

**PANARIA**group®  
INDUSTRIE CERAMICHE S.P.A.

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

**RELAZIONE TRIMESTRALE  
AL 31 MARZO 2007**



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 – Confronto 31/3/2007 e 31/3/2006**
  - 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. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE**
- 6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE**

## 1. STRUTTURA DEL GRUPPO

La struttura del Gruppo al 31 Marzo 2007, risulta essere la seguente:



La Capogruppo è **Panariagroup Industrie Ceramiche S.p.A.** , 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 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.

**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 Novagres, entrambi orientati ai principali mercati europei.

**Panariagroup USA Inc.** , con sede in Delaware, USA, capitale pari a USD 34.500.000, 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. e in Lea North America LLC.

**Florida Tile Inc.** con sede nel Delaware, USA, capitale pari a USD 6.000.000, 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.

L'assetto del Gruppo è invariato rispetto al 31 dicembre 2006; va peraltro rimarcato che i dati al 31 marzo 2006 riflettono un solo mese di attività di Panariagroup USA e Florida Tile Inc. , in quanto costituite a fine febbraio 2006, mentre i dati al 31 marzo 2007 includono i risultati di tali società nella loro interezza.

## 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

Confronto 31 marzo 2007 – 31 marzo 2006 (\*)

(dati in migliaia di Euro)

<b>PROGRESSIVO</b>	<b>31/3/2007</b>	<b>%</b>	<b>31/3/2006</b>	<b>%</b>	<b>variaz.</b>
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>92.646</b>	<b>98,40%</b>	<b>84.126</b>	<b>94,48%</b>	<b>8.520</b>
Variazione delle rimanenze PF	484	0,51%	4.022	4,52%	(3.538)
Altri ricavi	1.020	1,08%	890	1,00%	130
<b>Valore della produzione</b>	<b>94.150</b>	<b>100,00%</b>	<b>89.038</b>	<b>100,00%</b>	<b>5.112</b>
Costi per materie prime	(25.366)	-26,94%	(25.743)	-28,91%	377
Costi per servizi e godimento beni di terzi	(36.236)	-38,49%	(33.559)	-37,69%	(2.677)
Costo del personale	(18.225)	-19,36%	(15.472)	-17,38%	(2.753)
Variazione delle rimanenze MP	(259)	-0,28%	349	0,39%	(608)
Oneri diversi di gestione	(1.053)	-1,12%	(884)	-0,99%	(169)
<b>Costi della produzione</b>	<b>(81.139)</b>	<b>-86,18%</b>	<b>(75.309)</b>	<b>-84,58%</b>	<b>(5.830)</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>13.011</b>	<b>13,82%</b>	<b>13.729</b>	<b>15,42%</b>	<b>(718)</b>
Ammortamenti	(3.899)	-4,14%	(3.793)	-4,26%	(106)
Accantonamenti e svalutazioni	(395)	-0,42%	(349)	-0,39%	(46)
<b>Margine operativo netto</b>	<b>8.717</b>	<b>9,26%</b>	<b>9.587</b>	<b>10,77%</b>	<b>(870)</b>
Proventi e oneri finanziari	(1.127)	-1,20%	(761)	-0,85%	(366)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>7.590</b>	<b>8,06%</b>	<b>8.826</b>	<b>9,91%</b>	<b>(1.236)</b>
Imposte e tasse stimate	(3.442)	-3,66%	(3.590)	-4,03%	148
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>4.148</b>	<b>4,41%</b>	<b>5.236</b>	<b>5,88%</b>	<b>(1.088)</b>
<b>Cash Flow</b>	<b>8.442</b>	<b>8,97%</b>	<b>9.378</b>	<b>10,53%</b>	<b>(936)</b>

(\*) L'area di consolidamento del primo trimestre include Florida Tile a partire dalla data di acquisizione (26/2/2006)

