo del Personale delle Note Esplicative al Bilancio Consolidato.

⁷ Il valore include i dirigenti e i dirigenti senior.

Altro	n.a.	n.a.
% sul totale dell'alta dirigenza	n.a.	n.a.
Non comunicato	n.a.	n.a.
% sul totale dell'alta dirigenza	n.a.	n.a.
Totale	147	143

L'area geografica in cui si concentra la maggior parte dell'organico è l'EMEA inclusa l'Italia (66%). In questa regione si trovano le sedi corporate, i siti produttivi, il polo logistico oltre ai negozi di Moncler e Stone Island. A livello di singolo Paese, oltre all'Italia (27%), i dipendenti sono principalmente distribuiti in Romania (25%), Cina⁸ (10%), Giappone (9%) e, a seguire, negli Stati Uniti (6%).

DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA



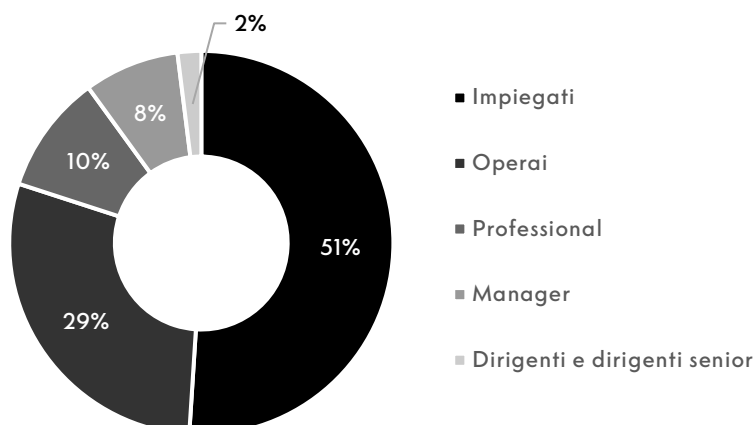
Paese	2024	2025
Italia	2.282	2.335
Romania	1.959	2.150
Cina ⁸	883	882
Giappone	773	788
Stati Uniti	464	521
Corea del Sud	438	464
Francia	358	359
Regno Unito	195	178
Germania	159	143
Svizzera	104	99
Canada	89	97
Austria	78	77
Altri paesi	393	440
Totale	8.175	8.533

La categoria professionale con il maggior numero di dipendenti è quella degli impiegati, che rappresentano il 51% dell'organico. Le categorie che registrano la maggiore crescita sono quella

⁸ La Cina include i dipendenti della Cina continentale, Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan Region.

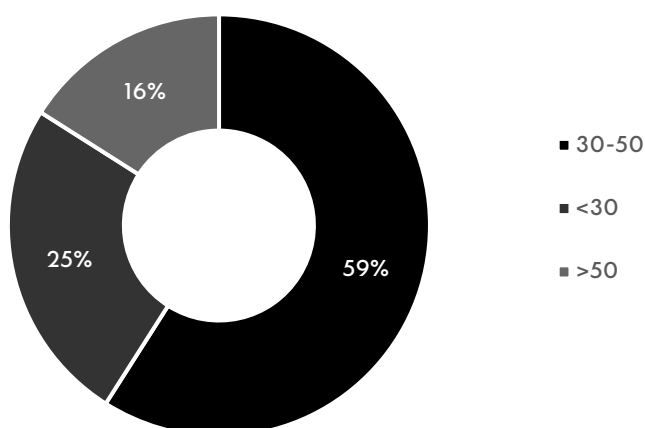
degli operai (+9%), grazie al processo di parziale internalizzazione della produzione e alla conseguente espansione dei siti produttivi, seguita da quella dei manager (+6%) a fronte del continuo investimento del Gruppo in figure di coordinamento per l'implementazione di attività e processi chiave. La percentuale di donne nella fascia manageriale (manager, senior manager, dirigenti e dirigenti senior) è pari al 53%.

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE



Le maggiori concentrazioni dei dipendenti sono nella fascia d'età tra "30 e 50 anni" e a seguire in quella "minore di 30 anni". L'età media è di 38 anni.

DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ



Nel 2025, l'88% dei contratti è a tempo indeterminato e di questi il 94% è a tempo pieno. I contratti a tempo determinato rappresentano circa il 12% del totale e sono principalmente legati alla stagionalità di alcune attività di business e commerciali. Nel corso dell'anno, 357 contratti a tempo determinato sono stati trasformati in contratti a tempo indeterminato, a dimostrazione di quanto il Gruppo si impegni a garantire il consolidamento e la fidelizzazione delle proprie persone. Le donne rappresentano il 72% della popolazione a tempo indeterminato e il 61% di quella a tempo determinato.

	Donne		Uomini		Altro		Non comunicato		Totale	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Numero di dipendenti	5.709	6.028	2.466	2.505	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	8.175	8.533
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	5.134	5.412	2.058	2.108	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	7.192	7.520
Numero di dipendenti a tempo determinato	575	616	408	397	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	983	1.013
Numero di dipendenti a orario variabile	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di dipendenti a tempo pieno	5.182	5.508	2.172	2.263	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	7.354	7.771
Numero di dipendenti a tempo parziale	527	520	294	242	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	821	762

	EMEA		AMERICHE		ASIA		Totale	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Numero di dipendenti	5.429	5.657	576	656	2.170	2.220	8.175	8.533
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	4.852	5.097	482	528	1.858	1.895	7.192	7.520
Numero di dipendenti a tempo determinato	577	560	94	128	312	325	983	1.013
Numero di dipendenti a orario variabile	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di dipendenti a tempo pieno	4.910	5.172	434	482	2.010	2.117	7.354	7.771
Numero di dipendenti a tempo parziale	519	485	142	174	160	103	821	762

Nel 2025, il turnover negativo del Gruppo è stato pari al 13,5%⁹ in calo rispetto al 2024 (17,8%). Tale valore scende a 10,7% se si considerano i soli dipendenti con contratto a tempo indeterminato. Questo dato è legato a dinamiche tipiche del personale retail, un fenomeno ritenuto “fisiologico” rispetto al contesto competitivo del settore di attività. Nel corso dell’anno sono state assunte, con contratto a tempo indeterminato o determinato, circa 1.910 persone, di cui circa il 66% donne e il 44% di età inferiore ai 30 anni. Le persone che hanno lasciato il Gruppo sono state 1.552¹⁰.

⁹ Il turnover negativo è calcolato rapportando i dipendenti a tempo determinato e indeterminato che nel corso del 2025 hanno lasciato il Gruppo su base volontaria o a causa di licenziamento, pensionamento o decesso (1.151) rispetto al totale dell’organico (8.533) in forza al 31 dicembre 2025. Nel 2025, il turnover volontario è stato pari al 11% (10,1% nel 2024).

¹⁰ Il dato include, oltre ai dipendenti che hanno lasciato il Gruppo su base volontaria o a causa di licenziamento, pensionamento o decesso, anche coloro che hanno lasciato il Gruppo alla scadenza del contratto a tempo determinato.

[S1-7] CARATTERISTICHE DEI LAVORATORI NON DIPENDENTI NELLA FORZA LAVORO PROPRIA DELL'IMPRESA

A fine 2025, le altre forme di collaborazione (stage, interinali ecc.), nel rispetto di quanto previsto dalle disposizioni di legge e in relazione alle esigenze di business, hanno riguardato 604 persone. Circa il 68% sono stage, considerati un'importante fonte di reperimento dei futuri talenti del Gruppo, mentre il 32% sono lavoratori con contratto di somministrazione con la prospettiva di una progressiva stabilizzazione nell'organico.

	2024	2025
Numero totale di lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria	538	604
Numero totale di lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria – lavoratori autonomi e lavoratori messi a disposizione da imprese che svolgono principalmente attività di collocamento ¹¹	155 ¹²	193
Numero totale di lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria – stage	383	411

[S1-8] COPERTURA DELLA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA E DIALOGO SOCIALE

Tutti i dipendenti in Italia, Romania, Corea del Sud, Francia, Austria, Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Brasile e Repubblica Ceca e una parte dei dipendenti in Svizzera sono coperti da contratti collettivi di lavoro, con una copertura di circa il 65% dei dipendenti nel mondo. In Italia, Romania e Francia, tutti i dipendenti sono coperti dai rappresentanti dei lavoratori.

	Copertura della contrattazione collettiva		Dialogo sociale
Tasso di copertura	Lavoratori dipendenti – Sistema Economico Europeo (SEE) per Paese	Lavoratori dipendenti – Al di fuori del Sistema Economico Europeo per Region	Rappresentanza sul luogo di lavoro (soltanto SEE) per Paese
0-19%		EMEA (esclusi i Paesi SEE), Americhe	
20-39%		Asia	
40-59%			
60-79%			
80-100%	Italia, Romania, Francia, Austria, Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Repubblica Ceca		Italia, Romania, Francia

¹¹ Il dato non include la categoria dei consulenti e dei lavoratori autonomi che svolgono un'attività lavorativa regolare presso le sedi del Gruppo.

¹² Valore rettificato.

[S1-10] SALARI ADEGUATI

Tutti i dipendenti del Gruppo, senza differenze di genere, percepiscono livelli salariali di ingresso uguali o superiori al minimo previsto dalla legge o dalla contrattazione collettiva, come evidenziato anche dall'analisi sul *living wage* svolta annualmente sull'intera popolazione aziendale¹³ secondo la metodologia di *Fair Wage Network*, descritta a pagg. 225; 229-230.

[S1-11] PROTEZIONE SOCIALE

I livelli di protezione sociale offerti dal Gruppo ai propri dipendenti sono conformi agli standard di legge vigenti nei Paesi in cui opera e, in alcuni casi, migliorativi grazie all'adozione di politiche specifiche. Un esempio è la *New Parents Policy* (vedi pagg. 192; 205), che introduce uno standard minimo a livello globale che garantisce un congedo interamente retribuito della durata di 16 settimane per tutti i neogenitori dipendenti dei brand Moncler e Stone Island, indipendentemente dal genere, stato civile o orientamento sessuale e affettivo, tenendo quindi in considerazione la componente di retribuzione sia fissa sia quella variabile, e integrando qualsiasi importo riconosciuto a livello locale dalle autorità, dalle leggi e dagli accordi di contrattazione collettiva.

Per quanto riguarda malattia, disoccupazione (a partire dall'inizio del rapporto di lavoro), infortunio sul lavoro, disabilità acquisita e pensionamento, il Gruppo si attiene alla normativa locale per garantire la copertura di tali eventi ai dipendenti. Si evidenzia che in dieci Paesi (Italia, Giappone, Regno Unito, Emirati Arabi Uniti, Irlanda, Danimarca, Norvegia, Paesi Bassi, Svezia e Spagna), le normative locali possono prevedere limitazioni legate a requisiti contributivi, anzianità aziendale o partecipazione a fondi previdenziali.

[S1-12] PERSONE CON DISABILITÀ

Il Gruppo gestisce l'inserimento di persone diversamente abili conformemente alle regole e alle prassi previste dalle leggi applicabili e incentiva i diversi dipartimenti aziendali nell'inclusione di persone diversamente abili. Ogni inserimento viene valutato rispettando e considerando le esigenze e le capacità di ogni singola persona, prevedendo le corrette postazioni di lavoro ed eventualmente modulando l'orario lavorativo. Così facendo, le persone vengono tutelate e messe nelle condizioni di poter dare il meglio di sé.

Al 31 dicembre 2025, i dipendenti diversamente abili in Italia, Romania, Corea del Sud, Germania e Cina erano 111, in aumento del 13% rispetto al 2024. Nei prossimi anni, il Gruppo continuerà a pianificare l'inserimento di ulteriori persone, con diversi gradi di disabilità, anche attraverso la collaborazione con gli enti istituzionali preposti all'inserimento lavorativo mirato.

¹³ Nel 2025, in tutti i Paesi in cui il Gruppo è presente, i dipendenti ricevono una retribuzione media superiore al living wage, in linea con il 2024.

[S1-13] METRICHE DI FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

SVILUPPO

Il processo di valutazione è applicato a tutti i ruoli organizzativi, sia corporate sia retail, in tutto il mondo. Nel corso dell'anno, nel Gruppo, sono state valutate 7.303 persone (86% dell'organico a fine anno) di cui il 72% donne e il 28% uomini, corrispondenti al 100%¹⁴ della popolazione elegibile¹⁵.

Oltre a questo processo di valutazione annuale strutturato, il Gruppo promuove processi continui di conversazione agile tra manager e dipendenti durante tutto l'anno, che permettono loro di fornire e ricevere feedback continui al fine di aumentare la consapevolezza e riesaminare obiettivi e ostacoli al raggiungimento delle performance.

FORMAZIONE

Nel 2025 sono stati investiti oltre 3,3 milioni di Euro in formazione, in aumento del 14% rispetto al 2024 e sono state erogate 313.119 ore (circa 290.500 nel 2024) a favore di oltre 8.105 dipendenti (7.607 nel 2024).

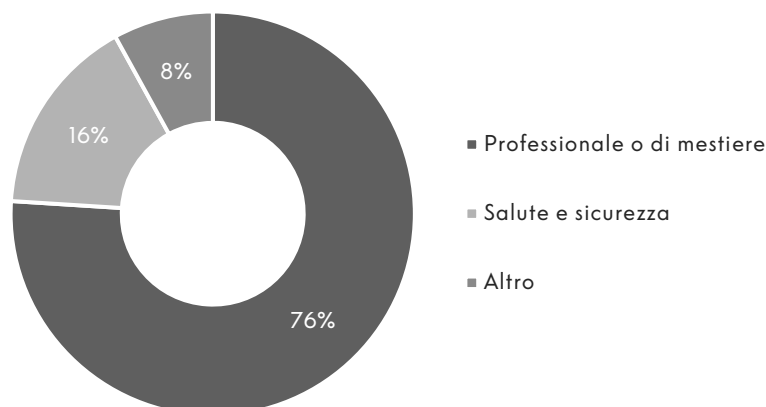
L'incremento delle ore di formazione è attribuibile all'ampliamento dei percorsi dedicati alla forza vendita e alle funzioni corporate così come al rafforzamento dei programmi di formazione tecnico-professionale nei siti produttivi.

Le persone formate sono state per il 49% impiegati, seguiti da operai (30%), professional (10%), manager (9%) e dirigenti e dirigenti senior (2%).

Le ore medie pro capite sono state pari a 36,7 (circa 42 per le donne e 24 per gli uomini) in lieve crescita rispetto al 2024 (35,5).

Nel 2025 l'investimento maggiore ha riguardato la formazione tecnico-professionale, che rappresenta il 76% dei corsi erogati sia per la forza vendita sia per i dipendenti delle sedi corporate. Inoltre, è stato mantenuto alto l'impegno nella formazione sulla salute e sicurezza, pari al 16% delle ore totali. Infine, sono state erogate circa 8.900 ore di formazione sul tema dei diritti umani (+34% rispetto al 2024).

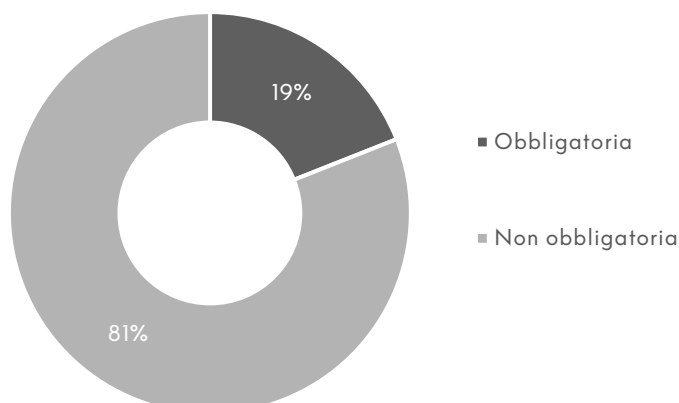
AMBITO DI FORMAZIONE



¹⁴ La percentuale è stata calcolata sulla popolazione elegibile 2025 con contratto a tempo indeterminato, base dati su cui è stato avviato il processo di valutazione 2025.

¹⁵ La popolazione elegibile include tutti i dipendenti in forza al 30 settembre dell'anno di riferimento. Il criterio è stato rivisto nel 2025 alla luce del nuovo modello di valutazione della performance "BEYOND", di conseguenza, per il 2024 non è disponibile un dato comparabile.

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE



[S1-14] METRICHE DI SALUTE E SICUREZZA

Tutti i dipendenti di Moncler e Stone Island e i lavoratori dei fornitori di servizi che lavorano presso le sedi del Gruppo, come le imprese di vigilanza, di pulizie, facchinaggio e manutenzioni, sono coperti dal sistema di gestione della salute e sicurezza aziendale secondo lo standard ISO 45001, che prevede audit svolti da funzioni interne e da enti esterni.

Nel 2025 gli infortuni dei dipendenti sono stati pari a 30 in linea rispetto al 2024 (28). Si tratta di infortuni avvenuti principalmente nel canale retail e connessi all'attività quotidiana svolta presso il punto vendita. Nell'anno non è stato registrato nessun incidente mortale, né tra i dipendenti né tra i lavoratori dei fornitori di servizi che lavorano presso le sedi del Gruppo.

Con riferimento alle malattie professionali, ovvero quelle malattie causate da una graduale e progressiva azione lesiva sull'organismo del lavoratore, in rapporto causale diretto con il lavoro svolto, queste sono monitorate dal Gruppo con lo scopo di identificare le condizioni degli ambienti di lavoro che ne possono aver favorito l'insorgenza, verificare la presenza di eventuali rischi residui e porre in essere le necessarie azioni correttive, per evitare il loro ripetersi. Nel 2025 non è stato registrato alcun caso di malattia connessa al lavoro.

	Lavoratori dipendenti	
	2024	2025
Percentuale di forza lavoro coperta dal sistema di gestione della salute e della sicurezza in base a prescrizioni giuridiche o orientamenti e standard riconosciuti	100%	100%
Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	-	-
Numero di decessi dovuti a lesioni connesse al lavoro	-	-
Numero di decessi dovuti a malattie connesse al lavoro	-	-
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	28	30
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	2,0	2,0
Numero di casi di malattie connesse al lavoro registrabili	-	-
Numero di giorni persi a causa di lesioni e decessi sul lavoro dovuti a infortuni sul lavoro e malattie connesse al lavoro e decessi a seguito di malattie	1.387	1.298

	2024	2025
Numero di decessi dovuti a lesioni o malattie connesse al lavoro di altri lavoratori che operano nei siti dell'impresa	-	-
Numero di decessi dovuti a lesioni connesse al lavoro di altri lavoratori che operano nei siti dell'impresa	-	-
Numero di decessi dovuti a malattie connesse al lavoro di altri lavoratori che operano nei siti dell'impresa	-	-

Nel 2025, è continuato l'impegno del Gruppo nel monitoraggio degli indici infortunistici dei dipendenti del fornitore di servizi che gestisce il polo logistico di Castel San Giovanni (Piacenza) certificato secondo lo standard SA8000 con l'obiettivo di garantire ottimali condizioni di lavoro. Nell'anno presso il polo logistico si è registrato un indice di gravità¹⁶ sul posto di lavoro pari a 0,09 (0,11 nel 2024) e un indice di frequenza¹⁷ sul posto di lavoro pari a 2,66 (3,25 nel 2024). Inoltre, il monitoraggio è stato esteso anche ad altri fornitori di servizi ritenuti maggiormente esposti a rischio sicurezza, facendo registrare un indice di frequenza totale per tutti i fornitori monitorati pari a 3,89 (4,25 nel 2024).

[S1-15] METRICHE DELL'EQUILIBRIO TRA VITA PROFESSIONALE E VITA PRIVATA

Nel corso del 2025, l'87% dei dipendenti del Gruppo Moncler, in linea con il 2024 (86%), ha avuto diritto a tutte le tipologie di congedo per motivi familiari, tra maternità, paternità, congedo parentale e congedo per prestatori di assistenza. Di questi, 814 persone hanno effettivamente usufruito di tali congedi, pari all'11% degli aventi diritto (8% nel 2024), con una distribuzione dell'82% tra le dipendenti donne e del 18% tra i dipendenti uomini.

L'impegno del Gruppo a valorizzare la genitorialità e l'equilibrio tra vita privata e professionale dei propri dipendenti è testimoniato anche dall'adozione della *New Parents Policy* (descritta a pag. 192-193).

Inoltre, in merito al congedo per assistenza ai familiari, la maggior parte dei dipendenti ne ha diritto in conformità con la legislazione nazionale nei Paesi in cui è previsto. Nei Paesi in cui non è previsto, il Gruppo supporta i dipendenti con misure adeguate a tutelare il benessere di coloro che ne necessitano.

¹⁶ Indice di gravità: (numero di giornate perse per infortuni sul lavoro/numero totale di ore lavorate) x 1.000.

¹⁷ Indice di frequenza: (numero di infortuni/numero totale di ore lavorate) x 1.000.000.

[S1-16] METRICHE DI RETRIBUZIONE (DIVARIO RETRIBUTIVO E RETRIBUZIONE TOTALE)

Nel 2025, il divario retributivo medio di genere nel Gruppo, calcolato considerando la differenza retributiva media tra uomini e donne per ciascun livello di inquadramento e ponderata per la distribuzione dell'organico nelle categorie professionali, è pari al 6% (7% nel 2024). In particolare, i livelli retributivi delle donne evidenziano degli scostamenti tra il 3% e il 23% rispetto a quelli degli uomini, ad eccezione della categoria dei manager, per la quale i livelli salariali delle donne sono superiori. Tali scostamenti riflettono la media delle retribuzioni dei dipendenti nelle diverse categorie organizzative, quindi, non considerano criteri quali l'anzianità aziendale, il livello di responsabilità, la performance individuale e il percorso professionale precedente all'ingresso nel Gruppo. Se calcolato come media aritmetica dei livelli salariali, senza considerare tra gli altri fattori la distribuzione delle categorie professionali, il divario retributivo medio di genere sarebbe pari a circa il 31% (32% nel 2024). Dal 2023, in coerenza con l'obiettivo di ottenere una certificazione sull'equità salariale, il Gruppo ha adottato la metodologia sviluppata da EDGE¹⁸ per condurre le analisi sui salari al fine di identificare e spiegare eventuali differenze non motivate (*unexplained gap*). Nel 2025, la certificazione EDGE è stata ottenuta a livello globale per il marchio Moncler: l'analisi, che ha coinvolto oltre l'85% dei dipendenti, ha mostrato scostamenti salariali *unexplained* compresi entro la soglia del 5%.

Con riferimento al rapporto tra il totale dei compensi percepiti dal Presidente e Amministratore Delegato in relazione al 2025 rispetto alla remunerazione totale annua mediana di tutti i dipendenti del Gruppo, il valore è pari a 124:1 (192:1 nel 2024).

[S1-17] INCIDENTI, DENUNCE E IMPATTI GRAVI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI

Nel 2025 sono pervenute 53 segnalazioni (29 nel 2024) di potenziali violazioni del Codice Etico in materia di condizioni di lavoro e diritti umani attraverso i canali di segnalazione messi a disposizione dei dipendenti, come ad esempio il sistema di *whistleblowing*. Di queste, 11 casi hanno riguardato episodi di comportamenti molesti e/o violenti e/o discriminatori (sette nel 2024). Sulla base delle indagini condotte, in sette casi è stato valutato di interrompere il rapporto di lavoro, in tre casi sono stati adottati provvedimenti di diverso tipo, tra cui sospensioni temporanee e attività di sensibilizzazione dei soggetti interessati da parte del dipartimento Risorse Umane delle Region di riferimento, mentre un caso è ancora in fase di investigazione. Per nessuno degli episodi sopra descritti sono state ricevute ammende o sanzioni né sono stati effettuati risarcimenti danni. Infine, nel corso dell'anno non si è verificato alcun incidente grave in materia di diritti umani.

¹⁸ Il processo per ottenere la certificazione Equal Pay prevede un'analisi approfondita delle retribuzioni all'interno dell'azienda, della rappresentanza di genere a tutti i livelli organizzativi, delle politiche in ambito risorse umane applicate in azienda e della percezione dei dipendenti in materia di diversità, equità e inclusione. Quest'ultima viene rilevata attraverso un'indagine anonima. In particolare, l'analisi delle retribuzioni è condotta attraverso una metodologia di regressione lineare, che viene ponderata considerando fattori come ruolo, scopo geografico della posizione, esperienza e performance, senza discriminazioni di genere. Il processo si articola in diverse fasi: in primis, viene condotta un'analisi che valuta le retribuzioni in base a variabili oggettive. Se emergono disparità, queste vengono esaminate e, se non giustificate da fattori legittimi come esperienza o performance, vengono adottati piani di azione per eliminarle. Infine, un ente esterno verifica che l'azienda rispetti gli standard internazionali, certificando il rispetto dei criteri di parità salariale richiesti dalla metodologia EDGE.

S2

LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE

[S2 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	222
[S2-1] Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore.....	223
[S2-2] Processi di coinvolgimento dei lavoratori nella catena del valore in merito agli impatti.....	225
[S2-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni; [S2-4] Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni	226
[S2-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	232

[S2 SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

La catena del valore del Gruppo Moncler comprende, a monte, i lavoratori delle imprese fornitrici (incluse quelle coinvolte nella produzione di materie prime, i *façonisti*, i fornitori di prodotto finito commercializzato e quelli di servizi) e, nella fase a valle, i lavoratori dei partner commerciali del canale wholesale. Nell'ambito dell'analisi di doppia rilevanza sono stati individuati potenziali impatti negativi e rischi prevalentemente presso i lavoratori delle fasi a monte della catena del valore ovvero quelli appartenenti alla catena di fornitura (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo).

La filiera di Moncler e quella di Stone Island riflettono la complessità tipica del settore moda e sono caratterizzate da una rete di fornitori con cui il Gruppo mantiene rapporti contrattuali diretti (Tier 1) che, a loro volta, possono avvalersi, ove autorizzati, della collaborazione di altri operatori (Tier n). Nel corso del 2025 i fornitori Tier 1 erano 620¹, in crescita rispetto allo scorso anno.

I fornitori (Tier 1 e Tier n) si dividono in quattro macrocategorie: materie prime, *façonisti*, commercializzato e servizi.

I **fornitori di materie prime** forniscono principalmente tessuti, filati, piuma, pelli e accessori di produzione (bottoni, zip, nastri, elastici, ecc.). I tessuti provengono soprattutto da Italia, Giappone, Corea del Sud, Cina continentale e Francia. I fornitori di filati, così come quelli degli accessori di produzione, sono invece prevalentemente italiani, mentre quelli di piuma sono europei, nord americani e asiatici.

I **façonisti** sono fornitori che impiegano lavoratori ad elevato know-how tecnico ai quali il Gruppo affida la realizzazione del prodotto finito o alcune fasi di lavorazione intermedie (tintorie in capo, ricamifici, ecc.), fornendo loro tutte le materie prime necessarie. Sono incluse in questa macrocategoria anche le tintorie che eseguono la tintura in capo, processo che Stone Island affida direttamente a fornitori selezionati, prevalentemente situati in Italia. L'intero processo di confezionamento è monitorato da tecnici di produzione e della qualità del Gruppo, che ne verificano l'allineamento con gli standard richiesti attraverso una metodologia rigorosa e verifiche sul campo. Con questa modalità vengono prodotti capispalla, pantaloni, gonne, abiti, la maglieria tricot e parte della maglieria tagliata. I *façonisti* sono prevalentemente localizzati in Italia e nell'Europa dell'Est, aree dove una lunga tradizione manifatturiera garantisce expertise tecnica e un'adeguata capacità produttiva. In particolare, l'Italia è caratterizzata da un forte know-how relativo a lavorazioni particolarmente complesse e peculiari.

I **fornitori di prodotto finito commercializzato** sono i fornitori i cui lavoratori, ricevuto il disegno tecnico di prodotto, si occupano della realizzazione completa del capo, inclusa la fase di approvvigionamento delle materie prime, secondo gli standard del Gruppo; Moncler, inoltre, può fornire, ai propri fornitori di commercializzato, alcune materie prime considerate strategiche come ad esempio piuma, nylon e materiali logati. Durante la realizzazione del capo vi è una continua interazione tra il fornitore e i tecnici del Gruppo che intervengono in loco e supervisionano il processo in modo scrupoloso, per verificare che il prodotto finale rispecchi l'elevato livello di qualità atteso. Parte della maglieria tagliata (soprattutto t-shirt e polo), una parte dei *soft accessories* (come cappellini e guanti), scarpe e borse e piccola pelletteria sono realizzati prevalentemente con questa modalità. In particolare, per quanto riguarda la maglieria tagliata i fornitori sono localizzati in Europa e in Turchia; le calzature sono realizzate da fornitori in Asia e Italia; le borse e la piccola pelletteria sono realizzate da fornitori europei, prevalentemente italiani.

I **fornitori di servizi** supportano il Gruppo Moncler nei processi di modellieria, prototipia e di controllo qualità e sono situati prevalentemente nelle vicinanze delle sedi aziendali.

¹ Dal conteggio sono esclusi i fornitori con un fatturato d'ordine inferiore a 1.000 Euro l'anno.

Per quanto riguarda invece i **fornitori indiretti**, si tratta di partner che forniscono beni e servizi non direttamente correlati alla produzione del prodotto, tra cui le imprese di servizi di costruzione, vigilanza, pulizie, facchinaggio e manutenzioni, logistica e consulenza.

L'eterogeneità dei fornitori, la loro distribuzione geografica, la natura di alcune lavorazioni e servizi, la variabilità stagionale della produzione, potrebbero comportare potenziali impatti negativi sui lavoratori della filiera relativamente ad alcuni temi legati ai diritti umani (per esempio, lavoro forzato o minorile, diritto alla contrattazione collettiva, ecc.), nonché a standard lavorativi non adeguati (gestione dei contratti e degli orari, pagamento dei salari, sistemi di salute e sicurezza sul lavoro, ecc.) e alla stabilità dell'occupazione. Tali impatti potrebbero tradursi in potenziali rischi reputazionali per il Gruppo.

Per affrontare queste sfide, il Gruppo dedica risorse significative alla prevenzione dei rischi e al monitoraggio delle potenziali violazioni delle leggi applicabili e dei propri standard lungo la catena di fornitura. In questo contesto, presupposto fondamentale è la tracciabilità della filiera, che consente una conoscenza sempre più approfondita e permette al contempo di definire un sistema strutturato di *due diligence*, con un focus particolare sui fornitori i cui lavoratori potrebbero essere in situazioni di maggiore vulnerabilità.

[S2-1] POLITICHE CONNESSE AI LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE

Il Gruppo Moncler ha adottato specifiche politiche al fine di promuovere una catena del valore responsabile nei Paesi in cui opera e gestire o mitigare rischi teorici e potenziali impatti negativi.

I **Codici Etici** del marchio Moncler e del marchio Stone Island racchiudono l'insieme dei valori che entrambi i Marchi riconoscono, condividono e promuovono anche presso i partner. Ai dipendenti e collaboratori è richiesto di agire con onestà e integrità e di costruire con gli stakeholder relazioni basate sulla fiducia reciproca, affinché la crescita sia guidata dal principio del valore condiviso. In particolare, attraverso i Codici, il Gruppo richiede ai propri partner il medesimo impegno e, tra gli altri requisiti, anche di non intrattenere consapevolmente, né direttamente né indirettamente, rapporti di qualsiasi natura con soggetti che violino in qualsiasi modo le norme in materia di standard lavorativi adeguati, con particolare, ma non esclusivo, riferimento al contrasto al lavoro minorile e al lavoro forzato nonché alla tutela della salute e sicurezza (vedi anche pagg. 252-253).

Il **Codice di Condotta dei Fornitori** del Gruppo illustra le aspettative rispetto al modo di operare dei partner. Esso si compone di sei sezioni (Lavoro e Diritti Umani – che include il divieto di qualsiasi forma di lavoro forzato e minorile –, Salute e Sicurezza, Ambiente, Salute e Benessere Animale, Sicurezza e Qualità dei prodotti e dei servizi ed Etica Aziendale) e contiene i requisiti obbligatori a cui i fornitori devono attenersi per poter instaurare o proseguire una collaborazione con il Gruppo.

La **Politica Diritti Umani** del Gruppo, parte integrante del Codice Etico e predisposta con il supporto tecnico dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), definisce i principi alla base dell'impegno del Gruppo a rispettare e promuovere i diritti fondamentali dell'uomo e a prevenire o mitigare qualsiasi impatto negativo delle proprie attività attraverso un approccio basato su criteri di valutazione del rischio a tutti i livelli della propria catena del valore.

Tali documenti si ispirano alle principali normative, regolamentazioni, standard nazionali e internazionali in tema di responsabilità sociale d'impresa, di corporate governance, di diritti umani e di tutela dell'ambiente, come la Carta Internazionale dei Diritti delle Nazioni Unite, la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, la Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione europea, gli standard di lavoro dignitoso contemplati nelle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), i 10 principi del Global Compact delle Nazioni Unite, ecc..

Codici e politiche vengono aggiornati periodicamente per rispondere alle esigenze e alle aspettative dei portatori di interessi, per garantire l'allineamento alle migliori *best practice* internazionali e per integrarli alla luce di tematiche di sostenibilità emergenti.

Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo è l'organo responsabile per l'approvazione, l'adozione e la supervisione del rispetto dei documenti sopra descritti.

I documenti sono pubblicati, in lingua italiana e inglese, sul sito internet monclergroup.com nella Sezione "Sostenibilità/Governance e Politiche".

A tutti i fornitori², in fase contrattuale, è richiesto di sottoscrivere il Codice Etico, con le Politiche a esso correlate, e il Codice di Condotta dei Fornitori. Con la sottoscrizione i fornitori si impegnano a rispettarne i principi e a farli rispettare ai propri subfornitori oltre che a esporre tali documenti nei luoghi di lavoro per renderli facilmente consultabili dai lavoratori.

Moncler pubblica annualmente il **Modern Slavery Statement**³ al fine di comunicare in modo trasparente l'approccio alla gestione del tema dei diritti umani. In particolare, il documento descrive le misure adottate, in conformità a quanto previsto dalla legge del Regno Unito "Modern Slavery Act 2015 – Section 54", dalla legge del Canada "Fighting Against Forced Labour and Child Labour in Supply Chain Act" e dal "California Transparency in Supply Chains Act of 2010", per prevenire e contrastare ogni forma di schiavitù moderna, lavoro forzato, minorile e traffico di esseri umani nel proprio perimetro diretto e lungo la catena di fornitura.

² Circa il 95% dei contratti significativi di Gruppo include il rispetto del Codice Etico dei Marchi.

³ Disponibile sul sito www.monclergroup.com nella sezione "Sostenibilità/Governance e Politiche".

[S2-2] PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DEI LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE IN MERITO AGLI IMPATTI

Il Gruppo attribuisce grande importanza al dialogo e alla condivisione di buone pratiche con i propri fornitori, sia in ambito tecnico a beneficio delle attività di business, sia in ambito sociale e ambientale, per promuovere comportamenti responsabili. L'Unità di Sostenibilità, il dipartimento Operations & Supply Chain e la funzione di Internal Audit collaborano strettamente per garantire un ascolto continuo lungo la catena di fornitura. Tale ascolto si sviluppa attraverso molteplici canali, che spaziano da incontri periodici informali a momenti più istituzionali strutturati. Per rafforzare ulteriormente questo rapporto e semplificare lo scambio di informazioni e documentazione è operativo un **portale web dedicato** ai fornitori del Gruppo.

Consapevoli dell'importanza di prendere in considerazione anche i riscontri dei dipendenti dei fornitori, gli audit etico-sociali e ambientali condotti da enti terzi qualificati per conto del Gruppo includono **interviste dedicate**. Queste interviste coinvolgono un campione rappresentativo di lavoratori presso i fornitori sottoposti ad audit e sono svolte in modo anonimo senza la presenza del management, per favorire un ambiente in cui le persone possano esprimersi liberamente.

Le interviste approfondiscono temi fondamentali come le condizioni di lavoro, il rispetto dei diritti umani, il benessere dei dipendenti, nonché la compliance sotto il punto di vista giuslavoristico in relazione alle norme e standard applicabili, la conoscenza e la comprensione dei meccanismi di segnalazione messi a disposizione dal Gruppo, la libertà di associazione e il rispetto delle normative in materia di salute e sicurezza. Un'attenzione particolare è riservata alle categorie più vulnerabili, come i lavoratori migranti e/o rifugiati, per garantire che le loro specifiche esigenze e condizioni siano adeguatamente tutelate.

Un ulteriore canale attraverso il quale il Gruppo è aggiornato e sensibilizzato sulle tematiche relative ai lavoratori dei fornitori, è la stretta **collaborazione con enti e organizzazioni** esperti in diritti umani. Per esempio, il Gruppo collabora attivamente con *Fair Wage Network*, un'organizzazione indipendente che si dedica a promuovere pratiche salariali eque nelle catene di fornitura globali. *Fair Wage Network* aggiorna annualmente il proprio database sui livelli di *living wage* in ogni paese, ovvero il salario sufficiente a coprire le necessità di base, coinvolgendo i lavoratori di diverse aziende di vari settori attraverso indagini e interviste per offrire una panoramica aggiornata delle condizioni economiche reali nelle filiere globali.

Inoltre, il Gruppo Moncler si avvale del supporto dell'*Helpdesk for Business* dell'*OIL*, un punto di riferimento per i responsabili aziendali e i lavoratori relativamente agli standard internazionali del lavoro e alle buone relazioni industriali per proteggere dialogo sociale e condizioni di lavoro.

Grazie al dialogo costante con gli esperti di tali realtà internazionali, il Gruppo acquisisce una visione approfondita e aggiornata delle sfide e delle priorità del settore, migliorando così sia la capacità di prendere decisioni consapevoli e responsabili sia la qualità del dialogo con la controparte e i suoi lavoratori.

[S2-3] PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO AI LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE DI ESPRIMERE PREOCCUPAZIONI; [S2-4] INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE E APPROCCI PER LA GESTIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI PER I LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

Per promuovere una gestione adeguata e responsabile dei lavoratori lungo la catena del valore, il Gruppo ha adottato un **sistema integrato di due diligence** in linea con le linee guida dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) che include, oltre alla definizione di standard e politiche a cui i fornitori si devono attenere, anche processi di analisi dei rischi, azioni di mitigazione, verifica della compliance da parte di enti terzi specializzati ed eventuali piani di rimedio, oltre alla messa a disposizione di piattaforme di segnalazione e reclamo.

Il processo di *due diligence* copre la verifica del rispetto dei diritti umani riconosciuti nella Politica sui Diritti Umani di Gruppo, inclusi, tra gli altri, il divieto di lavoro forzato, di lavoro minorile, di ogni forma di discriminazione e di traffico di esseri umani, la libertà di associazione, il diritto alla contrattazione collettiva, la promozione di una remunerazione e di orari lavorativi equi, la tutela della salute e sicurezza sul lavoro. Tale processo si estende anche alle tematiche ambientali come la lotta al cambiamento climatico, la tutela della biodiversità e la gestione dei consumi idrici.

L'Unità di Sostenibilità con la funzione di Internal Audit, la funzione Legal e il dipartimento Operations & Supply Chain rafforza e aggiorna costantemente il processo di *due diligence* in risposta alle normative emergenti.

Il processo è integrato da un **sistema di whistleblowing** che consente di raccogliere e gestire segnalazioni di comportamenti illeciti o non conformi agli standard richiesti. Questo sistema, che garantisce l'anonimato del segnalante, può essere utilizzato, oltre che dai dipendenti del Gruppo, da qualsiasi persona esterna alla Società inclusi i lavoratori appartenenti alla catena del valore (vedi anche pagg. 253-254).

I fornitori sono tenuti a esporre nei luoghi di lavoro il Codice Etico che descrive in dettaglio i canali e le modalità di segnalazione. Il Gruppo si impegna a verificare, durante gli audit etico-sociali e ambientali, che i lavoratori dei fornitori siano nelle condizioni di conoscere l'esistenza e il funzionamento del sistema di *whistleblowing*.

Il processo di *due diligence* si declina a partire dalla definizione e adozione di politiche specifiche, essenziali per promuovere una gestione trasparente e responsabile della filiera, descritte a pagg. 223-224, e si articola nei seguenti step:

- **Valutazione dei rischi**

L'analisi dei rischi è svolta con diversi strumenti ed è applicata alle diverse entità che costituiscono la catena del valore e considera tutte le sedi del Gruppo Moncler, le relazioni commerciali esistenti e potenziali (ad esempio fusioni o acquisizioni), fornitori potenziali ed effettivi, subfornitori e loro dipendenti, includendo donne, bambini, popolazioni indigene e comunità locali, in qualsiasi modo collegati o impattati, anche indirettamente, dalle attività del Gruppo.

In particolare, annualmente, il Gruppo, con il supporto tecnico di un partner indipendente e internazionale specializzato, conduce una valutazione specifica del rischio ambientale e di violazione dei diritti umani lungo la catena del valore. L'analisi, svolta a livello Paese, copre le fasi del processo produttivo. Come risultato di questo progetto è stata definita una mappatura per area geografica del profilo di rischio potenziale per ciascuno dei principali diritti umani, tra cui salari dignitosi, salute e sicurezza sul lavoro, discriminazione sul posto di lavoro, lavoro minorile, lavoro forzato, orari di lavoro non adeguati, tratta di esseri umani, lavoratori migranti, libertà di associazione e di contrattazione collettiva.

L'analisi di valutazione di rischio teorico ha confermato che i servizi e i processi produttivi svolti dal Gruppo nelle sedi a gestione diretta non presentano un profilo di rischio significativo di potenziale violazione dei diritti umani, mentre quelli gestiti dai fornitori diretti del Gruppo e dalle loro filiere sono caratterizzati da livelli diversificati di rischio. In particolare, le fasi della filiera relative alla coltivazione di cotone e alle lavorazioni intermedie del prodotto finito potrebbero essere potenzialmente caratterizzate da profili di rischio maggiore rispetto ad altre fasi. Per tale motivo, il Gruppo gestisce processi di monitoraggio e prevenzione volti a mitigare tali rischi lungo l'intera filiera. Tra i diritti umani analizzati nella filiera, la garanzia di salari dignitosi è risultato essere tra quelli potenzialmente a rischio e, infatti, il Gruppo è impegnato nel monitoraggio della tematica attraverso la conduzione di specifiche analisi sul *living wage* (vedi anche pagg. 229-230). Infine, l'analisi a livello Paese ha evidenziato la presenza di maggiori rischi potenziali nei paesi del sud-est asiatico, dove la filiera del Gruppo ha una presenza molto limitata.

I team Operations & Supply Chain e Acquisti sono periodicamente coinvolti in attività formative in cui sono condivisi i risultati delle attività di valutazione del rischio di violazione dei diritti umani lungo la filiera.

- **Prevenzione e mitigazione degli impatti**

Il processo di analisi dei rischi è essenziale per prevenire impatti negativi e definire azioni di mitigazione, come l'assegnazione di priorità nel piano di audit etico-sociali e ambientali e l'integrazione dei risultati nel processo di selezione dei nuovi fornitori.

A tal fine, il Gruppo ha sviluppato e implementa diversi strumenti volti a prevenire e mitigare i potenziali impatti sui lavoratori della filiera; tra questi, lo strumento di maggiore estensione e rilevanza è rappresentato dalla conduzione di audit etico-sociali e ambientali presso i siti dei fornitori.

Gli **audit etico-sociali e ambientali** sono svolti sia su fornitori potenziali per valutarne l'idoneità ad iniziare un rapporto di business con il Gruppo sia su fornitori già attivi per verificare nel tempo la compliance con le leggi applicabili e i principi contenuti nei Codici aziendali. Per questi ultimi, la violazione dei requisiti richiesti dal Gruppo costituisce un inadempimento contrattuale, con facoltà, da parte di Moncler e Stone Island, di richiedere la risoluzione immediata del contratto in essere in caso di non conformità gravi o, nei casi meno gravi, un piano di adeguamento tempestivo.

Al fine di garantire la massima imparzialità, le verifiche vengono regolarmente commissionate ad enti terzi indipendenti, qualificati, accreditati e con riconosciuta esperienza. Gli audit, per quanto riguarda gli aspetti sociali, si focalizzano sulla verifica del rispetto dei diritti fondamentali dell'uomo e del lavoratore, con particolare attenzione ai temi del lavoro forzato, lavoro minorile, libertà di associazione, orario di lavoro, salario minimo garantito e, non ultimo, salute e sicurezza.

La checklist proprietaria del Gruppo, utilizzata per lo svolgimento degli audit, viene regolarmente aggiornata per tener conto dell'evoluzione degli standard di riferimento e delle normative locali e internazionali. È stata sviluppata a partire da un'analisi di *benchmarking* dei principali standard e metodologie riconosciuti a livello industriale e sviluppati attraverso

processi multi-stakeholder, tra cui SMETA⁴, Responsible Business Alliance, amfori BSCI⁵ e altri sistemi di gestione e iniziative internazionali. Questo strumento è stato successivamente adattato alle specificità delle filiere del Gruppo e periodicamente rivisto con il supporto tecnico dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) e di aziende di certificazione e consulenza (tra cui SGS, Control Union, IDFL e KPMG). Nell'ambito dell'evoluzione del protocollo DIST, che include specifici moduli in materia di diritti umani e aspetti ambientali, la checklist è stata ulteriormente aggiornata e validata dal Multi-Stakeholder DIST Forum, con il contributo di esperti indipendenti e organizzazioni internazionali (vedi anche pagg. 256-257).

Il Gruppo definisce, gestisce e aggiorna un piano di audit che copre tutti i *façonisti* e i fornitori di prodotto finito commercializzato, con l'obiettivo che gli stessi siano auditati almeno una volta ogni tre anni. Alla luce del nuovo Piano di Sostenibilità 2026–2028, il Gruppo intende rafforzare progressivamente questo approccio, aumentando la frequenza dei controlli secondo un criterio basato sul livello di rischio, con l'obiettivo di arrivare, nei prossimi anni, a sottoporre i "critical supplier" a audit biennali e i fornitori ad alto rischio⁶ a audit annuali.

Moncler nel corso del triennio 2023-2025 ha svolto 978 audit etico-sociali e ambientali (sia sui fornitori che sui subfornitori). Tali attività hanno coperto il 100% dei volumi assegnati ai *façonisti* del capospalla, ai fornitori di altre lavorazioni del capospalla (tintorie, stamperie, ricamifici, ecc.), ai fornitori di scarpe e borse, di maglieria e di *soft accessories*; l'83% dei volumi assegnati alle conerie e il 74% dei fornitori di modellieria e prototipia.

Anche Stone Island, dotata di un piano di audit etico-sociali e ambientali finalizzato a garantire la massima copertura dei fornitori della propria filiera, nel corso del medesimo triennio ha svolto 464 audit etico-sociali e ambientali (sia sui fornitori che sui subfornitori), pari a circa il 100% del valore degli ordini assegnato ai fornitori di prodotto finito commercializzato e ai *façonisti*.

Inoltre, nel corso del 2025 entrambi i Marchi hanno svolto audit etico-sociali e ambientali presso i principali fornitori di materie prime, pari al 76% del totale degli acquisti di materie per Moncler e all'87% per Stone Island. In particolare, per quanto riguarda la filiera della piuma, il 100% dei fornitori di Moncler è risultato conforme anche ai nuovi moduli su diritti umani e compliance ambientale inclusi ufficialmente nel Protocollo DIST. Gli stessi moduli ambientali e sociali sono stati anche applicati ai processi di verifica della totalità dei fornitori di piuma certificata RDS di Stone Island.

È proseguito, infine, lo svolgimento di audit etico-sociali e ambientali anche presso i fornitori di servizi strategici (piattaforme logistiche ed esterne di controllo qualità), per i quali non sono emerse non conformità significative.

A queste attività di verifica si sono affiancati gli audit sull'*animal welfare* e sulla tracciabilità della piuma (vedi anche pagg. 256-258).

NUMERO	Gruppo Moncler		
	2023	2024	2025
Audit etico-sociali e ambientali	389	546	507 ⁷
Audit <i>animal welfare</i> e tracciabilità - filiera piuma	156	210	205
Totale	545	756	712

Il Gruppo, inoltre, sempre con l'obiettivo di prevenire gli impatti sui lavoratori dei fornitori e, contestualmente, i potenziali rischi per Moncler e Stone Island, applica dal 2024 una procedura

⁴ Sedex Members Ethical Trade Audit.

⁵ Business Social Compliance Initiative.

⁶ Comprendono i *façonisti* e i fornitori di prodotto finito commercializzato localizzati in Paesi ad alto rischio sulla base della metodologia proprietaria di un partner internazionale specializzato su tematiche ESG e attraverso attività di monitoraggio dei media.

⁷ A questi si aggiungono altre tipologie di visite, tra cui quelle al di fuori degli orari lavorativi, i controlli dei consumi energetici per identificare eventuali attività produttive svolte in orari notturni, e le verifiche documentali semestrali sulla compliance fiscale, previdenziale e societaria.

dedicata al processo di selezione dei nuovi fornitori e subfornitori. La valutazione di un nuovo fornitore prevede una visita in loco svolta dal team qualità per valutare l'allineamento del fornitore agli standard qualitativi del Gruppo e segnalare eventuali criticità osservabili di natura sociale e ambientale. Dopo tale analisi tecnica, il processo di valutazione dei nuovi *façonisti* e dei nuovi fornitori di prodotto finito commercializzato prevede una verifica documentale sugli aspetti di compliance e finanziari della controparte e la conduzione di un **audit etico-sociale e ambientale preventivo** da parte di un ente terzo. Per i fornitori di materia prima, invece, il processo prevede la compilazione di un questionario di valutazione in materia ambientale e sociale supportato da evidenze documentali e successivamente, qualora emergano elementi di criticità dalle risposte, lo svolgimento di un audit sul campo.

In questo modo il Gruppo si impegna a non includere nella propria filiera le aziende che non risultano rispettare gli standard qualitativi e i principi base etici, sociali e ambientali di Moncler e Stone Island.

I risultati delle attività di audit, inclusi quelli preventivi, sono regolarmente condivisi dalle funzioni Sostenibilità e Internal Audit ai team Operations & Supply Chain e Acquisti. Questo confronto continuo consente di rivedere la gestione delle relazioni con i fornitori, integrando considerazioni anche sui potenziali rischi e impatti sui lavoratori della filiera.

Nel corso degli anni, seguendo logiche *risk-based*, il Gruppo ha progressivamente rafforzato il proprio sistema di monitoraggio dei fornitori e subfornitori affiancando agli audit tradizionali altri strumenti di controllo. Tra questi rientrano: **verifiche documentali semestrali** sulla *compliance* fiscale, previdenziale e societaria; **visite in loco anche al di fuori degli orari lavorativi; controlli dei consumi energetici** per identificare eventuali attività produttive svolte in orari notturni; analisi della capacità produttiva; inventari dei materiali e dei prodotti finiti in lavorazione presso i laboratori.

Con riferimento alle pratiche salariali, altro tema attenzionato nel settore moda, nel Codice di Condotta dei Fornitori e nella Politica Diritti Umani, il Gruppo riconosce l'importanza di garantire salari allineati alla legge o ai contratti collettivi vincolanti vigenti nei Paesi in cui il Gruppo opera e, in ogni caso, adeguati al costo della vita, ai bisogni di base del dipendente, al profitto discrezionale, a parametri di riferimento di mercato e al tipo di prestazioni professionali. Il Gruppo richiede infatti ai propri fornitori di offrire alla forza lavoro un equo livello retributivo e un percorso di valorizzazione e crescita professionale che rifletta le conoscenze, le competenze, le capacità, l'esperienza professionale, così come benefit e incentivi salariali o non salariali.

I fornitori, così come il Gruppo, sono tenuti sia a concedere tutti i benefit previsti dalla legge, ivi inclusi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, la previdenza sociale, il congedo parentale, le ferie annuali e le festività, sia a garantire il dialogo sociale con cadenza regolare sulle questioni relative alla compensazione. Inoltre, a tutti i fornitori è richiesto di farsi interamente carico delle tasse e delle altre spese di reclutamento e assunzione dei lavoratori, compresi i lavoratori migranti, gli interinali e i contratti a tempo determinato.

A partire dal 2021, il Gruppo svolge, con il supporto di un ente terzo, **specifiche analisi sul living wage** sia nelle proprie sedi aziendali sia presso i propri fornitori. In particolare, Moncler collabora con *Fair Wage Network*, un'organizzazione indipendente dedicata a sviluppare pratiche salariali eque lungo le catene di fornitura a livello globale. La metodologia adottata si avvale della collaborazione delle aziende e dei fornitori in modo tale da valutare le pratiche salariali somministrando questionari da far compilare dai lavoratori e dai manager, per andare ad identificare eventuali problematiche e suggerendo attività di miglioramento.

La metodologia di analisi di *Fair Wage Network* è strutturata attorno a 12 dimensioni, che coprono in modo completo l'intero spettro di indicatori salariali: il salario di sussistenza è quindi solo una delle dimensioni analizzate, a questa si aggiungono anche altri aspetti e variabili delle pratiche salariali e del sistema retributivo (come ad esempio la negoziazione del salario con i rappresentanti dei lavoratori attraverso contrattazione collettiva, la presenza di meccanismi di reclamo per problematiche relative alla remunerazione ecc.). Un altro ambito oggetto

dell'analisi consiste nel comparare i risultati emersi dall'*assessment* con parametri di settore e Paese.

Lo svolgimento di tale analisi e la progressiva estensione ad altri fornitori del Gruppo sono state valutate e priorizzate sulla base del rischio associato alla localizzazione geografica del fornitore e ad altri fattori, come la presenza di contratti collettivi di lavoro, che assicurino il dialogo e il rispetto di aspetti sociali e ambientali. A tal proposito, si evidenzia che oltre il 70% dei fornitori del Gruppo Moncler è localizzato in Italia ed è coperto da contratti collettivi di lavoro.

A fine 2025, il Gruppo ha raggiunto il proprio target di valutare e coinvolgere il 100% dei "critical supplier" (vedi anche pag. 85) in un'analisi sul *living wage*. L'analisi, che negli ultimi tre anni ha coinvolto più di 16.000 lavoratori dei fornitori del Gruppo, ha confermato che la totalità di questi riceve una retribuzione in linea o oltre il salario minimo locale applicabile in base alle normative vigenti. In particolare, è emerso che oltre l'85% dei lavoratori coinvolti nella valutazione percepisce una retribuzione in linea con il *living wage* specifico calcolato per il Paese di riferimento (ove possibile, la regione) e parametrizzato in funzione di indicatori specifici per tale Paese, quali il tasso di fertilità medio e il numero medio di persone per nucleo familiare che percepiscono un reddito da lavoro.

Per i fornitori di materie prime, una leva che contribuisce a mitigare i potenziali rischi in materia di diritti umani è rappresentata dalla progressiva introduzione di materie prime certificate secondo standard quali, ad esempio, il *Responsible Wool Standard* (RWS), il *Responsible Alpaca Standard* (RAS) e il *Responsible Mohair Standard* (RMS) (vedi anche pag. 135), che includono criteri che vanno oltre il semplice benessere animale e comprendono aspetti sociali.

Il Gruppo utilizza anche la **formazione** e il **capacity building** come strumenti per prevenire potenziali impatti negativi e contestualmente promuovere una gestione responsabile delle tematiche sociali e ambientali lungo la catena di fornitura.

In questo ambito, nel 2025 è proseguita la formazione sul Codice Etico tramite un modulo dedicato disponibile sul portale fornitori, che include una sezione specifica sui principi di rispetto dei diritti umani. La partecipazione a questo corso è richiesta a tutti i fornitori al momento della registrazione sul portale.

Inoltre, il Gruppo, con il supporto dell'*International Training Centre of the International Labour Organization* (ITC-ILLO), ha continuato a offrire formazione specifica sui diritti umani sia ai propri dipendenti sia ai fornitori. Il corso è tradotto in tutte le lingue rilevanti per il Gruppo e viene aggiornato annualmente. Ad oggi circa 110 fornitori hanno seguito il corso di formazione attraverso una piattaforma messa a disposizione dal Gruppo.

Sono inoltre proseguiti i programmi di *capacity building* su temi chiave come il *living wage* (vedi anche pagg. 259-260) e sull'importanza di adottare meccanismi di efficienza energetica e promuovere l'uso di energia rinnovabile lungo la filiera (vedi anche pagg. 83; 136-137; 141), coinvolgendo complessivamente 66 fornitori durante l'anno (41 nel 2024).

Oltre alle continue attività di sensibilizzazione avviate sui temi etici, sociali, ambientali e di benessere animale, Moncler sostiene alcuni fornitori ritenuti strategici, offrendo la consulenza di **esperti in materia di salute e sicurezza** per migliorare la conoscenza sul tema e fornendo un **supporto operativo** per far fronte a investimenti in macchinari tecnologicamente all'avanguardia per lavorazioni particolari (otto fornitori nel 2025). Dal 2022 il programma è stato esteso anche ai fornitori di Stone Island.

- **Adozione di misure correttive o di rimedio**

Nel caso in cui dalle attività di audit dovessero emergere violazioni delle leggi applicabili o dei principi contenuti nei Codici e nelle politiche del Gruppo, la Società richiede al fornitore di attuare adeguate azioni per risolvere le non conformità (vedi anche pag. 231).

Fermo restando l'atteggiamento di **tolleranza zero** verso violazioni gravi, per le quali il Gruppo si riserva il diritto di risolvere con effetto immediato il rapporto contrattuale in essere con il fornitore, entrambi i Marchi sono impegnati ad **accompagnare la propria filiera di fornitura** in un percorso di consapevolezza e di miglioramento continuo, richiedendo l'implementazione di azioni correttive laddove se ne rilevasse la necessità. A seguito di ogni audit viene infatti

rilasciato un piano di azioni di miglioramento la cui implementazione è oggetto di verifiche successive; a tal proposito il Gruppo si impegna a supportare proattivamente tutti i fornitori nell'attuazione delle azioni correttive concordate.

Al fine di verificare l'effettiva **adozione delle misure correttive** entro la scadenza condivisa, il Gruppo svolge degli audit di *follow up* sia *on site* sia documentali.

Con riferimento ai 507 audit svolti su aspetti etico-sociali e ambientali nel 2025, a fine anno circa il 94% di essi è risultato in linea con i più alti standard sociali e ambientali previsti dal Gruppo (tale percentuale è pari al oltre il 90% se si considerano i "critical supplier"), in circa il 2% dei casi (10 fornitori) è stata interrotta la collaborazione, mentre nel restante 4% dei casi, a fine 2025, risultava avere ancora in essere non-compliance in quanto l'attività di audit era avvenuta a ridosso degli ultimi mesi dell'anno e non erano stati ancora chiusi tutti i progetti per sanare le non conformità.

Con particolare riferimento agli aspetti sociali, nel corso del 2025 in 89 dei 507 audit sono state rilevate non-compliance ed è stato rilasciato il relativo piano di azioni di miglioramento. Le principali aree di non conformità hanno riguardato temi di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro (79%), nel 17% dei casi aspetti relativi alla gestione dei rapporti di lavoro (non conformità attinenti al trattamento salariale e retributivo (8%), agli orari lavorativi (5%), alla gestione dei contratti di lavoro (4%)) e, solo nel 4% dei casi, a tematiche relative ai diritti umani. Per le non conformità meno critiche è stato concordato con i fornitori di implementare tempestivamente un piano di risoluzione delle stesse, mentre nei casi più critici viene interrotta la collaborazione.

Infine, il Gruppo esamina ogni situazione per verificare se dalle non conformità emerse siano scaturiti impatti negativi sui lavoratori; in caso di impatti negativi accertati, il Gruppo verifica se gli stessi ricadano o meno nell'ambito della propria responsabilità valutandone la correlazione con lo svolgimento delle proprie attività. Qualora tale correlazione sussista, il Gruppo adotta misure per rimediare agli impatti sui lavoratori nella catena del valore, collaborando, ove necessario, con le Autorità competenti a livello nazionale e internazionale e con i propri fornitori e partner per risolvere adeguatamente tali situazioni. Il Gruppo si attende, inoltre, che anche i fornitori e partner commerciali adottino misure di mitigazione e rimedio per le violazioni dei diritti umani nelle loro attività, integrando questi obblighi nei propri contratti.

Il processo di *due diligence* ha contribuito a rafforzare nel tempo la consapevolezza e la cultura dei diritti umani, nonché dei rischi a essi associati, sia all'interno dell'azienda sia lungo la catena di fornitura. Le azioni intraprese hanno dimostrato la loro efficacia nel tempo, portando alla selezione di fornitori a rischio sempre minore e dimostrando che le non conformità, risolte grazie ai piani di miglioramento implementati durante i cicli di audit triennali, non si ripresentano nei successivi audit.

Infine, nel 2025 il Gruppo ha partecipato al *Business & Human Rights Accelerator* delle Nazioni Unite (*UN Global Compact*) rivolto a società appartenenti a diversi settori. Il percorso, strutturato in tavoli di lavoro tematici, ha rappresentato un'opportunità di confronto e approfondimento sui principali aspetti della gestione dei diritti umani nelle catene di fornitura, contribuendo a rafforzare le competenze interne in materia di identificazione e valutazione degli impatti, processi di *due diligence*, definizione di misure di mitigazione e coinvolgimento degli stakeholder. L'*Accelerator* prevedeva, come esito finale, l'elaborazione di un piano di azione; tale output è stato valorizzato dal Gruppo nel contesto del processo di definizione del nuovo Piano di Sostenibilità 2026–2028, con l'integrazione di target e azioni specifiche nel pilastro *Inspire Fairness*, in particolare a supporto del rafforzamento dei meccanismi di audit e supervisione dei fornitori e di iniziative di *empowerment* e formazione lungo la filiera.

Parallelamente, il Gruppo ha collaborato attivamente con altri operatori del settore tessile e del lusso, istituzioni, associazioni di categoria e stakeholder nei tavoli di lavoro dedicati alla tutela del lavoro lungo la filiera. Nel corso dell'ultimo anno, il tema ha, infatti, assunto crescente rilevanza nel settore in Italia, evidenziando l'importanza di promuovere legalità, trasparenza e condizioni di

lavoro dignitose. Attraverso il confronto costante con il sistema istituzionale e associativo, il Gruppo ha contribuito alla condivisione di buone pratiche e allo sviluppo di approcci condivisi, confermando il proprio impegno a sostenere modelli di business fondati sul rispetto dei diritti umani e della dignità delle persone.

[S2-5] OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI NEGATIVI RILEVANTI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Di seguito viene riportato il dettaglio degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità 2020-2025 e dei risultati raggiunti nell'anno, relativi al pillar **Be Fair**, che confermano gli impegni del Gruppo per continuare a promuovere una catena di fornitura tracciata e responsabile.

LEGENDA	
↑ <i>Obiettivo superato</i>	➤ <i>Obiettivo on time</i>
✓ <i>Obiettivo raggiunto</i>	○ <i>Obiettivo posticipato</i>
● <i>Obiettivo parzialmente raggiunto</i>	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
BE FAIR	
Rafforzare i sistemi di tracciabilità delle materie prime [SDG 12]	
Ongoing 100% dei fornitori di piuma conformi anche ai nuovi moduli "diritti umani" e "ambiente" inclusi nel Protocollo DIST (Stone Island adotterà gli stessi moduli ambientali e sociali nella propria catena di fornitura certificata <i>Responsible Down Standard</i> - RDS)	✓ 100% dei fornitori di piuma conformi anche ai moduli "diritti umani" e "ambiente" inclusi nel Protocollo DIST (Stone Island ha adottato gli stessi moduli ambientali e sociali nella propria catena di fornitura certificata <i>Responsible Down Standard</i> - RDS)
Ongoing Tracciate le materie prime strategiche	✓ Materie prime strategiche tracciate (cotone, lana, nylon, piuma e poliestere)
Promuovere un luogo di lavoro sicuro ed equo [SDG 8]	
2025 Almeno l'80% dei "critical supplier" allineati ai più alti livelli dello standard di compliance sociale del Gruppo Moncler	↑ >90% dei "critical supplier" allineati ai più alti livelli dello standard di compliance sociale del Gruppo Moncler ✓ Eseguiti 507 audit etico-sociali e ambientali nell'anno. 100% dei fornitori di capospalla auditati su aspetti etico-sociali nel triennio 2023-2025 e introdotti sistemi di monitoraggio aggiuntivi (ad esempio visite al di fuori degli orari lavorativi, monitoraggio dei consumi energetici per fasce orarie)

Ongoing Prosecuzione della promozione di certificazioni in materia di salute e sicurezza e ambiente presso i siti dei fornitori	✓ Proseguita l'attività di sensibilizzazione sui fornitori volta a promuovere l'importanza dei processi di certificazione
2025 100% dei "critical supplier" valutati e coinvolti in un'analisi sul <i>living wage</i> ⁸	✓ 100% dei "critical supplier" valutati e coinvolti in un'analisi sul <i>living wage</i>

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si vedano le pagine 91-92.

⁸ Le analisi di living wage hanno validità triennale.

S4

CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

[S4 SBM-3] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	235
[S4-1] Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	235
[S4-2] Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	236
[S4-3] Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	238
[S4-4] Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni.....	239
[S4-5] Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	242

[S4 SBM-3] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

I rischi teorici associati ai clienti, confermati dall'analisi di doppia rilevanza svolta nel 2025, riguardano temi legati alla gestione e tutela dei dati dei clienti e alla conformità alle leggi applicabili dei prodotti destinati alla vendita (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo).

La gestione e la tutela dei dati relativi ai clienti rappresentano un elemento strategico dell'operatività del Gruppo Moncler, da una parte, e del rapporto di fiducia con gli stakeholder, dall'altra: la raccolta, l'archiviazione e l'utilizzo dei dati rivestono un ruolo cruciale ai fini della personalizzazione dell'offerta e della gestione delle relazioni con i clienti nei negozi e online. Nello specifico, dalle valutazioni condotte è emerso che il mancato rispetto delle normative sulla **gestione e tutela dei dati**, in vigore nei diversi Stati in cui Moncler e Stone Island operano, può costituire un potenziale rischio per il Gruppo sia in termini di sanzioni sia a livello reputazionale.

