



TECHNOLOGY AND SAFETY



Milano

24 settembre 2002

Introduzione

- ❑ In un settore concentrato, Sabaf mantiene una forte leadership ed ampia il gap verso i competitors
- ❑ Automazione, competenza tecnica ed economie di scala sono elementi necessari per operare nel settore
- ❑ Domanda derivante da:
 - ✓ Maggiore complessità tecnica e maggior valore dei componenti
 - ✓ Outsourcing da parte dei produttori di elettrodomestici
 - ✓ Crescente bisogno di sicurezza ed efficienza
 - ✓ Attenzione alle tematiche ambientali
 - ✓ Forza dei produttori di elettrodomestici europei
- ❑ Il modello di cottura europeo si imporrà come standard internazionale

Strategia 1 – Rafforzare la leadership tecnologica

- ❑ Ci focalizzeremo sulla crescita organica
- ❑ Manterremo un pieno controllo del processo produttivo
 - ✓ Know how unico nella progettazione congiunta di prodotti e processi produttivi
 - ✓ Elevato livello di verticalizzazione
 - ✓ I nostri prodotti definiscono gli standard per il mercato
- ❑ Progettazione e costruzione interna **di assets non disponibili sul mercato**
 - ✓ Macchinari speciali
 - ✓ Stampi per la pressofusione robotizzata e attrezzature automatiche
 - ✓ Utensili ad alta precisione e ad alto rendimento
- ❑ 80 mn euro investiti negli ultimi 5 anni
- ❑ 20% della forza lavoro attivo nei dipartimenti R&D e Attrezzzeria

Strategia 2 – Rafforzare la leadership di mercato

Vogliamo:

- ❑ Aumentare ulteriormente la quota di mercato in Europa (oggi attorno al 50%)
- ❑ Catturare le enormi opportunità di vendita extra Europa: 40% crescita media annua
- ❑ Costruire partnership di lungo periodo con i clienti (progettazione e sviluppo dei nuovi prodotti)
- ❑ Ottimizzare la base clienti:
 - ✓ Portafoglio ampiamente diversificato: quasi 200 clienti in più di 40 Paesi
 - ✓ Merloni è il primo cliente, i primi 10 clienti rappresentano il 44% delle vendite totali
 - ✓ Siamo il primo fornitore dei “campioni locali”

Strategia 3: Innovazione di prodotto

- ❑ Unico produttore dell'intera gamma di componenti per la cottura a gas
- ❑ Abbiamo il portafoglio prodotti più innovativo e avanzato
- ❑ Prodotti ad alto valore saranno lanciati nei prossimi due anni
 - ✓ Nuovi bruciatori a tripla corona
 - ✓ bruciatore a tripla corona 4.5 kw *dual*
 - ✓ Rubinetto con sicurezza a due vie
 - ✓ Rubinetto progressivo in lega leggera estrusa
 - ✓ Termostato a taratura rapida
 - ✓ Cerniere per lavastoviglie

Strategia 4 – Ruolo centrale delle persone

- ❑ know-how unico, derivante da 50 anni di presenza nel business
- ❑ Top management in azienda da molto tempo
- ❑ Separazione tra proprietà e gestione
- ❑ Costante attenzione alla formazione professionale; tutoring
- ❑ Bilancio sociale come strumento di un processo strategico alla ricerca del continuo miglioramento della cultura aziendale

Innovazione di processo – un nuovo sito industriale

- La nuova sede di Ospitaletto renderà possibile:
 - ✓ Completare l'automazione di fabbrica
 - ✓ Ridurre le inefficienze grazie alla razionalizzazione del layout
 - ✓ Introdurre il terzo turno se necessario
 - ✓ Sviluppare nuova capacità produttiva
 - ✓ Aumentare la flessibilità attraverso la *lean production*

- Durante il 2002 completeremo gradualmente la verticalizzazione nella produzione di bruciatori, internalizzando la produzione dei componenti in acciaio coniato