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

	<b>31/3/2007</b>	<b>31/12/2006</b>
Rimanenze	132.287	132.392
Crediti verso clienti	110.100	100.343
Altre attività correnti	6.800	6.110
<b>ATTIVITA' CORRENTI</b>	<b>249.187</b>	<b>238.845</b>
Debiti verso fornitori	(70.933)	(71.626)
Altre passività correnti	(35.962)	(32.424)
<b>PASSIVITA' CORRENTI</b>	<b>(106.895)</b>	<b>(104.050)</b>
<b>CAPITALE CIRCOLANTE NETTO</b>	<b>142.292</b>	<b>134.795</b>
Avviamento	12.089	12.089
Immobilizzazioni immateriali	2.680	2.639
Immobilizzazioni materiali	89.816	88.833
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	4	5
<b>ATTIVITA' IMMOBILIZZATE</b>	<b>104.589</b>	<b>103.566</b>
Crediti esigibili oltre l'esercizio successivo	2.440	2.505
Fondo trattamento di fine rapporto subordinato	(7.401)	(7.248)
Fondi per rischi ed oneri e fondo imposte differite	(11.285)	(10.105)
Altre passività esigibili oltre l'esercizio	(3.660)	(4.976)
<b>ATTIVITA' E PASSIVITA' ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO</b>	<b>(19.906)</b>	<b>(19.824)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>226.975</b>	<b>218.537</b>
Attività finanziarie a breve termine	(5.676)	(9.031)
Indebitamento finanziario a breve termine	53.717	51.952
<b>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO A BREVE TERMINE</b>	<b>48.041</b>	<b>42.921</b>
Indebitamento finanziario a medio-lungo termine	23.446	24.003
<b>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO</b>	<b>71.487</b>	<b>66.924</b>
Patrimonio netto di Gruppo	155.488	151.613
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>155.488</b>	<b>151.613</b>
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>226.975</b>	<b>218.537</b>

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

	31/03/2007	31/12/2006
Titoli	-	-
Disponibilità liquide	(5.676)	(9.031)
<b>Attività finanziarie a breve termine</b>	<b>(5.676)</b>	<b>(9.031)</b>
Debiti verso banche	52.753	50.586
Debiti finanziari verso imprese controllanti	-	-
Debiti verso altri finanziatori	964	1.366
<b>Indebitamento finanziario a breve termine</b>	<b>53.717</b>	<b>51.952</b>
Debiti verso banche	21.781	22.118
Debiti verso altri finanziatori	1.665	1.885
Debiti verso obbligazionisti	-	-
<b>Indebitamento finanziario a medio-lungo termine</b>	<b>23.446</b>	<b>24.003</b>
<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>71.487</b>	<b>66.924</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.

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.

In relazione alle società statunitensi del Gruppo, si rileva che non sono state riscontrate significative differenze tra i principi contabili locali (US GAAP) e i principi contabili adottati nel bilancio consolidato (IFRS).

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
- **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%

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

L'area di consolidamento è immutata rispetto al 31 dicembre 2006; va peraltro rimarcato che i dati al 31 marzo 2006 riflettono un solo mese di attività di Panariagroup USA e Florida Tile Inc. , in quanto costituite a fine febbraio 2006, mentre i dati al 31 marzo 2007 includono i risultati di tali società nella loro interezza.

#### 4.3 Commenti sull'andamento gestionale

##### Analisi dell'andamento economico

##### *Sintesi del Conto economico – DATI AL 31 MARZO 2007*

*(dati in migliaia di Euro)*

	31/3/2007	%	31/3/2006	%	var. €
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>92.646</b>	<b>98,40%</b>	<b>84.126</b>	<b>94,48%</b>	<b>8.520</b>
<b>Valore della produzione</b>	<b>94.150</b>	<b>100,00%</b>	<b>89.038</b>	<b>100,00%</b>	<b>5.112</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>13.011</b>	<b>13,82%</b>	<b>13.729</b>	<b>15,42%</b>	<b>(718)</b>
<b>Margine operativo netto</b>	<b>8.717</b>	<b>9,26%</b>	<b>9.587</b>	<b>10,77%</b>	<b>(870)</b>
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>7.590</b>	<b>8,06%</b>	<b>8.826</b>	<b>9,91%</b>	<b>(1.236)</b>
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>4.148</b>	<b>4,41%</b>	<b>5.236</b>	<b>5,88%</b>	<b>(1.088)</b>

