



**CDC S.p.A.
Presentazione al
TechSTAR**

Milano, 2 Dicembre 2004



MERCATO DI RIFERIMENTO E STRATEGIA 2005 - 2007



Corporate highlights

- ✓ **Leader italiano nella produzione e distribuzione di prodotti informatici**
- ✓ **Fatturato consolidato 2003 di 595 mln di euro**
- ✓ **Utile netto consolidato 2003 pari a 9,9 mln di euro**
- ✓ **Oltre 600 dipendenti a livello di Gruppo**
- ✓ **Marchi (CDC, Dex, Kraun) ed insegne (Computer Discount, Compy) caratterizzati da forte notorietà sul mercato italiano**
- ✓ **Primo retailer italiano del settore dell'informatica con:**
 - (i) una rete di vendita all'ingrosso, formata da 28 Cash & Carry (di proprietà) e da oltre 130 dealers Amico (in franchising), che rappresenta il 50% del fatturato totale**
 - (ii) catene al dettaglio: oltre 220 negozi ad insegna Computer Discount che servono i clienti SoHo e Small Business; 100 corner Compy all'interno di negozi di elettronica di consumo aventi come target il segmento consumer**



I risultati raggiunti

Quote di mercato

**Distribuzione di microinformatica:
dal 6,8% del 2001 al 8,8% del 2003
(+30%)**

Investimenti 03/01

- 8 nuovi Cash & Carry
- completamento gamma Prodotti (CDC / Kraun / Inkdrops)

Risultati reddituali

- Utile netto 2003: +329% rispetto al 2002
- Ebitda 2003: +56% rispetto al 2002, con un'incidenza sulle vendite che passa dal 3,8% del 2002 al 4,8% del 2003

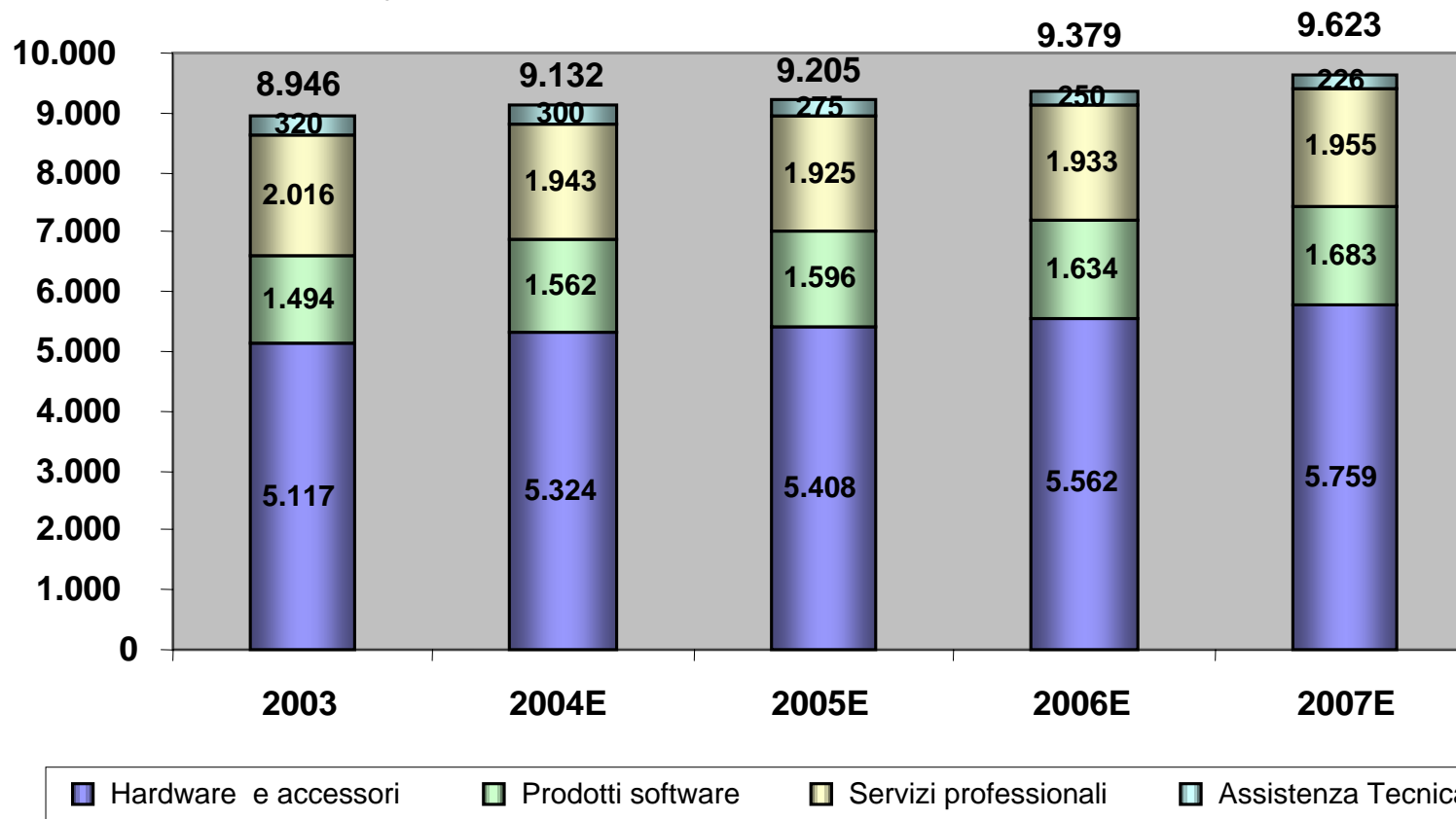
Valore per azionisti

- EPS 2003: 0,79 euro
- DPS 2003: 0,49 euro (+250% vs 2002)



Scenario di riferimento 2005 – 07: mercato della microinformatica

Fonte Sirmi, 2004 – dati in mln di euro



**CAGR triennio
2005/07: +1,8%**

- ✓ Il mercato italiano della Microinformatica ha subito una contrazione nel biennio 2002-2003
- ✓ Sirmi prevede una crescita del mercato pari al 2,1% nel 2004, con un CAGR del 1,8% nel triennio 2005 - 2007, sospinto principalmente dai segmenti hardware e software

