



Milano, 25 giugno 2009

CALEFFI è una delle realtà più importanti del settore *Home Fashion* (collezioni moda e lusso per la casa) grazie a ricerca, design e innovazione

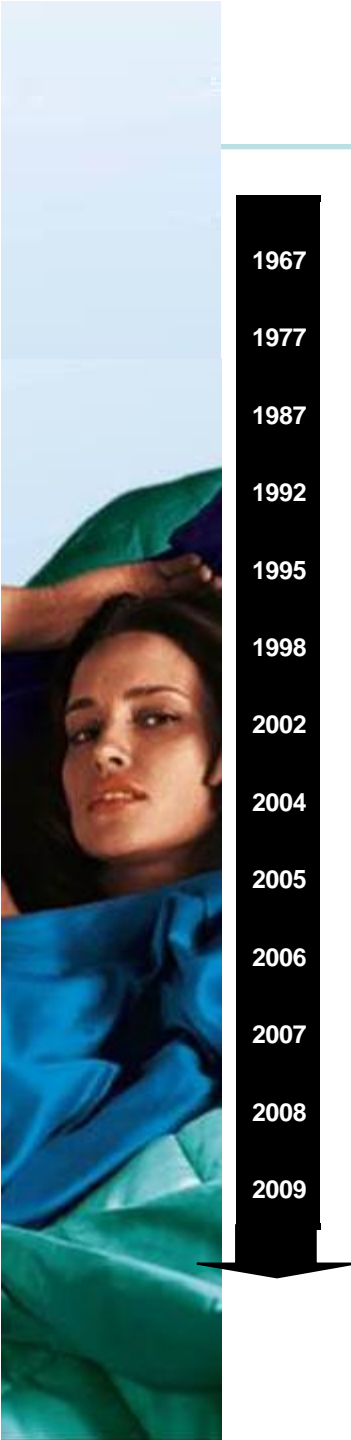
MISSION

Coniugare i valori di immagine, stile, innovazione e qualità con un sistema aziendale competitivo nel settore *Home Fashion*



OVERVIEW

*...Una storia scandita da Innovazione
nel design e capacità di rispondere
alle nuove esigenze del mercato
"Home Fashion"...*

- 
- 1967 Camillo Caleffi fonda la Società
 - 1977 Lancio Linea "letto soffice" trapunte e copriletti
 - 1987 Licenza Disney per l'Italia
 - 1992 Lancio "Scaldotto", idea innovativa per il relax
 - 1995 Ampliamento gama prodotti: teleria piatta, spugne e biancheria
 - 1998 Licenza Disney per 8 Paesi Europei
 - 2002 Licenza Barbie per l'Italia
 - 2004 Nasce la SBU Hotellerie
 - 2005 Licenza "Mariella Burani"
 - 2006 Nasce la SBU Homewear/Nightwear e Linea Hotellerie Luxury
 - 2007 Licenza Ferrari per l'Italia
 - 2008 Acquisizione della società Mirabello S.p.A. e Licenza Sweet Years Wordl
 - 2009 Attraverso la controllata Mirabello affitto ramo d'azienda Manifattura Tessuti Besana

MODELLO “Manageriale” Made in Italy

- ❑ Delocalizzazione della produzione con tecniche manageriali per il governo delle relazioni esterne
- ❑ Presidio interno delle fasi ad alto valore: progettazione, logistica, marketing e distribuzione
- ❑ Internazionalizzazione dei mercati di approvvigionamento
- ❑ Valorizzazione degli “Intangible Asset”: brand, reputazione, creatività, know-how e qualità delle relazioni coi propri stakeholder (dipendenti, fornitori, clienti, azionisti e comunità locale di riferimento)



LIFESTYLE: leve strategiche CALEFFI

- | | |
|-------------------------------|---|
| Brand | <input type="checkbox"/> Rilevanti investimenti ed estrema attenzione all'immagine del proprio marchio e dell'azienda (Euro 14 Mln '01-08) |
| Differenziazione | <input type="checkbox"/> Intensa attività di Ricerca volta ad implementare il contenuto di creatività, design e originalità dei prodotti (R&D 3.5%) |
| Ampiezza di gamma | <input type="checkbox"/> Sistema d'offerta molto specializzato, con gamma molto profonda e ampia (30 collezioni nel 2008) |
| Struttura | <input type="checkbox"/> Delocalizzazione fasi "labour intensive" con presidio fasi ad alto valore aggiunto e Quality Control fasi esternalizzate |
| Rete | <input type="checkbox"/> forte integrazione della rete di vendita (agenti e distribuzione) nel sistema |
| Licensing | <input type="checkbox"/> Politica di sviluppo di accordi di licenza con Brand di valore |
| Internazionalizzazione | <input type="checkbox"/> Politica di espansione all'estero |

