

**PRECONSUNTIVO 2006 E
INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL BRAND**

Incontro Comunità Finanziaria

Milano, 20 Febbraio 2007

Four Seasons Hotel

G. Ferretti - *Amministratore Delegato*

Performance 2006

Mercato e tendenze

Il modello CALEFFI e le sue strategie

G. Caleffi - *Presidente*

Innovazione & lifestyle

E. Gazza – *IRM*

Performance economiche '00-'06

Risultati preliminari 2006

Caleffi in Borsa

V. Pizzi – *Consigliere, Dir. Commerciale e Marketing*

Hotellerie

Nuove collezioni

Internazionalizzazione BRAND



CALEFFI Made in Italy

Guido Ferretti – *Amministratore Delegato*

PERFORMANCE 2006

	<i>FY06</i>	<i>FY05</i>	<i>Key figures 2006</i>
SALES	56,8	48,1	
EBITDA	6,7	4,8	Rilevante crescita interna: Fatturato: +18%
<i>EBITDA %</i>	<i>12%</i>	<i>10%</i>	Marginalità operativa: + 58%
EBIT	5,2	3,3	Business Model vincente: BRAND
<i>EBIT %</i>	<i>9%</i>	<i>7%</i>	Delocalizzazione (outsourcing in 18 paesi) Organizzazione efficiente risorse umane eccellenti
ROCE	15%	12%	



Tendenze del mercato "FASHION"

- LIFESTYLE CON FORTE CONVERGENZA VERSO UN MODELLO STRATEGICO CARATTERIZZATO DA DIFFERENZIAZIONE MATERIALE E IMMATERIALE DEL SISTEMA D'OFFERTA;
- SPECIALIZZAZIONE SULLE FASI A PIÙ ALTO VALORE AGGIUNTO CON CONTROLLI ESTESI DELLA FILIERA PER ASSICURARE ELEVATI STANDARD QUALITATIVI;
- SVILUPPO DI MODELLI DI OUTSOURCING DELLE ATTIVITÀ A BASSO VALORE AGGIUNTO CON EFFICACI STRUMENTI DI CONTROLLO SULL'INTERO PROCESSO PRODUTTIVO.



Lifestyle: leve strategiche CALEFFI

BRAND

Rilevanti investimenti ed estrema attenzione all'immagine del proprio marchio e dell'azienda (Euro 10.4 mln '01-'06)

Differenziazione

Intensa attività di Ricerca volta ad implementare il contenuto di creatività, design e originalità dei prodotti (R&D 3.5% Sales)

Ampiezza gamma

Sistema d'offerta molto specializzato, con gamma molto profonda e ampia (30 collezioni nel 2006)

Struttura

Delocalizzazione fasi "labour intensive" con presidio fasi ad alto valore aggiunto e *Quality Control* fasi esternalizzate

Rete

Forte integrazione della rete di vendita (agenti e distribuzione) nel sistema

Licensing

Politica di sviluppo di accordi di licenza con Brand di valore

Internazionalizzazione

Politica di espansione all'estero con focalizzazione nei Paesi "EMERGENTI", BRIC, GCC



Modello "Manageriale" Made in Italy



Delocalizzazione della produzione con tecniche manageriali per il governo delle relazioni esterne



Internazionalizzazione dei mercati di approvvigionamento



Ricorso a strumenti di management strutturati, quali pianificazione strategica, sistemi di budgeting, valorizzazione degli "Intangible Asset"



Profit Sharing: forte orientamento ai risultati

"GROWTH"

CONTINUARE LA CRESCITA INTERNA

- INVESTIMENTI SULLE NUOVE LINEE "LIFESTYLE" CON FORTE TENDENZA A POSIZIONARSI NEL SEGMENTO "LUXURY-GOODS"

"CON PROSPETTIVE INTERNAZIONALI"

COGLIERE LE OPPORTUNITA' DI SVILUPPO NEI PAESI AD ELEVATE POTENZIALITA' DI CRESCITA

- ACCORDI DI DISTRIBUZIONE NEI PAESI "BRIC" E "GCC" (CONTENUTE CAPEX)

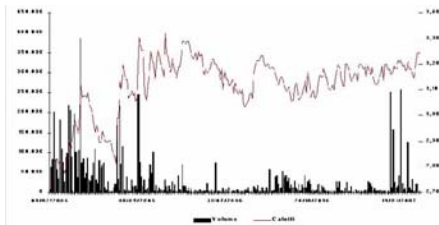
"AD ALTO RENDIMENTO"

