

RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE



30 SETTEMBRE  
2014

**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	10
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura del trimestre	11
Evoluzione prevedibile della gestione	12
Attestazione del Dirigente Preposto	12

## ORGANI SOCIETARI E REVISORI CONTABILI

### CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Nominato dall'assemblea del 30 aprile 2014 con durata in carica sino all'assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016.

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

### COLLEGIO SINDACALE

Nominato dall'assemblea del 30 aprile 2014 con durata in carica sino all'assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2016.

PRESIDENTE	<i>Mauro Girelli</i>
SINDACI EFFETTIVI	<i>Renato Camodeca</i> <i>Luciana Ravicini</i>
SINDACI SUPPLEMENTI	<i>Maria Luisa Castellini</i> <i>Andrea Girelli</i>

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

Nominato dal Consiglio di Amministrazione del 30 aprile 2014, in carica per un triennio

PRESIDENTE	<i>Andrea Romersa</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

*Reconta Ernst & Young S.p.A.*

Incarico conferito dall'assemblea del 30 aprile 2014 con durata in carica sino all'assemblea di approvazione del bilancio al 31 dicembre 2022.

## **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 espande.
- 1967** viene costituita in forma societaria con il nome originario di “Ceolima”.
- 1975** viene introdotta la Trapunta, 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.
- 2005** la Società si quota sul mercato di Borsa Italiana, segmento 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 Home Collection, un contratto di licenza *worldwide* per la produzione e distribuzione della linea Roberto Cavalli Home Collection.
- 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.
- 2012** 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.
- 2013** la Controllata Mirabello Carrara sottoscrive un contratto di licenza per la produzione e commercializzazione della linea a marchio Les Voiles de Saint Tropez. La collezione trae ispirazione dalla nota regata velica ed è dedicata al mondo mare e nautica.
- 2014** la Capogruppo sottoscrive un accordo di licenza, di durata biennale, con Warner Bros, leader mondiale nel settore *Entertainment*, per la produzione e commercializzazione di prodotti biancheria casa. L'accordo è relativo al *licensing* dei personaggi di animazione delle serie “Classic Animation” (Looney Tunes, Tweety, Baby Looney Tunes, Tom & Jerry, Scooby Doo, Hannah & Barbera, The Flintstones, Cave Kids) e “DC Superheroes” (Batman, Superman, Justice League, Dc Superfriends, Superbaby).
- 2014** la Capogruppo sottoscrive un contratto di licenza esclusiva con Golden Boys srl per la produzione e distribuzione a livello mondiale della linea tessile letto, spugna, living e tavola a marchio “Happiness”, il giovane e dinamico brand dello *streetwear*.

## STRUTTURA E ATTIVITA' DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo Caleffi al 30 settembre 2014, 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 lusso, distribuisce con i marchi propri Mirabello, Carrara e Besana nonché con le licenze Roberto Cavalli Home Collection (in esclusiva *worldwide*) e Les Voiles de Saint Tropez.

Il consolidamento avviene con il metodo integrale.

## STRATEGIA E MODELLO DI BUSINESS

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

- Presidio interno delle fasi ad alto valore 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 Home Collection, Marvel, Les Voiles de Saint Tropez, Warner Bros e Happiness) 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 dello stile e del design italiano 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 circa 600 sul mercato internazionale, operanti nel segmento biancheria per la casa. Ulteriori canali distributivi sono costituiti dai *department store*, dal *wholesale*, dalla grande distribuzione, dal *business to business*, dai punti vendita diretti (negozi e *factory stores*) e dallo *shopping on line*.

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

### Marchi propri



*Mirabello*

**CARRARA®**

**BESANA**

**SCALDOTTO®**  
TRAPUNTINO DA SALOTTO



*Licenze "Teen"*



*Licenze "Fashion"*

Happiness®

*Licenze "Luxury"*

roberto cavalli



## RESOCONTO SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Il presente documento relativo ai risultati consolidati dei primi nove mesi del 2014, 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 2013 e della relazione semestrale consolidata al 30 giugno 2014.

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 2014.

### PRINCIPALI DATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO

CONTTO ECONOMICO								
€/000	30/09/2014		30/09/2013		3° Trim. 2014		3° Trim. 2013	
<b>Vendite nette</b>	37.454	100%	37.000	100%	11.717	100%	14.264	100%
<b>Risultato operativo lordo EBITDA</b>	1.186	3,2%	1.685	4,6%	51	0,4%	1.198	8,4%
<b>Ammortamenti</b>	-971		-902		-342		-325	
<b>Risultato operativo EBIT</b>	215	0,6%	783	2,1%	-291	-2,5%	873	6,1%

### RISULTATI ECONOMICI

Le vendite del terzo trimestre 2014 ammontano ad € 11.717 mila, di cui € 10.290 mila in Italia e € 1.427 mila all'estero con un'incidenza del 12,2% sul fatturato. Il dato delle vendite del terzo trimestre 2013 era pari ad € 14.264 mila, di cui € 1.685 mila all'estero (11,8% sul fatturato).

