

SABAF®

TECHNOLOGY AND SAFETY

Incontro con la comunità finanziaria

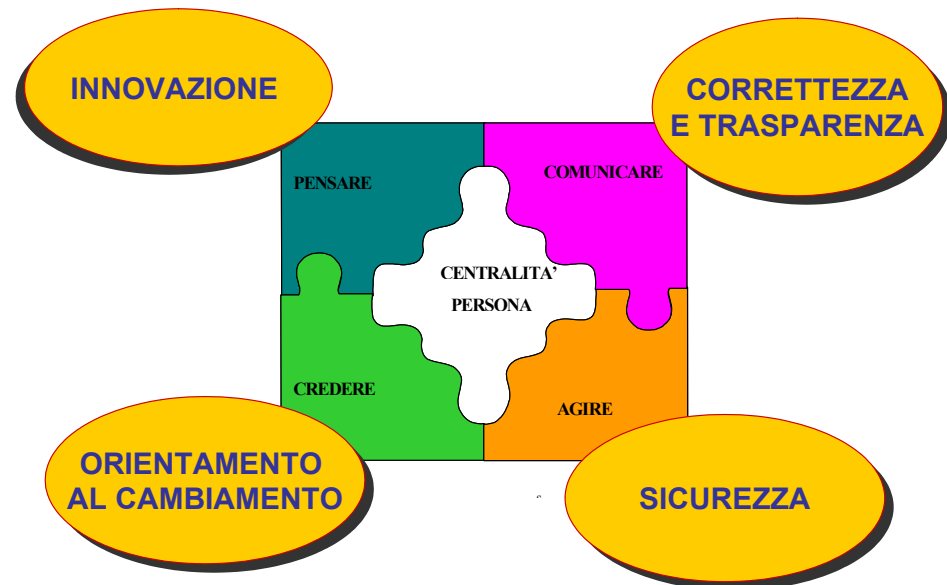
Milano

26 febbraio 2004

Il nostro modello di crescita sostenibile

- In Sabaf l'etica fondata sulla centralità della persona è condizione indispensabile per la crescita sostenibile dell'impresa nel lungo periodo
- Intendiamo la cultura d'impresa come la coesione intorno a valori condivisi. La crescita sostenibile di Sabaf dipende dal grado di consonanza e di condivisione dei valori
- Il rispetto di comuni valori aumenta la fiducia reciproca, favorisce lo sviluppo della conoscenza comune, contribuisce al contenimento dei costi di transazione e dei costi di controllo: un'azienda morale funziona meglio di un'azienda che si sottrae alle regole

Per Sabaf la responsabilità sociale non è un progetto specifico, ma un orientamento di fondo che determina l'identità aziendale ed il modello di business, definendone l'organizzazione e la strategia



Una corporate governance allargata

- ❑ In CdA è stata nominata una maggioranza di amministratori indipendenti
- ❑ E' nostra intenzione introdurre il voto di lista per la nomina del CdA
- ❑ Le stock options sono legate ad obiettivi di crescita di EBITDA e di EBIT, oltre che alle quotazioni di borsa
- ❑ Abbiamo fissato limiti più stringenti per la comunicazione delle operazioni di *internal dealing* e fissato periodi di “black-out”

- ❑ Il dialogo sistematico con i clienti, i fornitori, i dipendenti, la collettività – e la sistematica verifica del rispetto degli impegni e delle regole a cui Sabaf volontariamente si sottopone - sono vissuti come uno strumento di gestione dei rischi aziendali
- ❑ Ogni processo per essere governato deve essere misurato continuamente: il nostro cruscotto aziendale integra la dimensione economico-finanziaria con il capitale intellettuale e gestione della responsabilità sociale

Sabaf e il settore – overview 2003

- ❑ In un mercato caratterizzato da elevata discontinuità e assenza di visibilità, Sabaf ha dimostrato capacità di reazione immediata e di dominio del business
- ❑ Sabaf mantiene la sua quota di mercato in Europa e cresce in Asia, Africa e Sud America

- ❑ La ripresa dei volumi nell'ultimo trimestre ha permesso il miglioramento della marginalità in un quadro competitivo sempre più aspro

- ❑ E' stata completata l'automazione delle fasi di montaggio, taratura e collaudo dei termostati, avviata la produzione del bruciatore "dual" e dei rubinetti in lega leggera di nuova generazione
- ❑ E' stata parzialmente internalizzata la produzione di coperchi per bruciatori.