I risultati del trimestre sono i seguenti:

- **I ricavi netti delle vendite** consolidati sono stati pari a **92,7 milioni di Euro**, con una crescita del **10,1%** rispetto allo stesso periodo del 2006.
- Il **margine operativo lordo** è di **13,0 milioni di euro** (13,7 milioni di Euro al 31/3/2006), il **margine operativo netto** è di **8,7 milioni di euro** (9,6 milioni di Euro al 31/3/2006) e l'**utile netto consolidato** è di **4,1 milioni di euro** (5,2 milioni di Euro al 31/3/2006).

Il risultato 2007 è condizionato dall'inclusione integrale nel bilancio consolidato della controllata americana Florida Tile che, essendo nel pieno di un'attività di ristrutturazione ha conseguito risultati economici negativi, peraltro già previsti e anticipati nelle precedenti Relazioni Trimestrali.

A tal proposito, si conferma che l'attuale diluizione della marginalità derivante dai risultati di Florida Tile è considerata dal Gruppo un importante investimento strategico per i piani di sviluppo futuri, e che i primi effetti positivi sono attesi entro la fine del 2007 ed in misura più consistente a partire dal 2008.

Si rileva come Panariagroup, al netto di Florida Tile, sia stata in grado di confermare le buone performance del 2006; nella tabella sottostante si evidenziano i risultati economici del Gruppo al netto della società americana :

	<b>31/3/2007</b>	% su ricavi	<b>31/3/2006</b>	% su ricavi	<b>var. €</b>
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>75.380</b>	<b>100,00%</b>	<b>75.220</b>	<b>100,00%</b>	<b>160</b>
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>13.538</b>	<b>17,96%</b>	<b>13.588</b>	<b>18,06%</b>	<b>(50)</b>
<b>Margine operativo netto</b>	<b>9.557</b>	<b>12,68%</b>	<b>9.633</b>	<b>12,81%</b>	<b>(76)</b>
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>8.733</b>	<b>11,59%</b>	<b>8.749</b>	<b>11,63%</b>	<b>(16)</b>
<b>Utile netto consolidato</b>	<b>5.292</b>	<b>7,02%</b>	<b>5.159</b>	<b>6,86%</b>	<b>133</b>

Il processo di turnaround di Florida Tile in atto, come programmato, ha visto concretizzarsi nel trimestre alcuni importanti cambiamenti, ad alta valenza strategica ed organizzativa:

- la fermata definitiva dello stabilimento di Shannon, dedicato alla produzione di pavimenti in monocottura rossa, avvenuta nel mese di **Febbraio 2007**;
- la partenza del nuovo sistema informativo, avvenuta nel mese di **Marzo 2007**.
- l'uscita del precedente top management, con l'inserimento di nuovi dirigenti.

E' inoltre in fase di completamento l'intervento di riorganizzazione produttiva dello stabilimento di Lawrenceburg, che porterà alla partenza della nuova linea di gres porcellanato ad elevato grado tecnologico nel mese di **Giugno 2007**, rispettando i programmi fissati nel corso del 2006.

## Ricavi

I **Ricavi netti di vendita** hanno registrato una crescita complessiva del **10,1%**, passando da 84,1 milioni di Euro realizzati al 31 marzo 2006 a 92,6 milioni di Euro al 31 marzo 2007 (+ 8,5 milioni di Euro); tale variazione del fatturato è riconducibile quasi integralmente al consolidamento di Florida Tile.

Va peraltro sottolineato che il primo trimestre 2006 era stato caratterizzato da risultati molto positivi (+15,6 % rispetto al I trimestre 2005 a parità di perimetro di consolidamento).

### Principali mercati di riferimento

I tre principali poli di riferimento di Panariagroup sono costituiti dal mercato italiano, dal mercato europeo e dal mercato USA; tali mercati assorbono complessivamente circa il 96% dei ricavi realizzati dal Gruppo.

