



**Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.**

**RELAZIONE TRIMESTRALE  
AL 30 SETTEMBRE 2006**



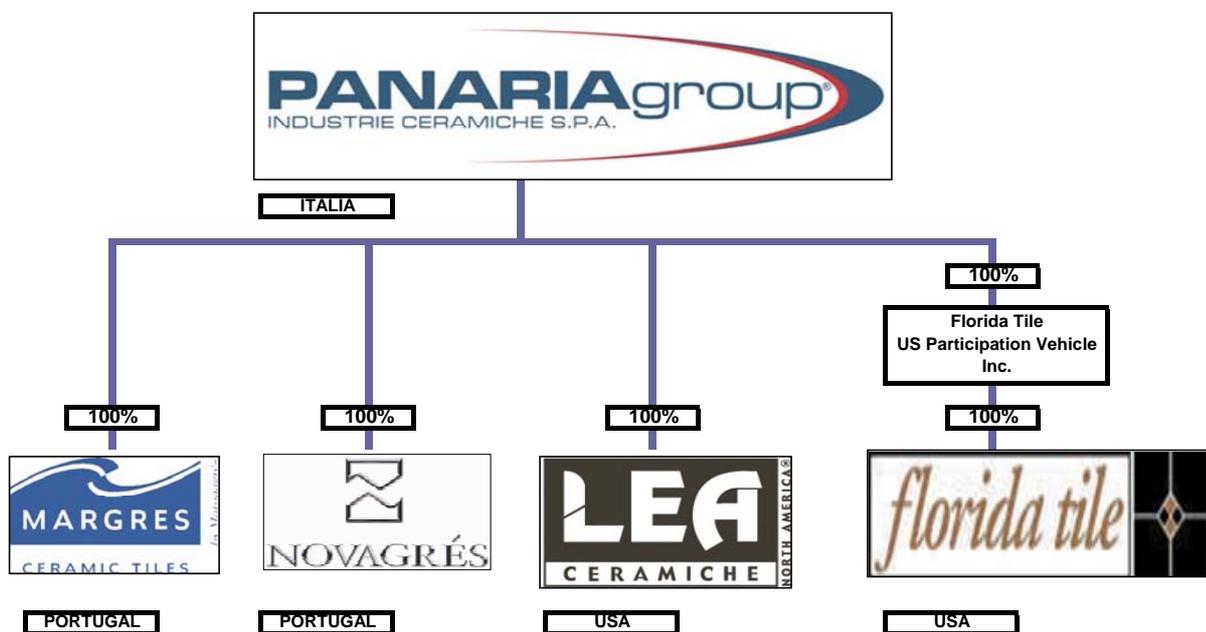
Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.  
Via Panaria Bassa 22/A  
41034 Finale Emilia (MO)  
Codice fiscale, Partita IVA: 01865640369  
[www.panariagroup.it](http://www.panariagroup.it)

## **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 al 30/9/2006 suddiviso per Trimestri**
  - 3.2 Conto Economico – Confronto 30/9/2006 e 30/9/2005**
  - 3.3 Conto Economico – Confronto III trimestre 2006 e 2005**
  - 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. AGGIORNAMENTO FLORIDA TILE**
  
- 6. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE**
  
- 7. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE**

## 1. STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo al 30 Settembre 2006, risulta essere la seguente:



La Capogruppo è **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.**, con sede in Finale Emilia, Modena (Italia), 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.

**Maronagrès – 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 tecnico e smaltato ed è focalizzata sul mercato portoghese. Le linee di prodotto di Maronagrès sono commercializzate con il marchio Margres.

**Novagrès – 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 di grandi dimensioni e nel grès porcellanato smaltato 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 unicamente la partecipazione in Florida Tile Inc. e non è operativa.

**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.

## 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 <sup>(*)</sup>	Amministratore	Parma, 20/10/1964
Alessandro Iori <sup>(*)</sup>	Amministratore	Reggio Emilia, 15/6/1943
Paolo Onofri <sup>(*)</sup>	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

Progressivo al 30/9/2006 per Trimestre (\*)

(dati in migliaia di Euro)