- ❑ L'effetto dei nuovi prodotti è ancora molto limitato e inferiore alle attese di inizio 2003 a causa della stagnazione della domanda
- ❑ Continua la penetrazione dei rubinetti con sicurezza (vendite +17,8%) i cui volumi di produzione sono ormai prossimi a quelli dei rubinetti semplici
- ❑ I bruciatori speciali crescono più che proporzionalmente rispetto ai bruciatori standard
- ❑ I tassi di crescita delle cerniere (+13,3%) sono i migliori dal 2000, EBIT al 16,9%

Vendite per nazione e concentrazione del fatturato

	<u>Country</u>	<u>2003</u>		<u>2002</u>		<u>2001</u>		<u>2003</u>	<u>2003</u>
								<u>VS.</u>	<u>VS.</u>
								<u>2002</u>	<u>2001</u>
1	ITALY	52,835	48,0%	49,930	48,4%	45,428	52,0%	+ 6%	+ 16%
2	POLAND	13,088	11,9%	12,699	12,3%	9,898	11,3%	+ 3%	+ 32%
3	SOUTH KOREA	7,709	7,0%	7,086	6,9%	3,637	4,2%	+ 9%	+ 112%
4	SPAIN	7,604	6,9%	7,325	7,1%	6,132	7,0%	+ 4%	+ 24%
5	UK	4,686	4,3%	4,644	4,5%	4,441	5,1%	+ 1%	+ 6%
6	TURKEY	4,480	4,1%	2,428	2,4%	1,965	2,2%	+ 85%	+ 128%
7	BRAZIL	2,583	2,3%	2,255	2,2%	1,363	1,6%	+ 15%	+ 90%
8	FRANCE	1,775	1,6%	2,292	2,2%	2,232	2,6%	- 23%	- 20%
9	IRAN	1,546	1,4%	0,455	0,4%	0,415	0,5%	+ 240%	+ 273%
	OTHERS	13,713	12,5%	14,109	13,7%	11,852	13,6%	- 3%	+ 16%
TOTAL		110,019	100,0%	103,223	100,0%	87,363	100,0%	+7%	+26%
	<i>primi 10 clienti</i>	54%		56%		51%			
	<i>primi 20 clienti</i>	71%		74%		68%			

L'accordo con Arcelik

- ❑ La Turchia sta assumendo una posizione dominante nella produzione di elettrodomestici a livello internazionale
- ❑ Società del gruppo Koc, Arcelik è oggi uno dei maggiori e più dinamici player europei nel settore degli elettrodomestici bianchi
- ❑ Vendite per 1,57 bn euro nel 2002 (+47% sul 2001), di cui 46% export, principalmente in Europa Occidentale (+146% sul 2001)
- ❑ Reddito operativo netto 2002: 7%
- ❑ Marchi europei recentemente acquisiti (cottura): Flavel, Leisure, Elektra-Bregenz
- ❑ Nel triennio 2004-2006 Arcelik intende gradualmente adottare componenti Sabaf (bruciatori, rubinetti e termostati) sull'intera gamma di cucine a gas
- ❑ L'accordo ha un valore stimato tra i 16 e i 20 milioni di euro
- ❑ L'accordo mira inoltre a stabilire una partnership strategica per lo sviluppo congiunto di soluzioni innovative nella cottura a gas
- ❑ Arcelik sarà il primo grande gruppo europeo a cogliere le opportunità legate al lancio del rubinetto progressivo in lega leggera