Tale ripartizione geografica delle vendite conferisce a Panariagroup una accentuata diversificazione del rischio ed una elevata copertura sui mercati con maggiori potenzialità di sviluppo per la fascia alta e di lusso.

Complessivamente il primo trimestre 2007, evidenzia tendenze divergenti: una generale stabilità sul mercato italiano, una riduzione consistente delle vendite sul mercato americano, parzialmente imputabile alla svalutazione del dollaro e un importante sviluppo sui mercati europei.

Il **mercato italiano** con un fatturato complessivo di 30,6 milioni di Euro ed un'incidenza sul totale dei ricavi di circa il 32% si è attestato sui livelli dell'anno scorso; in tale contesto, particolarmente competitivo, Panariagroup conferma pertanto la propria significativa quota di mercato.

Sugli altri **mercati europei**, i risultati conseguiti sono molto positivi: la crescita complessiva di circa il 6,5% (+ 2,3 milioni di Euro) è il frutto di ottime performance su primari mercati quali la Germania e la Francia e la sostanziale tenuta su altre aree di grande rilevanza quali il Portogallo e l'Olanda.

L'incidenza dei mercati europei sul fatturato complessivo si è attestata a circa il 41%.

Il mercato **USA** passa da 15,0 a 21,4 milioni di Euro (+ 6,4 milioni di Euro) esclusivamente per effetto dell'inclusione integrale di Florida Tile (+8,3 milioni di Euro). A parità di perimetro di consolidamento, si è verificata una riduzione delle vendite di circa 1,9 milioni di Euro, parzialmente legata alla svalutazione del Dollaro (-9%) che ha determinato una penalizzazione di circa Euro 0,5 milioni.

L'incidenza del mercato statunitense sul fatturato complessivo è pari a circa il 23%

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>31/03/2007</i>	<i>31/03/2006</i>	<i>var.</i>	<i>%</i>
<b>1</b>	ITALIA	30.557	30.501	56	0,2%
<b>2</b>	STATI UNITI AMERICA	21.350	14.987	6.363	42,5%
<b>3</b>	PORTOGALLO	9.117	9.297	(180)	-1,9%
<b>4</b>	FRANCIA	8.215	7.633	582	7,6%
<b>5</b>	BELGIO	4.871	4.720	151	3,2%
<b>6</b>	GERMANIA	4.763	4.214	549	13,0%
<b>7</b>	OLANDA	3.588	3.629	(41)	-1,1%
<b>8</b>	GRAN BRETAGNA	1.224	1.036	188	18,1%
<b>9</b>	GRECIA	1.079	853	226	26,5%
<b>10</b>	SVIZZERA	1.071	1.043	28	2,7%
	ALTRE	8.974	8.156	818	10,0%
	<b>TOTALE</b>	<b>94.809</b>	<b>86.069</b>	<b>8.740</b>	<b>10,2%</b>

Oltre alle dinamiche sopra descritte sui principali mercati, sono da evidenziare i buoni risultati conseguiti in Gran Bretagna, Grecia, ma anche su mercati di minore rilevanza (inclusi nella voce "Altre") quali Spagna, Polonia, Croazia, Romania ed in generale l'area asiatica .