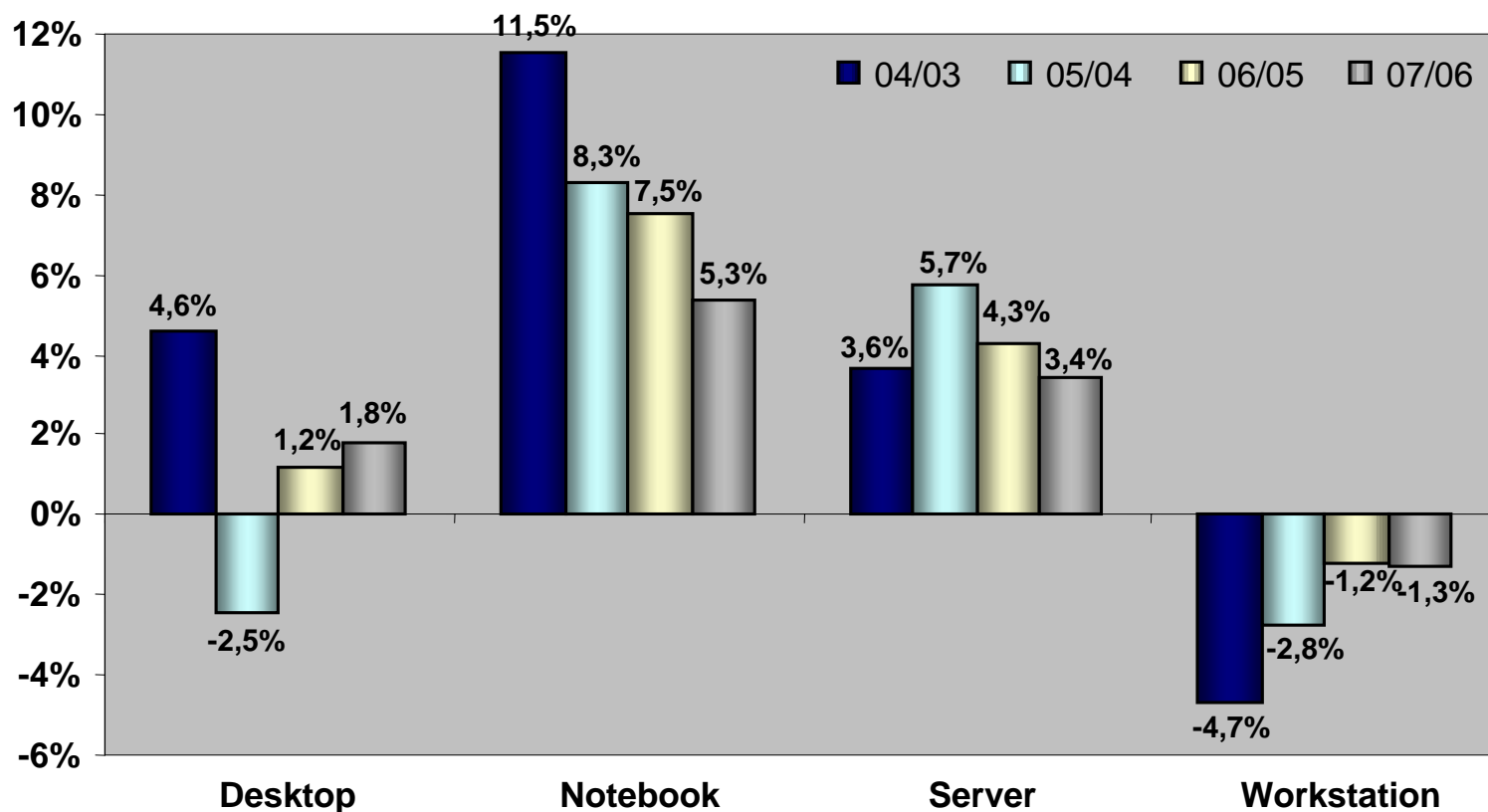


Scenario di riferimento 2005 – 07: mercato del PC per categoria merceologica

Fonte Sirmi, 2004

Dati in mln di euro	2003	2004E	2005E	2006E	2007E
Hardware e accessori	1.337	1.399	1.364	1.380	1.405
Prodotti software	1.082	1.207	1.307	1.405	1.480
Servizi professionali	396	411	434	453	469
Assistenza Tecnica	86	82	80	79	78
Totale	2.902	3.098	3.185	3.317	3.432
Var.ne % annua		6,8%	2,8%	4,1%	3,5%

✓ Dopo 3 anni consecutivi (2001-2003) di marcata flessione (oltre 5% annuo), nel 2004 è attesa una ripresa del mercato (crescita del 6,8% rispetto al 2003)



✓ Atteso un trend 2005-2007 positivo (CAGR di circa il 3%) sospinto, in particolare, dall'andamento del mercato del notebook e del server



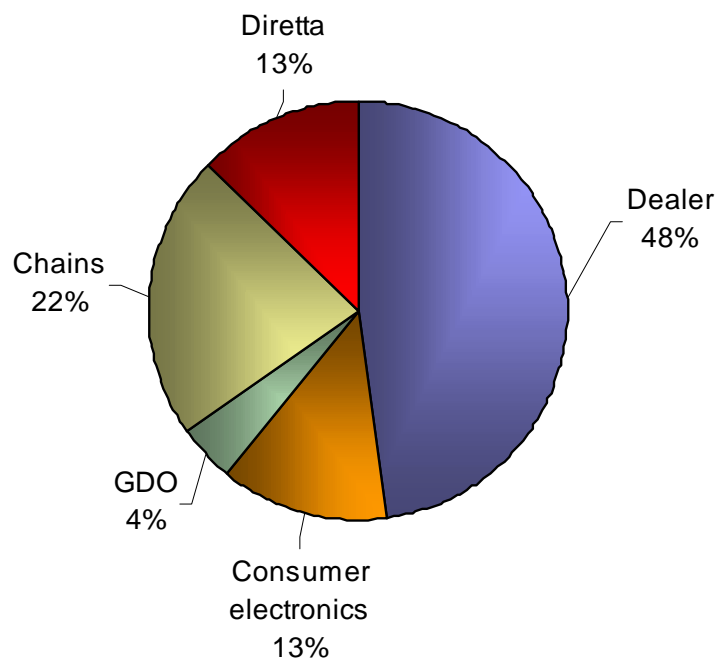
Scenario di riferimento 2005 – 07: mercato del PC per canale di vendita

Var.ne % annua

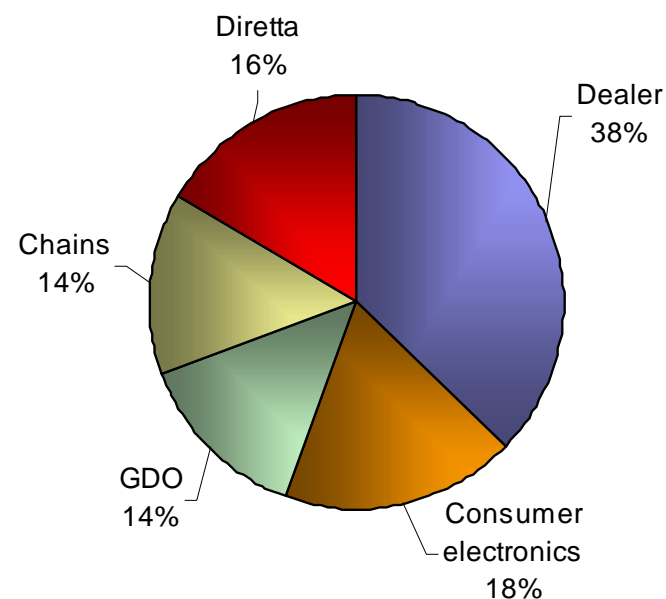
Fonte Sirmi, 2004

Dati in unità	2001	2002	2003	2004E	2005E	2006E	2007E
Dealer	2,3%	-13,3%	-8,5%	15,4%	6,7%	6,3%	5,3%
Consumer electronics	2,6%	4,4%	5,5%	35,1%	11,0%	9,4%	7,2%
GDO	13,3%	96,3%	17,2%	37,7%	15,1%	11,6%	7,6%
Chains	-0,8%	-24,7%	1,2%	2,6%	4,2%	5,6%	5,4%
Diretta	3,7%	2,2%	42,1%	10,9%	3,3%	4,4%	3,3%
Totale	2,3%	-6,6%	4,7%	17,6%	7,5%	7,1%	5,7%

2001 - Breakdown by channel



2007 - Breakdown by channel



- ✓ **Attesa una crescita del mercato del PC nel 2004 (+17,6% in unità), sospinta dai canali consumer electronics (+35%) e GDO (+37,7%)**
- ✓ **Dal 2005 in poi prevista una moderata ripresa (con tassi sostanzialmente in linea a quelli medi di mercato) anche per la formula distributiva delle catene di PC shop (chains)**



