

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
Strategia e modello di business	6
Prodotti, brand e licenze	8
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	11

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 50 ANNI D'IMPRESA

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

- 1962** Camillo Caleffi fonda l'attività basata su una produzione di cuscini imbottiti con resine espanse.
- 1967** viene costituita in forma societaria con il nome originario di “Ceolima” e affianca alla produzione di cuscini i sacchi a pelo.
- 1975** viene introdotta la Trapunta, tradizionale nella versione artigianale, rivoluzionaria nel pensiero industriale di Camillo Caleffi.
- 1987** viene acquisita la licenza Disney per l'Italia.
- 1992** nasce lo “Scaldotto”, il trapuntino per il relax in casa.
- 2004** la Società ottiene la Certificazione di Qualità UNI ISO 9001/2000.
- 2005** la Caleffi ottiene la Certificazione di Salute e Sicurezza OHSAS 18001;
la Società si quota sul mercato EXPANDI.
- 2008** viene 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.
- 2010** viene acquisito un ramo di azienda di Manifattura Tessuti Spugna Besana S.p.A., storica maison fondata nel 1948 dalla famiglia Carrara.
- 2011** la Capogruppo sottoscrive, con il Gruppo Roberto Cavalli, uno tra i più prestigiosi *brand* italiani a livello internazionale, un contratto di licenza *worldwide* per la produzione e distribuzione della linea di alta gamma e lusso per letto, bagno e tavola a marchio “Roberto Cavalli”.
- 2012** la Capogruppo installa un impianto fotovoltaico per complessivi 1 Mwh di potenza, che consente di produrre l'energia elettrica necessaria per l'attività da fonti rinnovabili e di ottenere incentivi statali di cui al 4° Conto Energia;
incorporazione della Carrara S.r.l. nella Mirabello S.p.A.. La fusione consente di concentrare in un'unica struttura gestionale e distributiva tutti i marchi “Luxury” del Gruppo, ottenendo nel contempo un significativo risparmio in termini di costi amministrativi e di struttura.

STRUTTURA E ATTIVITA' DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo Caleffi al 30 settembre 2013, include oltre alla Capogruppo Caleffi S.p.A., la seguente società controllata:

- **Mirabello Carrara S.p.A.** partecipata al 70%, svolge attività di commercializzazione sul mercato mondiale dell'*Home Fashion* di fascia alta, distribuisce con i marchi propri Mirabello, Carrara e Besana nonché con la licenza in esclusiva *worldwide* Roberto Cavalli Home.

Tale società nel corso del 2012 è stata oggetto di una operazione straordinaria di fusione per incorporazione della Carrara S.r.l. (precedentemente detenuta al 100% da Caleffi S.p.A.) nella Mirabello S.p.A. (precedentemente detenuta al 55% da Caleffi S.p.A.). In seguito all'operazione la società ha modificato la propria denominazione in Mirabello Carrara S.p.A..

Il consolidamento avviene con il metodo integrale.



Negozi Mirabello Carrara – Milano Brera

STRATEGIA E MODELLO DI BUSINESS

Il Gruppo sviluppa il proprio business attraverso un modello manageriale caratterizzato da:

- Presidio interno delle fasi ad alto valore e delocalizzazione delle fasi produttive con rigoroso *quality control* interno;
- Internazionalizzazione dei mercati;
- Rilevanti investimenti ed estrema attenzione all'immagine del proprio marchio e dell'azienda;
- Politica di sviluppo di accordi di licenza con *Brand* di valore;
- Ricorso a strumenti di management strutturati, quali pianificazione strategica, sistemi di *budgeting e profit sharing*;
- Valorizzazione degli "*Intangible Asset*": *brand*, reputazione, creatività, *know-how* e qualità delle relazioni coi propri *stakeholder*.

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, Roberto Cavalli e Marvel) 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 2.000 negozi sul mercato nazionale e 600 sul mercato internazionale, 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*.

PRODOTTI - BRAND - LICENZE

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 del Gruppo Caleffi si arricchisce con le licenze Disney, Marvel e Warner Bros dedicate alle fasce più giovani di mercato e con la licenza Roberto Cavalli e Les Voiles Saint-Tropez per la clientela "luxury".

Marchi propri



Mirabello

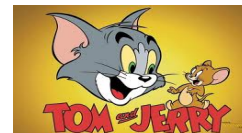
CARRARA®

SCALDOTTO
TRAPUNTINO DA SALOTTO

SPUGNISSIMA

BESANA

Licenze "Teen"



Licenze "Luxury"

roberto cavalli



RESOCONTO SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Il presente documento relativo ai risultati consolidati dei primi nove mesi del 2013, 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 2012 e della relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2013.

L'area di consolidamento include la Capogruppo Caleffi S.p.A. e la sua controllata Mirabello Carrara S.p.A. (il "Gruppo").