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

- Il marchio **Panaria** registra una lieve contrazione nelle vendite, determinata dal minore fatturato registrato negli USA, solo parzialmente compensato dalla crescita registrata sugli altri mercati, in particolare europei.
- Anche il marchio **Lea** ha scontato l'effetto negativo del mercato statunitense, con dinamiche del tutto analoghe a quelle riscontrate per il marchio Panaria; tale effetto ha determinato una modesta riduzione del fatturato, pur in presenza di buone performance sui principali mercati europei.
- Il marchio **Cotto d'Este** realizza una crescita superiore al 4%: a fronte di una tenuta del fatturato realizzato in Italia, si evidenzia una crescita di poco inferiore al 10% sui mercati esteri. In particolare, si conferma la forza del marchio in Belgio, Francia e Germania.
- Il marchio **Fiordo** conferma le buone dinamiche registrate nell'ultimo trimestre 2006 e segna un risultato molto positivo, con una crescita complessiva di circa il 9%. Tale risultato deriva in misura pressoché omogenea da tutti i principali mercati serviti dal marchio (Italia e Europa Occidentale).
- Il marchio **Margres** continua nel suo processo di affermazione sui principali mercati europei: la crescita complessiva (superiore al 17%) deriva soprattutto da brillanti risultati conseguiti sul mercato francese e spagnolo.
- Il marchio **Novagres** si conferma sostanzialmente sui livelli del 2006: ad una contrazione sul mercato interno, si contrappone una generale crescita sugli altri mercati.
- Il marchio **Florida Tile** ha realizzato nel primo trimestre un fatturato superiore a 22 milioni di dollari, con una contrazione delle vendite verso i grandi distributori (canale caratterizzato da minore marginalità) e una sostanziale tenuta nelle vendite al dettaglio tramite la rete di 25 negozi direttamente gestiti.

Le tipologie di prodotto commercializzate dalle Società 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:

<b>Ricavi per tipologia di prodotto</b> ( al lordo premi a clienti)		(valori in migliaia di euro)		
<i>Tipologia</i>	<i>31/03/2007</i>	<i>31/03/2006</i>	<i>var.</i>	
Gres porcellanato	74.427	71.243	3.184	
%	<b>78,5%</b>	<b>82,8%</b>		
Rivestimento a pasta bianca	10.343	9.654	689	
%	<b>10,9%</b>	<b>11,2%</b>		
Pavimento in monocottura	3.477	2.473	1.004	
%	<b>3,7%</b>	<b>2,9%</b>		
Materiale non ceramico	6.562	2.699	3.863	
%	<b>6,9%</b>	<b>3,1%</b>		
<b><i>Totale</i></b>	<b>94.809</b>	<b>86.069</b>	<b>8.740</b>	

Le principali variazioni intercorse nel periodo derivano principalmente dall'inclusione integrale di Florida Tile nel primo trimestre 2007.

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 Florida Tile.

In relazione al porcellanato, si rileva che è iniziato il processo di conversione che porterà Florida Tile ad un significativo presidio su questo segmento, caratterizzato da maggiore redditività e da tassi di crescita più elevati: l'incidenza del gres sulle vendite della società statunitense è passata nel primo trimestre dal 13,5% al 21,7%.

L'incremento nel "Rivestimento" deriva dall'inclusione integrale di Florida Tile nel primo trimestre 2007.

Le vendite relative alla tipologia "Pavimento in monocottura" si riferiscono pressoché in maniera esclusiva a Florida Tile; nei prossimi mesi è atteso un deciso calo di tale tipologia, per effetto del processo di conversione a gres porcellanato in atto.

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.



## Risultati operativi

Il **marginale operativo lordo**, pari a **13,0 milioni di euro**, evidenzia un calo in valore assoluto rispetto al 2006, pari a 0,7 milioni di euro ( - **5,2 %**).

La riduzione del risultato operativo è determinata da una conferma dell'elevata marginalità delle Business Unit europee (Italia e Portogallo) del Gruppo, di circa il **18%** sui ricavi netti di vendita e dal conseguimento di un margine operativo lordo negativo da parte della Business Unit americana (con riferimento a Florida Tile).

Come ampiamente commentato anche nelle Relazioni precedenti, la società americana sconta l'effetto delle temporanee inefficienze determinate dalla profonda riorganizzazione in atto: in particolare, si rimarca il fatto che nel corso del trimestre si è proceduto alla fermata definitiva dello stabilimento di Shannon.

Per quanto concerne le vendite sul mercato americano, da parte dei marchi italiani, va evidenziato come, la svalutazione del dollaro ha determinato il conseguimento di minori ricavi e quindi minore redditività.

Il **marginale operativo netto**, pari a 8,7 milioni di Euro, evidenzia un decremento di circa 0,9 milioni di Euro.