PAY-OUT RATIO MEDIO 50%

- CONTINUA CREAZIONE DI VALORE PER GLI AZIONISTI

"TITOLO CALEFFI"

+30%* dall'IPO



*dividend adjusted



INNOVAZIONE E LIFESTYLE

Giuliana Caleffi – *Presidente*



AZIONI

Differenziamo i nostri prodotti da quelli dei concorrenti;
Offriamo maggior valore ai nostri clienti;
Sappiamo continuamente innovare;
Stiamo affinando le nostre capacità tecniche, di ricerca, di marketing;
Anticipiamo i cambiamenti del nostro mercato;
Ricerchiamo ogni giorno nuove opportunità di crescita e di sviluppo



STRATEGIA

*Abbiamo una strategia chiara, numerosi punti di forza
e ottime risorse.*



RISULTATI

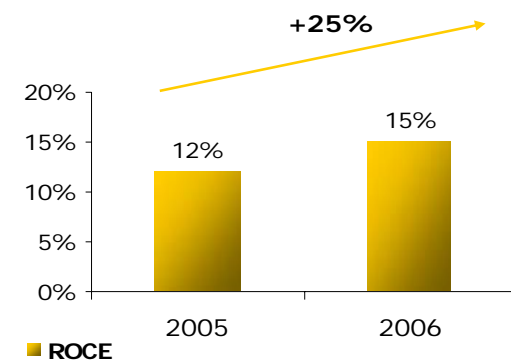
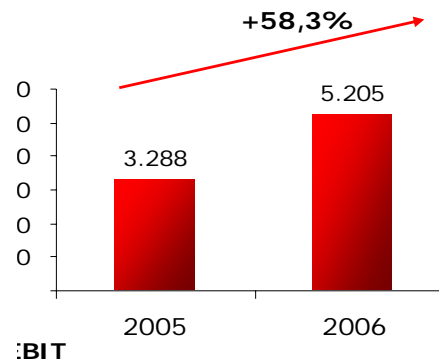
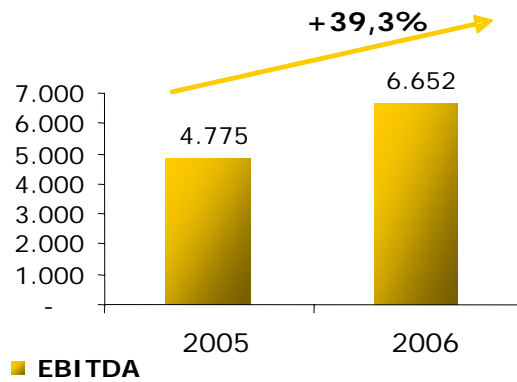
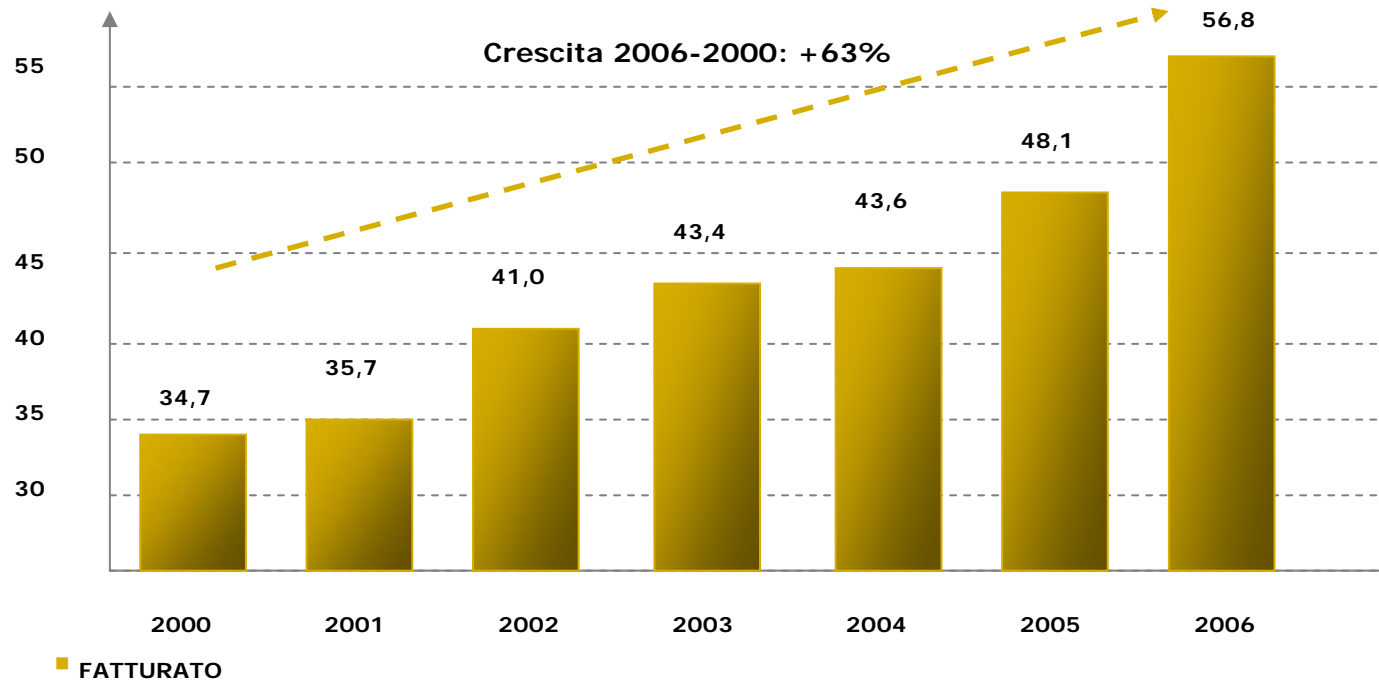
Ottimo posizionamento



