



**RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL
31 MARZO 2020**

Panariagroup Industrie Ceramiche Spa

INDICE

- 1. STRUTTURA DEL GRUPPO**
- 2. CARICHE SOCIALI**
 - Consiglio di Amministrazione
 - Collegio Sindacale
 - Società di Revisione
- 3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE**
 - 3.1 Conto Economico – Confronto 31/3/2020 e 31/3/2019**
 - 3.4 Stato Patrimoniale riclassificato**
 - 3.5 Posizione finanziaria netta**
- 4. NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI**
 - 4.1 Principi contabili e criteri adottati**
 - 4.2 Area di consolidamento**
 - 4.3 Commenti all'andamento gestionale**
- 5. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE**
- 6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE**

Panariagroup è una multinazionale italiana leader in innovazione e bellezza.

LA NOSTRA MISSION

Siamo specializzati nella produzione e vendita di ceramica da superficie al fine di promuovere bellezza e innovazione.

- Il nostro team genera valore sostenibile per soci, dipendenti e business partner nel rispetto dell'ambiente della società.
- Il nostro focus è la ricerca e l'innovazione al servizio della bellezza e della qualità dei nostri prodotti.
- Il nostro obiettivo è soddisfare le alte aspettative di benessere ed estetica dei nostri clienti privati o professionali, sia in edilizia che in architettura.

I NOSTRI VALORI

LEADERSHIP TECNOLOGICA

Investiamo costantemente in ricerca, tecnologie e stabilimenti all'avanguardia per rispondere a ogni esigenza dell'architettura e dell'interior design con soluzioni innovative, capaci di diventare punto di riferimento del settore.

QUALITÀ ED ECCELLENZA ESTETICA

Ricerchiamo con tenacia l'eccellenza industriale, dalle qualità delle materie prime all'efficienza del processo, per ottenere prodotti in grado di coniugare assoluto valore estetico a elevatissime prestazioni tecniche.

RESPONSABILITÀ

Mettiamo sempre la persona e la qualità della vita al centro delle nostre attenzioni, con prodotti sicuri, sostenibili per l'ambiente, operando nel massimo rispetto di chi lavora con noi.

AFFIDABILITÀ

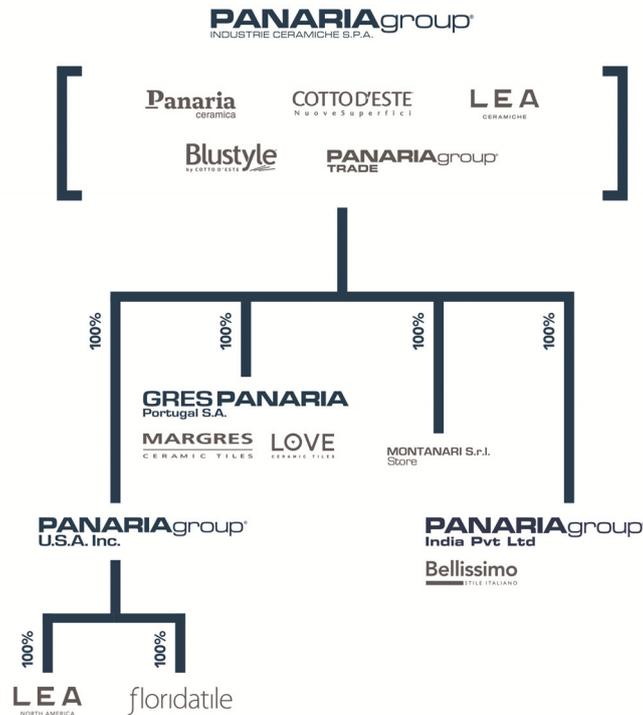
La garanzia di un Gruppo che, dalle radici familiari nel distretto ceramico di Sassuolo alla quotazione alla Borsa di Milano, è cresciuto fino a diventare una solida realtà internazionale, che opera ovunque nel mondo mantenendo un cuore italiano.

Panariagroup è uno dei principali produttori di ceramica per pavimenti e rivestimenti. Conta oltre 1.700 dipendenti, 10.000 clienti, 6 stabilimenti produttivi (3 in Italia, 2 in Portogallo e 1 negli Stati Uniti), ed è presente tramite una rete commerciale ampia e capillare in oltre 130 paesi nel mondo.

Specializzato nella produzione di gres porcellanato e laminato, il gruppo si posiziona nella fascia alta e lusso del mercato attraverso i propri otto marchi commerciali: Panaria, Lea, Cotto d'Este, Blustyle, Florida Tile, Margres, Love Tiles e Bellissimo, in grado di soddisfare una clientela diversificata ed attenta alla qualità tecnica ed estetica dei prodotti.

1. STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo al 31 Marzo 2020, risulta essere la seguente:



Il Gruppo è organizzato in 4 principali Business Unit:

Business Unit Italia

Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. , Capogruppo, con sede in Finale Emilia, Modena (Italia), capitale sociale pari ad Euro 22.677.645,50

Panariagroup produce e commercializza materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti attraverso 4 marchi distintivi: Panaria, Lea, Cotto d’Este e Blustyle. Tutti i marchi sono focalizzati nella fascia alta e di lusso del mercato di riferimento e commercializzano prevalentemente linee di prodotto in grès porcellanato sia sul mercato interno che sui mercati esteri.

Montanari Ceramiche srl, con sede a Finale Emilia, Modena (Italia), capitale pari a Euro 48.000, controllata al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. Trattasi di un punto vendita al dettaglio di materiale ceramico.