CONTO ECONOMICO	30/9/2006	%	I trim	%	II trim	%	III trim	%
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>265.404</b>	<b>94,1%</b>	<b>84.126</b>	<b>94,5%</b>	<b>98.224</b>	<b>93,2%</b>	<b>83.054</b>	<b>94,9%</b>
Variazione delle rimanenze PF	11.686	4,1%	4.022	4,5%	4.938	4,7%	2.726	3,1%
Incrementi di immobilizzazioni	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Altri ricavi	4.936	1,8%	890	1,0%	2.277	2,2%	1.769	2,0%
<b>Valore della produzione</b>	<b>282.026</b>	<b>100,0%</b>	<b>89.038</b>	<b>100,0%</b>	<b>105.439</b>	<b>100,0%</b>	<b>87.549</b>	<b>100,0%</b>
Costi per materie prime	(83.947)	-29,8%	(25.743)	-28,9%	(30.805)	-29,2%	(27.399)	-31,3%
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(105.399)	-37,4%	(33.559)	-37,7%	(38.364)	-36,4%	(33.476)	-38,2%
Costo del personale	(51.407)	-18,2%	(15.472)	-17,4%	(18.477)	-17,5%	(17.458)	-19,9%
Variazione delle rimanenze MP	396	0,1%	349	0,4%	(344)	-0,3%	391	0,4%
Oneri diversi di gestione	(2.837)	-1,0%	(884)	-1,0%	(1.407)	-1,3%	(546)	-0,6%
<b>Costi della produzione</b>	<b>(243.194)</b>	<b>-86,2%</b>	<b>(75.309)</b>	<b>-84,6%</b>	<b>(89.397)</b>	<b>-84,8%</b>	<b>(78.488)</b>	<b>-89,7%</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>38.832</b>	<b>13,8%</b>	<b>13.729</b>	<b>15,4%</b>	<b>16.042</b>	<b>15,2%</b>	<b>9.061</b>	<b>10,3%</b>
Ammortamenti	(11.997)	-4,3%	(3.793)	-4,3%	(4.102)	-3,9%	(4.102)	-4,7%
Accantonamenti e svalutazioni	(1.522)	-0,5%	(349)	-0,4%	(712)	-0,7%	(461)	-0,5%
<b>Margine operativo netto</b>	<b>25.313</b>	<b>9,0%</b>	<b>9.587</b>	<b>10,8%</b>	<b>11.228</b>	<b>10,6%</b>	<b>4.498</b>	<b>5,1%</b>
Proventi e oneri finanziari	(2.620)	-0,9%	(761)	-0,9%	(704)	-0,7%	(1.155)	-1,3%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>22.693</b>	<b>8,0%</b>	<b>8.826</b>	<b>9,9%</b>	<b>10.524</b>	<b>10,0%</b>	<b>3.343</b>	<b>3,8%</b>
Imposte e tasse stimate	(7.143)	-2,5%	(3.590)	-4,0%	(2.264)	-2,1%	(1.289)	-1,5%
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>15.550</b>	<b>5,5%</b>	<b>5.236</b>	<b>5,9%</b>	<b>8.260</b>	<b>7,8%</b>	<b>2.054</b>	<b>2,3%</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>29.069</b>	<b>10,3%</b>	<b>9.378</b>	<b>10,5%</b>	<b>13.074</b>	<b>12,4%</b>	<b>6.617</b>	<b>7,6%</b>

(\*) Il primo trimestre 2006, include un solo mese di attività di Florida Tile in quanto acquisita in data 26/02/2006.

### 3.2 Conto Economico

Confronto 30 settembre 2006 – 30 settembre 2005 (\*)

(dati in migliaia di Euro)

<b>PROGRESSIVO</b>	<b>30/9/2006</b>	<b>%</b>	<b>30/9/2005</b>	<b>%</b>	<b>variaz.</b>
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>265.404</b>	<b>94,11%</b>	<b>180.235</b>	<b>93,79%</b>	<b>85.169</b>
Variazione delle rimanenze PF	11.686	4,14%	10.885	5,66%	801
Incrementi di immobilizzazioni	0	0,00%	5	0,00%	(5)
Altri ricavi	4.936	1,75%	1.041	0,54%	3.895
<b>Valore della produzione</b>	<b>282.026</b>	<b>100,00%</b>	<b>192.166</b>	<b>100,00%</b>	<b>89.860</b>
Costi per materie prime	(83.947)	-29,77%	(51.504)	-26,80%	(32.443)
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(105.399)	-37,37%	(74.463)	-38,75%	(30.936)
Costo del personale	(51.407)	-18,23%	(32.429)	-16,88%	(18.978)
Variazione delle rimanenze MP	396	0,14%	278	0,14%	118
Oneri diversi di gestione	(2.837)	-1,01%	(2.261)	-1,18%	(576)
<b>Costi della produzione</b>	<b>(243.194)</b>	<b>-86,23%</b>	<b>(160.379)</b>	<b>-83,46%</b>	<b>(82.815)</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>38.832</b>	<b>13,77%</b>	<b>31.787</b>	<b>16,54%</b>	<b>7.045</b>
Ammortamenti	(11.997)	-4,25%	(8.711)	-4,53%	(3.286)
Accantonamenti e svalutazioni	(1.522)	-0,54%	(1.116)	-0,58%	(406)
<b>Margine operativo netto</b>	<b>25.313</b>	<b>8,98%</b>	<b>21.960</b>	<b>11,43%</b>	<b>3.353</b>
Proventi e oneri finanziari	(2.620)	-0,93%	1.223	0,64%	(3.843)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>22.693</b>	<b>8,05%</b>	<b>23.183</b>	<b>12,06%</b>	<b>(490)</b>
Imposte e tasse stimate	(7.143)	-2,53%	(9.628)	-5,01%	2.485
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>15.550</b>	<b>5,51%</b>	<b>13.555</b>	<b>7,05%</b>	<b>1.995</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>29.069</b>	<b>10,3%</b>	<b>23.382</b>	<b>12,2%</b>	<b>5.687</b>

(\*) L'area di consolidamento al 30/09/2005 non include Novagres e Florida Tile acquisite rispettivamente il 30/11/2005 e il 26/02/2006.

