

# BEYOND FASHION BEYOND LUXURY

## STONE ISLAND ENTRA A FAR PARTE DI MONCLER

Milano, 7 Dicembre 2020. Moncler S.p.A. e Sportswear Company S.p.A., società che detiene il marchio Stone Island, annunciano oggi di aver siglato un accordo secondo il quale Stone Island entra a far parte di Moncler per sviluppare insieme una nuova visione di lusso.

Con questa operazione, uniti dalla filosofia "beyond fashion, beyond luxury", i due brand italiani rafforzeranno infatti la loro capacità di essere interpreti delle evoluzioni dei codici culturali delle nuove generazioni consolidando il loro posizionamento all'interno del segmento del nuovo lusso. Un concetto caratterizzato da esperienzialità, inclusività, senso di appartenenza ad una comunità e contaminazione di significati e mondi diversi come quello dell'arte, della cultura, della musica e dello sport.

Remo Ruffini e Carlo Rivetti consolidano così la loro visione del futuro e mettono a fattor comune culture imprenditoriali, manageriali e creative, oltre al loro know-how tecnico di prodotto per rafforzare la competitività dei brand Moncler e Stone Island nel pieno rispetto delle identità e dell'autonomia dei marchi accelerando il percorso di sviluppo di entrambe le aziende.

Moncler metterà a disposizione di Stone Island conoscenze ed esperienze per valorizzarne il grande potenziale di crescita in particolare nei mercati americano ed asiatico e nel canale DTC (Direct to Consumer), oltre a condividere la cultura della sostenibilità che ha permesso all'azienda, per il secondo anno consecutivo, di posizionarsi al primo posto come Industry Leader del settore "Textile, Apparel & Luxury Goods" negli indici Dow Jones Sustainability World and Europe.

Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler S.p.A. commenta: "Da sempre ho lavorato per costruire un brand forte, dove unicità e vicinanza con il consumatore sono stati i principali cardini di uno sviluppo sempre oltre le mode e le convenzioni.

La condivisione di una stessa visione ci porta oggi ad unirci a Stone Island per disegnare insieme il nostro futuro. Guidata da un imprenditore di riconosciuto valore, Stone Island è una realtà di grande successo che ha costruito una relazione fortissima con la sua community, offrendo un prodotto molto distintivo, frutto di competenze tecniche uniche e di una grande chiarezza di posizionamento. Una storia di eccellenza italiana.

I brand Moncler e Stone Island vogliono proporre alle nuove generazioni un nuovo concetto di lusso, lontano dai canoni tradizionali in cui i giovani non si riconoscono più.

Quello in cui crediamo è un universo aperto e partecipativo, che vive di community, esperienzialità e di scambi culturali, dove la comunicazione è sempre interazione e dove l'aspirazionalità va oltre il possesso per diventare "essere parte", "appartenere".

È un'unione – continua Remo Ruffini – che si concretizza in un momento difficile per l'Italia e per il mondo, quando tutto sembra incerto e imprevedibile. Credo però che sia proprio in questi momenti che si debbano stimolare nuove energie e nuove ispirazioni per progettare il domani.

È un'unione di due brand italiani con gli stessi valori, lo stesso rigore gestionale, la stessa passione per l'innovazione, lo stesso amore per le proprie persone e la stessa voglia di futuro.

La celebrazione della resilienza di un Paese che nessuna crisi potrà mai fermare".



# BEYOND FASHION BEYOND LUXURY

Carlo Rivetti, Presidente e Amministratore Delegato di Stone Island, continua: "Io e Remo abbiamo deciso di unire le nostre forze e le nostre visioni per affrontare insieme e più forti le sfide che ci aspettano.

Abbiamo radici comuni, percorsi imprenditoriali simili e il massimo rispetto sia per i valori profondi dei nostri brand che per le nostre persone. E siamo italiani.

Inizia così un nuovo capitolo per Stone Island, l'inizio di un cammino che aiuterà il nostro marchio ad esprimere pienamente tutte le sue potenzialità, mantenendo al tempo stesso infatta la sua forte identità di marca e continuando ad alimentare la sua cultura per la ricerca e la sperimentazione.

