



Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

RELAZIONE TRIMESTRALE AL 31 MARZO 2006



Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.
Via Panaria Bassa 22/A
41034 Finale Emilia (MO)
Codice fiscale, Partita IVA: 01865640369
www.panariagroup.it

INDICE

1. STRUTTURA DEL GRUPPO

2. CARICHE SOCIALI

2.1 Consiglio di Amministrazione

2.2 Collegio Sindacale

2.3 Società di Revisione

3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

3.1 Conto Economico – Primo trimestre 2006 e 2005

3.2 Stato Patrimoniale riclassificato

3.3 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

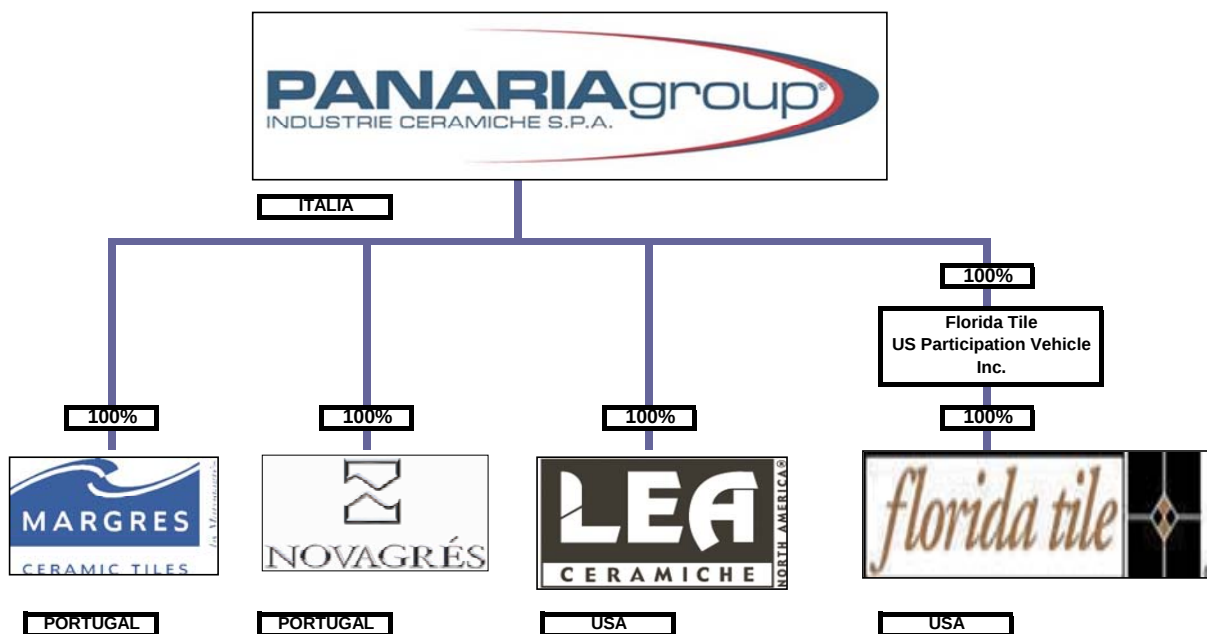
5. L'ACQUISIZIONE DI FLORIDA TILE

6. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

7. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

1. STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo al 31 Marzo 2006, risulta essere la seguente:



La Capogruppo è **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.**, con sede in Finale Emilia, Modena, capitale sociale sottoscritto e versato 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 Fiordo. 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.

Maronagrês – Comércio e Indústria Cerâmica S.A., con sede in Chousa Nova, Ilhavo (Portogallo) e capitale sociale sottoscritto e versato pari ad Euro 8.037.285,00, interamente detenuto da Panariagroup a seguito dell'acquisizione avvenuta nell'ottobre 2002. La società è specializzata nel grès porcellanato ed è focalizzata sul mercato portoghese. Le linee di prodotto di Maronagrês sono commercializzate con il marchio Margres.

