



Tecnologia al servizio della sicurezza

Milano, 1 Ottobre 2001

I nostri valori

CENTRALITA
DELLA
PERSONA

CORRETTEZZA
E TRASPARENZA

SICUREZZA

INNOVAZIONE
E
TECNOLOGIA

Disegno strategico

- **Innovazione** – *un circolo virtuoso di miglioramento continuo dei processi e dei prodotti e una competenza tecnologica difficilmente replicabile dai concorrenti*
- **Sicurezza** – *una filosofia gestionale volta a garantire all'utente finale un prodotto sempre più sicuro*
- **Affermazione sui mercati internazionali** – *duplicando il nostro modello industriale nei Paesi emergenti*
- **Allargamento della gamma di componenti e partnership con i gruppi multinazionali** – *per rafforzare il posizionamento come unico fornitore di una gamma completa di prodotti nel settore dei componenti per la cottura*
- **Valorizzazione delle attività immateriali** – *l'alta competenza tecnica e professionale delle persone e un'immagine sinonimo di qualità e affidabilità*

Visione e missione

VISIONE

Coniugare le scelte e i risultati economici con i valori etici mediante il superamento del capitalismo familiare a favore di una logica manageriale orientata non solo alla creazione di valore, ma anche al rispetto dei valori

MISSIONE

Consolidare il primato tecnologico e di mercato nella progettazione, produzione e distribuzione dell'intera gamma di componenti per apparecchi domestici per la cottura a gas, tramite la costante attenzione all'innovazione, alla sicurezza e alla valorizzazione delle competenze interne.

Associare la crescita delle prestazioni aziendali alla sostenibilità socio-ambientale, promuovendo un dialogo aperto alle aspettative legittime degli interlocutori.

Il mercato di riferimento

Domanda potenziale annua di apparecchi di cottura a gas e valore minimo del mercato dei componenti

mn apparecchi

mn Euro

| | | | | |
|-----------------------|-----------|------|------------|------|
| Europa (UE e extraUE) | 6 | 7% | 150 | 20% |
| Nord America | 4 | 5% | 65 | 9% |
| Sud America | 7 | 8% | 65 | 9% |
| Ex Unione Sovietica | 4 | 5% | 35 | 5% |
| Asia e Oceania | 60 | 71% | 415 | 55% |
| Africa | 3 | 4% | 20 | 3% |
| | 84 | 100% | 750 | 100% |

Fonte: Sabaf



Attività in Brasile

- ❑ Lo stabilimento brasiliano ha iniziato la produzione ad Aprile 2001 e assicurerà la fornitura completa di prodotti innovativi alle multinazionali presenti sul mercato sudamericano (domanda annua stimata in 7 milioni di apparecchi)
- ❑ Ci siamo assicurati la fornitura al sito produttivo locale della Bosch-Siemens, da cui ci aspettiamo ordini per 1 milione di bruciatori per il 2002
- ❑ Stimiamo di completare un nuovo stabilimento entro il 2003, rispondente agli standard tecnologici più elevati, con una capacità di 8 milioni di bruciatori per anno

Attività in Cina

- ❑ Sabaf è presente a Shanghai dal 1998 con un ufficio di rappresentanza
- ❑ Oggi la Cina rappresenta il settimo mercato per Sabaf, e il secondo fuori dall'Europa
- ❑ I prodotti attualmente esportati sono rivolti ad un segmento di popolazione con un tenore di vita simile a quello europeo
- ❑ Stiamo valutando l'opportunità di aprire uno stabilimento in Cina, per potere aggredire anche la fascia media del mercato

Il mercato USA

- ❑ Le vendite 2001 sono ancora limitate al solo segmento del leisure (camping e nautica)
- ❑ Ci attendiamo importanti sviluppi nelle relazioni con i clienti strategici nei prossimi mesi (Mabe, GE, Bosch Siemens, Electrolux)

