

**COMUNICATO STAMPA**

**Panariagroup ancora in perdita, ma con Fatturato e Margine Operativo Lordo in crescita.**

Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. ha approvato il Progetto di bilancio al 31 dicembre 2019:

* **Ricavi netti consolidati pari a 382,0 milioni di Euro (371,0 milioni di euro al 31 dicembre nel 2018, con un incremento del 3,0%).**
* **Margine Operativo Lordo a 32,4 milioni di Euro (31,7 milioni di Euro al 31 dicembre 2018, +2,2%).**
* **Perdita Netta consolidata pari a -6,4 milioni di euro (-5,1 milioni di euro al 31 dicembre 2018)**

Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A., Gruppo attivo nella produzione e distribuzione di materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti di fascia alta e lusso, ha approvato il progetto di bilancio al 31 dicembre 2019 redatta secondo i principi contabili internazionali (IFRS)

Contestualmente Panariagroup ha provveduto anche ad approvare la propria quarta Dichiarazione Non Finanziaria, relativa anch’essa all’esercizio 2019. Il Bilancio di Sostenibilità anche per quest’anno ha riscontrato il raggiungimento di numerosi obiettivi e la conferma di importanti parametri e iniziative in ambito di responsabilità economica, sociale ed ambientale. La presentazione ufficiale del report sarà prevista in estate.

Nell’esercizio 2019 il Gruppo ha registrato una crescita del volume d’affari (pari a 11,1 milioni di Euro, +3,0%), accompagnata da un lieve miglioramento del Margine Operativo Lordo. Una performance di fatturato particolarmente positiva se confrontata con il settore di riferimento che ha subìto invece una contrazione del fatturato dello 0,7%, secondo i dati di Confindustria Ceramica.

La crescita del fatturato ha riguardato la Business Unit italiana (+2,0%) e la Business Unit USA (+7.3%), mentre la BU portoghese ha registrato un lieve calo (-2.8%).

Si registrano andamenti differenziati nelle diverse aree geografiche, con una crescita in Europa (+2,6%), negli

USA (+7,1%) e in Asia (+8,0%), mentre sono calate le vendite sul mercato italiano (-2,8%), così come risultano in flessione i mercati, peraltro marginali per il Gruppo, di Africa ed Oceania (-9% nel loro complesso)

Il Margine Operativo Lordo registra un incremento di 0,7 milioni di Euro, con una variazione positiva del 2,2%.

**PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI CONSOLIDATI**

(valori in migliaia di Euro)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Natura** | **31/12/2019** | **31/12/2018** | **Var. € (000)** |
|  Ricavi delle vendite e  delle prestazioni | 382.019 | 370.995 | +11.024 |
|  Valore della  produzione | 400.774 | 391.566 | +9.208 |
|  Margine Operativo  Lordo | 32.427 | 31.724 | + 703 |
|  Margine Operativo  Netto  | -4,882 | -4,177 | - 705 |
| Risultato Netto | -6,386 | -5,084 | - 1.302 |

“Nel 2019 – ha affermato Emilio Mussini, Presidente di Panariagroup – ci siamo trovati ad operare in un quadro macro-economico altalenante: nonostante ciò il Gruppo ha conseguito un incremento del volume d’affari, a testimonianza dell’apprezzamento dei nostri prodotti da parte dei mercati domestici ed internazionali, oltre ad un lieve miglioramento del margine operativo lordo.”

Il risultato economico negativo – ha proseguito Mussini - disattende tuttavia le nostre attese, e pertanto ci sentiamo ancora più impegnati a perseguire un deciso miglioramento dell’efficienza sul piano produttivo e distributivo, attraverso misure volte alla riduzione dei costi e ad un aumento della produttività: misure finalizzate a un ritorno all’utile di esercizio. Iniziative che si rendono ancora più necessarie stante il nuovo scenario che si sta delineando a causa della diffusione del virus Covid-19. Il propagarsi del contagio, divenuto pandemia, è probabile che determini impatti anche alle nostre Business Unit estere che sono già allertate e stanno prontamente predisponendo le misure di protezione della salute che abbiamo già adottato nella Business Unit italiana.”

**RICAVI**

Il Gruppo ha conseguito nel 2019 un totale dei Ricavi pari a 382,0 milioni di Euro, in crescita (+3,0%) rispetto al 2018, riprendendo il percorso di crescita che si era interrotto nel 2018.

Il Fatturato dei **mercati esteri** del Gruppo è pari all’**81%** del totale, con la quota dei **mercati extra-europei** pari al **45 %** del fatturato complessivo.