Mercati – tendenze di fondo

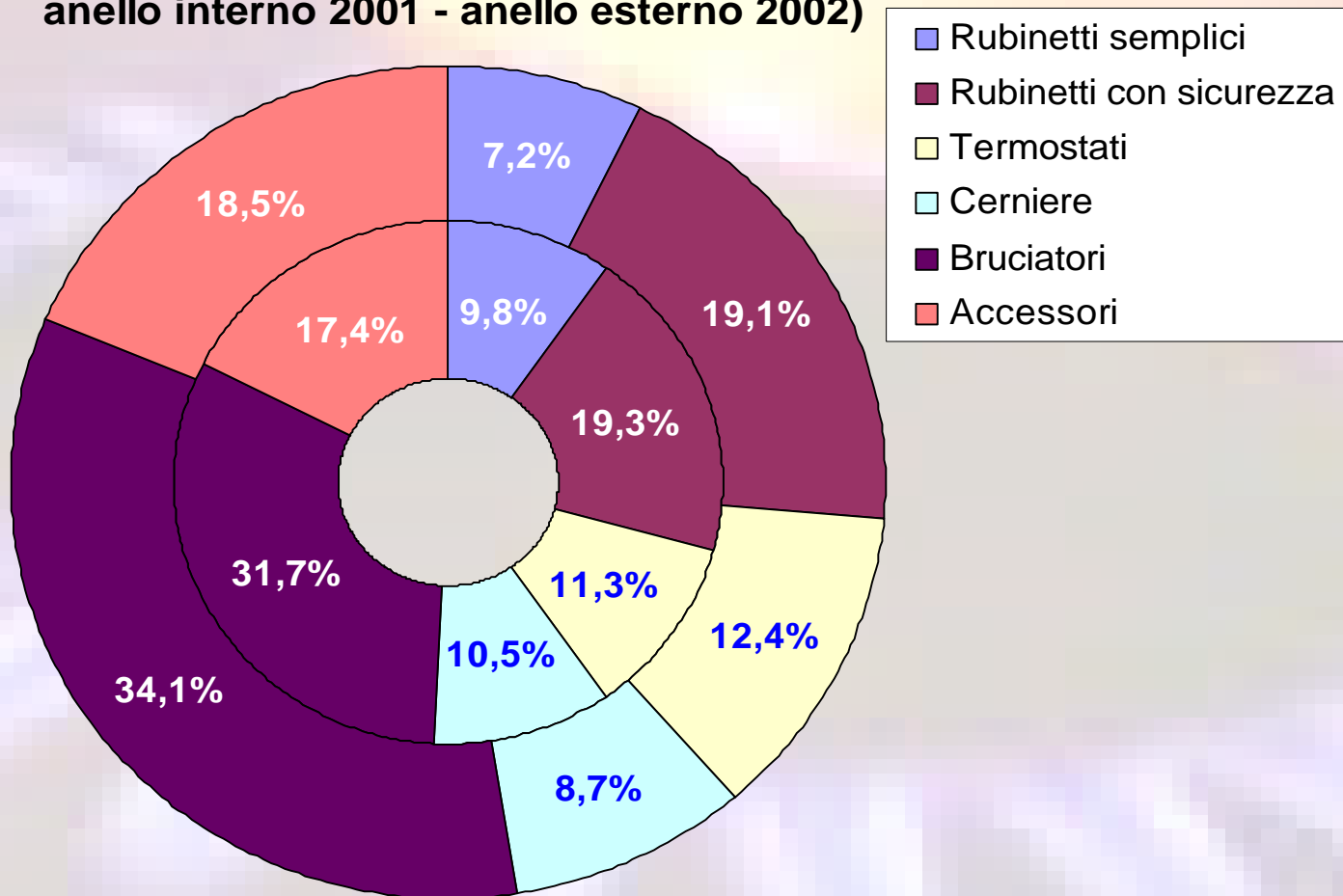
- **Crescita del fatturato – fattori qualitativi:**
 - ✓ Crescita dei clienti storici europei e forte accelerazione sui mercati extraeuropei
 - ✓ Tassi di crescita maggiori sui prodotti ad alto valore
 - ✓ Capacità di cogliere le opportunità di mercato anche nel periodo del trasferimento
- **Vendite ai gruppi multinazionali in crescita meno della media**
- **La crescita deriva principalmente da:**
 - ✓ **Acquisizione di quote di mercato**
 - ✓ **Recupero su mercati tradizionali di Sabaf, stagnanti nel primo semestre 2001(Polonia, Turchia, Australia)**
 - ✓ **Forti vendite in Europa (Rep. Ceca) ed extra (Sud Corea, Iran, Ecuador) – 13 nuovi clienti e 5 nuovi mercati : Iran, Siria, Ecuador, Germania, Messico (2% delle vendite totali)**
 - ✓ **Richieste più elevate da tutti i mercati (prodotti sicuri ed efficienti; servizio completo, dall'idea al post-vendita)**