La nostra sede di Ravarino continuerà a rimanere il cuore pulsante del brand e un centro di eccellenza che verrà ulteriormente valorizzato ed io e il mio team continueremo a fare quello che da tanti anni facciamo con grande passione continuando a ricoprire i ruoli attuali.

Questa partnership rappresenta una grande opportunità per il percorso di sviluppo di entrambe le aziende e aiuterà Stone Island ad accelerare la sua crescita internazionale anche grazie all'esperienza maturata da Moncler nel mondo retail fisico e digitale.

Sarà un'opportunità di scambio e crescita anche per tutte le persone di Moncler e Stone Island con il contributo delle quali continueremo a scrivere, insieme, una storia di ingegno, creatività e professionalità per fare onore all'Italia nel mondo."

## MONCLER

Moncler nasce a Monestier-de-Clermont, Grenoble, in Francia, nel 1952 e nel 2003 è rilevata da Remo Ruffini attualmente Presidente e Amministratore Delegato. Negli anni il marchio ha affiancato alla ricerca tecnologica una costante sperimentazione stilistica. Proponendo codici che non seguono le mode e le convenzioni, Moncler ha fatto dell'unicità il suo posizionamento. Moncler distribuisce direttamente le sue collezioni in più di 70 Paesi operando nei mercati internazionali attraverso cinque organizzazioni regionali. La rete distributiva di Moncler include negozi monomarca, il proprio sito e-commerce (moncler.com) e una rete selettiva di negozi multibrand e di department store. Ad oggi il network di negozi monomarca è composto da 218 negozi retail e 63 negozi wholesale. Nel 2019 Moncler contava circa 4.600 dipendenti e ha registrato un fatturato di Euro 1.628 milioni: 11% in Italia, 29% nel Resto d'Europa, 16% nelle Americhe e 44% in Asia e Resto del Mondo. Il canale retail rappresenta il 77% delle vendite mentre il 23% è generato dal canale wholesale.

## STONE ISLAND

Cultura della ricerca, sperimentazione, funzione d'uso sono alla base della matrice che da sempre definisce Stone Island: marchio di abbigliamento maschile informale, nato nel 1982 e diventato simbolo della ricerca estrema su fibre e tessuti, attraverso la continua sperimentazione di tinture e trattamenti sul capo finito ("tinto capo"). Stone Island riesce a combinare luxury, sportswear e streetwear, in modo unico, riconoscibile e riconosciuto. Nell'esercizio 2020 (Novembre 2019 – Ottobre 2020) Stone Island ha registrato un fatturato pari a Euro 240 milioni, in crescita dell'1%, rispetto a Euro 237 milioni nell'esercizio 2019. Un ottimo risultato soprattutto alla luce del difficile contesto mondiale. Nel 2020 Stone Island ha generato 28% del fatturato nel mercato domestico, 52% nel Resto d'Europa e il 20% nel Resto del Mondo. Il canale wholesale ha generato 78% del fatturato mentre il restante 22% è stato generato dal canale online e da una rete di 24 negozi gestiti direttamente. Stone Island conta 308 FTE.



# BEYOND FASHION BEYOND LUXURY

## TERMINI E TEMPISTICA DELL'OPERAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione di Moncler S.p.A. ("Moncler"), il 6 dicembre 2020, ha approvato all'unanimità il progetto di aggregazione di Sportswear Company S.p.A. ("SPW") società titolare del marchio Stone Island, in Moncler i cui termini sono disciplinati da un accordo quadro sottoscritto tra Moncler, da un lato, e Rivetex S.r.l., (società riconducibile a Carlo Rivetti titolare di una partecipazione pari al 50,10% del capitale di SPW) e altri soci di SPW riconducibili alla famiglia Rivetti (e, in particolare, Alessandro Gilberti, Mattia Riccardi Rivetti, Ginevra Alexandra Shapiro e Pietro Brando Shapiro) (congiuntamente, i "Soci SPW"), titolari complessivamente del 19,90% del capitale di SPW.