Le vendite dei primi nove mesi del 2014 ammontano ad € 37.454 mila, di cui € 32.721 mila in Italia e € 4.733 mila all'estero con un'incidenza del 12,6% sul fatturato. Le vendite complessive dei primi nove mesi del 2013 erano pari ad € 37.000 mila, di cui € 4.927 mila all'estero (13,3% sul fatturato).

L'EBITDA del terzo trimestre è pari ad € 51 mila con un'incidenza sul fatturato pari allo 0,4% rispetto al dato del terzo trimestre 2013, che presentava un EBITDA di € 1.198 mila con un'incidenza dell'8,4% sul fatturato.

L'EBITDA dei primi nove mesi del 2014 è positivo per € 1.186 mila (3,2% sul fatturato) in peggioramento rispetto al dato 2013 positivo per € 1.685 mila (4,6% sul fatturato).

Gli ammortamenti dei primi nove mesi ammontano complessivamente a € 971 mila, in leggero incremento rispetto al dato 2013 (€ 902 mila).

L'EBIT del terzo trimestre è negativo per € 291 mila, rispetto al dato positivo per € 873 mila del terzo trimestre 2013.

L'EBIT dei primi nove mesi è positivo per € 215 mila (0,6% sul fatturato) , rispetto al dato positivo per € 783 mila (2,1% sul fatturato) del 30 settembre 2013.

Il marcato rallentamento delle vendite registrato nel terzo trimestre del 2014 (-18% rispetto al periodo omologo 2013), determinato principalmente dal calo del canale GDO/BtoB, ha impattato negativamente sulla redditività del periodo, che risente anche del variato mix a livello di prodotti.

<b>POSIZIONE FINANZIARIA NETTA</b>					
<b>€/000</b>					
		<b>30/09/2014</b>	<b>30/09/2013</b>	<b>30/06/2014</b>	<b>31/12/2013</b>
<b>a</b>	Liquidità	434	855	839	1.359
<b>b</b>	Indebitamento finanziario corrente	-12.040	-10.985	-12.517	-8.609
<b>c</b>	Indebitamento finanziario non corrente	-6.910	-7.817	-6.085	-7.151
<b>a+b+c</b>	<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>-18.516</b>	<b>-17.947</b>	<b>-17.763</b>	<b>-14.401</b>

La posizione finanziaria netta è negativa per € 18.516 mila in incremento rispetto al dato del 30 giugno 2014, negativo per € 17.763 mila, per effetto dell'aumento del capitale circolante netto.

Il Gruppo ha effettuato nei primi 9 mesi dell'anno, investimenti in immobilizzazioni materiali per € 967 mila; gli investimenti hanno riguardato principalmente l'apertura del nuovo negozio nello Shoppinn Center Cinque Terre di Brugnato (SP), il restyling del punto vendita di Bagnolo (MN), l'apertura di corner Caleffi presso importanti clienti e l'acquisto di quadri e cilindri per la stampa dei tessuti.

Alla data del 13 novembre 2014, la Capogruppo possiede complessivamente n. 145.668 azioni proprie, pari all'1,17% 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 2014 o tali da richiedere rettifiche od annotazioni integrative allo stesso.

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

La strategia del Gruppo per i prossimi anni sarà sempre più incentrata su negozi propri, estero, lusso e corner presso i principali clienti/*departement store*.

Il secondo semestre dell'anno risente di un forte rallentamento dei consumi e di fattori esogeni non favorevoli tra cui l'oscillazione dei prezzi delle materie prime.

Il contesto di mercato generale rimane decisamente incerto a causa della situazione economica di alcuni paesi importanti, quali l'Italia in particolare, e delle recenti tensioni internazionali che continueranno ad incidere negativamente sulle esportazioni.

Il rallentamento dei consumi e la forte pressione competitiva sui prezzi, attualmente in essere sul mercato della biancheria per la casa, nonché le eccezionali condizioni climatiche non favorevoli alla nostra tipologia di prodotti, avranno un impatto negativo sul quarto trimestre, influenzando i risultati economici dell'intero 2014.

L'evoluzione prevedibile della gestione sarà inoltre influenzata da rischi ed incertezze dipendenti da molteplici fattori congiunturali non tutti inerenti la sfera di controllo del Gruppo.

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 nel 2015 le sfide imposte da mercati sempre più competitivi e globalizzati.

Viadana, 14 novembre 2014

### **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.