### 3.3 Conto Economico

Confronto Terzo Trimestre 2006 - Terzo Trimestre 2005 (\*)

(dati in migliaia di Euro)

TRIMESTRALE	III trim 06	%	III trim 05	%	variaz.
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>83.054</b>	<b>94,87%</b>	<b>55.984</b>	<b>96,43%</b>	<b>27.070</b>
Variazione delle rimanenze PF	2.726	3,11%	1.740	3,00%	986
Incrementi di immobilizzazioni	0	0,00%	5	0,01%	(5)
Altri ricavi	1.769	2,02%	327	0,56%	1.442
<b>Valore della produzione</b>	<b>87.549</b>	<b>100,00%</b>	<b>58.056</b>	<b>100,00%</b>	<b>29.493</b>
Costi per materie prime	(27.399)	-31,30%	(15.213)	-26,20%	(12.186)
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(33.476)	-38,24%	(23.433)	-40,36%	(10.043)
Costo del personale	(17.458)	-19,94%	(9.843)	-16,95%	(7.615)
Variazione delle rimanenze MP	391	0,45%	(33)	-0,06%	424
Oneri diversi di gestione	(546)	-0,62%	(807)	-1,39%	261
<b>Costi della produzione</b>	<b>(78.488)</b>	<b>-89,65%</b>	<b>(49.329)</b>	<b>-84,97%</b>	<b>(29.159)</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>9.061</b>	<b>10,35%</b>	<b>8.727</b>	<b>15,03%</b>	<b>334</b>
Ammortamenti	(4.102)	-4,69%	(2.964)	-5,11%	(1.138)
Accantonamenti e svalutazioni	(461)	-0,53%	(387)	-0,67%	(74)
<b>Margine operativo netto</b>	<b>4.498</b>	<b>5,14%</b>	<b>5.376</b>	<b>9,26%</b>	<b>(878)</b>
Proventi e oneri finanziari	(1.155)	-1,32%	164	0,28%	(1.319)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>3.343</b>	<b>3,82%</b>	<b>5.540</b>	<b>9,54%</b>	<b>(2.197)</b>
Imposte e tasse stimate	(1.289)	-1,47%	(2.331)	-4,02%	1.042
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>2.054</b>	<b>2,35%</b>	<b>3.209</b>	<b>5,53%</b>	<b>(1.155)</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>6.617</b>	<b>2,3%</b>	<b>6.560</b>	<b>3,4%</b>	<b>57</b>

(\*) Il terzo trimestre 2005 non include Novagres e Florida Tile acquisite rispettivamente il 30/11/2005 e il 26/02/2006.

### 3.4 Stato Patrimoniale Consolidato Riclassificato (dati in migliaia di Euro)

	30/9/2006	30/6/2006	31/12/2005
Rimanenze	131.479	128.970	101.364
Crediti verso clienti	108.296	121.021	94.177
Altre attività correnti	3.500	3.739	2.817
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>	<b>243.275</b>	<b>253.730</b>	<b>198.358</b>
Debiti verso fornitori	(72.041)	(78.830)	(61.323)
Altre passività correnti	(38.310)	(40.794)	(29.461)
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>(110.351)</b>	<b>(119.624)</b>	<b>(90.784)</b>
<b>CAPITALE CIRCOLANTE NETTO</b>	<b>132.924</b>	<b>134.106</b>	<b>107.574</b>
Avviamento	12.089	12.089	12.089
Immobilizzazioni immateriali	2.485	2.543	551
Immobilizzazioni materiali	87.445	86.221	82.836
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	4	4	4
<b>ATTIVITA' IMMOBILIZZATE</b>	<b>102.023</b>	<b>100.857</b>	<b>95.480</b>
Crediti esigibili oltre l'esercizio successivo	2.367	2.510	207
Fondo trattamento di fine rapporto subordinato	(7.418)	(7.223)	(6.835)
Fondi per rischi ed oneri e fondo imposte differite	(9.721)	(9.086)	(10.239)
Altre passività esigibili oltre l'esercizio	(4.932)	(5.454)	(2.357)
<b>ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO</b>	<b>(19.704)</b>	<b>(19.253)</b>	<b>(19.224)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>215.243</b>	<b>215.710</b>	<b>183.830</b>
Attività finanziarie a breve termine	(7.912)	(7.015)	(4.221)
Indebitamento finanziario a breve termine	49.825	51.332	40.503
<b>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO A BREVE TERMINE</b>	<b>41.913</b>	<b>44.317</b>	<b>36.282</b>
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	24.045	23.946	4.371
<b>POSIZIONE FINANZIARIA NETTA</b>	<b>65.958</b>	<b>68.263</b>	<b>40.653</b>
Patrimonio netto di Gruppo	149.285	147.447	143.177
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>149.285</b>	<b>147.447</b>	<b>143.177</b>
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>215.243</b>	<b>215.710</b>	<b>183.830</b>