Il presente resoconto intermedio di gestione è stato autorizzato alla pubblicazione dal Consiglio di Amministrazione in data 14 novembre 2013.

PRINCIPALI DATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO

€'000		CONTO ECONOMICO							
		30/09/2013		30/09/2012		3° Trim. 2013		3° Trim. 2012	
Vendite nette		37.000	100%	34.602	100%	14.264	100%	12.939	100%
Risultato operativo lordo EBITDA		1.685	4,6%	-685	-2,0%	1.198	8,4%	138	1,1%
Ammortamenti		-902		-854		-325		-321	
Risultato operativo EBIT		783	2,1%	-1.539	-4,4%	873	6,1%	-183	-1,4%

RISULTATI ECONOMICI

Le vendite del terzo trimestre 2013 ammontano ad €14.264 mila, di cui €12.579 mila in Italia e €1.685 mila all'estero con un'incidenza dell'11,8% sul fatturato. Il dato delle vendite del terzo trimestre 2012 era pari ad €12.939 mila, di cui €1.558 mila all'estero (12% sul fatturato).

Le vendite dei primi nove mesi del 2013 ammontano ad €37.000 mila, di cui €32.073 mila in Italia e €4.927 mila all'estero con un'incidenza del 13,3% sul fatturato. Le vendite complessive dei primi nove mesi del 2012 erano pari ad €34.602 mila, di cui €3.657 mila all'estero (10,6% sul fatturato).

L'EBITDA del terzo trimestre è pari ad €1.198 mila con un'incidenza sul fatturato pari all'8,4% in forte miglioramento rispetto al dato del terzo trimestre 2012, che presentava un EBITDA di €138 mila con un'incidenza dell'1,1% sul fatturato.

L'EBITDA dei primi nove mesi del 2013 è positivo per €1.685 mila in notevole miglioramento rispetto al dato 2012 negativo per €685 mila.

Gli ammortamenti dei primi nove mesi ammontano complessivamente a € 902 mila, in leggero incremento rispetto al dato 2012 (€ 854 mila).

L'EBIT del terzo trimestre è positivo per €873 mila (6,1% sul fatturato), rispetto al dato negativo per € 183 mila del terzo trimestre 2012.

L'EBIT dei primi nove mesi è positivo per €783 mila (2,1% sul fatturato) , rispetto al dato negativo per € 1.539 mila del 30 settembre 2012.

I positivi risultati realizzati nei primi nove mesi del 2013, sono la conseguenza, da un lato del nuovo indirizzo strategico focalizzato su estero lusso e negozi propri e dall'altro dalla significativa riorganizzazione attuata nel corso del 2012. Pur in presenza di un contesto macroeconomico poco favorevole, il Gruppo, in brevissimo tempo, ha attuato un efficace *turnaround* sui risultati 2012 con ritorni molto significativi in termini di fatturato e di marginalità.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

€'000		30/09/2013	30/09/2012	30/06/2013	31/12/2012
a	Liquidità	855	848	1.189	1.173
b	Indebitamento finanziario corrente	-10.985	-10.623	-8.159	-12.100
c	Indebitamento finanziario non corrente	-7.817	-6.843	-8.482	-5.378
a+b+c	Indebitamento finanziario netto	-17.947	-16.618	-15.452	-16.305

La posizione finanziaria netta è negativa per €17.947 mila in incremento rispetto al dato del 30 giugno 2013, negativo per €15.452 mila. L'incremento è riconducibile all'accresciuta stagionalità del business e all'incremento degli ordini del periodo.

Il Gruppo ha effettuato nei primi 9 mesi dell'anno, investimenti in immobilizzazioni materiali per €1.318 mila; gli investimenti hanno riguardato principalmente l'apertura del nuovo negozio monomarca in via Turati a Milano, dei nuovi punti vendita presso gli outlet di Castel Romano e Bagnolo S. Vito e quadri e cilindri per la stampa dei tessuti.

Alla data del 13 novembre 2013, la Capogruppo possiede complessivamente n. 102.828 azioni proprie, pari allo 0,82% del capitale sociale.

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 30 settembre 2013 o tali da richiedere rettifiche od annotazioni integrative allo stesso.

EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La strategia del Gruppo è sempre più incentrata su estero, lusso, negozi propri e corner presso i principali clienti/*department store*. Tali drivers di crescita uniti al vigoroso taglio di costi di struttura a seguito della ristrutturazione della Capogruppo e della riorganizzazione delle controllate effettuate nel 2012, hanno contribuito in maniera determinante agli ottimi risultati del periodo.

I risultati conseguiti e gli ordini in portafoglio per la restante parte dell'anno, rendono prevedibile il superamento dei target fissati.

L'evoluzione prevedibile della gestione per l'esercizio 2013 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, del cotone in particolare.

Il modello aziendale snello, rapido e flessibile, da sempre utilizzato dal Gruppo, il portafoglio *brands* 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, 14 novembre 2013

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.