Ricerca & Sviluppo

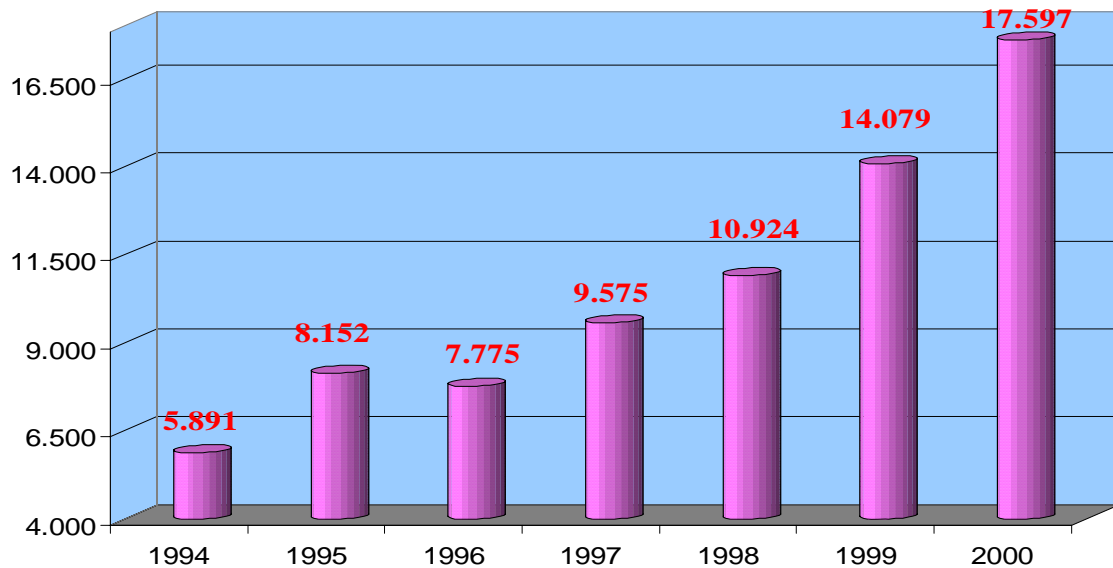
Negli anni recenti...

- ❑ 6 milioni di euro investiti nello sviluppo dei rubinetti con sicurezza negli ultimi 4 anni
- ❑ Gamma di bruciatori in leghe speciali di alluminio, caratterizzati da alta efficienza e livello di emissioni inferiori agli attuali limiti normativi

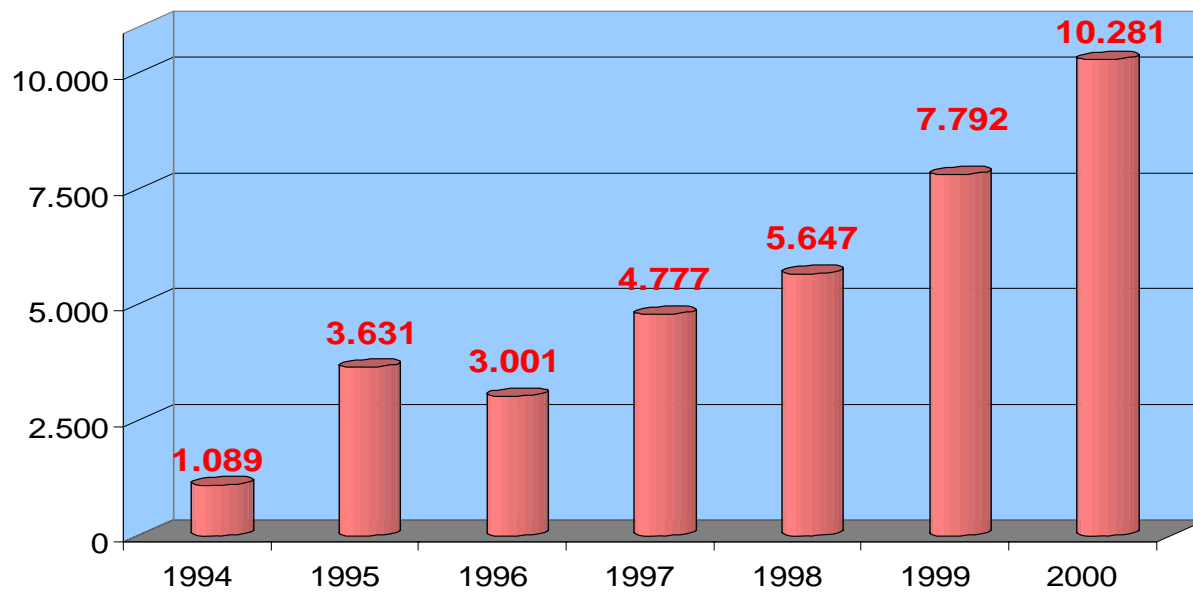
...e per il prossimo futuro

- ❑ Nuovi modelli di bruciatori, con l'obiettivo di continuare ad ampliare il gap con i potenziali concorrenti e a rafforzare le barriere d'ingresso (bruciatori tripla corona da 2,5kw, 3,8 kw e 4,2 kw)