2006 FINANCIAL RESULTS

Emanuela Gazza – *Investor Relations Manager*

PERFORMANCE ECONOMICHE



DATI 2006 PRECONSUTIVO

CONTO ECONOMICO IAS/IFRS

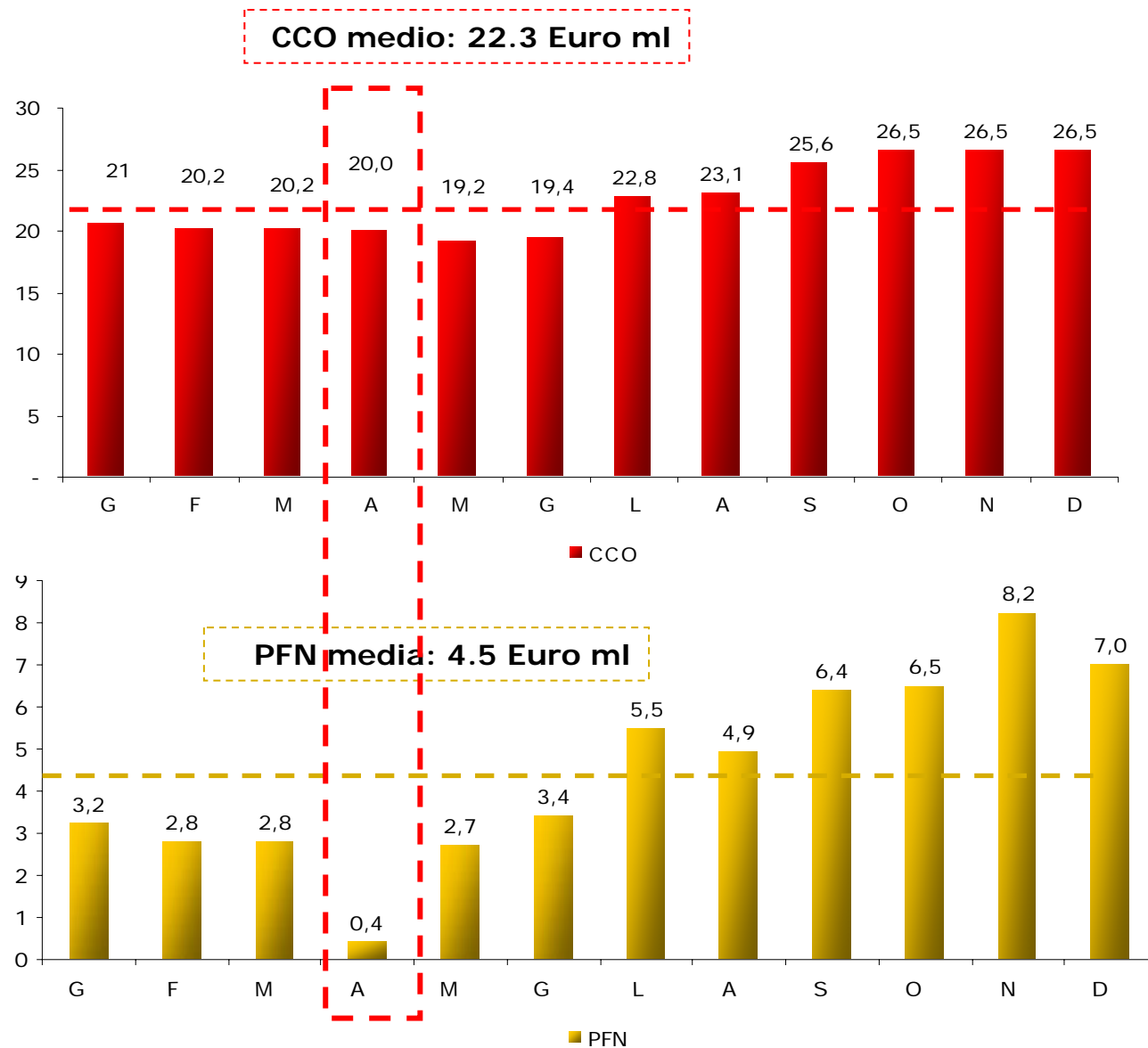
(Euro .000) IAS/IFRS	<i>FY 06</i>	<i>FY 05</i>	<i>%</i>
SALES	56.777	48.114	+18%
EBITDA	6.652	4.775	+39%
<i>EBITDA %</i>	<i>12%</i>	<i>10%</i>	
EBIT	5.202	3.288	+58%
<i>EBIT %</i>	<i>9%</i>	<i>7%</i>	
Pretax profit	4.719	2.897	+63%
	<i>8%</i>	<i>6%</i>	
Net Profit After Tax	2.619	1.456	+80%
<i>Net Profit After Tax %</i>	<i>5%</i>	<i>3%</i>	