Il totale degli ammortamenti, delle svalutazioni e degli accantonamenti si mantiene, in termini relativi, sostanzialmente allineato al 31 marzo 2006.

Gli oneri e proventi finanziari riportano un saldo negativo di 1,1 milioni di Euro, rispetto al saldo di 0,8 milioni di Euro del 2006. Il peggioramento deriva prevalentemente dall'incremento dell'indebitamento oneroso di Panariagroup, principalmente attribuibile all'acquisizione di Florida Tile.

L'**Utile al netto delle imposte** è di 4,1 milioni di Euro, pari al 4,3% rispetto al Valore della Produzione.

## **Analisi della situazione patrimoniale**

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

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

	<b>31/3/2007</b>	<b>31/12/2006</b>
<b>Capitale Circolante Netto</b>	<b>142.292</b>	<b>134.795</b>
<b>Attività immobilizzate</b>	<b>104.589</b>	<b>103.566</b>
<b>Attività / Passività oltre l'esercizio</b>	<b>(19.906)</b>	<b>(19.824)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>226.975</b>	<b>218.537</b>
<b>Indebitamento finanziario netto</b>	<b>71.487</b>	<b>66.924</b>
<b>Patrimonio Netto</b>	<b>155.488</b>	<b>151.613</b>
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>226.975</b>	<b>218.537</b>

#### **Capitale Circolante Netto**

Il Capitale Circolante Netto dall'inizio dell'anno cresce di circa Euro 7,4 milioni per effetto principalmente della crescita dei crediti commerciali, tale andamento è correlato alla stagionalità delle vendite ed è da considerare fisiologico.

#### **Attività immobilizzate**

Il livello delle attività immobilizzate si è incrementato dall'inizio dell'anno di circa 1,0 milioni di Euro.

Tale incremento è determinato da:

- investimenti netti del periodo, pari a 4,9 milioni di Euro: tali investimenti si riferiscono per 1,8 milioni di Euro allo stabilimento statunitense, per 1,5 milioni di Euro alle attività in Portogallo e per 1,5 milioni di Euro agli stabilimenti sul territorio italiano.  
Si rileva che gli investimenti in Portogallo includono per Euro 0,8 milioni la seconda tranche dell'acquisto di una show room a Lisbona.
- ammortamenti del periodo, pari a 3,9 milioni di Euro.

## Posizione Finanziaria Netta

### Sintesi dei flussi finanziari

(valori in migliaia di Euro)

31/3/2007

<b>Posizione Finanziaria - saldo iniziale</b>	<b>(66.924)</b>
Utile di periodo	4.148
Ammortamenti	3.899
Variazione netta altri fondi	1.663
<b>Autofinanziamento gestionale</b>	<b>9.710</b>
Variazione del circolante netto	(9.078)
Distribuzione Dividendi	0
Investimenti netti	(4.922)
Effetto finanziario acquisizioni	0
Altri movimenti	(273)
<b>Posizione Finanziaria - saldo finale</b>	<b>(71.487)</b>

La Posizione Finanziaria Netta registra un saldo negativo di 71,5 milioni di Euro, con una variazione negativa rispetto all'inizio dell'esercizio di circa 4,5 milioni di Euro.

La variazione negativa è ascrivibile principalmente alla variazione del capitale circolante netto, dovuta all'incremento fisiologico dei crediti commerciali in occasione della chiusura del primo trimestre, legato a fenomeni di stagionalità delle vendite.

## 5. PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Permane la fiducia sul mercato italiano e sui mercati europei e si profilano anche per il mercato americano, i primi segnali di ripresa. Alla luce di tali considerazioni si prevede un incremento generalizzato del volume d'affari e il mantenimento degli elevati livelli di marginalità. Si ribadiscono inoltre, le aspettative positive sul programma di ristrutturazione in atto nella Società americana che costituisce il nostro investimento strategico più importante, in grado di generare vantaggi significativi per l'intero Gruppo nei prossimi anni.

## 6. EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL TRIMESTRE

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