Cash flow e utile netto (€ x 1000)



Utile netto



Conto economico

| € x 1000 | <u>1st half 2001</u> | | <u>1st half 2000</u> | | var, % | <u>FY 2000</u> | |
|--------------------------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|---------------|----------------|---------------|
| VENDITE | 42.288 | 100,0% | 36.250 | 100,0% | 16,7% | 72.410 | 100,0% |
| VALORE DELLA PRODUZIONE | 43.809 | 103,6% | 38.886 | 107,3% | 12,7% | 74.472 | 102,8% |
| Consumi di materiali e servizi | (24.467) | -57,9% | (19.182) | -52,9% | 27,6% | (38.408) | -53,0% |
| VALORE AGGIUNTO | 19.342 | 45,7% | 19.704 | 54,4% | -1,8% | 36.064 | 49,8% |
| Costo del lavoro | (7.352) | -17,4% | (6.412) | -17,7% | 14,7% | (12.586) | -17,4% |
| EBITDA | 11.990 | 28,4% | 13.292 | 36,7% | -9,8% | 23.478 | 32,4% |
| Ammortamenti | (3.810) | -9,0% | (3.685) | -10,2% | 3,4% | (7.203) | -9,9% |
| Accantonamenti/Altri costi | (193) | -0,5% | (115) | -0,3% | | (190) | -0,3% |
| EBIT | 7.987 | 18,9% | 9.492 | 26,2% | -15,9% | 16.085 | 22,2% |
| Ammortamento goodwill | (337) | -0,8% | 0 | 0,0% | | (113) | -0,2% |
| Oneri finanziari | (278) | -0,7% | (180) | -0,5% | | (29) | 0,0% |
| Componenti straordinarie | 162 | 0,4% | 302 | 0,8% | | 194 | 0,3% |
| UTILE ANTE IMPOSTE | 7.534 | 17,8% | 9.614 | 26,5% | -21,6% | 16.137 | 22,3% |
| Imposte | (2.418) | -5,7% | (3.707) | -10,2% | | (5.845) | -8,1% |
| Minorities | (80) | -0,2% | (2) | 0,0% | | (13) | 0,0% |
| UTILE NETTO | 5.036 | 11,9% | 5.905 | 16,3% | -14,7% | 10.279 | 14,2% |

Stato patrimoniale

| <i>€ x 1000</i> | 30.06.2001 | 30.06.2000 | 31.12.2000 |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Immobilizzazioni | 61.032 | 42.323 | 54.503 |
| Capitale circolante | 13.677 | 11.303 | 12.553 |
| Fondi rischi e TFR | (10.369) | (8.920) | (9.950) |
| Capitale investito | 64.340 | 44.706 | 57.106 |
| Patrimonio netto | 50.921 | 44.664 | 49.282 |
| Debiti a lungo | 9.645 | 3.691 | 7.382 |
| Debiti a breve | 3.774 | (3.649) | 442 |
| Fonti | 64.340 | 44.706 | 57.106 |

Investimenti

| <i>€ x 1000</i> | 1998 | 1999 | 2000 | 2001E | 2002F |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cespiti | 14.588 | 11.676 | 14.938 * | 21.000 ** | 10.000 |
| Attività immateriali e goodwill | 1.333 | 209 | 7.571 | - | - |
| Total | <u>15.921</u> | <u>11.885</u> | <u>22.509</u> | <u>21.000</u> | <u>10.000</u> |

* 6.3 nuova sede

** 14 nuova sede

Vendite per Paese (€ x 1000)

