



C A L E F F I

RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE
31 MARZO 2011

CALEFFI S.p.A.

Via Belfiore, 24 - 46019 Viadana (MN) - Cap. Sociale € 6.500.000 i.v.

Iscritta al Registro delle Imprese di Mantova n. 00154130207 - C. F. e P. IVA IT 00154130207

INDICE

Organi Societari e Revisori Contabili	3
La storia	4
Struttura e attività del Gruppo	5
Prodotti, brand e licenze	7
Resoconto sull'andamento della gestione	9
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del trimestre	11
Evoluzione prevedibile della gestione	11
Attestazione del Dirigente Preposto	12

ORGANI SOCIETARI E REVISORI CONTABILI

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Nominato dall'assemblea del 29 aprile 2011 con durata in carica sino all'assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2013.

PRESIDENTE	<i>Giuliana Caleffi</i>
AMMINISTRATORE DELEGATO	<i>Guido Ferretti</i>
CONSIGLIERI	<i>Rita Federici Caleffi</i> <i>Mario Boselli (Indipendente)</i>

COLLEGIO SINDACALE

Nominato dall'assemblea del 29 aprile 2011 con durata in carica sino all'assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2013.

PRESIDENTE	<i>Mauro Girelli</i>
SINDACI EFFETTIVI	<i>Andrea Romersa</i> <i>Renato Camodeca</i>
SINDACI SUPPLEMENTI	<i>Maria Luisa Castellini</i> <i>Francesca Freddi</i>

ORGANISMO DI VIGILANZA (ex. D.Lgs. 231/2001)

Nominato dal Consiglio di Amministrazione del 29 aprile 2011, in carica per un triennio

PRESIDENTE	<i>Giuseppe Schiuma</i>
MEMBRI EFFETTIVI	<i>Mauro Girelli</i> <i>Daniele Bottoli</i>

DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI SOCIETARI

Nominato dal Consiglio di Amministrazione del 26 giugno 2007 - *Giovanni Bozzetti*

SOCIETA' DI REVISIONE

KPMG S.p.A.

Incarico conferito dall'assemblea del 29 agosto 2005. L'assemblea del 30 aprile 2007 ha prorogato la durata dell'incarico sino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2013.

OLTRE 40 ANNI D'IMPRESA

scanditi da innovazione nel design e capacità di rispondere alle nuove esigenze del mercato “Home Fashion”

La Società viene fondata da Camillo Caleffi nel settembre del **1967**.

Nel **1975** accanto ai primi prodotti, cuscini e sacchi a pelo, viene introdotta la Trapunta, tradizionale nella versione artigianale, rivoluzionaria nel pensiero industriale di Camillo Caleffi. La vendita delle trapunte registra un grande successo e la Società diventa leader del segmento.

Nel **1987** viene acquisita la licenza Disney per l'Italia.

Nel **1992** nasce lo “Scaldotto”, il trapuntino per il relax in casa. La gamma prodotti negli anni successivi si amplia con la creazione e la commercializzazione di lenzuola e copripiumini, articoli in spugna e per l'arredamento.

Nel corso del **2004** la Società ottiene la certificazione di qualità UNI ISO 9001/2000.

Nel **2005** la Società diversifica la propria attività con le linee *Homewear e Nightwear*.

Nel corso del **2005** la Caleffi ottiene la certificazione di salute e sicurezza OHSAS 18001.

Il **9 Novembre 2005** la Società si quota sul mercato EXPANDI.

Nel **2006** inizia a pianificare l'internazionalizzazione del *brand* e ad esplorare nuove opportunità e accordi commerciali.

Il **22 gennaio 2008** è stato siglato il *closing* per l'acquisto del 55% delle azioni di Mirabello S.p.A., storico *brand* italiano di biancheria per la casa con sede a Milano.

Il **25 gennaio 2008** è stato siglato un contratto di licenza con Sweet Years, il celebre marchio *streetwear* “con il cuore” fondato da Bobo Vieri e Paolo Maldini.

Nel **giugno 2009** la Società passa dal Mercato Expandi al mercato MTA di Borsa Italiana.

Nel **novembre 2009** viene rinnovata per un ulteriore triennio la licenza Disney.