STATO PATRIMONIALE IAS/IFRS

(Euro .000)

	FY 06	FY 05
NET WORKING CAPITAL	26.469	20.917
NET FIXED ASSETS	2.860	2.812
OTHER	- 5.490	- 4.597
CIN	23.839	19.132
PFN	- 7.091	- 3.311
EQUITY	16.784	15.821
D/E	0,4	0,2

ANDAMENTO MENSILE CCO e PFN



Data di IPO	09/11/2005	
Market Price IPO	€ 2,71	
Mercato	Expandi	
Market Cap (m) 16/2/07	€ 44 mln	
No. of Share	12.500.000	
Azionisti	CAPITALIA	4,8%
	B. GENERALI SGR	4,0%
	ASS. GENERALI	2,7%
	SYMPHONIA SGR	2,9%
	CALEFFI SPA	4,0%
	CALEFFI G.	33,4%
	FEDERICI R.	25,3%
	Flottante	22,9%

Fonte: Società



BRAND EXTENTION

Valerio Pizzi – *Consigliere, Dir. Commerciale e Marketing*

ASSORTIMENTO

Completate le collezioni Royal ed Executive

Presentata nuova collezione per il mondo ospitalità per i Clienti con forte propensione all'outsourcing

LINEA	CARATTERISTICHE	TARGET
Technical	qualità tecnica	Lavanderia industriale (lavanolo)

NETWORK DISTRIBUTIVO

ITALIA:

Definiti contratti di agenzia per il 50% del territorio nazionale completamente copertura entro estate 2007

Attivazione nuove offerte (comprese offerte quadro con strutture di elevato standing, gruppi Hotel, Catene di Villaggi turistici e Compagnie di Navigazione, navi da crociera)