L'accordo prevede che l'acquisizione da parte di Moncler della partecipazione abbia luogo sulla base di un controvalore definito dalle parti in complessivi Euro 1.150 milioni calcolato sul 100% del capitale. Tale valore corrisponde a un multiplo di 16,6x l'EBITDA 2020A (pari a Euro 68 milioni con un margine del 28%) e a un multiplo di 13,5x l'EBITDA 2021E.

Il corrispettivo per l'acquisto delle azioni verrà versato per cassa da Moncler, fermo restando che al closing i Soci SPW si sono impegnati a sottoscrivere, per un controvalore pari al 50% del corrispettivo, 10,7 milioni di azioni di nuova emissione Moncler valorizzate in base agli accordi raggiunti in misura pari a Euro 37,51 per azione (che corrisponde al prezzo medio degli ultimi 3 mesi).

È inoltre previsto che Carlo Rivetti, a seguito dell'esecuzione dell'operazione, entri a far parte del Consiglio di Amministrazione di Moncler.

Poiché l'obiettivo di Moncler è quello di acquisire alla data del closing dell'operazione l'intero capitale sociale di SPW, l'accordo quadro definisce altresì un percorso volto a consentire, nel rispetto ed in esecuzione dei patti in essere tra i soci di SPW e del suo statuto, l'adesione all'operazione anche da parte di Temasek Holdings (Private) Limited, società internazionale di investimenti con sede a Singapore ("Temasek") che, attraverso un proprio veicolo di investimento, detiene la residua partecipazione pari al 30% del capitale sociale di SPW.

In particolare, in base a quanto previsto nell'accordo quadro, Temasek avrà diritto di aderire all'operazione agli stessi termini convenuti con Carlo Rivetti e con gli altri Soci SPW, fatta unicamente eccezione per la facoltà, riservata alla sola Temasek, di decidere se e in quale misura sottoscrivere azioni Moncler di nuova emissione nei limiti del 50% del corrispettivo in denaro ricevuto.

Nel caso in cui Temasek esprima la preferenza per un corrispettivo solo in cassa, l'esborso complessivo per Moncler sarà pari a Euro 748 milioni. Diversamente, Temasek potrà sottoscrivere sino ad un massimo di n. 4,6 milioni di azioni di nuova emissione di Moncler, sempre al prezzo di Euro 37,51 per azione.

Temasek, che detiene sia partecipazioni in SPW che in Moncler (in quest'ultima sia tramite la Ruffini Partecipazioni che direttamente), ha espresso apprezzamento per l'operazione di aggregazione e sul rationale che l'ha ispirata.

Le azioni rivenienti dall'aumento di capitale saranno assoggettate ad un vincolo di lock up, che si applicherà per i 12 mesi successivi alla loro sottoscrizione e, solo per il 50% delle stesse, anche per i successivi 6 mesi. Successivamente alla firma dell'accordo tra Moncler e SPW, Moncler effettuerà una "confirmatory due diligence" sui risultati SPW relativamente al bilancio chiuso al 31 ottobre 2020.

Le parti prevedono che l'operazione di acquisizione di SPW trovi attuazione (in sostanziale contestualità con la delibera di aumento di capitale) entro il primo semestre 2021, subordinatamente al verificarsi di tutte le condizioni sospensive, ovvero i nulla osta delle autorità antitrust competenti e l'approvazione da parte dell'Assemblea straordinaria degli Azionisti di Moncler dell'aumento di capitale riservato in opzione ai Soci SPW.