Business Unit USA

Panariagroup USA Inc. , con sede in Delaware, USA, capitale pari a USD 65.500.000, detenuto al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

La società detiene la partecipazione del 100% in Florida Tile Inc. e del 100% in Lea North America LLC.

La società inoltre commercializza nel Nord-America le linee di prodotto a marchio Panaria.

Florida Tile Inc. con sede nel Delaware, USA, capitale pari a USD 34.000.000, detenuto al 100% da Panariagroup USA Inc. , produce e commercializza materiale ceramico negli USA attraverso una propria rete distributiva ubicata prevalentemente sulla costa orientale.

Lea North America LLC., con sede nel Delaware, USA, capitale pari ad USD 20.000, interamente detenuto da Panariagroup USA Inc.

La società commercializza nel Nord-America le linee di prodotto a marchio Lea.

Business Unit Portogallo

Gres Panaria Portugal S.A, con sede in Chousa Nova, Ilhavo (Portogallo) , capitale sociale sottoscritto e versato pari ad Euro 16.500.000 interamente detenuto da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

Gres Panaria Portugal produce materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti attraverso 2 distinti brand, Margres e Love Tiles, entrambi orientati ai principali mercati europei.

Business Unit India

Panariagroup India Industrie Ceramiche Pvt Ltd , con sede ad Ahmedabad (India), capitale pari a INR 189.330.000, controllata al 100,00 % da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

La società commercializza in Asia le linee di prodotto a marchio Bellissimo.

2. CARICHE SOCIALI

Consiglio di Amministrazione

Nome e cognome	Carica
Mussini Emilio	Presidente del Cda e Amministratore Delegato
Mussini Paolo	Vice-Presidente e Amministratore Delegato
Mussini Andrea	Vice-Presidente
Pini Giuliano	Amministratore Delegato
Mussini Giuliano	Amministratore
Mussini Silvia	Amministratore
Prodi Daniele	Amministratore
Bazoli Francesca	Amministratore Indipendente
Bonfiglioli Sonia	Amministratore Indipendente
Ferrari Tiziana	Amministratore Indipendente

Collegio Sindacale

Nome e cognome	Carica
Marchese Sergio	Presidente del Collegio Sindacale
Ascari Piergiovanni	Sindaco effettivo
Muserra Francesca	Sindaco effettivo

Società di Revisione

EY S.p.A.

3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

3.1 Conto Economico : confronto 31 marzo 2020 – 31 marzo 2019 (dati in migliaia di Euro)

	31/03/2020		RIESPOSTO 31/03/2019		var € (000)
	eur (000)	%	eur (000)	%	
	Ricavi derivanti da contratti con clienti	92.476	99,7%	96.358	
Variazione delle rimanenze Prodotti Finiti	(2.083)	-2,2%	3.249	3,2%	(5.332)
Altri ricavi	2.322	2,5%	2.435	2,4%	(113)
Valore della Produzione	92.715	100,0%	102.042	100,0%	(9.327)
Costi per materie prime, sussidiarie e di consumo	(29.172)	-31,5%	(31.991)	-31,4%	2.819
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(32.426)	-35,0%	(37.128)	-36,4%	4.702
Costo del personale	(23.386)	-25,2%	(24.757)	-24,3%	1.371
Oneri diversi di gestione	(779)	-0,8%	(757)	-0,7%	(22)
Costi della Produzione	(85.763)	-92,5%	(94.633)	-92,7%	8.870
Margine Operativo Lordo	6.952	7,5%	7.409	7,3%	(457)
Ammortamenti materiali e immateriali	(5.410)	-5,8%	(5.287)	-5,2%	(123)
Ammortamenti diritto d'uso	(2.801)	-3,0%	(2.825)	-2,8%	24
Accantonamenti e svalutazioni	(302)	-0,3%	(234)	-0,2%	(68)
Margine Operativo Netto	(1.561)	-1,7%	(937)	-0,9%	(624)
Proventi e (Oneri) Finanziari	(418)	-0,5%	(175)	-0,2%	(243)
Financial Expense - IFRS 16	(345)	-0,4%	(572)	-0,6%	227
Risultato ante-imposte	(2.324)	-2,5%	(1.684)	-1,7%	(640)
Imposte sul reddito	658	0,7%	573	0,6%	85
Risultato netto	(1.666)	-1,8%	(1.111)	-1,1%	(555)

I saldi al 31 marzo 2019 sono stati modificati rispetto a quanto presentato nella prima trimestrale 2019, in accordo alla presentazione del primo bilancio consolidato di Gruppo per l'esercizio (31 dicembre 2019) che include la data di prima adozione del principio IFRS 16