Novagrês – Indústria de Cerâmica S.A., con sede in Aveiro (Portogallo), capitale sociale sottoscritto e versato pari ad Euro 2.500.000, interamente detenuto da Panariagroup a seguito dell'acquisizione avvenuta nel novembre 2005. La società è specializzata nei rivestimenti in pasta bianca e nel grès porcellanato ed è focalizzata sul mercato portoghese e sui principali mercati europei.

Lea North America Inc., con sede a Charlotte, , North Carolina, USA, capitale sociale sottoscritto e versato pari ad USD 20.000, interamente detenuto da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

La società, costituita in data 22 giugno 2004 da Ceramiche Artistiche Lea ed operativa da fine luglio 2005, è finalizzata alla commercializzazione nel Nord-America delle linee di prodotto con il marchio Lea.

Florida Tile U.S. Participation Vehicle Inc. , con sede a Wilmington, Delaware, USA, capitale sottoscritto e versato pari a USD 6.000.000, detenuto al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.

La società, costituita come holding finanziaria per l'area statunitense, detiene la partecipazione in Florida Tile Inc.

Florida Tile Inc. con sede a Wilmington, Delaware, USA, capitale sottoscritto e versato pari a USD 6.000.000, detenuto al 100% da Florida Tile U.S. Participation Vehicle , commercializza materiale ceramico negli USA attraverso una propria rete distributiva ubicata prevalentemente sulla costa orientale.

Si rileva che queste ultime due società sono state costituite da parte di Panariagroup a seguito della operazione di acquisizione degli asset di Florida Tile avvenuta a fine febbraio 2006 e più diffusamente illustrata nella sezione 5.

Le due società neo-incorporate non sono state incluse nell'area di consolidamento al 31 marzo 2006, in quanto non sono ancora state completate le analisi necessarie per la determinazione dei valori di acquisizione secondo i principi contabili internazionali.

Si rileva peraltro che, essendo l'acquisizione avvenuta il 24 febbraio 2006, l'eventuale consolidamento avrebbe riguardato un solo mese di attività.

Il consolidamento integrale delle due società neo-costituite sarà operato a partire dal 30 giugno 2006.

2. CARICHE SOCIALI

2.1 Consiglio di Amministrazione

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Giuliano Mussini	Presidente del Consiglio di Amministrazione	Modena, 10/9/1930
Giovanna Mussini	Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione	Sassuolo (MO), 12/4/1959
Andrea Mussini	Amministratore Delegato	Sassuolo (MO), 15/5/1958
Emilio Mussini	Amministratore Delegato	Sassuolo (MO), 20/4/1961
Giuseppe Mussini	Amministratore Delegato	Sassuolo (MO), 23/11/1962
Paolo Mussini	Amministratore Delegato	Sassuolo (MO), 11/2/1958
Giuliano Pini	Amministratore Delegato	Modena, 21/5/1952
Marco Mussini	Amministratore	Sassuolo (MO), 21/7/1971
Giovanni Burani ^(*)	Amministratore	Parma, 20/10/1964
Alessandro Iori ^(*)	Amministratore	Reggio Emilia, 15/6/1943
Paolo Onofri ^(*)	Amministratore	Bologna, 11/11/1946

(*) Amministratore indipendente non esecutivo

2.2 Collegio Sindacale

Nome e cognome	Carica	Luogo e data di nascita
Giovanni Ascari	Presidente del Collegio Sindacale	Modena, 13/10/1935
Vittorio Pincelli	Sindaco effettivo	Frassinoro (MO), 3/8/1943
Francesco Tabone	Sindaco effettivo	Monza, 2/2/1956
Corrado Cavallini	Sindaco supplente	Sassuolo (MO), 4/1/1971
Massimiliano Stradi	Sindaco supplente	Sassuolo (MO), 16/3/1973

2.3 Società di Revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

3. SITUAZIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

3.1 Conto Economico consolidato

(Primo trimestre)

(dati in migliaia di Euro)

