CALEFFI
A global home fashion player

CALEFFI GROUP OVERVIEW

Il Gruppo Caleffi, con **55 milioni di euro di fatturato** realizzato nel 2015, è una delle realtà più importanti del settore **Home Fashion** in Europa, specializzata nella produzione e commercializzazione di articoli di **biancheria** e **arredo per la casa**

Attenzione ai **dettagli**, **materiali preziosi** e **design raffinato** fanno di Caleffi il miglior interprete del concetto di **eleganza contemporanea** nella creazione di prodotti tessili per la casa, più che oggetti, considerati vere e proprie espressioni di lifestyle

Il Gruppo controlla Mirabello Carrara, presidiando così il segmento Luxury del mercato ed accelerando la politica di espansione del brand nei mercati esteri

Il Gruppo vanta una rete distributiva di circa **2.000 punti vendita in Italia** e oltre **600 nel resto del mondo**

Elevata riconoscibilità e notorietà con marchi propri e in licenza

Quotata sul mercato **MTA** di **Borsa Italiana**

More than 50 years of history

1962 — Camillo Caleffi fonda la società

1975 — Viene introdotta la Trapunta

1987 — Licenza Disney per l'Italia

1992 — Nasce lo «Scaldotto»

1995 — Ampliamento gamma prodotti: teleria piata, spugne e biancheria casa

2005 — Caleffi si quota in Borsa

2008 — Acquisizione di Mirabello S.p.A.

2010 — Acquisizione Carrara S.r.l.

2011 — Licenza worldwide Roberto Cavalli Home Collection

2012 — Creazione polo Luxury mediante fusione di Carrara S.r.l. in Mirabello S.p.A.

2013 — Licenza marchio Les Voiles de Saint Tropez

2014 — Licenza con Warner Bros

2014 — Licenza con Golden Boys S.r.l., marchio «Happiness»

