

RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE

CALEFFI



31 MARZO  
2015

**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 e marchi	7
Resoconto sull'andamento della gestione	9
Eventi significativi del trimestre	10
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 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

nel segno della nostra mission:

*Coniugare i valori di immagine, stile, innovazione e qualità con un sistema aziendale competitivo in grado 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".

**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.

**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 31 marzo 2015, 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, in esclusiva *worldwide*, Roberto Cavalli Home Collection, Trussardi Home Linen e Les Voiles de Saint Tropez.

Il consolidamento avviene con il metodo integrale.

### OVERVIEW GRUPPO CALEFFI

- Specializzato nella produzione e commercializzazione di collezioni **moda e lusso per la casa**, è tra i principali operatori del settore *Home Fashion* a livello internazionale;
- Opera da più di 50 anni in uno dei tre settori che veicolano l'eccellenza del "Made in Italy" nel mondo: **Fashion, Food e Furnishing**;
- Distribuisce a livello nazionale in oltre 2000 punti vendita (di cui 17 diretti) e a livello **internazionale** con una presenza nei più prestigiosi *department store* e in oltre 600 punti vendita;
- Dispone di un prestigioso **portafoglio** di marchi propri e in licenza.

## STRATEGIA E MODELLO DI BUSINESS

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

I principali *drivers* della creazione di valore sono 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, Trussardi Home Linen, 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*.

### **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*.

### **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 presidio interno delle fasi ad alto valore aggiunto e un rigoroso *quality control* delle fasi esternalizzate.

### **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.

## PRODOTTI E MARCHI

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 a baby e teen agers, con la licenza Happiness ai "fashionisti" e con le licenze Roberto Cavalli Home Collection, Trussardi Home Linen 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



TRUSSARDI  
HOME LINEN

## RESOCONTO SULL'ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Il presente documento relativo ai risultati consolidati dei primi tre mesi del 2015, 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 2014.

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

Il presente resoconto intermedio di gestione è stato autorizzato alla pubblicazione dal Consiglio di Amministrazione in data 15 maggio 2015.

### PRINCIPALI DATI ECONOMICO FINANZIARI DEL GRUPPO

<b>CONTO ECONOMICO</b>				
<b>€/000</b>	<b>31/03/2015</b>		<b>31/03/2014</b>	
<b>Vendite nette</b>	12.715	100%	13.063	100%
<b>Risultato operativo lordo EBITDA</b>	174	1,4%	317	2,4%
<b>Ammortamenti</b>	-315		-306	
<b>Risultato operativo EBIT</b>	-141	-1,1%	11	0,1%

### RISULTATI ECONOMICI

Le vendite del primo trimestre 2015 ammontano ad € 12.715 mila in leggero decremento del 2,7% rispetto al dato del 31 marzo 2014 pari ad € 13.063 mila.

Le vendite estero sono pari ad € 1.590 mila, con un'incidenza del 12,5% sul fatturato, in incremento rispetto al dato del primo trimestre 2014, pari ad € 1.325 mila (10,1% sul fatturato).

L'EBITDA del trimestre è pari ad € 174 mila con un'incidenza sul fatturato pari al 1,4%, in decremento rispetto al dato del 31 marzo 2014, pari ad € 317 mila (2,4% sul fatturato).

Gli ammortamenti ammontano complessivamente ad € 315 mila.

L'EBIT è negativo per € 141 mila, in decremento rispetto al dato positivo per € 11 mila del primo trimestre 2014.

<b>POSIZIONE FINANZIARIA NETTA</b>				
€/000		31/03/2015	31/12/2014	riesposto 31/03/2014
<b>a</b>	Liquidità	3.523	1.929	736
<b>b</b>	Indebitamento finanziario corrente	-6.837	-6.843	-12.390
<b>c</b>	Indebitamento finanziario non corrente	-12.643	-9.992	-6.438
<b>a+b+c</b>	<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>-15.957</b>	<b>-14.906</b>	<b>-18.092</b>

L'indebitamento finanziario netto è negativo per € 15.957 mila in incremento rispetto al dato del 31 dicembre 2014, negativo per € 14.906 mila.

Il dato al 31 marzo 2014 è stato riesposto a seguito del diverso trattamento contabile delle ricevute bancarie attive scadenti alla fine del mese effettuato a partire dal bilancio dell'esercizio 2014. Tale diversa contabilizzazione ha determinato un aggravio dell'indebitamento finanziario netto di € 1.045 mila.

Il Gruppo ha effettuato nei primi tre mesi dell'anno, investimenti in immobilizzazioni materiali per € 403 mila; gli investimenti hanno riguardato principalmente l'apertura del negozio di Franciacorta e il refitting dei punti vendita di Noventa, Vicolungo e Milano e quadri e cilindri per la stampa dei tessuti.