3.2 Situazione patrimoniale e finanziaria riclassificata (dati in migliaia di Euro)

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

	31/3/2020	31/12/2019	Restated 31/3/2019
Rimanenze	163.615	164.289	163.821
Crediti verso clienti	69.764	58.844	75.261
Altre attività correnti	11.806	12.332	16.623
ATTIVITA' CORRENTI	245.185	235.465	255.705
Debiti verso fornitori	(80.259)	(82.103)	(90.096)
Altre passività correnti	(27.212)	(26.398)	(29.280)
PASSIVITA' CORRENTI	(107.471)	(108.501)	(119.376)
CAPITALE CIRCOLANTE NETTO	137.714	126.964	136.329
Avviamento	8.464	8.464	8.139
Immobilizzazioni immateriali	16.941	17.113	16.025
Immobilizzazioni materiali	113.711	115.459	122.072
Diritto di utilizzo per beni in locazione	101.230	101.451	108.649
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	37	32	84
ATTIVITA' IMMOBILIZZATE	240.383	242.519	254.969
Crediti esigibili oltre l'esercizio successivo	376	368	542
Fondo trattamento di fine rapporto subordinato	(5.043)	(5.046)	(5.024)
Fondi per rischi ed oneri	(4.272)	(4.441)	(4.261)
Crediti per Imposte Anticipate	11.542	10.625	8.789
Altre passività esigibili oltre l'esercizio	(1.115)	(1.644)	(2.527)
ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO	1.488	(138)	(2.481)
CAPITALE INVESTITO NETTO	379.584	369.345	388.817
Attività finanziarie a breve termine	(8.623)	(8.179)	(6.987)
Indebitamento finanziario a breve termine	61.496	56.109	38.280
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	63.189	57.660	81.216
Indebitamento finanziario netto ANTE IFRS 16	116.062	105.590	112.509
Passività per beni in locazione a breve termine	10.179	9.464	9.023
Passività per beni in locazione a lungo termine	96.223	96.967	104.199
Passività per beni in locazione	106.402	106.431	113.222
Indebitamento finanziario netto POST IFRS 16	222.464	212.021	225.731
Riserve	157.120	157.324	163.087
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	157.120	157.324	163.087
TOTALE FONTI	379.584	369.345	388.818

I saldi al 31 marzo 2019 sono stati modificati rispetto a quanto presentato nella prima trimestrale 2019, in accordo alla presentazione del primo bilancio consolidato di Gruppo per l'esercizio (31 dicembre 2019) che include la data di prima adozione del principio IFRS 16

3.3 Posizione Finanziaria Netta Consolidata (dati in migliaia di Euro)

	31/03/2020	31/12/2019	31/03/2019
Disponibilità liquide	(8.623)	(8.179)	(6.987)
Debiti verso banche a breve	61.500	55.862	39.480
Altre passività finanziarie a breve	(4)	247	(1.200)
Debiti finanziari a breve	61.496	56.109	38.280
Debiti verso banche a medio-lungo	58.890	53.333	99.901
Altre passività finanziarie a medio-lungo	4.299	4.327	(18.685)
Debiti finanziari a medio-lungo	63.189	57.660	81.216
Indebitamento finanziario netto	116.062	105.590	112.509
Debiti finanziari per locazioni IFRS 16 (correnti)	10.179	9.464	9.024
Debiti finanziari per locazioni IFRS 16 (non correnti)	96.223	96.967	104.199
Debiti finanziari per locazioni	106.402	106.431	113.222
Indebitamento finanziario netto IFRS 16	222.464	212.021	225.731

4. NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

4.1 Principi contabili e criteri adottati

Il presente resoconto intermedio di gestione è redatto ai sensi dell'art. 154-ter del D.Lgs. 58/1998 (Testo Unico della Finanza), del Regolamento Emittenti emanato dalla Consob.

In relazione alle prescrizioni regolamentari in tema di condizioni per la quotazione di società controllanti società costituite o regolate secondo leggi di Stati non appartenenti all'Unione Europea e di significativa rilevanza ai fini del bilancio consolidato si segnala che:

- Alla data del 31 marzo 2020 fra le società controllate da Panariagroup rientrano nella previsione regolamentare 4 società: Panariagroup USA Inc., Florida Tile Inc, Lea North America LLC e Panariagroup India
- Sono state adottate procedure adeguate per assicurare la completa compliance alla normativa (art. 36 del Regolamento Mercati emanato da Consob)

Il bilancio consolidato è stato redatto in conformità ai Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board ("IASB") e omologati dall'Unione Europea nonché ai provvedimenti emanati in attuazione dell'art. 9 del D.Lgs n. 38/2005.

Per IFRS si intendono anche tutti i principi contabili internazionali rivisti ("IAS"), tutte le interpretazioni dell'International Financial Reporting Interpretations Committee ("IFRIC"), precedentemente denominate Standing Interpretations Committee ("SIC").

Il presente Rendiconto Intermedio non è stato oggetto di revisione contabile.

Gli importi sono indicati e commentati in migliaia di Euro, salvo dove espressamente indicato.

4.2 Area di consolidamento

L'area di consolidamento include:

- **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.** Capogruppo
- **Gres Panaria Portugal S.A.** controllata al 100%
- **Panariagroup USA Inc.** controllata al 100%
- **Florida Tile Inc.** controllata al 100%
- **Lea North America LLC.** controllata al 100%
- **Montanari Ceramiche S.r.l.** , controllata al 100%
- **Panariagroup India Industrie Ceramiche Pvt Ltd** , controllata al 100%

L'area di consolidamento è immutata rispetto al 31 dicembre 2019, mentre è variata rispetto al 31 marzo 2019.

Alla data del 31 marzo 2019, la partecipazione nella società indiana era pari al 50%, nell'ambito di un accordo di Joint Venture, e pertanto, la rappresentazione contabile alla data era ancora secondo "Equity Method". A partire dal 1° agosto 2019, identificata come data di acquisizione come previsto dall'IFRS 10 e dall'IFRS 3, la società è stata consolidata integralmente.

Si segnala che l'incidenza della società acquisita sul totale attivo e sul totale dei ricavi del gruppo è inferiore allo 0,5%.