Un altro rischio teorico emerso dall'analisi riguarda la potenziale mancata osservanza delle normative applicabili relative alla **conformità dei prodotti destinati alla vendita** nel Paese/Stato di commercializzazione, in particolar modo con riferimento all'uso di sostanze chimiche potenzialmente nocive. L'evoluzione delle regolamentazioni applicabili in termini di compliance di prodotto, come ad esempio il regolamento REACH¹ in Europa, i requisiti cinesi GB² e quelli giapponesi JIS³, richiede, infatti, un attento monitoraggio e adeguamento agli stessi quando necessario. La mancata conformità potrebbe comportare conseguenze non solo in termini economici, con perdite dirette dovute a restrizioni nella distribuzione, sanzioni, ritiri dal mercato o interdizioni alla vendita, ma anche dal punto di vista reputazionale, minando la percezione del marchio come simbolo di qualità, sostenibilità e responsabilità.

[S4-1] POLITICHE CONNESSE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI

GESTIONE E TUTELA DEI DATI

Il Gruppo Moncler, in linea con i principi sanciti dal Codice Etico e dalla Politica Diritti Umani (vedi anche pagg. 241; 252-253), riconosce e tutela il diritto alla privacy dei propri clienti, nonché di dipendenti, collaboratori, fornitori e partner. L'azienda si impegna a utilizzare e trattare i dati personali raccolti nei Paesi in cui opera in conformità alle normative vigenti, come il Regolamento UE 2016/679 *General Data Protection Regulation* (GDPR).

A tal fine, Moncler e Stone Island si sono munite di procedure, strumenti e linee guida interni tra cui la **Data Protection Master Policy** che fornisce le regole e le istruzioni per il trattamento dei dati personali (dei clienti, dei dipendenti e delle terze parti), i relativi periodi di conservazione e individua e definisce le figure coinvolte nel processo, i rispettivi ruoli e le relative responsabilità; il registro delle attività di trattamento dei dati personali; la procedura per la valutazione dell'impatto sulla protezione dei dati personali (*Data Protection Impact Assessment – DPIA*); la procedura per la gestione delle violazioni dei dati (*Data Breach*); il regolamento sull'utilizzo degli strumenti informatici da parte dei dipendenti; e i sistemi di *information technology* in grado di garantire un livello sempre più elevato di sicurezza.

¹ Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals.

² National Standard of the People's Republic of China.

³ Japanese Industrial Standards.

Tali documenti, processi e strumenti vengono regolarmente monitorati e, se necessario, aggiornati per riflettere eventuali nuove normative o regolamentazioni, nonché cambiamenti nella struttura organizzativa del Gruppo o evoluzioni tecnologiche. Le responsabilità in ambito privacy sono in capo al Consiglio di Amministrazione che a sua volta ha nominato l'Amministratore Esecutivo e il Chief Corporate & Supply Officer quale Delegato privacy.

CONFORMITÀ DEL PRODOTTO

In linea con quanto riportato nel Codice Etico, il Gruppo si impegna affinché i prodotti soddisfino le aspettative dei clienti e rispettino i requisiti normativi degli specifici mercati in cui vengono commercializzati.

In linea con quanto previsto dal Codice di Condotta dei Fornitori (vedi anche pag. 223), il Gruppo richiede contrattualmente ai propri partner produttivi di operare nel rispetto delle legislazioni internazionali applicabili in materia di sostanze chimiche e di performance.

In particolare, i partner sono vincolati contrattualmente ad attenersi alle indicazioni contenute nel **Capitolato di Conformità** che contiene le principali richieste di compliance di entrambi i Marchi ai propri fornitori e relativi subfornitori, tra cui tintorie, lavanderie e ricamifici. Il Capitolato viene aggiornato periodicamente, tenendo conto di regolamenti internazionali nonché di parametri volontari e impegni presi da Moncler e Stone Island, al suo interno sono incluse la *Manufacturing Restricted Substances List* (MRSL) e la *Product Restricted Substances List* (PRSL) di Gruppo, che definiscono sia le sostanze che i fornitori e i subfornitori devono monitorare nelle varie fasi produttive e nei prodotti/materiali, sia i relativi parametri di riferimento da rispettare con lo scopo di prevenire e/o mitigare il rischio di eventuali criticità legate ai prodotti. Inoltre, per Moncler nel Capitolato è incluso il **Manual of Performances** per i requisiti prestazionali e fisico-meccanici. Per maggiori informazioni su PRSL e MRSL vedi anche pagg. 157-158.

[S4-2] PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DEI CONSUMATORI E DEGLI UTILIZZATORI FINALI IN MERITO AGLI IMPATTI

L'ascolto del cliente rappresenta un'attività strategica fondamentale per garantire un servizio sempre più in linea con i suoi desideri e le sue aspettative. Un dialogo continuo con i clienti non solo permette di rispondere in modo tempestivo e accurato alle loro esigenze, ma contribuisce anche a mitigare i rischi teorici e ridurre i potenziali impatti negativi, favorendo una relazione di fiducia e trasparenza. In questo modo, il Gruppo è in grado di adattarsi rapidamente alle dinamiche del mercato, migliorando costantemente l'esperienza offerta e consolidando la propria reputazione.

Il progetto **VIBE**, adottato a livello globale dal marchio Moncler, prevede la **raccolta sistematica dei feedback** del cliente locale dopo ogni acquisto attraverso un breve questionario che analizza, con una scala di gradimento da 1 a 5, diversi aspetti dell'esperienza vissuta in negozio, con particolare attenzione alla qualità del servizio offerto.

L'obiettivo del progetto è supportare il *Client Advisor* nel conoscere più a fondo il proprio cliente al fine di instaurare una relazione duratura e individuare e gestire eventuali situazioni di insoddisfazione.

In un'ottica di un miglioramento continuo, nel corso dell'anno, VIBE è stato aggiornato e affinato sia nei contenuti sia nella metodologia per raccogliere informazioni più dettagliate sull'esperienza dei clienti e proseguire il percorso verso l'eccellenza, fissando traguardi sempre più ambiziosi.

Il giorno successivo all'acquisto i clienti ricevono tramite e-mail o SMS il riepilogo del loro acquisto e un questionario composto da sei domande. Il feedback del cliente viene immediatamente notificato nell'app di *clienteling* a disposizione del *Client Advisor*, che potrà quindi prendere visione del commento lasciato dal cliente e ringraziarlo in modo da rafforzare la relazione. In caso

di insoddisfazione, sarà compito dello *Store Manager* individuare una soluzione per soddisfare pienamente le aspettative del cliente e le iniziative volte a migliorare l'esperienza all'interno del negozio.

Nel 2025 il marchio Moncler ha registrato un VIBE Score pari a 87⁴ (su una scala da 1 a 100). L'Azienda si propone di mantenere una performance elevata anche per il 2026, consolidando il percorso intrapreso.

Moncler è inoltre dotata a livello globale di un **canale diretto di comunicazione con il cliente**, il *Client Service*. Non si tratta solo di una unità di servizio volta a diventare un interlocutore di riferimento per il cliente, ma rappresenta un canale di dialogo costante in un'ottica di miglioramento continuo. Il servizio gestisce richieste di supporto da parte di clienti provenienti dai diversi canali, sia fisici che digitali, in un'ottica di omnicanalità a livello globale. Nel 2025 l'Azienda ha continuato a consolidare il processo di digitalizzazione del *Client Service*, rafforzando la presenza sui social, ricorrendo a messaggistica istantanea, implementando la *web chat* e avviando il processo di integrazione delle attività di *clienteling*.

Le interazioni con il cliente sono state migliorate anche attraverso **specifiche attività di coinvolgimento** volte a supportare i *Client Advisor* nell'individuare e personalizzare i momenti di contatto: da quelli legati al lancio di un nuovo prodotto o di una nuova collezione (*Product Moment*), a quelli trasversali come una festività internazionale (*Festivity Moment*), a quelli personali come un compleanno (*Personal Client Moment*). Ciascuno di essi rappresenta per Moncler un'importante opportunità per creare valore per il proprio cliente, instaurare un rapporto di fiducia e offrire un'esperienza altamente distintiva e coinvolgente.

Inoltre, in un contesto caratterizzato da un'interazione sempre più intensa tra *Client Advisor* e cliente, dalla crescente integrazione tra il canale fisico e quello digitale, l'**app di clienteling** di Moncler, **MonClient**, ha assunto un ruolo di fondamentale importanza. L'applicazione si basa su una gestione centralizzata e integrata del calendario *Customer Relationship Management* (CRM), permettendo ai *Client Advisor* di gestire gli appuntamenti, pianificare e registrare attività legate ai *Client Moment*, verificare la disponibilità di un prodotto, effettuare una vendita, oltre che arricchire le anagrafiche dei clienti e gestire le richieste *after-sales*. Nel corso del 2025 l'app MonClient è stata ulteriormente migliorata nelle proprie funzionalità.

Con l'accelerazione nell'uso della tecnologia da parte dei consumatori, il *clienteling* di Moncler sta diventando sempre più relazionale e supportato da *social platform*, oltre che da strumenti digitali come *video messaging*, *digital appointment*, *distance sale* e *phygital event* creando nuove sinergie tra il negozio fisico e i canali digitali, accompagnando i clienti alla scoperta del Marchio.

Nel 2025 il marchio Stone Island ha continuato a rafforzare la relazione diretta con i clienti grazie a *MyStoneCompass* (MSC), un'app che permette ai *Client Advisor* di rimanere in contatto con il cliente e offrire un'esperienza personalizzata anche nella fase post-vendita. Grazie a MSC, i *Client Advisor* possono analizzare lo storico degli acquisti e il profilo del cliente, offrendo un'esperienza altamente personalizzata, costruita attorno alle specifiche esigenze e preferenze di ciascun individuo. Questo sistema integrato permette di ottenere una visione più completa delle preferenze e dei comportamenti dei clienti, ottimizzando l'offerta e migliorando l'esperienza complessiva. Questo approccio relazionale e personalizzato si è tradotto anche in iniziative esperienziali dedicate: per la prima volta nel 2025, è stata infatti offerta ad un numero limitato di clienti l'opportunità di partecipare a una *Customer Experience* esclusiva, che ha incluso la visita presso la sede di Ravarino (Modena) e una giornata all'interno dello showroom, con la possibilità di acquistare in anteprima dei capi selezionati.

Anche per il servizio post-vendita è stato implementato a livello globale per il marchio Moncler l'indice di **VIBE After Sale**, al fine di consentire la raccolta sistematica dei feedback del cliente. Così come per il VIBE Score, nel 2025 anche il VIBE After Sale è stato oggetto di aggiornamenti in termini di contenuto e modalità di calcolo. Il questionario valuta, attraverso una scala di

⁴ Dato non confrontabile con gli anni precedenti in quanto la metodologia di raccolta dei feedback è cambiata.

gradimento da 1 a 5, aspetti relativi al servizio effettuato, alla soluzione di riparazione proposta, alla qualità e alle tempistiche dell'intervento. Nell'anno, Moncler ha ottenuto un indice di VIBE After Sale pari a 77 (su una scala da 1 a 100). L'azienda si impegna a mantenere performance elevate anche nel 2026, con l'obiettivo di garantire standard eccellenti di soddisfazione per tutti i clienti che usufruiscono dei servizi post-vendita.

Inoltre, il marchio Moncler ha commissionato una ricerca quantitativa basata sulla metodologia **CAWI** (*Computer Aided Web Interviews*) per comprendere il percepito dei consumatori relativamente ad alcuni ambiti di interesse, tra cui la sostenibilità e il suo ruolo nelle decisioni di acquisto. La ricerca è stata svolta su un campione rappresentativo di individui, tutti accomunati da una forte passione per la moda e il lusso; è condotta in Regno Unito, Stati Uniti e Cina continentale, coinvolgendo 10.204 partecipanti. Le rilevazioni sono state svolte in due periodi dell'anno, consentendo una raccolta dati puntuale e continuativa. I dati sono stati acquisiti in forma anonima tramite panel provider certificati e successivamente analizzati in modo aggregato, garantendo la massima tutela della privacy.

Infine, il Gruppo aderisce e collabora attivamente con diverse associazioni di categoria su vari ambiti per rimanere costantemente aggiornato sulle tendenze di mercato e sulle esigenze dei clienti, e per attivarsi prontamente nel rispondere alle loro aspettative.

A seconda delle attività di coinvolgimento, la responsabilità operativa è gestita da diverse funzioni aziendali, che includono il Retail, Omnichannel, Client Service e Aftersale, oltre a Media & Brand Partnership.

[S4-3] PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI DI ESPRIMERE PREOCCUPAZIONI

Il cliente si può avvalere di diversi strumenti e momenti per manifestare la sua opinione o le sue preoccupazioni o semplicemente per porre delle domande. Tra questi: il dialogo diretto con i *Client Advisor* (in persona o tramite piattaforme di messaggistica istantanea), il servizio di *Client Service*, accessibile attraverso i canali indicati nella sezione "Contact Us" dei siti [moncler.com](https://www.moncler.com) e [stoneisland.com](https://www.stoneisland.com), che include opzioni come telefono, e-mail, sistemi di messaggistica istantanea e live chat, e infine il canale di *whistleblowing* (vedi anche pag. 253-254).

Le segnalazioni e le richieste ricevute vengono gestite dalle funzioni aziendali competenti, con l'obiettivo di fornire risposte tempestive e soluzioni efficaci.

Nello specifico, in merito alla tutela della privacy, entrambi i Marchi hanno istituito una casella di posta elettronica dpo@moncler.com e dpo@stoneisland.com attraverso la quale è possibile contattare i rispettivi Data Protection Officer (DPO) per richieste di informazioni, chiarimenti circa la gestione dei dati personali o per segnalare eventuali violazioni della normativa sulla privacy.

Questi indirizzi si aggiungono a quelli già esistenti, privacy@moncler.com e privacy@stoneisland.com, nonché agli indirizzi dedicati per ciascuna Region del Gruppo, che consentono a qualsiasi soggetto interessato di contattare Moncler e Stone Island su qualsiasi tematica privacy.

Eventuali segnalazioni e richieste in materia di privacy vengono gestite nel pieno rispetto della normativa vigente e conformemente alle procedure interne adottate, al fine di garantire la massima priorità e attraverso processi strutturati che prevedono l'analisi approfondita del caso, la messa in atto delle eventuali misure correttive e, ove necessario, la notifica tempestiva ai soggetti interessati e alle autorità competenti.

[S4-4] INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I CONSUMATORI E GLI UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL CONSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

GESTIONE E TUTELA DEI DATI

La tutela e il corretto trattamento dei dati personali rappresentano per il Gruppo Moncler un'importante area che ha assunto sempre più rilievo nel corso degli ultimi anni.

Per garantire la conformità alle normative sulla protezione dei dati personali, come il Regolamento UE 2016/679 *General Data Protection Regulation* (GDPR) in Europa e regolamentazioni equivalenti in altre aree del mondo, il Gruppo adotta un approccio strutturato che include procedure, sopra descritte, e presidi dedicati. Tale approccio si applica alla gestione non solo dei dati dei clienti ma anche di dipendenti, fornitori e altri stakeholder.

Moncler e Stone Island sono dotati di un responsabile della protezione dei dati, il **Data Protection Officer** (DPO) con il compito di monitorare l'osservanza da parte delle rispettive società del GDPR e di tutte le disposizioni normative e regolamentari relative alla protezione dei dati personali, nonché di fornire alle società e ai dipendenti il necessario supporto in materia di protezione dei dati personali. È stato, inoltre, nominato un DPO delle *subsidiary* tedesche del Gruppo e un responsabile in materia privacy e cybersecurity in Cina continentale, conformemente a quanto previsto dalla legge locale.

Il sistema di governance della privacy adottato da Moncler include il **Comitato Privacy** che ha il compito di garantire un adeguato coordinamento e scambio di informazioni tra le società e il DPO, al fine di ottenere il supporto necessario e monitorare ed implementare gli adattamenti normativi nei processi aziendali. Il Comitato Privacy, che si riunisce con cadenza mensile o bimensile, è composto dal General Counsel, dal Responsabile Corporate Affairs & Compliance e dai responsabili delle funzioni designati come Referenti Privacy per le aree Information Technology, Customer Relationship Management (CRM), People & Organization, oltre ad altri referenti delle Funzioni Legal, Compliance e Digital. In Stone Island è presente un ufficio dedicato alle tematiche di privacy che, in coordinamento con Moncler, monitora e gestisce tutte le questioni relative alla privacy.

Il Data Protection Officer di Moncler fornisce aggiornamenti periodici sulle tematiche legate alla privacy al **Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità**, che successivamente informa il Consiglio di Amministrazione. Allo stesso modo, la Funzione Worldwide Information & Technology Transformation presenta aggiornamenti periodici sulle questioni di cybersecurity, tema sul quale il Gruppo lavora costantemente per mitigare i potenziali rischi legati a eventuali interruzioni operative causate da attacchi informatici, con l'obiettivo di assicurare la continuità del business e la protezione delle informazioni.

Nel 2025 i momenti di incontro sono stati svolti regolarmente ed è proseguita l'attività di monitoraggio che ha riguardato anche gli impatti sotto il profilo della privacy dell'intelligenza artificiale, l'aggiornamento della documentazione e delle procedure necessarie per garantire un costante allineamento rispetto al GDPR, nonché alle normative locali dei Paesi dove operano le varie società del Gruppo, inclusa la normativa privacy vigente in Corea.

Sono proseguite nel corso del 2025 le attività di audit in materia di privacy, nonché le correlate attività di follow-up, condotte dalla funzione Internal Audit di Gruppo, anche con il supporto di consulenti esterni e con riferimento al rispetto delle normative applicabili in Paesi quali il Canada, la Cina continentale e gli Stati Uniti.

Eventuali violazioni delle procedure implementate da Moncler e da Stone Island ai sensi del GDPR da parte dei dipendenti sono contemplate dal sistema disciplinare adottato dal Gruppo. Fino ad oggi, non sono mai stati avviati procedimenti disciplinari per tali violazioni.

Moncler, nel 2025 ha ricevuto, attraverso i canali ufficiali, circa 1.789 richieste di varia natura, tra cui richieste di cancellazione dal database ex art. 17 del GDPR, di esercizio del diritto di accesso ex art. 15 del GDPR e di approfondimento sulla gestione dei dati. Quanto a Stone Island, nel 2025, attraverso i canali ufficiali, sono state ricevute circa 198 richieste.

Nel 2025 non sono stati notificati al Gruppo Moncler reclami all'autorità Garante per la protezione dei dati personali ex art. 77 del GDPR.

È proseguita, infine, la formazione ai dipendenti in modalità e-learning sulle principali disposizioni del GDPR ed è stato avviato il programma formativo sulla normativa privacy vigente in Cina continentale.

CONFORMITÀ DEL PRODOTTO

Per mitigare il rischio teorico riguardo la potenziale mancata osservanza delle normative applicabili che definiscono la **conformità dei prodotti destinati alla vendita** nel Paese/Stato di commercializzazione, in particolar modo con riferimento all'uso di sostanze chimiche potenzialmente nocive, il Gruppo adotta un approccio trasversale lungo l'intera catena del valore e tra le diverse funzioni aziendali, che include il monitoraggio delle materie prime e dei processi produttivi, una stretta collaborazione con i fornitori e l'aggiornamento dei propri standard alle evoluzioni normative.

Per il Gruppo Moncler, la qualità, intesa in senso olistico, è sempre stata e continuerà ad essere una priorità. Fin dalle prime fasi di progettazione e di selezione delle materie prime, la compliance con le leggi applicabili e gli standard aziendali di qualità rappresentano le priorità assolute per il Gruppo. La qualità della piuma, del nylon, del cotone, così come delle altre materie prime utilizzate per la produzione dei capi dei due Marchi, è combinata a una costante ricerca e sperimentazione per ottenere un prodotto finale d'eccellenza. Per raggiungere questi standard, il Gruppo seleziona con grande attenzione i propri fornitori e sottopone le materie prime a rigorosi piani di campionamento che prevedono controlli su composizione, sostanze chimiche potenzialmente pericolose e caratteristiche fisico-meccaniche, fondamentali per conseguire la performance tecnica attesa.

In aggiunta alle azioni di mitigazione quali test e procedure di controllo descritti all'interno del capitolo "ESRS E2 – Inquinamento", le materie prime quali accessori (ad esempio bottoni, zip, ecc.) presenti sui capi possono essere sottoposte ad ulteriori campionamenti allo scopo di valutare la compatibilità tecnica degli stessi con i tessuti e con la manutenzione indicata, ad esempio la resistenza durante il lavaggio; mentre per i tessuti possono essere testate proprietà fisico-meccaniche, come le variazioni dimensionali ai lavaggi, il *pilling*, la solidità dei colori, lo scorrimento delle cuciture, la resistenza alla lacerazione, l'idrorepellenza, ecc.. A supporto di tali attività, a settembre 2025 è stato inaugurato presso il nuovo Headquarter di Moncler a Milano un nuovo laboratorio, in aggiunta a quello attivo a Trebaseleghe (Padova), con l'obiettivo di ampliare ulteriormente la capacità operativa di valutazione delle performance di nuovi materiali e trattamenti secondo gli standard del Gruppo, monitorare la continuità delle prestazioni dei materiali già consolidati e supportare lo sviluppo di progetti di ricerca.

In Stone Island viene data particolare attenzione al processo di tintura in capo: gli accessori e tessuti di produzione vengono sottoposti ad approfonditi test preliminari, tra cui la compatibilità al trattamento, la presenza di impurità e altre componenti che potrebbero generare anomalie in fase tintoriale per apportare, laddove necessario, modifiche ed ottimizzazioni al processo stesso.

I fornitori sono tenuti a verificare che quanto fornito sia conforme ai requisiti di legge o, se più restrittivi, a quelli del Gruppo e, in caso di problematiche, ad approfondirne le cause applicando

le opportune azioni correttive, sempre comunque nel rispetto delle normative applicabili nello specifico Paese/Stato di commercializzazione dei prodotti. Il Gruppo monitora costantemente l'evoluzione delle normative applicabili e adegua i propri standard conseguentemente. Per esempio, relativamente alle emergenti normative sulle sostanze perfluoroalchiliche e polifluoroalchiliche (*Per- and Polyfluoroalkyl Substances* - PFAS), il Gruppo Moncler opera nel rispetto delle normative applicabili dello specifico Paese/Stato in cui commercializza i propri prodotti.

Relativamente alla qualità tecnica, con riferimento al processo di realizzazione del prodotto, gli esperti della divisione dedicata alla gestione della qualità sia di Moncler che di Stone Island, nella fase di selezione del fornitore, sono attenti ad esaminare che il partner abbia adeguate competenze e tecnologie che permettano di produrre capi in linea con gli standard richiesti e che possano garantire livelli qualitativi costanti e uniformi; successivamente monitorano, con cadenza regolare, lo stato d'avanzamento dei capi durante il processo di produzione e il rispetto degli standard qualitativi di prodotto. Prima di essere inserito nel processo di produzione, ogni modello è sottoposto a diversi fitting il cui fine è verificare la cura di ogni dettaglio, l'allineamento con le indicazioni stilistiche e modellistiche e garantire il massimo comfort e vestibilità.

Prima della commercializzazione, ogni singolo prodotto Moncler e Stone Island è sottoposto ad un'ultima **approfondita ispezione qualitativa**. Tali controlli, attraverso un processo strutturato e protocollato, verificano e garantiscono in maniera scrupolosa estetica, caratteristiche, dimensioni, etichettatura e funzionalità di ogni capo dei due Marchi. A tal proposito, dal 2023, il dipartimento dedicato alla gestione della qualità dei prodotti a marchio Moncler, ha ottenuto la certificazione del proprio Sistema di Gestione Qualità, in conformità alle norme ISO 9001:2015, a garanzia di un costante miglioramento aziendale rivolto alla soddisfazione del cliente e dei fornitori. Infine, in quest'ultima fase il Gruppo attiva e verifica l'efficacia di un complesso protocollo di anticontraffazione con tecnologia di ultima generazione.

COMUNICAZIONE TRASPARENTE E RESPONSABILE

Le relazioni più solide e durature si costruiscono sulla fiducia e sulla trasparenza, principi cardine per il Gruppo Moncler. Per questo motivo, ogni azione di comunicazione e marketing viene pianificata e realizzata ponendo particolare attenzione al come comunicare, al "cosa" e a "chi".

Al fine di formalizzare tale consapevolezza e impegno il Gruppo si è dotato della **Politica Ethical Marketing & Advertising**.

Tutte le immagini ed i messaggi veicolati attraverso i diversi canali di comunicazione, sia online che offline, vengono definiti con estrema cura, affinché siano in linea con i valori aziendali, rispettino la dignità umana, non siano discriminatori e non richi amino comportamenti violenti o modelli comportamentali pericolosi. Un'attenzione particolare viene rivolta alla comunicazione della collezione dedicata ai bambini, continuativamente volta a garantire il rispetto assoluto dei principi fondamentali alla base della tutela dei minori.

Sebbene al momento il Gruppo non aderisca a specifici codici o standard volontari relativi all'attività pubblicitaria, rispetta tutte le regolamentazioni applicabili in materia in vigore in ciascuno dei Paesi in cui è presente e monitora costantemente l'evoluzione delle normative, come ad esempio quelle in materia di pratiche commerciali sleali e di *greenwashing*. A dimostrazione di questo impegno costante, le attività di marketing, pubblicità e promozione dei prodotti del Gruppo non hanno mai dato luogo a casi di non conformità con regolamenti in essere accertati dalle autorità competenti.

Sempre nell'ottica di una comunicazione responsabile verso il cliente, anche le etichette dei capi rivestono una grande importanza nel veicolare informazioni chiare, trasparenti ed accurate. Moncler e Stone Island adottano le normative applicabili, nazionali e internazionali, che disciplinano l'informativa sui prodotti. In linea con tale impegno, collaborano attivamente con i propri fornitori al fine di ottenere informazioni circa i materiali, effettuando anche test secondo la procedura di campionamento, e circa i processi utilizzati nelle diverse fasi di produzione. Tutti i capi sono provvisti di un'etichetta che riporta le informazioni applicabili

relative alla composizione, alle istruzioni per il lavaggio e la manutenzione e al Paese di produzione.

Le informazioni riportate in tali etichette, laddove richiesto, sono tradotte in almeno dieci lingue. Inoltre, vengono applicate delle etichette/tag personalizzati ai capi destinati a specifici mercati. Per i capi che contengono alcune categorie specifiche di materie prime vengono inserite informazioni aggiuntive come, nel caso della piuma, nome comune dell'animale e percentuale di piuma e piumino. In particolare, in Moncler, per quanto riguarda la piuma, in tutti i capi è stata inserita un'etichetta con l'indicazione "Piuma certificata DIST" che garantisce che la piuma contenuta nel capo è tutta certificata secondo i principi definiti nel Protocollo tecnico chiamato DIST (*Down Integrity System & Traceability*), che norma le modalità di allevamento e di rispetto del benessere animale, la tracciabilità e la qualità tecnica della piuma. Allo stesso modo, Stone Island, su appositi cartellini, specifica che la piuma d'anatra utilizzata nei suoi capi è certificata secondo il protocollo *Responsible Down Standard* (RDS). Inoltre, attraverso specifici cartellini editoriali presenti sui capispalla, viene fornita una descrizione delle peculiarità dei materiali innovativi e dei trattamenti utilizzati.

[S4-5] OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI RILEVANTI NEGATIVI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

GESTIONE E TUTELA DEI DATI

Il Gruppo, in materia di gestione e tutela dei dati, si impegna ad aggiornare le procedure e i documenti interni per adeguarli con le evoluzioni normative e le *best practice*, a prevedere attività di formazione continua e/o specifiche sessioni alle diverse funzioni aziendali e a proseguire le attività di verifica da parte della funzione Internal Audit.

CONFORMITÀ DEL PRODOTTO

Il Gruppo si pone l'obiettivo di proseguire con le attività di mitigazione sopra descritte anche nei prossimi anni, rafforzando il proprio impegno nel monitoraggio e nella gestione delle sostanze chimiche. Questo include l'adeguamento continuo dei documenti chiave, come MRSL e PRSL, all'evoluzione delle normative mantenendo un approccio proattivo per identificare e progressivamente sostituire e/o disciplinare le sostanze chimiche potenzialmente pericolose. In tale contesto è stato fissato l'obiettivo che, dal 2026, i trattamenti idrorepellenti e i tessuti acquistati per la produzione non prevedano l'uso intenzionale di PFAS⁵.

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si vedano le pagine 90; 92-93.

⁵ Sostanze perfluoroalchiliche e polifluoroalchiliche (Per- and Polyfluoroalkyl Substances - PFAS).

ENTITY SPECIFIC

SUPPORTO ALLE COMUNITÀ

[Entity specific] Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale.....	244
[Entity specific] Politiche relative al supporto alle comunità.....	244
[Entity specific] Azioni e risorse relative al supporto alle comunità	244
[Entity specific] Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni relative al supporto alle comunità mediante obiettivi	249

[ENTITY SPECIFIC] IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Da sempre il Gruppo Moncler è impegnato a promuovere iniziative e progetti nonché a supportare organizzazioni benefiche attraverso elargizioni in denaro, donazioni di prodotti e sostegno organizzativo a beneficio delle **comunità**. Un sostegno attivo frutto della consapevolezza che lo sviluppo di un'azienda non può che avvenire in sintonia e nel pieno rispetto delle comunità stesse. Tale impegno costituisce uno dei pilastri della strategia di sostenibilità del Gruppo, denominato **Give Back**.

La responsabilità delle iniziative è attribuita al Chief Marketing & Corporate Strategy Officer, in collaborazione con il team Sponsorship & Philanthropy, incaricato in particolare di identificare, sviluppare e gestire iniziative volte al benessere delle collettività e al sostegno di progetti filantropici e sponsorizzazioni in linea con i valori aziendali, costruire partnership con organizzazioni non profit, istituzioni culturali, enti benefici e altre realtà rilevanti e monitorare i risultati e l'impatto generato dai progetti supportati.

L'impatto positivo di queste attività è emerso come significativo anche nell'ambito del processo di doppia rilevanza.

[ENTITY SPECIFIC] POLITICHE RELATIVE AL SUPPORTO ALLE COMUNITÀ

Il rapporto con le comunità locali è richiamato sia nel Codice Etico sia nella Politica Diritti Umani (vedi anche pagg. 223-224; 252-253).

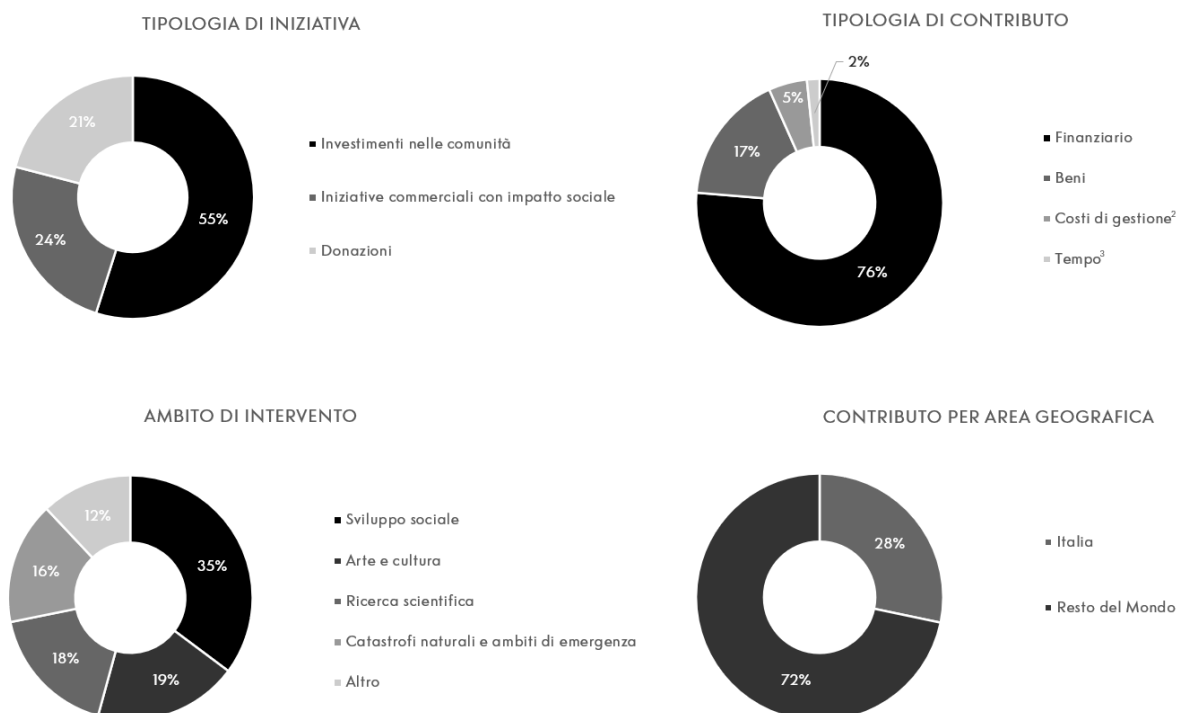
Nel proprio Codice Etico, il Gruppo si impegna ad aderire a iniziative di valore culturale o sociale, e nella Politica Diritti Umani a instaurare un dialogo trasparente e costruttivo con le comunità adiacenti alle proprie attività, sia in modo diretto che attraverso la collaborazione con diverse organizzazioni. Nel Codice Etico, inoltre, si richiama l'impegno a prestare attenzione a possibili situazioni di conflitto di interesse personali o aziendali, valutando l'affidabilità dei soggetti beneficiari e la loro coerenza con i valori del Gruppo e offrendo contributi in conformità con le leggi in vigore. È inoltre ribadita la consapevolezza di quanto sia importante il rispetto dell'ambiente, inteso come risorsa comune da salvaguardare a beneficio della collettività e delle generazioni future in un'ottica di sviluppo sostenibile.

[ENTITY SPECIFIC] AZIONI E RISORSE RELATIVE AL SUPPORTO ALLE COMUNITÀ

L'impegno del Gruppo a sostegno della comunità si concretizza in iniziative riconducibili principalmente a: supporto a popolazioni in situazioni di emergenza, ricerca scientifica, sviluppo sociale, nonché lotta alla povertà, arte e cultura, con attenzione per ciascun filone non solo alle persone ma anche all'ambiente.

A queste si aggiungono attività per le comunità locali adiacenti alle sedi principali del Gruppo, che sono il frutto di confronti con le autorità e la popolazione. I responsabili locali delle sedi principali di Moncler e di Stone Island, infatti, interagiscono e intrattengono un dialogo costante con i rappresentanti delle comunità stesse e delle amministrazioni territoriali, al fine di valutarne i bisogni, le aspettative e l'impatto delle attività aziendali sulla popolazione garantendo il consenso

sociale. Nel 2025 le risorse destinate dal Gruppo Moncler a supporto delle comunità locali sono state di oltre 4 milioni di Euro¹, in aumento rispetto al 2024 (+11%).



Supporto alle popolazioni in situazioni di emergenza

Attraverso i progetti *Warmly Moncler*, l'Azienda collabora con diverse associazioni per proteggere dal freddo coloro che vivono in condizioni di particolare vulnerabilità.

Da diversi anni, grazie al supporto offerto all'UNICEF, il Fondo delle Nazioni Unite per l'infanzia che si occupa di garantire assistenza umanitaria ai bambini e alle loro comunità, e ad altre associazioni come UNHCR, l'Agenzia ONU per i Rifugiati, che tutela i diritti e il benessere dei rifugiati in tutto il mondo, e Fondazione Francesca Rava – N.P.H., Moncler protegge le famiglie più vulnerabili che vivono in alcune delle aree tra le più fredde del mondo, dove le condizioni di vita già estreme si acuiscono con l'arrivo dell'inverno rendendo la sopravvivenza al freddo una lotta quotidiana. Nel periodo 2020-2025, l'Azienda ha protetto dal freddo oltre 163.000⁴ persone tra bambini e le loro famiglie, distribuendo beni di prima necessità, kit neonatali, coperte e abiti. Con questa attività, l'Azienda ha superato l'obiettivo previsto dal Piano di Sostenibilità, fissato a 150.000 beneficiari, e, complessivamente, dal 2017 ha supportato oltre 195.000 persone.

¹ L'ammontare è calcolato sulla base del modello London Benchmarking Group (LBG), un framework utilizzato per classificare e misurare il contributo delle aziende a favore delle comunità. Tale modello prevede tre aree principali di intervento: investimenti nelle comunità, donazioni e iniziative commerciali con impatto sociale. Inoltre, permette di classificare ciascun intervento secondo la tipologia di contributo, ovvero: donazioni finanziarie dirette; donazioni di prodotti, servizi o risorse aziendali (in kind); coinvolgimento attivo dei dipendenti attraverso attività di volontariato (tempo); costi di gestione. Per maggiori informazioni si veda il sito www.csisolutions.co.za/lbg-model.php.

² Rappresenta i costi di gestione per l'organizzazione delle attività di volontariato prestato dai dipendenti durante l'orario di lavoro.

³ Rappresenta il valore monetario delle ore di volontariato prestato dai dipendenti durante l'orario di lavoro.

⁴ Il valore delle persone protette dal freddo viene calcolato considerando vari fattori: per le donazioni di capi, si attribuisce una persona protetta per ogni capo donato; per le donazioni in denaro, il numero di persone protette viene definito dall'associazione beneficiaria in relazione all'importo della donazione annuale.

Sostegno alla ricerca scientifica

Moncler da sempre crede nella ricerca e nell'innovazione quali fattori chiave per il continuo sviluppo e miglioramento. Questa convinzione va oltre i confini dell'Azienda. Moncler si impegna, infatti, affinché la ricerca venga costantemente sostenuta anche nel settore medico-scientifico e per questo supporta attivamente i ricercatori attraverso finanziamenti ed erogazioni di borse di studio. Nel 2025 sono stati devoluti circa 300.000 Euro per borse di studio e finanziamenti a supporto dei ricercatori della Fondazione Umberto Veronesi e per donazioni a sostegno di diverse associazioni e fondazioni, tra cui Fondazione Città della Speranza, Fondazione Vidas e l'Istituto Europeo di Oncologia (IEO).

- **Fondazione Umberto Veronesi**

Fondazione Umberto Veronesi nasce nel 2003 con lo scopo di promuovere la ricerca scientifica oncologica e promuovere campagne di prevenzione, educazione alla salute e divulgazione scientifica. Il sostegno alla ricerca scientifica si concretizza attraverso l'erogazione di borse di ricerca per medici e ricercatori nei settori più avanzati dell'oncologia: dall'inizio del suo operato ad oggi, la Fondazione ha infatti finanziato oltre 2.500 medici e scienziati, impegnati in progetti scientifici di grande valore e oltre 150 progetti di ricerca. La Fondazione è, inoltre, attiva nell'ambito della divulgazione scientifica attraverso la realizzazione di conferenze, progetti con le scuole, campagne di sensibilizzazione e pubblicazioni.

Dal 2013 Moncler sostiene la **ricerca scientifica sui tumori femminili** e contribuisce a promuovere l'importanza della prevenzione. Anche nel 2025 Moncler ha sostenuto un ricercatore di Fondazione Umberto Veronesi, impegnato nello studio del tumore al seno. Inoltre, Moncler ha continuato a supportare la Fondazione nel suo impegno nei confronti dell'oncologia pediatrica contribuendo a finanziare la Rete italiana "PALM" (*Pediatric Acute Leukemia of Myeloid origin*), un progetto internazionale di ricerca e cura coordinato dall'Ospedale Pediatrico Bambin Gesù, e finalizzato alla prima sperimentazione clinica in Europa della terapia genica con cellule CAR-NK e allo sviluppo di nuove metodiche diagnostiche per la leucemia mieloide acuta, un tumore del sangue molto aggressivo che in Italia colpisce circa 70 bambini all'anno.

Infine, con l'obiettivo di promuovere la **ricerca legata agli effetti dei cambiamenti climatici** sull'ambiente, Moncler dal 2022 sostiene un progetto di ricerca della Fondazione Umberto Veronesi sulle capacità di adattamento a condizioni climatiche meno favorevoli di alcune varietà vegetali. Tale studio si concentra in particolare sull'identificazione dei meccanismi messi in atto da specifiche varietà di cotone per sopravvivere o ottimizzare la loro crescita in situazioni di siccità. La finalità dello studio è capire come migliorare la resilienza di specie selezionate per l'agricoltura in uno scenario ambientale meno favorevole e risorse idriche limitate.

Iniziative per lo sviluppo sociale ed economico delle comunità

Moncler si impegna a contribuire al benessere della comunità in cui opera sia promuovendo progetti autonomi sia supportando a vario titolo organizzazioni che operano in campo sociale su temi quali l'assistenza ai giovani, la promozione della diversità e dell'inclusione e la diffusione di una cultura di rispetto dell'ambiente.

I **giovani** e il loro futuro sono da sempre una tematica particolarmente cara a Moncler che da molti anni sostiene le nuove generazioni in difficoltà per garantire loro l'accesso a cure mediche, un livello di educazione adeguato e un percorso di crescita sereno, attraverso collaborazioni con associazioni e fondazioni, tra cui Francesca Rava – N.P.H., Dynamo Camp, Comunità San Patrignano, e, dal 2024, Fondazione TOG (Together to Go). Nel 2025, Moncler ha, inoltre, consolidato il proprio impegno attraverso nuove collaborazioni con enti attivi nell'ambito sanitario, tra cui la Fondazione Theodora, sostenendo i Programmi di Visita, iniziative che prevedono la presenza di operatori specializzati formati per offrire supporto emotivo e momenti di sollievo ai bambini ricoverati e alle loro famiglie in diversi istituti ospedalieri, e la Fondazione Città della Speranza, contribuendo

all'acquisto di un'apparecchiatura dedicata alla cura di patologie onco-pediatrie e di malattie autoimmuni.

- **Fondazione TOG**

Fondazione TOG nasce con l'obiettivo di offrire cure specialistiche a bambini con patologie neurologiche complesse e, negli anni, è diventata un centro di eccellenza nel campo della riabilitazione, dell'educazione e dell'orientamento scolastico per i ragazzi con queste disabilità, offrendo sostegno anche alle loro famiglie.

Pioniera nell'**utilizzo di tecnologie innovative** per favorire lo sviluppo motorio, cognitivo e comunicativo dei bambini, Fondazione TOG, grazie al supporto di Moncler, ha avuto la possibilità di sviluppare ulteriormente lo studio e l'applicazione dell'*Eye-tracking*. Questa tecnologia rende possibile la comunicazione a bambini o ragazzi con difficoltà di verbalizzazione o patologie neurologiche gravi, che altrimenti non potrebbero esprimersi, contribuendo a migliorare la loro qualità della vita e il percorso riabilitativo. Ad oggi, sono 15 i bambini che utilizzano due dispositivi *Eye-tracking* presso il centro TOG.

Con l'obiettivo di integrare questa tecnologia avanzata presso il domicilio delle famiglie e quindi nella vita quotidiana dei bambini, favorendone la comunicazione e lo sviluppo cognitivo di un numero sempre maggiore, dal 2024 Moncler supporta il progetto biennale intitolato "Comunicare, giocare, imparare: un nuovo Eye-tracking per i bambini con patologie neurologiche complesse". Grazie a questo progetto, sono stati aggiunti altri quattro dispositivi utilizzati a rotazione dai bambini, con l'obiettivo di promuoverne la prescrizione e l'acquisto individuale tramite il Servizio Sanitario Nazionale; sono state inoltre inserite altre due macchine in dotazione all'interno del Centro TOG per offrire un servizio di valutazione accessibile anche a bambini non seguiti dalla Fondazione. Parallelamente, a partire dal 2026 la Fondazione TOG condurrà una ricerca sull'impatto di questa tecnologia.

Un altro tema che riveste un ruolo particolarmente rilevante per il Gruppo Moncler è quello della **diversità, equità e inclusione**. Il Gruppo è, infatti, consapevole di come la discriminazione possa rappresentare una minaccia per la comunità e allo stesso tempo di quanto sia importante contribuire a creare un senso di accoglienza e valorizzazione della diversità. Per tale motivo mette in atto diverse iniziative volte a promuovere una cultura sempre più inclusiva attraverso donazioni a organizzazioni, tra cui *Yolk*, la *LeBron James Foundation*, e Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI) per l'iniziativa *CNMI Fashion Trust* che ha l'obiettivo di sostenere e promuovere il talento emergente nel settore della moda. Inoltre, nel 2025 Moncler ha collaborato con la *Shanghai Fashion Design Association* (SFDA), sponsorizzando due borse di studio a sostegno della crescita della valorizzazione di giovani creativi.

Moncler sostiene anche attività e progetti legati all'**ambiente**, alla sua salvaguardia e conservazione. In particolare, negli ultimi anni l'Azienda ha supportato le iniziative *Keep Karakorum Clean* e *Keep K2 Clean* dell'Associazione EvK2CNR, finalizzate alla pulizia delle montagne, e ha sviluppato un progetto di volontariato con Legambiente volto a ridurre l'utilizzo di plastica e a promuoverne il riciclo.

- **Associazione EvK2CNR**

EvK2CNR è un'associazione riconosciuta, senza scopo di lucro, che promuove progetti di cooperazione internazionale e sviluppo sociale e ambientale, nonché attività di ricerca scientifica nelle regioni montane. L'attività dell'associazione, svolta anche in collaborazione con organizzazioni internazionali come UNDP (*United Nation Development Programme*), WMO (*World Meteorological Organization*), e ICIMOD (*International Centre for Integrated Mountain Development*), WWF (*World Wide Fund for Nature*), UNEP (*United Nations Environment Programme*), e istituzioni locali, si concentra sullo studio e il monitoraggio dei cambiamenti climatici e delle misure di adattamento agli stessi, la salvaguardia della biodiversità e lo sviluppo delle popolazioni montane. Tra i risultati raggiunti dall'associazione rientra la creazione di importanti aree di **salvaguardia e protezione della natura**, quali il Parco

Nazionale del Karakorum Centrale e quello del Deosai oltre al corridoio ecologico che li collega, per un'estensione complessiva di oltre 16.000 km² a beneficio di circa 300.000 persone.

Accomunate dalla passione e il rispetto per la montagna, EvK2CNR e Moncler collaborano dal 2014 per promuovere programmi di ripristino di aree glaciali degradate, di rigenerazione ambientale e iniziative di educazione ambientale, quali *Keep Karakorum Clean* e *Keep K2 Clean*. Grazie a queste iniziative, sviluppate in collaborazione con le istituzioni e le popolazioni locali, i campi base vengono annualmente liberati dai rifiuti, compresi quelli rilasciati dalla fusione dei ghiacciai, e riportati alla loro naturale condizione. Grazie alla collaborazione con le autorità del Parco Nazionale del Karakorum Centrale (Central Karakorum National Park - CKNP) e della Provincia del Gilgit-Baltistan (Pakistan), è stato attivato un sistema di raccolta differenziata dei rifiuti, ampliato ulteriormente nel 2025, che ha consentito la raccolta di oltre 43 tonnellate di rifiuti solidi e biologici nel corso dell'anno. Tali attività sono state svolte dal personale del CKNP supportato da enti locali, mentre le attività di educazione ambientale per sensibilizzare gli operatori pakistani, sull'importanza di preservare parchi e ghiacciai e di potenziamento dei progetti di protezione della natura nella regione, sono proseguite a cura di EvK2CNR, in stretta cooperazione con il governo del Gilgit-Baltistan (Pakistan), gli stakeholder e la popolazione locale.

È proseguita, infine, l'iniziativa *One Health*, un sistema di laboratori dedicati a studiare e salvaguardare la **salute della natura e degli animali**. In particolare, grazie alla collaborazione con Moncler, nell'ambito del progetto "Water 4 Development", supportato dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo e realizzato da EvK2CNR Italia in partnership con l'UNDP, nel 2025 sono stati attivati laboratori specifici focalizzati sulla glaciologia e sulla qualità dell'acqua presso l'Università Karakorum International e sul monitoraggio della salute animale e vegetale presso l'Università del Baltistan.

[ENTITY SPECIFIC] MONITORAGGIO DELL'EFFICACIA DELLE POLITICHE E DELLE AZIONI RELATIVE AL SUPPORTO ALLE COMUNITÀ MEDIANTE OBIETTIVI

Di seguito viene riportato il dettaglio degli obiettivi inclusi nel Piano di Sostenibilità 2020-2025 e dei risultati raggiunti nell'anno, relativi al pillar **Give Back**, che confermano gli impegni del Gruppo per supportare le comunità locali tramite iniziative di volontariato o sponsorizzazione di progetti.

LEGENDA	
↑ <i>Obiettivo superato</i>	➤ <i>Obiettivo on time</i>
✓ <i>Obiettivo raggiunto</i>	○ <i>Obiettivo posticipato</i>
● <i>Obiettivo parzialmente raggiunto</i>	
OBIETTIVI	RISULTATI 2025
GIVE BACK	
Proteggere le persone dal freddo	
2025 150.000 persone in difficoltà protette dal freddo (2020-2025)	↑ Oltre 163.000 persone in difficoltà protette dal freddo (2020-2025)
Creare valore condiviso [SDG 11]	
Ongoing 100% della popolazione aziendale eleggibile abilitata a poter svolgere attività di volontariato durante l'orario di lavoro	✓ 100% della popolazione aziendale eleggibile abilitata a poter svolgere attività di volontariato durante l'orario di lavoro

Per gli obiettivi del nuovo Piano di Sostenibilità 2026-2028 si veda pagina 93.

GOVERNANCE

G1 condotta delle imprese

G1**CONDOTTA DELLE IMPRESE**

[G1-1] Politiche e pratiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese.....	252
[G1-2] Gestione delle relazioni con i fornitori	259
[G1-6] Prassi di pagamento	260

Questa sezione, in conformità con quanto previsto dagli *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) in materia di condotta aziendale (ESRS G1), descrive la cultura d'impresa, i valori della società, nonché i Codici e le politiche che indirizzano i comportamenti e i principi da seguire nella gestione del business, con riferimento, in particolar modo, ai temi emersi come significativi nell'analisi di doppia rilevanza ovvero le relazioni con i fornitori e l'attenzione al benessere animale (la valutazione non ha preso in considerazione le azioni di mitigazione messe in atto dal Gruppo). Inoltre, per garantire continuità con quanto riportato nei Documenti di Sostenibilità degli anni precedenti, vengono affrontati anche i temi della prevenzione della corruzione, dei contributi ai partiti politici e delle attività di lobbying, anche se non emersi come rilevanti.

[G1-1] POLITICHE E PRATICHE IN MATERIA DI CULTURA D'IMPRESA E CONDOTTA DELLE IMPRESE

CODICE ETICO

Il **Codice Etico** e le politiche aziendali sono uno dei pilastri del sistema di corporate governance del Gruppo e regolano il modo di operare del marchio Moncler, del marchio Stone Island e dei rispettivi dipendenti, partner, clienti e azionisti.

I Codici Etici di Moncler e Stone Island racchiudono l'insieme dei valori che entrambi i Marchi riconoscono, condividono e promuovono, nella consapevolezza che condotte ispirate ai principi di diligenza, correttezza e lealtà, costituiscono un importante motore dello sviluppo economico e sociale. Ai dipendenti e collaboratori è richiesto di agire con onestà, passione e integrità e di costruire con gli stakeholder relazioni basate sulla fiducia reciproca, affinché la crescita sia guidata dal principio del valore condiviso.

I Codici stabiliscono norme di comportamento chiare per i destinatari, regolando diversi aspetti tra cui i rapporti con dipendenti, fornitori, clienti e autorità; il rispetto dei diritti umani, la tutela della proprietà industriale e intellettuale, delle informazioni riservate e della privacy; il rispetto della concorrenza leale; la corretta gestione amministrativa e finanziaria; l'attenzione all'ambiente; la lotta alla corruzione e al riciclaggio; nonché l'uso responsabile dei beni aziendali e la gestione di conflitti di interesse, contributi e sponsorizzazioni.

I Codici Etici si applicano a tutti i dipendenti, fornitori, appaltatori, consulenti, partner e collaboratori esterni ai due Marchi e in generale in modo uniforme in tutti i Paesi in cui Moncler e Stone Island operano. In caso di inosservanza, è prevista l'applicazione di provvedimenti disciplinari e/o sanzioni fino alla risoluzione del contratto di lavoro o rapporto commerciale in essere.

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo competente a deliberare in merito all'adozione, e alle successive modifiche, del Codice Etico, oltre a essere coinvolto nella gestione di eventuali problematiche etiche di particolare rilevanza. Il Responsabile della Funzione Corporate Affairs & Compliance nell'ambito del controllo di secondo livello, monitora il corretto svolgimento delle operazioni di Gruppo nel rispetto dei vincoli normativi e regolamentari di riferimento nonché delle procedure interne e dei valori del Codice Etico. Tale figura assicura, inoltre, la gestione degli aspetti di compliance aziendale. Le Risorse Umane e i Responsabili di Funzione, invece, supportano attivamente nella formazione e sensibilizzazione del personale, garantendo che tutti i dipendenti comprendano e rispettino le disposizioni del Codice Etico.

I Codici vengono aggiornati periodicamente al fine di allinearli alle migliori *best practice* internazionali e integrarli con le tematiche di sostenibilità e di *business conduct* emergenti. Entrambi i Codici si ispirano alle principali normative e regolamentazioni esistenti a livello nazionale e internazionale in tema di responsabilità sociale d'impresa, di corporate governance, di diritti umani e ambiente, come la Carta Internazionale dei Diritti delle Nazioni Unite, la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, la Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione europea, gli standard di lavoro dignitoso contemplati nelle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale

del Lavoro (OIL) e le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE). I principi chiave dei Codici Etici sono, inoltre, richiamati nel Codice di Condotta dei Fornitori. Le politiche aziendali di Gruppo, tra cui la Politica Anticorruzione, la Politica Ambientale, la Politica Diritti Umani, la Politica per la Gestione della Salute e Sicurezza, ecc., sono da considerarsi parte integrante dei Codici.

I Codici sono portati a conoscenza dei dipendenti con le modalità più appropriate, conformemente alle consuetudini locali e sono disponibili in lingua italiana e inglese, oltre che in rumeno per il Codice Etico di Moncler. I documenti sono liberamente scaricabili dai siti aziendali intranet e internet. Un programma di formazione online viene regolarmente erogato per tutti i dipendenti di Moncler, inclusi quelli a tempo determinato e part time, al fine di assicurare la corretta comprensione dei contenuti del Codice e comportamenti virtuosi e coerenti con le prescrizioni contenute nello stesso, mentre i dipendenti di Stone Island in Italia sono formati su queste tematiche attraverso un modulo specifico all'interno del corso sul Modello 231.

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

I Codici Etici, insieme al Modello Anticorruzione, sono una parte fondamentale e integrante dei **Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo** adottati da Moncler e Stone Island ai sensi del D.Lgs. 231/2001. Entrambi i Modelli si concretizzano in un insieme di principi e regole di comportamento, procedure operative e codici disciplinari, finalizzati a prevenire la commissione di illeciti e a promuovere un comportamento etico da parte di coloro che operano per conto delle Società del Gruppo. I Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo sia di Moncler che di Stone Island vengono periodicamente aggiornati alla luce di variazioni normative e organizzative. Gli ultimi aggiornamenti hanno riguardato l'integrazione di nuove fattispecie di reato quali i delitti in materia di strumenti di pagamento diversi dai contanti e i delitti contro il patrimonio culturale, nonché con il recepimento delle novità comunitarie relative alla gestione del canale di segnalazione (*whistleblowing*). L'organo deputato a vigilare sull'adeguatezza e sul rispetto del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e dei suoi principi ispiratori è l'Organismo di Vigilanza (OdV). Quest'ultimo opera in coordinamento con la funzione di Internal Audit di Gruppo, che riporta direttamente al Consiglio di Amministrazione e opera in totale autonomia, senza responsabilità su aree operative. L'Internal Audit svolge verifiche su diverse tematiche di compliance, tra cui privacy, fiscalità, salute e sicurezza, aspetti giuslavoristici e prevenzione della corruzione, al fine di verificare il rispetto dei principi del Codice Etico. Nel 2025 la funzione di Internal Audit con riferimento alle attività di controllo in relazione alle società italiane del Gruppo ha continuato a svolgere anche diverse verifiche su processi corporate significativi (pagamenti, acquisti, servizi e consulenze, riaddebiti ai fornitori, vendite, incassi, gestione crediti, gestione delle buste paga, ecc.) e sui principali ambiti identificati come "sensibili" all'interno del Modello. Per quanto concerne le società controllate estere del Gruppo, nel corso dell'anno la funzione Internal Audit ha condotto verifiche e test sull'adeguatezza del sistema di controllo interno e delle procedure di *financial reporting* per le società operanti in Cina continentale, Corea del Sud, Giappone, Stati Uniti, e Regno Unito, anche con la finalità di identificare e/o prevenire potenziali comportamenti fraudolenti. Con riferimento alla gestione dell'operatività presso i negozi (gestione di incassi e vendite, gestione dello stock, tutela del patrimonio aziendale e prevenzione furti), la funzione Internal Audit definisce annualmente un piano di verifiche presso i punti vendita. Generalmente, i negozi sono selezionati secondo criteri di significatività del fatturato, indici di rischiosità e diversificazione geografica. Inoltre, la funzione ha continuato a svolgere attività di monitoraggio degli inventari, degli ammanchi rilevati in fase di movimentazione del prodotto e presso i magazzini e del rispetto della procedura relativa alle vendite.

SISTEMA DI WHISTLEBLOWING

A livello Gruppo è attivo un **sistema di whistleblowing**, con l'obiettivo di gestire in modo accurato e accertare celermente segnalazioni circa eventuali comportamenti illeciti e non rispettosi delle norme, regolamenti, procedure interne e principi valoriali, e adottare gli opportuni provvedimenti, garantendo al contempo la possibilità di anonimato del segnalante. Qualunque portatore di interesse, interno o

esterno al Gruppo che, in buona fede, segnali comportamenti anomali, presunte o effettive violazioni del Codice, è tutelato in questo modo contro ogni forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione.

Una volta ricevuta la segnalazione tramite i canali di *whistleblowing*, il responsabile della funzione di Internal Audit analizza tempestivamente ogni informazione dandone riscontro al segnalante; se la questione sollevata è molto seria e/o complessa, ha il compito di attivare un'indagine immediata, richiedendo anche il supporto di altre funzioni aziendali tra cui Asset Protection, Legale, Compliance, Risorse Umane, ICT e Sostenibilità, oltre che di consulenti esterni competenti, al fine di svolgere indagini e controlli finalizzati a comprendere l'accaduto; ad esempio, a fronte di eventuali segnalazioni di discriminazioni o molestie, il responsabile della funzione di Internal Audit coinvolge tempestivamente la funzione Risorse Umane della Region di riferimento. Laddove lo si ritenga appropriato, in relazione alla gravità dell'accaduto, sono messe in atto misure immediate che possono arrivare fino alla risoluzione del contratto con il dipendente, il collaboratore o il fornitore segnalato. La chiusura dell'indagine viene comunicata in forma tracciabile tramite piattaforma informatica al segnalante. Con cadenza almeno semestrale la funzione di Internal Audit riporta in Consiglio di Amministrazione sui casi investigati.

Il Gruppo Moncler ha messo a disposizione dei segnalanti una piattaforma web e linee telefoniche ad hoc – gestite da un soggetto terzo specializzato e disponibili in ogni momento a livello globale – al fine di accogliere e gestire eventuali segnalazioni provenienti da dipendenti, fornitori, clienti e controparti di tutte le società del Gruppo. La piattaforma web è disponibile in italiano, inglese, cinese, giapponese, coreano, francese, tedesco, turco, arabo e rumeno, mentre gli operatori delle linee telefoniche parlano la lingua di tutti i Paesi in cui il Gruppo è presente attraverso la sua rete di negozi. La piattaforma garantisce, tra l'altro, la piena aderenza alle normative internazionali in ambito privacy (trattamento di dati sensibili e personali).

Nel 2025, è stata nuovamente condivisa con l'intera popolazione aziendale tramite newsletter ad hoc la procedura di *whistleblowing* che è disponibile sulla intranet aziendale. I responsabili delle risorse umane delle Region sono stati sensibilizzati sull'importanza del *whistleblowing* e sulle modalità di segnalazione attraverso incontri *one-to-one* o *video conference*. Inoltre, il corso obbligatorio sul Codice Etico include una sezione dedicata alle modalità di utilizzo del canale.

ANTICORRUZIONE

Il Gruppo adotta un **Modello Anticorruzione**, approvato dal Consiglio di Amministrazione, che si basa su un *risk assessment* mirato e su un'analisi normativa dei reati di corruzione nei Paesi in cui il Gruppo opera, individuati in base all'Indice di Corruzione percepito del Paese e al valore del fatturato generato dall'azienda nel Paese. Sono così identificate le aree a teorico rischio di corruzione e i controlli interni esistenti o da potenziare. La **Politica Anticorruzione** di Gruppo definisce, inoltre, i principi guida e i controlli che il personale, i collaboratori e le controparti del Gruppo sono tenuti a seguire per prevenire episodi di corruzione.

La Politica, in particolare, definisce: responsabilità di monitoraggio della normativa; modalità di gestione e reporting dei casi di non-compliance e specifiche misure a presidio del rischio di corruzione.

Sono state identificate le seguenti aree come teoricamente esposte a un rischio di corruzione: le relazioni con la pubblica amministrazione; le relazioni con fornitori e consulenti esterni; le relazioni con agenti e intermediari; le relazioni con business partner per *joint venture* e amministratori; la gestione di donazioni/sponsorizzazioni/regali e omaggi; e la gestione delle risorse umane.

Per ognuna di queste aree sono definiti principi di comportamento e regole operative sia all'interno della Politica Anticorruzione sia all'interno dei Codici Etici, nonché delle politiche dedicate alla regolamentazione dei comportamenti da tenere nello svolgimento delle attività afferenti alle aree sopra menzionate.

Le politiche e le procedure afferenti al Modello Anticorruzione di Gruppo sono state diffuse e condivise a livello globale. Inoltre, a tutti i dipendenti del Gruppo viene regolarmente offerta una formazione specifica sulla corruzione attiva e passiva. In particolare, dal 2024 è stato introdotto un programma formativo su piattaforma e-learning, mirato a rafforzare la cultura dell'integrità e

a implementare misure di prevenzione anticorruzione efficaci, contribuendo così a mitigare potenziali rischi e a mantenere elevati standard etici.

La funzione di Internal Audit svolge periodicamente attività di audit in loco presso le società del Gruppo al fine di verificare l'effettiva adozione dei controlli a mitigazione del rischio di corruzione nelle aree identificate come più rischiose. In particolare, vengono svolte annualmente verifiche sui costi del marketing, sulle sponsorizzazioni, su liberalità e donazioni, sulla gestione di consulenti e incarichi professionali, sulle assunzioni del personale dipendente, sulla gestione dei fornitori, sui pagamenti, su note spese e spese di rappresentanza.

Nell'ambito di tali verifiche, i vari dipartimenti coinvolti vengono sensibilizzati sul rispetto dei protocolli di controllo definiti. I risultati delle verifiche vengono condivisi con il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità e con gli Organismi di Vigilanza di Moncler e Stone Island. Almeno semestralmente, il Consiglio di Amministrazione riceve e valuta le risultanze delle attività di verifica condotte dalla funzione di Internal Audit di Gruppo, previo parere del Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità che ha natura endoconsiliare.

Nel corso del 2025 non sono stati accertati casi di corruzione, attiva o passiva, in linea con il 2024.

Il Gruppo Moncler gestisce i **rapporti con partiti politici** e loro rappresentanti ispirandosi ai più elevati principi di trasparenza ed eticità. Anche nel 2025 il Gruppo Moncler non ha erogato contributi a partiti politici, ad attività di lobbying o a qualsiasi altra attività al di fuori di quelle con scopi associativi. L'impegno politico prestato dai dipendenti del Gruppo, così come l'erogazione di contributi da parte degli stessi, sono da intendersi a titolo personale e del tutto volontario.

Per quanto riguarda le **attività di lobbying**, il Gruppo opera principalmente attraverso associazioni di settore, senza escludere la possibilità residuale di interagire direttamente con le istituzioni, sempre seguendo i principi sopra descritti, al fine di garantire che le attività e le decisioni prese siano allineate alla Politica Ambientale del Gruppo.

COMPLIANCE

Il Gruppo Moncler, come descritto sopra, opera ispirandosi ai più alti principi etici di trasparenza, correttezza e lealtà, formalizzati nei Codici Etici di Moncler e Stone Island, nel rispetto delle leggi applicabili nei Paesi in cui è presente e mettendo al centro dei propri sforzi la creazione di un rapporto di fiducia con i propri stakeholder.

A conferma di tale impegno, nel corso del 2025 non è stato emesso a carico delle Società del Gruppo nessun provvedimento definitivo in alcuno dei seguenti ambiti: concorrenza sleale ed antitrust; salute e sicurezza dei prodotti; etichettatura di prodotti (*labelling*); marketing, incluse pubblicità, promozione e sponsorizzazione; vertenze con impatto sulla comunità; ambiente; proprietà intellettuale.

ANIMAL WELFARE

L'*animal welfare* rappresenta per il Gruppo Moncler un'area di particolare attenzione.

Come delineato nel Codice di Condotta dei Fornitori e confermato all'interno del *Raw Material Manual*, tutti i partner sono tenuti a rispettare le normative vigenti sulla salute e il benessere animale e a osservare rigorosi standard di tutela che coprono ogni fase del trattamento degli animali.

In particolare, i fornitori devono garantire il rispetto delle "Cinque Libertà" per il benessere degli animali da allevamento: libertà dalla sete e dalla fame; libertà dal disagio fisico e termico; libertà dal dolore, dalle ferite e dalle malattie; libertà di esprimere comportamenti naturali; libertà dalla paura e dal dolore.