Obiettivi Strategici 2005 – 2007 per area di affari (ASA)

ASA – Distribuzione:

- Focus su catena Cash & Carry di proprietà incrementando la capillarità della rete di vendita (8 nuove aperture)
- Ampliamento delle categorie merceologiche ad aree convergenti con l'informatica
- Consolidamento dei ricavi B2B attraverso l'incremento dello share of wallet dei clienti esistenti

ASA – Vendite Retail:

- Consolidamento della leadership della catena Computer Discount attraverso maggior focus su specializzazione e servizi destinati a clientela SoHo e consumer alto spendente
- Lancio di un nuovo formato di negozi di proprietà di medio-grandi dimensioni

ASA – Vendite Dirette:

- Penetrazione sul mercato corporate/finance attraverso prodotti a marchio proprio
- Presidio delle principali gare di appalto della P.A. sia dirette che veicolate attraverso Consip (obiettivo mantenere una market share media annua del 10%)

ASA – Interfree:

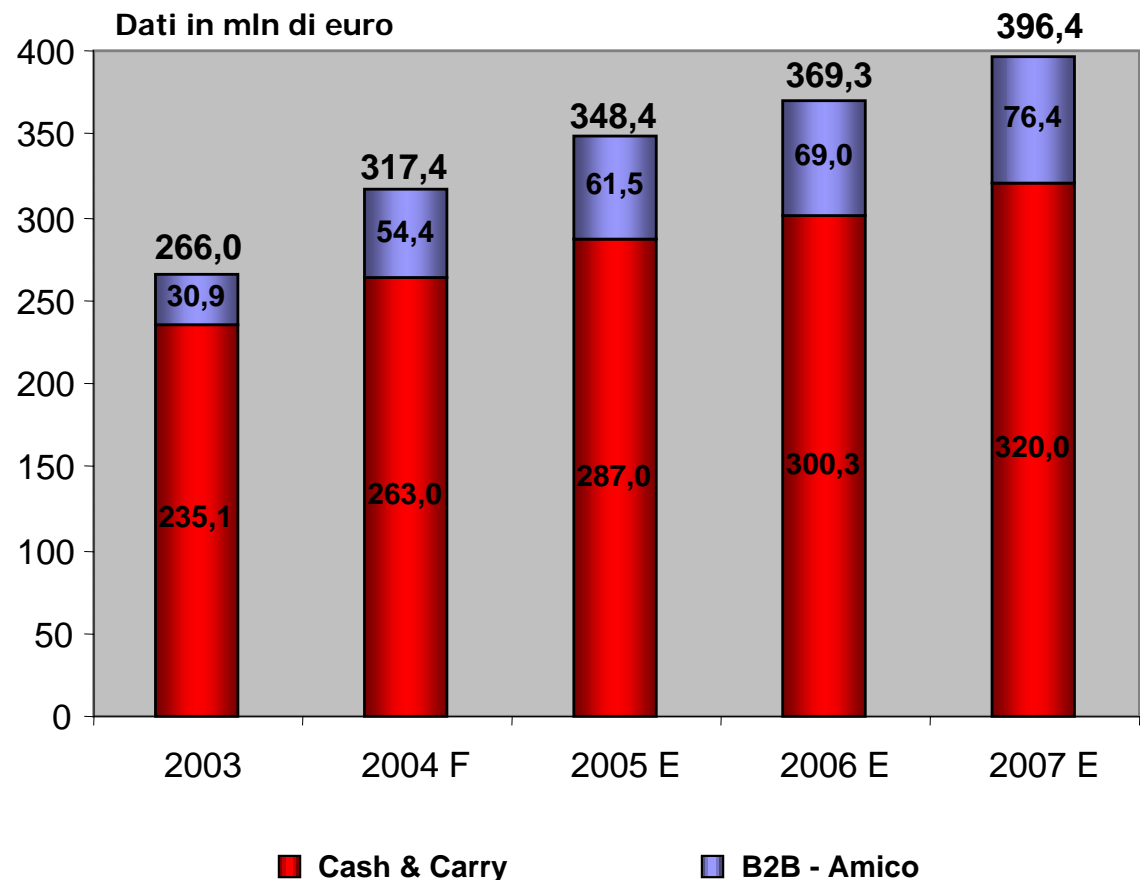
- Gestione come "cash cow" del business dial up
- Sviluppo di servizi ad elevato valore aggiunto e ridotto assorbimento di capitale



ASA Distribuzione: obiettivi strategici 2005 – 2007

- ✓ 8 nuovi punti vendita Cash & Carry durante il triennio 2005-2007 (che si aggiungono ai 2 già aperti nel 2004)
- ✓ Ampliamento delle categorie merceologiche in aree convergenti con l'informatica (audio-video-telefonia)
- ✓ Numero affiliazioni Amico: target 2007 di 160 dealer affiliati (rispetto ai 136 al 30 Settembre 2004)
- ✓ Leva Finanziaria: percentuale dilazionato su totale stabile al 50%
- ✓ Fatturato 2005 – 2007: target 2007 di 396 mln di euro, di cui l'80% realizzato attraverso la rete dei Cash & Carry di proprietà

- ✓ CAGR triennio 2005 – 2007: +8% (+12% canale B2B-Amico)





ASA Vendite Retail: obiettivi strategici 2005 – 2007

Computer Discount

- ✓ CAGR 2005-07 pari al 5%
- ✓ Numero di punti vendita invariato (225 negozi) nel periodo del piano
- ✓ Focus su clientela SoHo e small business
- ✓ Sviluppo ricavi da servizi e soluzioni personalizzate
- ✓ Ampliamento delle categorie merceologiche in aree convergenti con l'informatica