TRIMESTRALE	31/3/2006	%	31/3/2005	%	variaz.
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	75.220	94,76%	57.051	91,59%	18.169
Variazione delle rimanenze PF	3.761	4,74%	4.903	7,87%	(1.142)
Incrementi di immobilizzazioni	0	0,00%	0	0,00%	0
Altri ricavi	402	0,51%	336	0,54%	66
Valore della produzione	79.383	100,00%	62.290	100,00%	17.093
Costi per materie prime	(21.700)	-27,34%	(16.669)	-26,76%	(5.031)
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(30.578)	-38,52%	(23.415)	-37,59%	(7.163)
Costo del personale	(13.192)	-16,62%	(11.121)	-17,85%	(2.071)
Variazione delle rimanenze MP	349	0,44%	(8)	-0,01%	357
Oneri diversi di gestione	(674)	-0,85%	(618)	-0,99%	(56)
Costi della produzione	(65.795)	-82,88%	(51.831)	-83,21%	(13.964)
Margine operativo lordo	13.588	17,12%	10.459	16,79%	3.129
Ammortamenti	(3.625)	-4,57%	(2.843)	-4,56%	(782)
Accantonamenti e svalutazioni	(330)	-0,42%	(388)	-0,62%	58
Margine operativo netto	9.633	12,13%	7.228	11,60%	2.405
Proventi e oneri finanziari	(884)	-1,11%	371	0,60%	(1.255)
Risultato prima delle imposte	8.749	11,02%	7.599	12,20%	1.150
Imposte e tasse stimate	(3.590)	-4,52%	(3.282)	-5,27%	(308)
Utile netto consolidato	5.159	6,50%	4.317	6,93%	842

3.2 Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato

(dati in migliaia di Euro)

	31/3/2006	31/12/2005
Rimanenze	104.736	101.364
Crediti verso clienti	105.731	94.177
Altre attività correnti	3.327	2.817
ATTIVITA' CORRENTI	213.794	198.358
Debiti verso fornitori	(66.905)	(61.323)
Altre passività correnti	(33.831)	(29.461)
PASSIVITA' CORRENTI	(100.736)	(90.784)
CAPITALE CIRCOLANTE NETTO	113.058	107.574
Avviamento	12.089	12.089
Immobilizzazioni immateriali	569	551
Immobilizzazioni materiali	81.890	82.836
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	5.010	4
Crediti finanziari verso Controllate	13.806	0
ATTIVITA' IMMOBILIZZATE	113.364	95.480
Crediti esigibili oltre l'esercizio successivo	202	207
Fondo trattamento di fine rapporto subordinato	(7.040)	(6.835)
Fondi per rischi ed oneri e fondo imposte differite	(10.575)	(10.239)
Altre passività esigibili oltre l'esercizio	(2.232)	(2.357)
ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO	(19.645)	(19.224)
CAPITALE INVESTITO NETTO	206.777	183.830

Attività finanziarie a breve termine	(2.189)	(4.221)
Indebitamento finanziario a breve termine	36.558	40.503
INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO A BREVE TERMINE	34.369	36.282
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	23.791	4.371
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	58.160	40.653
Patrimonio netto di Gruppo	148.617	143.177
PATRIMONIO NETTO	148.617	143.177
TOTALE FONTI	206.777	183.830

3.3 Posizione Finanziaria Netta Consolidata

(dati in migliaia di Euro)

	31/03/2006	31/12/2005
Titoli	-	-
Disponibilità liquide	(2.189)	(4.221)
Attività finanziarie a breve termine	(2.189)	(4.221)
Debiti verso banche	35.246	39.249
Debiti finanziari verso imprese controllanti	0	0
Debiti verso altri finanziatori	1.312	1.254
Indebitamento finanziario a breve termine	36.558	40.503
Debiti verso banche	21.818	1.818
Debiti verso altri finanziatori	1.973	2.553
Debiti verso obbligazionisti	0	0
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	23.791	4.371
Posizione finanziaria netta	58.160	40.653

4 NOTE DI COMMENTO AI PROSPETTI CONTABILI

4.1 Principi contabili e criteri adottati

La presente Relazione trimestrale consolidata è stata redatta secondo quanto previsto dall'art. 82 del Regolamento di attuazione del Decreto legislativo 24 febbraio 1998, n.58 in materia di emittenti (Delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche) e in particolare sulla base dell'allegato 3D della citata delibera. La Relazione non è stata oggetto di revisione contabile.