### 3.5 Posizione Finanziaria Netta Consolidata (dati in migliaia di Euro)

	30/09/2006	30/06/2006	31/12/2005
Titoli	-	-	-
Disponibilità liquide	(7.912)	(7.015)	(4.221)
<b>Attività finanziarie a breve termine</b>	<b>(7.912)</b>	<b>(7.015)</b>	<b>(4.221)</b>
Debiti verso banche	48.541	49.911	39.249
Debiti finanziari verso imprese controllanti	-	-	-
Debiti verso altri finanziatori	1.284	1.421	1.254
<b>Indebitamento finanziario a breve termine</b>	<b>49.825</b>	<b>51.332</b>	<b>40.503</b>
Debiti verso banche	22.112	21.586	1.818
Debiti verso altri finanziatori	1.933	2.360	2.553
Debiti verso obbligazionisti	-	-	-
<b>Indebitamento finanziario a medio-lungo termine</b>	<b>24.045</b>	<b>23.946</b>	<b>4.371</b>
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>65.958</b>	<b>68.263</b>	<b>40.653</b>

## **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.

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. I principi contabili adottati per la redazione della presente relazione trimestrale non differiscono da quelli applicati a partire dalla data di adozione degli IFRS.

Inoltre, nella presente relazione trimestrale non sono presenti nei dati contabili stime diverse da quelle normalmente utilizzate per la redazione del bilancio annuale.

La Relazione non è stata 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
- **Maronagres Comercio e Industria Ceramica S.A.**, controllata al 100%
- **Lea North America Inc.**, controllata al 100%
- **Novagrês Industria de Cerâmica S.A.**, controllata al 100%
- **Florida Tile U.S. Participation Vehicle Inc.**, controllata al 100%
- **Florida Tile Inc.** controllata al 100%

Tutte le società controllate sono consolidate con il metodo della integrazione globale.

L'area di consolidamento è mutata rispetto al 31 dicembre 2005, in particolare, nel corso del primo trimestre 2006 (fine febbraio), Panariagroup ha attuato un'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 erano precedentemente in capo alla società statunitense *Florida Tile Industries Inc.*, società specializzata nella produzione e distribuzione di materiale ceramico per pavimenti e rivestimenti e presente sul mercato USA da oltre 50 anni.

Si rileva inoltre che la società Novagres Industria de Ceramica S.A. è stata consolidata a partire dalla data di acquisizione, avvenuta il 30 novembre 2005, pertanto i dati dei primi 9 mesi del 2005 non includono tale società, mentre i dati dei primi 9 mesi del 2006 la includono integralmente.

Nei successivi paragrafi, ove ritenuto significativo, sono evidenziati i principali impatti derivanti dalle sopracitate variazioni nella area di consolidamento.

#### 4.3 Commenti sull'andamento gestionale

##### Analisi dell'andamento economico

##### **Sintesi del Conto economico – DATI AL 30 SETTEMBRE 2006**

*(dati in migliaia di Euro)*

	30/9/2006	%	30/9/2005	%	var. €	var. %
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>265.404</b>	<b>94,11%</b>	<b>180.235</b>	<b>93,79%</b>	<b>85.169</b>	<b>47,3%</b>
<b>Valore della produzione</b>	<b>282.026</b>	<b>100,00%</b>	<b>192.166</b>	<b>100,00%</b>	<b>89.860</b>	<b>46,8%</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>38.832</b>	<b>13,77%</b>	<b>31.787</b>	<b>16,54%</b>	<b>7.045</b>	<b>22,2%</b>
<b>Margine operativo netto</b>	<b>25.313</b>	<b>8,98%</b>	<b>21.960</b>	<b>11,43%</b>	<b>3.353</b>	<b>15,3%</b>
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>22.693</b>	<b>8,05%</b>	<b>23.183</b>	<b>12,06%</b>	<b>(490)</b>	<b>-2,1%</b>
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>15.550</b>	<b>5,51%</b>	<b>13.555</b>	<b>7,05%</b>	<b>1.995</b>	<b>14,7%</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>29.069</b>	<b>10,31%</b>	<b>23.382</b>	<b>12,17%</b>	<b>5.687</b>	<b>24,3%</b>