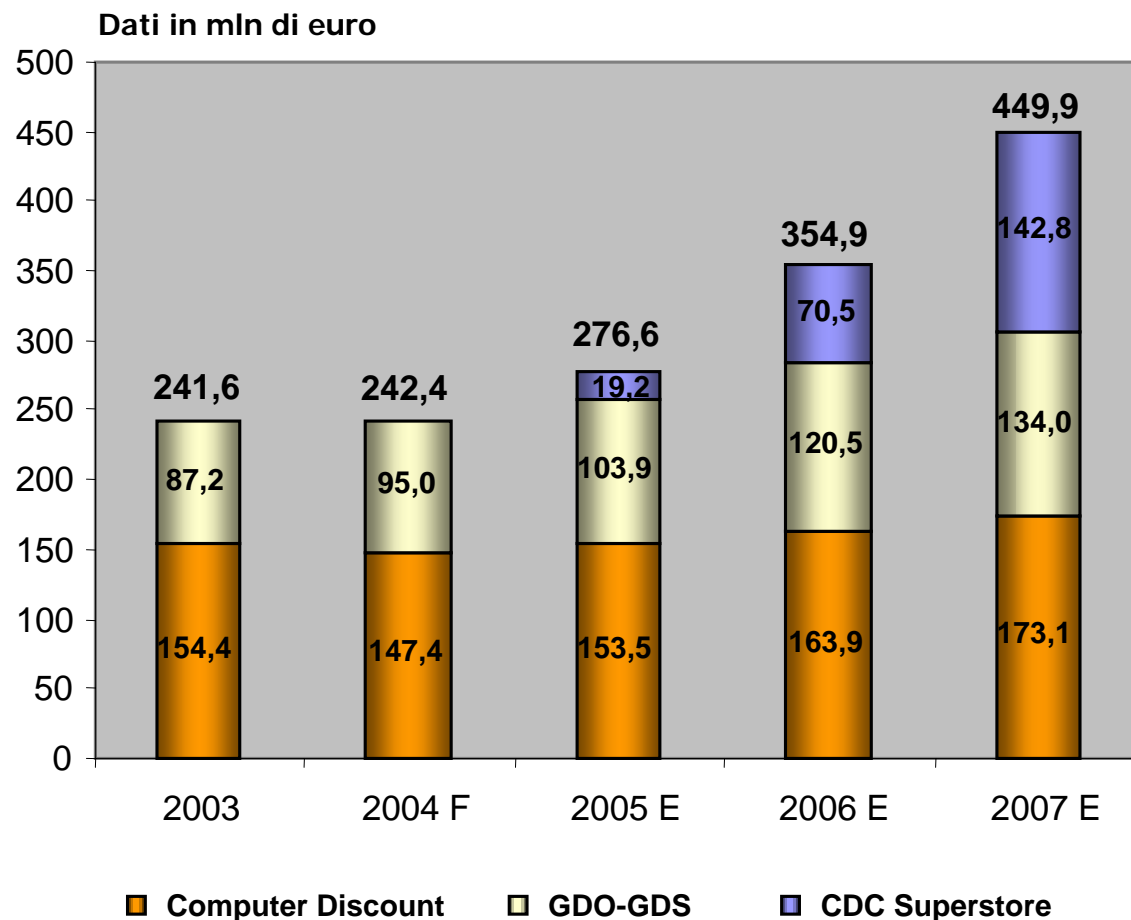
GDO/GDS

- ✓ CAGR 2005-07 pari al 12%
- ✓ Incremento dei corner Compy gestiti in esclusiva da 100 unità del 2004 a 200 unità del 2007

CDC Superstore

- ✓ Lancio del progetto nel 2005
- ✓ Break even di Ebit e PBT entro il 2006

✓ CAGR triennio 2005 – 2007: +23%





ASA Vendite Dirette: obiettivi strategici 2005 – 2007

✓ Crescita dei ricavi di vendita nei confronti della P.A. (CAGR 2005-07 > 25%) dovuta a:

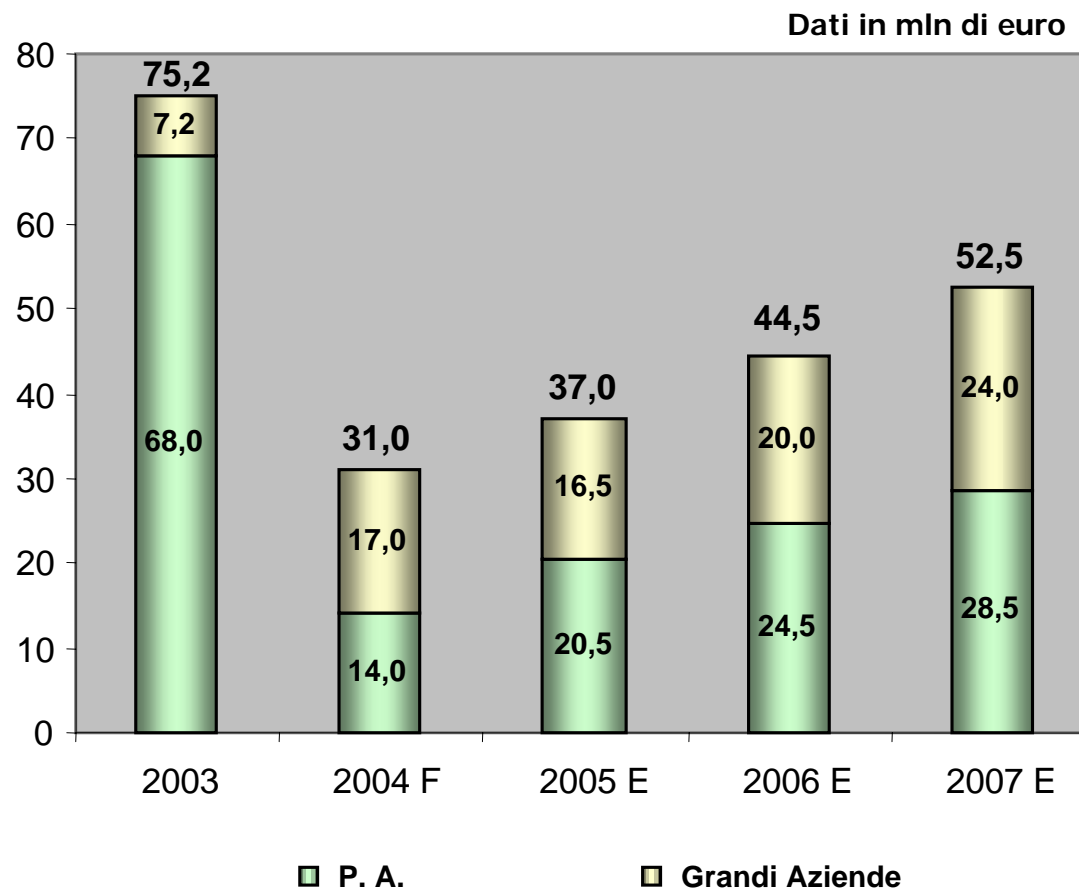
(i) ripresa delle gare di appalto Consip

(ii) relazioni sviluppate con le principali pubbliche amministrazioni italiane (sia centrali che locali)

✓ Penetrazione sul mercato corporate e finance (circa 30% del mercato del PC) attraverso lo sviluppo e la commercializzazione della gamma di prodotti CDC (PC, monitor, accessori)

✓ Obiettivo di fatturato 2007 pari a 52 mln di euro, di cui circa il 40% realizzato nel mercato corporate

✓ CAGR triennio 2005 – 2007: +19%
(27% nell'area P.A.)





Il progetto Superstore: l'idea di business

Il progetto

- ✓ Sviluppare una nuova catena di Superstore di tecnologia elettronica sul mercato italiano, con superfici di vendita di medio – grandi dimensioni (>2.000 mq)
- ✓ Previste 7 aperture nel triennio 2005-07, con 2 aperture da realizzare già nel 2005
- ✓ Categorie merceologiche in buona parte già trattate da parte di CDC o appartenenti ad aree convergenti con l'informatica: *fotografia, audio, video, computer ed accessori, elettronica per la casa, multimediale, CD/DVD, telefonia, videoregistrazione, office equipment*
- ✓ Immobili che ospitano i negozi principalmente in affitto

Driver del progetto per CDC

- ✓ Principale retailer specializzato in IT della realtà italiana (Cash & Carry e Computer Discount)
- ✓ Esperienza maturata nell'elettronica di consumo con i corner Compy
- ✓ Posizione di leadership nella distribuzione di prodotti informatici (oltre 30% delle vendite attese di CDC Superstore) fondamentale per la penetrazione di CDC su tale formula distributiva
- ✓ Efficienza logistica
- ✓ Competenze di marketing nei segmenti consumer e SoHo, maturate con Compy e Computer Discount
- ✓ Formula dell'elettronica di consumo attesa in forte crescita nel prossimo triennio
- ✓ Business ad elevata generazione di cash flow in termini di NWC



Il progetto Superstore: obiettivi economici e finanziari

Target 2005

- ✓ Ricavi: 19,2 mln di euro
- ✓ Ebitda: -0,6 mln di euro
- ✓ PBT: -1,1 mln di euro
- ✓ Investimenti progressivi: 5 mln di euro
- ✓ NFP della BU: 0,2 mln di euro