4.3 Commenti sull'andamento gestionale

Sintesi del Conto economico – Dati al 31 Marzo 2020

(dati in migliaia di Euro)

	31/03/2020		31/03/2019		Var.
	eur (000)	%	eur (000)	%	eur (000)
Ricavi derivanti da contratti con clienti	92.476	99,7%	96.358	94,4%	(3.882)
Valore della Produzione	92.715	100,0%	102.042	100,0%	(9.327)
Margine Operativo Lordo	6.952	7,5%	7.409	7,3%	(457)
Margine Operativo Netto	(1.561)	-1,7%	(937)	-0,9%	(624)
Risultato netto	(1.666)	-1,8%	(1.111)	-1,1%	(555)

In sintesi, i risultati del periodo sono i seguenti:

- I **ricavi** consolidati sono stati pari a **92,5 milioni di Euro**, in calo del **4,0%** rispetto a Marzo 2019.
- Il **marginе operativo lordo** è di **7,0 milioni di Euro** (7,4 milioni di Euro al 31 Marzo 2019).
- Il **marginе operativo netto** è negativo per **1,6 milioni di Euro** (negativo per 0,9 milioni di Euro al 31 marzo 2019).
- Il **risultato netto consolidato** è negativo per **1,7 milioni di euro**, (- 1,1 milioni di Euro al 31 marzo 2019).

L'andamento del primo trimestre 2020 è stato condizionato dalla progressiva diffusione dell'epidemia Covid-19, che ha determinato pesanti ripercussioni economiche, dapprima limitate alle aree asiatiche per poi diffondersi anche in Europa.

Anche l'andamento del volume d'affari del Gruppo ha risentito chiaramente della progressione del virus, con un vero e proprio crollo delle vendite sul mercato italiano, nonché con cali significativi in altri Paesi europei (in particolare Spagna e Francia) nel mese di Marzo 2020, dopo che i primi due mesi dell'anno erano stati caratterizzati da una lieve crescita del fatturato rispetto all'anno precedente.

Nonostante la diffusione globale del fenomeno, la diversificazione del fatturato ha consentito di contenere la perdita del volume d'affari nel trimestre; mentre la Business Unit italiana ha subito in misura significativa gli effetti negativi con un calo delle vendite (-10%), la Business Unit portoghese e quella americana sono state in condizione di realizzare una crescita rispettivamente del 3% e del 2%.

Il calo del fatturato è stato accompagnato da una riduzione dei volumi prodotti a seguito dei provvedimenti governativi che hanno imposto in Italia, anche per il nostro settore, la chiusura delle attività produttive negli ultimi dieci giorni di Marzo.

L'effetto complessivo del decremento delle vendite e della produzione è stata una riduzione del Valore della Produzione di 9,3 milioni di Euro, pari al 9,1%.

Con queste premesse, il calo del Margine Operativo Lordo di “soli” 0,5 milioni di Euro, con un miglioramento in termini percentuali (da 7,3% al 7,5% sul Valore della Produzione) è da considerare nel complesso un risultato positivo, a cui hanno contribuito alcuni fattori, sia esogeni che endogeni.

Il fattore esogeno positivo di maggiore rilevanza è stato senz’altro il calo delle tariffe di gas e energia elettrica, già ampiamente previsto e che ha determinato un calo sensibile dei costi unitari di produzione.

Sono stati altrettanto importanti i fattori endogeni positivi, determinati dalle azioni intraprese dal Gruppo sia sul fronte commerciale, che logistico e produttivo.

In primo luogo, è stata confermata la linea di salvaguardia della marginalità di vendita, con l’applicazione di una maggiorazione sui listini 2020, accompagnata da una rigida applicazione delle politiche commerciali di sconto praticate alla clientela.

Sempre sul fronte commerciale, sono continuate le attività per un più mirato utilizzo degli strumenti di promozione, a cui si è aggiunta una significativa revisione al ribasso dei budget di spesa, a seguito delle aspettative di contrazione del fatturato 2020, connesse agli effetti del Covid-19 sui consumi.

Ottimi risultati stanno arrivando anche dagli incisivi interventi posti in atto per la riduzione dei costi di produzione; si evidenziano a tale proposito i risparmi derivanti dall’ottimizzazione delle formulazioni di impasti e smalti e da una maggiore standardizzazione, in termini di formati e spessori, dei prodotti a catalogo

Un ulteriore elemento di miglioramento è stato rappresentato dall’incremento dell’utilizzo delle linee di lavorazione interna (rettifica e levigatura), grazie agli investimenti realizzati nel 2019 e ad una attenta programmazione produttiva.

Le principali grandezze patrimoniali (Capitale Circolante Netto, Posizione Finanziaria Netta) hanno mantenuto livelli vicini a quanto registrato nel primo trimestre 2019; fanno eccezione le Attività Immobilizzate, in deciso calo, quale effetto della programmata riduzione degli investimenti operata nel 2019 e del blocco temporaneo degli interventi previsti nel primo trimestre 2020, in attesa di maggiori certezze sugli effetti economici di medio termine della pandemia in corso.

Ricavi Consolidati

I **Ricavi** sono calati di 3,9 milioni di Euro rispetto al primo trimestre 2019, con una variazione negativa del 4,0%

L'andamento del fatturato ha chiaramente risentito degli impatti del Covid-19 sul sistema economico; dopo i primi due mesi, chiusi in lieve crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (+0,6%), nel singolo mese di Marzo 2020 sono risultati evidenti i segni di rallentamento dei consumi, con un calo del volume d'affari del 12,1%, concentrati sulla Business Unit italiana (-23,4% nel mese).

Principali mercati di riferimento

I **mercati europei** hanno sostanzialmente tenuto, con una contrazione del fatturato inferiore all'1%.

In continuità con quanto registrato nel corso del 2019, si sono confermati buoni risultati in Germania, Austria e nei Mercati dell'Europa Orientale.

Hanno subito invece cali significativi Francia e Spagna, tra le nazioni più colpite dal Coronavirus.