Il Codice richiede che i fornitori adottino tutte le misure necessarie per proteggere le esigenze comportamentali, biologiche ed emotive degli animali, tutelando la biodiversità degli ecosistemi nelle aree di approvvigionamento e che forniscano la provenienza dei materiali di origine animale. Il Gruppo, inoltre, si impegna a non utilizzare materiali derivati da specie a rischio di estinzione secondo la Convenzione CITES (*Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*).

Piuma

La piuma è una delle materie prime più importanti per Moncler. A tutti i fornitori non solo sono richiesti i più alti standard di qualità ma anche di agire in modo responsabile e nel pieno rispetto del benessere animale.

Con l'obiettivo di tutelare il benessere animale, Moncler richiede e verifica che le sue filiere di approvvigionamento della piuma rispettino stringenti requisiti enunciati nel **Protocollo tecnico Moncler chiamato DIST (Down Integrity System & Traceability)**¹. Il Protocollo DIST, la cui applicazione è stata avviata nel 2015, norma le modalità di allevamento delle oche bianche, la tracciabilità e la qualità tecnica della piuma. Moncler acquista solo piuma che ha ottenuto la certificazione DIST.

Tra i requisiti base che devono essere rispettati ad ogni livello della filiera, si evidenziano i seguenti:

- la piuma deve essere ricavata esclusivamente da **oche bianche allevate** e provenienti dalla **filiera alimentare** di cui la piuma è un by-product (prodotto secondario);
- **non è ammessa alcuna forma di spiumaggio degli animali vivi o di alimentazione forzata.**

Il Protocollo, definito tenendo in considerazione le peculiarità della struttura della filiera di approvvigionamento di Moncler, è il risultato di un dialogo aperto e costruttivo alimentato da un **multi-stakeholder forum**, istituito nel 2014, che ha preso in considerazione le aspettative dei vari portatori di interesse adottando un approccio scientifico e olistico al tema del benessere degli animali. Il forum, presieduto da un Professore ordinario presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia con specifica conoscenza e competenza nelle tematiche di sostenibilità, è composto oltre che da personale Moncler, da esperti provenienti dal Dipartimento di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Milano, dall'Istituto Nazionale Polacco di zootecnia Koluda Wielka, da Compassion in World Farming, organizzazione non governativa che si occupa del benessere degli animali negli allevamenti, da società di certificazione e consulenza (SGS, Control Union, IDFL, KPMG) e, a partire dal 2023, a seguito dell'inclusione nel Protocollo DIST anche di moduli specifici sui diritti umani e sulla compliance ambientale, anche da rappresentanti dell'International Labour Organization. Con la convinzione che il dialogo sia fonte di miglioramento, a marzo 2026 è stato organizzato il dodicesimo multi-stakeholder forum durante il quale sono stati discussi i risultati del processo di certificazione e condivisi i risultati delle attività svolte per identificare i principali impatti ambientali lungo la filiera della piuma.

Nel Protocollo il benessere animale è valutato secondo una **prospettiva innovativa**. Accanto all'approccio tradizionale che considera l'ambiente in cui vive l'animale (disponibilità di cibo e di acqua, spazio adeguato per il movimento, ecc.), il DIST, in linea con le indicazioni della Commissione Europea, valuta il benessere basandosi anche su un'attenta osservazione dell'animale attraverso le cosiddette **Animal-Based Measure (ABM)**². Le ABM consentono una valutazione diretta dello stato dell'animale, ossia di come l'oca risponde ai diversi fattori dell'ambiente in cui vive (*outcome approach*). Gli indicatori Animal-Based utilizzati nel Protocollo DIST sono nove e includono, tra gli altri, quelli volti all'identificazione di comportamenti o aspetti anomali come la plumofagia³, la presenza di ali dislocate o rotte, di irregolarità delle piume, di becco con colore irregolare. Queste situazioni sono, infatti, associabili a contesti in cui il benessere dell'oca è compromesso a causa di diversi fattori, tra cui l'elevata densità di allevamento, una dieta inadeguata, l'assenza di accesso all'esterno oppure inappropriate modalità di gestione degli animali.

Un altro indicatore importante e innovativo introdotto nel Protocollo è la valutazione della relazione uomo-animale attraverso la risposta a un test specifico (HAR test, Estep and Hetts, 1992).

¹ Disponibile sul sito dist.moncler.com.

² Le Animal-Based Measure sono indicatori, rilevabili direttamente sull'animale, che valutano lo stato reale dell'animale stesso in relazione alla sua capacità di adattamento a specifici ambienti di allevamento. Tali misure comprendono indicatori fisiologici, patologici e comportamentali.

³ La plumofagia è un comportamento anormale nella specie avicola che consiste nel beccare le piume di un altro soggetto o strapparle con il becco.

Tutti i fornitori si devono attenere scrupolosamente ai requisiti previsti dal Protocollo, a garanzia della tracciabilità della materia prima, del rispetto dell'animale e della più alta qualità ad ogni anello della catena di fornitura.

Per verificare il rispetto dei principi contenuti nel Protocollo, Moncler svolge costantemente delle stringenti attività di **audit sul campo** lungo tutta la sua filiera della piuma che è particolarmente verticalizzata. La filiera include diverse tipologie di soggetti: gli allevamenti di oche, i macelli dove gli animali vengono abbattuti principalmente per la produzione di carne e dove successivamente viene prelevata la piuma, le aziende che effettuano le fasi di lavaggio, pulizia, selezione e lavorazione della materia prima. Inoltre, vanno considerati i *façonisti* che, a valle del processo di acquisto della piuma, confezionano il prodotto finito.

Al fine di garantire la massima **imparzialità delle verifiche**:

- gli audit sono commissionati e pagati direttamente da Moncler e non dal fornitore;
- l'attività di audit e certificazione è stata affidata a un ente terzo qualificato i cui auditor sono stati formati da veterinari e zootecnici del Dipartimento di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Milano;
- l'operato dell'ente certificatore è a sua volta soggetto alla verifica di un altro organismo di certificazione esterno accreditato.

In particolare, nel 2025 sono stati condotti **205 audit on site di terza parte**, verificando così tutte le entità della filiera. In tutti i casi in cui sono state riscontrate delle non conformità non gravi durante le attività di verifica, gli allevamenti hanno dovuto mettere in atto tempestive azioni correttive prima di ottenere la certificazione. Durante gli audit svolti, in nessuna *farm* sono stati riscontrati casi di spiumaggio di animali vivi o di alimentazione forzata.

Per comunicare in modo trasparente l'impegno dell'Azienda in tale ambito, all'interno di tutti i capi Moncler è inserita un'etichetta con l'indicazione "Piuma certificata DIST". Questo importante risultato è stato ottenuto grazie all'estensione della tracciabilità della piuma, secondo i principi definiti nel Protocollo DIST, fino all'ultima parte della catena di fornitura, ossia fino al prodotto finito.

Al fine di favorire un percorso di miglioramento continuo, Moncler si impegna a coinvolgere e sensibilizzare la propria filiera anche attraverso attività di formazione. A tal proposito, nel corso del 2025 è proseguita l'attività di training per i *façonisti* del capospalla e della maglieria sul rispetto della procedura di tracciabilità. Inoltre, sempre nel corso dell'anno sono state svolte diverse sessioni di formazione online con gli auditor della società terza specializzata che conduce sul campo le verifiche sui requisiti presenti nei nuovi moduli relativi ai diritti umani e alla compliance ambientale.

Il Protocollo DIST è un documento stringente e innovativo e vuole continuare ad esserlo. È per questo che è in continua evoluzione ed è soggetto a revisione periodica attraverso il multi-stakeholder forum. Moncler non intende infatti accontentarsi dei risultati ottenuti, ancorché significativi, ma è determinata a continuare ad impegnarsi per promuovere standard sempre più ambiziosi, accogliendo anche gli spunti di riflessione forniti dagli stakeholder.

Anche Stone Island è impegnata a garantire che la piuma utilizzata nei propri prodotti sia ottenuta nel rispetto del benessere animale. L'Azienda dal 2019 utilizza solo piuma d'anatra certificata secondo il protocollo *Responsible Down Standard (RDS)*. Lo standard ha come obiettivo quello di garantire che le piume impiegate provengano da allevamenti che tutelano il benessere animale lungo tutta la filiera produttiva ed una tracciabilità completa dei materiali certificati. In particolare, dal 2023, su tutti i prodotti del marchio Stone Island contenenti piuma, viene applicata una etichetta che riporta il logo RDS e le informazioni relative alla certificazione secondo le linee guida dello standard. Inoltre, a partire dal 2023, tutti i fornitori della filiera piuma certificata RDS sono stati oggetto di audit di terza parte per verificare la compliance con i nuovi moduli del Gruppo relativi a diritti umani e ambiente.

Qualità della piuma

Sin dall'inizio della storia dell'Azienda, la piuma è stata il cuore di ogni capospalla fino a identificarsi progressivamente con il Marchio stesso. Grazie alla lunga esperienza maturata e alla continua attività di ricerca e sviluppo, Moncler può oggi vantare un'*expertise* unica, sia con riguardo alla conoscenza della materia prima sia al processo manifatturiero del capo. Ai propri fornitori, Moncler richiede il rispetto dei più alti standard qualitativi, che nel corso degli anni hanno rappresentato e continuano a rappresentare un punto chiave di differenziazione del prodotto. Per l'Azienda però "qualità" è qualcosa di più: per Moncler sono infatti fondamentali anche l'origine della piuma utilizzata e il rispetto dell'*animal welfare*, aspetti che, nel processo di acquisto della materia prima, sono tenuti in considerazione al pari della qualità.

In particolare, la qualità tecnica della piuma Moncler è garantita da un articolato processo che assicura che solo il miglior piumino d'oca bianca venga impiegato per la realizzazione dei capi. Ogni lotto di piuma è sottoposto ad un duplice controllo che ne verifica la corrispondenza a 11 parametri, che afferiscono alla qualità (oltre che ad aspetti di igiene e salute), definiti dalle più severe normative internazionali e dai restrittivi requisiti richiesti dall'Azienda: prima tramite le sofisticate analisi di un ente indipendente accreditato e, successivamente, per mezzo di ulteriori test svolti presso il laboratorio interno di Moncler, dove lavorano tecnici altamente specializzati nel campo della piuma.

Nel 2025 sono stati effettuati un totale di 950 test. Il contenuto di fiocco di piumino e il *fill power* sono i principali indicatori della qualità della piuma. I capi Moncler contengono almeno il 90% di fiocco di piumino d'oca bianca e solo il 10% di piume/piumette. Questa alta percentuale di fiocco di piumino è garanzia di un elevato *fill power* ovvero della capacità della piuma di occupare volume: più elevato è il potere gonfiante, maggiori sono le performance in termini di leggerezza, capacità termica e proprietà isolanti. La piuma Moncler è dotata di un livello di *fill power* minimo di 710 (pollici cubi per 30 grammi di piumino) che si traduce in capi caldi, soffici e leggeri, capaci di offrire un comfort unico.

Pelliccia

Il Gruppo Moncler, con l'adesione alla *Fur-Free Retailer Policy*, si è impegnato a non utilizzare pelliccia animale in tutte le sue collezioni. Il termine "pelliccia" si riferisce a qualsiasi pelle con pelo proveniente da animali allevati o catturati in natura esclusivamente o prevalentemente per la loro pelliccia, ad esempio volpe, visone, coyote, *finnraccoon*, ermellino, coniglio, ecc..

Non rientrano in questa definizione di "pelliccia" le pelli con pelo corto (es. *shearling*) o lungo, provenienti da animali allevati principalmente per la filiera alimentare (es. vitello, bovino, pecora, agnello e capra). Per assicurare che tali animali siano effettivamente un prodotto secondario della filiera alimentare il Gruppo richiede che venga svolto un audit di terza parte sulla filiera.

L'ultima collezione del marchio Moncler che includeva pelliccia è stata la collezione Autunno/Inverno 2023, mentre Stone Island non utilizza pelliccia dal 2018.

In alternativa alla pelliccia, il Gruppo utilizza anche materiali sintetici.

Lana

Per tutelare il benessere animale, il Gruppo Moncler ha definito obiettivi specifici in relazione alle diverse tipologie di lana utilizzate.

In particolare, a partire dalle collezioni 2025, acquista esclusivamente lana merino certificata **mulesing free**, ovvero proveniente da pecore non sottoposte alla pratica del *mulesing*, che consiste nella rimozione di una parte di pelle intorno alla coda per prevenire infezioni parassitarie. Parallelamente, oltre il 70% di lana è certificata secondo specifici standard (ad esempio *Responsible Wool Standard (RWS)*, *Nativa* o *Sustainawool*)⁴.

⁴ Il valore considera il fabbisogno in peso di filati e tessuti utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni PE e AI 2025.

Infine, il Gruppo utilizza per la produzione delle collezioni solo alpaca e mohair certificati rispettivamente secondo il *Responsible Alpaca Standard* (RAS) e *Responsible Mohair Standard* (RMS) (vedi anche pagg. 169; 175; 230).

[G1-2] GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I FORNITORI

Il Gruppo Moncler riconosce l'importanza di costruire con i propri fornitori collaborazioni solide e basate sulla fiducia e su valori condivisi. Richiede ai propri fornitori di rispettare i principi del Codice Etico e del Codice di Condotta dei Fornitori e al tempo stesso adotta una **Politica Acquisti**, la cui responsabilità è affidata al Chief Corporate & Supply Officer, che guida il modo di operare dell'azienda nelle relazioni con il fornitore. Questa Politica, che definisce ruoli, responsabilità e principi fondamentali per la gestione degli acquisti, garantendo trasparenza, correttezza e conformità normativa, si applica a tutte le società del Gruppo e regola il processo di **selezione, qualifica e gestione dei rapporti con i fornitori**. Con riferimento al processo di selezione e qualifica viene richiesto di verificare e monitorare l'affidabilità etica, legale, economica e finanziaria dei potenziali fornitori, nonché le capacità tecniche, organizzative e gestionali. In aggiunta, attraverso diversi strumenti a seconda della tipologia del fornitore (vedi anche pagg. 85; 158-159; 227-233; 267-268), è verificato il rispetto dei requisiti in materia di ambiente, salute e sicurezza, diritti dei lavoratori e altri aspetti riportati nel Codice Etico e nel Codice di Condotta dei Fornitori. Nella gestione dei fornitori, la Politica Acquisti prevede l'impegno a rispettare i tempi di pagamento, con particolare attenzione alle piccole e medie imprese (PMI) e a collaborare nella pianificazione delle consegne, garantendo tempi chiari, una comprensione condivisa dei piani di produzione e un'ottimizzazione della gestione dei picchi di ordini, favorendo così una relazione cooperativa ed efficiente. Il Gruppo si impegna inoltre a costruire relazioni durature con i propri fornitori e ad avere un comportamento responsabile in caso di un'eventuale interruzione dei rapporti. In aggiunta, sono previsti programmi di formazione e *capacity building* in ambiti sociali, incluso il tema del *living wage* (vedi anche pag. 230), e ambientali, sull'importanza dei meccanismi di efficienza energetica e della promozione di energie rinnovabili lungo la filiera (vedi anche pagg. 83; 136-137; 141). Questi programmi sono fondamentali per promuovere una cultura del cambiamento, migliorando le performance sociali e ambientali dei fornitori stessi.

Un elemento chiave del modello di gestione dei fornitori è l'identificazione dei "**critical supplier**"⁵, coinvolti in azioni e iniziative mirate. Tale processo di identificazione è basato su un approccio *risk based* che tiene in considerazione, oltre all'importanza per il Gruppo in termini di entità economica degli ordini commissionati, qualità, tempi di consegna, dipendenza finanziaria del fornitore, capacità del Gruppo di garantire la fornitura dei beni e servizi nel caso in cui si trovi nelle condizioni di dover sostituire in tempi brevi un fornitore, anche specifici parametri di sostenibilità, tra cui: il potenziale rischio relativo ai diritti umani nel Paese di riferimento, la fornitura di materie prime chiave o di lavorazioni strategiche per il Gruppo, con particolare attenzione alle materie prime di origine animale o associabili a determinati impatti sociali o ambientali.

Infine, sempre nell'ottica di portare la catena di fornitura a un livello di eccellenza, Moncler si è dotato di un sistema di **vendor rating** attraverso il quale viene attribuita una valutazione complessiva del fornitore che tiene in considerazione anche gli aspetti di sostenibilità. Ad ogni indicatore viene attribuito un peso che contribuisce a stabilire la valutazione del singolo fornitore in base ai risultati raggiunti nelle diverse aree. Le macroaree del *vendor rating* sono:

- sostenibilità e compliance (condizioni di lavoro e rispetto dei diritti umani, rispetto di standard in materia di sostanze chimiche, indicatori relativi ai risultati dei test di compliance svolti sui prodotti, pratiche ambientali, *animal welfare*, ecc.);
- qualità (tasso di difettosità della produzione, segnalazioni sulla qualità inviate al *client service*, ecc.);
- livello di servizio delle consegne (flessibilità, puntualità di consegna, ecc.);

⁵ Ad oggi, la maggior parte dei lavoratori dei "critical supplier" del Gruppo è costituita da donne (circa il 70%) e la percentuale di lavoratori migranti è pari a oltre il 2%.

- costo (competitività dei prezzi, costi logistici, ecc.);
- innovazione (capacità tecnologica, attitudine all'innovazione, ecc.);
- sostenibilità finanziaria (grado di resilienza economica del fornitore).

Per quanto riguarda invece i fornitori indiretti, ovvero i fornitori di beni e servizi non correlati al prodotto, dal 2018 è attivo un processo di qualifica volto a raccogliere informazioni sull'organizzazione, sulla situazione economico-finanziaria e sulle pratiche sociali e ambientali dei fornitori stessi. A partire dal 2025, il modello di valutazione è stato ulteriormente rafforzato attraverso l'introduzione di una sezione specifica dedicata alle tematiche di sostenibilità. Basato su principi, standard e linee guida internazionali quali il *Global Compact*, la norma ISO 26000 e le Linee Guida dell'OCSE, il modello consente di valutare e confrontare in modo strutturato le prestazioni sociali e ambientali dei fornitori indiretti. Lo strumento comprende 75 criteri articolati in quattro ambiti: economico-finanziario; ambientale, con domande relative alla gestione dei rifiuti, al calcolo delle emissioni e all'organizzazione della logistica; lavoro e diritti umani; salute e sicurezza. Il modello si applica alle categorie di fornitori identificate nella fase di valutazione del rischio teorico di potenziale violazione di diritti umani. Tra queste rientrano, in particolare, i costruttori, i provider di attività di manutenzione e servizi, e da quest'anno anche i fornitori di logistica e trasporti. Il Gruppo, inoltre, ha proseguito nel sensibilizzare i fornitori non ancora certificati, sottolineando l'importanza di tali strumenti come elemento strategico per il miglioramento continuo e per l'adozione di standard operativi sempre più elevati. Rispetto all'esercizio precedente, si evidenzia un significativo progresso nelle pratiche ESG adottate da tali fornitori indiretti: il 68% (57% nel 2024) ha adottato un codice etico, mentre oltre il 60% ha avviato iniziative ambientali e sociali, dimostrando un impegno crescente verso la sostenibilità. Infine, circa la metà dei fornitori possiede almeno una certificazione di qualità, e più del 30% è certificata secondo gli standard ISO 14001 e ISO 45001.

[G1-6] PRASSI DI PAGAMENTO

Il Gruppo Moncler paga le fatture secondo le condizioni contrattuali concordate e conformemente alle norme di mercato. In particolare, per la categoria "servizi"⁶, che costituisce il 64% delle fatture annuali in termini di valore, il Gruppo paga entro circa 60 giorni dalla data della fattura in linea con il termine standard di pagamento. Le prassi e i tempi medi di pagamento descritti si applicano anche alle PMI.

Nel 2025, il tempo medio impiegato dal Gruppo per pagare le fatture dei fornitori relativi a tutte le categorie di acquisto è stato di 67 giorni in linea con il 2024. Si evidenzia che non vi sono procedimenti giudiziari attualmente pendenti dovuti a ritardi di pagamento.

⁶ Nella categoria "servizi" sono inclusi anche i façonisti.

APPROFONDIMENTI

Di seguito si riportano informazioni aggiuntive a supporto di quanto rendicontato nella Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità 2025.

DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Italia	2.282	28,3%	71,7%	2.335	28,1%	71,9%
EMEA (esclusa Italia)	3.147	23,4%	76,6%	3.322	22,0%	78,0%
Americhe	576	48,4%	51,6%	656	47,9%	52,1%
Asia	2.170	37,1%	62,9%	2.220	36,3%	63,7%
Totale	8.175	30,2%	69,8%	8.533	29,4%	70,6%

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dirigenti/ Dirigenti senior	147	59,2%	40,8%	143	56,6%	43,4%
Manager	666	45,0%	55,0%	704	45,0%	55,0%
Professional	894	33,9%	66,1%	888	33,3%	66,7%
Impiegati	4.239	37,1%	62,9%	4.357	36,6%	63,4%
Operai	2.229	9,1%	90,9%	2.441	8,9%	91,1%
Totale	8.175	30,2%	69,8%	8.533	29,4%	70,6%

DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
<30	2.160	37,8%	62,2%	2.105	36,9%	63,1%
30-50	4.772	29,6%	70,4%	5.001	29,5%	70,5%
>50	1.243	18,9%	81,1%	1.427	17,9%	82,1%
Totale	8.175	30,2%	69,8%	8.533	29,4%	70,6%

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Contratto tempo indeterminato	7.192	28,6%	71,4%	7.520	28,0%	72,0%
Contratto tempo determinato	983	41,5%	58,5%	1.013	39,2%	60,8%
Totale	8.175	30,2%	69,8%	8.533	29,4%	70,6%

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER AREA GEOGRAFICA

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Contratto tempo indeterminato	Contratto tempo determinato	Totale	Contratto tempo indeterminato	Contratto tempo determinato
Italia	2.282	92,9%	7,1%	2.335	92,4%	7,6%
EMEA (esclusa Italia)	3.147	86,8%	13,2%	3.322	88,5%	11,5%
Americhe	576	83,7%	16,3%	656	80,5%	19,5%
Asia	2.170	85,6%	14,4%	2.220	85,4%	14,6%
Totale	8.175	88,0%	12,0%	8.533	88,1%	11,9%

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dipendenti tempo pieno	7.354	29,5%	70,5%	7.771	29,1%	70,9%
Dipendenti part time	821	35,8%	64,2%	762	31,8%	68,2%
Totale	8.175	30,2%	69,8%	8.533	29,4%	70,6%

DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dipendenti tempo pieno	6.793	28,6%	71,4%	7.094	28,1%	71,9%
Dipendenti part time	399	28,6%	71,4%	426	26,5%	73,5%
Totale	7.192	28,6%	71,4%	7.520	28,0%	72,0%

DIPENDENTI ENTRATI E USCITI PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dipendenti assunti	3.029	1.018	2.011	1.910	650	1.260
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	2.364	862	1.502	1.552	611	941

DIPENDENTI ENTRATI E USCITI PER ETÀ

	Gruppo Moncler							
	2024				2025			
	Tot.	<30	30-50	>50	Tot.	<30	30-50	>50
Dipendenti assunti	3.029	1.323	1.397	309	1.910	840	899	171
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	2.364	986	1.133	245	1.552	655	760	137

DIPENDENTI ENTRATI E USCITI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024					
	Dipendenti assunti			Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dirigenti/ Dirigenti senior	19	68,4%	31,6%	14	64,3%	35,7%
Manager	107	44,9%	55,1%	80	53,8%	46,3%
Professional	119	32,8%	67,2%	112	38,4%	61,6%
Impiegati	2.147	39,8%	60,2%	1.800	39,8%	60,2%
Operai	637	10,0%	90,0%	358	14,0%	86,0%
Totale	3.029	33,6%	66,4%	2.364	36,5%	63,5%

	Gruppo Moncler					
	2025					
	Dipendenti assunti			Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dirigenti/ Dirigenti senior	9	33%	67%	17	59%	41%
Manager	68	53%	47%	83	49%	51%
Professional	83	40%	60%	89	40%	60%
Impiegati	1.287	42%	58%	1.136	44%	56%
Operai	463	9%	91%	227	10%	90%
Totale	1.910	34%	66%	1.552	39%	61%

DIPENDENTI ENTRATI E USCITI PER AREA GEOGRAFICA

	Gruppo Moncler			
	2024			
	Totale	EMEA (inclusa Italia)	Americhe	Asia
Dipendenti assunti	3.029	1.958	300	771
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	2.364	1.507	317	540

	Gruppo Moncler			
	2025			
	Totale	EMEA (inclusa Italia)	Americhe	Asia
Dipendenti assunti	1.910	1.108	314	448
Dipendenti che hanno lasciato il Gruppo	1.552	874	239	439

DIPENDENTI PER PAESE

	Gruppo Moncler			
	2024		2025	
	Numero	%	Numero	%
Italia	2.282	27,9	2.335	27,4
Romania	1.959	24,0	2.150	25,2
Cina ¹	883	10,8	882	10,3
Giappone	773	9,5	788	9,2
Stati Uniti	464	5,7	521	6,1
Sud Corea	438	5,4	464	5,4
Francia	358	4,4	359	4,2
Regno Unito	195	2,4	178	2,1
Germania	159	1,9	143	1,7
Svizzera	104	1,3	99	1,2
Canada	89	1,1	97	1,1
Austria	78	1,0	77	0,9
Altri paesi	393	4,8	440	5,2
Totale	8.175	100	8.533	100

RAPPORTO TRA LIVELLI RETRIBUTIVI DELLE DONNE E QUELLI DEGLI UOMINI²

RETRIBUZIONE UOMINI = 100



PRESENZA FEMMINILE

	Gruppo Moncler		
	2024	2025	Obiettivo
Percentuale di donne sul totale	70%	71%	≥ 50% entro il 2025
Percentuale delle manager donne sul totale del management (incluse le posizioni junior, middle e senior management, dirigenti e dirigenti senior)	52%	53%	≥ 50% entro il 2025
Percentuale delle junior manager donne sul totale dei junior manager	56%	55%	≥ 50% entro il 2025
Percentuale delle top manager donne sul totale dei top manager	41%	43% ³	≥ 50% entro il 2025
Percentuale delle manager donne nelle funzioni che generano ricavi sul totale dei manager nelle funzioni che generano ricavi	55%	54%	≥ 50% entro il 2025
Percentuale delle donne in posizioni STEM sul totale delle posizioni STEM ⁴	61%	61%	≥ 50% entro il 2025

¹ La Cina include i dipendenti della Cina continentale, Hong Kong SAR, Macao SAR e Taiwan Region.

² I livelli retributivi sono stati riparametrati sulla base dell'indice del costo della vita in Italia.

³ Percentuale in crescita rispetto agli anni precedenti, ma target non pienamente raggiunto.

⁴ Science, technology, engineering, and mathematics.

DIPENDENTI PER ETNIA (REGION AMERICHE)

	Gruppo Moncler	
	2024	
	Percentuale sulla forza lavoro totale	Percentuale sul totale del management (include le posizioni junior, middle e senior management)
Afro-americani	14%	8%
Asiatici	29%	29%
Ispanici	22%	9%
Bianchi	9%	18%
Caucasici	15%	28%
Altro o mancanti	11%	8%

	Gruppo Moncler	
	2025	
	Percentuale sulla forza lavoro totale	Percentuale sul totale del management (include le posizioni junior, middle e senior management)
Afro-americani	11%	10%
Asiatici	29%	23%
Ispanici	23%	10%
Bianchi	11%	20%
Caucasici	14%	28%
Altro o mancanti	12%	10%

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE

ORE	Gruppo Moncler		
	2024		
	Totale	Uomini	Donne
Obbligatoria	58.914	11.161	47.754
Italia	11.864	3.041	8.823
EMEA (esclusa Italia)	38.034	4.913	33.121
Americhe	1.489	656	833
Asia	7.527	2.550	4.977
Non obbligatoria	231.623	45.289	186.334
Italia	34.617	5.360	29.257
EMEA (esclusa Italia)	130.452	15.372	115.080
Americhe	13.363	6.792	6.571
Asia	53.190	17.765	35.425
Totale	290.537	56.450	234.088

ORE	Gruppo Moncler		
	2025		
	Totale	Uomini	Donne
Obbligatoria	58.141	11.269	46.872
Italia	11.978	3.644	8.334
EMEA (esclusa Italia)	36.901	4.419	32.482
Americhe	1.193	527	666
Asia	8.070	2.680	5.390
Non obbligatoria	254.978	47.697	207.281
Italia	30.476	7.260	23.216

EMEA (esclusa Italia)	158.915	16.914	142.001
Americhe	9.902	4.382	5.520
Asia	55.684	19.141	36.543
Totale	313.119	58.966	254.154

FORMAZIONE PER FASCIA D'ETÀ

ORE	Gruppo Moncler			Gruppo Moncler		
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
<30	76.529	14.368	62.161	87.578	16.375	71.203
30-50	152.394	33.321	119.074	155.615	33.911	121.704
>50	61.614	8.761	52.853	69.926	8.680	61.246
Totale	290.537	56.450	234.088	313.119	58.966	254.154

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

ORE	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Dirigenti/ Dirigenti senior	12,5	12,1	12,9	17,4	17,5	17,3
Manager	19,9	18,9	20,7	22,4	23,4	21,6
Professional	22,4	21,9	22,6	22,6	20,0	24,0
Impiegati	24,6	19,3	27,8	22,8	19,6	24,7
Operai	67,8	62,9	68,3	71,8	59,9	73,0
Totale	35,5	22,9	41,0	36,7	23,5	42,2

INFORTUNI PER GENERE E AREA GEOGRAFICA

NUMERO	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Numero infortuni totali sul luogo di lavoro	25	9	16	29	7	22
Italia	12	5	7	13	2	11
EMEA (esclusa Italia)	9	3	6	10	4	6
Americhe	4	1	3	2	1	1
Asia	-	-	-	4	-	4

Numero infortuni totali in itinere	3	1	2	1	1	-
Italia	2	1	1	1	1	-
EMEA (esclusa Italia)	1	-	1	-	-	-
Americhe	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-

Numero infortuni totali sul luogo di lavoro e in itinere	28	10	18	30	8	22

INFORTUNI E ASSENZE PER INFORTUNI

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Infotuni (n.)	28	10	18	30	8	22
sul luogo di lavoro	25	9	16	29	7	22
in itinere	3	1	2	1	1	-
Assenze per infortuni (gg.)	1.387	679	708	1.298	239	1.059
sul luogo di lavoro	1.369	674	695	1.282	223	1.059
in itinere	18	5	13	16	16	-

INDICI INFORTUNISTICI (LUOGO DI LAVORO E IN ITINERE) PER GENERE

	Gruppo Moncler					
	2024			2025		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
Indice di incidenza ⁵	3,43	4,06	3,15	3,52	3,19	3,65
Indice di gravità ⁶	0,10	0,17	0,07	0,09	0,06	0,10
Indice di frequenza ⁷	2,01	2,45	1,83	2,02	1,87	2,08

INDICATORI SULLA CATENA DI FORNITURA

	Gruppo Moncler	
	2024	2025
Fornitori Tier 1 (n.)	589	620
"Critical supplier" (n.)	133	86 ⁸
"Critical supplier" Tier 1	44	40
"Critical supplier" non-Tier 1	89	46
Valore degli ordini con i "critical supplier" (%)	50%	45%

	2024	2025
Assessment su fornitori su aspetti etico-sociali e ambientali (n.)	546	507
Assessment su fornitori su aspetti etico-sociali e ambientali, risultati non in linea con i più alti standard sociali e ambientali previsti dal Gruppo e con cui è stato condiviso un piano di azioni correttive per risolvere le non conformità riscontrate (n.)	33	29
Di cui casi in cui è stata interrotta la collaborazione con il fornitore	16	10
Di cui casi in cui i fornitori sono stati supportati nell'implementazione del piano di azioni correttive	17	19

"Critical supplier" sottoposti ad assessment su aspetti etico-sociali e ambientali (n.)	133	86

⁵ Indice di incidenza: (numero di infortuni/numero totale dei dipendenti) x 1.000.

⁶ Indice di gravità: (numero di giornate perse per infortuni/numero totale di ore lavorate) x 1.000. Nel 2025 le ore lavorate sono state pari a circa 14,9 milioni per il Gruppo.

⁷ Indice di frequenza: (numero di infortuni/numero totale di ore lavorate) x 1.000.000.

⁸ La riduzione riflette la riorganizzazione della filiera produttiva di Stone Island, con una progressiva concentrazione sui fornitori di industrializzato, al fine di garantire un maggiore presidio diretto sui processi produttivi.

"Critical supplier" sottoposti ad assessment su aspetti etico-sociali e ambientali, risultati non in linea con i più alti standard sociali e ambientali previsti dal Gruppo e con cui è stato condiviso un piano di azioni correttive per risolvere le non conformità riscontrate (n.)	6	8
Di cui "critical supplier" con cui è stata interrotta la collaborazione	-	-
Di cui "critical supplier" supportati nell'implementazione del piano di azioni correttive	6	8

	2024	2025
Fornitori coinvolti in programmi di <i>capacity building</i> su tematiche ambientali e sociali (n.)	41	66
Di cui "critical supplier"	27	25

MATERIE PRIME

% SU VOLUMI USATI⁹

	2024	2025
Nylon	18%	18%
Cotone	36%	32%
Poliestere	18%	20%
Piuma	6%	6%
Lana	7%	7%
Altro ¹⁰	15%	17%

RIFIUTI PRODOTTI

RIFIUTI PER DESTINAZIONE (TONNELLATE)	2024	2025
Totale rifiuti riciclati o recuperati	1.431,2	1.502,6
Totale rifiuti smaltiti	260,7	409,1
di cui conferiti a discarica	-	-
di cui inceneriti con recupero di energia	255,4	305,5
di cui inceneriti senza recupero di energia	-	-
di cui conferiti ad altre operazioni di smaltimento	5,3	103,6 ¹¹

⁹ La tabella non include i dati relativi ai quantitativi di materiali del packaging. Inoltre, i valori considerano il fabbisogno in peso dei materiali utilizzati complessivamente per la produzione delle collezioni PE e AI del 2024 e 2025.

¹⁰ Include materiali di altre materie prime come ad esempio la seta, la viscosa, ecc..

¹¹ Incremento dovuto principalmente ad un'attività straordinaria di svuotamento delle fosse settiche in uno stabilimento produttivo.

EMISSIONI DI CO₂e INDIRETTE SCOPE 3

Periodo di rendicontazione: 01.01.2021 – 31.12.2021¹²

TONNELLATE DI CO ₂ e	Gruppo Moncler
	2021
Emissioni indirette (scope 3)	217.226
Materie prime e produzione capi finiti	155.867
<i>Capital goods</i>	15.416
Energia indiretta	802
Magazzini terziarizzati	407
Trasporto e distribuzione	23.493
di cui trasporto via nave	311
di cui trasporto via aereo	20.899
di cui trasporto via terra	2.283
Rifiuti	72
Trasferte di lavoro	592
Spostamento dipendenti casa-lavoro	6.822
Utilizzo del prodotto	10.294
Fine vita del prodotto	3.461

¹² I dati 2021 includono il Gruppo Moncler considerando Stone Island consolidata dal 1 gennaio.

2

BILANCIO CONSOLIDATO

PROSPETTI DEL BILANCIO CONSOLIDATO

Conto economico

Conto economico complessivo

Situazione patrimoniale-finanziaria

Variazioni di patrimonio netto

Rendiconto finanziario

NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO CONSOLIDATO

Informazioni generali sul Gruppo

Principi contabili rilevanti utilizzati nella redazione del Bilancio Consolidato

Area di consolidamento

Commento alle principali voci del prospetto di conto economico consolidato

Commento alle principali voci della situazione patrimoniale e finanziaria consolidata

Informazioni di segmento

Impegni e garanzie prestate

Passività potenziali

Informazioni su rischi finanziari

Altre informazioni

Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio

PROSPETTI DEL BILANCIO CONSOLIDATO

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

Conto economico consolidato

(Euro/000)	Note	Esercizio 2025	di cui parti correlate (nota 10.1)	Esercizio 2024	di cui parti correlate (nota 10.1)
Ricavi	4.1	3.132.128	1.398	3.108.924	1.393
Costo del venduto	4.2	(685.931)	(29.304)	(682.367)	(30.640)
Profitto lordo		2.446.197		2.426.557	
Spese di vendita	4.3	(956.000)	(1.935)	(937.349)	(2.818)
Spese generali ed amministrative	4.4	(357.432)	(41.608)	(351.656)	(43.704)
Spese di marketing	4.5	(219.409)		(221.228)	
Risultato operativo	4.6	913.356		916.324	
Proventi finanziari	4.7	25.814		28.965	
Oneri finanziari	4.7	(51.998)		(35.480)	
Risultato ante imposte		887.172		909.809	
Imposte sul reddito	4.8	(260.504)		(270.213)	
Risultato Netto, incluso Risultato di Terzi		626.668		639.596	
Risultato di terzi		(2)		0	
Risultato Netto di Gruppo		626.670		639.596	
Utile (perdita) base per azione (in Euro)	5.17	2,31		2,36	
Utile (perdita) diluito/a per azione (in Euro)	5.17	2,31		2,36	

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO CONSOLIDATO

Conto economico complessivo consolidato (Euro/000)	Note	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Utile (perdita) del periodo		626.668	639.596
Utili (perdite) sui derivati di copertura	5.17	4.310	(660)
Utili (perdite) dalla conversione dei bilanci di imprese estere	5.17	(44.971)	(873)
Componenti che possono essere riversati nel conto economico in periodi successivi		(40.661)	(1.533)
Altri utili (perdite)	5.17	209	(85)
Componenti che non saranno mai riversati nel conto economico in periodi successivi		209	(85)
Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale		(40.452)	(1.618)
Totale utile (perdita) complessivo		586.216	637.978
Attribuibili a:			
Soci della controllante		586.218	637.978
Interessenze di pertinenza di terzi		(2)	0

SITUAZIONE PATRIMONIALE - FINANZIARIA

CONSOLIDATA

Situazione patrimoniale-finanziaria					
(Euro/000)	Note	31/12/2025	di cui parti correlate (nota 10.1)	31/12/2024	di cui parti correlate (nota 10.1)
Marchi e altre immobilizzazioni immateriali, nette	5.1	1.108.645		1.106.784	
Avviamento	5.1	603.417		603.417	
Immobilizzazioni materiali, nette	5.3	1.498.380		1.250.879	
Partecipazioni in società collegate	5.4	2.532		3.854	
Altre attività non correnti	5.10	56.308		51.396	
Crediti per imposte anticipate	5.5	317.583		286.780	
Attivo non corrente		3.586.865		3.303.110	
Rimanenze	5.6	538.827		470.080	
Crediti verso clienti	5.7	292.133	176	326.382	383
Crediti tributari	5.13	8.028		12.207	
Altre attività correnti	5.10	56.246		50.829	
Altre attività finanziarie correnti	5.9	251.128		154.004	
Cassa e banche	5.8	1.226.277		1.187.978	
Attivo corrente		2.372.639		2.201.480	
Totale attivo		5.959.504		5.504.590	
Capitale sociale	5.17	54.961		54.961	
Riserva sovrapprezzo azioni	5.17	745.309		745.309	
Altre riserve	5.17	2.422.754		2.146.714	
Risultato netto del Gruppo	5.17	626.670		639.596	
Capitale e riserve del Gruppo		3.849.694		3.586.580	
Capitale e riserve di terzi		95		88	
Patrimonio netto		3.849.789		3.586.668	
Debiti finanziari a lungo termine	5.16	938.490		761.188	
Fondi rischi non correnti	5.14	24.225		22.828	
Fondi pensione e quiescenza	5.15	12.149		11.882	
Debiti per imposte differite	5.5	155.052		103.282	
Altre passività non correnti	5.12	35		73	
Passivo non corrente		1.129.951		899.253	
Debiti finanziari a breve termine	5.16	189.968		196.120	
Debiti commerciali	5.11	527.322	8.226	540.914	11.783
Debiti tributari	5.13	134.899		136.171	
Altre passività correnti	5.12	127.575	5.019	145.464	5.946
Passivo corrente		979.764		1.018.669	
Totale passivo e patrimonio netto		5.959.504		5.504.590	

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DEL PATRIMONIO NETTO CONSOLIDATO

Prospetto delle variazioni del patrimonio netto consolidato		Capitale sociale	Riserva sovrapprezzo azioni	Riserva legale	Altri utili complessivi		Altre riserve			Risultato del periodo di Gruppo	Patrimonio netto di Gruppo	Patrimonio netto di terzi	Totale Patrimonio netto consolidato
					Riserva di conversione	Altri componenti	Riserva IFRS 2	Riserva FTA	Uti indivisi				
(Euro/000)	Note												
Patrimonio netto al 01.01.2024	5.17	54.926	745.309	10.985	(40.294)	(5.433)	57.144	(21.482)	1.801.249	611.931	3.214.335	94	3.214.429
Destinazione utile esercizio precedente		0	0	7	0	0	0	0	611.924	(611.931)	0	0	0
Variazione area di consolidamento		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividendi		0	0	0	0	0	0	0	(311.197)	0	(311.197)	0	(311.197)
Aumento capitale sociale		35	0	0	0	0	0	0	(35)	0	0	0	0
Altre variazioni nel patrimonio netto		0	0	0	0	0	19.154	3.945	22.365	0	45.464	(6)	45.458
Variazioni delle voci di conto economico complessivo		0	0	0	(873)	(745)	0	0	0	0	(1.618)	0	(1.618)
Risultato del periodo		0	0	0	0	0	0	0	0	639.596	639.596	0	639.596
Patrimonio netto al 31.12.2024	5.17	54.961	745.309	10.992	(41.167)	(6.178)	76.298	(17.537)	2.124.306	639.596	3.586.580	88	3.586.668
Patrimonio netto al 01.01.2025	5.17	54.961	745.309	10.992	(41.167)	(6.178)	76.298	(17.537)	2.124.306	639.596	3.586.580	88	3.586.668
Destinazione utile esercizio precedente		0	0	0	0	0	0	0	639.596	(639.596)	0	0	0
Variazione area di consolidamento		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividendi		0	0	0	0	0	0	0	(353.046)	0	(353.046)	0	(353.046)
Aumento capitale sociale		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altre variazioni nel patrimonio netto		0	0	0	0	0	(17.588)	1.242	46.288	0	29.942	9	29.951
Variazioni delle voci di conto economico complessivo		0	0	0	(44.971)	4.519	0	0	0	0	(40.452)	0	(40.452)
Risultato del periodo		0	0	0	0	0	0	0	0	626.670	626.670	(2)	626.668
Patrimonio netto al 31.12.2025	5.17	54.961	745.309	10.992	(86.138)	(1.659)	58.710	(16.295)	2.457.144	626.670	3.849.694	95	3.849.789

PROSPETTO DI RENDICONTO FINANZIARIO CONSOLIDATO

Prospetto di rendiconto finanziario consolidato	Esercizio 2025	di cui parti correlate	Esercizio 2024	di cui parti correlate
(Euro/000)				
<i>Flusso di cassa della gestione operativa</i>				
Risultato consolidato	626.668		639.596	
Ammortamenti immobilizzazioni	336.684		306.844	
Costi (Ricavi) finanziari, netti	26.184		6.515	
Operazioni con pagamento basato su azioni regolato con strumenti rappresentativi di capitale	33.361		46.954	
Imposte dell'esercizio	260.504		270.213	
Variazione delle rimanenze - (Incremento)/Decremento	(70.387)		(13.801)	
Variazione dei crediti commerciali - (Incremento)/Decremento	(4.440)	207	(3.676)	4.109
Variazione dei debiti commerciali - Incremento/(Decremento)	(2.749)	(3.557)	(1.169)	(38.543)
Variazione degli altri crediti/debiti correnti	(9.014)	(927)	(15.444)	(1.388)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione	1.196.811		1.236.032	
Interessi ed altri oneri ricevuti	23.116		26.338	
Imposte e tasse pagate	(251.473)		(263.236)	
Variazione degli altri crediti/debiti non correnti	(7.939)		(9.628)	
Flusso di cassa netto della gestione operativa (a)	960.515		989.506	
<i>Flusso di cassa della gestione degli investimenti</i>				
Acquisto di immobilizzazioni materiali ed immateriali	(220.114)		(195.195)	
Vendita di partecipazioni	1.200		0	
Vendita di immobilizzazioni materiali ed immateriali	4.520		8.520	
Investimenti netti in titoli di stato e depositi a breve	(85.643)		(80.753)	
Flusso di cassa netto della gestione degli investimenti (b)	(300.037)		(267.428)	
<i>Flusso di cassa della gestione dei finanziamenti</i>				
Rimborso di finanziamenti	0		(1.513)	
Rimborso di debiti per leasing	(240.927)		(210.715)	
Variazione dei debiti finanziari a breve termine	(8.101)		(11.931)	
Dividendi pagati ai soci della controllante	(353.231)		(311.014)	
Flusso di cassa netto della gestione finanziaria (c)	(602.259)		(535.173)	
Incremento/(Decremento) netto della cassa e altre	58.219		186.905	
Cassa e altre disponibilità finanziarie all'inizio del periodo	1.187.972		998.799	
Effetto della variazione dei tassi di cambio	(19.915)		2.268	
Incremento/(Decremento) netto della cassa e altre disponibilità finanziarie	58.219		186.905	
Cassa e altre disponibilità finanziarie alla fine del periodo	1.226.276		1.187.972	

Per il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A.

Remo Ruffini

Presidente e Amministratore Delegato

NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO CONSOLIDATO

1. INFORMAZIONI GENERALI SUL GRUPPO

1.1. IL GRUPPO E LE PRINCIPALI ATTIVITÀ

La società Capogruppo Moncler S.p.A. è una società costituita e domiciliata in Italia. L'indirizzo della sede legale è Via Stendhal 47 Milano, Italia e il numero di registrazione è 04642290961.

La società Capogruppo Moncler S.p.A. è inoltre controllata di fatto da Remo Ruffini per il tramite di Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l. (RPH) e di Double R S.r.l. (DR): in particolare, Remo Ruffini detiene l'intero capitale sociale di RPH, società che controlla DR che, a sua volta, al 31 dicembre 2025 detiene una partecipazione rappresentativa del 18,2% del capitale sociale di Moncler S.p.A.

Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2025 comprende la società Capogruppo e le società controllate (successivamente riferito come il "Gruppo").

Ad oggi, le principali attività del Gruppo sono la creazione, la produzione e la distribuzione di capi d'abbigliamento per uomo, donna e bambino, calzature, occhiali ed altri accessori correlati con i marchi di proprietà Moncler e Stone Island.

1.2. PRINCIPI PER LA PREDISPOSIZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO

1.2.1. PRINCIPI CONTABILI DI RIFERIMENTO

Il Bilancio Consolidato 2025 è stato predisposto nel rispetto dei Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board ("IASB") e omologati dall'Unione Europea. Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali rivisti ("IAS") e tutte le interpretazioni dell'International Financial Reporting Interpretations Committee ("IFRIC"), precedentemente denominate Standing Interpretations Committee ("SIC").

Il Bilancio Consolidato include il conto economico consolidato, il conto economico complessivo, il prospetto consolidato della situazione patrimoniale-finanziaria, il prospetto delle variazioni di patrimonio netto, il rendiconto finanziario consolidato e le note al Bilancio Consolidato.

1.2.2. SCHEMI DI BILANCIO

Il Gruppo presenta il conto economico per destinazione, forma ritenuta più rappresentativa in relazione al tipo di attività svolta. La forma scelta è, infatti, conforme alle modalità di reporting interno e di gestione del business.

Con riferimento al prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria, è stata adottata una forma di presentazione che prevede la distinzione delle attività e passività tra correnti e non correnti, secondo quanto previsto dal paragrafo 60 e seguenti dello IAS 1.

Per il rendiconto finanziario è stato adottato il metodo di rappresentazione indiretto.

Secondo quanto previsto dallo IAS 24 nei paragrafi successivi si evidenziano i rapporti con parti correlate con il Gruppo e le loro incidenze, se significative, sulla situazione patrimoniale-finanziaria, economica e sui flussi finanziari.

Gli schemi del bilancio consolidato sono presentati in migliaia di Euro mentre, salvo ove diversamente indicato, i dati contenuti nelle esplicative sono presentati in milioni di Euro.

Con riferimento al rendiconto finanziario, in applicazione all'IFRS 10, i flussi di cassa derivanti dal pagamento dei dividendi sono riportati nella sezione della gestione finanziaria, mentre i flussi di cassa relativi al pagamento/incasso degli interessi sono riportati nella sezione della gestione operativa.

1.2.3. PRINCIPI DI REDAZIONE

Il bilancio è redatto sulla base del principio del costo storico, con eccezione della valutazione di alcuni strumenti finanziari (derivati), che sono valutati al fair value come richiesto dall'IFRS 9, nonché sul presupposto della continuità aziendale.

Il Bilancio Consolidato è presentato in Euro migliaia, che è la moneta corrente nelle economie in cui il Gruppo opera principalmente.

1.2.4. VALUTAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SUL PRESUPPOSTO DELLA CONTINUITÀ AZIENDALE

Sulla base dei risultati ottenuti nell'esercizio in corso e delle previsioni per gli anni futuri, il management ritiene non sussistano elementi che rendano incerta la continuità aziendale. In particolare, la solidità patrimoniale del Gruppo e le disponibilità liquide di fine esercizio garantiscono un'elevata autonomia finanziaria a supporto delle esigenze operative e dei programmi di sviluppo del Gruppo Moncler. Per l'esercizio 2026 l'operatività aziendale risulta ampiamente garantita, sia in termini di offerta prodotti nei diversi mercati e canali distributivi che nella capacità di gestione e organizzazione delle attività di business.

1.2.5. USO DI STIME E VALUTAZIONI NELLA REDAZIONE DEL BILANCIO

La redazione del bilancio e delle relative note in applicazione degli IFRS richiede da parte della direzione il ricorso a stime e assunzioni che hanno effetto sui valori delle attività e delle passività di bilancio e sull'informativa relativa ad attività e passività potenziali alla data di bilancio. Le stime e le assunzioni utilizzate sono basate sull'esperienza e su altri fattori considerati rilevanti. I risultati che si consuntiveranno potrebbero pertanto differire da tali stime. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione a loro apportate sono riflesse a conto economico del periodo in cui avviene la revisione della stima nel caso in cui la revisione stessa abbia effetti solo su tale periodo, od anche nei periodi successivi se la revisione ha effetti sia sull'esercizio corrente, sia su quelli futuri.

Nel caso in cui le stime della Direzione possano avere un effetto significativo sui valori rilevati nel Bilancio Consolidato o per le quali esiste il rischio che possano emergere rettifiche di valore significative al valore contabile delle attività e passività nei periodi successivi a quello di riferimento del bilancio, i successivi paragrafi delle Note esplicative al bilancio includono le informazioni rilevanti a cui le stime si riferiscono.

Le stime si riferiscono principalmente alle seguenti voci di bilancio:

- Valore recuperabile delle attività non correnti e dell'avviamento ("*impairment*");
- Fondo svalutazione crediti;
- Fondo resi;
- Fondo svalutazione magazzino;

- Recuperabilità delle attività per imposte anticipate;
- Stima dei fondi rischi e delle passività potenziali;
- Passività per leasing e attività per diritto di utilizzo;
- Sistemi di incentivazione e remunerazione variabile;
- IAS 29 Iperinflazione;
- Passività finanziarie per acquisto delle quote di minorities;
- IFRIC 23: incertezze sui trattamenti fiscali.

Valore recuperabile delle attività non correnti e dell'avviamento ("impairment")

Le attività non correnti includono gli immobili, impianti e macchinari, le attività immateriali incluso l'avviamento e le altre attività finanziarie.

Il management rivede periodicamente il valore contabile delle attività non correnti detenute ed utilizzate e delle attività che devono essere dismesse, quando fatti e circostanze richiedono tale revisione. Tale attività è svolta utilizzando le stime dei flussi di cassa attesi dall'utilizzo o dalla vendita del bene ed adeguati tassi di sconto per il calcolo del valore attuale.

Quando il valore contabile di un'attività non corrente ha subito una perdita di valore, il Gruppo rileva una svalutazione per il valore dell'eccedenza tra il valore contabile del bene ed il suo valore recuperabile attraverso l'uso o la vendita dello stesso, determinata con riferimento ai più recenti piani aziendali e di Gruppo.

Per la descrizione dei rischi connessi ai mercati in cui opera il Gruppo e alle condizioni geopolitiche ed economiche generali si rinvia alla sezione Principali Rischi nella Relazione sulla gestione.

Fondo svalutazione crediti

Il fondo svalutazione crediti riflette la stima del management circa le perdite potenziali relative al portafoglio di crediti verso la clientela finale. Per la descrizione dei criteri di stima del fondo svalutazione crediti si rimanda al successivo paragrafo 2.10 Strumenti finanziari - Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti.

Fondo resi

Il fondo resi riflette la stima del management circa la valutazione dell'attività derivante dalle previsioni di reso di prodotti e della relativa passività per rimborsi futuri.

Fondo svalutazione magazzino

Il Gruppo produce e vende principalmente capi d'abbigliamento che sono soggetti a modifiche nel gusto della clientela ed al trend nel mondo della moda. Il fondo svalutazione magazzino riflette pertanto la stima del management circa le perdite di valore attese sui capi delle collezioni di stagioni passate, tenendo in considerazione la capacità di vendere i capi stessi attraverso i diversi canali distributivi in cui opera il Gruppo.

Recuperabilità delle attività per imposte anticipate

Il Gruppo è soggetto a imposte in numerosi paesi e alcune stime si rendono necessarie al fine di determinare le imposte in ciascuna giurisdizione. Il Gruppo riconosce attività per imposte anticipate

fino al valore per cui ne ritiene probabile il recupero negli esercizi futuri ed in un arco temporale compatibile con l'orizzonte temporale implicito nelle stime del management.

Stima dei fondi rischi e delle passività potenziali

Il Gruppo può essere soggetto a contenziosi legali e fiscali riguardanti una vasta tipologia di problematiche che sono sottoposte alla giurisdizione di diversi stati. Le cause ed i contenziosi contro il Gruppo sono soggette a un diverso grado di incertezza, inclusi i fatti e le circostanze inerenti a ciascun contenzioso, la giurisdizione e le differenti leggi applicabili. Nel normale corso del business, il management si consulta con i propri consulenti legali ed esperti in materia fiscale. Il Gruppo rileva una passività a fronte di tali contenziosi quando ritiene probabile che si verificherà un esborso finanziario e quando l'ammontare delle perdite che ne deriveranno può essere ragionevolmente stimato. Nel caso in cui un esborso finanziario diventi possibile ma non ne sia determinabile l'ammontare, tale fatto è riportato nelle note di bilancio.

Passività per leasing e attività per diritto di utilizzo

Secondo quanto previsto dal principio contabile IFRS 16, a fronte di contratti di affitto pluriennali, il Gruppo rileva l'attività per il diritto di utilizzo e la passività del leasing. L'attività per il diritto di utilizzo viene inizialmente valutata al costo o al valore attuale dei canoni contrattualmente previsti e, successivamente, al costo al netto dell'ammortamento e delle perdite per riduzione di valore cumulati, e rettificata al fine di riflettere le rivalutazioni della passività del leasing.

Il Gruppo valuta la passività del leasing al valore attuale dei pagamenti dovuti per i leasing non versati alla data di decorrenza, attualizzandoli utilizzando un tasso di interesse definito tenendo conto della durata dei contratti di leasing, della valuta nella quale sono denominati, delle caratteristiche dell'ambiente economico in cui è stato stipulato il contratto e del credit adjustment.

La passività del leasing viene successivamente incrementata degli interessi che maturano su detta passività e diminuita dei pagamenti dovuti per il leasing effettuati ed è rivalutata in caso di modifica dei futuri pagamenti dovuti per il leasing derivanti da una variazione dell'indice o tasso, in caso di modifica dell'importo che il Gruppo prevede di dover pagare a titolo di garanzia sul valore residuo o quando il Gruppo modifica la sua valutazione con riferimento all'esercizio o meno di un'opzione di acquisto, di proroga o risoluzione.

I contratti di leasing nei quali il Gruppo agisce da locatario possono prevedere opzioni di rinnovo con effetti, quindi, sulla durata del contratto stesso. Valutazioni sull'esistenza di una relativa certezza che tale opzione sia (o non) esercitata possono influenzare, anche in maniera significativa, l'importo delle passività di leasing e delle attività per il diritto di utilizzo.

Sistemi di incentivazione e remunerazione variabile

Per la descrizione in merito alla determinazione del *fair value* dei pagamenti basati su azioni per l'incentivazione del *management* del Gruppo Moncler si rinvia al paragrafo 2.13.

La politica contabile adottata dal Gruppo prevede la liberazione della riserva IFRS2 e la sua riclassifica tra gli utili a nuovo nel momento in cui il Consiglio di Amministrazione delibera l'assegnazione delle azioni a ciascun soggetto beneficiario.

IAS 29 Iperinflazione

Si segnala che il principio contabile IAS 29 avrebbe trovato applicazione già a partire dal bilancio al 31 dicembre 2022, così come al 31 dicembre 2025, in relazione alla controllata in Turchia, paese per il quale nel corso dell'esercizio sono continuate le condizioni per la qualifica come economia iper-

inflazionata. Tuttavia, gli effetti contabili derivanti dall'applicazione del citato principio non sono rilevanti e pertanto non sono stati considerati nella redazione della presente Relazione Finanziaria Annuale.

Passività finanziarie per acquisto delle quote di minorities e IFRIC 23

Per la stima delle passività finanziarie riferite all'acquisto delle quote di minorities ed all'IFRIC 23: incertezze sui trattamenti fiscali, si rinvia ai paragrafi 2.20 e 2.16.

1.3. IMPATTO DELLE TEMATICHE RELATIVE AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il Gruppo ha definito una strategia climatica finalizzata alla riduzione delle emissioni di gas effetto serra (GHG), nell'intento di contribuire positivamente all'obiettivo globale di combattere il cambiamento climatico, in linea con quanto richiesto nell'Accordo di Parigi sul clima. Tale strategia, integrata nel modello di business del Gruppo, comprende obiettivi a medio e lungo termine.

In particolare, il Gruppo si è impegnato a ridurre, entro il 2030, del 70% le emissioni di CO₂e assolute di scope 1 e scope 2 (in linea con l'ambizione "1,5°C") e del 52% le emissioni di CO₂e di scope 3 per unità di prodotto venduto rispetto al 2021 (in linea con l'ambizione "Well-Below 2°C"). Tali obiettivi, sottomessi nel 2022 e formalmente approvati dall'iniziativa Science Based Targets (SBTi)¹, sono stati giudicati coerenti con il contributo richiesto alle aziende per limitare l'innalzamento massimo della temperatura mondiale rispetto ai livelli pre-industriali.

Nel 2025, il Gruppo ha condotto un'analisi interna per rivedere il proprio obiettivo di decarbonizzazione relativo alle emissioni di scope 3 e allinearli alle best practice che vedono nel target assoluto un impegno più virtuoso. Attualmente questa proposta è in fase di valutazione da parte di SBTi. L'obiettivo sulle emissioni scope 1 e scope 2 resta invariato, in quanto il perimetro non ha subito variazioni significative.

Inoltre, il Gruppo Moncler si è impegnato a raggiungere emissioni nette zero (Net Zero²) lungo tutta la catena del valore entro il 2050.

Le principali azioni intraprese per il raggiungimento di tali obiettivi sono le seguenti:

- utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili (sia acquistata che autoprodotta);
- implementazione di attività di efficienza energetica (sistemi di gestione degli edifici Building Management System – BMS, sistemi di illuminazione, condizionamento e riscaldamento più efficienti, miglioramento dell'isolamento termico degli edifici e promozione di standard ambientali per gli edifici);
- adozione di veicoli a basse emissioni nella flotta di auto del Gruppo;
- ottenimento di certificazioni LEED per i nuovi negozi³ e per tutte le nuove costruzioni aziendali.

Per le emissioni di Scope 3:

¹ Promossa da CDP, United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) e World Wide Fund for Nature (WWF), la Science Based Targets initiative stabilisce e promuove le best-practice nella definizione dei science-based target, oltre a valutare gli obiettivi delle aziende.

² Il raggiungimento di Net Zero comporta l'equilibrio complessivo tra le emissioni di gas a effetto serra (GHG) prodotte e quelle assorbite dagli ecosistemi, attraverso meccanismi di neutralizzazione. In particolare, per contribuire al raggiungimento di emissioni nette zero, le aziende devono ridurre le emissioni e neutralizzare le emissioni residue.

³ Esclusi gli Shop-in-shop.

- progressiva introduzione di materiali “preferred” nelle collezioni;
- promozione di progetti di agricoltura rigenerativa;
- decarbonizzazione della catena di fornitura attraverso misure di efficientamento energetico e l’adozione di energie da fonti rinnovabili.

È stato valutato l'impatto dei cambiamenti climatici anche con riferimento alle stime e alle valutazioni effettuate nel bilancio.

Alla data di rendicontazione, non vi sono effetti rilevanti sulle grandezze rappresentate nel Bilancio Consolidato del Gruppo.

A partire dal 2020, per i Piani di Performance Share è stato introdotto un indicatore ESG (Environmental, Social and Governance) con un peso del 15% e che prevede il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

2. PRINCIPI CONTABILI RILEVANTI UTILIZZATI NELLA REDAZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO

I principi contabili di seguito indicati sono stati utilizzati coerentemente per l'anno 2025 ed il periodo comparativo.

2.1. PRINCIPI PER IL CONSOLIDAMENTO

Il Bilancio Consolidato di Gruppo è composto dal bilancio della società Capogruppo e da quello delle società controllate, nelle quali la Capogruppo detiene, direttamente o indirettamente, la maggioranza dei diritti di voto e sulle quali esercita il controllo o dalle quali è in grado di ottenere benefici in virtù del suo potere di governarne le politiche finanziarie ed operative.

I bilanci delle società controllate consolidate sono predisposti con riferimento allo stesso periodo temporale ed utilizzando gli stessi principi contabili della Capogruppo.

I bilanci delle imprese controllate sono inclusi nel Bilancio Consolidato a partire dalla data in cui il Gruppo assume il controllo fino al momento in cui tale controllo cessa di esistere. Qualora il Gruppo abbia perso il controllo della società controllata, il Bilancio Consolidato include il risultato della controllata in proporzione al periodo durante il quale ha esercitato il controllo. La quota del capitale e delle riserve di pertinenza di terzi nelle controllate e la quota di pertinenza di terzi dell'utile o perdita d'esercizio delle controllate consolidate sono identificate separatamente nella situazione patrimoniale-finanziaria e nel conto economico consolidati. Le variazioni delle quote di possesso di controllate che non comportano perdita di controllo o che rappresentano incrementi successivi all'acquisizione del controllo sono iscritte fra le variazioni di patrimonio netto.

Nella preparazione del Bilancio Consolidato sono eliminati tutti gli effetti ed i saldi derivanti da operazioni tra società del Gruppo, così come gli utili e le perdite non realizzati su operazioni infragruppo.

Partecipazioni in imprese collegate

Le partecipazioni in imprese collegate sono inizialmente iscritte al costo sostenuto per l'acquisizione e poi valutate col metodo del patrimonio netto. La differenza positiva, emergente all'atto dell'acquisto, tra il costo di acquisizione e la quota di patrimonio netto a valori correnti della partecipata di competenza della società è, pertanto, inclusa nel valore di carico della partecipazione. Nel caso l'eventuale quota di pertinenza della società delle perdite della partecipata ecceda il valore contabile della partecipazione, e la società abbia l'obbligo o l'intenzione di risponderne, si procede ad azzerare il valore della partecipazione e la quota delle ulteriori perdite è rilevata come fondo nel passivo. Tuttavia, gli effetti contabili derivanti dall'applicazione del citato principio non sono rilevanti e pertanto non sono stati considerati nella redazione della presente Relazione Finanziaria Annuale.

2.2. VALUTA ESTERA

Gli importi inclusi nel bilancio di ciascuna società appartenente al Gruppo sono indicati utilizzando la valuta corrente del paese in cui la società svolge la propria attività.

Operazioni in valuta estera

Le operazioni in valuta estera sono registrate al tasso di cambio in vigore alla data dell'operazione. Le attività e le passività monetarie denominate in valuta estera alla data di riferimento del bilancio sono convertite al tasso di cambio in essere a quella data. Sono rilevate a conto economico le differenze

cambio generate dall'estinzione di poste monetarie o dalla loro conversione a tassi differenti da quelli ai quali erano state convertite al momento della rilevazione iniziale nell'esercizio o in bilanci precedenti.

Consolidamento di imprese estere

Tutte le attività e le passività di società estere espresse in moneta diversa dall'Euro che rientrano nell'area di consolidamento sono convertite utilizzando i tassi di cambio in essere alla data di riferimento del bilancio. Proventi e costi sono convertiti al cambio medio dell'esercizio in quanto ritenuto ragionevolmente rappresentativo del cambio effettivo. Le differenze cambio di conversione risultanti dall'applicazione di questo metodo rappresentano una voce specifica del conto economico complessivo e sono incluse come voce di patrimonio netto sotto la voce riserva di conversione, fino alla cessione della partecipazione stessa. L'avviamento e gli adeguamenti al *fair value* generati dall'acquisizione delle società estere sono rilevati nella relativa valuta e sono convertiti utilizzando il tasso di cambio di fine periodo.