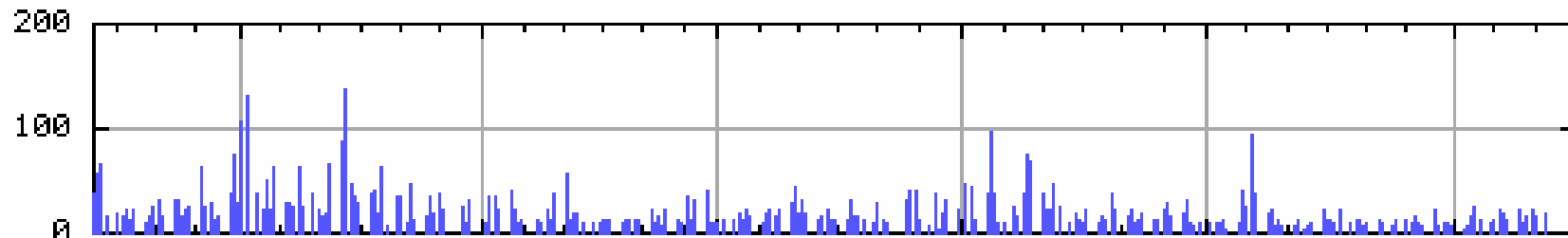
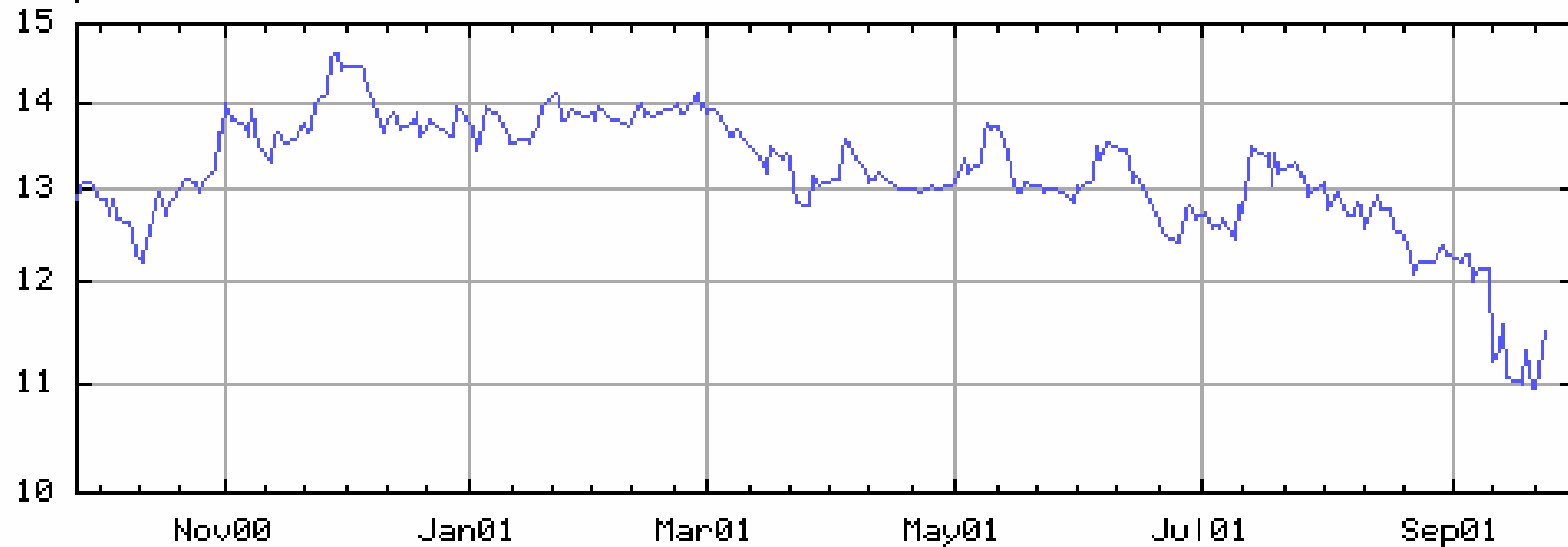
| <u>Nazione</u> | <u>30.06.2001</u> | <u>30.06.2000</u> | <u>var. %</u> |
|----------------|-------------------|-------------------|---------------|
| ITALIA | 22,914 | 18,844 | +21,6% |
| POLONIA | 3,349 | 4,588 | -27,0% |
| SPAGNA | 3,167 | 3,173 | -0,2% |
| UK | 2,008 | 2,529 | -20,6% |
| COREA DEL SUD | 1,581 | 0,854 | +85,1% |
| PORTOGALLO | 1,290 | 1,204 | +7,1% |
| CINA | 1,134 | 0,535 | +112,1% |
| FRANCIA | 0,873 | 0,119 | +633,2% |
| TURCHIA | 0,710 | 1,019 | -30,3% |
| BRASILE | 0,665 | 0,465 | +43,0% |

3° trimestre e previsioni per fine anno

- ❑ Vendite attese del 3° trimestre a 20 mn euro (+30%, 20% a parità di area)
- ❑ Obiettivo vendite 2001 a 87 mn euro (+20%, +10% a parità di area), al netto dei possibili effetti degli eventi dell'11 settembre
- ❑ Redditività del secondo semestre attesa in miglioramento rispetto al primo semestre

Andamento del titolo

Sabaf SpA
26-Sep-2001



Copyright 2001 Yahoo! Inc.

Vol x 1000

<http://finanza.yahoo.it>