L'andamento dei 9 mesi evidenzia risultati positivi rispetto allo stesso periodo del 2005:

- **I ricavi netti delle vendite** consolidati sono stati pari a **265,4 milioni di Euro**, con una crescita del **47,3%**.
- Il **marginale operativo lordo**, pari a **38,8 milioni di euro** e il **marginale operativo netto**, pari a **25,3 milioni di euro** evidenziano entrambi una crescita rispetto al 2005, rispettivamente **+22,2%** e **+ 15,3 %**.
- **L'utile netto consolidato è di 15,5 milioni di Euro**, in crescita del **14,7 %** (+2,0 milioni di Euro) .

## Ricavi

I **Ricavi netti di vendita** hanno registrato una crescita complessiva del **47,3%**, passando da 180,2 milioni di Euro realizzati al 30 settembre 2005 a 265,4 milioni di Euro al 30 settembre 2006 (+ 85,2 milioni di Euro); tale variazione del fatturato è riconducibile al consolidamento di Novagres e Florida Tile e alla crescita organica di Panariagroup, pari a 9,1 milioni di Euro (**+ 5,0%**). Nel terzo trimestre tale crescita è risultata meno forte rispetto ai primi due trimestri dell' anno.

### Principali mercati di riferimento

A seguito dell'ingresso delle acquisizioni di Florida Tile e Novagres, la strategia di presidio commerciale acquisisce una nuova fisionomia, passando ad una più marcata internazionalizzazione con la configurazione di tre principali poli di riferimento: il mercato italiano, il mercato europeo ed il mercato USA.

Il nuovo assetto conferisce a Panariagroup un maggiore equilibrio, garantendo una più accentuata diversificazione del rischio su aree geografiche differenti ed una maggiore focalizzazione sui mercati con maggiori potenzialità di sviluppo per la fascia alta e di lusso.

Il principale riferimento di Panariagroup rimane il **mercato italiano**, la cui incidenza sul totale dei ricavi, passa da circa il 42% al 30%, esclusivamente per l'effetto di diluizione generato dalle acquisizioni effettuate. Peraltro resta da sottolineare come tutti i marchi italiani di Panariagroup siano cresciuti su questo mercato, realizzando complessivamente un incremento delle vendite del 3,7%.

Il mercato **USA**, con l'acquisizione strategica di Florida Tile, assume un peso particolarmente rilevante, raggiungendo circa il 25% del fatturato complessivo.

La crescita ottenuta sul mercato USA (ricavi lordi da 17,6 a 67,9 milioni di Euro) è dovuta prevalentemente all'acquisizione di Florida Tile.

Sui **mercati europei**, si registra una crescita soddisfacente sia considerando il dato complessivo (+ 39,2 %), sia il dato a parità di perimetro di consolidamento (+5,8 %); tale risultato deriva da buone performances realizzate su tutti i principali Paesi (Portogallo, Francia, Germania, Belgio e Olanda), come evidenziato nelle tabelle sottostanti.

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>rk</i>	<i>Nazione</i>	<i>30/09/2006</i>	<i>30/09/2005</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
1	ITALIA	82.610	78.000	4.610	5,9%
2	STATI UNITI AMERICA	67.931	17.562	50.369	286,8%
3	PORTOGALLO	27.505	11.749	15.756	134,1%
4	FRANCIA	22.350	14.372	7.978	55,5%
5	BELGIO	13.816	12.310	1.506	12,2%
6	GERMANIA	12.837	10.447	2.390	22,9%
7	OLANDA	10.361	8.821	1.540	17,5%
8	SVIZZERA	3.406	3.291	115	3,5%
9	GRAN BRETAGNA	3.338	2.658	680	25,6%
10	GRECIA	2.730	2.493	237	9,5%
	ALTRE	23.929	21.880	2.049	9,4%
	<b>TOTALE</b>	<b>270.813</b>	<b>183.583</b>	<b>87.230</b>	<b>47,5%</b>

La tabella: a) non include le vendite di Novagres e Florida Tile del 2005;  
b) include le vendite di Novagres del 2006  
c) include le vendite di Florida Tile del 2006 a partire dalla data di acquisizione

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

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

(valori in migliaia di euro)

<i>Nazione</i>	<i>30/09/2006</i>	<i>30/09/2005</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
1 ITALIA	80.913	78.000	2.913	3,7%
2 STATI UNITI AMERICA	18.048	17.562	486	2,8%
3 FRANCIA	15.148	14.372	776	5,4%
4 PORTOGALLO	13.286	11.749	1.537	13,1%
5 BELGIO	13.123	12.310	813	6,6%
6 GERMANIA	11.827	10.447	1.380	13,2%
7 OLANDA	9.768	8.821	947	10,7%
8 SVIZZERA	3.154	3.291	(137)	-4,2%
9 GRECIA	2.511	2.493	18	0,7%
10 GRAN BRETAGNA	2.645	2.658	(13)	-0,5%
ALTRE	22.296	21.880	416	1,9%
<b>TOTALE</b>	<b>192.719</b>	<b>183.583</b>	<b>9.136</b>	<b>5,0%</b>

