

Moncler sfida la crisi del lusso e i ricavi volano

ICONTI

di SARA BENNEWITZ

MILANO

Il momento è difficile a livello generale, ma Moncler non conosce crisi e chiude il primo semestre con risultati in crescita, grazie ai negozi di proprietà e all'aumento a due cifre anche di Stone Island.

Tra gennaio e giugno il fatturato del gruppo è salito del 9% a parità di cambi (e +5 tra aprile e giugno) a 1,28 miliardi (+5 a cambi correnti) con un utile operativo su del 9,1% a 245,4 milioni (e pari al 19% delle vendite). L'utile netto sale invece a 164,7 milioni (+7,3% e il 12,8% del fatturato) e la cassa cala a 1,1 miliardi (dagli 1,4 miliardi di fine anno) per la stagionalità del business, le nuove aperture (298 monomarca, 4 in più del 31 dicembre) e il pagamento dei dividendi (374,1 milioni), ma sale rispetto ai 940 milioni del giugno 2025. Mentre Asia (+19% a parità di valute) e le Americhe (+6%) continuano a crescere, l'Europa e Medio Oriente accusano un calo delle vendite del 4%. «In uno scenario caratterizzato da cambiamenti rapidi e di forte impatto – commenta Remo Ruffini, presidente esecutivo del gruppo – ciò che ci rende resiliente non è solo la capacità di reagire tempestivamente, ma la coerenza con la nostra identità e il legame che continuiamo a coltivare con le community». Guardando

ai singoli marchi Moncler chiude il semestre con ricavi su del 9% a 1,089 miliardi (+5% a valute correnti) mentre Stone Island registra un +11% a 200,3 milioni (e +7 a cambi correnti). «Nella prima metà dell'anno – prosegue il patron di Moncler – abbiamo registrato una crescita e una redditività solide in entrambi i marchi, restando concentrati su ciò che conta davvero: i nostri prodotti, la creatività che rende unici i brand e l'energia che condividiamo con la nostra audience. Allo stesso tempo, continuiamo ad esplorare modi nuovi per essere rilevanti tutto l'anno, ben oltre la nostra stagione di riferimento». Sulle previsioni per l'intero anno, il gruppo resta moderatamente ottimista. «Il contesto in cui operiamo resta complesso e difficile da prevedere – conclude Ruffini, che da aprile è stato affiancato dal nuovo ad Leo Rongone – Sono proprio questi i momenti in cui dimostrare la nostra capacità di essere più incisivi e determinati, rimanendo disciplinati e concreti».

Ieri dal cda del gruppo si sono dimessi con effetto immediato, per sopraggiunti impegni professionali, sia il nuovo ceo di Saks, Geoffroy van Raemdonck (che era indipendente e andrà sostituito), sia Alexandre Arnault, che è stato rimpiazzato da Sidney Toledano, storico manager di Lvmh che di Moncler ha il 4%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



 Sidney Toledano entra nel cda della società presieduta da Ruffini