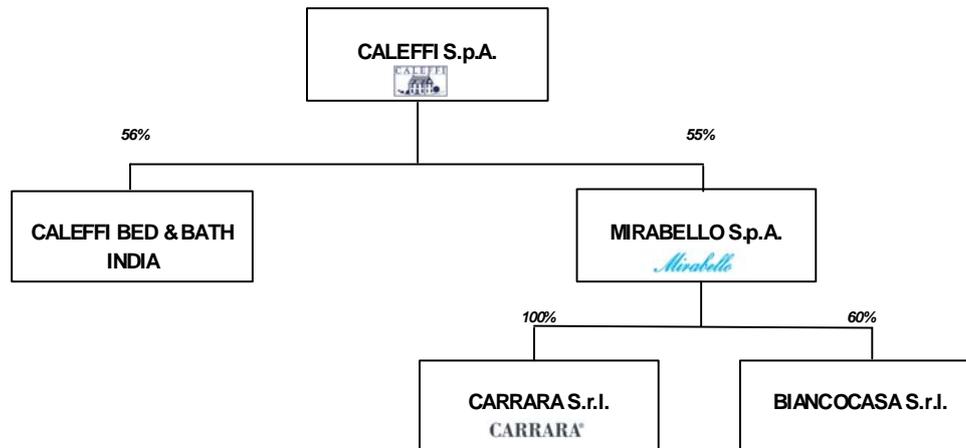
Nel corso del **2009** vengono siglati contratti di licenza con Paul Frank Industries, marchio dedicato ai teenager e contraddistinto dal celebre personaggio Julius; Amicini, Kilarity e Furry Logic.

Il **15 settembre 2010** la controllata Mirabello S.p.A. acquista un ramo di azienda di Manifattura Tessuti Spugna Besana S.p.A., storica maison fondata nel 1948 dalla famiglia Carrara (già oggetto di contratto di affitto dal 23 aprile 2009). Il contratto di acquisto è relativo ai marchi Besana, Carrara e la licenza *worldwide* del marchio Ungaro *Home Collection*.

Il **15 settembre 2010** viene sottoscritto un accordo di licenza triennale del marchio Ballantyne. La licenza, concessa in esclusiva *worldwide*, prevede la produzione e la commercializzazione a marchio Ballantyne di collezioni per la casa *homewear e nightwear*. La produzione sarà curata dalla controllata Mirabello S.p.A..

Il **20 dicembre 2010** viene costituita la Carrara S.r.l. interamente partecipata dalla controllata Mirabello S.p.A., che gestirà a partire dal 1 gennaio 2011 il ramo di azienda recentemente acquisito dalla Manifattura Tessuti Spugna Besana e i marchi Carrara, Besana e Ungaro *Home Collection*.

STRUTTURA E ATTIVITA' DEL GRUPPO



La struttura del Gruppo Caleffi al 31 marzo 2011 include, oltre alla Capogruppo Caleffi S.p.A., le seguenti società controllate:

- **Mirabello S.p.A.** partecipata al 55%, svolge attività di commercializzazione sul mercato mondiale dell' *Home Fashion* di fascia alta;
- **Biancocasa S.r.l.** partecipata al 60% tramite la Mirabello S.p.A.; gestisce un punto vendita in Milano, via Fiamma Galvano 40;
- **Carrara S.r.l.** costituita il 20 dicembre 2010, dal 1° gennaio 2011 gestisce il ramo di azienda acquisito nel 2010 dalla Manifattura Tessuti Spugna Besana, che le è stato conferito. Dal 5 aprile 2011 acquisita al 100% da Caleffi S.p.A.
- **Caleffi Bed & Bath India Private Limited** costituita il 15 marzo 2007 con partner locale; partecipata al 56%, posta in liquidazione volontaria nel corso del 2010.

Il *business model* del Gruppo Caleffi è caratterizzato da una struttura snella e flessibile, vincente rispetto ai tradizionali *competitors* del settore.