A seguito dell'entrata in vigore del Regolamento europeo n. 1606 del luglio 2002, a partire dal bilancio del primo semestre 2005, il Gruppo ha adottato i Principi Contabili Internazionali ("IFRS") emessi dall'International Accounting Standards Board. Nella presente relazione trimestrale, i dati comparativi per il corrispondente periodo del 2005 sono stati pertanto, riesposti e rideterminati secondo i nuovi principi contabili.

Gli schemi contabili sono stati redatti con riferimento al 31 marzo 2006.

Non sono presenti nei dati contabili stime diverse da quelle normalmente utilizzate per la redazione del bilancio annuale.

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

4.2 Area di consolidamento

Alla data di redazione della presente Relazione Trimestrale non sono ancora completate le analisi volte a determinare i *fair value* delle attività e passività acquisite in relazione alla operazione di acquisizione di Florida Tile Inc. , pertanto non essendo stata ancora definita la contabilizzazione della business combination come richiesto dal principio contabile IFRS 3, le due società neo-incorporate non sono state incluse nell'area di consolidamento al 31 marzo 2006.

Si rileva peraltro che, essendo l'acquisizione avvenuta il 24 febbraio 2006, l'eventuale consolidamento avrebbe riguardato un solo mese di attività.

La Partecipazione in Florida Tile U.S. Participation Vehicle Inc. da parte di Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A. è stata pertanto iscritta al costo di acquisizione.

L'area di consolidamento risulta immutata rispetto al 31 dicembre 2005 ed include:

- **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.**, Capogruppo
- **Maronagres Comercio e Industria Ceramica S.A.**, Controllata al 100% , consolidata con il metodo della integrazione globale
- **Lea North America Inc.**, controllata al 100%, consolidata con il metodo della integrazione globale.
- **Novagrês Industria de Cerâmica S.A.**, controllata al 100%, consolidata con il metodo della integrazione globale.

Si rileva che la società Novagres Industria de Ceramica S.A. è stata consolidata a partire dalla data di acquisizione, avvenuta il 30 novembre 2005, pertanto il primo trimestre 2005 non include tale società, mentre il primo trimestre 2006 la include integralmente.

Nei successivi paragrafi, ove ritenuto significativo, sono evidenziati i principali impatti derivanti dalla variazione nella area di consolidamento.

4.3 Commenti sull'andamento gestionale

Analisi dell'andamento economico

Sintesi del Conto economico – DATI AL 31 MARZO 2006

(dati in migliaia di Euro)

	31/3/2006	%	31/3/2005	%	var. €	var. %
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	75.220	94,76%	57.051	91,59%	18.169	31,8%
Valore della produzione	79.383	100,00%	62.290	100,00%	17.093	27,4%
Margine operativo lordo	13.588	17,12%	10.459	16,79%	3.129	29,9%
Margine operativo netto	9.633	12,13%	7.228	11,60%	2.405	33,3%
Risultato prima delle imposte	8.749	11,02%	7.599	12,20%	1.150	15,1%
Utile netto consolidato	5.159	6,50%	4.317	6,93%	842	19,5%

Il primo trimestre 2006 ha evidenziato risultati economici superiori al primo trimestre 2005, in particolare:

- **I ricavi netti delle vendite** consolidati sono stati pari a **75,2 milioni di Euro**, con una crescita del **31,8%** rispetto allo stesso periodo del 2005. (+ **15,6 %** al netto di Novagres).
- Il **marginale operativo lordo**, pari a **13,6 milioni di euro** e il **marginale operativo netto**, pari a **9,6 milioni di euro** evidenziano entrambi una crescita rispetto al 2005, rispettivamente **+29,9%** e **+ 33,3 %**.
- Il **marginale pre-tasse** è stato di **8,7 milioni di Euro** con un incremento rispetto al 2005 del **15,1%** (+ 1,1 milioni di Euro).
- L'utile al netto delle imposte stimate è di **5,2 milioni di Euro**, in crescita del **19,5 %** (+0,8 milioni di Euro) rispetto a marzo 2005

Ricavi

I **Ricavi netti di vendita** hanno registrato una crescita complessiva del **31,8%**, passando da 57,0 milioni di Euro realizzati nel primo trimestre 2005 a 75,2 milioni di Euro al 31 marzo 2006 (+ 18,2 milioni di Euro); tale variazione del fatturato è riconducibile solo in misura parziale al consolidamento di Novagres: la crescita dei ricavi a parità di perimetro di consolidamento è stata infatti pari a 8,9 milioni di Euro, pari al 15,6%.