Target 2007

- ✓ Ricavi: 142,8 mln di euro
- ✓ Ebitda: 5,8 mln di euro (4,1% sui ricavi)
- ✓ PBT: +1,9 mln di euro (1,3% sui ricavi)
- ✓ Investimenti progressivi del triennio: oltre 30 mln di euro, di cui il 50% in immobili
- ✓ NFP della BU: 1,5 mln di euro

Obiettivi:

- ✓ Rafforzare il posizionamento competitivo a valle nel mercato retail (segmenti consumer e SoHo)
- ✓ Business ad elevata generazione di cash flow in termini di NWC, con livelli di Roace superiori, a regime, rispetto alla media del gruppo
- ✓ Break even di Ebit e PBT da raggiungere già nel 2006
- ✓ Fatturato 2006 di 70,5 mln di euro

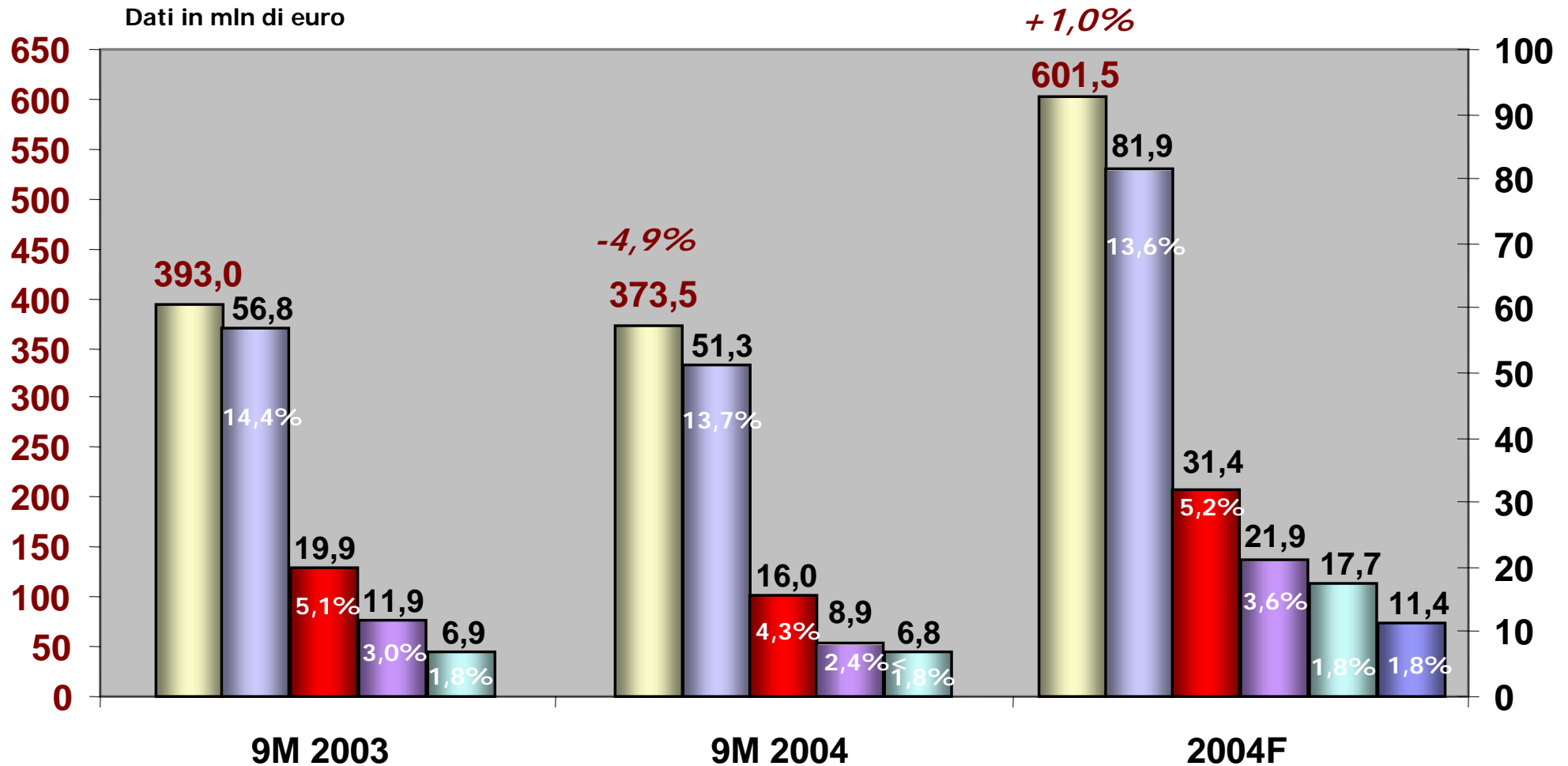


OBIETTIVI ECONOMICI E FINANZIARI 2005 - 2007



Risultati consolidati al 30 settembre 2004 e forecast FY2004

■ Ricavi ■ Gross margin ■ Ebitda ■ Ebit ■ Utile ante imposte ■ Utile netto



- ✓ I dati al 30 Settembre 2004 risultano in linea con il forecast
- ✓ L'obiettivo di utile netto per l'esercizio 2004 è pari a 11,4 mln di euro



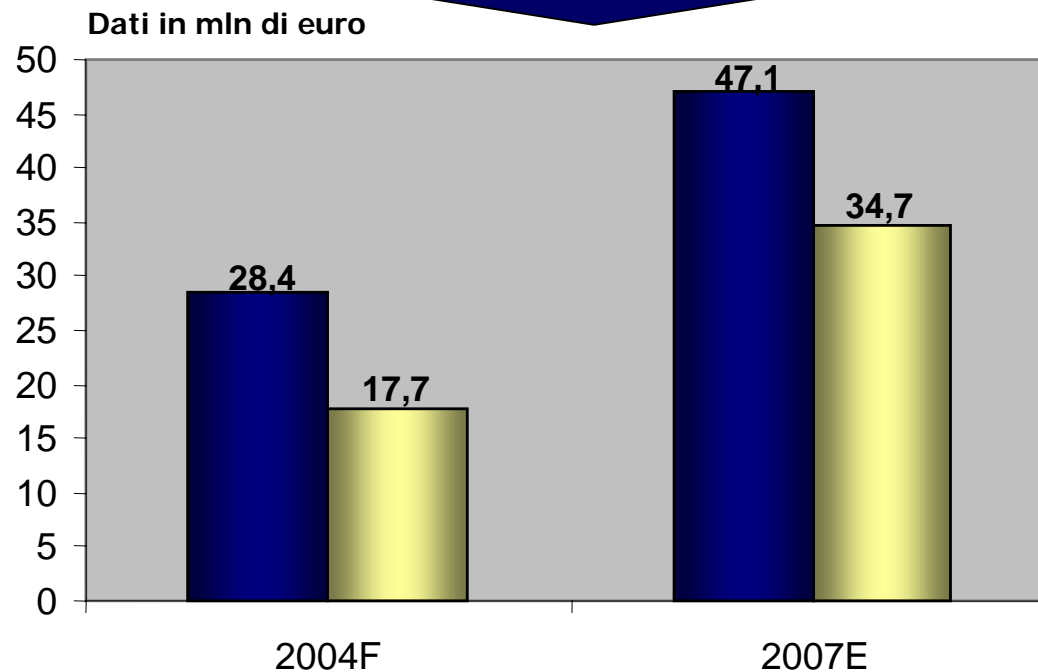
Piano industriale 2005 – 2007: main financial targets