2015 — Licenza con Trussardi S.p.A. ed Hello Kitty linea tessile casa

2015 — Avvio progetto IPO Mirabello Carrara SpA

Portfolio

Group's Brand

CALEFFI

Mirabello

CARRARA®

Lab

SCALDOTTO TRAPUNTINO DA SALOTTO

BESANA

Licences

roberto cavalli home LINEN

TRUSSARDI HOME LINEN

Les Voiles de Saint-Tropez

Happiness®

SOGNI DI VIAGGIO BY MARCO CARMASSI

MELLI MELLO

Disney

MARVEL www.marvel.com

WARNER BROS. ONLINE

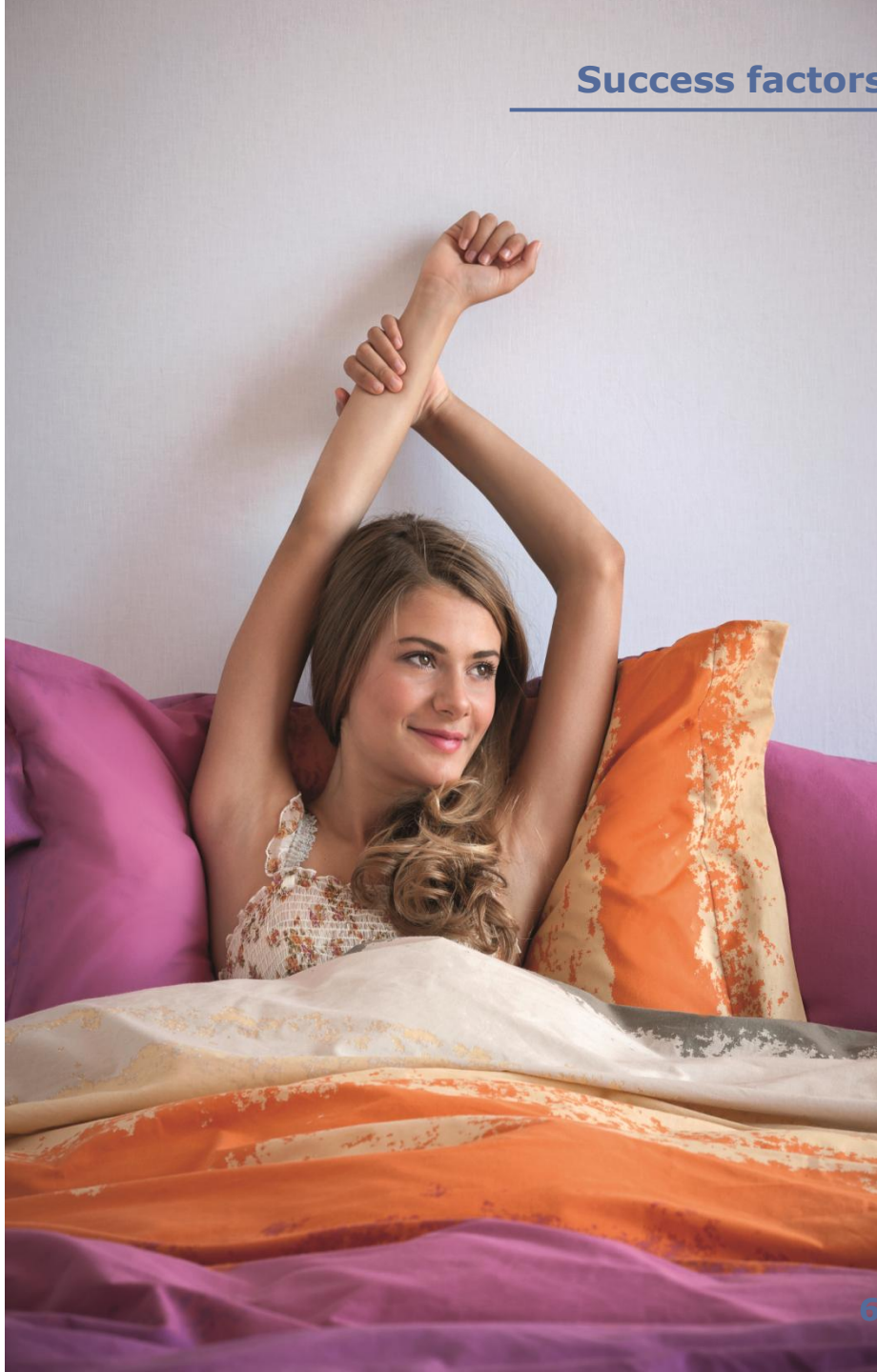
HELLO KITTY

Products

- ❑ Trapunta e copriletto
- ❑ Scaldotto e Piumini
- ❑ Lenzuola e Copripiumini
- ❑ Accessori per il letto
- ❑ Collezione Spugna
- ❑ Collezione Tavola e Cucina
- ❑ Homewear & Nightwear
- ❑ Arredo e complementi tessili

Success factors

1. **Presidio interno** delle fasi ad alto valore con rigoroso *quality control* interno
2. Politica di **accordi di licenza con brand di valore Luxury e Mass Market**
3. **Internazionalizzazione dei mercati**
4. **Struttura produttiva efficiente e flessibile**
5. **Estesa rete distributiva**
6. **Valorizzazione degli «*Intangible Assets*»:** *brand*, reputazione, creatività, *know-how* e qualità delle relazioni coi propri *stake holder*



Business Model

Ricerca e Sviluppo	Fondamentale leva competitiva della strategia di sviluppo Caleffi, l'attività di **R&D punta all'innovazione e all'eccellenza dello stile e del design italiano** per creare maggior valore aggiunte e consolidare così il vantaggio competitivo, accentuando il proprio posizionamento nei «*Luxury Goods*»
Approvvigionamento	La di politica di approvvigionamento è basata su un modello che garantisce l'acquisto di prodotti e servizi per la **produzione in maniera *cost efficient* mantenendo sempre l'alta qualità** che distingue i marchi del Gruppo
Production	**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 al monte della catena del valore (*concept*, progettazione e *design*), di quelle traversali al processo produttivo (controllo qualità dei processi e dei prodotti) e dell'intero processo logistico
Controllo qualità	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**
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.

Rete distributiva

Retail

- Emporio Caleffi
- Caleffi Outlet Serravalle
- Caleffi Outlet Castelguelfo
- Caleffi Outlet Valdichiana
- Caleffi Outlet Fidenza Village Shop
- Caleffi Outlet Palmanova
- Caleffi Outlet Vicolungo
- Caleffi Outlet Noventa
- Caleffi Outlet Castel Romano
- Caleffi Outlet Bagnolo S.Vito
- Shoppin Brugnato 5 terre-unita'152
- Caleffi Outlet Franciacorta
- The Mall
- Mirabello Outlet Marcianise
- Mirabello Milano
- Mirabello Sede

Wholesale

- 2.000 negozi in Italia
- 600 negozi all'estero

Department Store

- Harrods Londra
- Corte Ingles Madrid, Marbella, Lisbona
- Jakarta
- Sidney
- Dubai Bloomindale
- Doha
- Riad
- Jeddah
- Mexico City
- Hangzohu Cina
- Rinascente

B2B & B2C

- Commercio interaziendale e loyalty program
- Short Collection
- Industria
- Fidelity