I principali tassi di cambio utilizzati per la conversione in Euro dei bilanci del 2025 e del 2024 delle società estere sono stati i seguenti:

	Cambio medio		Cambio puntuale	
	Esercizio 2025	Esercizio 2024	Al 31 Dicembre 2025	Al 31 Dicembre 2024
AED	4,149900	3,975000	4,315200	3,815400
AUD	1,751800	1,639700	1,758100	1,677200
BRL	6,307200	5,828300	6,436400	6,425300
CAD	1,578700	1,482100	1,608800	1,494800
CHF	0,937000	0,952600	0,931400	0,941200
CNY	8,118500	7,787500	8,226200	7,583300
CZK	24,687900	25,119800	24,237000	25,185000
DKK	7,463400	7,458900	7,468900	7,457800
GBP	0,856790	0,846620	0,872600	0,829180
HKD	8,810400	8,445400	9,146400	8,068600
HUF	397,767500	395,303900	385,150000	411,350000
JPY	169,043500	163,851900	184,090000	163,060000
KRW	1.605,450000	1.475,400000	1.696,940000	1.532,150000
KZT	589,530000	507,910000	592,330000	544,980000
MOP	9,074600	8,698800	9,420800	8,310700
MXN	21,670500	19,831400	21,118000	21,550400
MYR	4,833900	4,950300	4,768200	4,645400
NOK	11,717300	11,629000	11,843000	11,795000
NZD	1,942200	1,788000	2,038000	1,853200
PLN	4,239700	4,305800	4,221000	4,275000
RON	5,042400	4,974600	5,096800	4,974300
RUB	94,306600	100,187300	92,093800	106,102800
SEK	11,066300	11,432500	10,821500	11,459000
SGD	1,475600	1,445800	1,510500	1,416400
TRY	44,816100	35,573400	50,483800	36,737200
TWD	35,148800	34,748300	36,862000	34,056600
UAH	47,109800	43,490100	49,794700	43,685500
USD	1,130000	1,082400	1,175000	1,038900

2.3. AGGREGAZIONI AZIENDALI ("BUSINESS COMBINATIONS")

Le aggregazioni aziendali sono rilevate secondo il metodo dell'acquisizione ("*acquisition method*").

Secondo tale metodo il corrispettivo trasferito in un'aggregazione aziendale è valutato al *fair value*, calcolato come la somma dei *fair value* delle attività trasferite e delle passività assunte dal Gruppo alla data di acquisizione. Gli oneri accessori alla transazione sono rilevati nel conto economico nel momento in cui sono sostenuti.

L'avviamento è determinato come l'eccedenza tra la somma dei corrispettivi trasferiti nell'aggregazione aziendale, del valore del patrimonio netto di pertinenza di interessenze di terzi e del *fair value* dell'eventuale partecipazione precedentemente detenuta nell'impresa acquisita rispetto al *fair value* delle attività nette acquisite e passività assunte alla data di acquisizione. Se il valore delle attività nette acquisite e passività assunte alla data di acquisizione eccede la somma dei corrispettivi trasferiti, del valore del patrimonio netto di pertinenza di interessenze di terzi e del *fair value* dell'eventuale partecipazione precedentemente detenuta nell'impresa acquisita, tale eccedenza è rilevata immediatamente nel conto economico come provento derivante dalla transazione conclusa. Le quote del patrimonio netto di interessenza di terzi, alla data di acquisizione, possono essere valutate al *fair value* oppure al pro-quota del valore delle attività nette riconosciute per l'impresa acquisita. La scelta del metodo di valutazione è effettuata transazione per transazione.

Se i valori iniziali di un'aggregazione aziendale sono incompleti alla data di chiusura del bilancio in cui l'aggregazione aziendale è avvenuta, il Gruppo riporta nel proprio Bilancio Consolidato i valori provvisori degli elementi per cui non può essere conclusa la rilevazione. Tali valori provvisori sono rettificati nel periodo di misurazione per tenere conto delle nuove informazioni ottenute su fatti e circostanze esistenti alla data di acquisizione che, se note, avrebbero avuto effetti sul valore delle attività e passività riconosciute a tale data.

2.4. ATTIVITÀ NON CORRENTI DETENUTE PER LA VENDITA E DISCONTINUED OPERATIONS

Le attività non correnti destinate alla vendita e i gruppi in dismissione sono classificate come attività destinate alla vendita quando il loro valore è recuperabile principalmente attraverso una transazione di vendita ed essa è ritenuta probabile. In tal caso vengono valutate al minor tra valore contabile e valore equo (*fair value*) al netto dei costi di vendita se il loro valore è recuperabile principalmente attraverso la vendita più che attraverso il loro uso continuato.

Le attività operative cessate (*discontinued operations*) sono attività che:

- rappresentano una separata linea di business principale o le attività di un'area geografica;
- fanno parte di un singolo e coordinato piano per la cessione di una separata linea di business principale o le attività di un'area geografica;
- sono costituite da società controllate acquisite con l'intento esclusivo di essere rivendute.

Nel conto economico, le attività non correnti destinate alla vendita e i gruppi in dismissione che rispettano i requisiti dell'IFRS 5 per essere definiti come "*discontinued operations*", vengono presentati in un'unica voce che include sia gli utili e le perdite, che le minusvalenze ovvero le plusvalenze da cessione ed il relativo effetto fiscale. Il periodo comparativo viene conseguentemente ripresentato come richiesto dall'IFRS 5.

Per quanto riguarda la situazione patrimoniale e finanziaria, le attività non correnti destinate alla vendita ed i gruppi in dismissione che rispettano i requisiti previsti dall'IFRS 5 vengono riclassificati tra le attività e le passività correnti nell'esercizio in cui tali requisiti si manifestano. L'esercizio comparativo non viene ripresentato o riclassificato.

2.5. IMMOBILI, IMPIANTI E MACCHINARI

Immobili, impianti e macchinari sono iscritti al costo di acquisto o di produzione, non rivalutato al netto dell'ammontare cumulato degli ammortamenti e delle perdite di valore ("*impairment*"). Il costo include il prezzo pagato per l'acquisto e tutti i costi direttamente attribuibili per portare il bene nel luogo e nelle condizioni utili al suo utilizzo.

Ammortamento

L'ammortamento è calcolato in base ad un criterio a quote costanti sulla vita utile stimata degli immobili, impianti e macchinari come riportato in tabella:

Categoria	Periodo
Terreni	Non ammortizzati
Fabbricati	Da 10 a 33 anni
Impianti e macchinari	Da 6 a 12 anni
Mobili e arredi	Da 5 a 10 anni
Macchinari elettronici d'ufficio	Da 3 a 5 anni
Migliorie su beni di terzi	Vita utile della miglioria
Diritti di utilizzo	Durata contrattuale
Altre immobilizzazioni materiali	In dipendenza delle condizioni di mercato e generalmente entro la vita utile attesa del bene di riferimento

I beni acquisiti in leasing sono ammortizzati nel minore tra il periodo del leasing e la loro vita utile a meno che non sia ragionevolmente certo che il Gruppo otterrà la proprietà del bene alla fine del periodo contrattuale.

Il periodo di ammortamento è rivisto in ciascun esercizio e corretto se necessario in base alle mutate condizioni economiche del bene.

Utile/Perdita derivante dalla cessione di immobili, impianti e macchinari

L'utile o la perdita derivante dalla cessione di immobili, impianti e macchinari rappresenta la differenza tra il ricavo ed il valore netto del bene alla data della cessione. Le cessioni sono contabilizzate quando l'operazione è definitiva o non più soggetta a condizioni che posticipano gli effetti del trasferimento della proprietà.

2.6. ATTIVITÀ IMMATERIALI

Avviamento

L'avviamento derivante da aggregazioni aziendali è inizialmente iscritto al costo alla data di acquisizione, così come definito al precedente paragrafo "Aggregazioni aziendali".

L'avviamento è trattato come un'attività a vita utile indefinita e pertanto non è ammortizzato ma viene sottoposto annualmente, o più frequentemente se specifici eventi o modificate circostanze indicano la possibilità di aver subito una perdita di valore, a verifiche per identificare eventuali riduzioni di valore. Dopo la rilevazione iniziale, l'avviamento è valutato al costo al netto delle eventuali perdite di valore accumulate.

In sede di prima adozione degli IFRS, il Gruppo ha scelto di non applicare l'IFRS 3 - Aggregazioni di imprese in modo retroattivo alle acquisizioni di aziende avvenute antecedentemente alla data di transizione (1° gennaio 2009); di conseguenza, l'avviamento generato su acquisizioni antecedenti la data di transizione agli IFRS è stato mantenuto al precedente valore determinato secondo i principi contabili italiani, previa verifica e rilevazione di eventuali perdite di valore.

Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo 2.7 "Perdita di valore delle attività non finanziarie".

Marchi

I marchi separatamente acquisiti sono iscritti al costo storico di acquisto. I marchi acquisiti a seguito di una "*business combination*" sono iscritti al valore equo determinato alla data dell'operazione di aggregazione aziendale.

I marchi sono trattati come un'attività a vita utile indefinita e dopo la rilevazione iniziale sono valutati al costo al netto delle eventuali perdite di valore accumulate. I marchi non sono ammortizzati ma vengono sottoposti annualmente, o più frequentemente se specifici eventi o modificate circostanze indicano la possibilità di aver subito una perdita di valore, a verifiche per identificare eventuali riduzioni di valore.

Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo 2.7 "Perdita di valore delle attività non finanziarie".

Altre attività immateriali a vita utile definita

I diritti di licenza sono iscritti come attività immateriali e sono ammortizzati a quote costanti sulla vita utile stimata, determinata per ogni singola licenza sulla base dei termini contrattuali.

I *key money* pagati per l'apertura di negozi diretti DOS sono considerati come costi di buonuscita riferiti ad un contratto di locazione immobiliare e sono generalmente attività a vita utile definita determinata sul periodo del contratto sottostante e come tali contabilizzati unitamente ai relativi diritti d'uso ai sensi del principio IFRS16. In certe circostanze, i *key money* hanno una vita utile indefinita in relazione a protezioni legali o prassi comuni rinvenibili nelle giurisdizioni o mercati di riferimento che ne prevedono il rimborso al termine della locazione. In questi limitati casi, i *key money* non sono ammortizzati ma sottoposti a verifica periodica, almeno annuale, per identificare eventuali riduzioni di valore (come riferito nel paragrafo relativo alle perdite di valore di attività non finanziarie).

I *software* (incluse le licenze e i costi separatamente identificabili come costi di sviluppo esterno) sono iscritti come attività immateriali al prezzo di acquisto inclusi i costi direttamente attribuibili per predisporre il bene immateriale ad essere pronto per l'utilizzo. I *software* e le altre attività immateriali acquisite dal Gruppo che hanno una vita utile definita sono valutate al costo al netto dell'ammortamento e delle perdite di valore accumulate.

Ammortamento delle attività immateriali a vita utile definita

L'ammortamento delle attività immateriali a vita utile definita è determinato a quote costanti sulla vita stimata residua come definito in tabella:

Categoria	Periodo
Licenze	In base alle condizioni di mercato all'interno del periodo contrattuale di licenza o ai limiti legali per l'utilizzo della licenza stessa
Key money	In base alle condizioni di mercato e generalmente all'interno del periodo contrattuale della locazione
Software	Da 3 a 5 anni
Order backlog	In base all'evasione del portafoglio ordini identificato in sede di PPA
Altre immobilizzazioni immateriali	In base alle condizioni di mercato e generalmente all'interno del periodo in cui si esercita il controllo dell'attività

2.7. PERDITA DI VALORE DELLE ATTIVITÀ NON FINANZIARIE

Il Gruppo verifica, almeno una volta all'anno se vi sia qualche indicazione che le attività immateriali a vita utile definita e gli Immobili, impianti e macchinari possano aver subito una perdita di valore. Se esiste una tale evidenza, il valore di carico delle attività è ridotto al relativo valore recuperabile.

L'avviamento e le attività immateriali con vita utile indefinita sono sottoposti a verifica per riduzione di valore ogni anno o più frequentemente, ogni qualvolta vi sia un'indicazione che l'attività o l'avviamento possano aver subito una perdita durevole di valore.

Quando non è possibile stimare il valore recuperabile di un singolo bene, il Gruppo stima il valore recuperabile dell'unità generatrice di flussi di cassa ("CGU") cui il bene appartiene. Il valore recuperabile di un'attività è il maggiore tra il *fair value* al netto dei costi di vendita ed il suo valore d'uso. Per determinare il valore d'uso di un'attività il Gruppo calcola il valore attuale dei flussi finanziari futuri stimati, al lordo delle imposte, applicando un tasso di sconto, anch'esso al lordo delle imposte, che riflette le valutazioni correnti di mercato del valore temporale del denaro e dei rischi specifici dell'attività. Una perdita di valore è iscritta se il valore recuperabile è inferiore al valore contabile.

Ad eccezione delle perdite di valore contabilizzate sull'avviamento, quando vengono meno le circostanze che hanno determinato la perdita, il valore contabile dell'attività è incrementato fino al valore recuperabile e non può eccedere il valore che sarebbe stato determinato se non fosse stata rilevata alcuna perdita per riduzione di valore. Il ripristino di una perdita di valore è iscritto immediatamente a conto economico.

A partire dal 2019, l'IFRS 16 richiede di rilevare in bilancio un'attività per il diritto d'utilizzo e una passività per l'obbligazione a pagare in futuro i canoni di leasing. Eventuali perdite di valore dell'attività per il diritto d'utilizzo devono essere calcolate e rilevate in accordo alle disposizioni dello IAS 36.

Ai fini dell'eventuale *impairment test* sui diritti d'uso e le altre attività a vita utile definita, riferiti al business Moncler e Stone Island, sono state identificate le seguenti CGU, che coincidono con le unità organizzative preposte al presidio dei singoli mercati (c.d. "*Regions*"):

- EMEA;
- Americas;
- APAC;
- Mainland China;
- Japan;
- Korea.

Gli attivi immobilizzati di ogni singola CGU vengono sottoposti ad *impairment test* in presenza di *triggering events* (in capo alla singola CGU) identificati da una possibile perdita di valore e segnalati dai seguenti *key performance indicators*:

- piani di dismissione;
- indicatori di performance inferiori alle aspettative;
- perdite operative.

L'*impairment test* viene svolto con le seguenti modalità:

- calcolo del valore recuperabile della CGU, inclusivo del valore contabile della passività per leasing;
- confronto del valore recuperabile con il valore contabile della CGU, quest'ultimo calcolato anch'esso considerando il valore contabile della passività per leasing.

Nel calcolo del *value in use*, il *discount rate* utilizzato è il WACC riferito all'area geografica di appartenenza, il cui valore aggregato determina il WACC di Gruppo.

Relativamente all'avviamento e ai marchi Moncler e Stone Island, l'impairment test è effettuato facendo riferimento ai flussi attesi dalla gestione dell'intero business relativo a ciascuno dei due brand.

2.8. BENI IN LEASING

Il 13 gennaio 2016 lo IASB ha pubblicato il nuovo standard IFRS 16 Leasing, che sostituisce lo IAS 17. Tale documento è stato adottato dall'Unione Europea mediante la pubblicazione dello stesso in data 9 novembre 2017. L'IFRS 16 si applica ai bilanci relativi agli esercizi che hanno inizio il 1° gennaio 2019 o successivamente. Il nuovo principio elimina di fatto la differenza nella contabilizzazione del leasing operativo e finanziario pur in presenza di elementi che consentono di semplificarne l'applicazione ed introduce il concetto di controllo all'interno della definizione di leasing. In particolare, per determinare se un contratto rappresenti o meno un leasing, l'IFRS 16 richiede di verificare se il locatario abbia o meno il diritto di controllare l'utilizzo di una determinata attività per un determinato periodo di tempo.

Alla data di decorrenza del leasing, il Gruppo rileva l'attività per il diritto di utilizzo e la passività del leasing. L'attività per il diritto di utilizzo viene inizialmente valutata al costo, comprensivo dell'importo della valutazione iniziale della passività del leasing, rettificato dei pagamenti dovuti per il leasing effettuati alla data o prima della data di decorrenza, incrementato dei costi diretti iniziali sostenuti e di una stima dei costi che il locatario dovrà sostenere per lo smantellamento e la rimozione dell'attività sottostante o per il ripristino dell'attività sottostante o del sito in cui è ubicata, al netto degli incentivi al leasing ricevuti.

L'attività per il diritto di utilizzo viene ammortizzata successivamente a quote costanti dalla data di decorrenza alla fine della durata del leasing, a meno che il leasing trasferisca la proprietà dell'attività sottostante al Gruppo al termine della durata del leasing. In tal caso, l'attività per il diritto di utilizzo sarà ammortizzata lungo la vita utile dell'attività sottostante, determinata sulla stessa base di quella di immobili e macchinari. Inoltre, l'attività per il diritto di utilizzo viene regolarmente diminuita delle eventuali perdite per riduzione di valore e rettificata al fine di riflettere eventuali variazioni derivanti dalle valutazioni successive della passività del leasing.

Il Gruppo valuta la passività del leasing al valore attuale dei pagamenti dovuti per il leasing non versati alla data di decorrenza, attualizzandoli utilizzando il tasso di interesse implicito del leasing.

I pagamenti dovuti per il leasing inclusi nella valutazione della passività del leasing comprendono:

- i pagamenti fissi (inclusi i pagamenti sostanzialmente fissi);
- i pagamenti dovuti per il leasing che dipendono da un indice o un tasso, valutati inizialmente utilizzando un indice o un tasso alla data di decorrenza;
- gli importi che si prevede di pagare a titolo di garanzia sul valore residuo; e
- i pagamenti dovuti per il leasing in un periodo di rinnovo facoltativo se il Gruppo ha la ragionevole certezza di esercitare l'opzione di rinnovo, e le penalità di risoluzione anticipata del leasing, a meno che il Gruppo non abbia la ragionevole certezza di non risolvere anticipatamente il leasing.

La passività del leasing è valutata al costo ammortizzato utilizzando il criterio dell'interesse effettivo ed è rimisurata in caso di modifica dei futuri pagamenti dovuti per il leasing derivanti da una variazione dell'indice o tasso, in caso di modifica dell'importo che il Gruppo prevede di dover pagare a titolo di garanzia sul valore residuo o quando il Gruppo modifica la sua valutazione con riferimento all'esercizio o meno di un'opzione di acquisto, proroga o risoluzione o in caso di revisione dei pagamenti dovuti per il leasing fissi nella sostanza.

Quando la passività del leasing viene rimisurata, il locatario procede ad una corrispondente modifica dell'attività per il diritto di utilizzo. Se il valore contabile dell'attività per il diritto di utilizzo è ridotto a zero, il locatario rileva la modifica nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Nel prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria, il Gruppo espone le attività per il diritto di utilizzo che non soddisfano la definizione di investimenti immobiliari nella voce 'Immobilizzazioni materiali' e le passività del leasing nella voce 'Debiti Finanziari'.

Per i contratti sottoscritti prima del 1° gennaio 2019, il Gruppo stabiliva se l'accordo fosse o contenesse un leasing verificando se:

- l'adempimento dell'accordo dipendeva dall'utilizzo di una o più attività specifiche; e
- l'accordo trasferiva il diritto di utilizzare l'attività.

Le altre attività oggetto di leasing erano classificate come leasing operativi e non erano rilevate nel prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria del Gruppo. I pagamenti relativi ai leasing operativi erano rilevati come costo a quote costanti lungo la durata del leasing, mentre gli incentivi accordati al locatario venivano rilevati come una parte integrante del costo complessivo del leasing lungo la durata del leasing.

2.9. RIMANENZE DI MAGAZZINO

Le rimanenze di materie prime, semilavorati e prodotti finiti sono valutate al minore tra il costo medio ponderato di produzione o di acquisto ed il valore netto di realizzo. Il costo medio include i costi diretti dei materiali e del lavoro ed una quota di costi indiretti calcolata in proporzione alla normale capacità produttiva.

Il fondo svalutazione per materie prime e prodotti finiti è calcolato per ricondurre il costo al valore netto di realizzo sulla base di stime che tengono conto dell'anzianità della stagione produttiva e della possibilità di utilizzare la materia prima in produzione e di vendere i prodotti finiti attraverso i diversi canali distributivi (outlet e stock).

2.10. STRUMENTI FINANZIARI

I crediti commerciali e i titoli di debito emessi sono rilevati nel momento in cui vengono originati. Tutte le altre attività e passività finanziarie sono rilevate inizialmente alla data di negoziazione, cioè quando il Gruppo diventa una parte contrattuale dello strumento finanziario.

Fatta eccezione per i crediti commerciali che non contengono una significativa componente di finanziamento, le attività finanziarie sono valutate inizialmente al *fair value* più o meno, nel caso di attività o passività finanziarie non valutate al FVTPL, i costi dell'operazione direttamente attribuibili all'acquisizione o all'emissione dell'attività finanziaria. Al momento della rilevazione iniziale, i crediti commerciali che non hanno una significativa componente di finanziamento sono valutati al loro prezzo dell'operazione.

Al momento della rilevazione iniziale, un'attività finanziaria viene classificata in base alla sua valutazione: al costo ammortizzato, al *fair value* rilevato nelle altre componenti del conto economico complessivo (FVOCI) e al *fair value* rilevato nell'utile/(perdita) d'esercizio (FVTPL).

Le attività finanziarie non sono riclassificate successivamente alla loro rilevazione iniziale, salvo che il Gruppo modifichi il proprio modello di business per la gestione delle attività finanziarie. In tal caso, tutte le attività finanziarie interessate sono riclassificate il primo giorno del primo esercizio successivo alla modifica del modello di business.

Un'attività finanziaria deve essere valutata al costo ammortizzato se sono soddisfatte entrambe le seguenti condizioni e non è designata al FVTPL:

- l'attività finanziaria è posseduta nell'ambito di un modello di business il cui obiettivo è il possesso delle attività finanziarie finalizzato alla raccolta dei relativi flussi finanziari contrattuali; e
- i termini contrattuali dell'attività finanziaria prevedono a determinate date flussi finanziari rappresentati unicamente da pagamenti del capitale e dell'interesse sull'importo del capitale da restituire.

In sede di misurazione successiva, le attività appartenenti a tale categoria sono valutate al costo ammortizzato, utilizzando il tasso di interesse effettivo. Gli effetti di tale misurazione sono riconosciuti tra i componenti finanziari di reddito. Tali attività sono inoltre soggette al modello di *impairment* descritto al paragrafo Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti.

Un'attività finanziaria deve essere valutata al FVOCI se sono soddisfatte entrambe le seguenti condizioni e non è designata al FVTPL:

- l'attività finanziaria è posseduta nell'ambito di un modello di business il cui obiettivo è conseguito sia mediante la raccolta dei flussi finanziari contrattuali che mediante la vendita delle attività finanziarie; e
- i termini contrattuali dell'attività finanziaria prevedono a determinate date flussi finanziari rappresentati unicamente da pagamenti del capitale e dell'interesse sull'importo del capitale da restituire.

Al momento della rilevazione iniziale di un titolo di capitale non detenuto per finalità di *trading*, il Gruppo può compiere la scelta irrevocabile di presentare le variazioni successive del *fair value* nelle altre componenti del conto economico complessivo. Tale scelta viene effettuata per ciascuna attività.

In sede di misurazione successiva, la valutazione effettuata in sede di iscrizione è aggiornata ed eventuali variazioni di *fair value* sono riconosciute all'interno del conto economico complessivo. Così come per la categoria precedente, tali attività sono soggette al modello di *impairment* descritto al paragrafo Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti.

Tutte le attività finanziarie non classificate come valutate al costo ammortizzato o al FVOCI, come indicato in precedenza, sono valutate al FVTPL. Sono compresi tutti gli strumenti finanziari derivati.

Al momento della rilevazione iniziale, il Gruppo può designare irrevocabilmente l'attività finanziaria come valutata al *fair value* rilevato nell'utile (perdita) d'esercizio se così facendo elimina o riduce significativamente un'asimmetria contabile che altrimenti risulterebbe dalla valutazione dell'attività finanziaria al costo ammortizzato o al FVOCI.

In sede di misurazione successiva, le attività finanziarie FVTPL sono valutate al *fair value*. Gli utili e le perdite derivanti dalle variazioni di *fair value* sono contabilizzati nel conto economico consolidato nel periodo in cui sono rilevati, alla voce Proventi/Oneri finanziari.

Le attività finanziarie vengono eliminate dal bilancio quando i diritti contrattuali sui flussi finanziari derivanti dalle stesse scadono, quando i diritti contrattuali a ricevere i flussi finanziari nell'ambito di

un'operazione in cui sostanzialmente tutti i rischi e i benefici derivanti dalla proprietà dell'attività finanziaria sono trasferiti o quando il Gruppo non trasferisce né mantiene sostanzialmente tutti i rischi e benefici derivanti dalla proprietà dell'attività finanziaria e non mantiene il controllo dell'attività finanziaria.

Le passività finanziarie sono classificate come valutate al costo ammortizzato o al FVTPL. Una passività finanziaria viene classificata al FVTPL quando è posseduta per la negoziazione, rappresenta un derivato o è designata come tale al momento della rilevazione iniziale. Le passività finanziarie al FVTPL sono valutate al *fair value* e le eventuali variazioni, compresi gli interessi passivi, sono rilevate nell'utile/(perdita) dell'esercizio. Le altre passività finanziarie sono valutate successivamente al costo ammortizzato utilizzando il criterio dell'interesse effettivo. Gli interessi passivi e gli utili/(perdite) su cambi sono rilevati nell'utile/(perdita) dell'esercizio, così come gli eventuali utili o perdite derivanti dall'eliminazione contabile.

Gli strumenti finanziari detenuti dal Gruppo consistono principalmente nelle voci di bilancio relative a cassa e disponibilità bancarie, crediti e debiti commerciali, crediti e debiti finanziari, altre attività e passività finanziarie correnti e non correnti e gli strumenti derivati.

Disponibilità e mezzi equivalenti

Le disponibilità e mezzi equivalenti includono i depositi bancari, le quote di fondi di liquidità ad elevata negoziabilità che possono essere convertiti in cassa prontamente e che sono soggetti ad un rischio di variazione di valore non significativo. I conti correnti passivi sono iscritti tra le passività finanziarie nel prospetto della situazione patrimoniale e finanziaria di Gruppo.

Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti

I crediti commerciali e gli altri crediti che derivano dalla fornitura di disponibilità finanziarie, di beni o di servizi da parte del Gruppo a soggetti terzi sono classificati nelle attività correnti eccetto quando la maturazione eccede i dodici mesi dalla data del bilancio con riferimento ai crediti non commerciali.

I crediti finanziari correnti e non correnti, gli altri crediti correnti e non correnti ed i crediti commerciali ad eccezione delle attività derivanti da strumenti finanziari derivati, sono valutati, se hanno una scadenza prefissata, al costo ammortizzato calcolato utilizzando il metodo dell'interesse effettivo. Quando le attività finanziarie non hanno una scadenza prefissata, sono valutate al costo. I crediti con scadenza superiore ad un anno, infruttiferi o che maturano interessi inferiori al mercato, sono attualizzati utilizzando i tassi di mercato.

Le attività finanziarie sopra elencate sono valutate sulla base del modello di *impairment* introdotto dall'IFRS 9 ovvero adottando una logica di perdita attesa (*Expected Loss*), in sostituzione del *framework* IAS 39 basato tipicamente sulla valutazione delle perdite osservate (*Incurred Loss*).

Per i crediti commerciali il Gruppo adotta un approccio alla valutazione di tipo semplificato (cd. *Simplified approach*) che non richiede la rilevazione delle modifiche periodiche del rischio di credito, quanto piuttosto la contabilizzazione di una *Expected Credit Loss* ("ECL") calcolata sull'intera vita del credito (cd. *lifetime ECL*).

In particolare, la *policy* attuata dal Gruppo prevede la stratificazione dei crediti commerciali sulla base dei giorni di scaduto e di una valutazione della solvibilità della controparte e applica percentuali di svalutazione diverse che riflettono le relative aspettative di recupero. Il Gruppo applica poi una valutazione analitica in base all'affidabilità e capacità del debitore di pagare le somme dovute, per i crediti deteriorati.

Il valore dei crediti è esposto nella situazione patrimoniale-finanziaria al netto dei relativi fondi svalutazione. Le svalutazioni effettuate ai sensi dell'IFRS 9 sono rilevate nel conto economico consolidato al netto degli eventuali effetti positivi legati a rilasci o ripristini di valore.

Debiti commerciali, debiti finanziari ed altri debiti correnti e non correnti

I debiti commerciali e gli altri debiti che sorgono all'acquisto da un fornitore terzo di denaro, beni o servizi sono classificati tra le passività correnti eccetto quando la maturazione eccede i dodici mesi dalla data del bilancio con riferimento ai debiti non commerciali.

I debiti finanziari correnti e non correnti, le altre passività correnti e non correnti ed i debiti commerciali sono iscritti, in sede di prima rilevazione in bilancio, al *fair value* normalmente rappresentato dal costo dell'operazione che le origina, inclusivo dei costi accessori alla transazione. Successivamente, ad eccezione degli strumenti finanziari derivati, tutte le passività finanziarie sono iscritte al costo ammortizzato utilizzando il metodo dell'interesse effettivo. Le passività finanziarie coperte da strumenti derivati sono valutate secondo le modalità stabilite per l'*hedge accounting*.

Strumenti derivati

Coerentemente con quanto stabilito dall'IFRS 9, gli strumenti finanziari derivati possono essere contabilizzati secondo le modalità dell'*hedge accounting* solo quando:

- gli elementi coperti e gli strumenti di copertura soddisfano i requisiti di ammissibilità;
- all'inizio della relazione di copertura vi è una designazione e documentazione formale della relazione di copertura, degli obiettivi del Gruppo nella gestione del rischio e della strategia nell'effettuare la copertura;
- la relazione di copertura soddisfa tutti i seguenti requisiti di efficacia:
 - esiste una relazione economica fra l'elemento coperto e lo strumento di copertura;
 - l'effetto del rischio credito non è dominante rispetto alle variazioni associate al rischio coperto;
 - il rapporto di copertura (*hedge ratio*) definito nella relazione di copertura è rispettato, anche attraverso azioni di ribilanciamento ed è coerente con la strategia di gestione dei rischi adottata dal Gruppo.

Fair value hedge

Se uno strumento finanziario derivato è designato come copertura dell'esposizione alle variazioni del *fair value* ("*Fair value hedge*") di un'attività o di una passività di bilancio attribuibili ad un particolare rischio che può determinare effetti sul conto economico, l'utile o la perdita derivante dalle successive valutazioni del *fair value* dello strumento di copertura sono rilevati a conto economico. L'utile o la perdita sulla posta coperta, attribuibile al rischio coperto, modificano il valore di carico di tale posta e vengono rilevati a conto economico.

Cash flow hedge

Quando uno strumento finanziario derivato è designato come strumento di copertura dell'esposizione alla variabilità dei flussi finanziari, la parte efficace delle variazioni del *fair value* dello strumento finanziario derivato viene rilevata tra le altre componenti del conto economico complessivo e presentata nella riserva di copertura dei flussi finanziari. La parte efficace delle variazioni di *fair value* dello strumento finanziario derivato che viene rilevata nelle altre componenti del conto economico complessivo è limitata alla variazione cumulata del *fair value* dello strumento coperto (al valore attuale) dall'inizio della copertura. La parte inefficace delle variazioni di *fair value* dello strumento finanziario derivato viene rilevata immediatamente nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se la copertura cessa di soddisfare i criteri di ammissibilità o lo strumento di copertura è venduto, giunge a scadenza o è esercitato, la contabilizzazione delle operazioni di copertura cessa prospetticamente. Quando cessa la contabilizzazione delle operazioni di copertura per le coperture di flussi finanziari, l'importo accumulato nella riserva di copertura dei flussi finanziari rimane nel

patrimonio netto fino a quando, nel caso di copertura di un'operazione che comporta la rilevazione di un'attività o una passività non finanziaria, è incluso nel costo dell'attività o della passività non finanziaria al momento della rilevazione iniziale o, nel caso delle altre coperture di flussi finanziari, è riclassificato nell'utile/(perdita) dell'esercizio nello stesso esercizio o negli stessi esercizi in cui i flussi finanziari futuri attesi coperti hanno un effetto sull'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se non si prevedono più futuri flussi finanziari coperti, l'importo deve essere riclassificato immediatamente dalla riserva per la copertura di flussi finanziari e dalla riserva per i costi della copertura nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se l'*hedge accounting* non può essere applicato, gli utili o le perdite derivanti dalla valutazione al *fair value* dello strumento finanziario derivato sono iscritti immediatamente a conto economico.

A seguito delle relazioni di copertura poste in essere i ricavi in valuta vengono tradotti nel bilancio consolidato al corrispondente cambio a termine per la relativa quota coperta.

2.11.BENEFICI AI DIPENDENTI

I benefici correnti ai dipendenti che afferiscono ai salari e stipendi, ai contributi sociali e previdenziali, alle ferie maturate e non godute entro dodici mesi dalla data del bilancio ed altri *fringe-benefits* derivanti dal rapporto di lavoro sono riconosciuti nell'esercizio in cui il servizio è reso.

I benefici che saranno corrisposti ai dipendenti al termine del contratto di lavoro attraverso piani pensionistici a benefici definiti o a contribuzione definita sono contabilizzati lungo tutto l'arco temporale in cui il dipendente presta il proprio servizio ("*vesting period*").

Piani a benefici definiti

I piani a benefici definiti sono basati sulla vita lavorativa dei dipendenti e sulla remunerazione percepita dai dipendenti nel corso di un predeterminato periodo di servizio.

L'obbligazione della società di finanziare i fondi per piani a benefici definiti e il costo annuo rilevato a conto economico sono determinati sulla base di valutazioni attuariali utilizzando il metodo della proiezione unitaria del credito (*projected unit credit method*). Il valore netto cumulato degli utili e delle perdite attuariali viene contabilizzato interamente nel conto economico complessivo nell'esercizio in cui maturano.

La passività relativa ai benefici da riconoscere al termine del rapporto di lavoro iscritta nella situazione patrimoniale-finanziaria a fronte di piani a benefici definiti rappresenta il valore attuale dell'obbligazione a benefici definiti.

Piani a contribuzione definita

I pagamenti relativi ai piani a contribuzione definita effettuati dalle società del Gruppo sono rilevati a conto economico come costo quando sostenuti.

I dipendenti delle società italiane appartenenti al Gruppo beneficiano di piani a benefici definiti. Sino al 31 dicembre 2006 il fondo trattamento di fine rapporto (TFR) era considerato un piano a benefici definiti. La disciplina di tale fondo è stata modificata dalla Legge 27 dicembre 2006, n. 296 ("Legge Finanziaria 2007") e successivi Decreti e Regolamenti emanati nei primi mesi del 2007. Alla luce di tali modifiche, e in particolare con riferimento alle società con almeno 50 dipendenti, tale istituto è ora da considerarsi un piano a benefici definiti esclusivamente per le quote maturate anteriormente al 1° gennaio 2007 (e non ancora liquidate alla data di bilancio), mentre per le quote maturate successivamente a tale data esso è assimilabile ad un piano a contribuzione definita.

2.12. FONDI RISCHI ED ONERI

Il Gruppo rileva fondi rischi ed oneri quando ha un'obbligazione, legale o implicita, a fronte di un evento passato, quando è probabile che si renderà necessario l'impiego di risorse per adempiere l'obbligazione e quando può essere effettuata una stima attendibile dell'ammontare dell'obbligazione stessa.

Il Gruppo rileva un fondo per ristrutturazioni quando è stato approvato un dettagliato programma formale per la ristrutturazione e la ristrutturazione è iniziata o è stata comunicata pubblicamente. Le perdite operative future non sono oggetto di accantonamento.

Le variazioni di stima sono riflesse nel conto economico del periodo in cui la variazione è avvenuta.

2.13. PAGAMENTI BASATI SU AZIONI

Il *fair value* alla data di assegnazione degli incentivi riconosciuti nei pagamenti basati su azioni regolati con strumenti rappresentativi di capitale concessi ai dipendenti viene rilevato solitamente tra i costi, con un corrispondente aumento del patrimonio netto, lungo il periodo durante il quale i dipendenti ottengono il diritto agli incentivi. L'importo rilevato come costo viene rettificato per riflettere il numero effettivo di incentivi per i quali sono maturate le condizioni di permanenza in servizio e di conseguimento di risultati non di mercato, affinché l'importo finale rilevato come costo si basi sul numero di incentivi che soddisfano le suddette condizioni alla data di maturazione. Nel caso di incentivi riconosciuti nei pagamenti basati su azioni le cui condizioni non sono da considerarsi di maturazione, il *fair value* alla data di assegnazione del pagamento basato su azioni viene valutato al fine di riflettere tali condizioni. Con riferimento alle condizioni di non maturazione, le eventuali differenze tra le ipotesi previste alla data di assegnazione e quelle effettive non produrranno alcun impatto in bilancio.

Il *fair value* dell'importo da versare ai dipendenti relativamente ai diritti di rivalutazione delle azioni, regolati per cassa, viene rilevato come costo con un aumento corrispondente delle passività lungo il periodo durante il quale i dipendenti maturano il diritto incondizionato a ricevere il pagamento. La passività viene valutata a ciascuna data di chiusura dell'esercizio e alla data di estinzione sulla base del *fair value* dei diritti di rivalutazione delle azioni. Le eventuali variazioni del *fair value* della passività sono rilevate nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

2.14. RICONOSCIMENTO DEI RICAVI

Sulla base del modello in cinque fasi introdotto dall'IFRS 15, il Gruppo procede alla rilevazione dei ricavi dopo aver identificato i contratti con i propri clienti e le relative prestazioni da soddisfare (trasferimento di beni e/o servizi), determinato il corrispettivo cui ritiene di avere diritto in cambio del soddisfacimento di ciascuna di tali prestazioni, nonché valutato la modalità di soddisfacimento di tali prestazioni (adempimento in un determinato momento rispetto ad adempimento nel corso del tempo).

Le vendite del canale wholesale sono riconosciute alla spedizione del prodotto finito al cliente finale poiché tale momento riflette il passaggio di proprietà con i suoi rischi e benefici. L'accantonamento per resi e sconti, iscritto a rettifica dei ricavi, è stimato sulla base delle previsioni future, tenuto conto dell'andamento storico del fenomeno ed è contabilizzato quale componente variabile del corrispettivo contrattuale con la contestuale presentazione di una passività per resi e della corrispondente attività nel prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria.

I componenti variabili del corrispettivo (ad esempio, effetto resi) sono riconosciuti in bilancio solo qualora sia altamente probabile che non si verifichi in futuro un significativo aggiustamento dell'importo dei ricavi rilevati.

Le vendite del canale retail sono riconosciute alla data della cessione diretta del bene al cliente finale.

I ricavi per *royalties* sono riconosciuti per competenza sulla base dei termini e degli ammontari previsti nel contratto di licenza, generalmente in base ai volumi di vendita.

Il Gruppo, al ricevimento di un pagamento anticipato effettuato dal cliente, rileva nella voce Altre passività correnti l'importo del pagamento anticipato per l'obbligazione di trasferire beni in futuro ed elimina tale passività rilevando il ricavo quando trasferisce tali beni.

2.15. ONERI FINANZIARI

Gli oneri finanziari per interessi sono rilevati per competenza sulla base degli interessi maturati sul valore netto delle attività e passività finanziarie, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

2.16. IMPOSTE

Le imposte iscritte a conto economico rappresentano l'ammontare per imposte correnti sul reddito e per imposte differite.

L'onere per imposte sul reddito, di competenza dell'esercizio, è determinato in base alla normativa vigente. Le imposte sul reddito sono rilevate nel conto economico, ad eccezione di quelle relative a voci direttamente addebitate o accreditate a patrimonio netto, nei cui casi l'effetto fiscale è riconosciuto direttamente a patrimonio netto.

Le imposte differite passive e le imposte anticipate sono determinate sulla base di tutte le differenze temporanee che emergono tra i valori dell'attivo e del passivo del bilancio ed i corrispondenti valori rilevanti ai fini fiscali. Le attività e le passività fiscali, correnti e differite, sono compensate quando vi è un diritto legale di compensazione.

Le attività e le passività fiscali differite sono determinate con le aliquote fiscali che si prevede saranno applicabili negli esercizi nei quali le differenze temporanee saranno realizzate o estinte. Le attività e passività per imposte differite non sono attualizzate.

Le imposte anticipate sulle perdite fiscali nonché sulle differenze temporanee sono riconosciute nella misura in cui è probabile che sia disponibile un reddito imponibile futuro a fronte del quale possono essere recuperate.

I debiti tributari includono la stima dei rischi connessi ad incertezze sui trattamenti fiscali adottati per la determinazione delle imposte sul reddito in conformità al nuovo IFRIC 23. Tali incertezze possono derivare da: i) poca chiarezza o complessità delle norme fiscali; ii) cambiamenti nelle norme fiscali o chiarimenti da parte delle autorità fiscali; iii) verifiche e/o contenziosi fiscali in corso; iv) informazioni pubbliche su accertamenti e/o contenziosi fiscali in corso che coinvolgono altre entità.

2.17. UTILE PER AZIONE

Il Gruppo presenta l'utile base e diluito per azione, relativamente alle proprie azioni. L'utile base per azione è calcolato dividendo l'utile o la perdita attribuibile ai possessori di azioni della Capogruppo per la media ponderata delle azioni in circolazione nell'esercizio rettificata per tener conto delle eventuali azioni proprie possedute. L'utile diluito per azione è calcolato rettificando l'utile o la perdita attribuibile ai possessori di azioni, nonché la media ponderata delle azioni in circolazione, come sopra definita, per tener conto degli effetti di tutte le potenziali azioni con effetto diluitivo.

2.18. INFORMAZIONI DI SEGMENTO ("SEGMENT INFORMATION")

Ai fini dell'IFRS 8 "*Operating segments*", l'attività svolta dal Gruppo è identificabile in due segmenti operativi riferiti al business Moncler ed al business Stone Island aggregati in un unico segmento, avendo le caratteristiche similari richieste dal citato principio.

Si segnala che i due marchi, Moncler e Stone Island, presentano un profilo economico e commerciale simile e rappresentano congiuntamente il 100% dei ricavi del Gruppo. I principali indicatori economici valutati per determinare che i segmenti operativi, Moncler e Stone Island, presentano caratteristiche analoghe sono:

- performance finanziaria a lungo termine (in particolare, margine lordo medio)
- rischi valutari, competitivi, operativi e finanziari.

Inoltre, Moncler e Stone Island offrono prodotti di natura simile, con processi produttivi e clienti analoghi e utilizzano gli stessi canali distributivi.

Pertanto, al 31 dicembre 2025 è stato identificato un unico segmento informativo, come avvenuto negli esercizi precedenti.

Ricavi

Le informazioni dettagliate sui ricavi per canale di distribuzione e per area geografica per ciascun marchio, unitamente ai relativi commenti, sono riportate nella sezione 4.1.

Informazioni geografiche

Relativamente alla suddivisione per area geografica degli attivi immobilizzati, si specifica che gli asset iscritti alla voce "Marchi e altre immobilizzazioni immateriali" e alla voce "Avviamento", che rappresentano il 48% del totale (Euro 1.712 milioni), sono essenzialmente localizzati in Italia. Le immobilizzazioni materiali riguardano principalmente gli investimenti sulla rete dei negozi e pertanto la localizzazione riflette l'articolazione territoriale della rete.

2.19. FAIR VALUE

L'IFRS 13 rappresenta un'unica fonte di riferimento per la valutazione al *fair value* e per la relativa informativa quando tale valutazione è richiesta o consentita da altri principi contabili. Nello specifico, il principio riunisce la definizione di *fair value* stabilendo che è il prezzo che si percepirebbe per la vendita di un'attività ovvero che si pagherebbe per il trasferimento di una passività in una regolare operazione tra operatori di mercato alla data di valutazione. Inoltre, il nuovo principio sostituisce e amplia l'informativa di bilancio richiesta relativamente alle valutazioni al *fair value* dagli altri principi contabili, compreso l'IFRS 7.

L'IFRS 13 stabilisce una gerarchia che classifica in livelli gli input delle tecniche di valutazione adottate per misurare il *fair value*. I livelli previsti, esposti in ordine gerarchico, sono i seguenti:

- input di livello 1: sono prezzi quotati (non rettificati) in mercati attivi per attività e passività identiche a cui l'entità può accedere alla data di valutazione;
- input di livello 2: sono variabili diverse dai prezzi quotati inclusi nel livello 1 osservabili direttamente o indirettamente per le attività o per le passività;
- input di livello 3: sono variabili non osservabili per le attività o per le passività.

2.20. ACCORDI DI PUT AND CALL CON I SOCI DI MINORANZA

Il Gruppo iscrive, alla voce Debiti Finanziari a breve e a lungo termine, le passività finanziarie relative alle opzioni put concesse ai soci di minoranza al valore attuale del prezzo di esercizio dell'opzione. Al momento del riconoscimento iniziale della passività tale valore viene riclassificato dal Patrimonio Netto riducendo la quota delle minoranze se i termini e le condizioni dell'opzione put danno al Gruppo accesso ai benefici economici collegati alla quota di capitale opzionata. Il Gruppo contabilizza tale quota come se fosse già stata acquistata in applicazione dell'anticipated interest method. In base allo IAS 32, la passività finanziaria iscritta è pari alla miglior stima del prezzo di esercizio dell'opzione e viene successivamente rimisurata ad ogni data di chiusura in base all'IFRS 9. La politica contabile adottata dal Gruppo prevede il riconoscimento a patrimonio netto di ogni modifica di valore della passività.

2.21. PRINCIPI CONTABILI ED INTERPRETAZIONI DI RECENTE PUBBLICAZIONE

Principi contabili, emendamenti e interpretazioni efficaci dal 1° gennaio 2025

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE	DATA DI ENTRATA IN VIGORE	DATA DI OMOLOGAZIONE	REGOLAMENTO UE E DATA DI PUBBLICAZIONE
Impossibilità di cambio (Modifiche allo IAS 21)	Agosto 2023	1° gennaio 2025	12 novembre 2024	(UE) 2024/2862 13 novembre 2024

L'adozione di tale emendamento non ha comportato effetti sul bilancio consolidato del Gruppo.

Principi contabili ed emendamenti non ancora applicabili e non adottati in via anticipata dal Gruppo

Alla data di redazione del presente bilancio annuale gli organi competenti dell'Unione Europea hanno concluso il processo di omologazione necessario per l'adozione dei principi contabili ed emendamenti di cui nel seguito. Con riferimento ai principi applicabili, il Gruppo ha deciso di non esercitare l'opzione che consente l'adozione anticipata ove prevista.

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE	DATA DI ENTRATA IN VIGORE	DATA DI OMOLOGAZIONE	REGOLAMENTO UE E DATA DI PUBBLICAZIONE
Modifica alla classificazione e valutazione degli strumenti finanziari (Modifiche all'IFRS 9 e IFRS 7)	Maggio 2024	1° gennaio 2026	27 maggio 2025	(UE) 2025/1047 28 maggio 2025
Contratti collegati all'energia elettrica dipendente dalla natura (Modifiche all'IFRS 9 e all'IFRS 7)	Dicembre 2024	1° gennaio 2026	30 giugno 2025	(UE) 2025/1266 1° luglio 2025
Ciclo annuale di miglioramenti ai principi contabili IFRS - Volume 11 (modifiche allo IAS 7 e all'IFRS 1, 7, 9, 10)	Luglio 2024	1° gennaio 2026	9 luglio 2025	(UE) 2025/1331 10 luglio 2025

Dall'adozione di tali emendamenti non si attendono effetti significativi nel bilancio consolidato del Gruppo.

Alla data del presente bilancio, inoltre, gli organi competenti dell'Unione Europea non hanno ancora concluso il processo di omologazione necessario per l'adozione dei seguenti principi contabili ed emendamenti:

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE DA PARTE DELLO IASB	DATA DI ENTRATA IN VIGORE DEL DOCUMENTO IASB	DATA DI PREVISTA OMOLOGAZIONE DA PARTE DELL'UE
Standards			
IFRS 14 Regulatory deferral accounts	Gennaio 2014	1° gennaio 2016	Processo di omologazione sospeso in attesa del nuovo principio contabile sui "rate-regulated activities".
IFRS 18 Presentazione e informazioni integrative nel bilancio	Aprile 2024	1° gennaio 2027	Q1 2026
IFRS 19 Entità controllate senza 'public accountability': informazioni integrative	Maggio 2024	1° gennaio 2027	TBD
Amendments			
Sale or contribution of assets between an investor and its associate or joint venture (Amendments to IFRS 10 and IAS 28)	Settembre 2014	È possibile l'adozione facoltativa/data di entrata in vigore rimandata a tempo indefinito	Processo di omologazione sospeso in attesa della conclusione del progetto IASB sull'equity method
Amendments to IFRS 19 Subsidiaries without public accountability: disclosures	Agosto 2025	1° gennaio 2027	TBD
Translation to a hyperinflationary presentation currency (Amendments to IAS 21)	Novembre 2025	1° gennaio 2027	TBD
Disclosures about Uncertainties in the Financial Statements (Amendments to Illustrative Examples on IFRS 7, IFRS 18, IAS 1, IAS 8, IAS 36 and IAS 37)	Novembre 2025	N/A	Le modifiche si riferiscono al materiale che accompagna principi contabili (es. guida implementativa, esempi illustrativi) senza esserne parte integrante e, pertanto, non saranno oggetto di omologazione a parte dell'UE

Il Gruppo adotterà tali nuovi principi ed emendamenti, sulla base della data di applicazione prevista, quando questi saranno omologati dall'Unione Europea.

Al momento gli amministratori stanno valutando i possibili effetti dell'introduzione del principio IFRS 18. Dall'adozione degli altri principi ed emendamenti non si attendono effetti significativi sul Bilancio Consolidato.

3. AREA DI CONSOLIDAMENTO

Al 31 dicembre 2025 il Bilancio Consolidato del Gruppo Moncler comprende la Capogruppo Moncler S.p.A. e 54 società controllate, consolidate con il metodo dell'integrazione globale, come riportato in dettaglio nella tabella allegata:

Partecipazioni in società controllate	Sede legale	Capitale sociale	Valuta	% di possesso	Società controllante
Moncler S.p.A.	Milano (Italia)	54.961.191	EUR		
Industries S.p.A.	Milano (Italia)	15.000.000	EUR	100,00%	Moncler S.p.A.
Moncler Deutschland GmbH	Monaco (Germania)	700.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler España S.L.	Barcellona (Spagna)	50.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Asia Pacific Ltd	Hong Kong (Cina)	300.000	HKD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler France S.à.r.l.	Parigi (Francia)	8.000.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler USA Inc	New York (USA)	9.001.000	USD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler UK Ltd	Londra (Regno Unito)	3.000.000	GBP	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Japan Corporation (**)	Tokyo (Giappone)	99.475.500	JPY	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Shanghai Commercial Co. Ltd	Shanghai (Cina)	82.483.914	CNY	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Suisse SA	Chiasso (Svizzera)	10.000.000	CHF	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Belgium S.p.r.l.	Bruxelles (Belgio)	1.800.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Denmark ApS	Copenaghen (Danimarca)	2.465.000	DKK	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Holland B.V.	Amsterdam (Olanda)	18.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Hungary KFT	Budapest (Ungheria)	150.000.000	HUF	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Istanbul Giyim ve Tekstil Ticaret Ltd. Sti. (*)	Istanbul (Turchia)	1.000.000	TRY	51,00%	Industries S.p.A.
Moncler Brasil Comércio de moda e acessórios Ltda.	San Paolo (Brasile)	39.000.000	BRL	95,00%	Industries S.p.A.
				5,00%	Moncler USA Inc
Moncler Taiwan Limited	Taipei (Cina)	10.000.000	TWD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Canada Ltd	Vancouver (Canada)	36.001.000	CAD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Prague s.r.o.	Praga (Repubblica Ceca)	200.000	CZK	100,00%	Industries S.p.A.
White Tech Sp.zo.o.	Katowice (Polonia)	369.000	PLN	70,00%	Industries S.p.A.
Moncler Korea Inc. (**)	Seoul (Corea del Sud)	2.550.000.000	KRW	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Middle East FZ-LLC	Dubai (Emirati Arabi Uniti)	50.000	AED	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Singapore PTE, Limited	Singapore	5.000.000	SGD	100,00%	Industries S.p.A.
Industries Yield S.r.l.	Bacau (Romania)	78.587.000	RON	99,00%	Industries S.p.A.
				1,00%	Moncler Deutschland GmbH
Moncler UAE LLC	Dubai (Emirati Arabi Uniti)	1.000.000	AED	100,00%	Moncler Middle East FZ-LLC
Moncler Ireland Limited	Dublino (Irlanda)	350.000	EUR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Australia PTY LTD	Melbourne (Australia)	2.500.000	AUD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Kazakhstan LLP	Almaty (Kazakhstan)	1.195.000.000	KZT	99,79%	Industries S.p.A.
				0,21%	Moncler Suisse SA
Moncler Sweden AB	Stoccolma (Svezia)	1.000.000	SEK	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Norway AS	Oslo (Norvegia)	3.000.000	NOK	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Mexico, S. de R.L. de C.V.	Città del Messico (Messico)	50.000.000	MXN	99,00%	Industries S.p.A.
				1,00%	Moncler USA Inc
Moncler Mexico Services, S. de R.L. de C.V.	Città del Messico (Messico)	0	MXN	99,00%	Industries S.p.A.
				1,00%	Moncler USA Inc
Moncler Ukraine LLC	Kiev (Ucraina)	136.409.457	UAH	99,997%	Industries S.p.A.
				0,003%	Moncler Suisse SA

Moncler New Zealand Limited	Auckland (Nuova Zelanda)	2.000.000	NZD	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Malaysia Sdn. Bhd.	Kuala Lumpur (Malesia)	1	MYR	100,00%	Industries S.p.A.
Moncler Thailand Co., Ltd	Bangkok (Thailandia)	132.000.000	THB	99,00% 1,00%	Industries S.p.A. Moncler Asia Pacific Ltd
Sportswear Company S.p.A.	Bologna (Italia)	10.084.166	EUR	100,00%	Moncler S.p.A.
Stone Island Germany GmbH	Monaco (Germania)	500.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Antwerp Bvba	Anversa (Belgio)	400.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Amsterdam BV	Amsterdam (Olanda)	25.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Usa Inc	New York (USA)	5.000.000	USD	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Canada Inc	Toronto (Canada)	5.500.000	CAD	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island China Co. Ltd	Shanghai (Cina)	20.133.300	CNY	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island France S.a.s.	Saint Priest (Francia)	50.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Korea Co., Ltd. (*)	Seoul (Corea del Sud)	30.500.000	KRW	51,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island (UK) Retail Limited	Londra (Regno Unito)	1.000.000	GBP	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Japan Inc. (**)	Tokyo (Giappone)	320.000.000	JPY	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Suisse SA	Chiasso (Svizzera)	100.000	CHF	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Sweden AB	Stoccolma (Svezia)	3.000.000	SEK	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island España S.L.	Barcellona (Spagna)	3.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Austria GmbH	Vienna (Austria)	500.000	EUR	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Denmark ApS	Copenaghen	6.000.000	DKK	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Hong Kong Limited	Hong Kong (Cina)	4.500.000	HKD	100,00%	Sportswear Company S.p.A.
Stone Island Macao Limited	Macao (Cina)	5.500.000	MOP	100,00%	Sportswear Company S.p.A.

(*) Consolidata al 100% senza attribuzione di interessenze ai terzi.

(**) Il valore del capitale sociale e la % di possesso tengono conto delle azioni proprie detenute dalla stessa.

In relazione all'area di consolidamento si segnala che nel corso del 2025 rispetto al 31 dicembre 2024 sono state costituite le società Moncler (Thailand) Co., Ltd e Stone Island Denmark ApS.

Si segnala inoltre che:

- in data 10 aprile 2025 Moncler Middle East FZ-LLC ha acquistato dal socio locale la sua partecipazione in Moncler UAE LLC pari al 51% del capitale sociale, per un esborso di Euro 2,6 milioni. A seguito di tale operazione Moncler, tramite le sue controllate Industries S.p.A. e Moncler Middle East, detiene l'intero capitale sociale di Moncler UAE LLC;
- 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 tale operazione Moncler, tramite la controllata Sportswear Company S.p.A., detiene l'intero capitale sociale di Stone Island Japan Inc.;
- sono state poste in liquidazione le seguenti società: Moncler Mexico Services, S. de R.L. de C.V. e Stone Island Suisse SA.

Si ricorda che le società Moncler Istanbul Giyim ve Tekstil Ticaret Ltd. sti. e Stone Island Korea sono consolidate al 100% senza attribuzione di interessenze ai terzi, come previsto dal principio dell'anticipated interest alla luce degli accordi in essere tra i Soci di tali entità.

La società collegata ALS Luxury Logistic S.r.l., detenuta al 30%, non è consolidata ed è valutata al costo. E' stata invece ceduta nel mese di giugno la partecipazione nella società collegata Star Color S.r.l.

4. COMMENTO ALLE PRINCIPALI VOCI DEL PROSPETTO DI CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

4.1. RICAVI

Ricavi per brand

(Euro/000)	Esercizio 2025	%	Esercizio 2024	%
Ricavi consolidati	3.132.128	100,0%	3.108.924	100,0%
Moncler	2.720.934	86,9%	2.707.315	87,1%
Stone Island	411.194	13,1%	401.609	12,9%

Nell'esercizio 2025 il Gruppo Moncler ha realizzato ricavi consolidati pari a Euro 3.132,1 milioni, in crescita del 0,7% rispetto al 2024. Tali risultati includono i ricavi del marchio Moncler pari a Euro 2.720,9 milioni e quelli del marchio Stone Island pari a Euro 411,2 milioni.

ANALISI DEI RICAVI DI MONCLER BRAND

Nell'esercizio 2025 il marchio Moncler ha realizzato ricavi pari a Euro 2.720,9 milioni in aumento del 0,5% rispetto all'esercizio 2024.

Ricavi per area geografica

I ricavi di vendita sono ripartiti per area geografica come segue:

Ricavi per area geografica						
(Euro/000)	Esercizio 2025	%	Esercizio 2024	%	Variazione	Variazione %
Asia	1.416.039	52,0%	1.378.955	50,9%	37.084	2,7%
EMEA	913.751	33,6%	949.328	35,1%	(35.577)	(3,7)%
Americhe	391.144	14,4%	379.032	14,0%	12.112	3,2%
Totale	2.720.934	100,0%	2.707.315	100,0%	13.619	0,5%

Nell'esercizio 2025 i ricavi in Asia (che include APAC, Giappone e Corea) sono stati pari a Euro 1.416,0 milioni, in crescita del 2,7% rispetto al 2024, nonostante una base di confronto particolarmente sfidante, con la Cina che ha sovraperformato.

La regione EMEA ha registrato ricavi pari a Euro 913,8 milioni, in calo del 3,7% rispetto al 2024, con il traffico nel canale DTC impattato da flussi turistici deboli e inferiori ai livelli dell'anno precedente.

I ricavi delle Americhe sono aumentati del 3,2% rispetto al 2024, attestandosi a Euro 391,1 milioni, sostenuti dalla solida crescita dei consumatori locali nel canale DTC, in parte compensata dal calo registrato nel canale wholesale.

Ricavi per canale

I ricavi di vendita per canale sono riportati nella tabella seguente:

(Euro/000)	Esercizio 2025	%	Esercizio 2024	%
Ricavi	2.720.934	100,0%	2.707.315	100,0%
di cui:				
- Wholesale	361.324	13,3%	375.419	13,9%
- DTC	2.359.610	86,7%	2.331.896	86,1%

La distribuzione avviene tramite due canali principali, il canale DTC (*Direct-To-Consumer*) ed il canale wholesale. Il canale DTC si compone dei punti vendita direttamente gestiti dal Marchio (*free-standing store, concession, e-commerce e factory outlet*), mentre il canale wholesale comprende i punti vendita gestiti da terzi che vendono prodotti Moncler in spazi mono-marca (nella forma di *shop-in-shop*) e all'interno di negozi multi-marca (sia fisici che online).

Nell'esercizio 2025 il canale distributivo DTC ha conseguito ricavi pari a Euro 2.359,6 milioni, in aumento del 1,2% rispetto all'esercizio 2024. L'Asia e le Americhe hanno trainato la crescita, mentre l'EMEA è stata più debole, a causa del traffico contenuto, soprattutto da parte dei turisti.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 361,3 milioni, in calo del 3,8% rispetto al 2024, impattati dalle iniziative in corso volte a migliorare la qualità della distribuzione attraverso la continua ottimizzazione della rete distributiva.

ANALISI DEI RICAVI DEL MARCHIO STONE ISLAND

Nel 2025, Stone Island ha generato ricavi pari a Euro 411,2 milioni, in aumento del 2,4% rispetto a Euro 401,6 milioni registrati nel 2024.

Ricavi per area geografica

Ricavi per area geografica						
(Euro/000)	Esercizio 2025	%	Esercizio 2024	%	Variazione	%
Asia	116.262	28,3%	105.201	26,2%	11.061	10,5%
EMEA	268.739	65,4%	268.910	67,0%	(171)	(0,1)%
Americhe	26.193	6,4%	27.498	6,8%	(1.305)	(4,7)%
Totale	411.194	100,0%	401.609	100,0%	9.585	2,4%

L'Asia (che include APAC, Giappone e Corea) ha raggiunto Euro 116,3 milioni di ricavi nell'esercizio 2025, in aumento del 10,5% rispetto al 2024, grazie alla crescita registrata in tutte le aree della regione, con la Cina e il Giappone che hanno sovraperformato.

L'EMEA ha registrato ricavi pari ad Euro 268,7 milioni in linea con il 2024, grazie alla solida performance del canale DTC che ha compensato il calo registrato nel canale wholesale.

Le Americhe hanno registrato un calo del 4,7% attestandosi ad Euro 26,2 milioni, registrando una performance positiva nel canale DTC compensata dal calo del canale wholesale.

Ricavi per canale

(Euro/000)	Esercizio 2025		Esercizio 2024	
		%		%
Ricavi consolidati	411.194	100,0%	401.609	100,0%
di cui:				
- Wholesale	184.815	44,9%	192.674	48,0%
- DTC	226.379	55,1%	208.935	52,0%

Nell'esercizio 2025 il canale DTC ha registrato una crescita del 8,3% rispetto al 2024 attestandosi a Euro 226,4 milioni, arrivando a rappresentare il 55,1% dei ricavi del 2025. Tutte le regioni hanno registrato una crescita, con l'Asia che ha sovraperformato. Da evidenziare che sia il canale fisico che il canale online sono cresciuti rispetto al 2024.

Il canale wholesale ha registrato ricavi pari a Euro 184,8 milioni nel 2025, in calo del 4,1% rispetto al 2024, a causa del continuo impegno atto a migliorare la qualità della rete distributiva.

4.2. COSTO DEL VENDUTO

Nel 2025 il costo del venduto è aumentato in termini assoluti di Euro 3,6 milioni (+0,5%) passando da Euro 682,4 milioni del 2024 ad Euro 685,9 milioni del 2025. L'incidenza sui ricavi del costo del venduto nel 2025 è rimasta uguale al 2024 pari al 21,9%.

4.3. SPESE DI VENDITA

Le spese di vendita nel 2025 sono pari a Euro 956,0 milioni rispetto a Euro 937,3 milioni nel 2024, con un'incidenza sui ricavi pari al 30,5%, superiore rispetto all'esercizio 2024 (30,2%) per effetto della maggiore incidenza del canale DTC.

Le spese di vendita includono principalmente costi per affitti esclusi dall'applicazione del principio contabile IFRS 16 per Euro 276,7 milioni (Euro 283,4 milioni nel 2024), costi del personale per Euro 241,8 milioni (Euro 229,4 milioni nel 2024), costi per ammortamenti relativi ai diritti di utilizzo per Euro 198,6 milioni (Euro 171,1 milioni nel 2024) e altri ammortamenti per Euro 78,9 milioni (Euro 82,4 milioni nel 2024).

La voce include inoltre i costi figurativi relativi ai piani di incentivazione azionaria per Euro 5,3 milioni (Euro 7,4 milioni nel 2024).

4.4. SPESE GENERALI ED AMMINISTRATIVE

Le spese generali ed amministrative sono state pari a Euro 357,4 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 11,4%, rispetto a Euro 351,7 milioni nell'esercizio 2024 (11,3% dei ricavi). Nel 2024 le spese generali ed amministrative includevano un provento straordinario pari a Euro 7,5 milioni relativo al rimborso assicurativo riconosciuto a seguito dell'attacco malware di dicembre 2021.

La voce include anche i costi figurativi relativi ai piani di incentivazione azionaria per Euro 28,1 milioni (Euro 39,6 milioni nel 2024).

4.5. SPESE DI MARKETING

Le spese di marketing sono state pari a Euro 219,4 milioni, con un'incidenza sui ricavi del 7,0% rispetto al 7,1% nell'esercizio 2024.

4.6. RISULTATO OPERATIVO

Nel 2025 il risultato operativo del Gruppo Moncler è stato pari ad Euro 913,4 milioni, rispetto ad Euro 916,3 milioni nel 2024. L'incidenza sui ricavi è pari al 29,2%, rispetto al 29,5% nel 2024, dimostrando resilienza nonostante un contesto operativo più sfidante.

4.7. PROVENTI ED ONERI FINANZIARI

La voce è così composta:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Interessi attivi e altri proventi finanziari	25.814	28.965
Totale proventi finanziari	25.814	28.965
Interessi passivi e altri oneri finanziari, escluso interessi su leasing	(2.826)	(3.174)
Perdite su cambi	(9.193)	(1.703)
Totale oneri finanziari, escluso interessi su leasing	(12.019)	(4.877)
Totale proventi/(oneri) finanziari escluso interessi su leasing	13.795	24.088
Interessi sulle passività per leasing	(39.979)	(30.603)
Totale proventi/(oneri) finanziari netti	(26.184)	(6.515)

Gli oneri finanziari esposti nello schema di conto economico pari ad Euro 51.998 mila (Euro 35.480 nel 2024) contengono gli oneri finanziari, escluso interessi su leasing pari ad Euro 12.019 mila (Euro 4.877 mila nel 2024) e interessi sulle passività per leasing pari ad Euro 39.979 mila (Euro 30.603 mila nel 2024).

4.8. IMPOSTE SUL REDDITO

L'impatto fiscale del conto economico consolidato è così dettagliato:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Imposte correnti	(264.785)	(260.476)
Imposte differite	4.281	(9.737)
Impatto fiscale a conto economico	(260.504)	(270.213)

L'aliquota fiscale nel 2025 è stata pari a 29,4%, rispetto a 29,7% nel 2024.