Forecast 2004

- ✓ Ricavi: 601,5 mln di euro
- ✓ Ebitda: 28,4 mln di euro (4,7% sui ricavi)
- ✓ PBT: 17,7 mln di euro (2,9% sui ricavi)
- ✓ NFP: 31,5 mln di euro (average)
- ✓ NFP/ricavi: 5,0%
- ✓ D/E: 0,5

Target 2007

- ✓ Ricavi: 904,2 mln di euro
- ✓ Ebitda: 47,1 mln di euro (5,2% sui ricavi)
- ✓ PBT: 34,7 mln di euro (3,8% sui ricavi)
- ✓ NFP: 19,5 mln di euro (average)
- ✓ NFP/ricavi: 2,2%
- ✓ D/E: 0,2

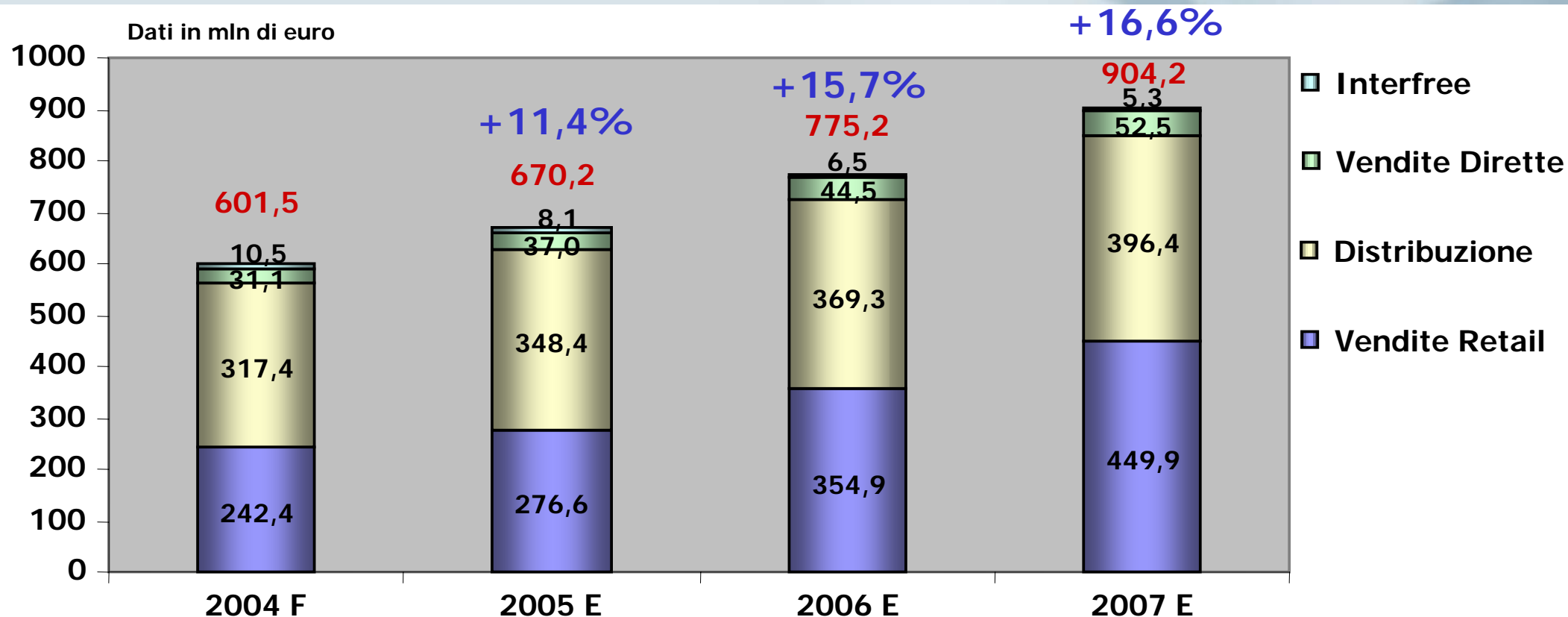


Ebitda margin da 4,7% a 5,2%
PBT Margin da 2,9% a 3,8%

■ Ebitda
■ Utile ante imposte



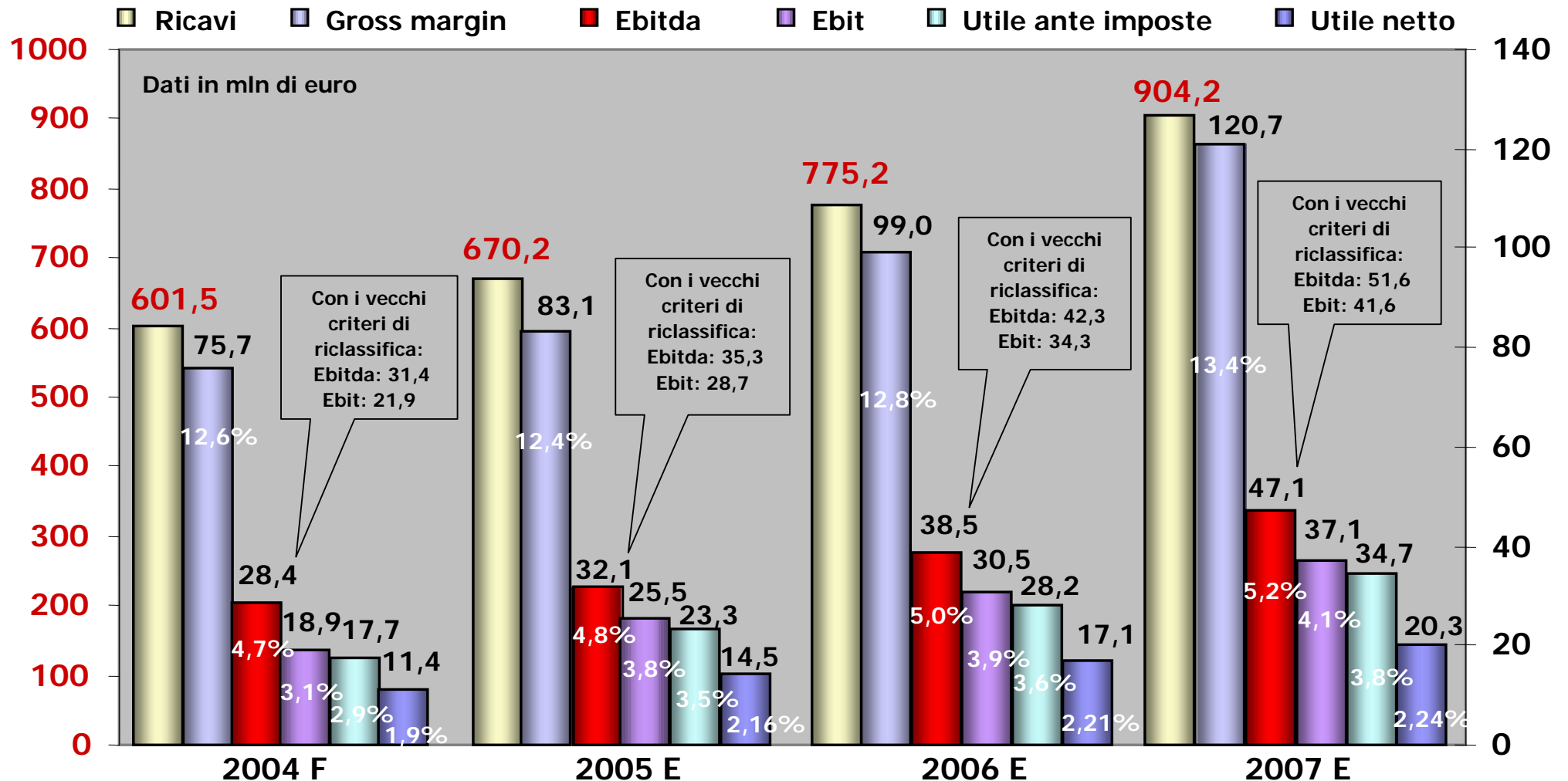
Ricavi a livello consolidato: breakdown 2004 – 2007