L'ingresso sul mercato nordamericano

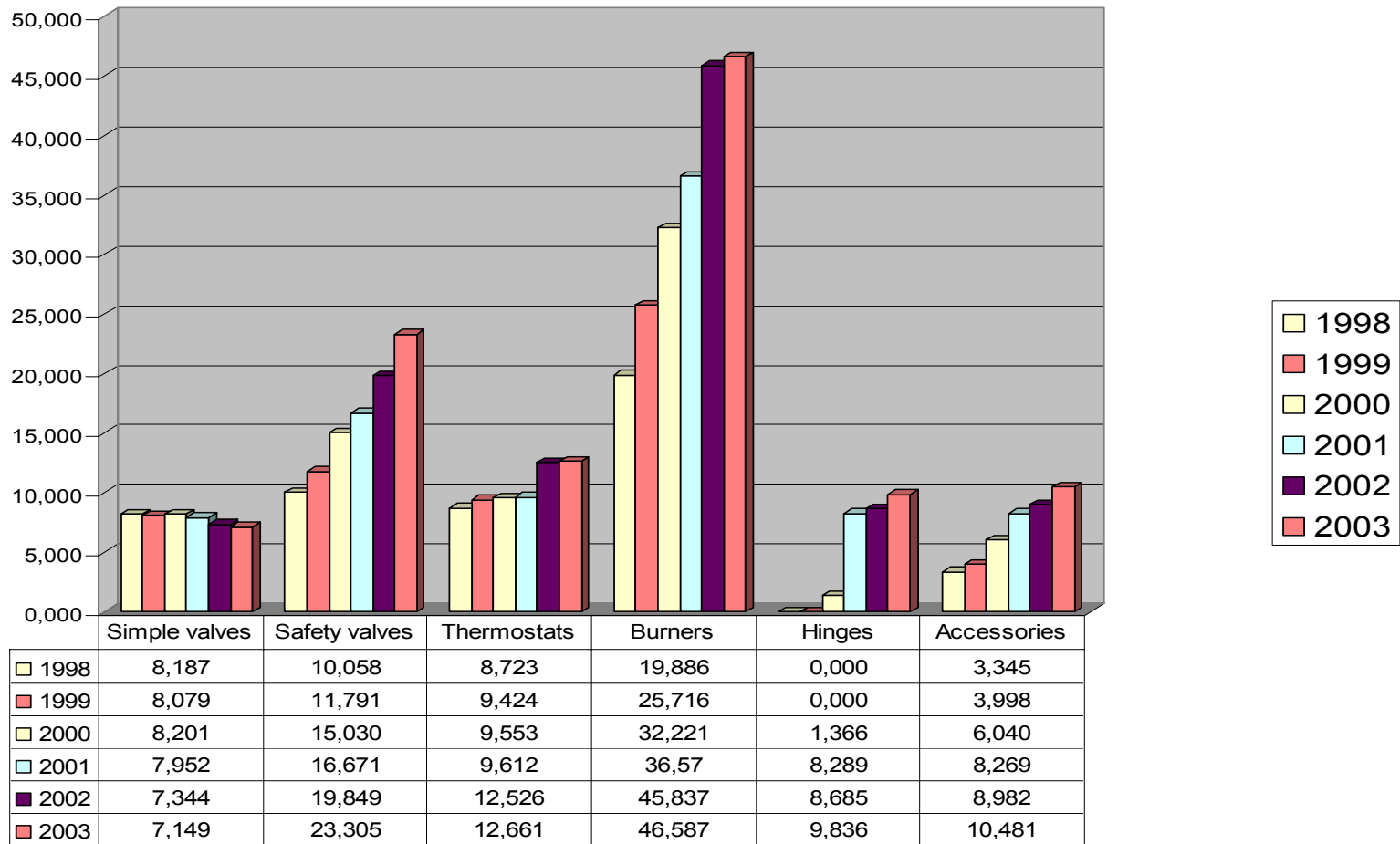
<p style="text-align: center;"><u>Punti di Forza</u></p> <ul style="list-style-type: none">-Gamma dei prodotti in sviluppo- Qualità del prodotto / processo (tutti gli audit condotti ad oggi sono stati positivi)-Rapporti globali (Electrolux / BSH / Whirlpool)-Capacità di innovazione	<p style="text-align: center;"><u>Punti di debolezza</u></p> <ul style="list-style-type: none">-Sistema logistico (non siamo ancora presenti con strutture locali)-Fornitura di parti non sub assembleate (rubinetti / rampe)-Componenti speciali mercato USA (rampa quadrata /bruciatori aria sotto / temperature forno)-Complessità del rapporto con i grandi gruppi /mentalità USA
<p style="text-align: center;"><u>Opportunità</u></p> <ul style="list-style-type: none">-Messa al bando del mercurio dal termostato-Problemi di fornitura dei produttori locali-Importazione prodotti finiti dall'Europa-Estensione impiego della rampa tonda-Crescita del segmento dell'incasso	<p style="text-align: center;"><u>Rischi</u></p> <ul style="list-style-type: none">-Cambio Euro / \$-Potenziali barriere import USA (oggi non presenti)