Vendite per nazione

	<u>Paese</u>	<u>1 semestre 02</u>		<u>1 semestre 01</u>		<u>% var.</u>
1	ITALIA	26,407	50,6%	22,914	54,2%	+15,2%
2	POLONIA	5,787	11,1%	3,349	7,9%	+72,8%
3	SPAGNA	3,874	7,4%	3,167	7,5%	+22,3%
4	SUD COREA	3,118	6,0%	1,581	3,7%	+97,2%
5	UK	2,622	5,0%	2,008	4,7%	+30,6%
6	FRANCIA	1,235	2,4%	0,873	2,1%	+41,5%
7	TURCHIA	1,092	2,1%	0,710	1,7%	+53,7%
8	PORTOGALLO	1,008	1,9%	1,290	3,1%	-21,9%
9	BRASILE	0,965	1,9%	0,665	1,6%	+45,2%
10	AUSTRALIA	0,862	1,7%	0,408	1,0%	+111,3%
	ALTRI	5,191	10,0%	5,321	12,6%	-2,5%
	TOTALE	52,161	100,0%	42,288	100,0%	+23,3%

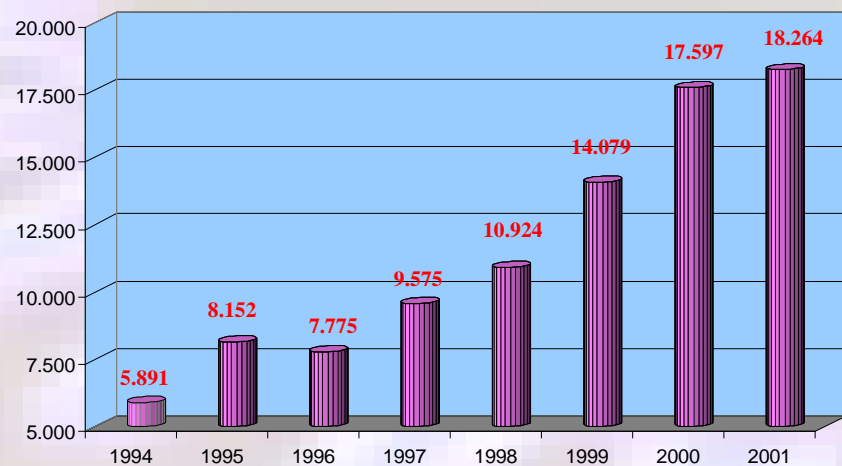
Vendite per linea di prodotto

Incidenza 1H 01 - 1H 02 per prodotto
anello interno 2001 - anello esterno 2002)