L'incidenza dei mercati europei sul totale dei ricavi è pari al **39%**.

Il fatturato sul **mercato statunitense** è risultato in crescita del 2,8% in euro.

Il risultato è positivo, in considerazione del momento non brillante dei consumi americani; in particolare, si registrano risultati di spicco per le società Panariagroup USA e Lea North America, con Florida Tile, attestata sui livelli di fatturato dell'anno precedente.

Nel primo trimestre, nel mercato USA, non erano ancora visibili gli effetti economici della pandemia, sopraggiunta con ritardo rispetto all'Europa.

L'incidenza del mercato statunitense sul totale dei ricavi è pari al **35%**.

Il **mercato italiano** è quello su cui maggiormente il Gruppo è risultato penalizzato dalla diffusione del Corona Virus; dopo i primi due mesi, chiusi in linea con l'anno precedente, il singolo mese di Marzo, complice il *lock-down* imposto, per finalità sanitarie, a persone e imprese, ha fatto registrare un calo del 40%, portando la *performance* complessiva del trimestre a -15%.

L'incidenza del mercato italiano sul totale dei ricavi è pari al **17%**.

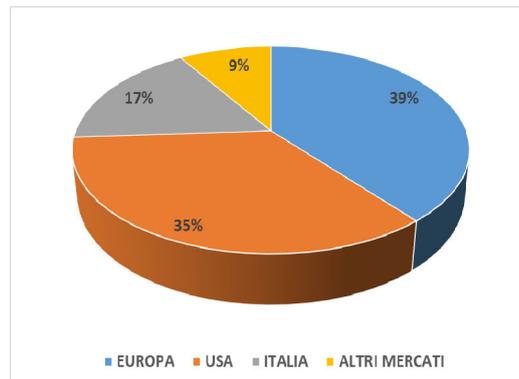
Negli **altri mercati (Asia, Canada, Sudamerica, Oceania ed Africa)** si riscontra un risultato complessivamente negativo, con un calo del 17%.

A fronte di un andamento positivo in Africa e stazionario in Oceania, l'area asiatica ha subito una significativa contrazione del volume d'affari (-27%).

Come noto, la diffusione del contagio è iniziata proprio in tali zone, che pertanto sono state le prime a mostrare gli effetti, anche economici, di tale fenomeno.

L'incidenza degli "altri mercati" sul totale dei ricavi è pari al **9%**.

Il fatturato dei **mercati esteri** del Gruppo rappresenta l'**83%** del totale, con una quota di **mercati extra-europei** pari al **44 %** del fatturato complessivo.



La diversificazione geografica, caratteristica importante del nostro Gruppo, sia sotto il profilo commerciale, che logistico e produttivo, rappresenta, in questo momento, un elemento di particolare rilevanza.

E' vero che stiamo assistendo ad un fenomeno di portata mondiale, dove nessuna area può ritenersi protetta dal rischio sanitario ed economico, ma è altrettanto vero che la diffusione sta avvenendo con modi e tempi diversi, consentendo di attenuare in parte, perlomeno in un'ottica temporale, gli effetti che stanno colpendo, di volta in volta, le varie aree.

Andamento delle Divisioni del Gruppo

La **Business Unit italiana** è quella che, nel primo trimestre, ha subito evidentemente gli effetti negativi del fenomeno virale, con un calo del volume d'affari del 10% (-23% nel singolo mese di Marzo).

Dapprima, gli effetti negativi hanno riguardato i mercati asiatici, che già nel mese di Febbraio evidenziavano un calo importante, con un'ulteriore peggioramento nel mese di Marzo.

In seguito, la propagazione nelle aree europee ha determinato un vero e proprio crollo delle vendite sul mercato italiano e un significativo calo del fatturato in Francia e Spagna, tra le nazioni più colpite assieme al nostro Paese, mentre hanno tenuto altri mercati importanti, come la Germania, nei quali l'attività economica è proseguita senza significative interruzioni nonostante l'epidemia.

La **Business Unit Portoghese** ha registrato un risultato in crescita del 3%.

Fortunatamente, il Portogallo non è stato particolarmente colpito dalla pandemia, pertanto si è registrato in tale area solo un lieve rallentamento, in presenza di provvedimenti sanitari cautelativi che hanno comunque inciso nell'andamento dell'economia locale.

In Europa, l'importante flessione sul principale mercato di riferimento (Francia), è stata compensata dagli andamenti positivi in Austria e Germania. Va registrato infine l'ottima crescita in Africa; tale area è caratterizzata, per gli esportatori europei, da commesse di grandi dimensioni e non da un costante flusso di vendite verso distributori locali, con andamenti pertanto piuttosto altalenanti.

La **Business Unit Statunitense** ha avuto una crescita delle vendite del 2% in Euro, in un contesto di mercato in calo (-12% di consumi, secondo i dati forniti da TCNA, l'associazione di settore negli USA).

Nel primo trimestre hanno brillato in particolare le società Panariagroup USA e Lea North America, che commercializzano negli Stati Uniti rispettivamente i prodotti a marchio Panaria e Lea.

Per quanto riguarda Florida Tile, si segnala un andamento allineato sostanzialmente ai risultati del primo trimestre 2019.

Il canale degli "Home Center" sta confermando la sua solidità, con vendite superiori ai livelli di Budget prefissati, che prevedono peraltro un andamento crescente del fatturato nel corso dell'anno per effetto dell'avviamento di alcune nuove linee negli *store* del cliente, su scala nazionale.

Il canale delle Branches ha confermato sostanzialmente le vendite dell'anno precedente; la presenza diretta sul territorio di queste organizzazioni commerciali consente di presidiare efficacemente le quote di mercato, che risultano difficilmente attaccabili da *competitor* che non dispongono di reti di negozi propri.