Alla data del 14 maggio 2015, la Capogruppo non detiene azioni proprie.

### EVENTI SIGNIFICATIVI DEL TRIMESTRE

In data 3 gennaio 2015 la Caleffi S.p.A. ha proseguito la sua strategia di sviluppo retail, inaugurando un nuovo punto vendita monomarca presso l'Outlet Village Franciacorta (BS).

In data 5 marzo 2015 la controllata Mirabello Carrara S.p.A. e Trussardi S.p.A., uno tra i più prestigiosi *brand* italiani, hanno sottoscritto un contratto di licenza per la produzione e distribuzione a livello mondiale della linea tessile casa "**Trussardi Home Linen**" con marchio Trussardi.

Il nuovo contratto di Licenza, che avrà una durata di 3 anni fino al 2017, vedrà la presentazione della prima collezione ufficiale in occasione della prestigiosa Fiera Internazionale *Maison & Objet* a Parigi nel Settembre 2015.

La distribuzione della nuova linea "Trussardi Home Linen" si focalizzerà sull'allestimento di spazi dedicati nei propri *show room* e nei più esclusivi negozi e department stores in Italia e nel mondo.

## 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 2015 o tali da richiedere rettifiche od annotazioni integrative allo stesso.

Si segnala che in data 30 aprile 2015 l'Assemblea Straordinaria dei soci di Caleffi S.p.A., ha deliberato di delegare al Consiglio di Amministrazione la facoltà, ai sensi dell'art. 2443 del Codice Civile, di aumentare il capitale sociale a pagamento, in una o più volte, anche in via scindibile ai sensi dell'articolo 2439 del Codice Civile, entro il 29 aprile 2020, per un ammontare massimo, comprensivo di eventuale sovrapprezzo, di Euro 10.000.000,00, mediante emissione di azioni ordinarie, eventualmente anche *cum warrant* (che diano diritto a ricevere o sottoscrivere azioni ordinarie della Società) da offrire in opzione agli aventi diritto, ovvero con esclusione o limitazione - in tutto o in parte - del diritto di opzione ai sensi dell'art. 2441, comma 5, del Codice Civile, anche al servizio dell'esercizio dei suddetti warrant.

I proventi derivanti dall'aumento di capitale saranno destinati all'implementazione del progetto strategico di Caleffi sempre più imperniato su lusso (principalmente per i mercati esteri), negozi propri, shop in shop e portafoglio licenze. Più in particolare, i proventi saranno destinati prioritariamente allo sviluppo della rete propria di negozi in Italia e all'estero, e allo sviluppo degli shop-in-shop presso i principali clienti e *department stores*. Una parte delle risorse sarà dedicata all'ampliamento del portafoglio brand in licenza, per arricchire ulteriormente l'offerta di prodotto, rintracciare nuovi trend e segmenti di consumo e migliorare la copertura del mercato. Il rafforzamento patrimoniale consentirà infine alla società di poter cogliere eventuali opportunità di acquisizione di aziende e/o rami d'azienda che consentano di accelerare il processo strategico di crescita.

## EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE

Il 2015, pur presentando ancora fattori di rischio anche a livello internazionale, si è aperto con uno scenario e con fattori nuovi che si ritiene potranno sostenere la ripresa nel corso dell'anno: il cambio euro/dollaro, non più fortemente penalizzante per le esportazioni, il crollo del prezzo del petrolio e le misure intraprese dalla BCE, configurano un contesto più favorevole con prospettive realistiche di crescita del PIL e dei Consumi Interni, in particolare nel secondo semestre dell'anno. La nostra percezione sul futuro è positiva: i drivers di crescita saranno riconducibili principalmente ai mercati esteri, al segmento lusso dove brilla la licenza Roberto Cavalli Home Collection, ai negozi diretti. Atteso inoltre un positivo contributo, a partire dal 2016, dalla nuova collaborazione con la maison Trussardi: tradizione, stile contemporaneo ed eleganza discreta del brand si inseriscono perfettamente nel portafoglio prodotti del nostro Gruppo.

Tale positiva percezione sul futuro è anche supportata dal portafoglio ordini A/I che alla data risulta in significativa crescita rispetto al periodo omologo dell'anno precedente.

Pur in presenza di uno scenario macroeconomico più positivo rispetto ai precedenti esercizi, in particolare per il mercato domestico, allo stato attuale non riteniamo però sia possibile esprimere alcuna previsione sui risultati economico-finanziari dell'esercizio.

Viadana, 15 maggio 2015

## **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.