



Moda

Moncler, 150 milioni di utili in sei mesi I ricavi a quota 1,2 miliardi (+1%)

Il gruppo del lusso Moncler ha chiuso il primo semestre dell'anno con ricavi in lieve rialzo (+1%) a 1,2 miliardi ma con una flessione della redditività. Anche l'utile netto scende a 153,5 milioni dai precedenti 180,7. A pesare un contesto macroeconomico sfidante, segnato da flussi turistici più deboli in Emea e Giappone. «Sono momenti che richiedono piena concentrazione sull'esecuzione della strategia, con disciplina, rigore e flessibilità» ha detto il presidente e ceo Remo Ruffini.

Nel dettaglio, il brand Moncler registra performance

contrastanti: bene l'Asia (+4%), in calo l'Europa (-3%) e stabile l'America. Anche Stone Island mostra segnali misti, con una solida crescita in Asia ma flessioni in Emea e Americhe. Il gruppo continua a investire nel rafforzamento dei propri marchi «attraverso una creatività distintiva» ha aggiunto Ruffini, e punta a muoversi «con coerenza e resilienza», sostenuto da una visione chiara, «dalla volontà di trasformare le sfide esterne in opportunità future».

Emily Capozucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Remo Ruffini, ad e presidente Moncler

