

Raffaele Caruso S.p.A. - Emittente
Centrosim S.p.A. - Specialist
Banca popolare dell'Emilia Romagna S.c. - Sponsor
Studio Baldi - Advisor

COMUNICATO STAMPA

RAFFAELE CARUSO S.p.A.: Consiglio di Amministrazione approva il progetto di bilancio al 31.12.2009

Soragna (PR), li 31 marzo 2010

Il Consiglio di Amministrazione di Raffaele Caruso S.p.A., società quotata al MAC (Mercato Alternativo del Capitale) ed attiva nella creazione, produzione e distribuzione di abbigliamento maschile e femminile di lusso, ha approvato in data odierna il progetto di bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2009:

- Ricavi pari a 45,726 milioni di euro, rispetto ai 61,367 milioni di euro dell'esercizio 2008 ;
- Ebitda pari a -1,250 milioni di euro, rispetto ai +6,244 milioni di euro del 2008;
- Risultato netto pari a -2,469 milioni di euro, rispetto a +2,522 milioni di euro del 2008;
- Indebitamento finanziario netto pari a 6,597 milioni di euro, rispetto ai 5,679 milioni di euro del 31 dicembre 2008.
- Investimenti complessivi pari a 1,576 milioni di euro

Ricavi delle vendite

L'esercizio 2009 si chiude con **ricavi delle vendite** pari a 45,726 milioni di euro a fronte dei 61,367 milioni di euro dell'esercizio 2008.

La diminuzione dei ricavi è stata determinata dalla grave recessione mondiale che ha provocato una contrazione significativa dei consumi dei beni durevoli non di prima necessità e penalizzato, in particolare, i consumi dei beni di lusso.

Il calo delle vendite è stato particolarmente significativo nei confronti delle *Maison*.

Il fatturato del marchio Caruso ha subito l'effetto della crisi in modo minore, passando da una incidenza del 20,60% sul fatturato complessivo del 2008 ad una incidenza del 23,70% del 2009.

L'Azienda ha individuato e messo in atto nell'anno in questione un'importante strategia di penetrazione commerciale del Brand Caruso negli Stati Uniti:

è stata costituita la Caruso USA Inc. società posseduta al 100%;

è stata aperta una *show room* a New York con un Direttore vendite di grande esperienza per offrire un miglior servizio soprattutto agli Independent Retailers basati sul territorio ;

è stato avviato, con l'aiuto di un'Agenzia di PR, un programma di diplomazia commerciale e marketing diretto alle testate più vicine al Trade (Esquire, MR, WWD).

Inoltre è stato messo a punto un progetto di collaborazione denominato "Priority Project" che individua i 15 Top retailers migliori clienti del Brand Caruso in Italia e all'estero con cui sviluppare nel 2010 delle iniziative congiunte di reciproco interesse. Grazie a queste iniziative l'incidenza del fatturato export sul fatturato totale è passato dal 40% al 48%.

Analisi dei risultati operativi e del risultato netto

L'**Ebitda** al 31 dicembre 2009 è negativo per 1,250 milioni di euro +6,244 milioni di euro al 31 dicembre 2008.

Il calo di marginalità è imputabile prevalentemente al minore valore aggiunto generato dalla società in dipendenza del calo del fatturato.

Le attività di razionalizzazione dei costi intraprese per contrastare il calo di marginalità inizieranno a produrre i loro effetti nel corso del prossimo esercizio.

Il **risultato netto** evidenzia una perdita di 2,469 milioni di euro rispetto all'utile di 2,522 milioni di euro del 31 dicembre 2008.

La situazione patrimoniale e finanziaria

La **posizione finanziaria** netta al 31 dicembre 2009 ammonta a 6,597 milioni di euro in peggioramento rispetto a 5,679 milioni di euro al 31 dicembre 2008 per effetto degli investimenti effettuati e della contrazione del capitale circolante netto.

Le **immobilizzazioni nette** ammontano a complessivi 3,422 milioni di euro (2,990 milioni di euro al 31 dicembre 2008) con un incremento dovuto agli investimenti sostenuti per l'acquisto dei macchinari per la produzione delle linee Donna nonché per lo sviluppo del marchio proprio "Caruso" e di quello in licenza "Uman".

Il **patrimonio netto**, ridotto dei dividendi deliberati in sede di approvazione del bilancio 2008 e del risultato del 2009 ammonta a 7,682 milioni di euro (11,039 milioni di euro al 31 dicembre 2008).

Commento del Presidente, Alberto Caruso

*"L'andamento dell'esercizio 2009, pur segnato dai risultati negativi determinati dalla contrazione dei consumi a livello mondiale, ha comunque confermato le doti di **flessibilità e reattività produttiva della Caruso** che, è riuscita, senza ricorrere alla CIG, ad ottimizzare il proprio ciclo produttivo mediante l'accorpamento del pantalonificio di Ponte dell'Olio nell'insediamento di Soragna e la riduzione di circa un mese dei tempi di consegna. Ma il risultato di cui andiamo particolarmente fieri è rappresentato dall'introduzione, in un meccanismo industriale già così razionalizzato, della produzione delle linee donna PE 2010 per due delle più prestigiose Maison internazionali. A questo punto possiamo dire di aver completamente innovato in tempi brevi il vecchio modello di business dell'Azienda che presentava degli aspetti di debolezza nei confronti dei cicli di*

mercato e di essere pronti a sfruttare al meglio le opportunità che già si profilano all'orizzonte per il 2010".

Commento dell'Amministratore Delegato, Umberto Angeloni

"Nell'anno 2009, come dice il Presidente, abbiamo messo a punto la "macchina" Caruso S.p.A.

I risultati **commerciali** di tale strategia sono evidenti:

- Acquisizione di **New Business**, con sette nuovi Brand di visibilità internazionale che produrranno a Soragna;
- Upgrading e acquisizione di nuove linee in Private Label di alcuni Top Retail Brands;
- Sviluppo di un **New Market** per il Brand Caruso con una strategia decisa e mirata sugli Stati Uniti che ha portato già dalla collezione Autunno/Inverno 2009-2010 all'introduzione in 4 location del prestigioso Department Store Neiman Marcus;
- Completamento di un **New Team** Manageriale in grado di gestire i cambiamenti adottando soluzioni rapide ed efficaci.

Sul piano **dell'immagine** le azioni intraprese hanno dato esiti altrettanto lusinghieri avviando il processo di riposizionamento del Brand, proponendo un nuovo sito aziendale, organizzando 3 eventi di presentazione delle nuove collezioni (1 a New York e 2 a Milano) ed ottenendo un riscontro redazionale a livello internazionale che mostra un rapporto di 4:1 con l'investimento pubblicitario.

I segnali positivi, per quantità e qualità, che già a fine anno abbiamo registrato negli ordini, sia da parte delle Maison che da parte dei clienti del marchio Caruso in Europa e USA, si possono interpretare non solo nel senso di una ripresa del business ma anche come un rafforzamento del ruolo dell'azienda posizionata ormai ai vertici del mercato.

Caruso viene oggi riconosciuto come **partner insostituibile dei Brand più prestigiosi e del Trade più esigente** per il vantaggio competitivo che offre in termini di qualità, prezzo, servizio e flessibilità operativa".

Note

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dott. Andrea Dondi, dichiara ai sensi del comma 2 art. 150 bis del T.U. della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde a risultanze contabili, ai libri ed alle scritture contabili.