Attività in Brasile

- Risultati 2003 Sabaf do Brasil
 - ▣ Vendite 2003: 1,4 mn euro (+35%; +75% a cambi costanti)
 - ▣ Reddito operativo 1,4%

- Avviata la pressofusione dei bruciatori e la produzione dei coperchi in loco
- Avviate esportazioni in Cile e Argentina
- Investimenti previsti 2004 per ulteriore verticalizzazione dei processi produttivi: 1,5 mn euro

Vendite per famiglia di prodotto 1998-2003



Conto economico

€ x 1000	<u>2002</u>		<u>2003</u>		var. %
VENDITE	103.223	100,0%	110.019	100,0%	+ 6,6%
VALORE PRODUZIONE	106.066	102,8%	110.758	100,7%	+ 4,4%
Consumi e servizi	(60.550)	-58,7%	(62.538)	-56,8%	+ 3,3%
Valore aggiunto	<u>45.516</u>	44,1%	<u>48.220</u>	43,8%	+ 5,9%
Costo del lavoro	(15.958)	-15,5%	(16.281)	-14,8%	+ 2,0%
EBITDA	<u>29.558</u>	28,6%	<u>31.939</u>	29,0%	+ 8,1%
Ammortamenti	(10.226)	-9,9%	(11.200)	-10,2%	+ 9,5%
Accantonamenti e altri costi operativi	(370)	-0,4%	(461)	-0,4%	
EBITA	<u>18.962</u>	18,4%	<u>20.278</u>	18,4%	+ 6,9%
Ammort. Goodwill	(680)	-0,7%	(934)	-0,8%	+ 37,4%
Oneri finanziari netti	(1.634)	-1,6%	(1.527)	-1,4%	-6,5%
Componenti straordinari	26	0,0%	7	0,0%	
UTILE ANTE IMPOSTE	<u>16.674</u>	16,2%	<u>17.824</u>	16,2%	+ 6,9%

Crescita e redditività trimestrali 2002-2003

€ X 1000	1Q 02		2Q 02		3Q 02		4Q 02		FY 02	
SALES	26.122		26.039		24.386		26.676		103.223	
EBITDA	7.659	29,3%	7.525	28,9%	6.953	28,5%	7.420	27,8%	29.557	28,6%
EBIT	5.042	19,3%	4.802	18,4%	4.074	16,7%	4.361	16,3%	18.279	17,7%
SALES GROWTH	+ 27%		+ 20%		+ 20%		+ 8%		+ 18%	
EBITDA GROWTH	+ 33%		+ 21%		+ 23%		+ 1%		+ 18%	
EBIT GROWTH	+ 39%		+ 19%		+ 23%		- 1%		+ 19%	