OFFERTA GRUPPO CALEFFI

- ❑ Trapunte e Copriletto
- ❑ Scaldotto e Piumini
- ❑ Lenzuola e Copripiumini
- ❑ Accessori per il Letto
- ❑ Collezione Spugna
- ❑ Collezione Tavola e Cucina
- ❑ Homewear & Nightwear

I Brand

CALEFFI

RITA FEDERICI
STUDIO

RASi e DiNTORNi®

CALEFFI HOME 

SCALDOTTO®
TRAPUNTINO DA SALOTTO

Mirabello

CARRARA®

BESANA

Le Licenze

Disney

Barbie

emanuel ungaro
PARIS

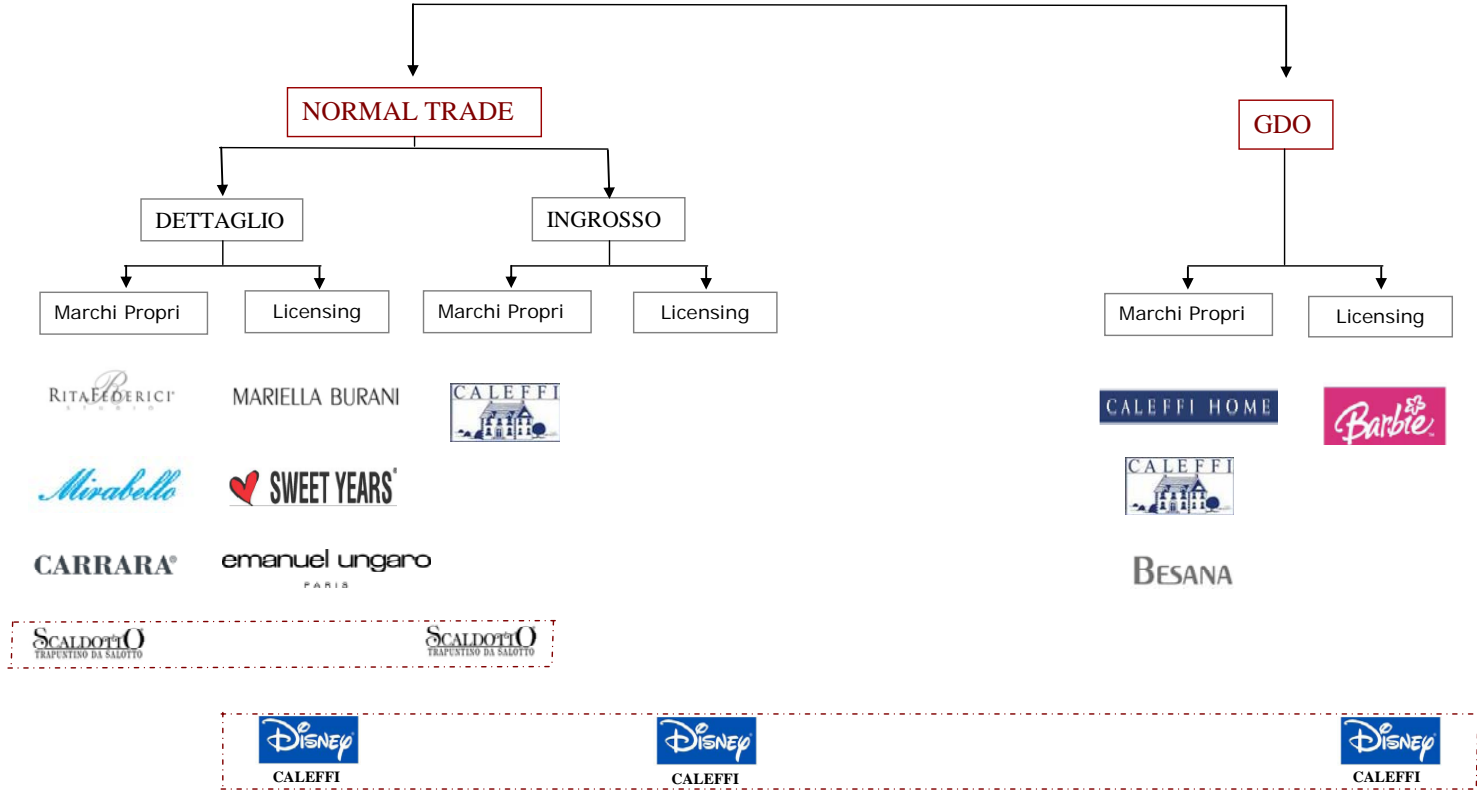
SWEET YEARS®

MARIELLA BURANI

CALEFFI

IL SISTEMA D'OFFERTA

CALEFFI



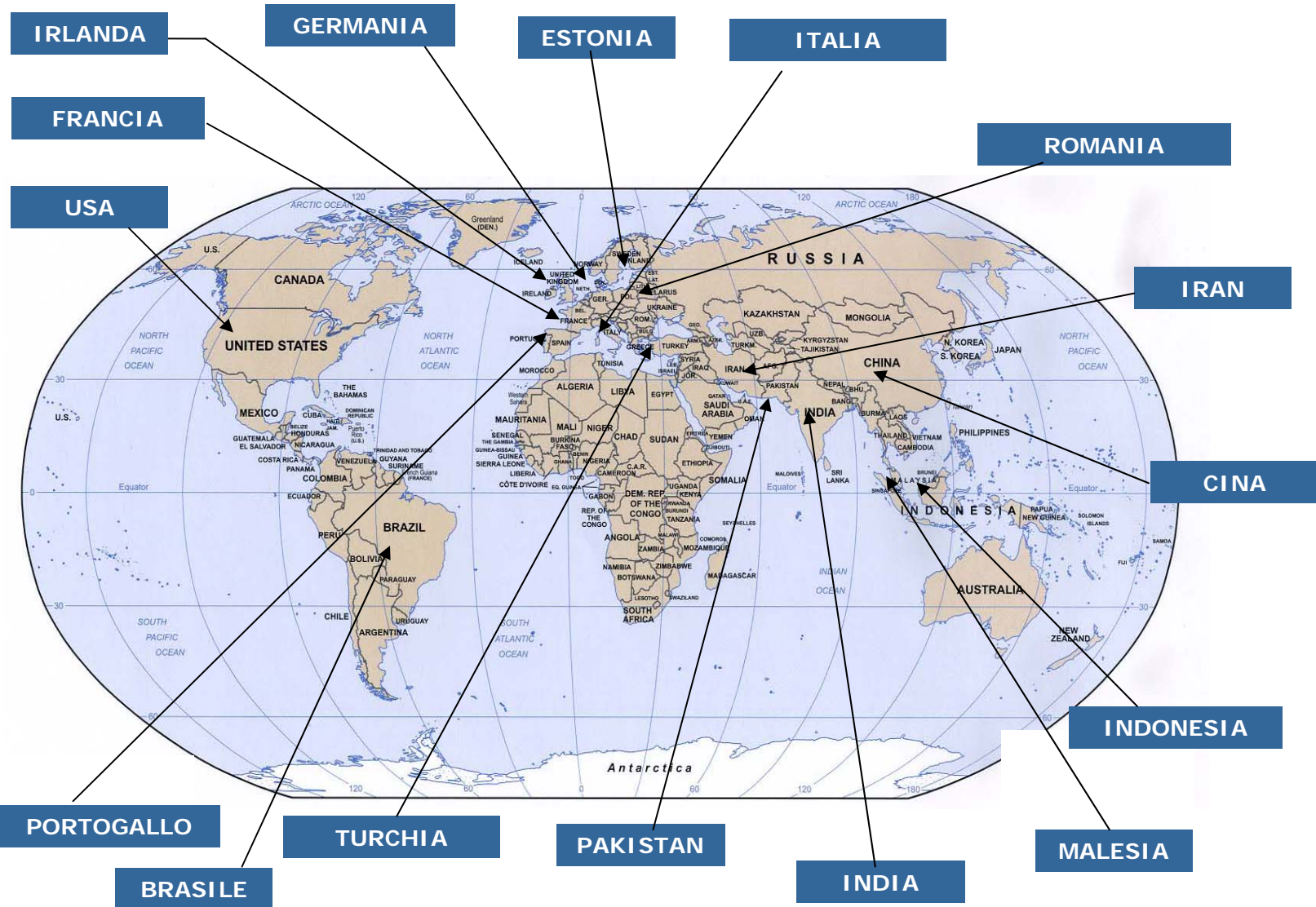
LA STRATEGIA MULTIBRAND ED IL POSIZIONAMENTO DISTRIBUTIVO

TARGET	BRAND	MOOD	CANALE DISTRIBUTIVO
Infanzia/Junior	Disney Best Quality (L)	Fun Collection	Retail/Dettaglio
Giovani	Sweet Years (L)	Streetwear Informale	Retail/Dettaglio
Lusso	Ungaro (L)	Fashion Elegante	Negozi Premium
	Carrara (SG)	Urban Metropolitan	Negozi Premium
	Mirabello (SG)	Il Lusso della Tradizione	Negozi Premium
Tradizionale	Rita Federici	Easy Chic	Retail/Dettaglio
	Caleffi	Design Contemporaneo	Retail/Dettaglio e Ingrosso
	Besana (SG)	Classico Decorativo	Gdo
	Caleffi Home	Colors & Style	Gdo
	Disney Entry Price (L)	Fun Collection	Gdo