- ✓ CAGR 2005–2007 dei ricavi consolidati pari al 15% circa
- ✓ Le Vendite Retail, che includono la nuova business unit Superstore, rappresentano l'ASA con la maggiore crescita dei ricavi (CAGR pari al 23%)
- ✓ ASA distribuzione in crescita dell'8% annuo, con un target di fatturato 2007 di 400 mln di euro
- ✓ CAGR 2005 – 2007 dell'area Vendite Dirette pari al 19%, con un obiettivo di fatturato 2007 di 52,5 mln di euro



Situazione consolidata: obiettivi economici 2005 - 2007



- ✓ A partire dal Q1 2005 nuovi criteri di riclassifica del conto economico, con imputazione dei costi per servizi finanziari (commissioni bancarie, carte di credito e factoring) tra i costi operativi anziché nella gestione finanziaria
- ✓ Conferma dell'obiettivo di utile netto per l'esercizio 2004 di 11,4 mln di euro
- ✓ Sostanzialmente invariato il target di utile netto nell'esercizio 2005 (14,5 mln di euro) rispetto al precedente piano industriale (15 mln di euro)
- ✓ Utile netto 2006 atteso a quota 17,1 mln di euro, rispetto al precedente target di 18,6 mln di euro



Il piano industriale 2005 – 2007: driver del business

Dati in euro mln	Driver	2004 F	2005	2006	2007	CAGR 2005-07
Ricavi di vendita	Apertura di 8 C&C Nuova BU Superstore Ripresa mercato del PC Riduzione pressione sui prezzi Ripresa formula PC Shop	601,5	670,2	775,3	904,2	15%
EBITDA	Crescita del gross margin (sales mix per prodotto) Crescita del gross margin (sales mix per canale) Contenimento costi operativi (economie di scala)	28,4 (4,7%)	32,1 (4,8%)	38,5 (5,0%)	47,1 (5,2%)	18%
PBT	Controllo oneri finanziari netti Riduzione del debito finanziario netto	17,7 (2,9%)	23,3 (3,5%)	28,2 (3,6%)	34,7 (3,8%)	25%
EPS	Crescita media annua >20%	0,93	1,18	1,4	1,7	22%



Consolidato di gruppo e business unit Superstore 2004 - 2007

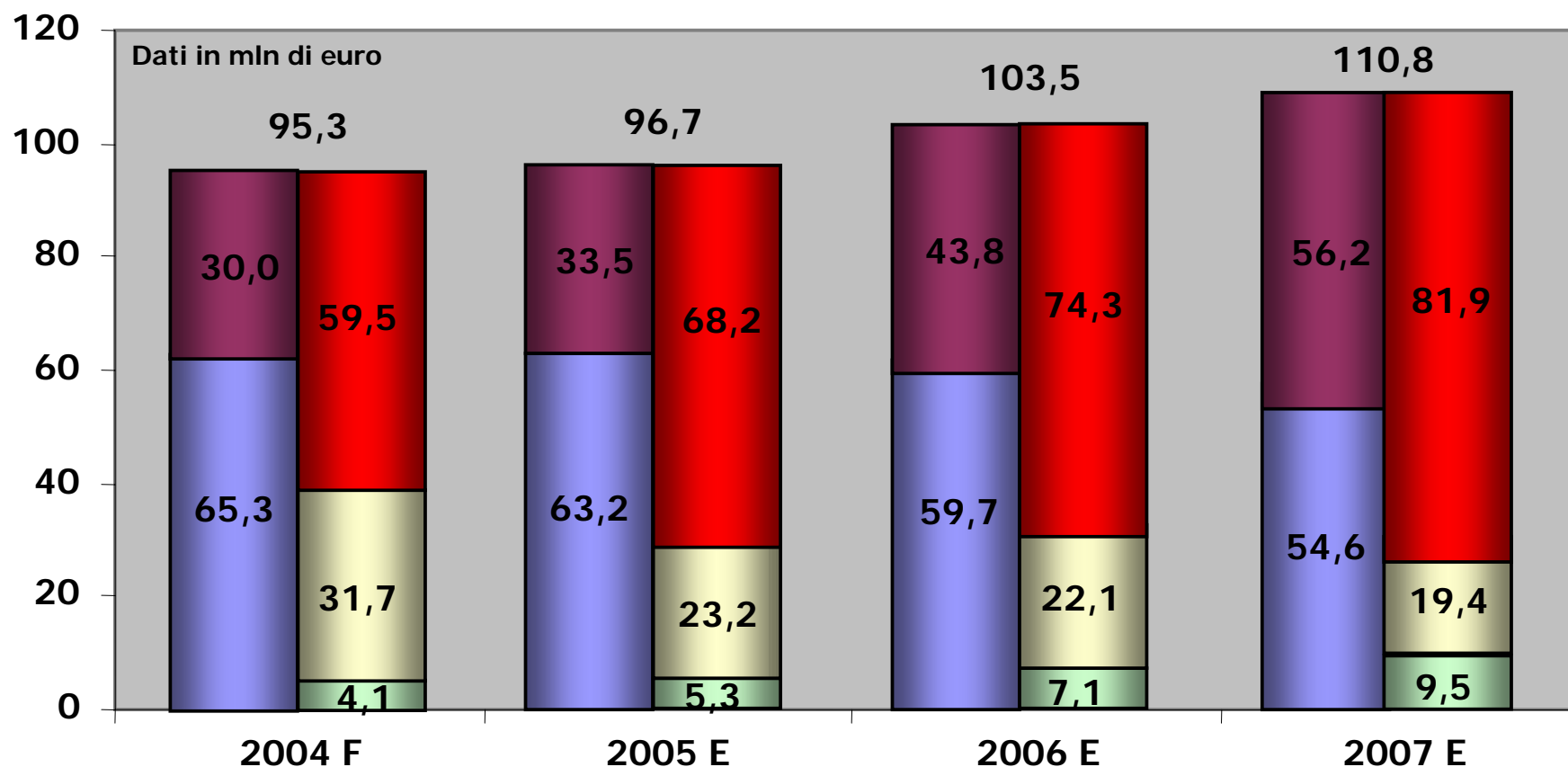
Dati in '000 euro	2004		2005				2006				2007			
			Consolidato		di cui Superstore		Consolidato		di cui Superstore		Consolidato		di cui Superstore	
Ricavi	601.500	100%	670.184	100%	19.220	100%	775.243	100%	71.820	100%	904.181	100%	142.780	100%
Margine commerciale	75.665	12,6%	83.134	12,4%	3.306	17,2%	98.993	12,8%	12.756	17,8%	120.710	13,4%	26.433	18,5%
Altri costi operativi	(26.347)	-4,4%	(27.274)	-4,1%	(2.038)	-10,6%	(31.665)	-4,1%	(5.425)	-7,6%	(37.696)	-4,2%	(10.374)	-7,3%
Costo del lavoro	(20.914)	-3,5%	(23.799)	-3,6%	(1.881)	-9,8%	(28.875)	-3,7%	(5.316)	-7,4%	(35.947)	-4,0%	(10.254)	-7,2%
Ebitda	28.404	4,7%	32.062	4,8%	(613)	-3,2%	38.453	5,0%	2.016	2,8%	47.068	5,2%	5.805	4,1%
A&Depreciation	(9.542)	-1,6%	(6.586)	-1,0%	(468)	-2,4%	(7.927)	-1,0%	(1.690)	-2,4%	(9.995)	-1,1%	(3.721)	-2,6%
Ebit	18.862	3,1%	25.476	3,8%	(1.081)	-5,6%	30.526	3,9%	326	0,5%	37.073	4,1%	2.083	1,5%
Gestione finanziaria	(2.275)	-0,4%	(2.200)	-0,3%	-	0,0%	(2.305)	-0,3%	(105)	-0,1%	(2.414)	-0,3%	(214)	-0,1%
Gestione straordinaria	1.077	0,2%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
PBT	17.664	2,9%	23.276	3,5%	(1.081)	-5,6%	28.221	3,6%	221	0,3%	34.659	3,8%	1.870	1,3%
Imposte	(6.264)	-1,0%	(8.775)	-1,3%	(34)	-0,2%	(11.074)	-1,4%	(240)	-0,3%	(14.398)	-1,6%	(846)	-0,6%
Utile netto	11.400	1,90%	14.500	2,16%	(1.115)	-5,8%	17.147	2,21%	(19)	0,0%	20.261	2,24%	1.023	0,7%