Il Gruppo rientra nell'ambito di applicazione della normativa in materia di "Global Minimum Tax", comunemente nota come "Pillar II". L'impatto delle imposte derivanti da tale disciplina non è significativo.

Per la composizione per natura delle attività e passività per imposte differite si rimanda al paragrafo 5.5.

La riconciliazione tra carico fiscale teorico, applicando l'aliquota teorica della Capogruppo, ed il carico fiscale effettivo è riportata nella seguente tabella:

Riconciliazione carico fiscale teorico - effettivo (Euro/000)	Imponibile fiscale 2025	Imposta 2025	% imposta 2025	Imponibile fiscale 2024	Imposta 2024	% imposta 2024
Risultato prima delle imposte	887.172			909.809		
Imposte utilizzando l'aliquota fiscale teorica		(212.921)	24,0%		(218.354)	24,0%
Differenze temporanee		(6.253)	0,7%		8.653	(1,0)%
Differenze permanenti		(17.562)	2,0%		(28.501)	3,1%
Altre differenze		(28.049)	3,2%		(22.273)	2,4%
Imposte differite riconosciute a conto economico		4.281	(0,5)%		(9.737)	1,1%
Imposte all'aliquota fiscale effettiva		(260.504)	29,4%		(270.213)	29,7%

4.9. COSTO DEL PERSONALE

La seguente tabella fornisce il dettaglio dei principali costi del personale dipendente per natura, confrontati con l'esercizio precedente:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Salari e stipendi e Oneri sociali	(390.821)	(368.214)
Accantonamento fondi pensione del personale	(25.726)	(24.558)
Totale	(416.547)	(392.772)

I costi del personale sono aumentati del 6,1%, passando da Euro 392,8 milioni nel 2024 ad Euro 416,5 milioni nel 2025.

Gli emolumenti ai membri del Consiglio di Amministrazione sono separatamente commentati alla sezione riferita alle Parti correlate a cui si rimanda (paragrafo 10.1).

Il costo relativo ai Piani di incentivazione basati su azioni, pari a complessivi Euro 33,4 milioni (Euro 47,0 milioni nel 2024), è separatamente commentato nel paragrafo 10.2.

Nella tabella sottostante è riportato il numero medio dei dipendenti (*full-time-equivalent*, FTE) del 2025 comparato con l'esercizio precedente:

Dipendenti medi per area geografica FTE	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Italia	2.287	2.181
Resto dell'Europa	3.121	2.828
Asia e Giappone	2.050	1.939
Americhe	489	468
Totale	7.947	7.416

Il numero puntuale dei dipendenti del Gruppo al 31 dicembre 2025 è pari a n. 8.533 unità (n. 8.175 al 31 dicembre 2024).

4.10. AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI

Gli ammortamenti si suddividono come di seguito indicato:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Ammortamenti immobilizzazioni materiali	(302.018)	(275.306)
Ammortamenti immobilizzazioni immateriali	(34.666)	(31.538)
Totale Ammortamenti	(336.684)	(306.844)

L'incremento sia degli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali che immateriali si riferisce principalmente agli investimenti per lo sviluppo e manutenzione della rete distributiva, agli investimenti in IT e agli investimenti a supporto delle operation.

Gli ammortamenti relativi ai diritti d'utilizzo ammontano ad Euro 215,1 milioni (Euro 186,2 milioni nel 2024), come esplicitato nel paragrafo 5.3.

Si rimanda ai commenti dei paragrafi 5.1 e 5.3 per ulteriori dettagli sugli investimenti dell'anno.

5. COMMENTO ALLE PRINCIPALI VOCI DELLA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA CONSOLIDATA

5.1. AVVIAMENTO, MARCHI ED ALTRE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

Immobilizzazioni immateriali (Euro/000)	31/12/2025		31/12/2024	
	Valore lordo	Fondo ammortamento e impairment	Valore netto	Valore netto
Marchi	999.354	0	999.354	999.354
Diritti di licenza	12	(12)	0	0
Key money	65.487	(59.357)	6.130	8.857
Software	238.573	(149.106)	89.467	83.977
Altre immobilizzazioni immateriali	37.959	(33.794)	4.165	3.440
Immobilizzazioni immateriali in corso	9.529	0	9.529	11.156
Avviamento	603.417	0	603.417	603.417
Totale	1.954.331	(242.269)	1.712.062	1.710.201

I movimenti delle immobilizzazioni immateriali sono riepilogati nelle tabelle seguenti:

Al 31 dicembre 2025

Valore lordo Immobilizzazioni								
(Euro/000)	Marchi	Diritti di licenza	Key money	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Immobilizzazioni in corso e acconti	Avviamento	Totale
01/01/2025	999.354	12	65.733	203.961	35.800	11.156	603.417	1.919.433
Incrementi	0	0	0	29.368	2.079	7.884	0	39.331
Decrementi	0	0	0	(454)	(69)	(200)	0	(723)
Differenze di conversione	0	0	(246)	(1.434)	(17)	(43)	0	(1.740)
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	7.132	166	(9.268)	0	(1.970)
31/12/2025	999.354	12	65.487	238.573	37.959	9.529	603.417	1.954.331

Fondo ammortamento e impairment Immobilizzazioni immateriali								
(Euro/000)	Marchi	Diritti di licenza	Key money	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Immobilizzazioni in corso e acconti	Avviamento	Totale
01/01/2025	0	(12)	(56.876)	(119.984)	(32.360)	0	0	(209.232)
Ammortamenti	0	0	(2.720)	(30.431)	(1.515)	0	0	(34.666)
Decrementi	0	0	0	431	69	0	0	500
Differenze di conversione	0	0	239	877	13	0	0	1.129
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	1	(1)	0	0	0
31/12/2025	0	(12)	(59.357)	(149.106)	(33.794)	0	0	(242.269)

Al 31 dicembre 2024

Valore lordo Immobilizzazioni								
(Euro/000)	Marchi	Diritti di licenza	Key money	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Immobilizzazioni in corso e acconti	Avviamento	Totale
01/01/2024	999.354	12	67.939	169.096	34.102	11.652	603.417	1.885.572
Incrementi	0	0	0	32.890	2.284	9.063	0	44.237
Decrementi	0	0	0	(257)	(222)	0	0	(479)
Differenze di conversione	0	0	187	248	(1)	62	0	496
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	(2.393)	1.984	(363)	(9.621)	0	(10.393)
31/12/2024	999.354	12	65.733	203.961	35.800	11.156	603.417	1.919.433

Fondo ammortamento e impairment Immobilizzazioni immateriali								
(Euro/000)	Marchi	Diritti di licenza	Key money	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Immobilizzazioni in corso e acconti	Avviamento	Totale
01/01/2024	0	(12)	(56.181)	(98.127)	(31.362)	0	0	(185.682)
Ammortamenti	0	0	(2.948)	(27.146)	(1.444)	0	0	(31.538)
Decrementi	0	0	0	45	57	0	0	102
Differenze di conversione	0	0	(149)	(74)	1	0	0	(222)
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	2.402	5.318	388	0	0	8.108
31/12/2024	0	(12)	(56.876)	(119.984)	(32.360)	0	0	(209.232)

L'incremento della voce Software si riferisce agli investimenti in Information Technology per il supporto del business e delle funzioni corporate.

Si rimanda ai commenti della Relazione sulla Gestione dove è fornita l'analisi degli investimenti realizzati nel corso dell'anno.

5.2. PERDITE DI VALORE SU IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI A VITA UTILE INDEFINITA ED AVVIAMENTO

Le voci Marchi, Altre immobilizzazioni immateriali a vita utile indefinita e Avviamento non sono ammortizzati, ma sono stati sottoposti alla verifica da parte del management in merito all'esistenza di eventuali perdite di valore.

I test di *impairment* sul marchio Moncler e sul marchio Stone Island sono stati effettuati mediante la comparazione del valore di iscrizione dei marchi, rispettivamente pari a Euro 223,9 milioni e Euro 775,5 milioni, con una stima del valore recuperabile derivante dalla metodologia dei flussi di cassa attualizzati (*Discounted Cash Flow*) derivanti dall'applicazione del *Royalty Relief Method*, sulla base del quale i flussi sono legati al riconoscimento di una percentuale di *royalty* applicata all'ammontare dei ricavi che ciascun marchio è in grado di generare.

Il valore recuperabile dell'avviamento Moncler e dell'avviamento Stone Island, iscritti per un importo rispettivamente pari a Euro 155,6 milioni e Euro 447,8 milioni, sono stati verificati con un approccio "*asset side*" confrontando il valore d'uso ("*value in use*") del corrispondente gruppo di *Cash Generating Unit* con il valore contabile del suo capitale investito netto ("*carrying amount*").

I flussi di cassa attesi e i ricavi utilizzati ai fini dei suddetti test sono basati sul Business Plan 2026-2028 approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 18 febbraio 2026 e, per gli esercizi 2029-2030, sulla base di stime del management coerenti con le traiettorie contenute nel predetto Business Plan.

Il tasso "g" di crescita utilizzato è stato pari al 2,5%.

Il tasso di sconto è stato calcolato usando il costo medio del capitale (*Weighted Average Cost of Capital*, "WACC"), vale a dire ponderando il tasso atteso di rendimento sul capitale investito al netto dei costi delle fonti di copertura di un campione di società appartenenti allo stesso settore. Il calcolo ha tenuto conto delle implicazioni del contesto macroeconomico aggiornato sui tassi di interesse. Il costo medio del capitale (WACC) è stato calcolato pari all'8,8% per il marchio Moncler e pari al 9,1% per il marchio Stone Island.

I risultati della *sensitivity analysis* evidenziano che i valori iscritti relativi al marchio e all'avviamento Moncler sono confermati in tutti gli scenari di variazioni ragionevoli dei parametri di riferimento. Il marchio e l'avviamento Stone Island fino ad un WACC rispettivamente pari al 9,4% e al 9,5%, a parità di altri parametri.

Si sottolinea inoltre che la capitalizzazione di borsa della Società, basata sulla media della quotazione dell'azione Moncler nell'anno 2025, evidenzia un differenziale positivo significativo rispetto al patrimonio netto contabile del Gruppo, confermando quindi implicitamente la tenuta degli intangibili iscritti.

5.3. IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI NETTE

Immobilizzazioni materiali (Euro/000)	31/12/2025		31/12/2024	
	Valore lordo	Fondo ammortamento e impairment	Valore netto	Valore netto
Terreni e fabbricati	1.917.841	(839.232)	1.078.609	888.465
Impianti e macchinari	85.145	(53.379)	31.766	25.554
Mobili e arredi	240.295	(154.976)	85.319	62.910
Migliorie su beni di terzi	521.793	(337.892)	183.901	182.317
Altri beni	58.569	(46.803)	11.766	11.429
Immobilizzazioni materiali in corso	107.019	0	107.019	80.204
Totale	2.930.662	(1.432.282)	1.498.380	1.250.879

I movimenti delle immobilizzazioni materiali sono riepilogati nelle tabelle seguenti:

Al 31 dicembre 2025

Valore lordo Immobilizzazioni materiali							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizzazi oni in corso e acconti	Totale
01/01/2025	1.698.338	71.153	213.056	507.357	55.131	80.204	2.625.239
Incrementi	452.135	5.967	27.542	38.276	7.188	100.863	631.971
Decrementi	(160.254)	(1.000)	(6.011)	(17.807)	(3.721)	(1.838)	(190.631)
Modifiche all'area di consolidamento	0	317	0	0	18	0	335
Differenze di conversione	(92.398)	(295)	(8.682)	(31.786)	(1.224)	(2.824)	(137.209)
Altri movimenti includi riclassifiche	20.020	9.003	14.390	25.753	1.177	(69.386)	957
31/12/2025	1.917.841	85.145	240.295	521.793	58.569	107.019	2.930.662

Fondo ammortamento e impairment							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizza zioni in corso e acconti	Totale
01/01/2025	(809.873)	(45.599)	(150.146)	(325.040)	(43.702)	0	(1.374.360)
Ammortamenti	(218.816)	(8.669)	(16.122)	(51.327)	(7.084)	0	(302.018)
Decrementi	137.827	844	4.290	17.476	3.430	0	163.867
Modifiche all'area di consolidamento	0	(122)	0	0	(12)	0	(134)
Differenze di conversione	50.272	167	6.936	21.064	911	0	79.350
Altri movimenti includi riclassifiche	1.358	0	66	(65)	(346)	0	1.013
31/12/2025	(839.232)	(53.379)	(154.976)	(337.892)	(46.803)	0	(1.432.282)

Al 31 dicembre 2024

Valore lordo Immobilizzazioni materiali							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2024	1.413.415	63.313	192.141	441.456	49.679	57.906	2.217.910
Incrementi	309.508	5.311	16.974	58.816	5.090	54.199	449.898
Decrementi	(40.648)	(341)	(4.229)	(10.006)	(1.340)	(7.321)	(63.885)
Differenze di conversione	25.115	(34)	2.378	4.856	270	577	33.162
Altri movimenti incluse riclassifiche	(9.052)	2.904	5.792	12.235	1.432	(25.157)	(11.846)
31/12/2024	1.698.338	71.153	213.056	507.357	55.131	80.204	2.625.239

Fondo ammortamento e impairment							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2024	(648.266)	(38.686)	(132.117)	(278.323)	(38.038)	0	(1.135.430)
Ammortamenti	(189.437)	(7.863)	(20.111)	(51.041)	(6.854)	0	(275.306)
Decrementi	29.516	238	4.044	9.648	1.273	0	44.719
Differenze di conversione	(16.073)	3	(2.234)	(3.945)	(225)	0	(22.474)
Altri movimenti incluse riclassifiche	14.387	709	272	(1.379)	142	0	14.131
31/12/2024	(809.873)	(45.599)	(150.146)	(325.040)	(43.702)	0	(1.374.360)

A seguire si riportano i movimenti relativi alle attività per diritto di utilizzo derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 16.

Attività per diritto di utilizzo

(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Altri beni	Totale
01/01/2025	845.815	2.358	848.173
Incrementi	449.376	1.775	451.151
Decrementi	(22.360)	(107)	(22.467)
Ammortamenti	(216.128)	(1.893)	(218.021)
Differenze di conversione	(42.003)	(3)	(42.006)
Altri movimenti incluse riclassifiche	1.500	0	1.500
31/12/2025	1.016.200	2.130	1.018.330

Gli incrementi registrati nel 2025 si riferiscono a nuovi contratti d'affitto relativi all'apertura o alla relocation di negozi retail, al rinnovo dei contratti di affitto esistenti, principalmente nelle region AMERICAS, APAC e EMEA e alla nuova sede di Milano.

Oltre ai sopra citati effetti derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 16, i movimenti delle immobilizzazioni materiali nel 2025 evidenziano l'incremento del valore lordo delle voci impianti e macchinari, mobili ed arredi, migliorie su beni di terzi ed immobilizzazioni in corso ed acconti: tutte queste voci sono correlate principalmente allo sviluppo della rete distributiva, agli investimenti per l'espansione dei siti produttivi, per la logistica e per la nuova sede aziendale.

Si rimanda ai commenti della Relazione sulla Gestione dove è fornita l'analisi degli investimenti nel corso dell'anno.

Sulla base delle dinamiche del business registrate nei periodi esaminati e gli aggiornamenti delle previsioni sui trend futuri non sono stati identificati indicatori di possibili perdite di valore e non sono quindi stati effettuati impairment test specifici sulle suddette voci.

5.4. PARTECIPAZIONI IN SOCIETÀ COLLEGATE

La voce partecipazioni in società collegate accoglie principalmente la partecipazione del 30% nella società ALS Luxury Logistic S.r.l., partner logistico del Gruppo. E' stata invece ceduta nel mese di giugno la partecipazione nella società collegata Star Color S.r.l.

5.5. CREDITI PER IMPOSTE ANTICIPATE E DEBITI PER IMPOSTE DIFFERITE

I crediti per imposte anticipate e debiti per imposte differite sono compensate solo qualora esista una disposizione di legge all'interno di una stessa giurisdizione fiscale. Al 31 dicembre 2025 e 2024, l'esposizione è così dettagliata:

Crediti per imposte anticipate e debiti per imposte differite	31/12/2025	31/12/2024
(Euro/000)		
Crediti per imposte anticipate	317.583	286.780
Debiti per imposte differite	(155.052)	(103.282)
Totale	162.531	183.498

In considerazione della natura delle imposte anticipate, prevalentemente riferite a differenze temporanee, e della ragionevole aspettativa di imponibili fiscali futuri, sulla scorta dei risultati realizzati nel recente passato e di quanto previsto nel Business Plan 2026-2028 (approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 18 febbraio 2026), la recuperabilità dei crediti per imposte anticipate iscritti in bilancio è ritenuta altamente probabile.

I movimenti delle imposte anticipate e differite passive, senza prendere in considerazione gli effetti di compensazione all'interno di una stessa giurisdizione fiscale, sono dettagliati nella tabella sottostante:

Imposte anticipate e differite passive						
	Saldo iniziale - 1 Gennaio 2025	Imposte a conto economico	Imposte a patrimonio netto	Effetto traduzion e cambi	Altri movimenti	Saldo finale - 31 Dicembre 2025
(Euro/000)						
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	27.561	624	0	(1.573)	1.779	28.391
Immobilizzazioni finanziarie	0	(59)	0	5	54	0
Rimanenze	201.781	40.692	0	(20.263)	0	222.210
Crediti commerciali	1.824	1.029	0	(115)	0	2.738
Strumenti derivati	1.069	(6)	(307)	(2)	0	754
Benefici a dipendenti	4.418	503	(32)	(400)	0	4.489
Fondi rischi	25.612	6.292	0	(2.986)	1	28.919
Debiti commerciali	8.423	(2)	0	(10)	0	8.411
Altre variazioni temporanee	13.710	5.485	(1)	(681)	(357)	18.156
Perdite fiscali riportabili a nuovo	2.382	13	0	(185)	1.305	3.515
Attività fiscali	286.780	54.571	(340)	(26.210)	2.782	317.583
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	(99.565)	(47.723)	0	944	(3.139)	(149.483)
Immobilizzazioni finanziarie	(303)	0	0	0	0	(303)
Rimanenze	(2.377)	(488)	0	2	0	(2.863)
Crediti commerciali	0	(421)	0	8	0	(413)
Strumenti derivati	(522)	0	(1.354)	0	0	(1.876)
Benefici a dipendenti	(24)	0	0	0	0	(24)
Fondi rischi	0	0	0	0	0	0
Debiti commerciali	(238)	181	0	21	0	(36)
Altre variazioni temporanee	(253)	(1.839)	301	(515)	2.252	(54)
Passività fiscali	(103.282)	(50.290)	(1.053)	460	(887)	(155.052)
Imposte differite nette	183.498	4.281	(1.393)	(25.750)	1.895	162.531

Imposte anticipate e differite passive						
	Saldo iniziale - 1 Gennaio 2024	Imposte a conto economico	Imposte a patrimoni o netto	Effetto traduzione cambi	Altri movimenti	Saldo finale - 31 Dicembre 2024
(Euro/000)						
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	27.597	(393)	0	97	260	27.561
Rimanenze	180.685	22.945	0	1.400	(3.249)	201.781
Crediti commerciali	4.372	(2.595)	0	46	1	1.824
Strumenti derivati	269	22	798	(1)	(19)	1.069
Benefici a dipendenti	3.548	809	42	(29)	48	4.418
Fondi rischi	20.060	5.699	0	(146)	(1)	25.612
Debiti commerciali	7.981	458	0	(16)	0	8.423
Altre variazioni temporanee	6.789	6.848	0	(91)	164	13.710
Perdite fiscali riportabili a nuovo	896	996	0	20	470	2.382
Attività fiscali	252.197	34.789	840	1.280	(2.326)	286.780
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	(56.437)	(42.670)	0	(458)	0	(99.565)
Immobilizzazioni finanziarie	(303)	0	0	0	0	(303)
Rimanenze	263	(262)	0	0	(2.378)	(2.377)
Strumenti derivati	(530)	0	8	0	0	(522)
Benefici a dipendenti	(14)	0	0	0	(10)	(24)
Fondi rischi	0	0	0	0	0	0
Debiti commerciali	(5.197)	(117)	0	(12)	5.088	(238)
Altre variazioni temporanee	(816)	(1.477)	(599)	34	2.605	(253)
Passività fiscali	(63.034)	(44.526)	(591)	(436)	5.305	(103.282)
Imposte differite nette	189.163	(9.737)	249	844	2.979	183.498

L'imponibile fiscale su cui sono state calcolate le imposte anticipate è dettagliato nella seguente tabella:

Imposte anticipate e differite passive				
(Euro/000)	Imponibile fiscale 2025	Saldo finale - 31 Dicembre 2025	Imponibile fiscale 2024	Saldo finale - 31 Dicembre 2024
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	109.448	28.391	106.840	27.561
Rimanenze	892.539	222.210	810.473	201.781
Crediti commerciali	10.134	2.738	6.528	1.824
Strumenti derivati	3.133	754	4.440	1.069
Benefici a dipendenti	17.230	4.489	17.252	4.418
Fondi rischi	99.305	28.919	88.354	25.612
Debiti commerciali	27.906	8.411	29.984	8.423
Altre variazioni temporanee	73.619	18.156	55.671	13.710
Perdite fiscali riportabili a nuovo	14.647	3.515	11.512	2.382
Attività fiscali	1.247.961	317.583	1.131.054	286.780
Immobilizzazioni materiali ed immateriali	(541.720)	(149.483)	(370.786)	(99.565)
Immobilizzazioni finanziarie	(1.263)	(303)	(1.264)	(303)
Rimanenze	(10.262)	(2.863)	(8.512)	(2.377)
Crediti commerciali	(1.568)	(413)	0	0
Strumenti derivati	(7.816)	(1.876)	(2.175)	(522)
Benefici a dipendenti	(99)	(24)	(98)	(24)
Fondi rischi	0	0	0	0
Debiti commerciali	(129)	(36)	(872)	(238)
Altre variazioni temporanee	(222)	(54)	(1.009)	(253)
Perdite fiscali riportabili a nuovo	0	0	0	0
Passività fiscali	(563.079)	(155.052)	(384.716)	(103.282)
Imposte differite nette	684.882	162.531	746.338	183.498

5.6. RIMANENZE

Le rimanenze di magazzino al 31 dicembre 2025 ammontano ad Euro 538,8 milioni (Euro 470,1 al 31 dicembre 2024) e si compongono come riportato in tabella:

Rimanenze (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Materie prime	193.684	161.512
Prodotti in corso di lavorazione	55.132	59.876
Prodotti finiti	623.252	558.659
Magazzino lordo	872.068	780.047
Fondo obsolescenza	(333.241)	(309.967)
Totale	538.827	470.080

Le rimanenze di magazzino, al lordo del fondo obsolescenza, incrementano per circa Euro 92,0 milioni (+11,8%) ed includono principalmente le materie prime e i prodotti finiti per le prossime stagioni.

Il fondo svalutazione prodotti finiti e materie prime riflette la miglior stima del management sulla base della ripartizione per anno e stagione delle giacenze di magazzino, sulle considerazioni desunte dall'esperienza passata delle vendite attraverso canali alternativi e le prospettive future dei volumi di vendita. Tale assunzione viene declinata in modo diverso nelle *Region* in cui opera il Gruppo, tenuto conto delle caratteristiche del singolo mercato.

I movimenti del fondo obsolescenza sono riepilogati nella seguente tabella:

Fondo obsolescenza magazzino - movimenti					
(Euro/000)	1 Gennaio 2025	Accantonamento a conto economico	Utilizzo	Differenza di conversione	31 Dicembre 2025
Fondo obsolescenza	(309.967)	(67.910)	29.712	14.924	(333.241)

Fondo obsolescenza magazzino - movimenti					
(Euro/000)	1 Gennaio 2024	Accantonamento a conto economico	Utilizzo	Differenza di conversione	31 Dicembre 2024
Fondo obsolescenza	(262.437)	(87.449)	41.647	(1.728)	(309.967)

5.7. CREDITI VERSO CLIENTI

I crediti verso clienti al 31 dicembre 2025 ammontano ad Euro 292,1 milioni (Euro 326,4 milioni al 31 dicembre 2024) e sono così composti:

Crediti verso clienti		
(Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Crediti verso clienti	307.458	341.782
Fondo svalutazione crediti	(15.042)	(15.267)
Fondo per sconti futuri	(283)	(133)
Totale crediti verso clienti netti	292.133	326.382

I crediti verso clienti si originano principalmente dall'attività del Gruppo nel canale wholesale e nel business *concession* e sono rappresentati da posizioni che hanno generalmente termini di incasso non superiori a tre mesi.

Nel 2025 e nel 2024 non ci sono concentrazioni di crediti superiori al 10% riferiti a singoli clienti. L'esposizione dei crediti commerciali in valuta è contenuta nel paragrafo 9.1 a cui si rimanda.

I movimenti del fondo svalutazione crediti e del fondo sconti futuri sono dettagliati nelle seguenti tabelle:

Fondo svalutazione crediti e Fondo sconti						
(Euro/000)	1 Gennaio 2025	Modifiche all'area di consolidamento	Accantonamento a conto economico	Utilizzo	Differenza di conversione	31 Dicembre 2025
Fondo svalutazione crediti	(15.267)	0	(1.113)	840	498	(15.042)
Fondo per sconti futuri	(133)	0	(169)	0	19	(283)
Totale	(15.400)	0	(1.282)	840	517	(15.325)

Fondo svalutazione crediti e Fondo sconti						
(Euro/000)	1 Gennaio 2024	Modifiche all'area di consolidamento	Accantonamento a conto economico	Utilizzo	Differenza di conversione	31 Dicembre 2024
Fondo svalutazione crediti	(14.764)	0	(514)	164	(153)	(15.267)
Fondo per sconti futuri	(783)	0	0	658	(8)	(133)
Totale	(15.547)	0	(514)	822	(161)	(15.400)

Il fondo svalutazione crediti è stato iscritto sulla base delle migliori stime del *management* sulla base dell'analisi dello scadenziario ed in relazione alla solvibilità dei clienti con esposizione più datata o soggetti a procedure di recupero forzato. I crediti svalutati si riferiscono a posizioni specifiche e per i quali esiste un'incertezza sulla recuperabilità dell'ammontare iscritto a bilancio. Inoltre il fondo svalutazione crediti include una stima della "*expected loss*" relativa ai crediti commerciali in bonis per tenere conto dei rischi connessi al contesto economico e copre altresì eventuali rischi di revocatorie sui crediti commerciali.

5.8. CASSA E BANCHE

Al 31 dicembre 2025 la voce cassa e banche, che ammonta ad Euro 1.226,3 milioni (Euro 1.188,0 milioni al 31 dicembre 2024), include le disponibilità liquide ed i mezzi equivalenti ("cash equivalent") prevalentemente rappresentate dai depositi presso le banche.

L'ammontare iscritto a bilancio corrisponde al valore nominale ed è allineato con il fair value alla data di redazione del bilancio. Il rischio di credito è infatti limitato dal momento che le controparti sono istituti bancari di primaria importanza.

Il rendiconto finanziario evidenzia le variazioni della cassa e delle disponibilità liquide che comprendono principalmente la cassa e i saldi attivi verso banche.

Le tabelle di seguito riportate evidenziano la riconciliazione dell'ammontare della cassa e delle disponibilità liquide con le disponibilità ed i mezzi equivalenti presentati nel rendiconto finanziario:

Cassa inclusa nel Rendiconto finanziario		
(Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Cassa e disponibilità liquide in banca	1.226.277	1.187.978
Debiti in conto corrente e anticipi bancari a breve termine	(1)	(6)
Totale	1.226.276	1.187.972

5.9. ALTRE ATTIVITA' FINANZIARIE CORRENTI

La voce altre attività finanziarie correnti si riferisce alla valutazione di mercato degli strumenti finanziari derivati in essere a copertura del rischio cambio pari ad Euro 16,1 milioni (Euro 4,6 milioni nel 2024), ai depositi remunerati con scadenza oltre i 3 mesi, pari ad Euro 215,0 milioni (Euro 80,0 milioni nel 2024) e al deposito di titoli di stato pari ad Euro 20,0 milioni (Euro 69,4 milioni nel 2024).

5.10. ALTRE ATTIVITÀ CORRENTI E NON CORRENTI

Altre attività correnti e non correnti (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Ratei e risconti attivi correnti	30.373	20.773
Altri crediti correnti	25.873	30.056
Altre attività correnti	56.246	50.829
Ratei e risconti attivi non correnti	189	59
Depositi cauzionali	51.227	46.522
Partecipazioni in altre imprese	166	160
Altri crediti non correnti	4.726	4.655
Altre attività non correnti	56.308	51.396
Totale	112.554	102.225

La voce altri crediti correnti contiene principalmente il credito verso l'erario per l'imposta sul valore aggiunto.

I depositi cauzionali si riferiscono principalmente ai depositi pagati a beneficio del locatore, a garanzia del contratto di affitto.

La voce partecipazioni in altre società accoglie principalmente la quota consortile nel consorzio Re.Crea.

Non ci sono differenze tra il valore iscritto a bilancio ed il valore di mercato dei rispettivi crediti.

5.11. DEBITI COMMERCIALI

I debiti commerciali ammontano ad Euro 527,3 milioni al 31 dicembre 2025 (Euro 540,9 milioni al 31 dicembre 2024) e si riferiscono ad obbligazioni di breve termine verso fornitori di beni e servizi. I debiti si riferiscono a posizioni pagabili a breve termine e non ci sono valori che eccedono i 12 mesi.

Nel 2025 e nel 2024 non ci sono posizioni debitorie concentrate verso singoli fornitori che eccedano il 10% del totale valore.

Non ci sono differenze tra il valore iscritto a bilancio ed il valore di mercato dei rispettivi debiti e non vi sono posizioni rilevanti scadute.

L'analisi dei debiti commerciali in valuta è inserita nel paragrafo 9.1 a cui si rimanda per ulteriori analisi.

5.12. ALTRE PASSIVITÀ CORRENTI E NON CORRENTI

Altre passività correnti e non correnti (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Ratei e risconti passivi correnti	713	631
Anticipi da clienti	15.358	21.528
Debiti verso dipendenti e istituti previdenziali	71.699	78.429
Debiti per imposte, escluse le imposte sul reddito	34.378	34.621
Altri debiti correnti	5.427	10.255
Altre passività correnti	127.575	145.464
Ratei e risconti passivi non correnti	35	73
Altre passività non correnti	35	73
Totale	127.610	145.537

La voce debiti per imposte include principalmente l'imposta sul valore aggiunto e le ritenute sul reddito da lavoro dipendente.

5.13. CREDITI E DEBITI TRIBUTARI

I crediti tributari ammontano ad Euro 8,0 milioni al 31 dicembre 2025 (Euro 12,2 milioni al 31 dicembre 2024).

I debiti tributari ammontano ad Euro 134,9 milioni al 31 dicembre 2025 (Euro 136,2 milioni al 31 dicembre 2024). Tali debiti tributari sono iscritti al netto dei crediti per imposte correnti, ove la compensazione si riferisca ad una medesima giurisdizione ed alla stessa imposizione.

Si segnala che ad esito della verifica fiscale subita dalla controllata Industries S.p.A. nel 2024 e relativa all'esercizio 2018, è stato emesso un Avviso di Accertamento nel corso del 2025 che riporta una serie di rilievi relativi alle modalità di determinazione dei prezzi di trasferimento, che ricalcano quanto già rilevato nei precedenti avvisi ricevuti, relativi agli esercizi 2016 e 2017. La società, ritiene non fondati i rilievi sollevati e si è pertanto attivata nelle sedi opportune a tutela della propria posizione e, anche confortata dal parere dei primari consulenti incaricati, confida che ad esito del contenzioso instaurato emergerà la correttezza del proprio operato. Si informa altresì che, al fine di limitare gli effetti della eventuale doppia imposizione, sono state attivate, per ciascun anno di verifica, le Mutual Agreement Procedure nei paesi interessati.

5.14. FONDI RISCHI NON CORRENTI

I movimenti dei fondi sono riportati nella seguente tabella:

Fondi rischi						
(Euro/000)	1 Gennaio 2025	Incrementi	Decrementi	Differenze di traduzione	Altri movimenti	31 Dicembre 2025
Contenziosi fiscali	(30)	0	0	0	0	(30)
Altri fondi rischi non correnti	(22.798)	(5.866)	3.878	1.186	(595)	(24.195)
Totale	(22.828)	(5.866)	3.878	1.186	(595)	(24.225)

Fondi rischi						
(Euro/000)	1 Gennaio 2024	Incrementi	Decrementi	Differenze di traduzione	Altri movimenti	31 Dicembre 2024
Contenziosi fiscali	(11.164)	0	11.134	0	0	(30)
Altri fondi rischi non correnti	(16.526)	(6.422)	2.423	(104)	(2.169)	(22.798)
Totale	(27.690)	(6.422)	13.557	(104)	(2.169)	(22.828)

La voce altri fondi rischi non correnti include i costi di ripristino di negozi, i costi associati a controversie in corso e gli oneri attesi e i costi per garanzia prodotti.

Lo stanziamento per contenziosi fiscali operato in precedenti esercizi riguardava i crediti di imposta ricerca e sviluppo riferiti agli anni 2015-2019, stanziati sulla base della RM n. 41 del 26 luglio 2022, nella quale l'Agenzia delle Entrate ha rivisto la propria posizione circa l'ammissibilità al beneficio. Con riferimento a tale voce, la Capogruppo Moncler S.p.A. e la controllata Sportswear Company S.p.A.

hanno deciso di optare per il riversamento parziale di tali crediti, per un importo complessivo pari ad Euro 8,8 milioni corrisposti nel 2024, rilasciando a conto economico l'importo residuale.

5.15. FONDI PENSIONE E QUIESCENZA

I fondi pensione e quiescenza al 31 dicembre 2025 sono dettagliati nella seguente tabella:

Fondi pensione e quiescenza							
(Euro/000)	1 Gennaio 2025	Modifiche all'area di consolidamento	Incrementi	Decrementi	Differenze di traduzione	Altri movimenti	31 Dicembre 2025
TFR e Fondo quiescenza	(8.233)	0	(1.692)	715	371	89	(8.750)
Fondo indennità agenti	(3.649)	0	0	250	0	0	(3.399)
Totale	(11.882)	0	(1.692)	965	371	89	(12.149)

Fondi pensione e quiescenza							
(Euro/000)	1 Gennaio 2024	Modifiche all'area di consolidamento	Incrementi	Decrementi	Differenze di traduzione	Altri movimenti	31 Dicembre 2024
TFR e Fondo quiescenza	(7.655)	0	(1.663)	973	217	(105)	(8.233)
Fondo indennità agenti	(4.489)	0	0	840	0	0	(3.649)
Totale	(12.144)	0	(1.663)	1.813	217	(105)	(11.882)

I fondi pensione sono principalmente riferiti alle società italiane del Gruppo. A seguito della riforma della previdenza complementare, a partire dal 1° gennaio 2007 l'obbligazione ha assunto la forma di fondo pensione a contribuzione definita. Coerentemente, l'ammontare del debito per TFR iscritto prima dell'entrata in vigore della riforma e non ancora pagato ai dipendenti in essere alla data di redazione del Bilancio, è considerato come un fondo pensione a benefici definiti i cui movimenti sono riportati nella seguente tabella:

Trattamento fine rapporto - movimenti		
(Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Obbligazione netta all'inizio del periodo	(4.698)	(4.792)
Modifiche all'area di consolidamento	0	0
Interessi sull'obbligazione	(150)	(138)
Costo corrente	(841)	(782)
Liquidazioni	715	971
Utile/(Perdita attuariale)	87	43
Obbligazione netta alla fine del periodo	(4.887)	(4.698)

La valutazione attuariale del TFR è realizzata in base alla metodologia denominata "Projected Unit Credit Cost". Di seguito si riporta il dettaglio delle assunzioni economiche e demografiche utilizzate ai fini delle valutazioni attuariali.

Ipotesi adottate	
Tasso di Attualizzazione	3,40%
Tasso di inflazione	2,25%
Tasso nominale di crescita delle retribuzioni	2,25%
Tasso annuo di turnover	15,57%
Probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR	0,80%
Misura di richiesta dell'anticipo	70,00%
Tavola di sopravvivenza - maschi	M2024 (*)
Tavola di sopravvivenza - femmine	F2024 (*)
(*) Tavole ISTAT popolazione residente	

La seguente tabella evidenzia gli effetti che ci sarebbero stati sull'obbligazione per benefici definiti a seguito delle variazioni, ragionevolmente possibili, delle ipotesi attuariali rilevanti alla fine dell'esercizio.

Analisi di sensitività (Euro/000)	Variazione
Tasso di attualizzazione +0,5%	(133)
Tasso di attualizzazione -0,5%	140
Incremento della probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR x(+0,5%)	6
Decremento della probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR x (-0,5%)	(7)
Incremento del tasso di inflazione (+0,5%)	94
Decremento del tasso di inflazione (-0,5%)	(94)
Incremento del tasso nominale di crescita delle retribuzioni (+0,5%)	22
Decremento del tasso nominale di crescita delle retribuzioni (-0,5%)	(22)
Incremento dell'età di pensionamento (+1 anno)	(5)
Decremento dell'età di pensionamento (-1 anno)	6
Incremento della sopravvivenza (+1 anno)	(0)
Decremento della sopravvivenza (-1 anno)	0

5.16. DEBITI FINANZIARI

I debiti finanziari sono dettagliati nella seguente tabella:

Debiti finanziari (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Debiti in conto corrente e anticipi bancari a breve termine	1	6
Quota corrente finanziamenti bancari a lungo termine	0	0
Debiti finanziari per leasing correnti	176.915	178.284
Altri debiti a breve termine	13.052	17.830
Debiti finanziari correnti	189.968	196.120
Debiti finanziari per leasing non correnti	932.456	745.921
Altri debiti a lungo termine	6.034	15.267
Debiti finanziari non correnti	938.490	761.188
Totale	1.128.458	957.308

I debiti finanziari correnti al 31 dicembre 2025 includono i debiti in conto corrente e anticipi bancari a breve termine, i debiti finanziari per leasing derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 16 e, nella voce altri debiti a breve termine, principalmente la quota entro l'anno delle passività finanziarie verso terzi soggetti non bancari.

I debiti finanziari non correnti includono i debiti finanziari per leasing derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 16 e le passività finanziarie verso terzi soggetti non bancari.

I debiti finanziari per leasing ammontano ad Euro 1.109,4 milioni (Euro 924,2 milioni nel 2024) e sono dettagliati come segue:

Debiti finanziari per leasing (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Debiti finanziari per leasing correnti	176.915	178.284
Debiti finanziari per leasing non correnti	932.456	745.921
Totale	1.109.371	924.205

La movimentazione dei debiti finanziari per leasing nel corso del 2025 è evidenziata nella seguente tabella:

(Euro/000)	IFRS 16	Ex IAS 17	Debiti finanziari per leasing
01/01/2025	924.077	128	924.205
Incrementi	428.721	242	428.963
Decrementi	(240.789)	(138)	(240.927)
Oneri finanziari	40.612	40	40.652
Differenze di conversione	(43.522)	0	(43.522)
31/12/2025	1.109.099	272	1.109.371

Il dettaglio dei debiti finanziari non correnti per data di scadenza è illustrato nella successiva tabella:

Scadenziario debiti finanziari non correnti (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Entro 2 anni	152.703	145.299
Da 2 a 5 anni	323.592	313.640
Oltre 5 anni	462.195	302.249
Totale	938.490	761.188

Il dettaglio dei debiti finanziari non correnti, esclusi i debiti finanziari per leasing non correnti, per data di scadenza è illustrato nella successiva tabella:

Scadenziario debiti finanziari non correnti esclusi debiti per leasing (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Entro 2 anni	4.100	2.177
Da 2 a 5 anni	1.934	13.090
Oltre 5 anni	0	0
Totale	6.034	15.267

Si riportano di seguito i flussi finanziari non attualizzati riferiti alla voce passività per leasing.

Scadenziario dei debiti per leasing finanziari non attualizzati (Euro/000)		
	31/12/2025	31/12/2024
Entro 1 anno	219.739	209.938
Da 1 a 5 anni	594.629	527.408
Oltre 5 anni	560.886	344.551
Totale	1.375.254	1.081.897

Infine, gli altri debiti a breve termine includono anche il *fair value* negativo, pari ad Euro 4,7 milioni (Euro 9,4 milioni al 31 dicembre 2024), dei contratti di copertura del rischio di cambio descritti nella nota 9.3.

La posizione finanziaria netta è dettagliata nella successiva tabella.

Posizione finanziaria netta (Euro/000)		
	31/12/2025	31/12/2024
A. Disponibilità liquide	1.226.277	1.187.978
B. Mezzi equivalenti a disponibilità liquide	0	0
C. Altre attività finanziarie correnti	251.128	154.004
D. Liquidità (A)+(B)+(C)	1.477.405	1.341.982
E. Debiti finanziari correnti	(13.053)	(17.836)
F. Parte corrente dell'indebitamento non corrente	(176.915)	(178.284)
G. Indebitamento finanziario corrente (E)+(F)	(189.968)	(196.120)
H. Indebitamento finanziario corrente netto (G)+(D)	1.287.437	1.145.862
I. Debiti finanziari non correnti	(932.456)	(745.921)
J. Strumenti di debito	0	0
K. Debiti commerciali e altri debiti non correnti	(6.034)	(15.267)
L. Indebitamento finanziario non corrente (I)+(J)+(K)	(938.490)	(761.188)
M. Totale Indebitamento finanziario (H)+(L)	348.947	384.674

Posizione finanziaria netta così come definita dagli Orientamenti ESMA del 4 marzo 2021 (richiamo di attenzione Consob n. 5/21 alla Comunicazione Consob DEM/6064293 del 28 luglio 2006).

5.17. PATRIMONIO NETTO

I movimenti del patrimonio netto per l'anno 2025 ed il periodo comparativo sono inclusi nei relativi prospetti del Bilancio Consolidato a cui si rimanda.

Al 31 dicembre 2025 il capitale sociale sottoscritto e versato è costituito da n. 274.805.954 azioni pari ad Euro 54.961.191, per un valore nominale di Euro 0,20 ciascuna.

Al 31 dicembre 2025 le azioni proprie detenute sono n. 3.207.654, pari all'1,2% del capitale sociale, per un ammontare complessivo di Euro 127,7 milioni.

La riserva legale e la riserva sovrapprezzo si riferiscono alla società Capogruppo Moncler S.p.A.

Nel 2025 sono stati distribuiti dividendi ai soci della Capogruppo per un importo unitario lordo di Euro 1,30 per azione ordinaria per un ammontare pari ad Euro 353,0 milioni (Euro 353,2 milioni dividendi pagati nel 2025), rispetto a Euro 1,15 per azione pari ad Euro 311,2 milioni distribuiti nel 2024 (Euro 311,0 milioni dividendi pagati nel 2024).

La variazione della riserva IFRS 2 deriva dal trattamento contabile relativo ai Piani di Performance shares, ovvero dall'iscrizione del costo figurativo del periodo relativo ai suddetti piani e dalla riclassifica a utili indivisi del costo figurativo cumulato dei piani già chiusi.

La variazione degli utili indivisi si riferisce principalmente al riporto a nuovo del risultato 2024, alla distribuzione dei dividendi, alla riclassifica dalla riserva IFRS 2 sopra citata e all'adeguamento al valore di mercato delle passività finanziarie verso soggetti non bancari.

La voce riserva FTA accoglie gli effetti derivanti dall'applicazione iniziale del principio IFRS 16.

La voce altre riserve include gli altri utili complessivi, che si compone della riserva adeguamento cambi dei bilanci esteri, della riserva di copertura rischi su tassi di cambio e della riserva che accoglie gli utili/perdite attuariali. La riserva di conversione comprende le differenze cambio emerse dalla conversione dei bilanci delle società consolidate estere. La riserva di copertura include la porzione efficace delle differenze nette accumulate nel fair value degli strumenti derivati di copertura. La movimentazione di tali riserve è stata la seguente:

Riserva Altri utili complessivi (Euro/000)	Riserva di conversione			Altri componenti		
	Importo ante imposte	Imposte	Importo post imposte	Importo ante imposte	Imposte	Importo post imposte
Riserva al 01.01.2024	(40.294)	0	(40.294)	(7.149)	1.716	(5.433)
Variazioni del periodo	(873)	0	(873)	(994)	249	(745)
Differenze cambi del periodo	0	0	0	0	0	0
Rilascio a conto economico	0	0	0	0	0	0
Riserva al 31.12.2024	(41.167)	0	(41.167)	(8.143)	1.965	(6.178)
Riserva al 01.01.2025	(41.167)	0	(41.167)	(8.143)	1.965	(6.178)
Variazioni del periodo	(44.971)	0	(44.971)	5.912	(1.393)	4.519
Differenze cambi del periodo	0	0	0	0	0	0
Rilascio a conto economico	0	0	0	0	0	0
Riserva al 31.12.2025	(86.138)	0	(86.138)	(2.231)	572	(1.659)

Risultato per azione

Il calcolo dell'utile per azione al 31 dicembre 2025 ed al 31 dicembre 2024 è indicato nella seguente tabella e si basa sul rapporto tra l'utile attribuibile al Gruppo ed il numero delle azioni.

L'utile diluito per azione è in linea con l'utile base per azione in quanto al 31 dicembre 2025 gli effetti dilutivi derivanti dai piani di *stock based compensation* non sono significativi.

Con riferimento al calcolo dell'utile diluito per azione si precisa che è stato applicato il "*treasury share method*", previsto dallo IAS 33 paragrafo 45 in presenza di piani di *stock based compensation*.

Utile/(perdita) per azione	Esercizio 2025 Esercizio 2024	
Utile (perdita) del periodo (Euro/000)	626.670	639.596
Numero medio delle azioni dei soci della controllante	271.465.505	270.522.873
Utile (perdita) attribuibile alle azioni dei soci del Gruppo - Base (in Euro)	2,31	2,36
Utile (perdita) attribuibile alle azioni dei soci del Gruppo - Diluito (in Euro)	2,31	2,36

6. INFORMAZIONI DI SEGMENTO

Ai fini dell'IFRS 8 "*Operating segments*", l'attività svolta dal Gruppo è identificabile nei segmenti operativi riferiti al marchio Moncler e al marchio Stone Island. Tuttavia, tali segmenti operativi sono stati aggregati in un unico "*reportable segment*", coerentemente con il principio base dell'IFRS 8, in quanto i segmenti hanno caratteristiche economiche simili e condividono:

- la natura dei prodotti;
- la natura dei processi produttivi;
- la tipologia di clientela;
- i canali distributivi.

La presentazione dei ricavi per regione si basa sulla localizzazione geografica dei clienti.

7. IMPEGNI E GARANZIE PRESTATE

7.1. IMPEGNI

Il Gruppo non ha significativi impegni derivanti da contratti di leasing operativo o da altre fattispecie contrattuali che non rientrano nell'ambito di applicazione dell'IFRS 16.

7.2. GARANZIE PRESTATE

Al 31 dicembre 2025 le garanzie prestate sono le seguenti:

Garanzie e fidejussioni prestate (Euro/000)	31/12/2025	31/12/2024
Garanzie e fidejussioni a favore di:		
Soggetti e società terze	59.078	62.284
Totale garanzie e fidejussioni prestate	59.078	62.284

Le garanzie si riferiscono principalmente a contratti di affitto relativi ai punti vendita.

8. PASSIVITA' POTENZIALI

Il Gruppo operando a livello globale è soggetto a rischi legali e fiscali che derivano dallo svolgimento delle normali attività. Sulla base delle informazioni ad oggi disponibili, il Gruppo ritiene che alla data di redazione del presente documento non vi siano ulteriori passività potenziali rispetto a quanto già iscritto nei fondi accantonati nel Bilancio Consolidato.

9. INFORMAZIONI SUI RISCHI FINANZIARI

Gli strumenti finanziari del Gruppo comprendono la cassa e le disponibilità liquide, i finanziamenti, i crediti e debiti commerciali ed altri crediti e debiti correnti e non correnti oltre che i derivati.

Il Gruppo è esposto a rischi finanziari connessi alla sua operatività: rischio di mercato (principalmente relativo ai tassi di cambio e di interesse), rischio di credito (sia in relazione ai normali rapporti commerciali con clienti che alle attività di finanziamento), rischio di liquidità (con particolare riferimento alla disponibilità di risorse finanziarie ed all'accesso al mercato del credito e degli strumenti finanziari in generale) e rischio di capitale.

La gestione dei rischi finanziari è svolta a livello di Headquarter che garantisce principalmente che ci siano sufficienti risorse finanziarie per far fronte alle necessità di sviluppo del business e che le risorse siano adeguatamente investite in attività redditizie.

Il Gruppo utilizza strumenti derivati per coprire l'esposizione a specifici rischi di mercato, quali il rischio legato alle fluttuazioni dei tassi di cambio, sulla base delle policy stabilite dal Consiglio di Amministrazione.

9.1. RISCHIO DI MERCATO

Rischio di cambio

Il Gruppo opera a livello internazionale ed è esposto a rischi di cambio principalmente in Dollari americani, Yen giapponesi e Renminbi cinesi ed in misura minore in Dollari di Hong Kong, Sterline, Won coreani, Dollari canadesi, Franchi svizzeri, Dollari di Taiwan, Dollari di Singapore, Dollari australiani, Mexican Pesos, Corone Norvegesi, Dollaro Neo Zelandese e Corona Svedese.

Il Gruppo valuta regolarmente la propria esposizione ai rischi finanziari di mercato e gestisce tali rischi attraverso l'utilizzo di strumenti finanziari derivati, secondo quanto stabilito nelle proprie politiche di gestione dei rischi.

Nell'ambito di tali politiche, l'uso di strumenti finanziari derivati è riservato alla gestione dell'esposizione alle fluttuazioni dei cambi connessi con i flussi monetari futuri. Non sono consentite attività di tipo speculativo.

Nel corso del 2025 il Gruppo ha posto in essere una politica di copertura dal rischio di cambio di natura transattiva sulle principali valute verso le quali è maggiormente esposto: USD, JPY, CNY, HKD, GBP, KRW, CAD, CHF, TWD, SGD, AUD, MXN, NOK, NZD e SEK.

Gli strumenti utilizzati a tale scopo sono principalmente Currency Forward Contract e Currency Option Contract.

Il Gruppo utilizza gli strumenti finanziari derivati designandoli a copertura dei flussi di cassa con l'obiettivo di rideterminare il tasso di cambio a cui le transazioni previste denominate in valuta saranno rilevate.

Le controparti di tali contratti sono primarie istituzioni finanziarie.

L'esposizione relativa ad attività e passività espresse in valuta è dettagliato nella seguente tabella (controvalore in Euro delle rispettive valute):

Dettaglio delle esposizioni in valuta											
31/12/2025											
(Euro/000)	Euro	Yen JP	Dollari US	Yuan CN	Dollari HK	Franco CH	Sterline GB	Won KR	Dollari CA	Altre	Totale
Cassa e banche	930.308	34.326	49.220	105.987	10.191	8.365	21.414	20.981	5.674	39.811	1.226.277
Crediti finanziari	231.355	8.212	1.266	2.360	263	0	2	1.198	0	6.472	251.128
Crediti verso clienti	69.688	43.855	6.021	117.433	769	116	7.973	30.158	4.425	11.695	292.133
Altre attività correnti	25.233	5.123	7.079	6.290	91	467	2.464	2.941	1.030	5.528	56.246
Altre attività non correnti	11.176	15.260	2.567	12.795	6.463	835	2.717	1.654	539	2.302	56.308
Totale attività	1.267.760	106.776	66.153	244.865	17.777	9.783	34.570	56.932	11.668	65.808	1.882.092
Debiti commerciali	(355.432)	(45.451)	(54.324)	(39.790)	(4.570)	(3.988)	(5.153)	(4.195)	(3.770)	(10.649)	(527.322)
Debiti finanziari	(517.696)	(42.911)	(250.889)	(76.938)	(27.409)	(44.754)	(57.622)	(5.929)	(25.821)	(78.489)	(1.128.458)
Altri debiti correnti	(92.048)	(3.543)	(10.587)	(7.389)	(1.144)	(850)	(4.824)	(1.923)	(773)	(4.494)	(127.575)
Altri debiti non correnti	(35)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(35)
Totale passività	(965.211)	(91.905)	(315.800)	(124.117)	(33.123)	(49.592)	(67.599)	(12.047)	(30.364)	(93.632)	(1.783.390)
Totale netto esposizione in valuta	302.549	14.871	(249.647)	120.748	(15.346)	(39.809)	(33.029)	44.885	(18.696)	(27.824)	98.702

Dettaglio delle esposizioni in valuta											
31/12/2024											
(Euro/000)	Euro	Yen JP	Dollari US	Yuan CN	Dollari HK	Franco CH	Sterline GB	Won KR	Dollari CA	Altre	Totale
Cassa e banche	881.353	84.795	24.489	87.653	21.358	5.702	8.506	26.254	6.286	41.582	1.187.978
Crediti finanziari	154.004	0	0	0	0	0	0	0	0	0	154.004
Crediti verso clienti	70.965	53.521	27.422	120.174	5.518	1.788	162	33.072	3.399	10.361	326.382
Altre attività correnti	17.514	3.277	4.700	12.731	1.652	982	206	1.601	3.102	5.064	50.829
Altre attività non correnti	10.452	11.403	2.922	12.893	1.610	5.663	264	1.329	917	3.943	51.396
Totale attività	1.134.288	152.996	59.533	233.451	30.138	14.135	9.138	62.256	13.704	60.950	1.770.589
Debiti commerciali	(337.775)	(56.814)	(44.709)	(50.608)	(14.169)	(4.452)	(4.532)	(6.875)	(4.568)	(16.412)	(540.914)
Debiti finanziari	(382.789)	(34.927)	(267.702)	(89.298)	(50.399)	(10.018)	(36.570)	(1.752)	(12.019)	(71.834)	(957.308)
Altri debiti correnti	(100.012)	(3.232)	(15.965)	(8.315)	(5.016)	(1.259)	(1.753)	(2.178)	(508)	(7.226)	(145.464)
Altri debiti non correnti	(73)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(73)
Totale passività	(820.649)	(94.973)	(328.376)	(148.221)	(69.584)	(15.729)	(42.855)	(10.805)	(17.095)	(95.472)	(1.643.759)
Totale netto esposizione in valuta	313.639	58.023	(268.843)	85.230	(39.446)	(1.594)	(33.717)	51.451	(3.391)	(34.522)	126.830

Alla data di bilancio il Gruppo aveva in essere coperture per Euro 195,0 milioni (Euro 248,9 milioni al 31 dicembre 2024) a fronte di crediti ancora da incassare e coperture per Euro 725,9 milioni (Euro 646,0 milioni al 31 dicembre 2024) a fronte di ricavi futuri; il Gruppo aveva inoltre in essere coperture su debiti commerciali in valuta per Euro 4,2 milioni (3,8 milioni al 31 dicembre 2024) a fronte di debiti ancora da pagare e coperture per Euro 7,9 milioni (Euro 7,6 milioni al 31 dicembre 2024) a fronte di costi futuri.

Con riferimento alle transazioni in valuta, si segnala che una variazione dei rispettivi tassi di cambio pari a +/-1% avrebbe comportato i seguenti effetti:

Dettaglio delle transazioni in valuta							
(Euro/000)	Yen JP	Dollari US	Yuan CN	Dollari HK	Won KR	Sterline GB	Altre
Effetto di un apprezzamento dei cambi pari a +1%							
Ricavi	3.543	3.565	6.450	623	2.806	879	2.532
Risultato operativo	2.077	1.617	3.766	276	1.561	405	540
Effetto di un deprezzamento dei cambi pari a -1%							
Ricavi	(3.472)	(3.494)	(6.322)	(611)	(2.750)	(862)	(2.481)
Risultato operativo	(2.036)	(1.585)	(3.692)	(270)	(1.530)	(397)	(529)

Con riferimento a quanto previsto dall'IFRS 13 si evidenzia che la categoria di strumenti finanziari valutati a *fair value* sono riconducibili ai derivati di copertura del rischio cambio. La valutazione di tali strumenti è basata sull'attualizzazione dei flussi di cassa futuri considerando i tassi di cambio alla data di bilancio (livello 2 come esposto nella sezione dei principi).

Rischio d'interesse

L'esposizione del Gruppo ai rischi di interesse è principalmente relativa alla cassa e alle disponibilità liquide, la cui gestione è presidiata centralmente.

9.2. RISCHIO DI CREDITO

Il Gruppo non ha significative concentrazioni di attività finanziarie (crediti commerciali ed altre attività correnti) che comportino un rischio di credito elevato. Le politiche del Gruppo sulla gestione delle attività finanziarie sono finalizzate a ridurre i rischi derivanti dalla mancata solvibilità della clientela wholesale. Le vendite nel canale retail sono effettuate attraverso riconosciute carte di credito e contanti. In aggiunta, l'ammontare dei crediti in essere è costantemente monitorato, tanto che l'esposizione del Gruppo per crediti inesigibili non è significativa e le percentuali storiche di passaggi a perdita sono molto basse. La massima esposizione teorica al rischio di credito per il Gruppo al 31 dicembre 2025 è rappresentata dal valore contabile dei crediti commerciali iscritti in bilancio.

In relazione al rischio di credito derivante da altre attività finanziarie che non siano i crediti commerciali (che comprende cassa e depositi bancari a breve termine), il rischio di credito teorico per il Gruppo deriva dall'inadempienza della controparte con un'esposizione massima che è pari al valore contabile dell'attività finanziaria iscritta a bilancio, oltre che dal valore nominale delle garanzie prestate su debiti o impegni di terzi indicato nel paragrafo 7 delle Note esplicative. Il Gruppo opera con banche e istituti finanziari di primario standing ed ha in essere politiche che limitano l'ammontare dell'esposizione creditoria nelle diverse banche.

9.3. RISCHIO DI LIQUIDITÀ

Il rischio di liquidità deriva dalla capacità di ottenere risorse finanziarie ad un costo sostenibile per condurre le normali attività operative del Gruppo. I fattori che influenzano tale rischio sono riferibili alle risorse generate/assorbite dalla gestione corrente, dalla gestione degli investimenti e dei finanziamenti e dalla disponibilità di liquidità nel mercato finanziario.

A seguito della dinamicità del business, il Gruppo ha centralizzato le funzioni di tesoreria con lo scopo di mantenere la flessibilità nel reperimento di fonti finanziarie e mantenere la disponibilità delle linee di credito. Le procedure in essere per ridurre il rischio di liquidità sono le seguenti:

- gestione centralizzata della tesoreria e della pianificazione finanziaria. Utilizzazione di un sistema centralizzato di controllo della posizione finanziaria netta del Gruppo e delle società controllate;
- ottenimento di linee di credito idonee per creare un'adeguata struttura finanziaria per utilizzare al meglio la liquidità erogata dal sistema creditizio;
- monitoraggio costante delle previsioni future sui flussi finanziari in base ai piani operativi e di sviluppo del Gruppo.

Il management ritiene che i mezzi finanziari ad oggi disponibili, insieme a quelli che sono generati dall'attività operativa corrente, permettano al Gruppo di raggiungere i propri obiettivi e di rispondere alle esigenze derivanti dallo sviluppo degli investimenti e del rimborso dei finanziamenti alle date di scadenza concordate.

Si evidenzia inoltre, con riferimento a quanto previsto dall'IFRS 13, che, tra le passività finanziarie, quelle relative all'impegno di acquisto di quote di minoranza sono valutate al *fair value* sulla base essenzialmente di modelli di valutazione riferibili al livello 3, come esposto nella sezione dei principi di redazione.

Si riporta nella seguente tabella un'analisi delle scadenze contrattuali (che includono anche gli interessi) per le passività finanziarie e per le attività finanziarie derivate.

Passività finanziarie non derivate (Euro/000)	Totale valore	Flussi finanziari contrattuali				
		Totale	entro 1 anno	da 1 a 2 anni	da 2 a 5 anni	oltre 5 anni
Scoperti bancari	0	0	0	0	0	0
Finanziamenti autoliquidanti	0	0	0	0	0	0
Debiti finanziari vs terzi	0	0	0	0	0	0
Finanziamenti chirografari	0	0	0	0	0	0
Debiti finanziari per leasing	1.109.371	1.109.371	176.915	148.603	321.658	462.195

Attività e passività finanziarie derivate (Euro/000)	Totale valore contabile	Flussi finanziari contrattuali				
		Totale	entro 1 anno	da 1 a 2 anni	da 2 a 5 anni	oltre 5 anni
Interest rate swap di copertura	0	0	0	0	0	0
Contratti a termine su cambi di copertura	(11.395)	(11.395)	(11.395)	0	0	0
- Flussi in uscita	4.733	4.733	4.733	0	0	0
- Flussi in entrata	(16.128)	(16.128)	(16.128)	0	0	0

9.4. RISCHI OPERATIVI E DI GESTIONE DEL CAPITALE

Nella gestione dei rischi operativi, l'obiettivo principale del Gruppo è quello di gestire i rischi associati con lo sviluppo del business nei mercati esteri soggetti a leggi e regolamenti specifici.

Il Gruppo ha implementato degli standard sulle seguenti aree:

- appropriato livello di suddivisione dei compiti e delle responsabilità (*segregation of duties*);
- riconciliazione e controllo costante delle transazioni significative;
- documentazione dei controlli e delle procedure;
- sviluppo tecnico e professionale dei dipendenti;
- valutazione periodica dei rischi corporate e identificazioni delle azioni correttive.

In relazione al rischio di capitale proprio, gli obiettivi del Gruppo sono rivolti alla prospettiva di continuità aziendale al fine di garantire un giusto ritorno economico agli azionisti ed altri operatori pur mantenendo una classificazione di rischio buona nel mercato del capitale di debito. Il Gruppo gestisce la struttura del capitale ed effettua gli aggiustamenti in linea con i cambiamenti delle condizioni economiche generali e con gli obiettivi strategici.

10. ALTRE INFORMAZIONI

10.1. RAPPORTI CON PARTI CORRELATE

Vengono di seguito riportate le transazioni con parti correlate ritenute rilevanti ai sensi della "Procedura operazioni con parti correlate" adottata dal Gruppo.

La "Procedura operazioni con parti correlate" è disponibile sul sito internet della Società (www.monclergroup.com), Sezione "Governance/Documenti societari".

Le transazioni economiche ed i saldi verso società consolidate sono stati eliminati in fase di consolidamento e non sono pertanto oggetto di commento.

Nel 2025 le transazioni con parti correlate riguardano principalmente relazioni commerciali effettuate a condizioni di mercato come di seguito elencato:

- La società Yagi Tsusho Ltd fino al 28 marzo 2024 era la controparte nell'operazione che ha costituito la società Moncler Japan Ltd e acquistava prodotti finiti dalle società del Gruppo Moncler (Euro 36,5 milioni fino al 28 marzo 2024), e vendeva gli stessi alla società Moncler Japan Ltd (Euro 38,4 milioni fino al 28 marzo 2024) in forza del contratto stipulato in sede di costituzione delle società. Tali transazioni, negli schemi di bilancio, sono state indicate nella voce costo del venduto per Euro 6,1 milioni nel 2024. Il 28 marzo 2024 il Gruppo ha acquistato la quota detenuta da Yagi Tsusho Ltd in Moncler Japan Ltd arrivando a detenere il 100% della stessa. Da tale data pertanto Yagi Tsusho Ltd non si qualifica più come parte correlata.
- La società Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret limited sirketi, detenuta dal socio di minoranza della società Moncler Istanbul Giyim ve Tekstil Ticaret Ltd. Sti., svolge prestazioni di servizi a favore della stessa. Nel 2025 l'ammontare complessivo dei costi sostenuti per tali servizi risulta pari ad Euro 0,2 milioni (Euro 0,2 milioni nel 2024).
- La società La Rotonda S.r.l., riconducibile ad un dirigente del Gruppo Moncler, acquista prodotti finiti da Industries S.p.A. e fornisce prestazioni di servizi alla stessa. Nel 2025 l'ammontare complessivo dei ricavi realizzati dal Gruppo verso tale entità risulta pari ad Euro 1,4 milioni (Euro

1,4 milioni nel 2024), mentre l'ammontare complessivo dei costi sostenuti risulta pari ad Euro 0,2 milioni (Euro 0,2 milioni nel 2024).

- La società Rivetex S.r.l., società riconducibile a Carlo Rivetti e ai suoi familiari, fornisce al Gruppo Moncler un immobile in locazione; a partire dal 16 aprile 2025 Carlo Rivetti non è più membro del Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. e pertanto da tale data Rivetex S.r.l. non si qualifica più come parte correlata. Nel 2025 l'ammontare complessivo dei costi (fino al 16 aprile 2025) risulta pari ad Euro 0,2 milioni (Euro 0,5 milioni nel 2024).
- Il Dott. Fabrizio Ruffini, fratello del Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A., fornisce servizi di consulenza aventi ad oggetto l'attività di ricerca, sviluppo e controllo di qualità dei prodotti a marchio Moncler. Nel 2025 l'ammontare complessivo dei costi risulta pari ad Euro 0,6 milioni (Euro 0,6 milioni nel 2024).
- La società ALS Luxury Logistics S.r.l., è una società collegata che fornisce servizi di logistica; nel 2025 l'ammontare complessivo dei costi risulta pari ad Euro 47,8 milioni (Euro 45,4 milioni nel 2024), di cui Euro 29,3 milioni iscritti alla voce costo del venduto (Euro 28,7 milioni nel 2024), Euro 18,4 milioni (Euro 16,6 milioni nel 2024) nella voce spese generali ed amministrative ed Euro 0,1 milioni (Euro 0,1 milioni nel 2024) nella voce spese di vendita.

Le società Industries S.p.A. e Sportswear Company S.p.A. aderiscono al consolidato fiscale e al consolidato IVA della Capogruppo Moncler S.p.A.