A livello di fatturato nelle principali aree di riferimento si segnalano i seguenti andamenti:

**EUROPA –** Nei mercati europei il Gruppo ha registrato un volume d’affari in progressione rispetto all’anno precedente con una crescita complessiva del 2,6%.

Le performance migliori sono state realizzate in Germania, Gran Bretagna e Portogallo. Il Gruppo, in quest’ultimo mercato, ha consolidato una posizione di leadership del settore e continua a crescere a ritmi sostenuti. Il mercato francese, altro mercato di riferimento, ha registrato nel 2019 un fatturato sostanzialmente in linea con il 2018. Anche nei Paesi dell’Europa Orientale si sono registrate buone progressioni con una crescita complessiva dell’8%.

L’incidenza dei mercati europei sul totale dei ricavi è pari al **36%.**

**USA -** Il fatturato sul **mercato statunitense** è risultato in crescita del 7% in Euro; tale andamento è in parte giustificato dal rafforzamento del Dollaro rispetto all’Euro (+5%), e in parte da un effettivo incremento del volume d’affari (+2%).

In un mercato in cui consumi ceramici sono stati in calo del 3,5%, hanno pesato anche le pressioni della concorrenza spagnola e cinese, che hanno penalizzato sia gli altri Paesi esportatori, sia i produttori locali, soprattutto nel canale dei grandi distributori.

L’incidenza dei mercati statunitensi sul totale dei ricavi è pari al **35%.**

**ITALIA -** Nel **mercato italiano** le vendite del Gruppo hanno registrato un decremento del 2,8%, in uno scenario di mercato ancora statico. Nonostante la lieve flessione registrata nel 2019, il Gruppo rimane un *player* di riferimento del mercato domestico.

L’incidenza del mercato italiano sul totale dei ricavi è pari al **19%.**

**ASIA, CANADA, SUD AMERICA, OCEANIA E AFRICA -** Gli **altri mercati** hanno registrato una crescita di circa l’1%. In Asia, sono stati ottenuti complessivamente buoni risultati; la contrazione delle vendite nel Medio Oriente, dovuta alle tensioni politiche ed economiche, è stata più che bilanciata dai brillanti risultati sui mercati dell’Estremo Oriente.

L’incidenza degli “altri mercati” sul totale dei ricavi è pari al **10%.**

**MARGINI REDDITUALI**

**Il margine operativo lordo** consolidato è di **32,4 milioni di euro** pari al 8,1% sul Valore della Produzione (31,7 milioni di Euro al 31 dicembre 2018 pari al 8,1 % sul Valore della Produzione).

Il miglioramento del risultato operativo deriva da dinamiche differenti tra le Business Unit, con una crescita nelle Business Unit italiana e americana ed un calo nella Business Unit portoghese.

Per quanto concerne la **Business Unit italiana**, le iniziative volte al recuperare la marginalità, che aveva subito un significativo calo nel 2018, hanno iniziato a sortire i primi visibili effetti.

Pur operando in un contesto di mercato difficile e competitivo, le politiche commerciali adottate hanno dato risultati positivi, con un incremento del volume d’affari, abbinato ad una tenuta dei prezzi di vendita.

Si è inoltre interrotta l’ascesa delle tariffe energetiche che aveva condizionato pesantemente tutto il 2018 e la prima parte del 2019; i contratti sottoscritti lasciano prevedere una significativa riduzione per tutto il 2020.

La **Business Uni**t **portoghese,** ha mantenuto una redditività positiva, ma con un sensibile calo rispetto all’esercizio precedente.

Il peggioramento della marginalità è attribuibile, da un lato, al calo del volume d’affari, non sufficientemente compensato dai risparmi conseguiti sui costi commerciali, e dall’altro all’ulteriore appesantimento delle tariffe energetiche, che avevano già gravato in misura importante nel 2018.

Su questo fronte, peraltro, anche la BU portoghese beneficerà nel 2020 di un prevedibile importante risparmio.

La **Business Unit statunitense** ha ottenuto risultati in lieve miglioramento rispetto al 2018.

Il risultato economico della BU americana è stato fortemente condizionato da un utilizzo solo parziale della capacità produttiva fino al mese di Agosto, che peraltro ha consentito di ridurre significativamente il livello del magazzino.

L’importante crescita delle vendite sul canale degli Home Center, con un impatto molto sensibile sui volumi di vendita, permetterà, nel 2020, di utilizzare a pieno regime lo stabilmento di Lawrenceburg a un impiego ottimale, con un atteso beneficio economico, grazie al maggiore assorbimento dei costi fissi.