I *drivers* della creazione di valore sono pertanto riconducibili a:

Brand

Il Gruppo dispone di un portafoglio ampio ed equilibrato con marchi propri e in licenza (tra cui Disney, Ballantyne, Sweet Years, Ungaro, Paul Frank) che garantiscono un'elevata riconoscibilità e notorietà presso i consumatori. L'ampiezza di gamma e la diversificazione delle linee del Gruppo hanno, nel corso degli anni, contribuito all'affermazione di nuove tendenze, la più importante fra le quali è stata il cambiamento di percezione della biancheria della casa agli occhi del consumatore: da semplice prodotto di servizio a vera e propria proposta *home fashion*.

Ricerca e sviluppo

Fondamentale leva competitiva della strategia di sviluppo Caleffi, l'attività di ricerca e sviluppo punta all'innovazione e all'eccellenza italiana per creare maggior valore aggiunto e consolidare così il vantaggio competitivo, accentuando il proprio posizionamento nei "*Luxury Goods*".

Qualità del prodotto

Il Gruppo punta all'eccellenza qualitativa attraverso un efficace processo di progettazione, la ricerca della migliore qualità dei materiali utilizzati, il presidio delle fasi di lavorazione a maggior contenuto tecnologico e la rigorosità dei test di controllo qualitativo.

Struttura produttiva e supply chain

Struttura produttiva efficiente e flessibile, in grado di rispondere tempestivamente all'andamento del mercato, conserva il suo cuore strategico in Italia, attraverso il presidio di tutte le fasi a monte della catena del valore (*concept*, progettazione e *design*), di quelle trasversali al processo produttivo (controllo qualità dei processi e dei prodotti) e dell'intero processo logistico.

Rete distributiva

Grazie a un'estesa rete distributiva sia nel *business retail* sia nel *wholesale* oggi il Gruppo è capillarmente presente in Italia e all'estero.

Per quanto riguarda il retail, il Gruppo vanta la più capillare ed efficiente distribuzione del settore con circa 1.500 negozi operanti nel segmento biancheria per la casa. Ulteriori canali distributivi sono costituiti dal *wholesale*, dalla grande distribuzione, dal "*business to business*", dai punti vendita diretti (negozi e *factory outlet*) e dallo *shopping on line*.

I PRODOTTI

Connubio di sofisticato glamour e praticità, le proposte Caleffi sono concepite per vestire la casa in modo elegante e rendere più piacevoli i momenti di relax.

L'offerta si articola in:

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

Brand

Con un portafoglio marchi tra i più forti ed equilibrati del settore l'offerta Caleffi si completa con le licenze Disney, Paul Frank, Amicini, Kilary dedicate alle fasce più giovani di mercato, con le licenze Sweet Years, e Play Boy dedicate ai "giovani fashionisti" e con le licenze Ungaro e Ballantyne per la clientela "luxury".

CALEFFI

TRAPUNTISSIMA®

DREAMING
RASI e DINTORNI®

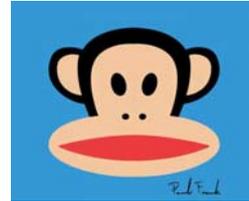
BESANA

SCALDOTTO®
TRAPUNTINO DA SALOTTO

Mirabello

CARRARA®

Licenze



RESOCONTO SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Il presente documento relativo ai risultati consolidati dei primi tre mesi del 2011, non sottoposti a revisione contabile, costituisce il resoconto intermedio sulla gestione previsto dall'art. 154 *ter* del Testo Unico della Finanza (TUF). Le informazioni economiche, patrimoniali e finanziarie sono state redatte conformemente ai principi contabili internazionali (*International Financial Reporting Standard, IFRS*) ed, in particolare, ai medesimi criteri di valutazione utilizzati per la predisposizione del bilancio consolidato chiuso al 31 dicembre 2010.

L'area di consolidamento include la Capogruppo Caleffi S.p.A. e le sue controllate (il "Gruppo").

Il presente resoconto intermedio di gestione è stato autorizzato alla pubblicazione dal Consiglio di Amministrazione in data 13 maggio 2011.

PRINCIPALI DATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO

CONTO ECONOMICO				
€000	31/03/2011		31/03/2010	
Vendite nette	13.425	100%	13.529	100%
Risultato operativo lordo EBITDA	507	3,8%	685	5,1%
Ammortamenti	-308		-372	
Risultato operativo EBIT	199	1,5%	313	2,3%

RISULTATI ECONOMICI

Le vendite del primo trimestre 2011 ammontano ad €13.425 mila, di cui €12.164 mila in Italia e €1.261 mila all'estero con un'incidenza del 9,4% sul fatturato. Il dato delle vendite estero del primo trimestre 2010 era pari ad €1.095 mila.