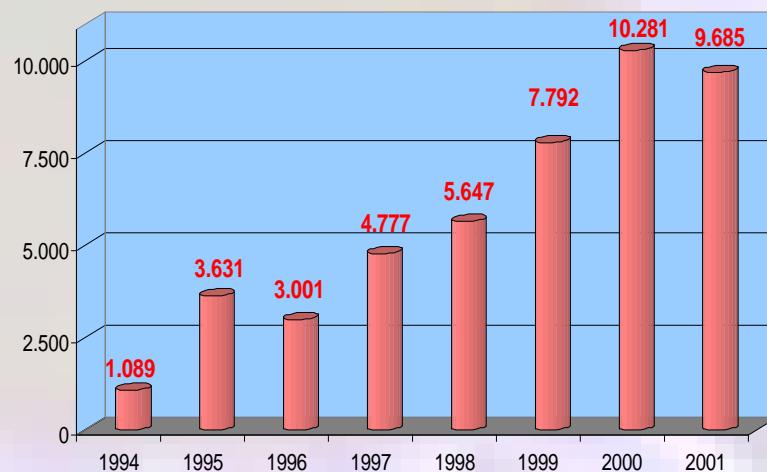


Dati finanziari

- ❑ CAGR organico 1998-2002E: +17%
- ❑ Focus sulla qualità dei risultati: margine operativo sempre nel range 18-23% (19.5% in 1H '02)
- ❑ Alta visibilità delle dinamiche di mercato



Cash flow



Utile netto

Conto economico

€x 1000	<u>1H '02</u>		<u>1H '01</u>		var. %
VENDITE	52.161	100,0%	42.288	100,0%	+ 23,3%
VALORE D. PRODUZIONE	53.932	103,4%	43.809	103,6%	+ 23,1%
Materiali e servizi	(30.534)	-58,5%	(24.467)	-57,9%	+ 24,8%
Valore aggiunto	23.398	44,9%	19.342	45,7%	+ 21,0%
Costo del lavoro	(8.214)	-15,7%	(7.352)	-17,4%	+ 11,7%
EBITDA	15.184	29,1%	11.990	28,4%	+ 26,6%
Ammortamenti	(4.820)	-9,2%	(3.810)	-9,0%	+ 26,5%
Accantonamenti/altri	(177)	-0,3%	(193)	-0,5%	- 8,3%
EBIT	10.187	19,5%	7.987	18,9%	+ 27,5%
Ammortamento goodwill	(340)	-0,7%	(337)	-0,8%	+ 0,9%
Oneri finanziari netti	(766)	-1,5%	(278)	-0,7%	+ 175,5%
Componenti straordinari	2	0,0%	162	0,4%	- 98,8%
UTILE ANTE IMPOSTE	9.083	17,4%	7.534	17,8%	+ 20,6%
Imposte	(4.211)	-8,1%	(2.418)	-4,6%	+ 74,2%
Quota di terzi	82	0,2%	(80)	-0,2%	
UTILE NETTO	4.954	9,5%	5.036	11,9%	- 1,6%

Tax rate

	2001	2002E
tax rate "lordo"	47%	47%
beneficio superdit	4%	0
beneficio Visco	9%	0
beneficio Tremonti(*)	0	3%
tax rate effettivo	34%	44%

(*) con investimenti agevolabili pari a 11mn euro

Posizione finanziaria

<i>€ x 1000</i>	30.06.2002	31.12.2001	30.06.2001
Immobilizzazioni	78.206	72.667	61.032
Capitale circolante	15.729	13.147	13.677
Fondi e TFR	(10.847)	(10.835)	(10.369)
Capitale investito	83.088	74.979	64.340
Patrimonio netto	58.436	57.243	50.921
Indebitamento a lungo	16.440	12.953	9.645
Indebitamento a breve	8.212	4.783	3.774
Fonti di finanziamento	83.088	74.979	64.340

Investimenti

- ❑ 2002: 14 mn euro
- ❑ Dal 2003: circa il 10% delle vendite (di mantenimento + aumento capacità produttiva)

escluse operazioni straordinarie

Previsioni per fine anno

- ❑ Obiettivo di fatturato 2002: 103 mn euro
(+18% sul 2001, stessa area di consolidamento)
- ❑ Redditività attesa in crescita rispetto al 2001