Il **margine operativo netto** consolidato è negativo di 4,9 milioni di Euro (nel 2018 negativo di 4,2 milioni di Euro).

Gli ammortamenti, ivi inclusi quelli derivanti dai diritti d’uso e gli accantonamenti sono incrementati rispetto al 2018 di 1,4 milioni di Euro, con un appesantimento sensibile dei risultato operativo netto.

La variazione negativa degli Oneri Finanziari è in larga parte dovuta alla “gestione cambi”, che era stata caratterizzata nell’esercizio precedente da un andamento molto positivo.

Il **Risultato Netto consolidato** è negativo di 6,4 milioni di Euro (-5,1 milioni al 31 Dicembre 2018).

**POSIZIONE FINANZIARIA**

L’indebitamento finanziario netto (ante applicazione IFRS 16) è in crescita di 7,1 milioni di Euro rispetto al 31 dicembre 2018 ma in miglioramento di 5,9 milioni di Euro rispetto al trimestre precedente.

**PATRIMONIO NETTO**

Il patrimonio netto del Gruppo è pari a 157,3 milioni di euro al 31 dicembre 2019 rispetto ai 163,1 milioni di euro al 31 dicembre 2018.

**EVOLUZIONE PREVEDIBILE DELLA GESTIONE**

Per il secondo anno consecutivo il Gruppo ha operato in uno scenario di mercato molto contrastato con un forte inasprimento competitivo. Parallelamente alla politica di presidio dei canali tradizionali, l’apertura e lo sviluppo di canali alternativi quali gli “Home Center” e i “Private Label”, sta consentendo un incremento dei volumi e un conseguente maggior utilizzo della capacità produttiva, contribuendo così ad una correzione positiva della marginalità.

Avendo parzialmente cambiato la composizione delle vendite, caratterizzata da un’incidenza crescente di questi canali, il Gruppo interverrà nella razionalizzazione e semplificazione dei costi di struttura, su cui ha già cominciato a lavorare con decisione. Con altrettanta determinazione il Gruppo sta procedendo ad un sistematico lavoro di ottimizzazione in tutte le Business Unit e in tutte le aree aziendali.

Con l’obiettivo di garantire la massima efficienza sul piano industriale il Gruppo concentrerà la propria attenzione sullo sviluppo dei prodotti e su progetti di miglioramento relativi alla standardizzazione dei processi, all’eliminazione delle inefficienze, all’incremento della produttività e alla riduzione dei costi.

Un importante fattore di miglioramento sarà costituito dalla riduzione delle tariffe energetiche che, dopo due anni particolarmente gravosi, consentirà un importante calo dei costi di produzione.

Così come un altro fattore esogeno positivo è costituito dall’entrata in vigore dei dazi anti-dumping negli USA sui prodotti di provenienza cinese, la cui applicazione, iniziata nell’ultimo trimestre 2019, renderà contendibile una significativa quota di mercato in precedenza da loro presidiata.

Assieme a questi elementi positivi occorre tener conto dell’attualità legata alla diffusione del Coronavirus COVID-19, che ha assunto in queste ore il fenomeno di Pandemia. Lo scenario non è ancora pienamente decifrabile, ma avrà probabili ricadute sull’intero sistema economico. L’azienda ha sin qui assunto tutte le misure di piena responsabilità per garantire la salute dei propri dipendenti nel pieno rispetto delle direttive emanate dal Governo. In uno scenario tanto incerto Panariagroup procederà rafforzando le attività intraprese per il recupero della marginalità, coordinandole con le azioni necessarie per la salvaguardia della situazione patrimoniale e finanziaria del Gruppo.

Il Gruppo ha sempre sostenuto e tuttora siamo confidenti, che il proprio posizionamento strategico, unito all’elevato livello di internazionalizzazione, all’aggiornamento continuo in campo tecnologico e all’offerta di prodotti sempre innovativi, permetteranno di contrastare questo difficile momento cogliendo tempestivamente le opportunità derivanti dalla auspicabile risoluzione di questa emergenza globale.