L'EBITDA del trimestre è pari ad €507 mila con un'incidenza sul fatturato pari al 3,8%, rispetto ad €685 mila, pari al 5,1% del fatturato, del primo trimestre 2010.

Gli ammortamenti ammontano complessivamente a €308 mila.

L'EBIT è pari ad €199 mila con un'incidenza del 1,5%, in incremento rispetto ad €313 mila del primo trimestre 2010 (2,3% sul fatturato).

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

€000		31/03/2011	31/12/2010	31/03/2010
a	Liquidità	2.009	2.411	1.937
b	Indebitamento finanziario corrente	-10.716	-7.893	-7.701
c	Indebitamento finanziario non corrente	-4.262	-5.116	-5.222
a+b+c	Indebitamento finanziario netto	-12.969	-10.598	-10.986

L'indebitamento finanziario netto è negativo per € 12.969 mila in peggioramento rispetto al dato del 31/12/10, negativo per €10.598 mila.

Il Gruppo ha effettuato nei primi 3 mesi dell'anno, investimenti in immobilizzazioni materiali per €348 mila; gli investimenti hanno riguardato principalmente i quadri e cilindri per la stampa dei tessuti e l'apertura di un punto vendita nell'outlet di Serravalle Scrivia.

Alla data del 12 maggio 2011, la Capogruppo possiede complessivamente n. 655.974 azioni proprie, pari al 5,25% del capitale sociale.

L'Assemblea dei Soci del 29 aprile 2011 ha deliberato l'assegnazione di n. 1 azione propria gratuita ogni n. 25 possedute alla data dello stacco della cedola (23 maggio 2011).

FATTI DI RILIEVO AVVENUTI DOPO LA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

Successivamente alla data di chiusura del trimestre non sono occorsi eventi tali da rendere l'attuale situazione patrimoniale, finanziaria ed economica sostanzialmente diversa da quella risultante dal resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2011 o tali da richiedere rettifiche od annotazioni integrative allo stesso.

Si segnala che in data 5 aprile 2011 la Capogruppo ha acquistato il 100% della Carrara S.r.l. dalla Mirabello S.p.A., per un corrispettivo pari ad €500 mila più un eventuale *earn out* di ulteriori €100 mila al raggiungimento di determinati obiettivi di redditività nell'anno 2011 da parte di Carrara S.r.l..

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Pur in un contesto macroeconomico non positivo, gli ottimi segnali che stiamo registrando nella raccolta ordini per il prossimo autunno/inverno, ci fanno ritenere che per l'anno 2011 potremo registrare a livello di Gruppo una ulteriore crescita di ricavi ed un forte miglioramento di marginalità.

La strategia del Gruppo sarà, come sempre, incentrata su *brand*, innovazione e creatività, accrescendo il numero delle collezioni e delle proposte che dovranno essere sempre più mirate ed avere sempre più appeal in termini di *value for money*. In termini più operativi il Gruppo procederà a consistenti investimenti e attività sul *retail*, a supporto e sviluppo della rete distributiva.

L'evoluzione prevedibile della gestione per l'esercizio 2011 sarà comunque influenzata da rischi ed incertezze dipendenti da molteplici fattori congiunturali non tutti inerenti la sfera di controllo del Gruppo e dall'oscillazione dei prezzi delle materie prime, cotone in particolare.

Il modello aziendale snello, rapido e flessibile, da sempre utilizzato dal Gruppo, i *brands* affermati e il prezioso capitale umano sono i plus che permetteranno di affrontare con serenità le sfide imposte da mercati sempre più competitivi e globalizzati.

Viadana, 13 maggio 2011

Il Consiglio di Amministrazione

**DICHIARAZIONE DEL DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI
CONTABILI E SOCIETARI**

Il “Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari”, Giovanni Bozzetti, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 *bis* del Testo Unico della Finanza, che l’informativa contabile contenuta nel presente documento corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.



C A L E F F I

RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE
31 MARZO 2011