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

Oltre ai già citati andamenti sul mercato italiano e statunitense, sono da rimarcare i risultati realizzati in **Portogallo**, che rappresenta il primo mercato europeo di Panariagroup: grazie alla crescita di Margres sul mercato interno (circa il 15%) e alla acquisizione di Novagres, i ricavi lordi su tale area passano da 11,7 a 27,5 milioni di Euro.

Con i marchi Margres e Novagres, Panariagroup è il primo operatore del settore ceramico portoghese.

Aumenta il presidio sul **mercato francese**, grazie anche al consistente apporto di Novagres; particolarmente significative le crescite di **Germania, Olanda e Belgio**, nei quali i prodotti di Panariagroup si confermano come particolarmente apprezzati.

I risultati conseguiti dai 7 marchi commercializzati da Panariagroup sono così sintetizzabili:

- Il marchio **Panaria** realizza una crescita del **2%**: le aree contraddistinte dalle migliori performance positive sono l'Italia e il mercato nord-americano
- Il marchio **Lea** registra un incremento del volume di affari pari al **2 %**: i mercati con maggiore crescita sono stati quelli europei (Germania, Belgio, Olanda)
- Il marchio **Cotto d'Este** registra uno sviluppo consistente, pari al **(+10,6%)**, con dinamiche molto positive sia sui mercati europei, che sul mercato italiano
- Il marchio **Fiordo** registra una lieve crescita ( **+ 1%** ) rispetto all'anno precedente: i mercati a maggiore tasso di crescita sono stati Germania e Italia.
- Il marchio **Margres** conferma elevati livelli di crescita, **(+14,9%)**; il successo delle nuove linee di prodotto associate ad una efficace strategia di valorizzazione del brand hanno trovato riscontro su tutti i mercati.
- La neo-acquisita **Novagres**, il cui fatturato è consolidato solo nei 9 mesi 2006 si attesta su livelli allineati all'esercizio precedente; un dato positivo, considerando che il 2006 rappresenta il primo anno di gestione del marchio da parte di Panariagroup
- Il marchio **Florida Tile** ha realizzato dalla data di acquisizione (26 febbraio 2006) al 30 settembre 2006 un fatturato complessivo pari a 62,1 milioni di dollari, interamente sul mercato USA.

Le tipologie di prodotto commercializzate dal Gruppo sono il grés porcellanato (il *core business* di Panariagroup), il rivestimento a pasta bianca e il pavimento in monocottura (di esclusiva pertinenza del marchio Florida Tile). Il marchio Florida Tile commercializza inoltre materiale non ceramico.

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>30/09/2006</i>	<i>30/09/2005</i>	<i>var.</i>
Gres porcellanato	202.069	176.794	25.275
%	<b>74,6%</b>	<b>96,3%</b>	
Rivestimento a pasta bianca	44.080	6.055	38.025
%	<b>16,3%</b>	<b>3,3%</b>	
Pavimento in monocottura	12.144	734	11.410
%	<b>4,5%</b>	<b>0,4%</b>	
Materiale non ceramico	12.521	-	12.521
%	<b>4,6%</b>	<b>0,0%</b>	
<b>Totale</b>	<b>270.813</b>	<b>183.583</b>	<b>87.230</b>

Le principali variazioni intercorse nel periodo riflettono l'inclusione dei due nuovi marchi nel perimetro di consolidamento di Panariagroup.

La crescita nel gres porcellanato riflette la crescita dei marchi storici del Gruppo, ormai prevalentemente orientati verso questa tipologia, e in misura parziale anche il consolidamento di Novagres e di Florida Tile.

Il rilevante incremento conseguito nel segmento del "Rivestimento a pasta bianca", è dovuto sia al brand Florida Tile, sia al brand Novagres, altamente specializzato nella produzione di rivestimenti di elevato contenuto tecnologico ed estetico.

Le attese sinergie su tale segmento derivanti dalla estensione del know-how di Novagres ai marchi italiani, si sono avviate con la realizzazione di alcune linee di prodotto per i marchi Panaria e Lea e presentate in occasione della Fiera del Cersaie tenutasi a fine Settembre 2006.

La crescita nel segmento "Pavimento in monocottura" è dovuta esclusivamente alla inclusione di Florida Tile nell'area di consolidamento.

Il "materiale non ceramico" si riferisce a prodotti commercializzati da Florida Tile, a corredo delle vendite di piastrelle in ceramica: in particolare materiale di posa e pietre naturali.