**CONVOCAZIONE DELL’ASSEMBLEA**

Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup ha approvato le delibere e conferito i poteri necessari a dar seguito alla convocazione dell’Assemblea ordinaria della Società, con avviso che verrà pubblicato non oltre il 18 marzo 2020, sul sito *internet* della Società all’indirizzo [www.panariagroup.it](http://www.panariagroup.it), sul meccanismo di stoccaggio autorizzato “1Info” all'indirizzo [www.1info.it](http://www.1info.it), sul sito di Borsa Italiana S.p.A. e, per estratto, sulla Gazzetta Ufficiale e sul Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana che si terrà presso la sede sociale a Finale Emilia (Modena) in Via Panaria Bassa 22/A in unica convocazione, alle ore 10:00 del giorno 28 aprile 2020. L’Assemblea degli Azionisti sarà chiamata a deliberare sul seguente ordine del giorno:

1. Presentazione del bilancio consolidato del gruppo Panariagroup e approvazione del bilancio d’esercizio al 31 dicembre 2019; delibere inerenti e conseguenti.
2. Deliberazioni inerenti alla relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti relativa ai componenti degli organi di amministrazione e di controllo, ai direttori generali e ai dirigenti con responsabilità strategiche della Società.

2.1 Voto vincolante sulla politica in materia di remunerazione relativa all’esercizio 2020 illustrata nella prima sezione della relazione; delibere inerenti e conseguenti;

2.2 Consultazione sulla seconda sezione della relazione avente ad oggetto l’indicazione dei compensi corrisposti nell’esercizio 2019 o ad esso relativi; delibere inerenti e conseguenti.

1. Determinazione del numero e nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione per il triennio 2020-2022; determinazione del relativo compenso; delibere inerenti e conseguenti.
2. Rinnovo dell’autorizzazione all’acquisto e alla vendita di azioni proprie; delibere inerenti e conseguenti.

Il Consiglio di Amministrazione di Panariagroup ha deliberato di non proporre all’Assemblea la distribuzione di dividendi.

**RINNOVO DELL’AUTORIZZAZIONE ALL’ACQUISTO E ALLA VENDITA DI AZIONI PROPRIE**

Nella stessa seduta il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di sottoporre alla prossima Assemblea Ordinaria la proposta di rinnovare l’autorizzazione all’acquisto e alla disposizione di azioni proprie. Ad oggi, la Società detiene direttamente n. 432.234 azioni proprie (pari al 0,953% del capitale sociale) per un valore nominale di 0,50 Euro per azione. Se autorizzate, le operazioni di compravendita potranno essere effettuate per un numero massimo di azioni ordinarie rappresentanti nel complesso non più del 20% del capitale sociale esistente, dedotte le azioni proprie detenute, nel rispetto degli articoli 2357 e seguenti del codice civile, dell’articolo 132 del D. Lgs. 24 febbraio 1998, n. 58, come successivamente modificato e integrato (“**TUF**”), dell’articolo 144‐*bis* del Regolamento in materia di emittenti adottato dalla Consob con delibera 14 maggio 1999, n. 11971, come successivamente modificato e integrato (“**Regolamento Emittenti**”) e di ogni altra norma applicabile, ivi incluse le norme di cui al Regolamento (UE) 596/2014 e al Regolamento Delegato (UE) 1052/2016, nonché delle prassi di mercato ammesse *pro tempore* vigenti, ove applicabili, e dei Regolamenti emanati da Borsa Italiana S.p.A., entro l’assemblea che approverà il bilancio al 31 dicembre 2020. Gli acquisti dovranno essere effettuati (i) ad un prezzo che non si discosti in diminuzione e in aumento per più del 20% rispetto al prezzo di riferimento registrato dal titolo nella seduta di Borsa del giorno precedente ogni singola operazione, e comunque (ii) ad un corrispettivo che non sia superiore al prezzo più elevato tra il prezzo dell’ultima operazione indipendente e il prezzo dell’offerta di acquisto indipendente corrente più elevata presente nella sede di negoziazione dove viene effettuato l’acquisto. Il numero massimo di azioni proprie acquistabili giornalmente non sarà superiore al 25% del volume medio giornaliero di azioni “Panaria” negoziato sul mercato. Il potenziale esborso massimo di acquisto non sarà superiore alle riserve disponibili risultanti dall’ultimo bilancio regolarmente approvato.

Le motivazioni per le quali è stata richiesta l’autorizzazione sono:

* adempiere agli obblighi derivanti da programmi di opzioni su azioni o altre assegnazioni di azioni ai dipendenti o ai membri degli organi di amministrazione o di controllo della Società o di società controllate o collegate;
* soddisfare gli obblighi derivanti da strumenti di debito che siano convertibili in strumenti azionari;
* compiere operazioni a sostegno della liquidità del mercato, così da favorire il regolare svolgimento delle negoziazioni ed evitare movimenti dei prezzi non in linea con l’andamento del mercato; o
* realizzare operazioni di vendita, scambio, permuta, conferimento o altro atto di disposizione di azioni proprie per acquisizioni di partecipazioni e/o immobili e/o la conclusione di accordi (anche commerciali) con partner strategici, e/o per la realizzazione di progetti industriali o operazioni di finanza straordinaria, che rientrano negli obiettivi di espansione della Società e del Gruppo Panaria.