L'andamento particolarmente positivo realizzato nel corso del primo trimestre 2006, riflette da un lato il trend di crescita già evidenziato nel corso del secondo semestre 2005 (e che pertanto è da considerare un trend consolidato), dall'altro il maggior numero di giorni lavorativi del primo trimestre 2006 rispetto al primo trimestre 2005.

In termini di sviluppo commerciale, si segnala come la crescita abbia interessato sia il mercato domestico che i mercati esteri: in Italia, Panariagroup ha realizzato una crescita di fatturato molto rilevante, pari al 17,9% (15,5% al netto di Novagres); così come risulta significativo lo sviluppo realizzato sui mercati esteri, dove si rileva un incremento delle vendite complessivo nella misura del 44,6% (16,5% al netto di Novagres).

A seguito dell'acquisizione di Novagres (e non includendo ancora la neo-acquisita Florida Tile) il primo mercato estero di riferimento diviene il **Portogallo**, dove Panariagroup è il primo operatore del settore: nel primo trimestre 2006 in tale mercato è stato realizzato un fatturato di circa Euro 9,3 milioni di Euro, in crescita significativa rispetto al primo trimestre 2005 (+ 6,0 milioni di Euro, di cui 4,9 milioni di Euro derivanti dal consolidamento di Novagres).

Si conferma decisamente positiva anche la crescita sul mercato **USA**, destinato a diventare il principale mercato di sbocco di Panariagroup, a seguito dell'acquisizione di Florida Tile: i marchi italiani hanno infatti realizzato un incremento nel primo trimestre 2006 di oltre il 27%,

La crescita sui tradizionali mercati europei pari al 49,7% è trainata in parte dall'acquisizione di Novagres, ma risulta significativo anche lo sviluppo ottenuto al netto di tale effetto (+ 12,7 %).

Di seguito si riporta una tabella riepilogativa con l'indicazione della ripartizione delle vendite suddivise nei principali mercati di Panariagroup:

Ricavi per area geografica (al lordo dei premi a clienti)

(valori in migliaia di euro)

<i>Nazione</i>	<i>31/03/2006</i>	<i>31/03/2005</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
1 ITALIA	30.501	25.870	4.631	17,9%
2 PORTOGALLO	9.297	3.245	6.052	186,5%
3 FRANCIA	7.640	5.025	2.615	52,0%
4 STATI UNITI AMERICA	6.081	4.775	1.306	27,4%
5 BELGIO	4.715	4.090	625	15,3%
6 GERMANIA	4.221	3.270	951	29,1%
7 OLANDA	3.632	2.785	847	30,4%
8 SVIZZERA	1.043	1.007	36	3,6%
9 GRAN BRETAGNA	1.036	824	212	25,7%
10 GRECIA	854	792	62	7,8%
ALTRE	8.143	6.449	1.694	26,3%
TOTALE	77.163	58.132	19.031	32,7%

* La tabella non include le vendite di Novagres del 2005 e le vendite di Florida Tile del 2005 e del 2006

Per completezza di informazione si riporta la medesima tabella, a parità di perimetro di consolidamento (escludendo pertanto nel 2006 le vendite di Novagres)

Ricavi per area geografica (al lordo dei premi a clienti)

(valori in migliaia di euro)