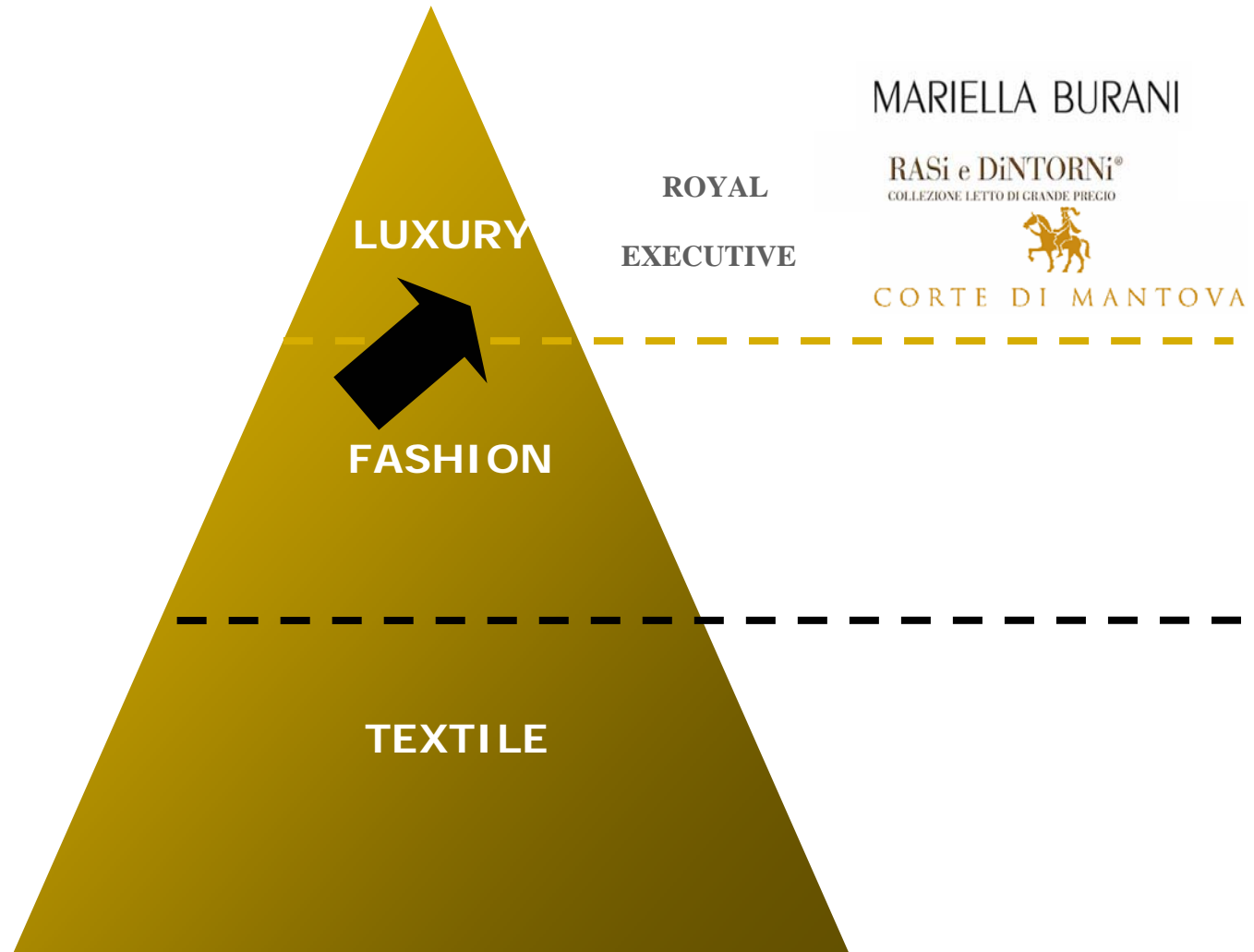
ESTERO:

Ottimi ritorni su DUBAI (3 contratti definiti con strutture di eccellenza; numerosi contratti in fase di definizione)

Area business importante per JV INDIA, CINA e BRASILE

NUOVE COLLEZIONI

LINEE	CARATTERISTICHE	TARGET
Corte di Mantova	<ul style="list-style-type: none">• Lusso - understatement - minimal• Distribuzione diretta in boutique• Mercati esteri	<ul style="list-style-type: none">• Famiglie di alto reddito
Campus	<ul style="list-style-type: none">• Metropolitan style• Mood ricercato ed informale	<ul style="list-style-type: none">• Giovani generazioni di fashionisti
Young	<ul style="list-style-type: none">• Linea Integrata (letto-bagno-arredo)• Tendenza contemporanea del "total living"	<ul style="list-style-type: none">• Ragazzi 4-12





INTERNAZIONALIZZAZIONE BRAND

RUSSIA crescita volumi con le nuove collezioni

INDIA siglata JV distributiva (Caleffi 51%)

“Caleffi India Bed&Bath” per le collezioni CALEFFI e Licenza Disney per Homewear, Nightwear e Bedding (Presenza nei punti vendita da Maggio 2007)

CINA

- accordo con un distributore di grande importanza nel settore mobili e ceramica per la decorazione
- accordo a tre anni attraverso apertura negozi monomarca Caleffi e distribuzione complementare a punti vendita indipendenti di altissimo livello

OLANDA

Inserimento nei 40 negozi “Home Fashion” in Olanda

INGHILTERRA siglato contratto di agenzia (catene più prestigiose del territorio UK)

FRANCIA-SPAGNA accordi prossimi con aziende operanti nel settore con prodotti complementari

Q&A

Investor Relations Team:

Emanuela Gazza – IRM Caleffi S.p.A.

Tel: +39 03757881

www.caleffispa.it - gazza@caleffionline.it



IR Top - Specialisti in Investor Relations

Tel: +39 0245473883

www.irtop.com – info@irtop.com