# BEYOND FASHION BEYOND LUXURY

Contestualmente alla stipula dell'accordo quadro, Carlo Rivetti e gli altri Soci SPW hanno comunicato di aver raggiunto un accordo con Ruffini Partecipazioni Holding S.r.l. (holding di partecipazioni interamente controllata da Remo Ruffini) ("RPH") che, quale segno tangibile della condivisione del progetto industriale e del disegno strategico sottostante all'operazione, prevede che, ad esito della stessa, tutte le azioni di Moncler di nuova emissione da loro ricevute vengano conferite in Ruffini Partecipazioni S.r.l. ("RP"), società che detiene una partecipazione rappresentativa del 22,5% del capitale di Moncler, con l'intendimento di poter contribuire, anche quali soci stabili di Moncler, al successo dell'integrazione tra le due aziende.

I termini dell'accordo raggiunto tra RPH, Carlo Rivetti e gli altri Soci SPW sono oggetto di separata comunicazione al mercato in data odierna. L'ingresso dei nuovi soci in RP avrà, comunque, luogo senza determinare il superamento delle soglie rilevanti ai fini OPA. Verranno avviate le necessarie procedure (da completarsi prima del closing o in sua immediata successione) per separare le attività di RP (attualmente controllata per l'87,2% da RPH e per il 12,8% da Temasek), mediante consegna a Temasek di azioni Moncler pari al 2,9% del capitale della stessa.

Remo Ruffini, inoltre, continuerà ad esercitare, per il tramite di RPH, il controllo su RP (che è previsto cambi denominazione in Double R S.r.l.), senza che quest'ultima eserciti qualunque forma di direzione e coordinamento su Moncler.

In considerazione degli accordi tra RPH, i Soci SPW e Carlo Rivetti, Moncler ha ritenuto, in via prudenziale, di assoggettare comunque l'operazione al regime e ai presidi posti dalla disciplina sulle parti correlate qualificando l'operazione di maggiore rilevanza ai sensi dell'Allegato 3 del Regolamento Consob n. 17221/2010 (il "Regolamento Consob").

RPH è infatti società interamente posseduta da Remo Ruffini, Presidente e Amministratore Delegato di Moncler. L'operazione è quindi stata approvata dal Consiglio di Amministrazione all'unanimità previo esame del Comitato per le Operazioni con Parti Correlate di Moncler, che, ai sensi dell'art. 8 del Regolamento Consob e degli artt. 5.8 (ii) e 8.1 della "Procedura per la disciplina delle parti correlate" adottata dalla Società, ha rilasciato all'unanimità un motivato parere favorevole sull'interesse di Moncler al compimento della operazione, nonché sulla convenienza e sulla correttezza sostanziale delle relative condizioni. Il relativo documento informativo sarà messo a disposizione del pubblico nei tempi e nelle modalità stabiliti dalle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

## ADVISOR

Financial Advisors: Citigroup Global Markets Europe AG e Cornelli Gabelli e Associati per Moncler S.p.A. e Rothschild & Co. per SPW.

Legal Advisors: Gatti Pavesi, Bianchi Studio Legale Associato per Moncler e Pedersoli Studio Legale per SPW.

Tax Advisors: Ludovici Piccone & Partners per Moncler.

Accounting Advisor: KPMG S.p.A. per Moncler.

## ALTRE INFORMAZIONI

Il management di Moncler terrà una conference call con la comunità finanziaria alle 9.00 CET per discutere i dettagli dell'Operazione, la relativa presentazione sarà disponibile sul sito.



# BEYOND FASHION BEYOND LUXURY

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

## INVESTORS

PAOLA DURANTE

Moncler Strategic Planning, Intelligence and Investor Relations Director

Tel. +39 02 42203560

[investor.relations@moncler.com](mailto:investor.relations@moncler.com)

ALICE POGGIOLO

Moncler Investor Relations Manager

Tel. +39 02 42203658

[investor.relations@moncler.com](mailto:investor.relations@moncler.com)

CARLOTTA FIORANI

Moncler Investor Relations

Tel. +39 02 42203569

[investor.relations@moncler.com](mailto:investor.relations@moncler.com)

## MEDIA

UFFICIO STAMPA MONCLER

Tel. +39 02 42203528

[monclerpress@moncler.com](mailto:monclerpress@moncler.com)



MONCLER SPA

Via Solari 33, 20144 Milano T +39 02 42203500 F +39 02 4220451