<i>Nazione</i>	<i>31/03/2006</i>	<i>31/03/2005</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
1 ITALIA	29.881	25.870	4.011	15,5%
2 STATI UNITI AMERICA	6.081	4.775	1.306	27,4%
3 FRANCIA	5.112	5.025	87	1,7%
4 BELGIO	4.481	4.090	391	9,6%
5 PORTOGALLO	4.406	3.245	1.161	35,8%
6 GERMANIA	3.878	3.270	608	18,6%
7 OLANDA	3.423	2.785	638	22,9%
8 SVIZZERA	941	1.007	(66)	-6,6%
9 GRECIA	809	792	17	2,1%
10 GRAN BRETAGNA	793	824	(31)	-3,8%
ALTRE	7.655	6.449	1.206	18,7%
TOTALE	67.460	58.132	9.328	16,0%

* La tabella non include le vendite di Novagres e di Florida Tile del 2005 e del 2006

Oltre ai già citati Stati Uniti, crescite sostenute si sono registrate in **Francia** per effetto soprattutto dell'acquisizione di Novagres, la cui presenza su tale mercato è molto consistente, in **Belgio e Olanda**, per effetto del percorso di crescita ripreso con decisione nel secondo semestre 2005 e in **Germania**, dato da considerare estremamente positivo in quanto tale mercato è stato caratterizzato negli ultimi anni da un andamento non particolarmente positivo per il settore ceramico.

I risultati conseguiti dai 6 marchi commercializzati da Panariagroup sono così sintetizzabili:



- Il marchio **Panaria**, con una crescita del **13,7%**, prosegue con l'ottimo trend riscontrato nel 2005; il risultato realizzato riflette soprattutto l'eccellente performance nel mercato domestico (+18,7%) e la conferma di una crescita significativa sui mercati nord-americani (+ 22,1 %) .



- Il marchio **Lea** registra un incremento delle vendite di circa il **13,7 %**, frutto di una buona crescita su tutti i principali mercati, tra i quali spicca quello statunitense (+ 30%); si segnalano inoltre le performance sul mercato domestico (+12,3%) e sul mercato comunitario (+8,4 %).



- Il marchio **Cotto d'Este** conferma pienamente i segnali positivi emersi nel secondo semestre 2005, e realizza una crescita di **oltre il 20%**, trainata dallo sviluppo sul mercato italiano (+16,6%), sui principali mercati europei, nei quali complessivamente l'incremento si è attestato a livelli superiori al 20% e dalla interessante evoluzione riscontrata nei mercati oltremare nei quali il fatturato è quasi raddoppiato rispetto al primo trimestre 2005.



- Il marchio **Fiordo** ottiene una buona crescita, lievemente inferiore al 10%, grazie ad una crescita omogenea sui principali mercati di sbocco, realizzando in Italia un incremento di +10,1% e sul mercato comunitario un progresso di oltre l'8%.



- Il marchio **Margres** prosegue nel 2006 il suo cammino di sviluppo con una crescita di oltre il 25%, determinata in larga misura dal successo sul mercato interno di linee di prodotto innovative per il settore portoghese e che ha permesso di conquistare importanti quote di mercato.



- La neo-acquisita **Novagrés**, il cui fatturato è consolidato solo nel primo trimestre 2006, ha realizzato una buona crescita del 4%; tale risultato è da inquadrare molto positivamente considerando che il marchio vive una fase di transizione verso la nuova gestione Panariagroup.

Le tipologie di prodotto commercializzate dalle Società incluse nel perimetro di consolidamento sono sostanzialmente due: il grés porcellanato e il rivestimento a pasta bianca; le vendite di pavimento in monocottura ormai del tutto marginali nel 2006, si riferiscono essenzialmente a prodotti ormai fuori produzione.

Si riporta di seguito il riepilogo delle vendite in relazione a tali classi di prodotto:

Ricavi per tipologia di prodotto (al lordo premi a clienti)

(valori in migliaia di euro)

<i>Tipologia</i>	<i>31/03/2006</i>	<i>31/03/2005</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
Gres porcellanato	70.041	55.667	14.374	25,82%
%	90,8%	95,8%		
Rivestimento a pasta bianca	6.991	2.192	4.799	218,99%
%	9,1%	3,8%		
Pavimento in monocottura	131	273	(142)	-51,99%
%	0,2%	0,5%		
Totale	77.163	58.132	19.031	32,7%

Si segnala il rilevante incremento conseguito nel segmento del “Rivestimento a pasta bianca”, grazie soprattutto all’impatto dell’acquisizione di Novagres, che fa riferimento a questa tipologia per circa il 50% delle proprie vendite.