Nel canale dei distributori indipendenti continuano a manifestarsi difficoltà, nonostante l'attenuazione della pressione concorrenziale derivante dall'applicazione di dazi anti-dumping ai produttori cinesi; a tale riguardo va segnalato che gli ultimi dati disponibili (riferiti a Febbraio 2020), evidenziano un vero e proprio azzeramento delle importazioni dalla Cina, confermando l'efficacia della misura, che però al momento sembra aver avvantaggiato soprattutto i concorrenti di altri Paesi asiatici (in primis, India e Turchia).

Risultati operativi

Il margine operativo lordo è di **7,0 milioni di euro** pari al 7,5% sul Valore della Produzione (7,4 milioni di Euro al 31 marzo 2019 pari al 7,3% sul Valore della Produzione).

Il risultato economico è stato fortemente condizionato dagli impatti diretti e indiretti del Covid-19, che ha comportato sia una riduzione del fatturato, che un conseguente rallentamento dell'attività produttiva rispetto al primo trimestre, con un calo complessivo del Valore della Produzione pari a 9,3 milioni di Euro (-9%).

In tale ottica, la riduzione del Margine Operativo Lordo di "soli" 0,5 milioni di Euro, con un miglioramento della % del MOL sul Valore della Produzione (da 7,3% a 7,5%) è da considerare un risultato non disprezzabile e determinato da una serie di fattori che hanno consentito di bilanciare parzialmente gli effetti negativi della riduzione del volume d'affari e della produzione.

In primo luogo, pur in questo contesto macro-economico particolare, si è registrata una lieve crescita dei prezzi medi, derivante dagli incrementi dei listini di vendita e dall'applicazione di una rigorosa politica commerciale volte a preservare i margini.

Sul fronte dei costi, sono risultati finalmente visibili gli effetti della riduzione delle tariffe del gas (-20%) e dell'energia elettrica (-10%), con un importante impatto sui costi unitari di produzione.

Relativamente ai costi di produzione, si sono registrati inoltre buoni risultati dalle azioni intraprese per l'ottimizzazione del costo degli impasti e degli smalti e un risparmio derivante dal minore ricorso alle lavorazioni esterne, reso possibile dagli investimenti nei reparti "manifattura" dell'anno precedente e da una gestione oculata della programmazione produttiva.

Per quanto riguarda i costi di natura commerciale, una volta constatata l'effettiva portata del fenomeno virale, si è proceduto a modificare tempestivamente i budget, con riferimento sia all'acquisto di materiale promozionale, che alla partecipazione ad eventi fieristici e meeting, nonché al calendario di presentazione delle nuove collezioni; tali effetti saranno visibili a partire dal prossimo trimestre.

Il margine operativo netto è negativo di 1,6 milioni di Euro (al 31 marzo 2019 era stato negativo di 0,9 milioni di Euro).

Gli ammortamenti, ivi inclusi quelli derivanti dai diritti d'uso e gli accantonamenti sono stati superiori di 0,2 milioni di Euro rispetto al primo trimestre 2019.

L'incidenza degli oneri finanziari sul Valore della Produzione, pari a 0,9%, resta su livelli contenuti; va segnalato a tale riguardo che poco meno della metà di tale costo è costituita da Interessi passivi sui contratti di leasing, in applicazione del principio IFRS 16.

Il **Risultato Netto consolidato** è negativo di 1,7 milioni di Euro (-1,1 milioni al 31 marzo 2019).

Analisi della situazione patrimoniale (dati in migliaia di Euro)

	31/03/2020	31/12/2019	31/03/2019
	eur (000)	eur (000)	eur (000)
CAPITALE CIRCOLANTE NETTO	137.714	126.964	136.329
ATTIVITA' IMMOBILIZZATE	240.383	242.519	254.969
ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO	1.488	(138)	(2.481)
CAPITALE INVESTITO NETTO	379.584	369.345	388.817
INDEBITAMENTO FINANZIARI NETTO	116.062	105.590	112.509
PASSIVITA' PER BENI IN LOCAZIONE	106.402	106.431	113.222
PATRIMONIO NETTO DI GRUPPO	157.120	157.324	163.087
TOTALE FONTI	379.584	369.345	388.818

Capitale Circolante Netto

Il Capitale Circolante Netto al 31 marzo 2020 risulta lievemente superiore (+1%) rispetto al primo trimestre 2019 e in crescita rispetto all'inizio dell'esercizio, per il fisiologico andamento stagionale dei "Crediti verso clienti".

Nonostante l'inatteso calo dei volumi venduti, il livello del magazzino si è lievemente decrementato nei primi 3 mesi del 2020; ad una programmazione produttiva di Budget già indirizzata verso una riduzione degli stock, si è aggiunta la completa fermata dei tre stabilimenti italiani negli ultimi dieci giorni del mese di Marzo, per effetto del *lock-down* imposto dai provvedimenti governativi come misura per arrestare la progressione della diffusione del Coronavirus.

La consapevolezza che nei prossimi mesi sarà probabile una contrazione significativa delle vendite ha già portato a una drastica revisione del piano di produzione 2020, con l'obiettivo di ridurre in misura importante le giacenze di magazzino.

In particolare, oltre a prevedere una significativa riduzione dei volumi, si opererà nel senso di un'ottimizzazione della gamma prodotti offerta alla clientela, nell'ottica di garantire loro un livello di servizio elevato sui prodotti più richiesti, anche in una situazione di produzione a regime ridotto.