Per l'ultimo trimestre 2006, non si prevedono significativi impatti sulla struttura merceologica delle vendite; i più importanti interventi riguardano la graduale conversione delle linee di prodotto di pavimento in Florida Tile a gres porcellanato, oltre agli effetti delle sopra-citate sinergie inerenti i rivestimenti in pasta bianca.

## Costi operativi

I **costi operativi** del 2006 ammontano a 243,2 milioni di Euro, in crescita rispetto ai primi 9 mesi dell'anno precedente di 82,8 milioni di Euro; tale variazione riflette principalmente le seguenti dinamiche:

- l'ampliamento dell'area di consolidamento, con l'inclusione di Novagres e Florida Tile;
- la ulteriore progressione dei costi energetici (energia elettrica e metano) per i quali il costo medio unitario è cresciuto di circa il 32% rispetto al 30 settembre 2005. L'impatto negativo sul conto economico determinato dall'effetto-prezzo a parità di consumi energetici è stato quantificato in 4,3 milioni di Euro.

## Risultati operativi

Il **marginale operativo lordo**, pari a **38,8 milioni di euro** evidenzia una crescita in valore assoluto rispetto al 2005, pari a 7,0 milioni di euro ( **+ 22,2 %**).

Il calo dell'incidenza percentuale del margine operativo lordo rispetto al Valore della Produzione è imputabile principalmente all'effetto diluitivo derivante dall'inserimento nell'area di consolidamento di Florida Tile, che, a fronte di un fatturato significativo, ha conseguito un margine operativo lordo negativo e in parte alla minor crescita del volume di affari registrato nell'ultimo trimestre dalle altre società del Gruppo.

Il calo di marginalità della neo-acquisita Florida Tile rispetto al trimestre precedente è principalmente dovuto al programmato rallentamento della produzione dello stabilimento di Shannon e all'inizio del piano di riorganizzazione produttiva di Lawrenceburg.

Il totale degli ammortamenti, delle svalutazioni e degli accantonamenti si mantiene, in termini relativi, allineato al 30 settembre 2005.

Il **marginale operativo netto** pertanto evidenzia una crescita pari a 3,4 milioni di Euro (**+15,3%**)

Gli oneri e proventi finanziari riportano un saldo negativo di 2,6 milioni di Euro, mentre nello stesso periodo dell'anno precedente il saldo risultava positivo per 1,2 milioni di Euro.

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

- dall'andamento del cambio Euro / Dollaro, che aveva determinato consistenti effetti positivi al 30 settembre 2005, pari a 2,0 milioni di Euro.
- 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.

Le imposte e tasse stimate si riducono di circa 2,5 milioni di Euro: il *tax rate* (incidenza delle imposte sul risultato ante-imposte) passa pertanto da 41,5% a 31,5%.

Il calo delle imposte è prevalentemente dovuto all'utilizzo da parte di Panariagroup del cosiddetto "riallineamento dei valori" degli ammortamenti anticipati, previsto dalla Legge Finanziaria 2005.

I vantaggi fiscali derivanti da questa operazione hanno consentito l'iscrizione di un provento per circa 1,8 milioni di Euro, iscritto a riduzione della voce "Imposte e tasse stimate".

L'**Utile al netto delle imposte stimate** è di 15,5 milioni di Euro, in crescita del **14,7 %** (+2,0 milioni di Euro) rispetto a settembre 2005.

## **Analisi della situazione patrimoniale**

### ***Sintesi dello Stato Patrimoniale***

***(dati in migliaia di Euro)***

	<b>30/9/2006</b>	<b>30/6/2006</b>	<b>31/12/2005</b>
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>132.924</b>	<b>134.106</b>	<b>107.574</b>
<b>Attività immobilizzate</b>	<b>102.023</b>	<b>100.857</b>	<b>95.480</b>
<b>Attività / Passività oltre l'esercizio</b>	<b>(19.704)</b>	<b>(19.253)</b>	<b>(19.224)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>215.243</b>	<b>215.710</b>	<b>183.830</b>
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>65.958</b>	<b>68.263</b>	<b>40.653</b>
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>149.285</b>	<b>147.447</b>	<b>143.177</b>
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>215.243</b>	<b>215.710</b>	<b>183.830</b>

### **Capitale Circolante Netto**

La crescita del Capitale Circolante Netto dall'inizio dell'anno, pari a Euro 25,3 milioni riflette il consolidamento di Florida Tile e l'incremento del volume di affari di Panariagroup; rispetto al primo semestre si evidenzia un sostanziale allineamento.

### Attività immobilizzate

Il livello delle attività immobilizzate si è incrementato dall'inizio dell'anno di circa 6,5 milioni di Euro.