Compensi ad Amministratori, Sindaci ed ai Dirigenti con responsabilità strategiche

Gli emolumenti ai membri del Consiglio di Amministrazione per l'anno 2025 sono pari ad Euro 6.933 migliaia (Euro 8.068 migliaia nel 2024).

Gli emolumenti al Collegio Sindacale per l'anno 2025 sono pari ad Euro 200,0 migliaia (Euro 200,0 migliaia nel 2024).

Nel 2025 il valore complessivo dei compensi relativi ai Dirigenti con responsabilità strategiche è pari ad Euro 4.951 migliaia (Euro 3.882 migliaia nel 2024).

Nel 2025 l'ammontare dei costi relativi ai Piani di Performance Share (descritti nel paragrafo 10.2) riferiti a membri del Consiglio di Amministrazione e a Dirigenti con responsabilità strategiche è pari ad Euro 11.888 migliaia (Euro 16.293 migliaia nel 2024).

Le tabelle che seguono riassumono i rapporti economici e patrimoniali con le parti correlate sopra descritte intercorsi nel 2025 e nell'esercizio precedente.

(Euro/000)	Tipologia rapporto	Nota	31/12/2025	%	31/12/2024	%
Yagi Tsusho Ltd	Contratto Distribuzione	a	0	0,0%	36.484	(5,3)%
Yagi Tsusho Ltd	Contratto Distribuzione	a	0	0,0%	(38.399)	5,6%
Gokse Tekstil Kozmetik Sanayi ic ve dis ticaret La Rotonda S.r.l.	Prestazioni di servizi	b	(165)	0,0%	(167)	0,0%
La Rotonda S.r.l.	Transazione commerciale	c	1.398	0,0%	1.393	0,0%
Rivetex S.r.l.	Transazione commerciale	d	(152)	0,0%	(157)	0,0%
Fabrizio Ruffini	Transazione commerciale	d	(209)	0,0%	(520)	0,1%
Fabrizio Ruffini	Prestazioni di servizi	b	(552)	0,2%	(553)	0,2%
ALS Luxury Logistics S.r.l.	Prestazioni di servizi	d	(68)	0,0%	(65)	0,0%
ALS Luxury Logistics S.r.l.	Prestazioni di servizi	b	(18.425)	5,2%	(16.618)	4,7%
ALS Luxury Logistics S.r.l.	Prestazioni di servizi	a	(29.304)	4,3%	(28.725)	4,2%
Amministratori, sindaci e dirigenti con responsabilità strategiche	Prestazioni lavorative	b	(22.466)	6,3%	(26.366)	7,5%
Dirigenti con responsabilità strategiche	Prestazioni lavorative	d	(1.506)	0,2%	(2.076)	0,2%
Totale			(71.449)		(75.769)	

a incidenza % calcolata sul costo del venduto

b incidenza % calcolata sulle spese generali ed amministrative

c incidenza % calcolata sui ricavi

d incidenza % calcolata sulle spese di vendita

(Euro/000)	Tipologia rapporto	Nota	31/12/2025	%	31/12/2024	%
Yagi Tsusho Ltd	Debiti commerciali	a	0	0,0%	0	0,0%
Yagi Tsusho Ltd	Crediti commerciali	b	0	0,0%	0	0,0%
La Rotonda S.r.l.	Crediti commerciali	b	176	0,1%	383	0,1%
La Rotonda S.r.l.	Debiti commerciali	a	(37)	0,0%	(38)	0,0%
Fabrizio Ruffini	Debiti commerciali	a	(137)	0,0%	(139)	0,0%
ALS Luxury Logistics S.r.l.	Debiti commerciali	a	(8.052)	1,5%	(11.606)	2,1%
Amministratori, sindaci e dirigenti con responsabilità strategiche	Altre passività correnti	c	(5.019)	3,9%	(5.946)	4,1%
Totale			(13.069)		(17.346)	

a incidenza % calcolata sui debiti commerciali

b incidenza % calcolata sui crediti commerciali

c incidenza % calcolata sulle altre passività correnti

Le tabelle di seguito rappresentano l'incidenza delle operazioni con parti correlate sui bilanci consolidati al 31 dicembre 2025 e 2024.

(Euro/000)	31 Dicembre 2025			
	Ricavi	Costo del venduto	Spese di vendita	Spese generali ed amministrative
Totale parti correlate	1.398	(29.304)	(1.935)	(41.608)
Totale bilancio consolidato	3.132.128	(685.931)	(956.000)	(357.432)
Incidenza %	0,0%	4,3%	0,2%	11,6%

(Euro/000)	31 Dicembre 2025		
	Crediti commerciali	Debiti commerciali	Altre passività correnti
Totale parti correlate	176	(8.226)	(5.019)
Totale bilancio consolidato	292.133	(527.322)	(127.575)
Incidenza %	0,1%	1,6%	3,9%

(Euro/000)	31 Dicembre 2024			
	Ricavi	Costo del venduto	Spese di vendita	Spese generali ed amministrative
Totale parti correlate	1.393	(30.640)	(2.818)	(43.704)
Totale bilancio consolidato	3.108.924	(682.367)	(937.349)	(351.656)
Incidenza %	0,0%	4,5%	0,3%	12,4%

(Euro/000)	31 Dicembre 2024		
	Crediti commerciali	Debiti commerciali	Altre passività correnti
Totale parti correlate	383	(11.783)	(5.946)
Totale bilancio consolidato	326.382	(540.914)	(145.464)
Incidenza %	0,1%	2,2%	4,1%

10.2. PIANI DI INCENTIVAZIONE AZIONARIA

Il Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2025 riflette i valori dei Piani di *Performance Shares* approvati nel 2022 e nel 2024.

I costi relativi ai piani di incentivazione azionaria nel 2025 ammontano ad Euro 33,4 milioni, rispetto ad Euro 47,0 milioni nel corrispondente periodo del 2024.

In data 21 aprile 2022, l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti ha inoltre approvato, ai sensi dell'Art. 114-bis del TUF, l'adozione di un piano di *stock grant* denominato "Piano di *Performance Shares* 2022" riservato agli Amministratori Esecutivi, Dirigenti con Responsabilità Strategiche, dipendenti, collaboratori e consulenti di Moncler e delle società da questa controllate.

Tale piano ha ad oggetto l'attribuzione gratuita di azioni, in caso di raggiungimento di determinati obiettivi di performance al termine del *vesting* pari a 3 anni.

Gli obiettivi di *performance* sono espressi dai seguenti indici del Gruppo, misurati nel periodo di *vesting*, eventualmente rettificati dalle condizioni di *over/under performance*: (i) *Net Income*, (ii) *Free Cash Flow* e (iii) ESG (*Environmental Social Governance*).

Il numero massimo di Azioni a servizio del Piano è pari a n. 2.000.000 rivenienti dall'assegnazione di azioni proprie.

Il suddetto piano prevede al massimo 3 cicli di attribuzione. Con riferimento al primo ciclo di attribuzione, in data 4 maggio 2022, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'assegnazione di n. 971.169 Diritti Moncler. In data 4 maggio 2023, dando esecuzione al secondo ciclo di attribuzione, il Consiglio di Amministrazione di Moncler ha approvato l'assegnazione di un numero massimo di Diritti Moncler pari a 436.349.

Per quanto concerne il primo ciclo di attribuzione:

- Il *vesting period* pari a 3 anni è terminato con l'approvazione del Progetto di Bilancio al 31 dicembre 2024;
- Gli obiettivi di *performance* sono stati raggiunti, unitamente alla condizione di *over performance* e sono state quindi assegnate ai beneficiari n. 991.856 azioni (comprehensive di n. 128.129 azioni derivanti dall'*over performance*) tramite utilizzo di azioni proprie.

Al 31 dicembre 2025 risultano in circolazione n. 361.062 diritti relativi al secondo ciclo di attribuzione, il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 7,9 milioni, mentre non risultano in circolazione diritti relativi al primo ciclo di attribuzione, il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 2,4 milioni.

In data 24 aprile 2024, l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti ha approvato, ai sensi dell'Art. 114-bis del TUF, l'adozione di un piano di *stock grant* denominato "Piano di *Performance Shares* 2024" riservato agli Amministratori Esecutivi, Dirigenti con Responsabilità Strategiche, dipendenti, collaboratori e consulenti di Moncler e delle società da questa controllate.

Tale piano ha ad oggetto l'attribuzione gratuita di azioni, in caso di raggiungimento di determinati obiettivi di performance al termine del *vesting* pari a 3 anni.

Gli obiettivi di *performance* sono espressi dai seguenti indici del Gruppo, misurati nel periodo di *vesting*, eventualmente rettificati dalle condizioni di *over/under performance*: (i) *Net Income*, (ii) *Free Cash Flow* e (iii) ESG (*Environmental Social Governance*).

Il numero massimo di Azioni a servizio del Piano è pari a n. 2.000.000 rivenienti dall'assegnazione di azioni proprie.

In data 24 aprile 2024, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'assegnazione di n. 1.109.219 Diritti Moncler.

Al 31 dicembre 2025 risultano in circolazione n. 988.614 diritti, il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 21,3 milioni.

Ai sensi dell'IFRS 2, i piani sopra descritti sono definiti come *Equity Settled*.

Per informazioni sui documenti informativi relativi ai piani di *performance shares* sopra descritti, si rinvia al sito internet della Società, www.monclergroup.com, nella Sezione "Governance/Assemblea degli azionisti".

10.3. SOCIETÀ CONTROLLATE E PARTECIPAZIONI DI TERZI

A seguire i dati economico-finanziari delle società controllate che hanno partecipazioni di terzi significative.

Principali dati di bilancio			31/12/2025			
(Euro/000)	Attività	Passività	Patrimonio Netto	Ricavi	Utile/ (Perdita)	Utile/ (Perdita) di terzi
White Tech Sp.zo.o.	357	40	317	258	(7)	(2)

Principali dati di bilancio			31/12/2024			
(Euro/000)	Attività	Passività	Patrimonio Netto	Ricavi	Utile/ (Perdita)	Utile/ (Perdita) di terzi
White Tech Sp.zo.o.	369	49	320	241	1	0

Rendiconto finanziario 2025 (*)	
(Euro/000)	White Tech Sp.zo.o.
Cash Flow della Gestione Operativa	146
Free Cash Flow	141
Net Cash Flow	145

Rendiconto finanziario 2024 (*)	
(Euro/000)	White Tech Sp.zo.o.
Cash Flow della Gestione Operativa	(215)
Free Cash Flow	(214)
Net Cash Flow	(209)

(*) Grandezze esposte secondo lo schema del rendiconto finanziario della Relazione sulla gestione

10.4. EVENTI ED OPERAZIONI SIGNIFICATIVE NON RICORRENTI

Si segnala che nel Gruppo, nel corso dell'esercizio 2025 non vi sono eventi ed operazioni significative non ricorrenti.

10.5. OPERAZIONI ATIPICHE E/O INUSUALI

Si segnala che nel Gruppo, nel corso dell'esercizio 2025 non vi sono posizioni o transazioni derivanti da operazioni atipiche e/o inusuali.

10.6. STRUMENTI FINANZIARI

Nella seguente tabella sono esposti, per ogni attività e passività finanziaria, il valore contabile ed il *fair value*, compreso il relativo livello della gerarchia del *fair value* degli strumenti finanziari valutati al *fair value*. Sono escluse le informazioni sul *fair value* delle attività e delle passività finanziarie non valutate al *fair value*, quando il valore contabile rappresenta una ragionevole approssimazione del *fair value*.

(Euro/000)				
31 dicembre 2025	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Attività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	
Contratti a termine su cambi di copertura	16.128	-	16.128	2
Totale	16.128	-	16.128	
Attività finanziarie non valutate a fair value				
Crediti commerciali e altri crediti (*)	292.133	51.227		
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti (*)	1.461.277	-		
Totale	1.753.410	51.227	-	
Totale generale	1.769.538	51.227	16.128	

(Euro/000)				
31 dicembre 2024	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Attività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	
Contratti a termine su cambi di copertura	4.648	-	4.648	2
Totale	4.648	-	4.648	
Attività finanziarie non valutate a fair value				
Crediti commerciali e altri crediti (*)	326.382	46.522		
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti (*)	1.337.335	-		
Totale	1.663.716	46.522	-	
Totale generale	1.668.364	46.522	4.648	

(Euro/000)				
31 dicembre 2025	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Passività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	2
Contratti a termine su cambi di copertura	(4.733)	-	(4.733)	2
Altri debiti	(8.317)	(6.034)	(14.351)	3
Totale	(13.050)	(6.034)	(19.084)	
Passività finanziarie non valutate a fair value				
Debiti commerciali e altri debiti (*)	(548.107)	-		
Debiti in conto corrente (*)	(1)	-		
Anticipi bancari (*)	-	-		
Finanziamenti bancari (*)	-	-		
Debiti finanziari IFRS 16 (*)	(176.915)	(932.456)		
Totale	(725.023)	(932.456)	-	
Totale generale	(738.073)	(938.490)	(19.084)	

(Euro/000)				
31 dicembre 2024	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Passività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	2
Contratti a termine su cambi di copertura	(9.446)	-	(9.446)	2
Altri debiti	(8.383)	(15.267)	(23.650)	3
Totale	(17.829)	(15.267)	(33.097)	
Passività finanziarie non valutate a fair value				
Debiti commerciali e altri debiti (*)	(572.697)	-		
Debiti in conto corrente (*)	(6)	-		
Anticipi bancari (*)	-	-		
Finanziamenti bancari (*)	-	-		
Debiti finanziari IFRS 16 (*)	(178.284)	(745.921)		
Totale	(750.987)	(745.921)	-	
Totale generale	(768.817)	(761.188)	(33.097)	

(*) Trattasi di attività e passività finanziarie a breve il cui valore di carico approssima ragionevolmente il fair value che, pertanto, non è stato indicato.

10.7. COMPENSI ALLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Si evidenziano di seguito i corrispettivi della società di revisione:

Servizi di revisione, di attestazione ed altri servizi		
(Euro)	Soggetto che ha erogato il servizio	Corrispettivi di competenza 2025
Revisione contabile	Deloitte & Touche S.p.A.	477.780
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	233.756
Servizi di attestazione	Deloitte & Touche S.p.A.	229.510
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	0
Altri servizi	Deloitte & Touche S.p.A.	0
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	0
Totale		941.046

10.8. INFORMATIVA AI SENSI DELLA LEGGE N. 124/2017

In relazione a quanto richiesto dalla legge n. 124/2017, si segnala che, nel corso del 2025:

- la società Moncler S.p.A. ha beneficiato del credito di imposta relativo alla ricerca e sviluppo per un importo pari ad Euro 613 mila e del credito art bonus per Euro 19 mila;
- la società Industries S.p.A. ha beneficiato del credito d'imposta Industria 4.0 per Euro 519 mila e del credito di imposta relativo alla ricerca e sviluppo per Euro 70 mila;
- la società Sportswear Company S.p.A. ha beneficiato del credito di imposta relativo alla ricerca e sviluppo per Euro 178 mila.

Ai fini degli adempimenti sopra citati, in relazione ad eventuali altri contributi ricevuti che rientrino nelle fattispecie previste, si rinvia inoltre all'apposito Registro nazionale pubblicamente consultabile.

10.9. CONTESTO MACROECONOMICO

In merito all'introduzione di dazi aggiuntivi negli Stati Uniti, al momento non sono previsti impatti diretti significativi tali da influenzare le valutazioni di bilancio; tuttavia il Gruppo monitora il possibile impatto indiretto che i dazi potrebbero avere sulla "consumer confidence", sulle dinamiche inflattive e sui tassi di cambio, considerata anche l'incertezza del contesto normativo e macroeconomico attuale.

11.FATTI DI RILIEVO INTERVENUTI 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.

Il presente Bilancio Consolidato, composto da conto economico consolidato, conto economico complessivo, prospetto consolidato della situazione patrimoniale-finanziaria, prospetto delle variazioni di patrimonio netto, rendiconto finanziario consolidato e note al Bilancio Consolidato, rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria nonché il risultato economico e i flussi di cassa e corrisponde alle risultanze delle scritture contabili della Controllante e dalle società incluse nel consolidamento.

Per il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A.

Remo Ruffini

Presidente e Amministratore Delegato

3

BILANCIO D'ESERCIZIO

PROSPETTI DEL BILANCIO D'ESERCIZIO

Conto economico

Conto economico complessivo

Situazione patrimoniale-finanziaria

Variazioni di patrimonio netto

Rendiconto finanziario

NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO D'ESERCIZIO

Informazioni generali

Principi contabili rilevanti

Commenti al conto economico

Commenti alla situazione patrimoniale-finanziaria

Garanzie prestate ed impegni

Passività potenziali

Informazioni su rischi finanziari

Altre informazioni

Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura dell'esercizio

Proposta di approvazione del bilancio e di destinazione del risultato di esercizio 2025

Moncler S.p.A.

Sede Sociale: Via Stendhal 47, MILANO – ITALIA

Capitale sociale: Euro 54.961.190,80 i.v. – Numero di registrazione CCIAA: MI-1763158

Partita Iva e codice fiscale: 04642290961

PROSPETTI DEL BILANCIO D'ESERCIZIO

CONTO ECONOMICO

Conto economico	Note	Esercizio 2025	di cui parti correlate (nota 8.1)	Esercizio 2024	di cui parti correlate (nota 8.1)
(Euro)					
Ricavi	3.1	490.449.410	488.937.249	491.917.863	489.342.566
Spese generali ed amministrative	3.2	(76.081.310)	(18.397.884)	(84.110.153)	(21.185.371)
Spese di marketing	3.3	(100.559.303)	(125.281)	(82.517.128)	(51.801)
Risultato operativo		313.808.797		325.290.582	
Proventi finanziari	3.5	224.503.730	3.917.639	438.583.530	2.465.380
Oneri finanziari	3.5	(10.344.418)	(10.202.925)	(21.942.605)	(21.442.132)
Risultato ante imposte		527.968.109		741.931.507	
Imposte sul reddito	3.6	(89.801.811)		(90.045.750)	
Risultato netto		438.166.298		651.885.757	

CONTO ECONOMICO COMPLESSIVO

Conto economico complessivo (Euro)	Note	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Utile (perdita) del periodo		438.166.298	651.885.757
Utili (perdite) sui derivati di copertura	4.16	(1)	1
Componenti che potrebbero essere riversati nel conto economico in periodi successivi		(1)	1
Utili (perdite) attuariali trattamento di fine rapporto	4.16	48.493	45.651
Componenti che non saranno riversati nel conto economico in periodi successivi		48.493	45.651
Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale		48.492	45.652
Totale utile (perdita) complessivo		438.214.790	651.931.409

SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA

Situazione patrimoniale - finanziaria					
(Euro)	Note	31/12/25	di cui parti correlate (nota 8.1)	31/12/24	di cui parti correlate (nota 8.1)
Marchi e altre immobilizzazioni immateriali, nette	4.1	1.003.800.148		1.002.557.770	
Immobilizzazioni materiali, nette	4.3	843.804		1.140.559	
Partecipazioni in società controllate	4.4	1.022.157.899		1.000.012.420	
Altre attività non correnti	4.9	258.600		258.600	
Crediti per imposte anticipate	4.5	3.905.144		4.125.602	
Attivo non corrente		2.030.965.595		2.008.094.951	
Crediti verso clienti	4.6	866.362		968.558	
Crediti verso società del Gruppo	4.6	49.152.810	49.152.810	67.875.527	67.875.527
Crediti tributari	4.15	932.131		4.772.267	
Altre attività correnti	4.9	16.590.857		6.408.197	
Altre attività correnti verso società del Gruppo	4.9	18.560.746	18.560.746	14.866.857	14.866.857
Crediti finanziari verso società del Gruppo	4.8	1.439.887	1.439.887	104.441.993	104.441.993
Cassa e banche	4.7	137.379.161		130.655.043	
Attivo corrente		224.921.953		329.988.442	
Totale attivo		2.255.887.548		2.338.083.393	
Capitale sociale	4.16	54.961.191		54.961.191	
Riserva sovrapprezzo azioni	4.16	745.308.990		745.308.990	
Altre riserve	4.16	661.482.485		331.323.321	
Risultato netto	4.16	438.166.298		651.885.757	
Patrimonio netto		1.899.918.964		1.783.479.259	
Debiti finanziari a lungo termine	4.14	416.610		245.193	
Debiti finanziari a lungo termine verso società del Gruppo	4.14	0	0	150.000.000	150.000.000
Fondi rischi non correnti	4.13	2.972.664		1.900.000	0
Trattamento di fine rapporto	4.12	2.949.274		2.637.165	
Debiti per imposte differite	4.5	138.478.850		93.959.388	
Passivo non corrente		144.817.398		248.741.746	
Debiti finanziari a breve termine	4.14	337.610		209.535	
Debiti finanziari verso società del Gruppo	4.14	115.000.000	115.000.000	200.000.000	200.000.000
Debiti commerciali	4.10	34.283.272		29.728.196	0
Debiti commerciali verso società del Gruppo	4.10	7.255.263	7.255.263	1.198.734	1.198.734
Debiti tributari	4.15	19.353.342		13.968.921	
Altre passività correnti	4.11	14.460.442	3.139.015	15.200.656	4.013.472
Altre passività correnti verso società del Gruppo	4.11	20.461.258	20.461.258	45.556.346	45.556.346
Passivo corrente		211.151.186		305.862.388	
Totale passivo e patrimonio netto		2.255.887.548		2.338.083.393	

PROSPETTO DELLE VARIAZIONI DEL PATRIMONIO NETTO

Prospetto delle variazioni del Patrimonio netto						Altre riserve						
(Euro)	Note	Capitale sociale	Riserva sovrapprezzo azioni	Riserva legale	Altri utili complessivi	Riserva IFRS 2	Riserva da utili su cambi	Riserva FTA	Utili indivisi	Risultato del periodo	Patrimonio netto	
Patrimonio Netto al 01.01.2024	4.16	54.925.535	745.308.990	10.985.107	(128.830)	57.042.417	85.963	(19.585)	334.653.447	195.734.596	1.398.587.640	
Destinazione utile esercizio precedente		0	0	7.131	0	0	0	0	195.727.465	(195.734.596)	0	
Aumento capitale sociale e riserve		35.656	0	0	0	0	0	0	(35.656)	0	0	
Riclassifica		0	0	0	0	0	0	19.585	(19.585)	0	0	
Dividendi		0	0	0	0	0	0	0	(311.197.411)	0	(311.197.411)	
Altre variazioni nel patrimonio netto		0	0	0	45.652	19.153.903	0	0	25.003.718	0	44.203.273	
Risultato del periodo		0	0	0	0	0	0	0	0	651.885.757	651.885.757	
Patrimonio Netto al 31.12.2024	4.16	54.961.191	745.308.990	10.992.238	(83.178)	76.196.320	85.963	0	244.131.978	651.885.757	1.783.479.259	
Patrimonio Netto al 01.01.2025	4.16	54.961.191	745.308.990	10.992.238	(83.178)	76.196.320	85.963	0	244.131.978	651.885.757	1.783.479.259	
Destinazione utile esercizio precedente		0	0	0	0	0	0	0	651.885.757	(651.885.757)	0	
Aumento capitale sociale e riserve		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Riclassifica		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Dividendi		0	0	0	0	0	0	0	(353.046.070)	0	(353.046.070)	
Altre variazioni nel patrimonio netto		0	0	0	48.492	(17.587.842)	0	0	48.858.827	0	31.319.477	
Risultato del periodo		0	0	0	0	0	0	0	0	438.166.298	438.166.298	
Patrimonio Netto al 31.12.2025	4.16	54.961.191	745.308.990	10.992.238	(34.686)	58.608.478	85.963	0	591.830.492	438.166.298	1.899.918.964	

PROSPETTO DI RENDICONTO FINANZIARIO

Prospetto di rendiconto finanziario				
(Euro)	Esercizio 2025	di cui parti correlate (nota 8.1)	Esercizio 2024	di cui parti correlate (nota 8.1)
<i>Flusso di cassa della gestione operativa</i>				
Risultato del periodo	438.166.298		651.885.757	
Ammortamenti immobilizzazioni	2.032.602		2.346.788	
Costi (Ricavi) finanziari, netti	(214.159.312)		(416.640.925)	
Operazioni con pagamento basato su azioni regolato con strumenti rappresentativi di capitale	9.125.505		14.931.734	
Imposte dell'esercizio	89.801.811		90.045.750	
Variazione dei crediti commerciali - (Incremento)/Decremento	18.824.913	18.722.717	29.463.625	28.896.864
Variazione dei debiti commerciali - Incremento/(Decremento)	10.814.145	6.056.529	(11.888.333)	(3.118.623)
Variazione degli altri crediti/debiti correnti	(10.812.570)	(874.456)	(8.471.142)	(1.189.855)
Flusso di cassa generato/(assorbito) dalla gestione operativa	343.793.392		351.673.254	
Interessi pagati	(10.227.331)		(21.530.593)	
Interessi ricevuti	5.301.190		2.533.600	
Imposte e tasse pagate	(147.064.511)		(137.234.307)	
Imposte ricevute da consolidato fiscale	83.545.633	83.545.633	142.674.667	142.674.667
IVA ricevuta da Consolidato IVA	(1.107.433)	(1.107.433)	20.756.616	20.756.616
Variazione degli altri crediti/debiti non correnti	1.418.552		721.991	
Flusso di cassa netto della gestione operativa (a)	275.659.492		359.595.228	
<i>Flusso di cassa della gestione degli investimenti</i>				
Acquisto di immobilizzazioni materiali ed immateriali	(2.150.806)		(2.312.047)	
Dividendi ricevuti	219.000.000		436.049.930	
Flusso di cassa netto della gestione degli investimenti (b)	216.849.194		433.737.883	
<i>Flusso di cassa della gestione dei finanziamenti</i>				
Rimborso di debiti per leasing	(555.646)		(1.067.540)	
Variazioni dei finanziamenti, diversi dai finanziamenti bancari	(131.997.893)	(131.997.894)	(351.560.714)	(351.560.714)
Dividendi pagati ai soci	(353.231.034)		(311.014.039)	
Flusso di cassa netto della gestione finanziaria (c)	(485.784.573)		(663.642.293)	
Incremento/(Decremento) netto della cassa e altre disponibilità finanziarie (a)+(b)+(c)	6.724.113		129.690.818	
Cassa e altre disponibilità finanziarie all'inizio del periodo	130.654.965		964.147	
Incremento/(Decremento) netto della cassa e altre disponibilità finanziarie	6.724.113		129.690.818	
Cassa e altre disponibilità finanziarie alla fine del periodo	137.379.078		130.654.965	

Per il Consiglio di Amministrazione

Remo Ruffini

Presidente e Amministratore Delegato

NOTE ESPLICATIVE AL BILANCIO D'ESERCIZIO

1. INFORMAZIONI GENERALI

1.1. MONCLER S.p.A.

Moncler S.p.A. (a cui di seguito si fa riferimento come "la Società" o "Moncler") è una società costituita e domiciliata in Italia. L'indirizzo della sede legale è Via Stendhal 47 Milano, Italia ed il numero di registrazione è 04642290961.

La Società è controllata di fatto indirettamente da Remo Ruffini per il tramite di Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l. (RPH) e di Double R S.r.l. (DR): in particolare, Remo Ruffini detiene l'intero capitale sociale di RPH, società che controlla DR che, a sua volta, al 31 dicembre 2025 detiene una partecipazione rappresentativa del 18,2% del capitale sociale di Moncler S.p.A.

La Società è inoltre la controllante di riferimento per il Gruppo Moncler (a cui di seguito si fa riferimento come "Gruppo") che comprende 54 società controllate.

L'attività principale della Società è la gestione e la divulgazione, attraverso campagne di comunicazione e marketing, dell'immagine dei marchi di proprietà Moncler e Stone Island.

Le società del Gruppo Moncler gestiscono le loro attività in accordo con le linee guida di business e le strategie sviluppate dal Consiglio di Amministrazione di Moncler.

La Società redige anche il Bilancio Consolidato di Gruppo e la Relazione sulla Gestione è un documento unico così come consentito dall'art. 40/2 bis, lett. B D.Lgs. 127/91.

1.2. PRINCIPI PER LA PREDISPOSIZIONE DEL BILANCIO

1.2.1. PRINCIPI CONTABILI DI RIFERIMENTO

Il Bilancio d'Esercizio 2025 è stato predisposto nel rispetto dei Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board ("IASB") ed omologati dall'Unione Europea. Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali rivisti ("IAS") e tutte le interpretazioni dell'International Financial Reporting Interpretations Committee ("IFRIC"), precedentemente denominate Standing Interpretations Committee ("SIC").

Il presente Bilancio d'Esercizio include il prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria, il conto economico, il conto economico complessivo, il prospetto delle variazioni di patrimonio netto, il rendiconto finanziario e le note esplicative.

1.2.2. SCHEMI DI BILANCIO

La Società presenta il conto economico per destinazione, forma ritenuta più rappresentativa in relazione al tipo di attività svolta. La forma scelta è, infatti, conforme con le modalità di reporting interno e di gestione del business.

Con riferimento al prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria è stata adottata una forma di presentazione che prevede la distinzione delle attività e passività tra correnti e non correnti, secondo quanto previsto dal paragrafo 60 e seguenti dello IAS 1.

Per il rendiconto finanziario è stato adottato il metodo di rappresentazione indiretto.

1.2.3. PRINCIPI DI REDAZIONE

Il bilancio è redatto sulla base del principio del costo storico, eventualmente modificato come richiesto dall'IFRS 9 per la valutazione di alcuni strumenti finanziari, nonché sul presupposto della continuità aziendale.

Il bilancio è redatto in unità di Euro, che coincide con la moneta corrente del paese in cui la Società opera.

Le Note esplicative sono redatte, ove non diversamente specificato, in migliaia di Euro.

1.2.4. VALUTAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI SUL PRESUPPOSTO DELLA CONTINUITÀ AZIENDALE

Sulla base dei risultati ottenuti nell'esercizio in corso e delle previsioni per gli anni futuri, il management ritiene non sussistano elementi di incertezza sulla continuità aziendale. In particolare, la solidità patrimoniale della Società e le disponibilità liquide di fine esercizio garantiscono un'elevata autonomia finanziaria a supporto delle esigenze operative e dei programmi di sviluppo di Moncler. Per l'esercizio 2026 l'operatività aziendale risulta ampiamente garantita, sia in termini di offerta di prodotti nei diversi mercati e canali distributivi (da cui derivano le royalties attive riconosciute dalle società controllate per l'utilizzo dei marchi di proprietà), che nella capacità di gestione e organizzazione delle attività di business.

Uso di stime e valutazioni nella redazione del bilancio

La redazione del bilancio e delle relative note in applicazione degli IFRS richiede da parte della direzione il ricorso a stime e assunzioni che hanno effetto sui valori delle attività e delle passività di bilancio e sull'informativa relativa ad attività e passività potenziali alla data di bilancio. I risultati che si consuntiveranno potrebbero pertanto differire da tali stime.

Gli effetti di ogni variazione ad esse apportate sono riflessi a conto economico nel periodo in cui avviene la revisione di stima se la revisione stessa ha effetti solo su tale periodo, o anche nei periodi successivi se la revisione ha effetti sia sull'esercizio corrente, sia su quelli futuri.

Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e sono basate sull'esperienza e su altri fattori considerati rilevanti, incluse aspettative su eventi futuri che si ritengono ragionevolmente probabili in seguito alle circostanze in essere. Nel caso in cui le stime della direzione possano avere un effetto significativo sui valori rilevati nel bilancio, o per le quali esiste il rischio che possano emergere rettifiche di valore significative al valore contabile delle attività e passività nell'esercizio successivo a quello di riferimento del bilancio, i successivi paragrafi delle Note esplicative includono le informazioni rilevanti a cui le stime si riferiscono.

Le stime si riferiscono principalmente alle seguenti voci di bilancio:

- valore recuperabile delle attività non correnti (marchio) e delle partecipazioni ("*impairment*");
- stima dei fondi rischi e delle passività potenziali;
- sistemi di incentivazione e remunerazione variabile.

*Valore recuperabile delle attività non correnti a vita utile indefinita (marchio) e delle partecipazioni ("*impairment*")*

Il management rivede periodicamente il valore contabile delle attività non correnti detenute ed utilizzate, delle attività che devono essere dismesse e delle partecipazioni, quando fatti e circostanze

richiedono tale revisione. Tale attività è svolta utilizzando le stime dei flussi di cassa attesi dall'utilizzo o dalla vendita del bene ed adeguati tassi di sconto per il calcolo del valore attuale.

Quando il valore contabile di un'attività non corrente ha subito una perdita di valore, si rileva a bilancio una svalutazione per il valore dell'eccedenza tra il valore contabile del bene ed il suo valore recuperabile attraverso l'uso o la vendita dello stesso, determinata con riferimento ai più recenti piani aziendali e di Gruppo.

Stima dei fondi rischi e delle passività potenziali

La Società può essere soggetta a contenziosi legali e fiscali riguardanti una vasta tipologia di problematiche che sono sottoposte alla giurisdizione di diversi stati. Le cause ed i contenziosi contro la Società sono soggette a un diverso grado di incertezza, inclusi i fatti e le circostanze inerenti a ciascun contenzioso, la giurisdizione e le differenti leggi applicabili. Nel normale corso del business, il management si consulta con i propri consulenti legali ed esperti in materia legale e fiscale. La Società rileva una passività a fronte di tali contenziosi quando ritiene probabile che si verificherà un esborso finanziario e quando l'ammontare delle perdite che ne deriveranno può essere ragionevolmente stimato. Nel caso in cui un esborso finanziario diventi possibile ma non ne sia determinabile l'ammontare, tale fatto è riportato nelle note di bilancio.

Sistemi di incentivazione e remunerazione variabile

Per la descrizione in merito alla determinazione del fair value dei pagamenti basati su azioni per l'incentivazione del management del Gruppo Moncler si rinvia al paragrafo 2.9.

1.3. IMPATTO DELLE TEMATICHE RELATIVE AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Il Gruppo ha definito una strategia climatica finalizzata alla riduzione delle emissioni di gas effetto serra (GHG), nell'intento di contribuire positivamente all'obiettivo globale di combattere il cambiamento climatico, in linea con quanto richiesto nell'Accordo di Parigi sul clima. Tale strategia, integrata nel modello di business del Gruppo, comprende obiettivi a medio e lungo termine.

In particolare, il Gruppo si è impegnato a ridurre, entro il 2030, del 70% le emissioni di CO₂e assolute di scope 1 e scope 2 (in linea con l'ambizione "1,5°C") e del 52% le emissioni di CO₂e di scope 3 per unità di prodotto venduto rispetto al 2021 (in linea con l'ambizione "Well-Below 2°C"). Tali obiettivi, sottomessi nel 2022 e formalmente approvati dall'iniziativa Science Based Targets (SBTi)¹, sono stati giudicati coerenti con il contributo richiesto alle aziende per limitare l'innalzamento massimo della temperatura mondiale rispetto ai livelli pre-industriali.

Nel 2025, il Gruppo ha condotto un'analisi interna per rivedere il proprio obiettivo di decarbonizzazione relativo alle emissioni di scope 3 e allinearli alle best practice che vedono nel target assoluto un impegno più virtuoso. Attualmente questa proposta è in fase di valutazione da parte di SBTi. L'obiettivo sulle emissioni scope 1 e scope 2 resta invariato, in quanto il perimetro non ha subito variazioni significative.

Inoltre, il Gruppo Moncler si è impegnato a raggiungere emissioni nette zero (Net Zero²) lungo tutta la catena del valore entro il 2050.

¹ Promossa da CDP, United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) e World Wide Fund for Nature (WWF), la Science Based Targets initiative stabilisce e promuove le best-practice nella definizione dei science-based target, oltre a valutare gli obiettivi delle aziende.

² Il raggiungimento di Net Zero comporta l'equilibrio complessivo tra le emissioni di gas a effetto serra (GHG) prodotte e quelle assorbite dagli ecosistemi, attraverso meccanismi di neutralizzazione. In particolare, per contribuire al raggiungimento di emissioni nette zero, le aziende devono ridurre le emissioni e neutralizzare le emissioni residue.

Le principali azioni intraprese per il raggiungimento di tali obiettivi sono le seguenti:

- utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili (sia acquistata che autoprodotta);
- implementazione di attività di efficienza energetica (sistemi di gestione degli edifici Building Management System – BMS, sistemi di illuminazione, condizionamento e riscaldamento più efficienti, miglioramento dell'isolamento termico degli edifici e promozione di standard ambientali per gli edifici);
- adozione di veicoli a basse emissioni nella flotta di auto del Gruppo;
- ottenimento di certificazioni LEED per i nuovi negozi³ e per tutte le nuove costruzioni aziendali.

Per le emissioni di Scope 3:

- progressiva introduzione di materiali “preferred” nelle collezioni;
- promozione di progetti di agricoltura rigenerativa;
- decarbonizzazione della catena di fornitura attraverso misure di efficientamento energetico e l’adozione di energie da fonti rinnovabili.

È stato valutato l'impatto dei cambiamenti climatici anche con riferimento alle stime e alle valutazioni effettuate nel bilancio.

Alla data di rendicontazione, non vi sono effetti rilevanti sulle grandezze rappresentate nel Bilancio.

A partire dal 2020, per i Piani di Performance Share è stato introdotto un indicatore ESG (Environmental, Social and Governance) con un peso del 15% e che prevede il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

³ Esclusi gli Shop-in-shop.

2. PRINCIPI CONTABILI RILEVANTI

I principi contabili di seguito indicati sono stati utilizzati coerentemente per l'anno 2025 ed il periodo comparativo.

2.1. IMMOBILI, IMPIANTI E MACCHINARI

Immobili, impianti e macchinari sono iscritti al costo di acquisto o di produzione, non rivalutato al netto dell'ammontare cumulato degli ammortamenti e delle perdite di valore ("impairment"). Il costo include il prezzo pagato per l'acquisto e tutti i costi direttamente attribuibili per portare il bene nel luogo e nelle condizioni utili al suo utilizzo.

Ammortamento

L'ammortamento è calcolato in base ad un criterio a quote costanti sulla vita utile stimata degli immobili, impianti e macchinari come riportato in tabella:

Categoria	Periodo
Terreni	Non ammortizzati
Fabbricati	Da 10 a 33 anni
Impianti e macchinari	Da 6 a 12 anni
Mobili e arredi	Da 5 a 10 anni
Macchinari elettronici d'ufficio	Da 3 a 5 anni
Migliorie su beni di terzi	Vita utile della miglioria
Diritti di utilizzo	Durata contrattuale
Altre immobilizzazioni materiali	In dipendenza delle condizioni di mercato e generalmente entro la vita utile attesa del bene di riferimento

I beni acquisiti in leasing sono ammortizzati nel minore tra il periodo del leasing e la loro vita utile a meno che non sia ragionevolmente certo che la Società otterrà la proprietà del bene alla fine del periodo contrattuale.

Il periodo di ammortamento è rivisto in ciascun esercizio e corretto se necessario in base alle mutate condizioni economiche del bene.

Utile/Perdita derivante dalla cessione di immobili, impianti e macchinari

L'utile o la perdita derivante dalla cessione di immobili, impianti e macchinari rappresenta la differenza tra il ricavo ed il valore netto del bene alla data della cessione. Le cessioni sono contabilizzate quando l'operazione è definitiva o non più soggetta a condizioni che posticipano gli effetti del trasferimento della proprietà.

2.2. ATTIVITÀ IMMATERIALI

Marchi

I marchi separatamente acquisiti sono iscritti al costo storico di acquisto. I marchi acquisiti a seguito di una "business combination" sono iscritti al valore equo determinato alla data dell'operazione di aggregazione aziendale.

I marchi sono trattati come un'attività a vita utile indefinita e dopo la rilevazione iniziale sono valutati al costo al netto delle eventuali perdite di valore accumulate. I marchi non sono ammortizzati ma

vengono sottoposti annualmente, o più frequentemente se specifici eventi o modificate circostanze indicano la possibilità di aver subito una perdita di valore, a verifiche per identificare eventuali riduzioni di valore.

Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo 2.5 "Perdita di valore delle attività".

Altre attività immateriali a vita utile definita

I *software* (incluse le licenze e i costi separatamente identificabili come costi di sviluppo esterno) sono iscritti come attività immateriali al prezzo di acquisto inclusi i costi direttamente attribuibili per predisporre il bene immateriale ad essere pronto per l'utilizzo. I software e le altre attività immateriali che hanno una vita utile definita sono valutate al costo al netto dell'ammortamento e delle perdite di valore accumulate.

Ammortamento delle attività immateriali a vita utile definita

L'ammortamento delle attività immateriali a vita utile definita è determinato a quote costanti sulla vita stimata residua come definito in tabella:

Categoria	Periodo
Licenze	In base alle condizioni di mercato all'interno del periodo contrattuale di licenza o ai limiti legali per l'utilizzo della licenza stessa
Software	Da 3 a 5 anni
Altre immobilizzazioni immateriali	In base alle condizioni di mercato e generalmente all'interno del periodo in cui si esercita il controllo dell'attività

2.3. ATTIVITÀ NON CORRENTI DETENUTE PER LA VENDITA E DISCONTINUED OPERATIONS

Le attività non correnti destinate alla vendita e i gruppi in dismissione sono classificate come attività destinate alla vendita quando il loro valore è recuperabile principalmente attraverso una transazione di vendita ed essa è ritenuta probabile. In tal caso vengono valutate al minor tra valore contabile e valore equo (*fair value*) al netto dei costi di vendita se il loro valore è recuperabile principalmente attraverso la vendita più che attraverso il loro uso continuato.

Le attività operative cessate (*discontinued operations*) sono attività che:

- rappresentano una separata linea di business principale o le attività di un'area geografica;
- fanno parte di un singolo e coordinato piano per la cessione di una separata linea di business principale o le attività di un'area geografica;
- sono costituite da società controllate acquisite con l'intento esclusivo di essere rivendute.

Nel conto economico, le attività non correnti destinate alla vendita e i gruppi in dismissione che rispettano i requisiti dell'IFRS 5 per essere definiti come "*discontinued operations*" vengono presentati in un'unica voce che include sia gli utili e le perdite, che le minusvalenze ovvero le plusvalenze da cessione ed il relativo effetto fiscale. Il periodo comparativo viene conseguentemente ripresentato come richiesto dall'IFRS 5.

Per quanto riguarda la situazione patrimoniale e finanziaria, le attività non correnti destinate alla vendita ed i gruppi in dismissione che rispettano i requisiti previsti dall'IFRS 5 vengono riclassificati tra le attività e le passività correnti nell'esercizio in cui tali requisiti si manifestano. L'esercizio comparativo non viene ripresentato o riclassificato.

2.4. PARTECIPAZIONI

Nel bilancio di esercizio della Società, le partecipazioni in società controllate, collegate e associate sono contabilizzate come di seguito descritto:

- al costo, comprensivo di eventuali oneri accessori; o
- in accordo con il principio contabile internazionale IFRS 9.

La Società contabilizza i dividendi dalle società controllate, collegate o associate nel suo conto economico quando sorge il diritto a ricevere tali dividendi.

2.5. PERDITA DI VALORE DELLE ATTIVITÀ

La Società verifica, almeno una volta all'anno se vi sia qualche indicazione che le attività immateriali a vita utile definita, gli Immobili, impianti e macchinari e le partecipazioni possano aver subito una perdita di valore. Se esiste una tale evidenza, il valore di carico delle attività è ridotto al relativo valore recuperabile.

Un'attività immateriale con vita utile indefinita è sottoposta a verifica per riduzione di valore ogni anno o più frequentemente, ogniqualvolta vi sia un'indicazione che l'attività possa aver subito una perdita di valore.

Quando non è possibile stimare il valore recuperabile di un singolo bene, la Società stima il valore recuperabile dell'unità generatrice di flussi di cassa ("CGU") cui il bene appartiene. Il valore recuperabile di un'attività è il maggiore tra il *fair value* al netto dei costi di vendita ed il suo valore d'uso. Per determinare il valore d'uso di un'attività la Società calcola il valore attuale dei flussi finanziari futuri stimati, al lordo delle imposte, applicando un tasso di sconto, anch'esso al lordo delle imposte, che riflette le valutazioni correnti di mercato del valore temporale del denaro e dei rischi specifici dell'attività. Una perdita di valore è iscritta se il valore recuperabile è inferiore al valore contabile.

Quando vengono meno le circostanze che hanno determinato la perdita, il valore contabile dell'attività è incrementato fino al valore recuperabile e non può eccedere il valore che sarebbe stato determinato se non fosse stata rilevata alcuna perdita per riduzione di valore. Il ripristino di una perdita di valore è iscritto immediatamente a conto economico.

Relativamente ai marchi Moncler e Stone Island, l'impairment test è effettuato facendo riferimento ai flussi attesi dalla gestione dell'intero business relativo a ciascuno dei due brand.

2.6. BENI IN LEASING

Il 13 gennaio 2016 lo IASB ha pubblicato il nuovo standard IFRS 16 Leasing, che sostituisce lo IAS 17. Tale documento è stato adottato dall'Unione Europea mediante la pubblicazione dello stesso in data 9 novembre 2017. L'IFRS 16 si applica ai bilanci relativi agli esercizi che hanno inizio il 1° gennaio 2019 o successivamente. Il nuovo principio elimina di fatto la differenza nella contabilizzazione del leasing operativo e finanziario pur in presenza di elementi che consentono di semplificarne l'applicazione ed introduce il concetto di controllo all'interno della definizione di leasing. In particolare, per determinare se un contratto rappresenti o meno un leasing, l'IFRS 16 richiede di verificare se il locatario abbia o meno il diritto di controllare l'utilizzo di una determinata attività per un determinato periodo di tempo.

Alla data di decorrenza del leasing, la Società rileva l'attività per il diritto di utilizzo e la passività del leasing. L'attività per il diritto di utilizzo viene inizialmente valutata al costo, comprensivo dell'importo della valutazione iniziale della passività del leasing, rettificato dei pagamenti dovuti per il leasing effettuati alla data o prima della data di decorrenza, incrementato dei costi diretti iniziali sostenuti e di una stima dei costi che il locatario dovrà sostenere per lo smantellamento e la rimozione dell'attività sottostante o per il ripristino dell'attività sottostante o del sito in cui è ubicata, al netto degli incentivi al leasing ricevuti.

L'attività per il diritto di utilizzo viene ammortizzata successivamente a quote costanti dalla data di decorrenza alla fine della durata del leasing, a meno che il leasing trasferisca la proprietà dell'attività sottostante alla Società al termine della durata del leasing. In tal caso, l'attività per il diritto di utilizzo sarà ammortizzata lungo la vita utile dell'attività sottostante, determinata sulla stessa base di quella di immobili e macchinari. Inoltre, l'attività per il diritto di utilizzo viene regolarmente diminuita delle eventuali perdite per riduzione di valore e rettificata al fine di riflettere eventuali variazioni derivanti dalle valutazioni successive della passività del leasing.

La Società valuta la passività del leasing al valore attuale dei pagamenti dovuti per il leasing non versati alla data di decorrenza, attualizzandoli utilizzando il tasso di interesse implicito del leasing.

I pagamenti dovuti per il leasing inclusi nella valutazione della passività del leasing comprendono:

- i pagamenti fissi (inclusi i pagamenti sostanzialmente fissi);
- i pagamenti dovuti per il leasing che dipendono da un indice o un tasso, valutati inizialmente utilizzando un indice o un tasso alla data di decorrenza;
- gli importi che si prevede di pagare a titolo di garanzia sul valore residuo; e
- i pagamenti dovuti per il leasing in un periodo di rinnovo facoltativo se la Società ha la ragionevole certezza di esercitare l'opzione di rinnovo, e le penalità di risoluzione anticipata del leasing, a meno che la Società non abbia la ragionevole certezza di non risolvere anticipatamente il leasing.

La passività del leasing è valutata al costo ammortizzato utilizzando il criterio dell'interesse effettivo ed è rimisurata in caso di modifica dei futuri pagamenti dovuti per il leasing derivanti da una variazione dell'indice o tasso, in caso di modifica dell'importo che la Società prevede di dover pagare a titolo di garanzia sul valore residuo o quando la Società modifica la sua valutazione con riferimento all'esercizio o meno di un'opzione di acquisto, proroga o risoluzione o in caso di revisione dei pagamenti dovuti per il leasing fissi nella sostanza.

Quando la passività del leasing viene rimisurata, il locatario procede ad una corrispondente modifica dell'attività per il diritto di utilizzo. Se il valore contabile dell'attività per il diritto di utilizzo è ridotto a zero, il locatario rileva la modifica nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Nel prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria, la Società espone le attività per il diritto di utilizzo che non soddisfano la definizione di investimenti immobiliari nella voce 'Immobilizzazioni materiali' e le passività del leasing nella voce 'Debiti Finanziari'.

La Società rileva i relativi pagamenti dovuti per il leasing come costo con un criterio a quote costanti lungo la durata del leasing.

Per i contratti sottoscritti prima del 1° gennaio 2019, la Società stabiliva se l'accordo fosse o contenesse un leasing verificando se:

- l'adempimento dell'accordo dipendeva dall'utilizzo di una o più attività specifiche; e
- l'accordo trasferiva il diritto di utilizzare l'attività.

Le altre attività oggetto di leasing erano classificate come leasing operativi e non erano rilevate nel prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria della Società. I pagamenti relativi ai leasing

operativi erano rilevati come costo a quote costanti lungo la durata del leasing, mentre gli incentivi accordati al locatario venivano rilevati come una parte integrante del costo complessivo del leasing lungo la durata del leasing.

2.7. STRUMENTI FINANZIARI

I crediti commerciali e i titoli di debito emessi sono rilevati nel momento in cui vengono originati. Tutte le altre attività e passività finanziarie sono rilevate inizialmente alla data di negoziazione, cioè quando la Società diventa una parte contrattuale dello strumento finanziario.

Fatta eccezione per i crediti commerciali che non contengono una significativa componente di finanziamento, le attività finanziarie sono valutate inizialmente al *fair value* più o meno, nel caso di attività o passività finanziarie non valutate al FVTPL, i costi dell'operazione direttamente attribuibili all'acquisizione o all'emissione dell'attività finanziaria. Al momento della rilevazione iniziale, i crediti commerciali che non hanno una significativa componente di finanziamento sono valutati al loro prezzo dell'operazione.

Al momento della rilevazione iniziale, un'attività finanziaria viene classificata in base alla sua valutazione: al costo ammortizzato, al *fair value* rilevato nelle altre componenti del conto economico complessivo (FVOCI) e al *fair value* rilevato nell'utile/(perdita) d'esercizio (FVTPL).

Le attività finanziarie non sono riclassificate successivamente alla loro rilevazione iniziale, salvo che la Società modifichi il proprio modello di business per la gestione delle attività finanziarie. In tal caso, tutte le attività finanziarie interessate sono riclassificate il primo giorno del primo esercizio successivo alla modifica del modello di business.

Un'attività finanziaria deve essere valutata al costo ammortizzato se sono soddisfatte entrambe le seguenti condizioni e non è designata al FVTPL:

- l'attività finanziaria è posseduta nell'ambito di un modello di business il cui obiettivo è il possesso delle attività finanziarie finalizzato alla raccolta dei relativi flussi finanziari contrattuali; e
- i termini contrattuali dell'attività finanziaria prevedono a determinate date flussi finanziari rappresentati unicamente da pagamenti del capitale e dell'interesse sull'importo del capitale da restituire.

In sede di misurazione successiva, le attività appartenenti a tale categoria sono valutate al costo ammortizzato, utilizzando il tasso di interesse effettivo. Gli effetti di tale misurazione sono riconosciuti tra i componenti finanziari di reddito. Tali attività sono inoltre soggette al modello di impairment descritto al paragrafo Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti.

Un'attività finanziaria deve essere valutata al FVOCI se sono soddisfatte entrambe le seguenti condizioni e non è designata al FVTPL:

- l'attività finanziaria è posseduta nell'ambito di un modello di business il cui obiettivo è conseguito sia mediante la raccolta dei flussi finanziari contrattuali che mediante la vendita delle attività finanziarie; e
- i termini contrattuali dell'attività finanziaria prevedono a determinate date flussi finanziari rappresentati unicamente da pagamenti del capitale e dell'interesse sull'importo del capitale da restituire.

Al momento della rilevazione iniziale di un titolo di capitale non detenuto per finalità di *trading*, la Società può compiere la scelta irrevocabile di presentare le variazioni successive del *fair value* nelle altre componenti del conto economico complessivo. Tale scelta viene effettuata per ciascuna attività.

In sede di misurazione successiva, la valutazione effettuata in sede di iscrizione è aggiornata ed eventuali variazioni di *fair value* sono riconosciute all'interno del conto economico complessivo. Così

come per la categoria precedente, tali attività sono soggette al modello di impairment descritto al paragrafo Crediti commerciali, crediti finanziari ed altri crediti correnti e non correnti.

Tutte le attività finanziarie non classificate come valutate al costo ammortizzato o al FVOCI, come indicato in precedenza, sono valutate al FVTPL. Sono compresi, qualora presenti, tutti gli strumenti finanziari derivati.

Al momento della rilevazione iniziale, la Società può designare irrevocabilmente l'attività finanziaria come valutata al *fair value* rilevato nell'utile (perdita) d'esercizio se così facendo elimina o riduce significativamente un'asimmetria contabile che altrimenti risulterebbe dalla valutazione dell'attività finanziaria al costo ammortizzato o al FVOCI.

In sede di misurazione successiva, le attività finanziarie FVTPL sono valutate al *fair value*. Gli utili e le perdite derivanti dalle variazioni di *fair value* sono contabilizzati nel conto economico consolidato nel periodo in cui sono rilevati, alla voce Proventi/Oneri finanziari.

Le attività finanziarie vengono eliminate dal bilancio quando i diritti contrattuali sui flussi finanziari derivanti dalle stesse scadono, quando i diritti contrattuali a ricevere i flussi finanziari nell'ambito di un'operazione in cui sostanzialmente tutti i rischi e i benefici derivanti dalla proprietà dell'attività finanziaria sono trasferiti o quando la Società non trasferisce né mantiene sostanzialmente tutti i rischi e benefici derivanti dalla proprietà dell'attività finanziaria e non mantiene il controllo dell'attività finanziaria.

Le passività finanziarie sono classificate come valutate al costo ammortizzato o al FVTPL. Una passività finanziaria viene classificata al FVTPL quando è posseduta per la negoziazione, rappresenta un derivato o è designata come tale al momento della rilevazione iniziale. Le passività finanziarie al FVTPL sono valutate al *fair value* e le eventuali variazioni, compresi gli interessi passivi, sono rilevate nell'utile/(perdita) dell'esercizio. Le altre passività finanziarie sono valutate successivamente al costo ammortizzato utilizzando il criterio dell'interesse effettivo. Gli interessi passivi e gli utili/(perdite) su cambi sono rilevati nell'utile/(perdita) dell'esercizio, così come gli eventuali utili o perdite derivanti dall'eliminazione contabile.

Gli strumenti finanziari detenuti dalla Società consistono principalmente nelle voci di bilancio relative a cassa e disponibilità bancarie, crediti e debiti commerciali, altre attività e passività finanziarie correnti e non correnti, finanziamenti (principalmente verso società facenti parte del Gruppo) e, qualora presenti, a strumenti finanziari derivati.

Disponibilità e mezzi equivalenti

Le disponibilità e mezzi equivalenti includono i depositi bancari, le quote di fondi di liquidità ad elevata negoziabilità che possono essere convertiti in cassa prontamente e che sono soggetti ad un rischio di variazione di valore non significativo. I conti correnti passivi sono iscritti tra le passività finanziarie nel prospetto della situazione patrimoniale e finanziaria.

Crediti commerciali ed altri crediti correnti e non correnti

I crediti commerciali e gli altri crediti che derivano dalla fornitura di disponibilità finanziarie, di beni o di servizi sono classificati nelle attività correnti eccetto quando la maturazione eccede i dodici mesi dalla data del bilancio.

I crediti sono valutati se hanno una scadenza prefissata, al costo ammortizzato calcolato utilizzando il metodo dell'interesse effettivo. Quando le attività finanziarie non hanno una scadenza prefissata, sono valutate al costo. I crediti con scadenza superiore ad un anno, infruttiferi o che maturano interessi inferiori al mercato, sono attualizzati utilizzando i tassi di mercato.

Le attività finanziarie sopra elencate sono valutate sulla base del modello di impairment introdotto dall'IFRS 9 ovvero adottando una logica di perdita attesa (*Expected Loss*), in sostituzione del *framework* IAS 39 basato tipicamente sulla valutazione delle perdite osservate (*Incurred Loss*).

Per i crediti commerciali la Società adotta un approccio alla valutazione di tipo semplificato (cd. *Simplified approach*) che non richiede la rilevazione delle modifiche periodiche del rischio di credito, quanto piuttosto la contabilizzazione di una *Expected Credit Loss* ("ECL") calcolata sull'intera vita del credito (c.d. *lifetime ECL*).

In particolare, la *policy* attuata dalla Società prevede la stratificazione dei crediti commerciali sulla base dei giorni di scaduto e di una valutazione della solvibilità della controparte e applica percentuali di svalutazione diverse che riflettono le relative aspettative di recupero. La Società applica poi una valutazione analitica in base all'affidabilità e capacità del debitore di pagare le somme dovute, per i crediti deteriorati.

Il valore dei crediti è esposto nella situazione patrimoniale-finanziaria al netto dei relativi fondi svalutazione. Le svalutazioni effettuate ai sensi dell'IFRS 9 sono rilevate nel conto economico consolidato al netto degli eventuali effetti positivi legati a rilasci o ripristini di valore.

Debiti commerciali ed altri debiti correnti e non correnti

I debiti commerciali e gli altri debiti che sorgono all'acquisto da un fornitore terzo di denaro, beni o servizi sono classificati tra le passività correnti eccetto quando la maturazione eccede i dodici mesi dalla data del bilancio.

I debiti sono iscritti, in sede di prima rilevazione in bilancio, al *fair value* normalmente rappresentato dal costo dell'operazione che li origina, inclusivo dei costi accessori alla transazione. Successivamente, sono iscritti al costo ammortizzato utilizzando il metodo dell'interesse effettivo.

Finanziamenti (qualora presenti)

La classificazione delle passività finanziarie non risulta variata dall'introduzione del principio IFRS 9. I debiti verso banche e altri finanziatori sono inizialmente iscritti al *fair value* al netto dei costi accessori di diretta imputazione e successivamente sono valutati al costo ammortizzato, applicando il criterio del tasso effettivo di interesse. Se vi è un cambiamento dei flussi di cassa attesi il valore delle passività è ricalcolato per riflettere tale cambiamento sulla base del valore attuale dei nuovi flussi di cassa attesi e del tasso interno di rendimento inizialmente determinato. I debiti verso banche e altri finanziatori sono classificati tra le passività correnti, salvo che la Società abbia un diritto incondizionato a differire il loro pagamento per almeno 12 mesi dopo la data di riferimento. I finanziamenti sono classificati come non correnti ove la Società abbia un diritto incondizionato a differire i pagamenti di almeno dodici mesi dalla data del bilancio.

Strumenti derivati (qualora presenti)

Coerentemente con quanto stabilito dall'IFRS 9, gli strumenti finanziari derivati possono essere contabilizzati secondo le modalità dell'*hedge accounting* solo quando:

- gli elementi coperti e gli strumenti di copertura soddisfano i requisiti di ammissibilità;
- all'inizio della relazione di copertura vi è una designazione e documentazione formale della relazione di copertura, degli obiettivi della Società nella gestione del rischio e della strategia nell'effettuare la copertura;

- la relazione di copertura soddisfa tutti i seguenti requisiti di efficacia:
 - esiste una relazione economica fra l'elemento coperto e lo strumento di copertura;
 - l'effetto del rischio credito non è dominante rispetto alle variazioni associate al rischio coperto;
 - il rapporto di copertura (hedge ratio) definito nella relazione di copertura è rispettato, anche attraverso azioni di ribilanciamento ed è coerente con la strategia di gestione dei rischi adottata dalla Società.

Fair value hedge

Se uno strumento finanziario derivato è designato come copertura dell'esposizione alle variazioni del *fair value* ("*Fair value hedge*") di un'attività o di una passività di bilancio attribuibili ad un particolare rischio che può determinare effetti sul conto economico, l'utile o la perdita derivante dalle successive valutazioni del *fair value* dello strumento di copertura sono rilevati a conto economico. L'utile o la perdita sulla posta coperta, attribuibile al rischio coperto, modificano il valore di carico di tale posta e vengono rilevati a conto economico.

Cash flow hedge

Quando uno strumento finanziario derivato è designato come strumento di copertura dell'esposizione alla variabilità dei flussi finanziari, la parte efficace delle variazioni del *fair value* dello strumento finanziario derivato viene rilevata tra le altre componenti del conto economico complessivo e presentata nella riserva di copertura dei flussi finanziari. La parte efficace delle variazioni di *fair value* dello strumento finanziario derivato che viene rilevata nelle altre componenti del conto economico complessivo è limitata alla variazione cumulata del *fair value* dello strumento coperto (al valore attuale) dall'inizio della copertura. La parte inefficace delle variazioni di *fair value* dello strumento finanziario derivato viene rilevata immediatamente nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se la copertura cessa di soddisfare i criteri di ammissibilità o lo strumento di copertura è venduto, giunge a scadenza o è esercitato, la contabilizzazione delle operazioni di copertura cessa prospetticamente. Quando cessa la contabilizzazione delle operazioni di copertura per le coperture di flussi finanziari, l'importo accumulato nella riserva di copertura dei flussi finanziari rimane nel patrimonio netto fino a quando, nel caso di copertura di un'operazione che comporta la rilevazione di un'attività o una passività non finanziaria, è incluso nel costo dell'attività o della passività non finanziaria al momento della rilevazione iniziale o, nel caso delle altre coperture di flussi finanziari, è riclassificato nell'utile/(perdita) dell'esercizio nello stesso esercizio o negli stessi esercizi in cui i flussi finanziari futuri attesi coperti hanno un effetto sull'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se non si prevedono più futuri flussi finanziari coperti, l'importo deve essere riclassificato immediatamente dalla riserva per la copertura di flussi finanziari e dalla riserva per i costi della copertura nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

Se l'*hedge accounting* non può essere applicato, gli utili o le perdite derivanti dalla valutazione al *fair value* dello strumento finanziario derivato sono iscritti immediatamente a conto economico.

2.8. BENEFICI AI DIPENDENTI

I benefici correnti ai dipendenti che afferiscono ai salari e stipendi, ai contributi sociali e previdenziali, alle ferie maturate e non godute entro dodici mesi dalla data del bilancio ed altri "*fringe-benefit*" derivanti dal rapporto di lavoro sono riconosciuti nell'esercizio in cui il servizio è reso.

I benefici che saranno corrisposti ai dipendenti al termine del contratto di lavoro attraverso piani pensionistici a benefici definiti o a contribuzione definita sono contabilizzati lungo tutto l'arco temporale in cui il dipendente presta il proprio servizio ("*vesting period*").

Piani a benefici definiti

I piani a benefici definiti sono basati sulla vita lavorativa dei dipendenti e sulla remunerazione percepita dai dipendenti nel corso di un predeterminato periodo di servizio.

L'obbligazione della Società di finanziare i fondi per piani a benefici definiti e il costo annuo rilevato a conto economico sono determinati sulla base di valutazioni attuariali utilizzando il metodo della proiezione unitaria del credito (*projected unit credit method*). Il valore netto cumulato degli utili e delle perdite attuariali rimane sospesa a patrimonio netto (nella voce conto economico complessivo).

Con riferimento ai piani a benefici definiti, i costi relativi all'incremento del valore attuale dell'obbligazione, derivanti dall'avvicinarsi del momento del pagamento dei benefici, sono inclusi tra i costi per benefici ai dipendenti.

La passività relativa ai benefici da riconoscere al termine del rapporto di lavoro, iscritta nella situazione patrimoniale-finanziaria a fronte di piani a benefici definiti, rappresenta il valore attuale dell'obbligazione a benefici definiti, rettificato da costi relativi a prestazioni di lavoro pregresse da rilevare negli esercizi futuri.

Piani a contribuzione definita

I pagamenti relativi ai piani a contribuzione definita sono rilevati a conto economico come costo quando sostenuti.

I dipendenti beneficiano di piani a benefici definiti. Fino al 31 dicembre 2006 il fondo trattamento di fine rapporto (TFR) era considerato un piano a benefici definiti. La disciplina di tale fondo è stata modificata dalla Legge 27 dicembre 2006, n. 296 ("*Legge Finanziaria 2007*") e successivi Decreti e Regolamenti emanati nei primi mesi del 2007. Alla luce di tali modifiche, e in particolare con riferimento alle società con almeno 50 dipendenti, tale istituto è ora da considerarsi un piano a benefici definiti esclusivamente per le quote maturate anteriormente al 1° gennaio 2007 (e non ancora liquidate alla data di bilancio), mentre per le quote maturate successivamente a tale data esso è assimilabile ad un piano a contribuzione definita.

2.9. PAGAMENTI BASATI SU AZIONI

Il *fair value* alla data di assegnazione degli incentivi riconosciuti nei pagamenti basati su azioni regolati con strumenti rappresentativi di capitale concessi ai dipendenti viene rilevato solitamente tra i costi, con un corrispondente aumento del patrimonio netto, lungo il periodo durante il quale i dipendenti ottengono il diritto agli incentivi. L'importo rilevato come costo viene rettificato per riflettere il numero effettivo di incentivi per i quali sono maturate le condizioni di permanenza in servizio e di conseguimento di risultati non di mercato, affinché l'importo finale rilevato come costo si basi sul numero di incentivi che soddisfano le suddette condizioni alla data di maturazione. Nel caso di incentivi riconosciuti nei pagamenti basati su azioni le cui condizioni non sono da considerarsi di maturazione, il *fair value* alla data di assegnazione del pagamento basato su azioni viene valutato al fine di riflettere tali condizioni. Con riferimento alle condizioni di non maturazione, le eventuali differenze tra le ipotesi previste alla data di assegnazione e quelle effettive non produrranno alcun impatto in bilancio.