Con riferimento alle altre voci che compongono il Capitale Circolante Netto, continuiamo a riscontrare un buon livello dell'indice dei "giorni medi di incasso" ed un'incidenza ridotta dei crediti scaduti.

Stiamo ponendo particolare attenzione all'evoluzione del credito commerciale, in considerazione delle prevedibili difficoltà che anche i nostri clienti incontreranno in questo periodo difficile, in particolare sul mercato italiano.

La gestione del Capitale Circolante Netto rappresenterà per tutto il 2020 un fattore cruciale per assicurare flussi di cassa positivi, in un contesto dove diventa sempre più probabile una forte (e imprevedibile fino a pochi mesi fa) contrazione delle vendite e degli incassi.

Attività immobilizzate (al netto dei Diritti d'uso e Beni in locazione)

Il livello delle attività immobilizzate (al netto dei Diritti d'uso e beni in locazione) è calato, dall'inizio dell'anno, di 1,9 milioni per effetto di:

- Investimenti del periodo, pari a 2,4 milioni di Euro di cui 1,0 milioni di Euro realizzati in Italia, 0,7 milioni di Euro in Portogallo e 0,7 milioni di Euro negli Stati Uniti.
- Ammortamenti del periodo, pari a 5,4 milioni di Euro.
- Maggior valore delle immobilizzazioni espresse in Euro del sub-consolidato USA, per effetto dell'apprezzamento della valuta americana rispetto a fine 2019 per 1,1 milioni di Euro.

Il livello degli investimenti nel primo trimestre è decisamente più ridotto, sia rispetto agli anni precedenti, sia rispetto ai Budget formulati a inizio anno.

In considerazione dell'aggravarsi degli impatti economici legati all'epidemia Covid-19, la maggior parte dei progetti previsti per il 2020 sono stati temporaneamente "congelati", come misura di sostegno alla liquidità aziendale e tenendo conto dell'elevata incertezza sull'andamento dei prossimi mesi.

Nel contempo, stanno comunque proseguendo le attività di investimento considerate più strategiche, indirizzate al miglioramento dell'efficienza degli stabilimenti produttivi e alla realizzazione di tipologie di prodotto in grande espansione.

Diritti d'Uso per Beni in Locazione

Questa voce è stata inserita in applicazione dell'IFRS 16 e rappresenta il valore del diritto all'utilizzo dell'attività sottostante ai contratti di "leasing" (locazioni, affitti e noleggi) per la durata del contratto.

E' importante sottolineare che circa il 95% del valore è riferito a locazioni immobiliari che riguardano principalmente i fabbricati strumentali (stabilimenti, magazzini e uffici) utilizzati da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. e quelli utilizzati da Florida Tile Inc. , ivi inclusi i 24 negozi per la vendita diretta.

Con riferimento agli immobili adibiti a stabilimento produttivo e magazzino, Il Gruppo ha stipulato contratti di lunga durata, per assicurarsi il diritto all'utilizzo di questi beni e per poter programmare, in un arco di tempo sufficientemente lungo, la propria politica industriale.

Indebitamento finanziario netto (post IFRS 16)

Di seguito la sintesi dei flussi finanziari, al netto degli effetti dell'applicazione dell'IFRS 16 (valori in milioni di Euro):

	31/3/2020	31/12/2019	31/3/2019
Posizione Finanziaria - saldo iniziale	(212,0)	(210,9)	(210,9)
Utile (Perdita) di periodo	(1,7)	(6,4)	(1,1)
Ammortamenti	8,2	33,6	8,1
Variazioni non monetarie	(0,8)	0,7	(1,1)
Autofinanziamento gestionale	5,7	27,9	5,9
Variazione del circolante netto e delle altre attività e passività	(10,5)	(8,4)	(14,0)
Investimenti netti	(2,5)	(14,6)	(3,2)
Incrementi diritti d'uso	(2,1)	(4,4)	(3,1)
Delta cambi su leasing IFRS 16	(0,6)	(0,5)	(0,4)
Variazioni PN	0,4	(0,5)	0,3
Avviamento	0,0	(0,3)	0,0
Variazione differenza di conversione	(0,8)	(0,3)	(0,3)
VARIAZIONE PFN	(10,4)	(1,1)	(14,8)
Posizione Finanziaria - saldo finale	(222,4)	(212,0)	(225,7)

La Posizione Finanziaria Netta, pari complessivamente a 222,4 milioni di Euro è composta da 116,0 milioni di Euro di "Indebitamento finanziario" e da 106,4 milioni di euro da "Passività per beni in locazione" e risulta in calo di 3,3 milioni di Euro rispetto al 31 marzo 2019.

La voce "Passività per beni in locazione" è stata inserita in applicazione dell'IFRS 16 e rappresenta il valore degli impegni contrattuali relativi ai contratti di "leasing" in essere alla data di chiusura del periodo e corrisponde, in linea generale, al valore attuale dei canoni di locazione futuri.

Il livello della Posizione Finanziaria Netta ha sempre rappresentato per il Gruppo uno dei maggiori obiettivi gestionali, ma il vero e proprio shock economico a cui stiamo assistendo lo rende senza dubbio il tema principale per tutto il 2020, ponendolo al centro di tutte le decisioni operative per i prossimi mesi.

Patrimonio Netto

Il Patrimonio Netto passa da 157,3 milioni di Euro del 31 dicembre 2019 a 157,1 milioni di Euro al 31 marzo 2020, con un calo di 0,2 milioni di Euro.

5. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Le previsioni sull'andamento della gestione dei prossimi mesi non possono prescindere dal fenomeno del Coronavirus, che continuerà a condizionare, in misura pesante, sicuramente tutto il 2020, senza avere visibilità, al momento, di quando potremo tornare ad una situazione normale.