- ✓ Crescita del gross margin dal 12,6% del 2004 al 13,4% del 2007, principalmente determinata dal contributo della BU Superstore
- ✓ Riduzione dell'incidenza dei costi operativi sul fatturato dal 7,9% del 2004 al 7% del 2007
- ✓ Crescita dell'Ebitda margin consolidato dal 4,7% del 2004 al 5,2% del 2007 (5,7% con i vecchi criteri di riclassifica)
- ✓ BU Superstore: break even di Ebit nel secondo anno (2006) con un Ebitda margin pari al 2,8%
- ✓ Utile netto consolidato in crescita da 9,9 mln di euro del 2003 a 20,3 mln di euro del 2007



Situazione consolidata 2005 – 2007: composizione dell'attivo e del passivo

■ Capitale circolante netto ■ Attivo fisso
■ Fondi TFR □ Debito finanziario netto ■ Patrimonio netto

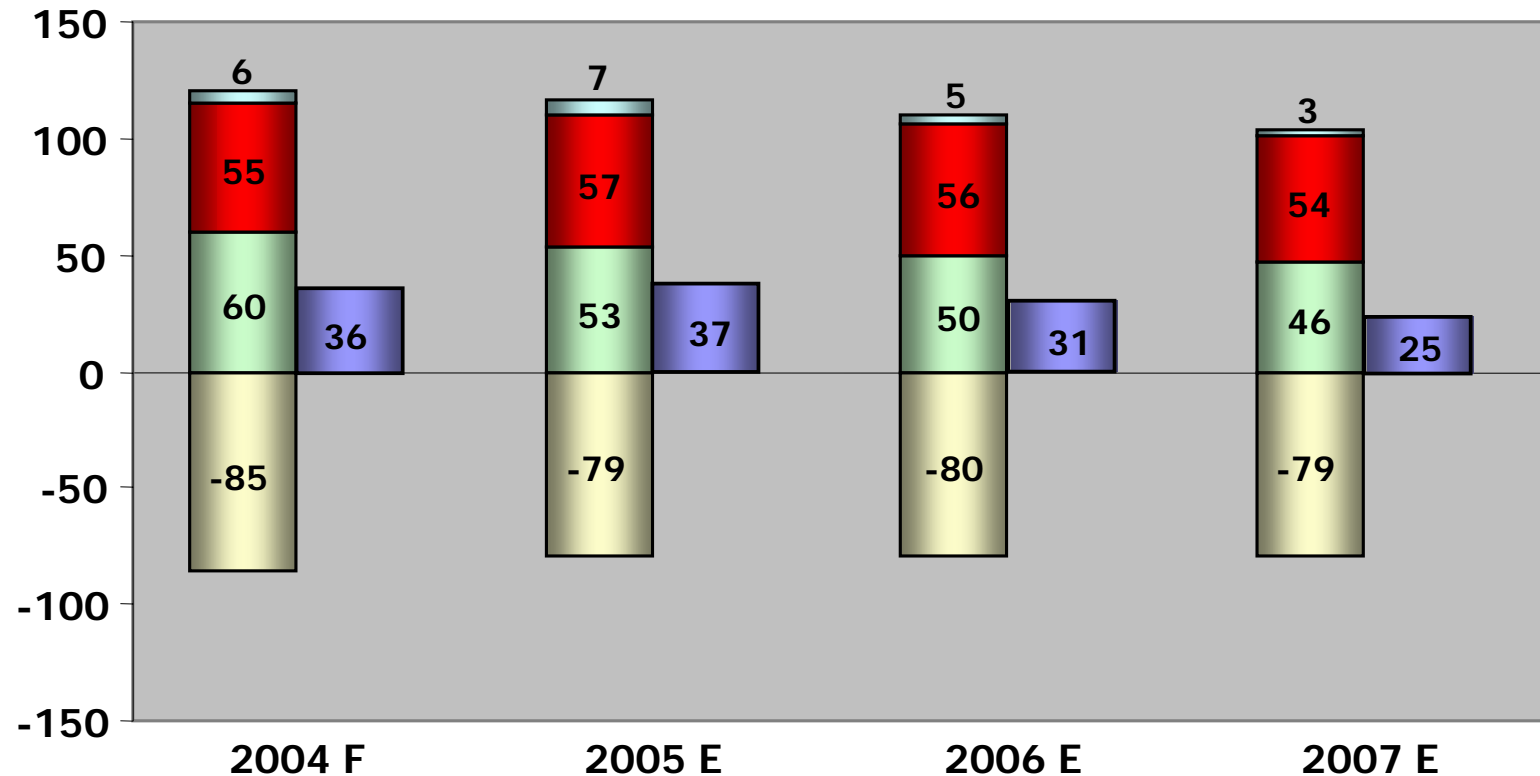


- ✓ Investimenti medi annui pari ad oltre 10 mln di euro, l'80% dei quali legato al progetto Superstore
- ✓ Crescente efficienza nella gestione del capitale circolante, generata dalla business unit Superstore



Ciclo del capitale circolante: obiettivi 2005 - 2007

■ gg clienti ■ gg magazzino ■ gg fornitori ■ gg altre attività/passività
■ Ciclo CCN



- ✓ Crescita di efficienza (+30%) nella gestione del capitale circolante prevista nel periodo del piano
- ✓ Ciclo del CCN della Business Unit Superstore pari a -30 giorni al 2007, con un impatto positivo sulla generazione di cash flow



2005 – 2007: creazione di valore per gli azionisti

	2003 A	2004 F	2005 E	2006 E	2007 E
Utile netto consolidato	€9,86 MM	€11,4 MM	€14,5 MM	€17,1 MM	€20,3 MM
Numero azioni	12.261.372				
EPS	€ 0,79	€ 0,93	€ 1,18	€ 1,40	€ 1,70
DPS	€ 0,49	€ 0,56	€ 0,71	€ 0,84	€ 1,0
Crescita annua DPS	+250%	+14%	+27%	+19%	+21%