La specializzazione del marchio portoghese è da considerare una ottima opportunità di sviluppo anche per i marchi italiani, che potranno usufruire del know-how tecnologico di Novagres per ampliare e rafforzare la propria gamma di rivestimenti.

In termini prospettici si rileva inoltre che l’inclusione di Florida Tile nell’area di consolidamento comporterà un incremento significativo nell’incidenza delle vendite di “Pavimenti in monocottura” e “Rivestimenti a pasta bianca”.

Costi operativi

I **costi operativi** del 2006 ammontano a 65,8 milioni di Euro, in crescita rispetto al primo trimestre dell'anno precedente di 14,0 milioni di Euro, pari al 27,0%; tale variazione è sostanzialmente allineata alla crescita del Valore della Produzione e riflette principalmente le seguenti dinamiche:

- l'incremento nei volumi produttivi, che sono cresciuti rispetto al primo trimestre 2005 di circa il 36% (di cui circa il 29% dovuto allo stabilimento di Aveiro, della società Novagres).
- la ulteriore progressione dei costi energetici (energia elettrica e metano) per i quali il costo medio unitario è cresciuto di oltre il 30% rispetto al primo trimestre 2005. L'impatto negativo sul conto economico determinato dall'effetto-prezzo è stato quantificato in 1,6 milioni di Euro.

Risultati operativi

Il **marginale operativo lordo**, pari a **13,6 milioni di euro** evidenzia una crescita in valore assoluto rispetto al 2005, pari a 3,1 milioni di euro (**+ 29,9%**).

Il totale degli ammortamenti, delle svalutazione e degli accantonamenti pari a circa 4,0 milioni di Euro risultano in rialzo in valore assoluto, prevalentemente per effetto dell'inserimento della neo-acquisita Novagres.

Peraltro si rileva come, in termini relativi, il peso di tali costi risulta sostanzialmente allineato al primo trimestre 2005.

Il **marginale operativo netto** pertanto evidenzia una crescita significativa pari a 2,4 milioni di Euro (**+33,3%**)

Gli oneri e proventi finanziari riportano un saldo negativo di 0,9 milioni di Euro, mentre nello stesso periodo dell'anno precedente il saldo risultava positivo per 0,4 milioni di Euro.

Il passaggio da una gestione finanziaria positiva ad un risultato negativo è pienamente giustificata:

- dall'andamento del cambio Euro / Dollaro, che aveva determinato consistenti effetti positivi nel 2005.
- dall'incremento dell'indebitamento oneroso di Panariagroup, principalmente attribuibile all'acquisizione di Novagres, avvenuta nel Novembre 2005 e di Florida Tile, avvenuta nel Febbraio 2006; tali acquisizioni hanno comportato un esborso complessivo di circa 59 milioni di Euro..

L'**Utile al netto delle imposte stimate** è di 5,2 milioni di Euro, in crescita del **19,5 %** (+0,8 milioni di Euro) rispetto al primo trimestre 2005.

Analisi della situazione patrimoniale

Sintesi dello Stato Patrimoniale

(dati in migliaia di Euro)

	31/3/2006	31/12/2005
Capitale Circolante Netto	113.058	107.574
Attività immobilizzate	113.364	95.480
Attività / Passività oltre l'esercizio	(19.645)	(19.224)
CAPITALE INVESTITO NETTO	206.777	183.830
Posizione finanziaria netta	58.160	40.653
Patrimonio Netto	148.617	143.177
TOTALE FONTI	206.777	183.830

Capitale Circolante Netto

La crescita del Capitale Circolante Netto, pari a circa il 5% riflette la normale dinamica del primo trimestre, relativamente ai crediti commerciali ed al magazzino.

Attività immobilizzate

Il livello delle attività immobilizzate si è incrementato dall'inizio dell'anno di circa 17,9 milioni di Euro.