GSS & GDO

- Grancasa
- Conad
- Coop
- Auchan

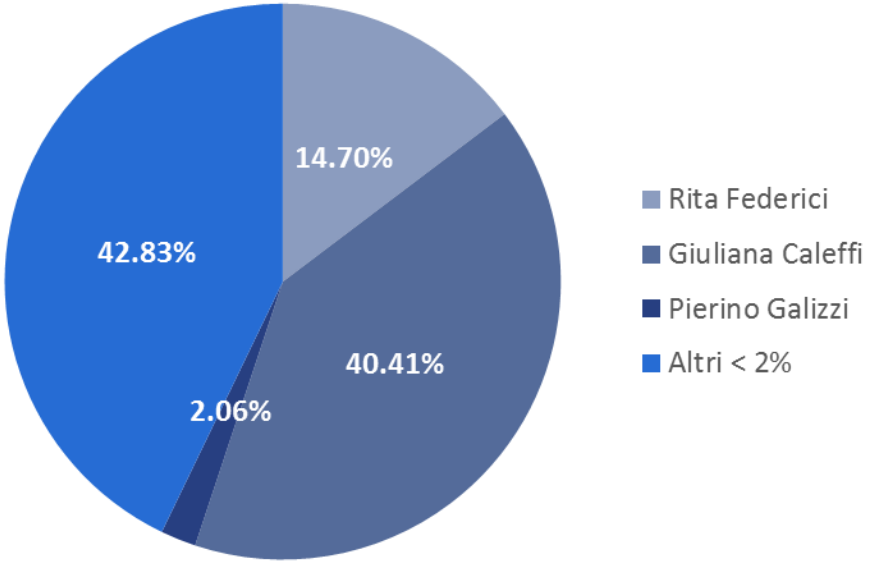
Online shopping

- Dalani
- Privalia
- Amazon by VIP
- Amara
- Webstore

Shareholder's Information

MERCATO	MTA
REUTERS	CLF.MI
BLOOMBERG	CLF IM
CAPITALE SOCIALE	15.625.000 azioni
PREZZO	al 21/03/2016 euro 1,14
CAPITALIZZAZIONE	al 21/03/2016 euro 17,81 milioni

AZIONARIATO



Luxury

roberto cavalli home LINEN

TRUSSARDI HOME LINEN

Mirabello

Teen

FINANCIALS & STRATEGY

Financials

€ mln	2015	2014
Fatturato	55,5	52,1
EBITDA	3,1	1,1
EBIT	1,4	(0,7)
Utile Netto	0,3	(1,3)
PFN	13,6	14,9

- Sviluppo e refitting dei negozi propri in Italia e all'estero e degli shop-in-shop presso i principali clienti e department stores
- Ampliamento del portafoglio licenze lusso finalizzato ad una maggiore penetrazione dei mercati esteri
- Club Caleffi

incidenza fatturato negozi propri + estero/lusso: target ~50%

La domanda si crea nel punto vendita

l'80% degli acquisti non è pianificato ma deciso nel punto vendita

Riscoperta dei valori domestici

- Benessere e salute
- Eco-compatibilità dei prodotti
- Home cooking (chef star del momento)
- Ottimizzazione spazi domestici limitati
- Articoli per la cucina e la casa con plus evidenti a livello di funzionalità, semplicità e praticità d'uso
- Articoli legati a specifiche occasioni di consumo (aperitivo, brunch, …)

Ricerca della semplicità

- Prodotti non banali, minimalisti, essenziali ma chiari e trasparenti
- La semplicità è un alleggerimento, un ritrovamento della vera essenza delle cose, la possibilità di toccare con mano, avere un rapporto autentico con le cose
- L'eccesso confonde, appare banale e fuori luogo

SUMMARY

Caleffi Group Figures

6 — **Marchi propri** del Gruppo Caleffi: Caleffi, Mirabello, Carrara, Scaldotto, Besana, MLab

10 — **Licenze** del Gruppo Caleffi – Luxury: Roberto Cavalli, Trussardi, Les Voiles de Saint-Tropez. Fashion: Happiness, Sogni di viaggio, Melli Mello. Teen: Disney, Marvel, Warner Bros, Hello Kitty

50 — **Paesi** in cui è presente il Gruppo Caleffi

2.000 — **Punti vendita in Italia**

600 — **Punti vendita nel resto del mondo**

194 — **Addetti del Gruppo** in tutto il mondo (al 31 12 2015)

55,5 milioni — **Fatturato** al 31 dicembre 2015

286K — **Fatturato procapite** al 31 dicembre 2015

3,1 milioni — **EBITDA** al 31 dicembre 2015

Contacts

Sede Legale

Via Belfiore, 24 – 46019 Viadana (MN)
Tel. +39 0375 7881
www.caleffionline.it

Investor Relations Manager

Emanuela Gazza
Tel. +39 0375 7881
gazza@caleffionline.it

Investor & Media Relations
Via C. Cantù 1, 20123 Milano
Tel. +39 02 45473884/3
ir@irtop.com – ufficiostampa@irtop.com
www.irtop.com