Tale incremento è dovuto:

- All'acquisizione di Florida Tile: in particolare il valore delle attività immobilizzate acquisite è stato pari a circa 6,8 milioni di Euro.
- Agli investimenti netti del periodo, pari a 11,6 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;
- Agli ammortamenti del periodo, pari a 12,0 milioni di Euro.

### Posizione Finanziaria Netta

#### Sintesi dei flussi finanziari

(valori in migliaia di Euro)

30/9/2006

<b>Posizione Finanziaria - saldo iniziale</b>	<b>(40.653)</b>
Utile di periodo	15.550
Ammortamenti	11.997
Variazione netta altri fondi	768
<b>Autofinanziamento gestionale</b>	<b>28.315</b>
Variazione del circolante netto	(14.178)
Distribuzione Dividendi	(8.608)
Investimenti netti	(11.707)
Effetto finanziario acquisizioni	(18.290)
Altri movimenti	(837)
<b>Posizione Finanziaria - saldo finale</b>	<b>(65.958)</b>

La Posizione Finanziaria Netta registra un saldo negativo di 66,0 milioni di Euro, con una variazione negativa rispetto all'inizio dell'esercizio di circa 25,3 milioni di Euro.

La variazione negativa è sostanzialmente dovuta ai flussi finanziari connessi alla acquisizione di Florida Tile (che ha comportato un assorbimento di risorse finanziarie di Euro 18,3 milioni) e alla distribuzione dei dividendi effettuata nel secondo trimestre 2006 (pari a 8,6 milioni).

## 5. AGGIORNAMENTO FLORIDA TILE

Come programmato, ha preso avvio l'attuazione dei progetti di riorganizzazione industriale di Florida Tile. In particolare, risultano rispettati gli obiettivi prefissati per la definizione della nuova struttura industriale: alla data attuale sono già stati sottoscritti i contratti per la fornitura degli impianti per l'installazione di una prima linea di gres porcellanato nello stabilimento di Lawrenceburg e sono stati pianificati gli interventi per il montaggio.

L'investimento è pari a circa 11 milioni di dollari; le opere edili necessarie sono già in corso, mentre l'inizio dell'installazione degli impianti è fissato per Gennaio 2007, con una previsione di partenza della linea entro giugno 2007.

L'elevato grado tecnologico della linea produttiva attualmente in via di implementazione permetterà come primo effetto di raddoppiare i volumi prodotti nel sito di Lawrenceburg.

Tale maggiore efficienza, unita a numerosi interventi di razionalizzazione dei reparti produttivi, e dell'approvvigionamento delle materie prime, permetterà un abbattimento significativo del costo medio del prodotto.

L'inserimento di una linea di produzione di gres porcellanato rappresenta un elemento fondamentale per lo sviluppo di Florida Tile: le tendenze riscontrate nel settore, anche sul mercato statunitense, confermano il calo deciso dei prodotti in monocottura rossa proprio a favore del più pregiato porcellanato.

Questa tendenza di fondo, unita alle maggiori certezze connesse ai tempi di partenza dei nuovi impianti ha determinato la scelta di anticipare la conversione di alcune importanti linee di prodotto a gres porcellanato, caratterizzato da prezzi medi più elevati e da una maggiore redditività.

Al fine di rendere possibile in tempi brevi la conversione, le decisioni assunte sono:

- **anticipo della fermata dello stabilimento di Shannon** dedicato alla produzione di pavimenti in monocottura rossa nel mese di **Gennaio 2007** (la fermata era prevista originariamente entro l'estate 2007); lo stabilimento è utilizzato in virtù di un contratto di locazione con scadenza entro la fine del 2007;
- **anticipazione della produzione delle linee di prodotto convertite in gres porcellanato negli stabilimenti italiani di Panariagroup**, in attesa del loro trasferimento definitivo sulla nuova linea in USA; tale attività è già iniziata nel corso del terzo trimestre 2006.

Questa profonda riorganizzazione nell'arco di pochi mesi potrà produrre temporanee inefficienze connesse alla ristrutturazione dello stabilimento di Lawrenceburg (che in corrispondenza ai lavori di ristrutturazione ha temporaneamente ridotto la capacità produttiva), alla programmata fermata dello stabilimento di Shannon, e in relazione alle linee temporaneamente prodotte negli stabilimenti italiani, aventi un costo più elevato rispetto a quello previsto nel nuovo impianto negli USA, in quanto gravato da costi di trasporto e dazio.

Peraltro, si ritiene che l'accelerazione di questi processi e la definizione più celere di un nuovo assetto industriale efficiente, rappresentino le solide basi per garantire una graduale crescita della redditività di Florida Tile.

## **6. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE**

Nei prossimi mesi la gestione sarà particolarmente focalizzata nei rilevanti progetti di riorganizzazione di Florida Tile, considerati la priorità strategica di Panariagroup e al completamento del processo di integrazione di Novagres.

## **7. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE**

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