Il *fair value* dell'importo da versare ai dipendenti relativamente ai diritti di rivalutazione delle azioni, regolati per cassa, viene rilevato come costo con un aumento corrispondente delle passività lungo il periodo durante il quale i dipendenti maturano il diritto incondizionato a ricevere il pagamento. La passività viene valutata a ciascuna data di chiusura dell'esercizio e alla data di estinzione sulla base del *fair value* dei diritti di rivalutazione delle azioni. Le eventuali variazioni del *fair value* della passività sono rilevate nell'utile/(perdita) dell'esercizio.

2.10. FONDI RISCHI ED ONERI

La Società rileva fondi rischi ed oneri quando ha un'obbligazione, legale o implicita, a fronte di un evento passato, quando è probabile che si renderà necessario l'impiego di risorse per adempiere l'obbligazione e quando può essere effettuata una stima attendibile dell'ammontare dell'obbligazione stessa.

Le variazioni di stima sono riflesse nel conto economico del periodo in cui la variazione è avvenuta.

2.11. RICONOSCIMENTO DEI RICAVI

Sulla base del modello in cinque fasi introdotto dall'IFRS 15, la Società procede alla rilevazione dei ricavi dopo aver identificato i contratti con i propri clienti e le relative prestazioni da soddisfare (trasferimento di beni e/o servizi), determinato il corrispettivo cui ritiene di avere diritto in cambio del soddisfacimento di ciascuna di tali prestazioni, nonché valutato la modalità di soddisfacimento di tali prestazioni (adempimento in un determinato momento rispetto ad adempimento nel corso del tempo). I componenti variabili del corrispettivo sono riconosciuti in bilancio solo qualora sia altamente probabile che non si verifichi in futuro un significativo aggiustamento dell'importo dei ricavi rilevati.

I ricavi per *royalties* sono riconosciuti per competenza sulla base dei termini e degli importi previsti nel contratto di licenza, generalmente in base ai volumi di vendita.

2.12. ONERI FINANZIARI

Gli oneri finanziari per interessi sono rilevati per competenza sulla base degli interessi maturati sul valore netto delle attività e passività finanziarie, utilizzando il metodo del tasso di interesse effettivo.

2.13. IMPOSTE

Le imposte iscritte a conto economico rappresentano l'ammontare per imposte correnti sul reddito e per imposte differite.

L'onere per imposte sul reddito, di competenza dell'esercizio, è determinato in base alla normativa vigente. Le imposte sul reddito sono rilevate nel conto economico, ad eccezione di quelle relative a voci direttamente addebitate o accreditate a patrimonio netto, nei cui casi l'effetto fiscale è riconosciuto direttamente a patrimonio netto.

Le imposte differite passive e le imposte anticipate sono determinate sulla base di tutte le differenze temporanee che emergono tra i valori dell'attivo e del passivo del bilancio ed i corrispondenti valori rilevanti ai fini fiscali. Le attività e le passività fiscali, correnti e differite, sono compensate quando vi è un diritto legale di compensazione.

Le attività e le passività fiscali differite sono determinate con le aliquote fiscali che si prevede saranno applicabili negli esercizi nei quali le differenze temporanee saranno realizzate o estinte. Le attività e passività per imposte differite non sono attualizzate.

Le imposte anticipate sulle perdite fiscali nonché sulle differenze temporanee sono riconosciute nella misura in cui è probabile che sia disponibile un reddito imponibile futuro a fronte del quale possono essere recuperate.

I debiti tributari includono la stima dei rischi connessi ad incertezze sui trattamenti fiscali adottati per la determinazione delle imposte sul reddito in conformità al nuovo IFRIC 23. Tali incertezze possono derivare da: i) poca chiarezza o complessità delle norme fiscali; ii) cambiamenti nelle norme fiscali o chiarimenti da parte delle autorità fiscali; iii) verifiche e/o contenziosi fiscali in corso; iv) informazioni pubbliche su accertamenti e/o contenziosi fiscali in corso che coinvolgono altre entità.

2.14. VALUTA ESTERA

Gli importi inclusi nel bilancio di ciascuna società appartenente al Gruppo sono indicati utilizzando la valuta corrente del paese in cui la Società svolge la propria attività.

Operazioni in valuta estera

Le operazioni in valuta estera sono registrate al tasso di cambio in vigore alla data dell'operazione. Le attività e le passività monetarie denominate in valuta estera alla data di riferimento del bilancio sono convertite al tasso di cambio in essere a quella data. Sono rilevate a conto economico le differenze cambio generate dall'estinzione di poste monetarie o dalla loro conversione a tassi differenti da quelli ai quali erano state convertite al momento della rilevazione iniziale nell'esercizio o in bilanci precedenti.

2.15. FAIR VALUE

L'IFRS 13 rappresenta un'unica fonte di riferimento per la valutazione al *fair value* e per la relativa informativa quando tale valutazione è richiesta o consentita da altri principi contabili. Nello specifico, il principio riunisce la definizione di *fair value* stabilendo che è il prezzo che si percepirebbe per la vendita di un'attività ovvero che si pagherebbe per il trasferimento di una passività in una regolare operazione tra operatori di mercato alla data di valutazione. Inoltre, il nuovo principio sostituisce e amplia l'informativa di bilancio richiesta relativamente alle valutazioni al *fair value* dagli altri principi contabili, compreso l'IFRS 7.

L'IFRS 13 stabilisce una gerarchia che classifica in livelli gli input delle tecniche di valutazione adottate per misurare il *fair value*. I livelli previsti, esposti in ordine gerarchico, sono i seguenti:

- input di livello 1: sono prezzi quotati (non rettificati) in mercati attivi per attività e passività identiche a cui l'entità può accedere alla data di valutazione;
- input di livello 2: sono variabili diverse dai prezzi quotati inclusi nel livello 1 osservabili direttamente o indirettamente per le attività o per le passività;
- input di livello 3: sono variabili non osservabili per le attività o per le passività.

2.16. PRINCIPI CONTABILI ED INTERPRETAZIONI DI RECENTE PUBBLICAZIONE

Principi contabili, emendamenti e interpretazioni efficaci dal 1° gennaio 2025

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE	DATA DI ENTRATA IN VIGORE	DATA DI OMOLOGAZIONE	REGOLAMENTO UE E DATA DI PUBBLICAZIONE
Impossibilità di cambio (Modifiche allo IAS 21)	Agosto 2023	1° gennaio 2025	12 novembre 2024	(UE) 2024/2862 13 novembre 2024

L'adozione di tale emendamento non ha comportato effetti sul bilancio d'esercizio della Società.

Principi contabili ed emendamenti non ancora applicabili e non adottati in via anticipata dalla Società

Alla data di redazione del presente bilancio annuale gli organi competenti dell'Unione Europea hanno concluso il processo di omologazione necessario per l'adozione dei principi contabili ed emendamenti di cui nel seguito. Con riferimento ai principi applicabili, la Società ha deciso di non esercitare l'opzione che consente l'adozione anticipata ove prevista.

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE	DATA DI ENTRATA IN VIGORE	DATA DI OMOLOGAZIONE	REGOLAMENTO UE E DATA DI PUBBLICAZIONE
Modifica alla classificazione e valutazione degli strumenti finanziari (Modifiche all'IFRS 9 e IFRS 7)	Maggio 2024	1° gennaio 2026	27 maggio 2025	(UE) 2025/1047 28 maggio 2025
Contratti collegati all'energia elettrica dipendente dalla natura (Modifiche all'IFRS 9 e all'IFRS 7)	Dicembre 2024	1° gennaio 2026	30 giugno 2025	(UE) 2025/1266 1° luglio 2025
Ciclo annuale di miglioramenti ai principi contabili IFRS - Volume 11 (modifiche allo IAS 7 e all'IFRS 1, 7, 9, 10)	Luglio 2024	1° gennaio 2026	9 luglio 2025	(UE) 2025/1331 10 luglio 2025

Dall'adozione di tali emendamenti non si attendono effetti significativi nel bilancio d'esercizio della Società.

Alla data del presente Bilancio, inoltre, gli organi competenti dell'Unione Europea non hanno ancora concluso il processo di omologazione necessario per l'adozione dei seguenti principi contabili ed emendamenti:

TITOLO DOCUMENTO	DATA EMISSIONE DA PARTE DELLO IASB	DATA DI ENTRATA IN VIGORE DEL DOCUMENTO IASB	DATA DI PREVISTA OMOLOGAZIONE DA PARTE DELL'UE
Standards			
IFRS 14 Regulatory deferral accounts	Gennaio 2014	1° gennaio 2016	Processo di omologazione sospeso in attesa del nuovo principio contabile sui "rate-regulated activities".
IFRS 18 Presentazione e informazioni integrative nel bilancio	Aprile 2024	1° gennaio 2027	Q1 2026
IFRS 19 Entità controllate senza 'public accountability': informazioni integrative	Maggio 2024	1° gennaio 2027	TBD
Amendments			
Sale or contribution of assets between an investor and its associate or joint venture (Amendments to IFRS 10 and IAS 28)	Settembre 2014	È possibile l'adozione facoltativa/data di entrata in vigore rimandata a tempo indefinito	Processo di omologazione sospeso in attesa della conclusione del progetto IASB sull'equity method
Amendments to IFRS 19 Subsidiaries without public accountability: disclosures	Agosto 2025	1° gennaio 2027	TBD
Translation to a hyperinflationary presentation currency (Amendments to IAS 21)	Novembre 2025	1° gennaio 2027	TBD
Disclosures about Uncertainties in the Financial Statements (Amendments to Illustrative Examples on IFRS 7, IFRS 18, IAS 1, IAS 8, IAS 36 and IAS 37)	Novembre 2025	N/A	Le modifiche si riferiscono al materiale che accompagna principi contabili (es. guida implementativa, esempi illustrativi) senza esserne parte integrante e, pertanto, non saranno oggetto di omologazione a parte dell'UE

La Società adotterà tali nuovi principi ed emendamenti, sulla base della data di applicazione prevista, quando questi saranno omologati dall'Unione Europea.

Al momento gli amministratori stanno valutando i possibili effetti dell'introduzione del principio IFRS 18. Dall'adozione degli altri principi ed emendamenti non si attendono effetti significativi sul Bilancio d'esercizio.

3. COMMENTI AL CONTO ECONOMICO

3.1. RICAVI

I ricavi della Società sono stati pari a Euro 490.449 migliaia nel 2025, rispetto a Euro 491.918 migliaia nel 2024 ed includono principalmente i proventi da diritti per lo sfruttamento del marchio Moncler e del marchio Stone Island.

3.2. SPESE GENERALI ED AMMINISTRATIVE

Le spese generali ed amministrative ammontano ad Euro 76.081 migliaia (Euro 84.110 migliaia nel 2024) ed includono principalmente i costi di stile e di sviluppo del prodotto per Euro 19.443 migliaia (Euro 21.986 migliaia nel 2024), i costi del personale delle altre funzioni per Euro 16.582 migliaia (Euro 19.093 migliaia nel 2024), le consulenze legali, finanziarie e amministrative per Euro 4.015 migliaia (Euro 3.841 migliaia nel 2024), i compensi amministratori per Euro 6.476 migliaia (Euro 7.767 migliaia nel 2024), i costi per la revisione contabile e servizi di attestazione, i compensi ai sindaci, i costi per l'organismo di vigilanza e i costi di internal audit per Euro 844 migliaia (Euro 831 migliaia nel 2024).

La voce include anche i costi figurativi relativi ai piani di incentivazione azionaria per Euro 9.324 migliaia (Euro 15.105 migliaia nel 2024).

3.3. SPESE DI MARKETING

Le spese di marketing ammontano ad Euro 100.559 migliaia (Euro 82.517 migliaia nel 2024) e sono principalmente costituite dal costo sostenuto per le campagne tramite mezzi di comunicazione di massa ("*media-plan*") e dal costo degli eventi.

3.4. COSTO DEL PERSONALE DIPENDENTE E AMMORTAMENTI

Il costo del personale complessivo, incluso nella voce spese generali ed amministrative, ammonta ad Euro 22.953 migliaia (Euro 26.049 migliaia nel 2024), inclusa la contribuzione e costi per accantonamenti a trattamento di fine rapporto.

Il numero medio dei dipendenti ("*full-time-equivalent*") nel 2025 è pari a 210 (203 nel 2024).

Gli ammortamenti, sempre inclusi nella voce spese generali ed amministrative, ammontano nell'esercizio 2025 ad Euro 2.033 migliaia (Euro 2.347 migliaia nel 2024).

3.5. PROVENTI ED ONERI FINANZIARI

La voce è così composta:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Interessi attivi e altri proventi finanziari	5.301	2.534
Dividendi	219.000	436.050
Utili su cambi	203	0
Totale proventi finanziari	224.504	438.584
Interessi passivi e commissioni bancarie, escluso interessi su leasing	(10.315)	(21.543)
Perdite su cambi	0	(336)
Totale oneri finanziari, escluso interessi su leasing	(10.315)	(21.879)
Totale proventi/(oneri) finanziari escluso interessi su leasing	214.189	416.705
Interessi sulle passività per leasing	(30)	(64)
Totale proventi/(oneri) finanziari netti	214.159	416.641

La voce Interessi passivi si riferisce principalmente agli interessi maturati sul finanziamento ricevuto dalla controllata Industries S.p.A.

Nel 2025 ha percepito dividendi per Euro 219.000 migliaia (Euro 436.050 migliaia nel 2024).

3.6. IMPOSTE SUL REDDITO

L'impatto fiscale nel conto economico di esercizio è così dettagliato:

(Euro/000)	Esercizio 2025	Esercizio 2024
Imposte correnti	(45.061)	(47.790)
Imposte differite	(44.741)	(42.256)
Impatto fiscale a conto economico	(89.802)	(90.046)

Per la composizione per natura delle attività e passività per imposte differite si rimanda al paragrafo 4.5.

La riconciliazione tra carico fiscale effettivo a conto economico ed il carico fiscale teorico, calcolato sulla base delle aliquote teoriche, è riportata nella seguente tabella:

Riconciliazione carico fiscale teorico - effettivo						
(Euro/000)	Imponibile 2025	Imposta 2025	% imposta 2025	Imponibile 2024	Imposta 2024	% imposta 2024
Risultato prima delle imposte	527.968			741.932		
Imposte utilizzando l'aliquota fiscale nazionale		(126.712)	24,0%		(178.064)	24,0%
Differenze temporanee		38.505	7,3%		38.025	(5,1)%
Differenze permanenti		49.473	9,4%		98.755	(13,3)%
Altre differenze		(6.328)	(1,2)%		(4.513)	0,6%
Imposte differite riconosciute a conto economico		(44.740)	(8,5)%		(44.249)	6,0%
Imposte all'aliquota fiscale effettiva		(89.802)	17,0%		(90.046)	27,6%

La voce altre differenze comprende l'IRAP corrente.

4. COMMENTI ALLA SITUAZIONE PATRIMONIALE E FINANZIARIA

4.1. MARCHI ED ALTRE IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI

Immobilizzazioni immateriali	2025		2024	
(Euro/000)	Valore lordo	Fondo ammortamento e impairment	Valore netto	Valore netto
Marchi	999.354	0	999.354	999.354
Software	1.523	(723)	800	170
Altre immobilizzazioni immateriali	14.635	(11.104)	3.531	2.929
Immobilizzazioni in corso	115	0	115	105
Totale	1.015.627	(11.827)	1.003.800	1.002.558

I movimenti delle immobilizzazioni immateriali per gli esercizi 2025 e 2024 sono riepilogati nelle tabelle seguenti:

Al 31 dicembre 2025

Valore lordo Immobilizzazioni immateriali					
(Euro/000)	Marchi	Software	Altre immobilizza zioni	Immobilizza zioni in corso e	Totale
01/01/2025	999.354	737	12.729	105	1.012.925
Incrementi	0	292	1.739	63	2.094
Decrementi	0	0	0	0	0
Impairment	0	0	0	0	0
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	494	167	(53)	608
31/12/2025	999.354	1.523	14.635	115	1.015.627

Fondo ammortamento Immobilizzazioni immateriali				
(Euro/000)	Marchi	Software	Altre immobilizzazio ni immateriali	Totale
01/01/2025	0	(567)	(9.800)	(10.367)
Ammortamenti	0	(156)	(1.304)	(1.460)
Decrementi	0	0	0	0
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0
31/12/2025	0	(723)	(11.104)	(11.827)

Al 31 dicembre 2024

Valore lordo Immobilizzazioni immateriali					
(Euro/000)	Marchi	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2024	999.354	641	11.010	0	1.011.005
Incrementi	0	96	1.891	105	2.092
Decrementi	0	0	(172)	0	(172)
Impairment	0	0	0	0	0
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0	0
31/12/2024	999.354	737	12.729	105	1.012.925

Fondo ammortamento Immobilizzazioni immateriali				
(Euro/000)	Marchi	Software	Altre immobilizzazioni immateriali	Totale
01/01/2024	0	(524)	(8.619)	(9.143)
Ammortamenti	0	(43)	(1.233)	(1.276)
Decrementi	0	0	52	52
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0
31/12/2024	0	(567)	(9.800)	(10.367)

4.2. PERDITE DI VALORE SU IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI A VITA UTILE INDEFINITA

La voce Marchi, a vita utile indefinita, non è ammortizzata ma è stata sottoposta alla verifica da parte del management in merito all'esistenza di perdite durevoli di valore.

I test di *impairment* sul marchio Moncler e sul marchio Stone Island, rispettivamente pari a Euro 223,9 milioni e Euro 775,5 milioni, sono stati effettuati mediante la comparazione del valore di iscrizione dei marchi con una stima del valore recuperabile derivante dalla metodologia dei flussi di cassa attualizzati (*Discounted Cash Flow*) derivanti dall'applicazione del *Royalty Relief Method*, sulla base del quale i flussi sono legati al riconoscimento di una percentuale di *royalty* applicata all'ammontare dei ricavi che ciascun marchio è in grado di generare.

I flussi di cassa attesi e i ricavi utilizzati ai fini dei suddetti test sono basati sul Business Plan 2026-2028 approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 18 febbraio 2026 e, per gli esercizi 2029-2030, sulla base di stime del management coerenti con le traiettorie contenute nel predetto Business Plan.

Il tasso "g" di crescita utilizzato è stato pari al 2,5%.

Il tasso di sconto è stato calcolato usando il costo medio del capitale (*Weighted Average Cost of Capital*, "WACC"), vale a dire ponderando il tasso atteso di rendimento sul capitale investito al netto dei costi delle fonti di copertura di un campione di società appartenenti allo stesso settore. Il calcolo ha tenuto conto delle implicazioni del contesto macroeconomico aggiornato sui tassi di interesse. Il costo medio del capitale (WACC) è stato calcolato pari all'8,8% per il marchio Moncler e pari al 9,1% per il marchio Stone Island.

I risultati della *sensitivity analysis* evidenziano che il valore iscritto del marchio Moncler è confermato in tutti gli scenari di variazioni ragionevoli dei parametri di riferimento. Il marchio Stone Island fino ad un WACC pari al 9,4%, a parità di altri parametri.

4.3. IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI

Immobilizzazioni materiali	2025		2024	
(Euro/000)	Valore lordo	Fondo ammortamento e impairment	Valore netto	Valore netto
Terreni e fabbricati	2.079	(1.558)	521	214
Impianti e macchinari	125	(124)	1	4
Mobili e arredi	243	(227)	16	28
Migliorie su beni di terzi	151	(122)	29	56
Altri beni	1.242	(1.027)	215	228
Immobilizzazioni in corso	62	0	62	611
Totale	3.902	(3.058)	844	1.141

I movimenti delle immobilizzazioni materiali per gli esercizi 2025 e 2024 sono riepilogati nelle tabelle seguenti:

Al 31 dicembre 2025

Valore lordo Immobilizzazioni materiali							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobiliz- zazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2025	1.490	125	243	151	1.146	611	3.766
Incrementi	589	0	0	1	254	59	903
Decrementi	0	0	0	(1)	(158)	0	(159)
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0	0	(608)	(608)
31/12/2025	2.079	125	243	151	1.242	62	3.902

Fondo ammortamento e impairment							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchina- ri	Mobili e arredi	Migliori e su beni di terzi	Altri beni	Immobiliz- zazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2025	(1.276)	(121)	(215)	(95)	(918)	0	(2.625)
Ammortamenti	(282)	(3)	(12)	(28)	(248)	0	(573)
Decrementi	0	0	0	1	139	0	140
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0	0	0	0
31/12/2025	(1.558)	(124)	(227)	(122)	(1.027)	0	(3.058)

Al 31 dicembre 2024

Valore lordo Immobilizzazioni materiali							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2024	6.040	125	243	151	1.007	270	7.836
Incrementi	39	0	0	0	238	838	1.115
Decrementi	(4.589)	0	0	0	(99)	(497)	(5.185)
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0	0	0	0
31/12/2024	1.490	125	243	151	1.146	611	3.766

Fondo ammortamento e impairment							
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Impianti e macchinari	Mobili e arredi	Migliorie su beni di terzi	Altri beni	Immobilizzazioni in corso e acconti	Totale
01/01/2024	(1.889)	(118)	(192)	(67)	(749)	0	(3.015)
Ammortamenti	(784)	(3)	(23)	(28)	(233)	0	(1.071)
Decrementi	1.397	0	0	0	64	0	1.461
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0	0	0	0	0
31/12/2024	(1.276)	(121)	(215)	(95)	(918)	0	(2.625)

A seguire si riportano i movimenti relativi alle attività per diritto di utilizzo derivanti dall'applicazione del principio contabile IFRS 16.

Attività per diritto di utilizzo			
(Euro/000)	Terreni e fabbricati	Altri beni	Totale
01/01/2025	213	226	439
Incrementi	590	256	846
Decrementi	0	(19)	(19)
Ammortamenti	(283)	(248)	(531)
31/12/2025	520	215	735

4.4. PARTECIPAZIONI IN SOCIETÀ CONTROLLATE

Le partecipazioni in società controllate sono dettagliate nella seguente tabella:

Partecipazioni in società controllate (Euro/000)	Paese	% di		Valore	
		31/12/25	31/12/24	31/12/25	31/12/24
Industries S.p.A.	Italia	100%	100%	422.371	403.370
Sportswear Company S.p.A.	Italia	100%	100%	599.787	596.642
Totale netto				1.022.158	1.000.012

Le informazioni rilevanti di natura finanziaria relative alle società controllate sono dettagliate nelle seguenti tabelle:

Principali dati di bilancio		31/12/2025			
(Euro/000)	Attività	Passività	Patrimonio Netto	Ricavi	Utile/(Perdita)
Industries S.p.A.	2.524.583	804.679	1.719.904	1.815.740	360.638
Sportswear Company S.p.A.	329.714	143.930	185.784	321.764	17.543
Totale netto	2.854.297	948.609	1.905.688	2.137.504	378.181

Principali dati di bilancio		31/12/2024			
(Euro/000)	Attività	Passività	Patrimonio Netto	Ricavi	Utile/(Perdita)
Industries S.p.A.	2.375.611	836.959	1.538.652	1.718.529	443.419
Sportswear Company S.p.A.	307.512	123.550	183.962	317.296	20.442
Totale netto	2.683.123	960.509	1.722.614	2.035.825	463.861

Con riferimento ad Industries S.p.A. ed a Sportswear Company S.p.A., si evidenzia che il valore di carico delle partecipazioni include anche il maggior valore riconosciuto in sede di acquisizione di ciascuna (2008 e 2021) ed attribuito all'avviamento associato rispettivamente al business Moncler ed al business Stone Island.

Alla data di bilancio la direzione ha ritenuto che non vi siano rischi di *impairment* dei valori iscritti, sulla base dell'andamento del business Moncler e del business Stone Island e delle attese dei piani di sviluppo; tali considerazioni sono supportate anche dagli *impairment test* effettuati sulla "*cash generating unit*" relativa al business Moncler e quella relativa al business Stone Island e descritti nel Bilancio Consolidato del Gruppo Moncler. L'incremento del valore delle partecipazioni deriva dal trattamento contabile dei piani di Performance Share adottati dalla Società e descritti nel paragrafo 8.2.

Inoltre, si segnala che anche la capitalizzazione di borsa della Società calcolata sulla media della quotazione dell'azione Moncler dell'anno 2025 evidenzia un differenziale positivo significativo rispetto al patrimonio netto contabile, confermando quindi indirettamente la tenuta degli avviamenti.

Si faccia riferimento al Bilancio Consolidato per un elenco completo delle società del Gruppo direttamente e indirettamente controllate dalla Società.

4.5. CREDITI PER IMPOSTE ANTICIPATE E DEBITI PER IMPOSTE DIFFERITE

I crediti per imposte anticipate ed i debiti per imposte differite sono compensati solo qualora esista una specifica disposizione di legge. Al 31 dicembre 2025 e 2024 l'esposizione è così dettagliata:

Crediti per imposte anticipate e debiti per imposte differite		
(Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Crediti per imposte anticipate	3.905	4.126
Debiti per imposte differite	(138.479)	(93.959)
Totale	(134.574)	(89.833)

I movimenti delle imposte differite attive e passive, sono dettagliati nelle seguenti tabelle:

Imposte differite attive (passive)					
(Euro/000)	Saldo iniziale - 1 Gennaio 2025	Imposte a conto economico	Imposte a patrimonio netto	Altri movimenti	Saldo finale - 31 Dicembre 2025
Immobilizzazioni materiali	1	0	0	0	1
Benefici a dipendenti	34	0	0	0	34
Fondi rischi	456	257	0	0	713
Altre variazioni temporanee	3.635	(478)	0	0	3.157
Attività fiscali	4.126	(221)	0	0	3.905
Immobilizzazioni immateriali	(91.544)	(44.520)	0	0	(136.064)
Immobilizzazioni finanziarie	(2.415)	0	0	0	(2.415)
Passività fiscali	(93.959)	(44.520)	0	0	(138.479)
Imposte differite nette	(89.833)	(44.741)	0	0	(134.574)

Imposte differite attive (passive)					
(Euro/000)	Saldo iniziale - 1 Gennaio 2024	Imposte a conto economico	Imposte a patrimonio netto	Altri movimenti	Saldo finale - 31 Dicembre 2024
Immobilizzazioni materiali	1	0	0	0	1
Benefici a dipendenti	34	0	0	0	34
Fondi rischi	0	456	0	0	456
Altre variazioni temporanee	1.824	1.811	0	0	3.635
Attività fiscali	1.859	2.267	0	0	4.126
Immobilizzazioni immateriali	(47.022)	(44.522)	0	0	(91.544)
Immobilizzazioni finanziarie	(2.415)	0	0	0	(2.415)
Passività fiscali	(49.437)	(44.522)	0	0	(93.959)
Imposte differite nette	(47.578)	(42.255)	0	0	(89.833)

L'imponibile fiscale su cui sono state calcolate le imposte differite è dettagliato nella seguente tabella:

Imposte differite attive (passive)				
(Euro/000)	Imponibile 2025	Saldo finale - 31 Dicembre 2025	Imponibile 2024	Saldo finale - 31 Dicembre 2024
Immobilizzazioni materiali	3	1	3	1
Benefici a dipendenti	143	34	143	34
Fondi rischi	2.973	713	1.900	456
Altre variazioni temporanee	13.153	3.157	15.143	3.635
Attività fiscali	16.272	3.905	17.189	4.126
Immobilizzazioni immateriali	(487.683)	(136.064)	(328.115)	(91.544)
Immobilizzazioni finanziarie	(10.064)	(2.415)	(10.064)	(2.415)
Passività fiscali	(497.747)	(138.479)	(338.179)	(93.959)
Imposte differite nette	(481.475)	(134.574)	(320.990)	(89.833)

La principale variazione della voce debiti per imposte passive si riferisce all'iscrizione di imposte differite passive sui marchi a seguito delle operazioni di riallineamento fiscale.

Le altre variazioni temporanee si riferiscono principalmente ai compensi agli amministratori.

4.6. CREDITI VERSO CLIENTI

Crediti verso clienti		
(Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Crediti verso clienti	866	969
Crediti verso società del Gruppo	49.153	67.876
Crediti commerciali, netti	50.019	68.845

I crediti commerciali verso clienti si originano dall'attività della Società relativa ad attività di marketing e comunicazione per lo sviluppo dei marchi e delle attività del Gruppo e sono principalmente infragruppo.

Non ci sono crediti commerciali di una durata superiore a cinque anni. Non vi è alcuna differenza tra il valore di mercato dei crediti commerciali e il loro valore contabile.

I crediti verso società del Gruppo si riferiscono principalmente al credito verso le controllate Industries S.p.A. e Sportswear Company S.p.A. derivante dai diritti per lo sfruttamento del marchio Moncler e del marchio Stone Island.

Tali crediti non presentano rischi di esigibilità.

4.7. CASSA E BANCHE

Al 31 dicembre 2025 l'ammontare della cassa e disponibilità liquide è pari ad Euro 137.379 migliaia (Euro 130.655 migliaia al 31 dicembre 2024) ed è interamente rappresentato da depositi bancari liquidi. Si rimanda al rendiconto finanziario per l'analisi degli eventi che hanno comportato variazioni nelle disponibilità liquide.

Cassa inclusa nel Rendiconto finanziario (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Cassa e disponibilità liquide in banca	137.379	130.655
Totale	137.379	130.655

4.8. CREDITI FINANZIARI VERSO SOCIETÀ DEL GRUPPO

La voce crediti finanziari, pari ad Euro 1.440 migliaia, si riferisce al credito finanziario verso la controllata Industries S.p.A. per il cash pooling.

4.9. ALTRE ATTIVITÀ CORRENTI E NON CORRENTI

Altre attività correnti (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Anticipi a fornitori	188	48
Risconti attivi	15.996	4.907
Altre imposte correnti	407	1.453
Altre attività correnti verso società del Gruppo	18.561	14.867
Totale altre attività correnti	35.152	21.275
Depositi cauzionali	99	99
Altre attività non correnti	160	160
Altre attività non correnti	259	259
Totale	35.411	21.534

La voce Altre imposte correnti include principalmente il credito verso l'Erario per il rimborso IRES relativo ai costi del personale non dedotti ai fini IRAP ed il credito IVA.

La voce Altre attività correnti verso società del Gruppo include gli importi derivanti dal consolidato fiscale. Per ulteriori dettagli si rinvia alla nota 8.1.

I depositi cauzionali si riferiscono principalmente ai depositi pagati a beneficio dell'affittuario, a garanzia del contratto di affitto.

Non vi è alcuna differenza tra il valore di mercato dei crediti commerciali e il loro valore contabile.

4.10. DEBITI COMMERCIALI

Al 31 dicembre 2025 la voce debiti verso fornitori è correlata principalmente a servizi di marketing e comunicazione:

Debiti commerciali (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Debiti verso fornitori terzi	34.283	29.728
Debiti verso fornitori del Gruppo	7.255	1.199
Totale	41.538	30.927

I dettagli relativi alle transazioni con le società controllate sono inclusi nel paragrafo 8.1 relativo alle parti correlate.

4.11. ALTRE PASSIVITÀ CORRENTI

Al 31 dicembre 2025, la voce altre passività correnti comprende i seguenti debiti:

Altre passività correnti (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Debiti verso amministratori e sindaci	3.139	4.013
Debiti verso dipendenti e collaboratori	3.793	6.115
Ritenute reddito lavoro dipendente	3.496	2.426
Altri debiti correnti	4.033	2.647
Altre passività correnti verso società del Gruppo	20.461	45.556
Totale	34.922	60.757

Al 31 dicembre 2025 la voce Altre passività correnti verso società del Gruppo include principalmente gli importi derivanti dal consolidato IVA e al 31 dicembre 2024 anche gli importi derivanti dal consolidato fiscale. Per ulteriori dettagli si rinvia alla nota 8.1.

4.12. TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO

Al 31 dicembre 2025 la voce comprende il fondo benefici a dipendenti che viene dettagliato nella tabella seguente:

Trattamento fine rapporto - movimenti (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Obbligazione netta all'inizio del periodo	2.637	2.373
Incorporazione ramo SPW	0	0
Interessi sull'obbligazione	87	76
Costo corrente	841	782
Liquidazioni	(568)	(548)
(Utile)/Perdita attuariale	(48)	(46)
Obbligazione netta alla fine del periodo	2.949	2.637

La valutazione attuariale del TFR è realizzata in base alla metodologia denominata "*Projected Unit Credit Cost*". Di seguito si riporta il dettaglio delle assunzioni economiche e demografiche utilizzate ai fini delle valutazioni attuariali.

Ipotesi adottate	
Tasso di Attualizzazione	3,48%
Tasso di inflazione	2,25%
Tasso nominale di crescita delle retribuzioni	2,25%
Tasso annuo di turnover	19,00%
Probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR	0,50%
Misura di richiesta dell'anticipo	70,00%
Tavola di sopravvivenza - maschi	M2024 (*)
Tavola di sopravvivenza - femmine	F2024 (*)
(*) Tavole ISTAT popolazione residente	

La seguente tabella evidenzia gli effetti che ci sarebbero stati sull'obbligazione per benefici definiti a seguito delle variazioni, ragionevolmente possibili, delle ipotesi attuariali rilevanti alla fine dell'esercizio.

Analisi di sensitività (Euro/000)	Variazione
Tasso di attualizzazione (+0,5%)	(68)
Tasso di attualizzazione (-0,5%)	71
Incremento della probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR x (+0,5%)	3
Decremento della probabilità di richiesta di anticipazioni di TFR x (-0,5%)	(3)
Incremento del tasso di inflazione (+0,5%)	52
Decremento del tasso di inflazione (-0,5%)	(51)
Incremento del tasso nominale di crescita delle retribuzioni (+0,5%)	22
Decremento del tasso nominale di crescita delle retribuzioni (-0,5%)	(22)
Incremento dell'età di pensionamento (+1 anno)	(1)
Decremento dell'età di pensionamento (-1 anno)	1
Incremento della sopravvivenza (+1 anno)	(0)
Decremento della sopravvivenza (-1 anno)	0

4.13. FONDI RISCHI NON CORRENTI

La voce altri fondi rischi non correnti include i costi associati a controversie in corso e gli oneri attesi.

4.14. DEBITI FINANZIARI

Debiti finanziari (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Debiti finanziari per leasing correnti	338	210
Debiti finanziari verso società del Gruppo	115.000	200.000
Debiti finanziari correnti	115.338	200.210
Debiti finanziari per leasing non correnti	417	245
Debiti finanziari a lungo termine verso società del Gruppo	0	150.000
Debiti finanziari non correnti	417	150.245
Totale	115.755	350.455

I debiti finanziari ammontano ad Euro 115.755 migliaia (Euro 350.455 migliaia nel 2024) e sono composti principalmente dal debito finanziario verso la controllata Industries S.p.A. e dai debiti finanziari per leasing.

I debiti finanziari per leasing sono dettagliati come segue:

Debiti finanziari per leasing (Euro/000)	
Debiti finanziari per leasing correnti	338
Debiti finanziari per leasing non correnti	417
Totale	755

La movimentazione dei debiti finanziari per leasing nel corso del 2025 è evidenziata in tabella:

(Euro/000)	IFRS 16	Ex IAS17	Debiti finanziari per leasing
01/01/2025	455	0	455
Incrementi netti	827	0	827
Decrementi	(556)	0	(556)
Oneri finanziari	29	0	29
Altri movimenti incluse riclassifiche	0	0	0
31/12/2025	755	0	755

Il dettaglio dei debiti finanziari non correnti per data di scadenza è illustrato nella successiva tabella:

Scadenziario debiti finanziari non correnti (Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Entro 2 anni	227	150.146
Da 2 a 5 anni	190	99
Oltre 5 anni	0	0
Totale	417	150.245

Si riportano di seguito i flussi finanziari non attualizzati riferiti alla voce passività per leasing.

Scadenziario dei debiti finanziari per leasing non attualizzati		
(Euro/000)	31/12/25	31/12/24
Entro 1 anno	355	220
Da 1 a 5 anni	428	252
Oltre 5 anni	0	0
Totale	783	472

4.15. CREDITI E DEBITI TRIBUTARI

I crediti tributari ammontano ad Euro 932 migliaia al 31 dicembre 2025 (Euro 4.772 migliaia al 31 dicembre 2024).

Al 31 dicembre 2025 i debiti tributari ammontano ad Euro 19.353 migliaia, iscritti al netto degli anticipi (Euro 13.969 migliaia al 31 dicembre 2024). L'ammontare si riferisce al debito per IRES e IRAP.

4.16. PATRIMONIO NETTO

Al 31 dicembre 2025 il capitale sociale sottoscritto e versato è costituito da n. 274.805.954 azioni pari ad Euro 54.961.191, per un valore nominale di Euro 0,20 ciascuna.

I movimenti del patrimonio netto per l'anno 2025 ed il periodo comparativo sono descritti nel prospetto delle variazioni del patrimonio netto a cui si rimanda.

Al 31 dicembre 2025 le azioni proprie detenute sono n. 3.207.654, pari all'1,2% del capitale sociale, per un ammontare complessivo di Euro 127.670 migliaia.

La variazione della riserva IFRS 2 deriva dal trattamento contabile relativo ai Piani di Performance Share, ovvero dall'iscrizione del costo figurativo del periodo relativo ai suddetti piani e dalla riclassifica a utili indivisi del costo figurativo cumulato dei piani già chiusi.

La variazione degli utili indivisi si riferisce principalmente al riporto a nuovo del risultato 2024, alla distribuzione dei dividendi e alla riclassifica dalla riserva IFRS 2 sopra citata.

Nel 2025 sono stati distribuiti dividendi ai soci per un importo unitario lordo di Euro 1,30 per azione ordinaria per un ammontare pari ad Euro 353.046 migliaia (Euro 353.231 migliaia dividendi pagati nel 2025) rispetto a Euro 1,15 per azione pari ad Euro 311.197 migliaia distribuiti nel 2024 (Euro 311.014 migliaia dividendi pagati nel 2024).

La voce riserva FTA accoglie gli effetti derivanti dall'applicazione iniziale del principio IFRS 16.

Nella seguente tabella sono inclusi i dettagli di utilizzabilità delle riserve di Patrimonio Netto:

Informazioni sulle riserve					Utilizzazioni effettuate nei 3 esercizi precedenti per copertura perdite	Utilizzazioni effettuate nei 3 esercizi precedenti per altre ragioni
(Euro)	Importo	Possibilità di utilizzo	Quota disponibile	Quota non disponibile		
Capitale sociale	54.961.191	-	-	54.961.191	-	-
<i>Riserve:</i>						
Riserva legale	10.992.238	B	-	10.992.238	-	-
Riserva sovrapprezzo azioni	745.308.990	A, B, C	745.308.990 (*)	0	-	-
Riserva OCI	(34.686)	-	-	(34.686)	-	-
Riserva da utili su cambi	85.963	A, B	85.963	-	-	-
Riserva FTA	-	A, B, C	-	-	-	-
Riserva IFRS 2	58.608.478	A, B, C	-	58.608.478	-	-
Utili e perdite a nuovo	591.830.492	A, B, C	591.795.806	34.686	-	775.010.900
Totale capitale sociale	1.461.752.666		1.337.190.759	124.561.907	-	775.010.900
Quota non distribuibile			63.431			
Residua quota distribuibile			1.337.127.328			

Legenda: A aumento capitale - B copertura perdite - C distribuibile ai Soci

(*) Riserva sovrapprezzo azioni interamente disponibile previo accantonamento a riserva legale fino al 20% del capitale sociale

Si ricorda che, a fronte del riallineamento del valore fiscale del marchio Moncler al valore civilistico, come previsto dal Decreto Legge 104/2020 (c.d. Decreto "Agosto"), art.110, co. 8, è stato apposto un vincolo in sospensione di imposta pari ad Euro 217.150.636 alla Riserva Utili e perdite a nuovo.

La voce riserva OCI ("*Other Comprehensive Income*") comprende l'attualizzazione del trattamento fine rapporto.

La movimentazione di tale riserva è la seguente:

Riserva Altri utili complessivi (Euro/000)	Attualizzazione TFR			Fair value IRS		
	Importo ante	Imposte	Importo post	Importo ante	Imposte	Importo post
Riserva al 01.01.2024	(166)	38	(128)	0	0	0
Riclassifica ad Altre riserve	0	0	0	0	0	0
Variazioni del periodo	45	0	45	0	0	0
Differenze cambi del periodo	0	0	0	0	0	0
Rilascio a conto	0	0	0	0	0	0
Riserva al 31.12.2024	(121)	38	(83)	0	0	0
Riserva al 01.01.2025	(121)	38	(83)	0	0	0
Riclassifica ad Altre riserve	0	0	0	0	0	0
Variazioni del periodo	48	0	48	0	0	0
Differenze cambi del periodo	0	0	0	0	0	0
Rilascio a conto	0	0	0	0	0	0
Riserva al 31.12.2025	(73)	38	(35)	0	0	0

5. IMPEGNI E GARANZIE PRESTATE

5.1. IMPEGNI

La Società non ha impegni significativi derivanti da contratti di leasing operativi o da altre fattispecie contrattuali che non rientrano nell'ambito di applicazione dell'IFRS 16.

5.2. GARANZIE PRESTATE

Alla data di bilancio la Società non ha prestato garanzie a società del Gruppo o terze.

6. PASSIVITA' POTENZIALI

La Società è soggetta a rischi che derivano dallo svolgimento delle normali attività. Sulla base delle informazioni ad oggi disponibili, il management ritiene che non vi sono attualmente passività potenziali ritenute probabili che richiederebbero pertanto un accantonamento a bilancio.

7. INFORMAZIONI SUI RISCHI FINANZIARI

Gli strumenti finanziari della Società comprendono la cassa e le disponibilità liquide, i finanziamenti (principalmente verso società facenti parte del Gruppo), i crediti e debiti commerciali ed altri crediti e debiti finanziari correnti e non correnti derivanti dalla gestione operativa.

La Società è esposta a rischi finanziari connessi alla sua operatività, principalmente al rischio di fluttuazione del tasso di interesse, rischio di liquidità (con particolare riferimento alla disponibilità di risorse finanziarie) e rischio di capitale.

La gestione dei rischi finanziari è svolta dal management della Società e garantisce principalmente che ci siano sufficienti risorse finanziarie per far fronte alle necessità di sviluppo del business e che le risorse siano adeguatamente investite in attività redditizie.

Rischio di mercato

Rischio di cambio

La Società ha operato principalmente con controparti in Euro, di conseguenza l'esposizione al rischio di oscillazione dei cambi è stato limitato. Al 31 dicembre 2025 la Società detiene una porzione non significativa delle sue attività e passività (ad es. crediti e debiti commerciali) in valuta diversa dalla valuta funzionale.

Rischio d'interesse

La Società nel corso del 2025 è stata esposta al rischio di mercato per le variazioni dei tassi di interesse relativi ai finanziamenti.

In data 31 dicembre 2025 la Società non ha in essere finanziamenti bancari e quindi non sono presenti coperture sui tassi di interesse, pertanto eventuali variazioni dei tassi di interesse alla data di chiusura dell'esercizio non avrebbero effetti significativi sul risultato dell'esercizio.

La Società non è esposta a variazione nei tassi di interesse valutari.

Rischio di credito

La Società non ha significative concentrazioni di rischio di credito verso società che non siano parte del Gruppo. Il massimo rischio di credito alla chiusura dell'esercizio è rappresentato dall'importo esposto nello schema di bilancio.

Per quanto riguarda il rischio di credito derivante da altre attività finanziarie, che comprendono depositi bancari, depositi a breve termine e, qualora presenti, strumenti finanziari derivati, l'esposizione al rischio di credito della Società deriva dal rischio di default della controparte con un'esposizione massima pari all'ammontare delle voci iscritte in bilancio.

Rischio di liquidità

Il rischio di liquidità deriva dalla capacità di ottenere risorse finanziarie ad un costo sostenibile per condurre le normali attività operative. I fattori che influenzano tale rischio sono riferibili alle risorse generate/assorbite dalla gestione corrente, dalla gestione degli investimenti e dei finanziamenti (principalmente verso società facenti parte del Gruppo), e dalla disponibilità di liquidità nel mercato finanziario.

Il management ritiene che i mezzi finanziari ad oggi disponibili, insieme a quelli che sono generati dall'attività operativa corrente, permettano alla Società di raggiungere i propri obiettivi e di rispondere alle esigenze derivanti dallo sviluppo degli investimenti.

Rischi operativi e di gestione del capitale

Nella gestione dei rischi operativi, l'obiettivo principale della Società è quello di gestire i rischi associati con lo sviluppo del business nei mercati esteri soggetti a leggi e regolamenti specifici.

La Società ha implementato i seguenti standard divulgati nelle varie aree:

- appropriato livello di suddivisione dei compiti e delle responsabilità (segregation of duties);
- riconciliazione e controllo costante delle transazioni significative;
- documentazione dei controlli e delle procedure;
- sviluppo tecnico e professionale dei dipendenti;
- valutazione periodica dei rischi corporate e identificazioni delle azioni correttive.

In relazione al rischio di capitale proprio, gli obiettivi della Società sono rivolti alla prospettiva di continuità aziendale al fine di garantire un giusto ritorno economico agli azionisti ed altri operatori pur mantenendo una classificazione di rischio buona nel mercato del capitale di debito. La Società gestisce la struttura del capitale ed effettua gli aggiustamenti in linea con i cambiamenti delle condizioni economiche generali e con gli obiettivi strategici.

8. ALTRE INFORMAZIONI

8.1. OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE

Vengono di seguito riportate le transazioni con parti correlate ritenute rilevanti ai sensi della "Procedura operazioni con parti correlate" adottata dalla Società.

La "Procedura operazioni con parti correlate" è disponibile sul sito internet della Società (www.monclergroup.com), Sezione "Governance/Documenti societari".

Le transazioni economiche ed i saldi verso le società controllate sono relative a relazioni commerciali, definiti in base a condizioni di mercato similmente a quanto fatto per le transazioni con parti terze, e sono dettagliate come segue:

Rapporti con imprese del gruppo - patrimoniale (Euro/000)	31/12/2025		
	Crediti	Debiti	Valore netto
Industries S.p.A.	50.764	(137.171)	(86.407)
Sportswear Company S.p.A.	18.019	(3.674)	14.345
Moncler France S.a.r.l.	0	(1.341)	(1.341)
Moncler USA Inc.	74	(136)	(62)
Moncler Korea Inc.	0	(141)	(141)
Altre società del Gruppo	297	(253)	44
Totale	69.154	(142.716)	(73.562)

Rapporti con imprese del gruppo - economico (Euro/000)	Esercizio 2025		
	Ricavi	Costi/Altri ricavi netti	Valore netto
Industries S.p.A.	424.915	(11.323)	413.592
Sportswear Company S.p.A.	64.022	144	64.166
Altre società del Gruppo	0	(1.729)	(1.729)
Totale	488.937	(12.908)	476.029

La società Moncler S.p.A. ha concesso in licenza d'uso il marchio Moncler alla controllata Industries S.p.A. ed il marchio Stone Island alla controllata Sportswear Company S.p.A. In base ai contratti di licenza d'uso la Società viene remunerata tramite la corresponsione di *royalties*.

L'ammontare complessivo di *royalties* per l'esercizio 2025 è pari ad Euro 488,9 milioni (Euro 489,7 milioni nel 2024).

Si ricorda inoltre che la società Moncler S.p.A. aderisce al consolidato fiscale ed al consolidato IVA ed è pertanto responsabile insieme ad Industries S.p.A. e Sportswear Company S.p.A. dei relativi debiti di imposta e interessi.

La società Rivetex S.r.l., società riconducibile a Carlo Rivetti e ai suoi familiari, fornisce al Gruppo Moncler un immobile in locazione; a partire dal 16 aprile 2025 Carlo Rivetti non è più membro del Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. e pertanto da tale data Rivetex S.r.l. non si qualifica più come parte correlata. Fino al 16 aprile 2025 l'ammontare complessivo dei costi risulta pari ad Euro 209 migliaia (Euro 520 migliaia nel 2024).

Gli emolumenti ai membri del Consiglio di Amministrazione ammontano per l'esercizio 2025 ad Euro 6.646 migliaia (Euro 7.609 migliaia nel 2024).

Gli emolumenti ai membri del Collegio Sindacale ammontano per l'esercizio 2025 ad Euro 200 migliaia (200 migliaia nel 2024).

Nel 2025 l'ammontare dei costi relativi ai Piani di Performance Share (descritti nel paragrafo 8.2) riferiti a membri del Consiglio di Amministrazione è pari ad Euro 4.845 migliaia (Euro 8.638 migliaia nel 2024).

Non ci sono altre operazioni con parti correlate.

Le tabelle che seguono riassumono i rapporti economici e patrimoniali con le parti correlate sopra descritte intercorsi nel 2025 e nell'esercizio precedente.

(Euro/000)	Tipologia rapporto	Nota	31/12/2025	%	31/12/2024	%
Industries S.p.A.	Rapporti commerciali	c	424.915	86,6%	427.553	86,9%
Industries S.p.A.	Rapporti commerciali	b	(5.038)	2,9%	(3.864)	2,3%
Industries S.p.A.	Proventi finanziari	d	3.918	1,7%	2.465	0,6%
Industries S.p.A.	Oneri finanziari	a	(10.203)	98,6%	(20.810)	94,8%
Altre società del Gruppo	Rapporti commerciali	b	(1.729)	1,0%	(342)	0,2%
Sportswear Company S.p.A.	Rapporti commerciali	c	64.022	13,1%	61.790	12,6%
Sportswear Company S.p.A.	Rapporti commerciali	b	144	(0,1)%	(64)	0,0%
Sportswear Company S.p.A.	Oneri finanziari	a	0	0,0%	(632)	2,9%
Rivetex S.r.l.	Rapporti commerciali	b	(209)	0,1%	(520)	0,3%
Amministratori e sindaci	Prestazioni lavorative	b	(6.846)	3,9%	(7.809)	4,7%
Amministratori	Prestazioni lavorative	b	(4.845)	2,7%	(8.638)	5,2%
Totale			464.129		449.129	

a incidenza % calcolata sugli oneri finanziari totali

b incidenza % calcolata sui costi operativi

c incidenza % calcolata sui ricavi

d incidenza % calcolata sui proventi finanziari totali

(Euro/000)	Tipologia rapporto	Nota	31/12/2025	%	31/12/2024	%
Industries S.p.A.	Debiti commerciali	b	(5.371)	12,9%	(44)	0,1%
Industries S.p.A.	Debiti finanziari	a	(115.000)	99,3%	(350.000)	99,9%
Industries S.p.A.	Crediti finanziari	f	1.440	100,0	104.442	100,0
Industries S.p.A.	Debiti per consolidato	d	(16.800)	48,1%	(17.991)	29,8%
Industries S.p.A.	Crediti commerciali	c	40.236	80,4	64.334	93,4%
Industries S.p.A.	Crediti per consolidato	e	9.088	25,9%	14.867	70,9
Sportswear Company S.p.A.	Crediti commerciali	c	8.546	17,1%	3.092	4,5%
Sportswear Company S.p.A.	Debiti commerciali	b	(13)	0,0%	(33)	0,1%
Sportswear Company S.p.A.	Crediti per consolidato fiscale	e	9.473	26,9%	0	0,0%
Sportswear Company S.p.A.	Debiti per consolidato fiscale	d	0	0,0%	(23.988)	39,7%
Sportswear Company S.p.A.	Debiti per consolidato IVA	d	(3.661)	10,5%	(3.577)	5,9%
Moncler Korea Inc.	Debiti commerciali	b	(141)	0,3%	0	0,0%
Moncler France S.a.r.l.	Debiti commerciali	b	(1.341)	3,2%	0	0,0%
Moncler USA Inc.	Debiti commerciali	b	(136)	0,3%	(838)	2,7%
Moncler USA Inc.	Crediti commerciali	c	74	0,1%	75	0,1%
Altre società del Gruppo	Debiti commerciali	b	(253)	0,6%	(284)	0,9%
Altre società del Gruppo	Crediti commerciali	c	297	0,6%	375	0,5%
Amministratori e sindaci	Altre passività correnti	d	(3.139)	9,0%	(4.013)	6,6%
Totale			(76.701)		(213.583)	

a incidenza % calcolata sui debiti finanziari totali

b incidenza % calcolata sui debiti commerciali

c incidenza % calcolata sui crediti commerciali

d incidenza % calcolata sulle altre passività correnti

e incidenza % calcolata sulle altre attività correnti

f incidenza % calcolata sui crediti finanziari totali

Le tabelle di seguito rappresentano l'incidenza delle operazioni con parti correlate sul Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2025 e 2024.

(Euro/000)		31 Dicembre 2025								
	Ricavi	Costi operativi	Oneri finanziari	Proventi finanziari	Crediti verso clienti	Altre attività correnti	Debiti commerciali	Altre passività correnti	Debiti finanziari totali	Crediti finanziari totali
Totale parti correlate	488.937	(18.523)	(10.203)	3.918	49.153	18.561	(7.255)	(23.600)	(115.000)	1.440
Totale bilancio	490.449	(176.640)	(10.345)	224.504	50.019	35.152	(41.539)	(34.922)	(115.754)	1.440
Incidenza %	99,7%	10,5%	98,6%	1,7%	98,3%	52,8%	17,5%	67,6%	99,3%	100,0%

(Euro/000)		31 Dicembre 2024								
	Ricavi	Costi operativi	Oneri finanziari	Proventi finanziari	Crediti verso clienti	Altre attività correnti	Debiti commerciali	Altre passività correnti	Debiti finanziari totali	Crediti finanziari totali
Totale parti correlate	489.343	(21.237)	(21.442)	2.465	67.876	14.867	(1.199)	(49.569)	(350.000)	104.442
Totale bilancio	491.918	(166.627)	(21.943)	438.584	68.844	20.978	(30.927)	(60.460)	(350.455)	104.442
Incidenza %	99,5%	12,7%	97,7%	0,6%	98,6%	70,9%	3,9%	82,0%	99,9%	100,0%

8.2. PIANI DI INCENTIVAZIONE AZIONARIA

Il Bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 riflette i valori dei Piani di *Performance Share* approvati nel 2022 e nel 2024.

I costi relativi ai piani di incentivazione azionaria nel 2025 ammontano ad Euro 9.324 mila, rispetto ad Euro 15.105 mila nel 2024.

In data 21 aprile 2022, l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti ha inoltre approvato, ai sensi dell'Art. 114-bis del TUF, l'adozione di un piano di *stock grant* denominato "Piano di *Performance Shares* 2022" riservato agli Amministratori Esecutivi, Dirigenti con Responsabilità Strategiche, dipendenti, collaboratori e consulenti di Moncler e delle società da questa controllate.

Tale piano ha ad oggetto l'attribuzione gratuita di azioni, in caso di raggiungimento di determinati obiettivi di *performance* al termine del *vesting* pari a 3 anni.

Gli obiettivi di *performance* sono espressi dai seguenti indici del Gruppo, misurati nel periodo di *vesting*, eventualmente rettificati dalle condizioni di *over/under performance*: (i) *Net Income*, (ii) *Free Cash Flow* e (iii) ESG (*Environmental Social Governance*).

Il numero massimo di Azioni a servizio del Piano è pari a n. 2.000.000 rivenienti dall'assegnazione di azioni proprie.

Il suddetto piano prevede al massimo 3 cicli di attribuzione. Con riferimento al primo ciclo di attribuzione, in data 4 maggio 2022, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'assegnazione di n. 971.169 Diritti Moncler. In data 4 maggio 2023, dando esecuzione al secondo ciclo di attribuzione, il

Consiglio di Amministrazione di Moncler ha approvato l'assegnazione di un numero massimo di Diritti Moncler pari a 436.349.

Per quanto concerne il primo ciclo di attribuzione:

- Il *vesting period* pari a 3 anni è terminato con l'approvazione del Progetto di Bilancio al 31 dicembre 2024;
- Gli obiettivi di *performance* sono stati raggiunti, unitamente alla condizione di *over performance* e sono state quindi assegnate ai beneficiari n. 991.856 azioni (comprehensive di n. 128.129 azioni derivanti dall'*over performance*) tramite utilizzo di azioni proprie.

Al 31 dicembre 2025 risultano in circolazione n. 361.062 diritti relativi al secondo ciclo di attribuzione. Con riferimento alla società Moncler S.p.A., al 31 dicembre 2025 risultano ancora in essere n. 91.247 diritti il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 1.917 mila, mentre non risultano in circolazione diritti relativi al primo ciclo di attribuzione, il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 934 mila.

In data 24 aprile 2024, l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti ha approvato, ai sensi dell'Art. 114-bis del TUF, l'adozione di un piano di stock grant denominato "Piano di *Performance Shares* 2024" riservato agli Amministratori Esecutivi, Dirigenti con Responsabilità Strategiche, dipendenti, collaboratori e consulenti di Moncler e delle società da questa controllate.

Tale piano ha ad oggetto l'attribuzione gratuita di azioni, in caso di raggiungimento di determinati obiettivi di *performance* al termine del *vesting* pari a 3 anni.

Gli obiettivi di *performance* sono espressi dai seguenti indici del Gruppo, misurati nel periodo di *vesting*, eventualmente rettificati dalle condizioni di *over/under performance*: (i) *Net Income*, (ii) *Free Cash Flow* e (iii) ESG (*Environmental Social Governance*).

Il numero massimo di Azioni a servizio del Piano è pari a n. 2.000.000 rivenienti dall'assegnazione di azioni proprie.

In data 24 aprile 2024, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'assegnazione di n. 1.109.219 Diritti Moncler.

Al 31 dicembre 2025 risultano in circolazione n. 988.614 diritti. Con riferimento alla società Moncler S.p.A., al 31 dicembre 2025 risultano ancora in essere n. 297.291 diritti, il cui effetto a conto economico nel 2025 ammonta ad Euro 6.274 mila.

Ai sensi dell'IFRS2, i piani sopra descritti sono definiti come Equity Settled.

Per informazioni sui documenti informativi relativi ai piani di *performance shares* sopra descritti, si rinvia al sito Internet della società, www.monclergroup.com, nella Sezione "Governance/Assemblea degli azionisti".

8.3. EVENTI ED OPERAZIONI SIGNIFICATIVE NON RICORRENTI

Si segnala che nel corso dell'esercizio 2025 non vi sono eventi ed operazioni significative non ricorrenti.

8.4. OPERAZIONI ATIPICHE E/O INUSUALI

Si segnala che nel corso dell'esercizio 2025 non vi sono posizioni o transazioni derivanti da operazioni atipiche e/o inusuali.

8.5. STRUMENTI FINANZIARI

Nella seguente tabella sono esposti, per ogni attività e passività finanziaria, il valore contabile ed il *fair value*, compreso il relativo livello della gerarchia del *fair value* degli strumenti finanziari valutati al *fair value*. Sono escluse le informazioni sul *fair value* delle attività e delle passività finanziarie non valutate al *fair value*, quando il valore contabile rappresenta una ragionevole approssimazione del *fair value*.

(Euro/000)				
31 dicembre 2025	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Attività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	
Contratti a termine su cambi di copertura	-	-	-	2
Totale	-	-	-	
Attività finanziarie non valutate a fair value				
Crediti commerciali e altri crediti (*)	50.019	99		
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti (*)	137.379	-		
Crediti finanziari (*)	1.440			
Totale	188.838	99	-	
Totale generale	188.838	99	-	

(Euro/000)				
31 dicembre 2024	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Attività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	
Contratti a termine su cambi di copertura	-	-	-	2
Totale	-	-	-	
Attività finanziarie non valutate a fair				
Crediti commerciali e altri crediti (*)	68.844	99		
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	130.655	-		
Crediti finanziari (*)	104.442			
Totale	303.941	99	-	
Totale generale	303.941	99	-	

(Euro/000)				
31 dicembre 2025	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Passività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	2
Contratti a termine su cambi di copertura	-	-	-	2
Altri debiti	-	-	-	3
Totale	-	-	-	
Passività finanziarie non valutate a fair value				
Debiti commerciali e altri debiti (*)	(45.571)	-		
Debiti finanziari (*)	(115.000)	-		
Debiti in conto corrente (*)	-	-		
Anticipi bancari (*)	-	-		
Finanziamenti bancari (*)	-	-		
Debiti finanziari IFRS 16 (*)	(338)	(417)		
Totale	(160.909)	(417)	-	
Totale generale	(160.909)	(417)	-	

(Euro/000)				
31 dicembre 2024	Correnti	Non correnti	Fair value	Livello
Passività finanziarie valutate a fair value				
Interest rate swap di copertura	-	-	-	2
Contratti a termine su cambi di copertura	-	-	-	2
Altri debiti	-	-	-	3
Totale	-	-	-	
Passività finanziarie non valutate a fair value				
Debiti commerciali e altri debiti (*)	(33.277)	-		
Debiti finanziari (*)	(200.000)	(150.000)		
Debiti in conto corrente (*)	-	-		
Anticipi bancari (*)	-	-		
Finanziamenti bancari (*)	-	-		
Debiti finanziari IFRS 16 (*)	(210)	(245)		
Totale	(233.487)	(150.245)	-	
Totale generale	(233.487)	(150.245)	-	

(*) Trattasi di attività e passività finanziarie a breve il cui valore di carico approssima ragionevolmente il fair value che, pertanto, non è stato indicato.

8.6. COMPENSI ALLA SOCIETÀ DI REVISIONE

Si evidenziano di seguito i corrispettivi della società di revisione:

Servizi di revisione, di attestazione ed altri servizi		
(Euro)	Soggetto che ha erogato il	Corrispettivi di competenza
Revisione contabile	Deloitte & Touche S.p.A.	275.420
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	0
Servizi di attestazione	Deloitte & Touche S.p.A.	153.710
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	0
Altri servizi	Deloitte & Touche S.p.A.	0
	Rete Deloitte & Touche S.p.A.	0
Totale		429.130

8.7. INFORMATIVA AI SENSI DELLA LEGGE N. 124/2017

In relazione a quanto richiesto dalla legge n. 124/2017, si segnala che la società Moncler S.p.A. ha beneficiato nel corso nel 2025 del credito di imposta relativo alla ricerca e sviluppo per un importo pari ad Euro 613 mila e del credito art bonus per Euro 19 mila.

Ai fini degli adempimenti sopra citati, in relazione ad eventuali altri contributi ricevuti che rientrino nelle fattispecie previste, si rinvia inoltre all'apposito Registro nazionale pubblicamente consultabile.

9. FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

BARTOLOMEO RONGONE SARÀ AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA SOCIETÀ, REMO RUFFINI PRESIDENTE ESECUTIVO

Il 20 gennaio 2026, Moncler S.p.A. ha annunciato l'ingresso di Bartolomeo "Leo" Rongone come Amministratore Delegato della Società, 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.

10. PROPOSTA DI APPROVAZIONE DEL BILANCIO E DI DESTINAZIONE DEL RISULTATO DI ESERCIZIO

A conclusione delle presenti Note esplicative, Vi invitiamo ad approvare il bilancio di esercizio della società Moncler S.p.A.

Vi proponiamo di deliberare a valere sull'utile dell'esercizio 2025 di Moncler S.p.A., che ammonta ad Euro 438.166.298, la distribuzione di un dividendo unitario lordo di Euro 1,40 per azione ordinaria.

L'ammontare complessivo da distribuire a titolo di dividendo, tenuto conto delle azioni emesse alla data odierna, al netto delle azioni proprie direttamente detenute dalla società, è pari a Euro 380,2 milioni⁴.

Il presente bilancio, composto da conto economico, conto economico complessivo, prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria, prospetto delle variazioni di patrimonio netto, rendiconto finanziario e note, rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria nonché il risultato economico e i flussi di cassa e corrisponde alle risultanze delle scritture contabili.

Per il Consiglio di Amministrazione

Remo Ruffini

Presidente e Amministratore Delegato

⁴ Soggetto a variazione per l'eventuale utilizzo e/o acquisto di azioni proprie.

ATTESTAZIONE DEL BILANCIO CONSOLIDATO AI SENSI DELL'ART. 154-BIS DEL D.LGS. 58/98

1. I sottoscritti Remo Ruffini, in qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato e Luciano Santel, in qualità di Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Moncler S.p.A., attestano, tenuto anche conto di quanto previsto dall'art. 154-bis, commi 3 e 4, del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58:

- l'adeguatezza in relazione alle caratteristiche dell'impresa e
- l'effettiva applicazione

delle procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio consolidato nel corso dell'esercizio 2025.

2. La valutazione dell'adeguatezza delle procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2025 si è basata su di un processo definito da Moncler S.p.A. in coerenza con il modello *Internal Control – Integrated Framework* emesso dal *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* che rappresenta un framework di riferimento generalmente accettato a livello internazionale.

3. Si attesta, inoltre, che:

3.1 il bilancio consolidato:

- a) è redatto in conformità ai principi contabili internazionali applicabili riconosciuti nella Comunità europea ai sensi del regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002;
- b) corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
- c) è idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento.

3.2 La relazione sulla gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione nonché della situazione dell'emittente e dell'insieme delle imprese incluse nel consolidamento, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui sono esposti.

19 febbraio 2026

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE E AMMINISTRATORE
DELEGATO
Remo Ruffini

DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE
DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI
Luciano Santel

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE
AI SENSI DELL'ART. 14 DEL D.LGS. 27 GENNAIO 2010, N. 39 E DELL'ART. 10
DEL REGOLAMENTO (UE) N. 537/2014**

**Agli Azionisti di
Moncler S.p.A.**

RELAZIONE SULLA REVISIONE CONTABILE DEL BILANCIO CONSOLIDATO

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio consolidato del gruppo facente capo a Moncler S.p.A. ("Gruppo Moncler" o "Gruppo"), costituito dalla situazione patrimoniale-finanziaria al 31 dicembre 2025, dal conto economico, dal conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data e dalle note al bilancio che includono le informazioni rilevanti sui principi contabili applicati.