€ X 1000	1Q 03		2Q 03		3Q 03		4Q 03		FY 03	
SALES	27.770		26.066		24.792		31.391		110.019	
EBITDA	7.997	28,8%	7.332	28,1%	7.332	29,6%	9.278	29,6%	31.939	29,0%
EBIT	4.995	18,0%	4.283	16,4%	4.240	17,1%	5.826	18,6%	19.344	17,6%
SALES GROWTH	+ 6%		+ 0%		+ 2%		+ 18%		+ 7%	
EBITDA GROWTH	+ 4%		- 3%		+ 5%		+ 25%		+ 8%	
EBIT GROWTH	- 1%		- 11%		+ 4%		+ 34%		+ 6%	

Posizione finanziaria

<i>€ x 1000</i>	31.12.2002	31.12.2003
Immobilizzazioni	78.100	76.384
Capitale circolante	23.021	31.762 (a)
Fondi e TFR	(11.366)	(11.191)
Capitale investito	89.755	96.955
Patrimonio netto	63.865	76.887 (b)
Debiti a medio-lungo	16.055	22.413
Debiti a breve	9.835	(2.345)
Fonti	89.755	96.955

(a) include 7 mn per acconti imposte sul reddito 2003

(b) include l'utile al lordo delle imposte

Flussi finanziari

- L'indebitamento netto è sceso dai 25,9 milioni di euro del 31.12.02 ai 20,1 milioni di euro del 31.12.03. In dettaglio:

■ Cash flow operativo	21,6 mn
■ Investimenti	-9,0 mn
■ Acquisizione 20% Faringosi Hinges	-2,6 mn
■ <u>Dividendi pagati</u>	<u>-4,2 mn</u>
■ Variazione indebitamento netto	5,8 mn

- Il tax rate atteso per il 2003 è di circa il 43%
- Il payout si attesterà tra il 40% ed il 45%

Investimenti / Ricerca e Sviluppo

- Gli investimenti previsti per il 2004 ammontano a 17 milioni di euro, di cui circa 5 milioni per la realizzazione di un nuovo stabilimento di 12.000 mq nel sito di Ospitaletto, destinato alla produzione della nuova generazione di rubinetti
- Gli investimenti 2004 permetteranno di:
 - ▣ Aumentare la capacità produttiva di circa il 15% su tutte le linee di prodotto
 - ▣ Completare la verticalizzazione nella produzione dei coperchi per bruciatori
 - ▣ Produrre su larga scala i rubinetti di nuova generazione
- Per gli anni successivi, investimenti pari al circa 10% del fatturato potranno sostenere i livelli di crescita organica attesi
- Obiettivi strategici di ricerca e sviluppo:
 - ▣ continuare ad innalzare le barriere all'ingresso tramite il lancio di prodotti caratterizzati da tecnologia di processo estremamente sofisticata
 - ▣ garantire prestazioni superiori in termini di efficienza e di impatto ambientale
 - ▣ sviluppare soluzioni specifiche per i mercati extraeuropei
 - ▣ sviluppare, anche in partnership, soluzioni innovative per nuovi componenti

Previsioni 2004

- Per il 2004 ci attendiamo una crescita a due cifre, grazie a:
 - ▣ accordo di fornitura con Arcelik
 - ▣ rafforzamento delle relazioni con i principali clienti
 - ▣ maggiore penetrazione sui mercati extraeuropei (in particolare area Medio Orientale)
 - ▣ avvio vendite in Nord America (obiettivo minimo 1 milione di euro)e il mantenimento dei livelli di redditività del 2003.

- Il rapporto di cambio euro/dollaro condiziona la competitività sui mercati asiatici e sudamericani.

- Gli acquisti delle materie prime strategiche (ottone e alluminio) sono stati coperti per circa l'80% dei consumi attesi nel 2004.