A conferma di questo fatto, si riporta che il singolo mese di Aprile 2020 si è concluso per il Gruppo con un calo del fatturato del 45% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, per effetto del protrarsi del *lock-down* in Italia e per l'aggravarsi della situazione negli Stati Uniti. L'attività produttiva ha subito una fermata ancora più marcata, con la chiusura totale degli stabilimenti italiani e parziale di quelli portoghesi.

L'andamento degli ultimi due mesi, ha fatto sì che l'iniziale smarrimento e incertezza siano stati sostituiti da una consapevolezza più profonda della gravità della situazione, e ciò determina, se non altro, una più chiara linea sulle azioni da intraprendere.

Le direttrici fondamentali delle attività del Gruppo per i prossimi mesi saranno essenzialmente due: la gestione della liquidità finanziaria e l'ottimizzazione della struttura e dei processi, con l'obiettivo di ripartire, al termine della crisi, con rinnovata forza ed energia.

Il sistema economico ha subito un vero e proprio shock, per entità, rapidità e diffusione del fenomeno, in maniera non prevedibile e non programmabile; ciò sta determinando una crisi di liquidità su tutte le filiere, compresa la nostra, che rischia di avere un effetto domino, compromettendo anche le aziende più solide. E' pertanto necessario mitigare questo rischio, mettendo in campo tutte le azioni possibili per ottimizzare i flussi finanziari.

In questa ottica, una delle leve fondamentali è la gestione del Capitale Circolante Netto, con particolare attenzione al magazzino e ai crediti e debiti commerciali.

La riduzione delle scorte di magazzino rappresenta un importante fonte per recuperare liquidità al momento immobilizzata; questo obiettivo passa necessariamente attraverso una riduzione significativa dei volumi prodotti. E' stato predisposto un piano operativo dettagliato per consentire di raggiungere questo obiettivo, senza compromettere il livello di servizio per i clienti sulle collezioni "best-seller".

E' altrettanto importante raggiungere un equilibrio sul fronte dei crediti e debiti commerciali, per preservare la filiera; ciò determina la necessità di trovare degli accordi su entrambi i fronti che consentano un sostegno reciproco.

Un'altra leva importante è rappresentata da un deciso e significativo risparmio dei costi operativi non indispensabili; in questo senso, anche in considerazione dell'attuale scarsa ricettività del mercato, sono stati ridotti considerevolmente i budget di spesa dei costi commerciali.

Anche il budget degli investimenti, per il 2020 è stato interessato da una temporanea sospensione di molti progetti, lasciando aperti solo quelli ritenuti strategici per l'innalzamento della competitività, fondamentali per una ripartenza più efficace nel 2021.

Il Gruppo sta inoltre facendo ricorso alle misure di sostegno messe in campo dalle istituzioni pubbliche, con particolare riferimento alla componente del costo del personale; ciò sta consentendo in un momento di significativo rallentamento delle attività, di contenere questa spesa in tutte le Business Unit.

Un altro elemento di grande importanza è ovviamente il sostegno del sistema finanziario; in considerazione della straordinarietà del momento, il Gruppo ha richiesto la possibilità di allungare i piani di ammortamento dei finanziamenti a medio-lungo termine in essere, con riferimento alle rate in scadenza nel 2020, trovando, nel complesso, un positivo e apprezzato riscontro da parte degli istituti finanziari.

In questo ambito, stiamo operando, in tutte le Business Unit del Gruppo, per accedere alle forme di finanziamento a medio-lungo termine supportate da aiuti governativi, osservando peraltro, in particolare nel sistema italiano, ancora delle incertezze sui tempi e modalità di erogazione, mentre sono in fase più avanzata le richieste fatte in Portogallo e negli USA.

Oltre al tema centrale della liquidità, riteniamo sia fondamentale cogliere l'opportunità offerta da questo momento di "stasi" per rivedere in misura ancora più profonda il modello aziendale.

Alle iniziative che erano già state intraprese, in particolare sul fronte dell'efficienza industriale e della diversificazione dei canali di vendita, se ne aggiungeranno altre volte all'ottimizzazione del catalogo prodotti, del parco clienti, delle strutture organizzative, per farci ritrovare più pronti, competitivi e tempestivi quando l'economia sarà in grado di ripartire.

Crediamo che quando sarà terminata l'emergenza, i mercati possano assumere una nuova fisionomia in cui aumenti la valenza di fattori competitivi già importanti, ma che precedentemente, non erano ancora maturati in pieno come primari.

Ci riferiamo in particolare alla Sostenibilità, di cui Panariagroup è interprete convinta, ma anche alla maggiore considerazione da parte dei consumatori delle caratteristiche intrinseche del prodotto ceramico rispetto ad altri materiali alternativi, grazie alle sue maggiori garanzie in termini di igiene e pulizia.

In tale contesto, per esempio, stiamo osservando un particolare interesse per i nostri prodotti anti-batterici Protect con tecnologia Microban, che risultano di grande attualità.

In questo momento di grande incertezza, pensiamo che il nostro Gruppo, grazie alla sua storia e alla sua esperienza, possa rappresentare un punto di riferimento solido per i fornitori, per i clienti, per il proprio personale e pertanto sentiamo molto la responsabilità nell'affrontare questa crisi globale, che stiamo combattendo con uno spirito di rinnovata energia ed entusiasmo, per essere ancora più protagonisti tra i *players* del settore, al termine dell'emergenza.

6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

Non si segnalano eventi di rilievo.