A nostro giudizio, il bilancio consolidato fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2025, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data in conformità ai principi contabili IFRS emanati dall'International Accounting Standards Board e adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs. n. 38/05.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia). Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione *Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio consolidato* della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto a Moncler S.p.A. (la "Società") in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio. Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Aspetti chiave della revisione contabile

Gli aspetti chiave della revisione contabile sono quegli aspetti che, secondo il nostro giudizio professionale, sono stati maggiormente significativi nell'ambito della revisione contabile del bilancio consolidato dell'esercizio in esame. Tali aspetti sono stati da noi affrontati nell'ambito della revisione contabile e nella formazione del nostro giudizio sul bilancio consolidato nel suo complesso; pertanto, su tali aspetti non esprimiamo un giudizio separato.

Impairment test del marchio e dell'avviamento iscritti con riferimento alla CGU Stone Island

Descrizione dell'aspetto chiave della revisione

Il bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2025 riporta "Marchi e altre immobilizzazioni immateriali, nette" pari ad Euro 1.108,6 milioni ed "Avviamento" pari ad Euro 603,4 milioni. Dette voci includono il marchio e l'avviamento allocati alla *cash generating unit* ("CGU") Stone Island rispettivamente per Euro 775,5 milioni ed Euro 447,8 milioni. Tali attività sono considerate beni immateriali a vita utile indefinita e conseguentemente non vengono ammortizzate ma sono sottoposte, come previsto dal principio contabile internazionale "*IAS 36 Impairment of assets*", a *impairment test* almeno annualmente mediante confronto tra il valore recuperabile della CGU – determinato secondo la metodologia del valore d'uso – e il valore contabile del capitale investito netto riferibile alla stessa, che include i suddetti marchio ed avviamento tra le attività immobilizzate.

Il processo di valutazione posto in essere dalla Direzione è articolato e si basa su una serie di assunzioni riguardanti, tra l'altro, la previsione dei flussi di cassa attesi della CGU, la determinazione di un appropriato tasso di attualizzazione (WACC) e di crescita di lungo periodo (g-rate). Tali assunzioni sono influenzate da aspettative circa l'andamento futuro del business Stone Island oltre che da condizioni di mercato.

In considerazione della rilevanza dell'ammontare dell'avviamento e del marchio iscritti nel bilancio consolidato relativi alla CGU Stone Island, della soggettività delle stime attinenti la determinazione dei flussi di cassa della CGU e delle ulteriori variabili chiave del modello di *impairment*, abbiamo considerato l'*impairment test* un aspetto chiave della revisione del bilancio consolidato.

La nota 5.2 al bilancio consolidato riporta l'informativa sui test effettuati relativamente alle immobilizzazioni immateriali, ivi inclusa una "*sensitivity analysis*" che illustra gli effetti derivanti da variazioni nelle variabili chiave utilizzate ai fini dell'*impairment test*.

Procedure di revisione svolte

Abbiamo esaminato le modalità usate dalla Direzione per la stima del valore d'uso della CGU, analizzando i metodi e le assunzioni utilizzati per lo sviluppo dell'*impairment test*.

Nell'ambito delle nostre verifiche abbiamo, tra l'altro, svolto le seguenti procedure, anche avvalendoci del supporto di esperti del *network* Deloitte:

- rilevazione e comprensione del processo posto in essere dal Gruppo Moncler nell'effettuazione dell'*impairment test*;
- analisi di ragionevolezza delle principali assunzioni adottate per la formulazione delle previsioni dei flussi di cassa, anche mediante analisi di dati di settore e ottenimento di informazioni dalla Direzione;
- analisi dei dati consuntivi rispetto alle precedenti previsioni formulate dalla Direzione, ai fini di valutare la natura degli scostamenti e l'attendibilità del processo di predisposizione dei dati previsionali;
- valutazione della ragionevolezza del tasso di attualizzazione (WACC) e di crescita di lungo periodo (g-rate);
- verifica dell'accuratezza matematica del modello utilizzato per la determinazione del valore d'uso della CGU;
- verifica della corretta determinazione del valore contabile della CGU;
- verifica della *sensitivity analysis* predisposta dalla Direzione ed esame dell'informativa fornita dal Gruppo sull'*impairment test*.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per il bilancio consolidato

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio consolidato che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità ai principi contabili IFRS emanati dall'International Accounting Standards Board e adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs. n. 38/05 e, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili per la valutazione della capacità del Gruppo di continuare ad operare come un'entità in funzionamento e, nella redazione del bilancio consolidato, per l'appropriatezza dell'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, nonché per una adeguata informativa in materia. Gli Amministratori utilizzano il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio consolidato a meno che abbiano valutato che sussistono le condizioni per la liquidazione della capogruppo Moncler S.p.A. o per l'interruzione dell'attività o non abbiano alternative realistiche a tali scelte.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria del Gruppo.

Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio consolidato

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio consolidato nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che, tuttavia, non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche prese dagli utilizzatori sulla base del bilancio consolidato.

Nell'ambito della revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- Abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio consolidato, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo definito e svolto procedure di revisione in risposta a tali rischi; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno.
- Abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate nelle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno del Gruppo.
- Abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli Amministratori, inclusa la relativa informativa.
- Siamo giunti ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte degli Amministratori del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di una incertezza significativa riguardo a eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità del Gruppo di continuare ad operare come un'entità in funzionamento. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa di bilancio, ovvero, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della presente relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare che il Gruppo cessi di operare come un'entità in funzionamento.
- Abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio consolidato nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il bilancio consolidato rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.

- Abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti e appropriati sulle informazioni finanziarie delle imprese o delle differenti attività economiche svolte all'interno del Gruppo per esprimere un giudizio sul bilancio consolidato. Siamo responsabili della direzione, della supervisione e dello svolgimento dell'incarico di revisione contabile del Gruppo. Siamo gli unici responsabili del giudizio di revisione sul bilancio consolidato.

Abbiamo comunicato ai responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato come richiesto dagli ISA Italia, tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Abbiamo fornito ai responsabili delle attività di governance anche una dichiarazione sul fatto che abbiamo rispettato le norme e i principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano e abbiamo comunicato loro ogni situazione che possa ragionevolmente avere un effetto sulla nostra indipendenza e, ove applicabile, le azioni intraprese per eliminare i relativi rischi o le misure di salvaguardia applicate.

Tra gli aspetti comunicati ai responsabili delle attività di governance, abbiamo identificato quelli che sono stati più rilevanti nell'ambito della revisione contabile del bilancio consolidato dell'esercizio in esame, che hanno costituito quindi gli aspetti chiave della revisione. Abbiamo descritto tali aspetti nella relazione di revisione.

Altre informazioni comunicate ai sensi dell'art. 10 del Regolamento (UE) 537/2014

L'assemblea degli azionisti di Moncler S.p.A. ci ha conferito in data 22 aprile 2021 l'incarico di revisione legale del bilancio d'esercizio e consolidato della Società per gli esercizi dal 31 dicembre 2022 al 31 dicembre 2030.

Dichiariamo che non sono stati prestati servizi diversi dalla revisione contabile vietati ai sensi dell'art. 5, par. 1, del Regolamento (UE) 537/2014 e che siamo rimasti indipendenti rispetto alla Società nell'esecuzione della revisione legale.

Confermiamo che il giudizio sul bilancio consolidato espresso nella presente relazione è in linea con quanto indicato nella relazione aggiuntiva destinata al Collegio Sindacale, nella sua funzione di Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile, predisposta ai sensi dell'art. 11 del citato Regolamento.

RELAZIONE SU ALTRE DISPOSIZIONI DI LEGGE E REGOLAMENTARI

Giudizio sulla conformità alle disposizioni del Regolamento Delegato (UE) 2019/815

Gli Amministratori di Moncler S.p.A. sono responsabili per l'applicazione delle disposizioni del Regolamento Delegato (UE) 2019/815 della Commissione Europea in materia di norme tecniche di regolamentazione relative alla specificazione del formato elettronico unico di comunicazione (ESEF – *European Single Electronic Format*) (nel seguito "Regolamento Delegato") al bilancio consolidato al 31 dicembre 2025, da includere nella relazione finanziaria annuale.

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 700B al fine di esprimere un giudizio sulla conformità del bilancio consolidato alle disposizioni del Regolamento Delegato.

A nostro giudizio, il bilancio consolidato al 31 dicembre 2025 è stato predisposto nel formato XHTML ed è stato marcato, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle disposizioni del Regolamento Delegato.

Giudizi e dichiarazione ai sensi dell'art. 14, comma 2, lettere e), e-bis) ed e-ter), del D.Lgs. 39/10 e ai sensi dell'art. 123-bis, comma 4, del D.Lgs. 58/98

Gli Amministratori di Moncler S.p.A. sono responsabili per la predisposizione della relazione sulla gestione e della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari del gruppo Moncler al 31 dicembre 2025, incluse la loro coerenza con il relativo bilancio consolidato e la loro conformità alle norme di legge.

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 720B al fine di:

- esprimere un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e di alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 con il bilancio consolidato;
- esprimere un giudizio sulla conformità alle norme di legge della relazione sulla gestione, esclusa la sezione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità, e di alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98;
- rilasciare una dichiarazione su eventuali errori significativi nella relazione sulla gestione e in alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98.

A nostro giudizio, la relazione sulla gestione e le specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 sono coerenti con il bilancio consolidato del Gruppo Moncler al 31 dicembre 2025.

Inoltre, a nostro giudizio, la relazione sulla gestione, esclusa la sezione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità, e le specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 sono redatte in conformità alle norme di legge.

Con riferimento alla dichiarazione di cui all'art. 14, co. 2, lettera e-ter), del D.Lgs. 39/10, rilasciata sulla base delle conoscenze e della comprensione dell'impresa e del relativo contesto acquisite nel corso dell'attività di revisione, non abbiamo nulla da riportare.

Il nostro giudizio sulla conformità alle norme di legge non si estende alla sezione della relazione sulla gestione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità. Le conclusioni sulla conformità di tale sezione alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione e all'osservanza degli obblighi di informativa previsti dall'art. 8 del Regolamento (UE) 2020/852 sono formulate da parte nostra nella relazione di attestazione ai sensi dell'art. 14-bis del D.Lgs. 39/10.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Barbara Moscardi
Socio

Treviso, 20 marzo 2026

ATTESTAZIONE DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AI SENSI DELL'ART. 81-TER, COMMA 1, DEL REGOLAMENTO CONSOB N. 11971 DEL 14 MAGGIO 1999 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

1. I sottoscritti Remo Ruffini, in qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato e Luciano Santel, in qualità di Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Moncler S.p.A., attestano, ai sensi dell'art. 154-bis, comma 5-ter, del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, che la rendicontazione di sostenibilità inclusa nella relazione sulla gestione è stata redatta:

- a) conformemente agli standard di rendicontazione applicati ai sensi della direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 giugno 2013, e del decreto legislativo 6 settembre 2024, n. 125;
- b) con le specifiche adottate a norma dell'articolo 8, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2020.

19 febbraio 2026

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE E AMMINISTRATORE
DELEGATO
Remo Ruffini

DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE
DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Luciano Santel

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULL'ESAME LIMITATO DELLA RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ AI SENSI DELL'ART. 14-BIS DEL D.LGS. 27 GENNAIO 2010, N. 39

**Agli Azionisti di
Moncler S.p.A.**

Conclusioni

Ai sensi degli artt. 8 e 18, comma 1, del D.Lgs. 6 settembre 2024, n. 125 (di seguito anche “Decreto”), siamo stati incaricati di effettuare l’esame limitato (“*limited assurance engagement*”) della rendicontazione consolidata di sostenibilità del gruppo facente capo a Moncler S.p.A. (di seguito anche “Gruppo Moncler” o “Gruppo”) relativa all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 predisposta ai sensi dell’art. 4 del Decreto, presentata nella specifica sezione della relazione sulla gestione.

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che:

- la rendicontazione consolidata di sostenibilità del Gruppo Moncler relativa all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai principi di rendicontazione adottati dalla Commissione Europea ai sensi della Direttiva (UE) 2013/34/UE (*European Sustainability Reporting Standards*, nel seguito anche “ESRS”);
- le informazioni contenute nel paragrafo “Tassonomia UE” della rendicontazione consolidata di sostenibilità non siano state redatte, in tutti gli aspetti significativi, in conformità all’art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020 (nel seguito anche “Regolamento Tassonomia”).

Elementi alla base delle conclusioni

Abbiamo svolto l’incarico di esame limitato in conformità al Principio di Attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità - SSAE (Italia). Le procedure svolte in tale tipologia di incarico variano per natura e tempistica rispetto a quelle necessarie per lo svolgimento di un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza ragionevole e sono altresì meno estese. Conseguentemente, il livello di sicurezza ottenuto in un incarico di esame limitato è sostanzialmente inferiore rispetto al livello di sicurezza che sarebbe stato ottenuto se fosse stato svolto un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza ragionevole. Le nostre responsabilità ai sensi di tale Principio sono ulteriormente descritte nel paragrafo “Responsabilità della società di revisione per l’attestazione sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità” della presente relazione.

Siamo indipendenti in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili all'incarico di attestazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità nell'ordinamento italiano.

La nostra società di revisione applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità (ISQM Italia) 1 in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Riteniamo di aver acquisito evidenze sufficienti e appropriate su cui basare le nostre conclusioni.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale di Moncler S.p.A. per la rendicontazione consolidata di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per lo sviluppo e l'implementazione delle procedure attuate per individuare le informazioni incluse nella rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità a quanto richiesto dagli ESRS (nel seguito il "processo di valutazione della rilevanza") e per la descrizione di tali procedure contenuta nel paragrafo "[IRO-1] Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti" della rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la redazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità, che contiene le informazioni identificate mediante il processo di valutazione della rilevanza, in conformità a quanto richiesto dall'art. 4 del Decreto, inclusa:

- la conformità agli ESRS;
- la conformità all'art. 8 del Regolamento Tassonomia delle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia UE".

Tale responsabilità comporta la configurazione, la messa in atto e il mantenimento, nei termini previsti dalla legge, di quella parte del controllo interno ritenuta necessaria dagli Amministratori al fine di consentire la redazione di una rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità a quanto richiesto dall'art. 4 del Decreto, che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Tale responsabilità comporta altresì la selezione e l'applicazione di metodi appropriati per elaborare le informazioni nonché l'elaborazione di ipotesi e stime in merito a specifiche informazioni di sostenibilità che siano ragionevoli nelle circostanze.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Limitazioni intrinseche nella redazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità

Ai fini della rendicontazione delle informazioni prospettiche in conformità agli ESRS, agli Amministratori è richiesta l'elaborazione di tali informazioni sulla base di ipotesi, descritte nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, in merito a eventi che potranno accadere in futuro e a possibili future azioni da parte del Gruppo. A causa dell'aleatorietà connessa alla realizzazione di qualsiasi evento futuro, sia per quanto concerne il concretizzarsi dell'accadimento sia per quanto riguarda la misura e la tempistica della sua manifestazione, gli scostamenti fra i valori consuntivi e le informazioni prospettiche potrebbero essere significativi.

L'informativa fornita dal Gruppo in merito alle emissioni Scope 3 è soggetta a maggiori limitazioni intrinseche rispetto a quelle Scope 1 e 2, a causa della scarsa disponibilità e della precisione relativa delle informazioni utilizzate per definire le informazioni sulle emissioni Scope 3, sia di natura quantitativa sia di natura qualitativa, relative alla catena del valore.

Responsabilità della società di revisione per l'attestazione sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità

I nostri obiettivi sono pianificare e svolgere procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la rendicontazione consolidata di sostenibilità non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, ed emettere una relazione contenente le nostre conclusioni. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni degli utilizzatori prese sulla base della rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Nell'ambito dell'incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza limitato in conformità al Principio di Attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità - SSAE (Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata dell'incarico.

Le nostre responsabilità includono:

- la considerazione dei rischi per identificare l'informativa nella quale è probabile che si verifichi un errore significativo, sia dovuto a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali;
- la definizione e lo svolgimento di procedure per verificare l'informativa nella quale è probabile che si verifichi un errore significativo. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- la direzione, la supervisione e lo svolgimento dell'esame limitato della rendicontazione consolidata di sostenibilità e l'assunzione della piena responsabilità delle conclusioni sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Riepilogo del lavoro svolto

Un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza limitato comporta lo svolgimento di procedure per ottenere evidenze quale base per la formulazione delle nostre conclusioni.

Le procedure svolte sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti principali procedure, in parte in una fase preliminare prima della chiusura dell'esercizio e, successivamente, in una fase finale fino alla data di emissione della presente relazione:

- comprensione del modello di *business*, delle strategie del Gruppo e del contesto in cui opera con riferimento alle questioni di sostenibilità;
- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative incluse nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, ivi inclusa l'analisi del perimetro di rendicontazione;
- comprensione del processo posto in essere dal Gruppo per l'identificazione e la valutazione degli impatti, rischi ed opportunità rilevanti, in base al principio di doppia rilevanza, in relazione alle questioni di sostenibilità;
- identificazione dell'informativa nella quale è probabile che esista un rischio di errore significativo, tenendo in considerazione, tra gli altri, fattori connessi al processo di generazione e raccolta delle informazioni, alla presenza di stime e alla complessità delle relative metodologie di calcolo, nonché fattori qualitativi e quantitativi riconducibili alla natura delle informazioni stesse;
- definizione e svolgimento delle procedure, basate sul giudizio professionale del revisore della rendicontazione di sostenibilità, per rispondere ai rischi di errore significativi identificati, anche ricorrendo al supporto di specialisti appartenenti alla rete Deloitte, con particolare riferimento a specifiche informazioni di natura ambientale;
- comprensione del processo posto in essere dal Gruppo per identificare le attività economiche ammissibili e determinarne la natura allineata in base alle previsioni del Regolamento Tassonomia, e verifica della relativa informativa inclusa nella rendicontazione consolidata di sostenibilità;
- riscontro delle informazioni riportate nella rendicontazione consolidata di sostenibilità con le informazioni contenute nel bilancio consolidato ai sensi del quadro sull'informativa finanziaria applicabile o con i dati contabili utilizzati per la redazione del bilancio stesso o con i dati gestionali di natura contabile;

- verifica della struttura e della presentazione dell'informativa inclusa nella rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità con gli ESRS, inclusa l'informativa sul processo di valutazione della rilevanza;
- ottenimento della lettera di attestazione.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Barbara Moscardi
Socio

Treviso, 20 marzo 2026

ATTESTAZIONE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO AI SENSI DELL'ART. 154-BIS DEL D.LGS. 58/98

1. I sottoscritti Remo Ruffini, in qualità di Presidente del Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato, e Luciano Santel, in qualità di Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Moncler S.p.A., attestano, tenuto anche conto di quanto previsto dall'art. 154-*bis*, commi 3 e 4, del Decreto Legislativo 24 febbraio 1998, n. 58:

- l'adeguatezza in relazione alle caratteristiche dell'impresa e
- l'effettiva applicazione

delle procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio d'esercizio nel corso dell'esercizio 2025.

2. La valutazione dell'adeguatezza delle procedure amministrative e contabili per la formazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 si è basata su di un processo definito da Moncler S.p.A. in coerenza con il modello *Internal Control – Integrated Framework* emesso dal *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* che rappresenta un *framework* di riferimento generalmente accettato a livello internazionale.

3. Si attesta, inoltre, che:

3.1 il bilancio d'esercizio:

- a) è redatto in conformità ai principi contabili internazionali applicabili riconosciuti nella Comunità europea ai sensi del regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 19 luglio 2002;
- b) corrisponde alle risultanze dei libri e delle scritture contabili;
- c) è idoneo a fornire una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'emittente.

3.2 La relazione sulla gestione comprende un'analisi attendibile dell'andamento e del risultato della gestione nonché della situazione dell'emittente, unitamente alla descrizione dei principali rischi e incertezze cui è esposto.

19 febbraio 2026

PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE E AMMINISTRATORE
DELEGATO
Remo Ruffini

DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE
DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Luciano Santel

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE
AI SENSI DELL'ART. 14 DEL D.LGS. 27 GENNAIO 2010, N. 39 E DELL'ART. 10
DEL REGOLAMENTO (UE) N. 537/2014**

**Agli Azionisti di
Moncler S.p.A.**

RELAZIONE SULLA REVISIONE CONTABILE DEL BILANCIO D'ESERCIZIO

Giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio di Moncler S.p.A. (la "Società"), costituito dalla situazione patrimoniale-finanziaria al 31 dicembre 2025, dal conto economico, dal conto economico complessivo, dal prospetto delle variazioni del patrimonio netto, dal rendiconto finanziario per l'esercizio chiuso a tale data e dalle note al bilancio che includono le informazioni rilevanti sui principi contabili applicati.

A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio fornisce una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale e finanziaria della Società al 31 dicembre 2025, del risultato economico e dei flussi di cassa per l'esercizio chiuso a tale data in conformità ai principi contabili IFRS emanati dall'International Accounting Standards Board e adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs. n. 38/05.

Elementi alla base del giudizio

Abbiamo svolto la revisione contabile in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia). Le nostre responsabilità ai sensi di tali principi sono ulteriormente descritte nella sezione *Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio* della presente relazione. Siamo indipendenti rispetto alla Società in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano alla revisione contabile del bilancio. Riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio.

Aspetti chiave della revisione contabile

Gli aspetti chiave della revisione contabile sono quegli aspetti che, secondo il nostro giudizio professionale, sono stati maggiormente significativi nell'ambito della revisione contabile del bilancio dell'esercizio in esame. Tali aspetti sono stati da noi affrontati nell'ambito della revisione contabile e nella formazione del nostro giudizio sul bilancio d'esercizio nel suo complesso; pertanto, su tali aspetti non esprimiamo un giudizio separato.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Santa Sofia, 28 - 20122 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.688.930,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro delle Imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560166 - R.E.A. n. MI-1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.

Impairment test del marchio Stone Island e della partecipazione detenuta in Sportswear Company S.p.A.

Descrizione dell'aspetto chiave della revisione

Il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 riporta "Marchi e altre immobilizzazioni immateriali, nette" pari ad Euro 1.003,8 milioni, che include per Euro 775,5 milioni il valore assegnato al marchio Stone Island (di seguito il "Marchio").

La voce "Partecipazioni in società controllate", pari ad Euro 1.022,2 milioni, include, per Euro 599,8 milioni, il valore della partecipazione detenuta in Sportswear Company S.p.A. (di seguito la "Partecipazione"), che incorpora il maggior valore riconosciuto nel 2021 in sede di acquisizione ed attribuito all'avviamento associato al business Stone Island.

Il Marchio, quale bene immateriale a vita utile indefinita, non viene ammortizzato ma è sottoposto, come previsto dal principio contabile internazionale "*IAS 36 Impairment of assets*", a *impairment test* almeno annualmente mediante confronto tra il suo valore contabile e il valore recuperabile, determinato come valore d'uso con il metodo dei flussi di cassa attualizzati, stimati attraverso l'applicazione del c.d. *royalty relief method*. Il valore contabile della Partecipazione viene sottoposto ad *impairment test* qualora fatti o circostanze richiedano una revisione.

Il processo di valutazione posto in essere dalla Direzione è articolato e si basa su una serie di assunzioni riguardanti, tra l'altro, la previsione dei flussi di cassa attesi, la determinazione di un appropriato tasso di attualizzazione (WACC) e di crescita di lungo periodo (g-rate). Tali assunzioni sono influenzate da aspettative future circa l'andamento del business Stone Island oltre che da condizioni di mercato.

In considerazione della rilevanza dell'ammontare del Marchio e della Partecipazione iscritti nel bilancio d'esercizio, della soggettività delle stime attinenti la determinazione dei flussi di cassa attesi del business Stone Island e delle variabili chiave del modello di *impairment*, abbiamo considerato l'*impairment test* un aspetto chiave della revisione del bilancio d'esercizio della Società.

La nota 4.2 al bilancio d'esercizio riporta l'informativa sul test effettuato sul Marchio, ivi inclusa una *sensitivity analysis* che illustra gli effetti derivanti da variazioni nelle variabili chiave utilizzate ai fini dell'*impairment test*.

La nota 4.4 al bilancio d'esercizio riporta le considerazioni sviluppate dalla Direzione relativamente alla Partecipazione.

Procedure di revisione svolte

Abbiamo esaminato le modalità usate dalla Direzione per la stima del valore d'uso, analizzando i metodi e le assunzioni utilizzati per lo sviluppo dell'*impairment test*.

Nell'ambito delle nostre verifiche abbiamo, tra l'altro, svolto le seguenti procedure, anche avvalendoci del supporto di esperti del *network* Deloitte:

- rilevazione e comprensione del processo posto in essere dalla Società nell'effettuazione dell'*impairment test*;
- analisi di ragionevolezza delle principali assunzioni adottate per la formulazione delle previsioni dei flussi di cassa, anche mediante analisi di dati di settore e ottenimento di informazioni dalla Direzione;
- analisi dei dati consuntivi rispetto alle precedenti previsioni formulate dalla Direzione, ai fini di valutare la natura degli scostamenti e l'attendibilità del processo di predisposizione dei dati previsionali;
- valutazione della ragionevolezza del tasso di attualizzazione (WACC) e di crescita di lungo periodo (g-rate);
- verifica dell'accuratezza matematica del modello utilizzato per la determinazione del valore d'uso;
- verifica della *sensitivity analysis* predisposta dalla Direzione ed esame dell'informativa fornita dalla Società sull'*impairment test*.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per il bilancio d'esercizio

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del bilancio d'esercizio che fornisca una rappresentazione veritiera e corretta in conformità ai principi contabili IFRS emanati dall'International Accounting Standards Board e adottati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs. n. 38/05 e, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno dagli stessi ritenuta necessaria per consentire la redazione di un bilancio che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili per la valutazione della capacità della Società di continuare ad operare come un'entità in funzionamento e, nella redazione del bilancio d'esercizio, per l'appropriatezza dell'utilizzo del presupposto della continuità aziendale, nonché per una adeguata informativa in materia. Gli Amministratori utilizzano il presupposto della continuità aziendale nella redazione del bilancio d'esercizio a meno che abbiano valutato che sussistono le condizioni per la liquidazione della Società o per l'interruzione dell'attività o non abbiano alternative realistiche a tali scelte.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sul processo di predisposizione dell'informativa finanziaria della Società.

Responsabilità della società di revisione per la revisione contabile del bilancio d'esercizio

I nostri obiettivi sono l'acquisizione di una ragionevole sicurezza che il bilancio d'esercizio nel suo complesso non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, e l'emissione di una relazione di revisione che includa il nostro giudizio. Per ragionevole sicurezza si intende un livello elevato di sicurezza che, tuttavia, non fornisce la garanzia che una revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia) individui sempre un errore significativo, qualora esistente. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni economiche degli utilizzatori prese sulla base del bilancio d'esercizio.

Nell'ambito della revisione contabile svolta in conformità ai principi di revisione internazionali (ISA Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata della revisione contabile. Inoltre:

- Abbiamo identificato e valutato i rischi di errori significativi nel bilancio d'esercizio, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali; abbiamo definito e svolto procedure di revisione in risposta a tali rischi; abbiamo acquisito elementi probativi sufficienti ed appropriati su cui basare il nostro giudizio. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno.
- Abbiamo acquisito una comprensione del controllo interno rilevante ai fini della revisione contabile allo scopo di definire procedure di revisione appropriate nelle circostanze e non per esprimere un giudizio sull'efficacia del controllo interno della Società.
- Abbiamo valutato l'appropriatezza dei principi contabili utilizzati nonché la ragionevolezza delle stime contabili effettuate dagli Amministratori, inclusa la relativa informativa.
- Siamo giunti ad una conclusione sull'appropriatezza dell'utilizzo da parte degli Amministratori del presupposto della continuità aziendale e, in base agli elementi probativi acquisiti, sull'eventuale esistenza di una incertezza significativa riguardo a eventi o circostanze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità della Società di continuare ad operare come un'entità in funzionamento. In presenza di un'incertezza significativa, siamo tenuti a richiamare l'attenzione nella relazione di revisione sulla relativa informativa di bilancio ovvero, qualora tale informativa sia inadeguata, a riflettere tale circostanza nella formulazione del nostro giudizio. Le nostre conclusioni sono basate sugli elementi probativi acquisiti fino alla data della presente relazione. Tuttavia, eventi o circostanze successivi possono comportare che la Società cessi di operare come un'entità in funzionamento.
- Abbiamo valutato la presentazione, la struttura e il contenuto del bilancio d'esercizio nel suo complesso, inclusa l'informativa, e se il bilancio d'esercizio rappresenti le operazioni e gli eventi sottostanti in modo da fornire una corretta rappresentazione.

Abbiamo comunicato ai responsabili delle attività di governance, identificati ad un livello appropriato come richiesto dagli ISA Italia, tra gli altri aspetti, la portata e la tempistica pianificate per la revisione contabile e i risultati significativi emersi, incluse le eventuali carenze significative nel controllo interno identificate nel corso della revisione contabile.

Abbiamo fornito ai responsabili delle attività di governance anche una dichiarazione sul fatto che abbiamo rispettato le norme e i principi in materia di etica e di indipendenza applicabili nell'ordinamento italiano e abbiamo comunicato loro ogni situazione che possa ragionevolmente avere un effetto sulla nostra indipendenza e, ove applicabile, le azioni intraprese per eliminare i relativi rischi o le misure di salvaguardia applicate.

Tra gli aspetti comunicati ai responsabili delle attività di governance, abbiamo identificato quelli che sono stati più rilevanti nell'ambito della revisione contabile del bilancio dell'esercizio in esame, che hanno costituito quindi gli aspetti chiave della revisione. Abbiamo descritto tali aspetti nella relazione di revisione.

Altre informazioni comunicate ai sensi dell'art. 10 del Regolamento (UE) 537/2014

L'assemblea degli azionisti di Moncler S.p.A. ci ha conferito in data 22 aprile 2021 l'incarico di revisione legale del bilancio d'esercizio e consolidato della Società per gli esercizi dal 31 dicembre 2022 al 31 dicembre 2030.

Dichiariamo che non sono stati prestati servizi diversi dalla revisione contabile vietati ai sensi dell'art. 5, par. 1, del Regolamento (UE) 537/2014 e che siamo rimasti indipendenti rispetto alla Società nell'esecuzione della revisione legale.

Confermiamo che il giudizio sul bilancio d'esercizio espresso nella presente relazione è in linea con quanto indicato nella relazione aggiuntiva destinata al Collegio Sindacale, nella sua funzione di Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile, predisposta ai sensi dell'art. 11 del citato Regolamento.

RELAZIONE SU ALTRE DISPOSIZIONI DI LEGGE E REGOLAMENTARI

Giudizio sulla conformità alle disposizioni del Regolamento Delegato (UE) 2019/815

Gli Amministratori di Moncler S.p.A. sono responsabili per l'applicazione delle disposizioni del Regolamento Delegato (UE) 2019/815 della Commissione Europea in materia di norme tecniche di regolamentazione relative alla specificazione del formato elettronico unico di comunicazione (ESEF – *European Single Electronic Format*) (nel seguito "Regolamento Delegato") al bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025, da includere nella relazione finanziaria annuale.

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 700B al fine di esprimere un giudizio sulla conformità del bilancio d'esercizio alle disposizioni del Regolamento Delegato.

A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2025 è stato predisposto nel formato XHTML in conformità alle disposizioni del Regolamento Delegato.

Giudizi e dichiarazione ai sensi dell'art. 14, comma 2, lettere e), e-bis) ed e-ter) del D.Lgs. 39/10 e ai sensi dell'art. 123-bis, comma 4, del D.Lgs. 58/98

Gli Amministratori di Moncler S.p.A. sono responsabili per la predisposizione della relazione sulla gestione e della relazione sul governo societario e gli assetti proprietari di Moncler S.p.A. al 31 dicembre 2025, incluse la loro coerenza con il relativo bilancio d'esercizio e la loro conformità alle norme di legge.

Abbiamo svolto le procedure indicate nel principio di revisione (SA Italia) n. 720B al fine di:

- esprimere un giudizio sulla coerenza della relazione sulla gestione e di alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 con il bilancio d'esercizio;
- esprimere un giudizio sulla conformità alle norme di legge della relazione sulla gestione, esclusa la sezione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità, e di alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98;
- rilasciare una dichiarazione su eventuali errori significativi nella relazione sulla gestione e in alcune specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98.

A nostro giudizio, la relazione sulla gestione e le specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 sono coerenti con il bilancio d'esercizio di Moncler S.p.A. al 31 dicembre 2025.

Inoltre, a nostro giudizio, la relazione sulla gestione, esclusa la sezione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità, e le specifiche informazioni contenute nella relazione sul governo societario e gli assetti proprietari indicate nell'art. 123-bis, co. 4, del D.Lgs. 58/98 sono redatte in conformità alle norme di legge.

Con riferimento alla dichiarazione di cui all'art. 14, co. 2, lettera e-ter), del D.Lgs. 39/10, rilasciata sulla base delle conoscenze e della comprensione dell'impresa e del relativo contesto acquisite nel corso dell'attività di revisione, non abbiamo nulla da riportare.

Il nostro giudizio sulla conformità alle norme di legge non si estende alla sezione della relazione sulla gestione relativa alla rendicontazione consolidata di sostenibilità. Le conclusioni sulla conformità di tale sezione alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione e all'osservanza degli obblighi di informativa previsti dall'art. 8 del Regolamento (UE) 2020/852 sono formulate da parte nostra nella relazione di attestazione ai sensi dell'art. 14-bis del D.Lgs. 39/10.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Barbara Moscardi
Socio

Treviso, 20 marzo 2026

MONCLER S.p.A.

Sede in Milano, via Stendhal, 47

Registro Imprese di Milano e codice fiscale 04642290961

REA 1763158

*** * ***

RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE

ALL'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI

Ai sensi dell'art. 153 del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58

Signori Azionisti,

la presente relazione, redatta ai sensi dell'art. 153 del D. Lgs. n. 58/1998 (nel seguito, anche "T.U.F."), riferisce sull'attività svolta dal Collegio Sindacale (il "Collegio") di Moncler S.p.A. (nel seguito "Moncler" o anche la "Società") nell'esercizio concluso il 31 dicembre 2025.

Il Collegio Sindacale, nella sua attuale composizione, è stato nominato dall'Assemblea del 18 aprile 2023 e resterà in carica sino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2025.

Nel corso dell'esercizio 2025 il Collegio Sindacale ha svolto i propri compiti nel rispetto del Codice Civile, del T.U.F., delle indicazioni fornite dalla Consob con comunicazione n. 1025564 del 6 aprile 2001 e successivi aggiornamenti, del D. Lgs n. 39/2010 e successive modifiche ed integrazioni, delle norme statutarie e di quelle emesse dalle Autorità che esercitano attività di vigilanza e di controllo, tenendo altresì in considerazione il Codice di Corporate Governance delle società quotate pubblicato nel 2020 dal Comitato per la Corporate Governance a cui la Società ha dichiarato di attenersi (il "Codice di Corporate Governance"), nonché le norme di comportamento del collegio sindacale di società quotate raccomandate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili aggiornate, da ultimo, a dicembre 2024 (le "Norme di Comportamento").

Il Collegio Sindacale ha inoltre ottemperato alla normativa applicabile agli enti di interesse pubblico di cui all'art. 16 D. Lgs. n. 39/2010, quale è Moncler in quanto società con azioni quotate, nella veste di "Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile", svolgendo le ulteriori specifiche funzioni di controllo e monitoraggio in tema di informativa finanziaria e di sostenibilità, previste dall'art. 19 del citato D. Lgs. n. 39/2010, così come modificato dal D. Lgs. n. 125/2024 che ha recepito nel nostro ordinamento la Direttiva 2022/2464/UE ("CSRD").

Il Collegio Sindacale dà qui conto delle attività svolte nel corso dell'esercizio 2025 e fornisce di seguito le opportune informazioni, in linea con le disposizioni che regolano la materia.

1. Attività del Collegio Sindacale nel corso dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 *(punto 10 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)*

Il Collegio Sindacale ha svolto le attività di propria competenza effettuando, nel corso dell'esercizio 2025, 8 riunioni.

Inoltre, il Collegio ha partecipato alle 7 riunioni del Consiglio di Amministrazione e ha preso parte in maniera totalitaria o a mezzo del proprio Presidente e/o altro sindaco:

- a n. 3 riunioni del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità (CCRS);
- a n. 6 riunioni del Comitato Nomine e Remunerazioni (CNR);
- a n. 1 riunioni del Comitato Parti Correlate (CPC).

Nell'ambito della propria attività di controllo, il Collegio, tra l'altro, ha:

- vigilato sull'osservanza delle leggi e dello statuto e delle regolamentazioni di settore;
- vigilato sul rispetto dei principi di corretta amministrazione;
- vigilato sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società per gli aspetti di competenza, del sistema di controllo interno e amministrativo – contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo a rappresentare correttamente i fatti di gestione;
- vigilato sulle modalità di concreta attuazione del Codice di Corporate Governance;
- verificato la corretta applicazione dei criteri e delle procedure di accertamento adottati dal Consiglio di Amministrazione per valutare i requisiti di indipendenza richiesti per i Consiglieri;
- vigilato sulla conformità della procedura approvata dal Consiglio di amministrazione in materia di operazioni con parti correlate ai principi di cui al Regolamento Consob n. 17221 del 12 Marzo 2010 e successive modifiche, nonché sul rispetto della procedura medesima;
- vigilato sull'adozione delle politiche retributive, sottoposte ad approvazione assembleare.

Il Collegio Sindacale, inoltre, ha:

- incontrato l'Organismo di Vigilanza istituito ex D. Lgs. 231/2001 al fine di un

- opportuno scambio di informazioni;
- incontrato il Data Protection Officer (DPO) per l'opportuno scambio di informazioni e analisi della sua relazione periodica;
- svolto incontri e/o scambiato informazioni con gli organi di controllo delle principali società controllate;
- tenuto incontri e ottenuto informazioni, anche attraverso la partecipazione alle riunioni del CCRS, dal Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari incaricato anche dell'attestazione sulla rendicontazione di sostenibilità, dal Responsabile della Funzione Internal Audit e da altri responsabili delle funzioni aziendali di volta in volta interessate dall'attività di vigilanza del Collegio;
- nel quadro dei rapporti tra organo di controllo e revisore previsti ai sensi del terzo comma dell'art. 150 del T.U.F. e alla luce delle attribuzioni del Collegio Sindacale in veste di Comitato per il controllo interno e la revisione contabile ai sensi dell'art. 19 D. Lgs. 39/2010, effettuato appositi incontri su base periodica con la società incaricata della revisione legale Deloitte&Touche S.p.A. ("Deloitte & Touche"), nel corso dei quali sono stati scambiati dati e informazioni rilevanti per l'espletamento dei rispettivi compiti. L'organo di controllo ha incontrato Deloitte & Touche anche nella veste di soggetto incaricato dell'attestazione sulla rendicontazione di sostenibilità ai sensi del D. Lgs. 125/2024.

2. Operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale. Altri eventi meritevoli di richiamo *(punto 1 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)*

2.1. Attività svolta dal Collegio

Il Collegio Sindacale ha vigilato sul rispetto da parte della Società della legge e dello statuto sociale e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, con particolare riferimento alle operazioni rilevanti sotto il profilo economico, finanziario e patrimoniale, mediante la costante partecipazione alle riunioni del Consiglio di Amministrazione, dei comitati endoconsiliari e l'esame della documentazione fornita.

A tal riguardo, il Collegio ha ricevuto informazioni da parte degli Amministratori Delegati e dal Consiglio di amministrazione sull'attività svolta e sulle operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale deliberate e poste in

essere dalla Società, anche tramite società direttamente o indirettamente controllate; di tali operazioni e attività è data rappresentazione nella Relazione sulla Gestione, cui si rinvia.

Sulla base delle informazioni rese disponibili, il Collegio è giunto a ritenere ragionevolmente che tali operazioni siano da considerarsi conformi alla legge, allo statuto sociale e ai principi di corretta amministrazione e che esse non appaiono manifestamente imprudenti, né azzardate o in contrasto con le delibere assunte dall'Assemblea, né tali da compromettere l'integrità del patrimonio sociale.

2.2 Principali eventi di rilievo

I principali eventi di rilievo che hanno interessato la Società e il Gruppo nel corso del 2025 sono oggetto di informativa anche nella Relazione Annuale e Bilancio Consolidato 2025 e nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari. Tra questi si riportano, in particolare, i seguenti:

- (i) in data 16 aprile 2025, l'Assemblea Ordinaria di Moncler ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione, composto da 15 membri, per il triennio 2025-2027, che rimarrà in carica fino all'assemblea che sarà chiamata ad approvare il Bilancio d'Esercizio al 31 dicembre 2027;
- (ii) in data 16 aprile 2025 l'Assemblea Ordinaria di Moncler ha inoltre approvato il Bilancio d'Esercizio di Moncler ed il Bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2024 e ha deliberato la distribuzione di un dividendo unitario lordo pari a Euro 1,30 per azione (Euro 1,15 per azione nell'anno precedente). L'esborso connesso a tale distribuzione è stato pari a Euro 353,2 milioni di dividendi, di cui Euro 0,2 milioni riferiti ai dividendi distribuiti nel 2024 (su un totale di Euro 351,8 milioni di distribuzione di dividendi approvata);
- (iii) il 20 marzo 2025, l'Assemblea Straordinaria di Moncler ha approvato le proposte di modifiche allo statuto sociale concernenti, tra le altre, il numero dei componenti del Consiglio di Amministrazione e la nomina di quest'ultimo (stabilendo, tra l'altro, che dalla lista di minoranza vengano eletti due membri in caso di Consiglio composto da più di 12 membri e che i candidati ai primi due posti siano di genere diverso);
- (iv) in data 10 aprile 2025, Moncler Middle East FZ-LLC ha acquistato dal socio locale la sua partecipazione in Moncler UAE LLC pari al 51% del capitale sociale, per un ammontare di Euro 2,6 milioni. A seguito di questo acquisto Moncler, tramite le controllate Industries S.p.A. e Moncler Middle East FZ-LLC, detiene l'intero capitale sociale di Moncler UAE LLC;
- (v) 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 ammontare 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.

Si segnala altresì che il 20 gennaio 2026, Moncler 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. Il 20 gennaio 2026, Moncler ha inoltre 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.

3. Operazioni con parti correlate e infragruppo. Operazioni atipiche e/o inusuali (punti 2 e 3 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)

La Società, in ottemperanza a quanto previsto dal Regolamento Consob 17221/2010 e successive modificazioni e dall'art. 2391-bis del Codice Civile, si è dotata di una "*Procedura per la disciplina delle operazioni con le parti correlate*" ("*Procedura OPC*"), da ultimo aggiornata in data 14 giugno 2021 per tener conto delle modifiche apportate al Regolamento Consob 17221/2010 dalla Delibera Consob n. 21624 del 10 dicembre 2020 (entrate in vigore il 1° luglio 2021).

Anche su raccomandazione del Collegio Sindacale, la Società sta ultimando le proprie valutazioni in merito ad un aggiornamento della procedura.

Il Collegio Sindacale ritiene che la predetta procedura risulti conforme alle prescrizioni del citato Regolamento Consob 17221/2010, nella formulazione attualmente vigente: nel corso dell'esercizio il Collegio ha vigilato sulla sua osservanza da parte della Società.

La Relazione Finanziaria Annuale, comprensiva della Relazione sulla Gestione, del Bilancio Consolidato e del Bilancio d'Esercizio 2025 di Moncler riporta gli effetti economico-patrimoniali delle operazioni con parti correlate, nonché la descrizione dei relativi rapporti più significativi.

Nel corso dell'esercizio 2025 non è stata sottoposta all'attenzione del Comitato Operazioni con Parti Correlate alcuna operazione classificata, ai sensi della Procedura OPC, come di "maggiore rilevanza".

Non risultano eseguite operazioni con parti correlate in via d'urgenza.

Il Collegio ha valutato adeguate le informazioni rese dal Consiglio di Amministrazione nella Relazione Finanziaria Annuale 2025 della Società in ordine alle operazioni infragruppo e con parti correlate.

Per quanto a conoscenza del Collegio Sindacale, nel corso dell'esercizio 2025 non sono state poste in essere operazioni atipiche e/o inusuali.

4. Attività di vigilanza sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo. Struttura organizzativa della Società e del Gruppo, rapporti con società controllate
(punti 12 e 15 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)

Il Collegio Sindacale ha acquisito conoscenza e vigilato, per quanto di sua competenza, sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società tramite le informazioni acquisite dal Consiglio di Amministrazione, dall'Amministratore Delegato e dai responsabili delle funzioni aziendali, nonché nell'ambito di incontri con i Collegi Sindacali delle controllate.

La struttura organizzativa della Società e del Gruppo e la relativa evoluzione sono descritte in dettaglio nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari.

L'assetto organizzativo della Società comprende i compiti e le responsabilità delle funzioni aziendali, i rapporti gerarchici e funzionali tra esse intercorrenti e i relativi meccanismi di coordinamento.

Il Collegio Sindacale ha vigilato sull'adeguatezza del complessivo assetto organizzativo della Società e del Gruppo e ha monitorato altresì il processo di definizione e attribuzione delle deleghe.

Nell'ambito della propria attività di vigilanza il Collegio sindacale ha poi incontrato l'Organismo di Vigilanza istituito ai sensi del D. Lgs 231/2001, cui è affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del modello adottato ai sensi del D. Lgs. 39/2010 (c.d. Modello 231) e del Codice Etico, ed ha ottenuto informativa sulle attività di carattere organizzativo e procedurale poste in essere ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

Il Collegio ha vigilato sull'adeguatezza delle disposizioni impartite dalla Società alle società controllate ai sensi dell'art. 114, comma 2, del T.U.F. al fine di ottenere con tempestività le informazioni necessarie ad adempiere agli obblighi di comunicazione previsti dalla legge e dal Regolamento (UE) n. 596/2014.

Il Collegio Sindacale, inoltre, ha posto in essere, ai sensi dell'art. 151 T.U.F., scambi informativi mediante specifici incontri con i componenti dei Collegi Sindacali di alcune tra le principali società controllate in merito, tra l'altro, al funzionamento dell'attività sociale e all'adeguatezza dell'assetto organizzativo. Il Collegio Sindacale ha acquisito, in data 20 marzo 2026, la Relazione al bilancio predisposta dall'organo di controllo della società controllata Industries S.p.A. e, in data 20 marzo 2026, la Relazione al bilancio predisposta dall'organo di controllo della società controllata Sportswear Company S.p.A., i cui contenuti confermano quanto emerso nel corso degli scambi informativi e dalle quali non sono emersi elementi da segnalare nella presente Relazione.

5. Attività di vigilanza sull'adeguatezza sul sistema di controllo interno e di gestione dei rischi e del sistema amministrativo contabile; monitoraggio del processo di informativa finanziaria e non finanziaria (punti 11, 13 e 14 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)

5.1 Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi

Nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari sono descritte le principali caratteristiche del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi ("SCI GR") è formato dalle regole, dalle procedure e dalle strutture aziendali che operano per consentire l'efficace funzionamento della Società e del Gruppo e per identificare, gestire e monitorare i principali rischi cui essi sono esposti. Il SCI GR è un sistema integrato che coinvolge l'intera struttura organizzativa; al suo funzionamento sono chiamati a contribuire, in modo coordinato e interdipendente, tanto gli organi sociali quanto le strutture aziendali, comprese le funzioni di controllo.

Il Collegio Sindacale ha vigilato sull'adeguatezza del SCI GR di cui è dotata la Società e il Gruppo, verificandone il suo concreto funzionamento. In particolare, il Collegio Sindacale ha:

- (i) preso atto della valutazione di adeguatezza del SCI GR espressa, previo parere del CCRS, dal Consiglio di Amministrazione; a tale proposito, si rinvia alla Relazione di Corporate Governance e Assetti Proprietari;

- (ii) esaminato la relazione del CCRS rilasciata semestralmente a supporto del Consiglio di Amministrazione;
- (iii) esaminato i documenti di sintesi sulla valutazione dell'adeguatezza e dell'efficacia del sistema dei controlli interni e gestione dei rischi predisposti dalla Funzione *Internal Audit*;
- (iv) partecipato a tutte le riunioni del CCRS, ricevendo informazioni anche in ordine alle iniziative che il Comitato ha ritenuto opportuno promuovere o richiedere a fronte di specifiche tematiche;
- (v) acquisito conoscenza dell'evoluzione delle strutture organizzative e delle attività svolte dalle Funzioni di *Internal Audit* e di *Compliance*;
- (vi) acquisito conoscenza della natura e della tipologia di attività di *risk management* svolte, attraverso colloqui con la *Risk Senior Manager*; anche ai fini di valutare il grado di maturità raggiunto dal ruolo;
- (vii) esaminato le relazioni sull'attività della Funzione di *Internal Audit* e della Funzione di *Compliance* portate all'attenzione del CCRS e del Consiglio di Amministrazione;
- (viii) verificato l'autonomia, l'indipendenza e le funzionalità della Funzione *Internal Audit*, nonché implementato e mantenuto con la stessa un adeguato e costante collegamento;
- (ix) esaminato il Piano di *Audit* predisposto dalla Funzione di *Internal Audit* e approvato dal Consiglio di Amministrazione, osservato il rispetto dello stesso e ricevuto flussi informativi sugli esiti degli *audit* e sull'effettiva implementazione delle relative iniziative di mitigazione e azioni correttive;
- (x) preso conoscenza dell'evoluzione dell'assetto delle procedure adottate dal Gruppo;
- (xi) esaminato e discusso con la società di revisione il contenuto della relazione aggiuntiva ex art. 11 Regolamento (UE) 537/2014.

Alla luce di tutto quanto sopra, tenuto conto della circostanza che il SCIGR è un sistema in costante evoluzione, dalle analisi svolte e sulla base degli elementi informativi acquisiti, non sono emersi elementi che possano indurre questo Collegio a ritenere non adeguato, nel suo complesso, il sistema di controllo interno e gestione dei rischi della Società.

5.2 Sistema amministrativo contabile e processo di informativa finanziaria

Per quanto riguarda il sistema amministrativo contabile e il processo di informativa finanziaria, il Collegio Sindacale ha vigilato sull'adeguatezza di detto sistema e sull'idoneità dello stesso a rappresentare correttamente i fatti di gestione.

La vigilanza del Collegio Sindacale è stata svolta, tra l'altro, tramite l'esame delle relazioni del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari. Nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari sono descritte le principali caratteristiche del sistema.

Il Collegio Sindacale ha incontrato periodicamente, per gli scambi di informazione previsti per legge, i responsabili della società di revisione. Dallo scambio con detti soggetti di dati e informazioni rilevanti per l'espletamento dei rispettivi compiti, ai sensi dell'art. 150, comma 3, T.U.F non sono emersi aspetti che debbano essere evidenziati nella presente relazione.

Nella riunione del 6 febbraio 2026, il Collegio Sindacale ha esaminato i contenuti della bozza della Relazione aggiuntiva predisposta dalla società di revisione Deloitte & Touche ex art. 11 del Regolamento UE 537/2014, emessa poi in data 20 marzo 2026, e ha constatato che da essa non emergono carenze significative del sistema di controllo interno in relazione al processo di informativa finanziaria. I contenuti previsti nella relazione sono stati oggetto di discussione e approfondimento nel corso dei periodici scambi informativi intervenuti tra il Collegio Sindacale e la società di revisione.

5.3 Processo relativo all'informativa di sostenibilità

Il Collegio Sindacale ricorda che, a decorrere dall'esercizio 2024, ai sensi del D. Lgs. 125/2024 che ha recepito la CSRD, la Società è chiamata a predisporre e inserire all'interno di un'apposita sezione della relazione sulla gestione la rendicontazione di sostenibilità ("Rendicontazione di Sostenibilità").

Come previsto dall'art. 10, comma 1, D. Lgs. 125/2024, il Collegio Sindacale, nell'ambito dello svolgimento delle funzioni ad esso attribuite dall'ordinamento, ha vigilato sull'osservanza delle norme del D. Lgs. 125/2024. In particolare, ha vigilato sul rispetto delle disposizioni che disciplinano la predisposizione e la pubblicazione della Rendicontazione di Sostenibilità, tenendo conto anche di quanto previsto dal Regolamento UE 2020/852 (cosiddetto Regolamento Tassonomia). Il Collegio Sindacale ha altresì vigilato sul processo di produzione delle informazioni confluite nella Rendicontazione di Sostenibilità.

Nell'ambito dello svolgimento delle attività di vigilanza, anche mediante la partecipazione alle riunioni del Consiglio e dei Comitati endoconsiliari, il Collegio Sindacale ha constatato che nel corso del 2025, la Società, con il supporto di un consulente esterno, ha proseguito nel progetto avviato nel 2024 volto alla costruzione di un sistema di controllo in ambito di sostenibilità, in aderenza alle

indicazioni dei principi di rendicontazione *European Sustainability Reporting Standards* (“ESRS”). Il progetto ha previsto una prima fase dedicata alla definizione del modello di governance del SCIIS. Successivamente, sono stati identificati i processi, i ruoli e le responsabilità, il modello operativo, gli strumenti a supporto, i flussi informativi e le modalità di coordinamento tra Funzione Sostenibilità e le altre funzioni aziendali coinvolte nel processo di raccolta delle informazioni di sostenibilità.

Parallelamente, è stato definito il perimetro di applicazione del SCIIS attraverso un’analisi basata sul potenziale rischio di errore nella rendicontazione, sviluppata su quattro *driver* di valutazione, che ha permesso di categorizzare gli indicatori oggetto di rendicontazione in livelli di rischio differenziati e di identificare le società del Gruppo che contribuiscono maggiormente alle informative. I rischi potenziali di *reporting* riguardano l’inaccuratezza e l’incompletezza dei dati raccolti, errori nel calcolo degli indicatori e il mancato allineamento alle richieste degli ESRS.

Con riferimento al perimetro definito, sono stati individuati i controlli a mitigazione del rischio, ossia *Process Level Controls*, *Entity Level Controls* e *Group Wide Controls*, ed è stata costruita una *risk/control matrix*, la cui implementazione è stata completata nel corso del 2025, estendendola a tutti gli altri ambiti e indicatori di rilievo.

La Direzione Internal Audit nel corso del 2025 ha svolto attività di testing indipendente sul SCIIS, in linea con quanto svolto sull’informativa finanziaria, con l’obiettivo di verificare l’adeguatezza e il corretto funzionamento dei controlli e di darne informativa al Dirigente Preposto e agli organi di controllo.

Con riferimento all’attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità, Deloitte & Touche, a cui era stato conferito dall’Assemblea dei Soci dell’aprile 2021 un incarico novennale per lo svolgimento delle attività di cui al D. Lgs. 254/2016 (c.d. DNF), in virtù dell’applicazione della norma transitoria di cui all’art. 18 D. Lgs. 125/2024, è altresì la società incaricata di rilasciare l’attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità.

Deloitte & Touche ha quindi emesso la relazione di attestazione sulla Rendicontazione di Sostenibilità di cui all’art. 8 D. Lgs. 254/2016 in data 20 marzo 2026, i cui contenuti confermano quanto anticipato nel corso degli scambi informativi.

Nell’ambito di detta relazione, la Deloitte & Touche ha attestato che, sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla sua attenzione elementi che facciano ritenere

che la Rendicontazione di Sostenibilità non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità agli ESRS e che le informazioni relative alla Tassonomia non siano state redatte fornite nella Rendicontazione di Sostenibilità, in tutti gli aspetti significativi, in conformità all'art. 8 del Regolamento Tassonomia.

Il Collegio Sindacale, a sua volta, osserva che, ad esito delle attività svolte, non sono pervenuti alla sua attenzione elementi di non conformità rispetto alle disposizioni normative di riferimento in tema di rendicontazione di sostenibilità.

6. Revisione legale dei conti *(punti 4, 7, 8 e 16 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)*

6.1 Attività del Collegio Sindacale con riferimento all'esercizio 2025

L'incarico di revisione legale del bilancio d'esercizio della Società e del bilancio consolidato di Gruppo in essere è stato conferito, in data 21 aprile 2021, per il novennio 2022-2030, alla società di revisione Deloitte & Touche; la stessa società di revisione ha verificato nel corso dell'esercizio 2025 la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili.

In accordo con quanto previsto dall'art. 19 del D. Lgs. n. 39/2010, il Collegio Sindacale, nella veste di Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile, ha svolto la propria attività di vigilanza sulla Società di Revisione nei limiti previsti dalla disciplina applicabile.

Nel corso dell'esercizio, il Collegio ha tenuto riunioni con i responsabili della società di revisione anche ai sensi dell'art. 150, comma 3, del T.U.F. Nell'ambito della vigilanza di cui all'art. 19 del D.lgs. 39/2010, il Collegio Sindacale ha acquisito informazioni da Deloitte & Touche con riferimento alla pianificazione ed esecuzione dell'attività di revisione. Nel corso delle riunioni sono stati altresì svolti opportuni scambi di dati e informazioni rilevanti per l'espletamento dei rispettivi compiti e non sono emersi fatti o situazioni meritevoli di essere evidenziati.

La società di revisione ha emesso in data 20 marzo 2026 le relazioni ai sensi degli artt. 14 e 16 del D.lgs. 39/2010, rispettivamente per il bilancio d'esercizio e per il bilancio consolidato al 31 dicembre 2025. I contenuti confermano quanto anticipato nel corso degli scambi informativi.

Il Collegio Sindacale, tenuto conto delle informazioni acquisite tramite la

partecipazione alle riunioni del CCRS, con la presenza del Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari e dei responsabili della Società di Revisione, non ha osservazioni in merito al corretto utilizzo dei principi contabili e all'omogeneità del loro utilizzo ai fini della predisposizione del bilancio consolidato.

In data 20 marzo 2026, la Società di Revisione ha altresì rilasciato al Collegio Sindacale la Relazione aggiuntiva prevista dall'art. 11 del Regolamento (UE) n. 537/2014. In allegato a tale Relazione, la Società di Revisione ha presentato al Collegio Sindacale la dichiarazione relativa all'indipendenza, così come richiesto dall'art. 6 del Regolamento (UE) n. 537/2014, dalla quale non emergono situazioni che possono compromettere l'indipendenza. In ottemperanza a quanto previsto dall'art. 19, comma 1, lett. a), D. Lgs. 39/2010, il Collegio ha tempestivamente trasmesso la Relazione aggiuntiva al Consiglio di Amministrazione, senza formulare osservazioni.

Ai sensi dell'art. 19, comma 1, lett. e), del D. Lgs. n. 39/2010, il Collegio Sindacale, sempre nel suo ruolo di Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile, ha verificato e monitorato l'indipendenza della società di revisione. Nello svolgimento di detti controlli, non sono state riscontrate situazioni idonee a compromettere l'indipendenza della società di revisione o cause di incompatibilità ai sensi della disciplina applicabile. Quanto sopra risulta confermato anche dalla dichiarazione rilasciata da Deloitte & Touche ai sensi dell'art. 6, paragrafo 2, lett. a) Regolamento UE 537/2014.

6.2 Attività del Collegio Sindacale con riferimento ai non-audit services

Con riferimento alla tematica dei *non-audit services*, si rammenta che, su impulso e con il supporto del Collegio, la Società ha adottato a giugno 2021 una specifica procedura volta a disciplinare il conferimento alla società di revisione e a entità appartenenti al relativo *network* di incarichi aventi ad oggetto servizi diversi dalla revisione legale (*"Procedura interna per il conferimento di incarichi relativi a servizi diversi dalla revisione legale al revisore del Gruppo Moncler e a soggetti appartenenti alla sua rete"*).

Nel corso dell'esercizio 2025, in ottemperanza a quanto previsto dall'art. 19, comma 1, lett. e), del D. Lgs. n. 39/2010 e dall'art. 5, par. 4, del Regolamento UE 537/2014, il Collegio Sindacale, nel suo ruolo di Comitato per il Controllo Interno e la Revisione Contabile, ha preventivamente esaminato le proposte di

conferimento di *non-audit services* alla società di revisione o a entità appartenenti al relativo *network* sottoposte alla sua attenzione.

Nell'ambito delle proprie valutazioni, il Collegio Sindacale ha verificato sia la compatibilità di detti servizi con i divieti di cui all'art. 5 del Regolamento EU 537/2014, sia l'assenza di potenziali rischi per l'indipendenza del revisore derivanti dallo svolgimento dei servizi medesimi alla luce delle disposizioni contenute nel D. Lgs. n. 39/2010 (artt. 10 e ss.), nel Regolamento Emittenti (art. 149-bis e ss.) e nel *"Codice dei principi di deontologia professionale, riservatezza e segreto professionale, nonché di indipendenza e obiettività dei soggetti abilitati all'esercizio dell'attività di revisione legale dei conti"* pubblicato in data 30 marzo 2023 e adottato con determina della Ragioneria Generale dello Stato del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 23 marzo 2023.

Al ricorrere dei presupposti previsti dalla legge, il Collegio ha approvato il conferimento del servizio a Deloitte & Touche o alle altre entità del *network*.

I corrispettivi relativi ai servizi diversi dalla revisione contabile svolti dalla società di revisione o da altre entità del *network* a favore della Società e delle sue società controllate nell'esercizio 2025 sono riportati in dettaglio, distinti tra servizi di revisione contabile, servizi di attestazione ed altri servizi, al punto 10.7 della Nota Esplicativa al bilancio consolidato, cui si rinvia.

7. Adesione al Codice di Corporate Governance. Composizione del Consiglio di Amministrazione. Remunerazioni. Autovalutazione del Collegio (punto 17 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)

Moncler ha adottato il Codice di Corporate Governance.

Il Collegio Sindacale ha valutato il modo in cui sono state attuate da Moncler le previsioni del Codice di Corporate Governance nei termini illustrati nella Relazione sul Governo Societario e sugli Assetti Proprietari, senza avere osservazioni in merito.

Il Collegio Sindacale dà atto che il Consiglio di Amministrazione ha effettuato la valutazione su funzionamento, dimensione e composizione dello stesso e dei comitati consiliari in conformità a quanto previsto dall'art. 4 del Codice di Corporate Governance. Il processo di *Board evaluation* è descritto nella Relazione sul Governo Societario e sugli Assetti Proprietari a cui si rinvia.

Il processo e i risultati dell'attività di autovalutazione del Consiglio di Amministrazione condotta rispetto all'esercizio 2025 sono stati presentati, condivisi e discussi dal Consiglio di Amministrazione con l'ausilio del consulente esterno nella riunione del Consiglio del 18 febbraio 2026 cui il Collegio Sindacale ha partecipato.

Il Collegio Sindacale ha monitorato l'applicazione del processo posto in essere dal Consiglio di Amministrazione per valutare l'indipendenza degli amministratori qualificati come "indipendenti" e dei relativi criteri.

Nei primi mesi del 2026, in linea con quanto raccomandato dalla Norma Q.1.7 delle Norme di Comportamento del Collegio Sindacale delle Società Quotate predisposte dal CNDCEC, il Collegio Sindacale, con riferimento all'esercizio 2025, ha anch'esso svolto una propria attività di autovalutazione in merito alla composizione e al funzionamento dell'organo, nonché rilasciato le dichiarazioni in merito al possesso dei requisiti di indipendenza, onorabilità e professionalità previsti dal *framework* normativo e regolamentare di riferimento, provvedendo alla discussione e condivisione dei risultati complessivi nella riunione del 6 febbraio 2026.

Il Collegio Sindacale ha verificato, tramite la partecipazione del Presidente e/o sindaco delegato a tutte le riunioni del CNR e CCRS, i processi aziendali che hanno condotto alla definizione delle politiche di remunerazione della Società con particolare riferimento ai criteri di remunerazione e incentivazione dei responsabili delle Funzioni di controllo e del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari.

8. Pareri rilasciati dal Collegio Sindacale nel corso dell'esercizio *(punto 9 della Comunicazione Consob n. 1025564/01)*

Nel corso dell'esercizio 2025 e nei primi mesi del 2026, il Collegio Sindacale ha altresì rilasciato i pareri, le osservazioni e le attestazioni richiesti dalla normativa vigente.

In data 12 febbraio 2025, il Collegio Sindacale, ai sensi del Codice di Corporate Governance (art. 6, Raccomandazione 33, lett. c.), si è espresso favorevolmente in merito all'approvazione del Piano di *Audit* per il 2025.

Nel corso della riunione del Consiglio di Amministrazione del 18 febbraio 2026, il Collegio, si è espresso favorevolmente in ordine al Piano di *Audit* per il 2026, approvato dal Consiglio di Amministrazione in pari data.

9. Esposti, denunce ai sensi dell'art. 2408 del Codice Civile. Eventuali

omissioni, fatti censurabili o irregolarità rilevate (*punti 5, 6 e 18 della Comunicazione Consob n. 1025564/01*)

Il Collegio Sindacale non ha ricevuto denunce *ex art.* 2408 del Codice Civile nel corso dell'esercizio 2025 e nei primi mesi dell'esercizio 2026.

Nel corso dell'attività svolta e sulla base delle informazioni ottenute non sono state rilevate omissioni, fatti censurabili, irregolarità o, comunque, circostanze significative che abbiano richiesto la segnalazione alle Autorità di Vigilanza o la menzione nella presente Relazione.

Richiamate tutte le considerazioni formulate nella presente Relazione, Il Collegio Sindacale, tenuto conto degli specifici compiti spettanti alla Società di Revisione in tema di controllo della contabilità e di verifica dell'attendibilità del bilancio di esercizio, non ha osservazioni da formulare all'Assemblea, ai sensi dell'art. 153 del T.U.F., in merito all'approvazione del bilancio dell'esercizio al 31 dicembre 2025 accompagnato dalla Relazione sulla Gestione come presentato dal Consiglio di Amministrazione e alla proposta di destinazione dell'utile d'esercizio e di distribuzione dei dividendi formulata dal Consiglio medesimo.

20 marzo 2026

IL COLLEGIO SINDACALE

Riccardo Losi

Riccardo Losi

Carolyn Dittmeier

Carolyn Dittmeier

Nadia Fontana

Nadia Fontana