Tale incremento è dovuto prevalentemente alla operazione di acquisizione di Florida Tile: in particolare si riferisce per Euro 5,0 milioni al valore della Partecipazione in Florida Tile U.S. Participation Vehicle Inc. (sostanzialmente corrispondente al capitale sociale versato) e per 13,8 milioni di Euro ad un finanziamento erogato da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A: a Florida Tile Inc. per finanziare l'operazione di acquisizione degli asset precedentemente commentata.

Il livello degli investimenti in immobilizzazioni materiali è stato pari a circa 3,0 milioni di Euro, prevalentemente legati a costi sostenuti per il normale ciclo di sostituzione degli impianti, il mantenimento e il miglioramento dell'efficienza produttiva di tutti gli stabilimenti di Panariagroup.

Posizione Finanziaria Netta

Sintesi dei flussi finanziari

(valori in milioni di euro)

Posizione Finanziaria al 01/01/2006	(40,7)
Utile di periodo	5,2
Ammortamenti e accantonamenti	4,0
Autofinanziamento gestionale	9,1
Variazione del circolante netto	(5,5)
Distribuzione Dividendi	0,0
Investimenti	(3,0)
Effetto acquisizione Florida Tile	(18,8)
Altri movimenti	0,7
Posizione Finanziaria al 31/3/2006	(58,2)

La Posizione Finanziaria Netta registra un saldo negativo di 58,2 milioni di Euro, con una variazione negativa rispetto all'inizio dell'esercizio di circa 17,5 milioni di Euro, sostanzialmente dovuta ai flussi finanziari connessi alla acquisizione di Florida Tile, già citati nella sezione delle "Attività immobilizzate"

La Posizione Finanziaria Netta include USD 17,8 milioni di finanziamenti ottenuti nella valuta statunitense.

5. L'ACQUISIZIONE DI FLORIDA TILE

Nel corso del primo trimestre 2006, Panariagroup ha attuato una operazione di acquisizione negli USA, che si è concretizzata secondo le seguenti modalità:

- Costituzione della Holding USA denominata "Florida Tile U.S. Participation Vehicle Inc.", controllata al 100% da Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.
- Costituzione della società operativa denominata "Florida Tile Inc.", controllata al 100% da Florida Tile U.S. Participation Vehicle
- Acquisizione di asset per un valore complessivo di 22,5 milioni di dollari, da parte della società Florida Tile Inc.

Gli asset acquisiti si riferiscono a beni precedentemente di proprietà della società statunitense Florida Tile Industries Inc. , società specializzata nella produzione e distribuzione di materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti e presente sul mercato statunitense da oltre 50 anni.

In particolare, i principali asset del pacchetto acquisito comprendono:

- Il marchio Florida Tile
- Il polo logistico e la struttura produttiva, localizzate a Lawrenceburg – Kentucky
- La catena distributiva di 26 negozi, prevalentemente ubicati negli USA orientali
- L'attivo circolante (magazzino, crediti commerciali, debiti commerciali, attività e passività correnti).

Come precedentemente commentato, è ancora in corso l' analisi per la determinazione dei fair value delle attività e passività acquisite in relazione alla operazione di acquisizione di Florida Tile Inc. (avvenuta il 24 febbraio 2006), pertanto non essendo stata ancora definita la contabilizzazione della business combination, come richiesto dal principio contabile IFRS 3, le società incorporate non sono state incluse nell'area di consolidamento al 31 marzo 2006.

A fini informativi, si rileva che dal 25 febbraio 2006 al 31 marzo 2006, la nuova società Florida Tile Inc., ha realizzato un fatturato di oltre 10 milioni di dollari, in linea con le aspettative.

Si rileva inoltre che a fine trimestre 2006 l'indebitamento oneroso della società statunitense fa riferimento esclusivamente al finanziamento ricevuto da Panariagroup.

6. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

La gestione per i prossimi mesi sarà orientata al proseguimento delle strategie commerciali e produttive che hanno permesso di conseguire brillanti risultati nel primo trimestre, e sarà particolarmente focalizzata al processo di completamento dell'integrazione di Novagres e alla gestione strategica della neo-acquisita Florida Tile.

7. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

Non si sono verificati eventi di rilievo nel periodo successivo alla chiusura del trimestre.