La relazione illustrativa predisposta dal Consiglio di Amministrazione ai sensi dell’art. 73 del Regolamento Emittenti sarà messa a disposizione, nei termini e nei modi di legge, presso la sede sociale, presso Borsa Italiana S.p.A., sul sito *internet* della Società all’indirizzo [www.panariagroup.it](http://www.panariagroup.it), nonché sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info all’indirizzo [www.1info.it](http://www.1info.it).

***CORPORATE GOVERNANCE* E RELAZIONE SULLA POLITICA IN MATERIA DI REMUNERAZIONE E SUI COMPENSI CORRISPOSTI**

Nella stessa seduta, il Consiglio di Amministrazione ha approvato la Relazione annuale sul governo societario e sugli assetti proprietari di cui agli artt. 123-*bis* del TUF e 89-*bis* del Regolamento Emittenti.

Il Consiglio di Amministrazione ha altresì approvato la Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti di cui agli artt. 123-*ter* del TUF e 84-*quater* del Regolamento Emittenti.

Sia la Relazione sul governo societario e sugli assetti proprietari che la Relazione sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti saranno messe a disposizione del pubblico, nei modi e nei termini di legge, presso la sede sociale, presso Borsa Italiana S.p.A., sul sito *internet* della Società all’indirizzo [www.panariagroup.it](http://www.panariagroup.it), nonché sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info all’indirizzo [www.1info.it](http://www.1info.it).

**Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari**

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, il Dott. Damiano Quarta, dichiara ai sensi del comma 2 dell’articolo 154-*bis* del Testo Unico della Finanza che l’informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Allegati: Situazione Patrimoniale-Finanziaria e Conto Economico consolidati e d’esercizio. Si segnala che, relativamente ai documenti qui allegati, non è stata ancora completata l’attività di revisione.

Note ai prospetti contabili allegati

A partire dal 1 gennaio 2019 è entrato in vigore il principio contabile IFRS 16 (Leases).

Per ragioni di comparabilità, i dati del 2018 sono stati riesposti, con l’applicazione retroattiva del principio IFRS 16, secondo la modalità “full retrospective”.

**Panariagroup Industrie Ceramiche**

*Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. è un gruppo multinazionale italiano, leader mondiale nella produzione e distribuzione di superfici in ceramica per pavimenti e rivestimenti del segmento premium del mercato. Con oltre 1.700 dipendenti, oltre 10.000 clienti professionali, 6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli Stati Uniti), € 382 milioni di fatturato nel 2019, Panariagroup è un player di riferimento nel proprio settore e vanta una distribuzione geografica delle vendite focalizzata per l’81% sui mercati esteri.*

*Specializzato nella produzione di grès porcellanato e grès porcellanato laminato, tramite i propri brand commerciali (Panaria Ceramica, Lea Ceramiche, Cotto D’Este, Blustyle in Italia, Margres e Love Tiles in Portogallo, Florida Tile negli Stati Uniti e Bellissimo in India), Panariagroup propone soluzioni di alta qualità e prestigio per tutte le esigenze dell’architettura residenziale, commerciale e pubblica.*

*Panariagroup è una realtà di dimensioni internazionali presente in Italia, Portogallo, Stati Uniti, India e che opera in oltre 130 paesi nel mondo con una rete commerciale ampia e capillare.*

web [www.panariagroup.it](http://www.panariagroup.it) | social: [facebook.com/panariagroup](https://www.facebook.com/panariagroup) ; [linkedin.com/company/panariagroup/](https://www.linkedin.com/company/panariagroup/)

Contact:

**Panariagroup** - Relazioni Esterne

relazioniesterne@panariagroup.it

T. +39 0522 773 530

Finale Emilia,13 marzo 2020

**BILANCIO CONSOLIDATO**

**Conto Economico**



**BILANCIO CONSOLIDATO**

**Situazione Patrimoniale – Finanziaria riclassificata**



**BILANCIO SEPARATO**

**Conto Economico**



**BILANCIO SEPARATO PANARIAGROUP INDUSTRIE CERAMICHE SPA**

**Situazione Patrimoniale – Finanziaria**