(L): Marchio su licenza

(SG): Società del Gruppo

DELOCALIZZAZIONE PRODUTTIVA



Principali dati economici, finanziari e patrimoniali

SINTESI DATI

(dati in migliaia di euro)

	31/12/2008		31/12/2007	
Vendite nette	51.799	100%	57.781	100%
Ebitda	3.841	7,4%	6.187	10,7%
Ebitda rettificato da svalutazioni	4.390	8,5%	6.187	10,7%
Ebit	2.493	4,8%	4.683	8,1%
Risultato ante imposte	1.365	2,6%	4.520	7,8%
Risultato netto	508	1,0%	2.541	4,4%
Capitale circolante operativo	20.448	39,5%	22.514	39,0%
Indebitamento finanziario netto	-8.609		-3.845	
Patrimonio netto	14.283		17.665	

Principali dati economici, finanziari e patrimoniali

Consolidati

SINTESI DATI

(dati in migliaia di euro)

	31/12/2008		31/12/2007	
Vendite nette	60.500		58.173	
Ebitda	3.857	6,4%	5.961	10,2%
Ebit	2.187	3,6%	4.457	7,7%
Risultato prima delle imposte	617	1,0%	4.294	7,4%
Utile dell'esercizio, attribuibile a:	-133	-0,2%	2.312	4,0%
(Utile)/Perdita di pertinenza di terzi	527	0,9%	112	0,2%
Utile del Gruppo	393	0,7%	2.424	4,2%
Indebitamento finanziario netto	-12.496		-3.913	
Totale patrimonio netto consolidato	14.262		17.655	

OPERAZIONE STRAORDINARIA

Mirabello ha siglato un accordo per l'affitto di un Ramo d'Azienda di

“Manifattura Tessuti Spugna Besana SpA”



emanuel ungaro (*)

P A R I S

CARRARA®

BESANA

(*) Marchio in Licenza – Scadenza Contratto 31/12/2010

CALEFFI



OPERAZIONE STRAORDINARIA

In data 23 aprile 2009 Mirabello SpA, controllata al 55% da Caleffi SpA, ha sottoscritto l'accordo per l'affitto di un Ramo d'Azienda di MTSB SpA con scadenza 31 dicembre 2010, costituito da due complessi aziendali:

- il primo attivo nella progettazione e nello sviluppo stilistico dei prodotti contrassegnati dai marchi Besana e Carrara (di proprietà) e Ungaro (in licenza worldwide);
- il secondo dedicato alla vendita al dettaglio dei prodotti attraverso il corner situato presso "La Rinascente" di Milano.

Mirabello corrisponderà a Besana un canone mensile di euro 3.000.

Il contratto prevede inoltre l'impegno irrevocabile all'acquisto del Ramo d'Azienda per un importo pari a euro 250.000 per attrezzature e intangible asset, da cui verranno dedotti i canoni d'affitto. Verrà inoltre rilevato il magazzino prodotti finiti per un valore corrente pari ad euro 1.750.000.



OBIETTIVI DELL'OPERAZIONE

OBIETTIVI E OPPORTUNITA'

L'operazione permetterà alla controllata Mirabello di:

- ➔ Arricchire il portafoglio marchi di proprietà e in licenza, con brand storici e affermati, sinonimi di qualità e innovazione di prodotto nel mondo della spugna;
- ➔ Completare la gamma con collezioni in spugna posizionate nel segmento Luxury;
- ➔ Ampliare il portafoglio clienti con 1.300 punti vendita serviti in Italia e 800 all'estero localizzati in più di 20 Paesi;
- ➔ Beneficiare di economie di scala e ottimizzare l'assorbimento dei costi di struttura Mirabello;



□ MERCATO INTERNO

- Aumento del numero delle collezioni e delle proposte che dovranno essere sempre più mirate ed avere sempre più appeal in termini di *value for money*;
- Maggiore dinamismo e creatività saranno riservati alla comunicazione, proseguendo nell'utilizzo di eventi, maxi affissioni, canali satellitari a tema, web, social network;
- Presidio dei 1.500 punti vendita, attraverso importanti investimenti sul retail anche mediante partnership;
- Forte attenzione ai costi, eliminando tutte le attività che non creano valore e sfruttando al massimo organizzazione e tecnologie per far crescere la produttività e l'efficienza a tutti i livelli;

□ MERCATO ESTERO

Cogliere le opportunità di sviluppo nei Paesi ad elevate potenzialità di crescita. Attualmente il Gruppo Caleffi distribuisce in più di 20 Paesi, 800 clienti . Il mercato USA è il mercato principale nonostante il ridimensionamento a causa della crisi economica globale. (Altri mercati: Inghilterra, Scandinavia, Grecia, Svizzera, Asia, Europa dell'Est).



□ STILE "FASHION"



□ MEZZI

- TELEVISIONE / STAMPA / CINEMA / ESTERNA / WEB ADVERTISING