



Presentazione del Piano Industriale di Gruppo 2006 – 2008

Milano, 16 Novembre 2005



Giuseppe Diomelli – Presidente

**CORPORATE OVERVIEW E JOINT
VENTURE CON UNICOOP FIRENZE**



Mission

Diffondere tecnologie semplici

*Dal 1986 ad oggi, operatore di riferimento per il
mercato italiano della microinformatica*



Corporate highlights

- ✓ **Leader italiano nella produzione e distribuzione di prodotti informatici, con un fatturato consolidato 2004 di circa 550 mln di euro**
- ✓ **Utile netto consolidato 2004 pari a circa 10 mln di euro**
- ✓ **650 dipendenti a livello di Gruppo**
- ✓ **Marchi (CDC, Dex, Kraun) ed insegne (Computer Discount) caratterizzati da forte notorietà sul mercato italiano**
- ✓ **Primo operatore italiano del settore dell'informatica con capillare presidio del territorio attraverso una rete di vendita all'ingrosso (31 Cash & Carry) ed al dettaglio (oltre 200 negozi ad insegna Computer Discount, 100 corner Compy)**
- ✓ **Recente ingresso sul mercato della distribuzione al dettaglio di elettronica di consumo attraverso una joint venture con Unicoop Firenze (in fase di perfezionamento)**



Gli asset del gruppo

- ✓ **Rete di vendita all'ingrosso, formata da 31 Cash & Carry (di proprietà) con oltre 30.000 clienti business attivi**
- ✓ **Primo retailer italiano del settore dell'informatica con target di clientela SoHo e small business: oltre 200 negozi ad insegna "Computer Discount" (di cui circa 40 di proprietà diretta) e 100 corner di IT gestiti all'interno di negozi di elettronica di consumo di terzi**
- ✓ **Notorietà dei marchi e delle insegne (CDC, Dex, Kraun, Computer Discount, Compy)**
- ✓ **Prodotti a marchio proprio di tecnologia digitale (CDC, Kraun, Inkdrops) che comprendono Personal Computer, monitor ed accessori**



I caratteri distintivi di CDC



Competenze

- Competenze R&D
- Qualità prodotti/processi
- Expertise storico prodotti own brand
- Efficienza Logistica



Rapporti

- Contratti di **DISTRIBUZIONE DIRETTA** con i principali Vendor multinazionali di ICT



Struttura

- Formule commerciali
- Politiche Canale/Insegne
- Quote di mercato
- Solidità Economica e Finanziaria



Comunicazione

- Azioni di comunicazione
- Fidelizzazione clienti
- Eventi sul territorio



Le competenze

- ✓ **Laboratorio CDC dedicato alla R&D**
 - progettazione delle specifiche tecniche del prodotto
 - scouting del fornitore sui mercati esteri
 - certificazione qualità funzionale del prodotto

- ✓ **Laboratorio CDC dedicato alla Qualità**
 - certificazione dei prodotti (CE, ambientale, ecc.ra)
 - certificazione dei processi (Vision 2000 già dal 2002)
 - tracciabilità di tutti i prodotti con codice univoco

- ✓ **Acquisto prodotti ICT e Consumer Electronics (30 risorse)**
 - Categorie merceologiche controllate da specialisti del segmento
 - Gestione attività di importazione di prodotti own brand dal Far East
 - Gestione dei contratti con principali Vendor internazionali di ICT



La rete di vendita



- ✓ 31 Cash & Carry di proprietà CDC S.p.A. al 30 settembre 2005
- ✓ prima rete italiana di Cash & Carry con circa 150 addetti ed oltre 30.000 dealer e Var clienti serviti
- ✓ Superfici di vendita comprese tra 500 e 1.000 mq, per un fatturato medio annuo di 10 mln di euro
- ✓ Fatturato Cash&Carry atteso nel 2005 pari a circa 265 mln di euro (oltre 300 mln di euro incluso e-commerce B2B)



- ✓ Oltre 200 Shop specializzati in IT ad insegna Computer Discount (di cui 40 di proprietà localizzati nelle principali città italiane)
- ✓ Oltre 100 corner di IT all'interno di superfici di elettronica di consumo sull'intero territorio nazionale
- ✓ 2 Superstore ad insegna Compy
- ✓ Oltre 150 dealer affiliati Amico
- ✓ Fatturato atteso 2005 pari ad oltre 260 mln di euro (catene retail + Amico)



Il progetto Compy Superstore ad oggi



- ✓ **Creazione di un nuovo operatore nel settore dell'elettronica di consumo a proprietà interamente italiana con l'obiettivo di competere con le multinazionali estere presenti nel settore**
- ✓ **Costituzione di una joint venture di durata pari a 15 anni (rinnovabile) tra due aziende leader di mercato - Unicoop Firenze e CDC - per la gestione del progetto Compy Superstore**
- ✓ **Società veicolo della partnership: CDC Superstore S.r.l. (oggi controllata al 100% da CDC) che attualmente gestisce due punti vendita ad insegna Compy Superstore il primo aperto in settembre nel parco commerciale Romagna Center (Forlì-Cesena), il secondo in provincia di Pisa**
- ✓ **Accelerazione del progetto Compy Superstore già lanciato da CDC grazie alla posizione di mercato di Unicoop Firenze ed alle sue competenze nell'area sviluppo (quantità ma anche qualità delle location)**



Il partner Unicoop Firenze



- ✓ Unicoop Firenze è uno dei principali operatori italiani della distribuzione nel settore del largo consumo con un fatturato 2004 di circa 2 mld di euro e circa 1 milione di soci
- ✓ Unicoop Firenze opera sul territorio dell'Italia centrale attraverso una rete articolata di 6 ipermercati, 41 supermercati e 45 minimercati con oltre 7.000 dipendenti
- ✓ Unicoop Firenze attraverso una joint venture con il gruppo tedesco multinazionale OBI, detiene il controllo della società B.B.C. che gestisce una rete di oltre 30 punti vendita di grandi dimensioni (oltre 2.500 mq) ad insegna OBI a copertura dell'intero territorio nazionale, attivi nel settore del bricolage, edilizia e giardinaggio
- ✓ Competenze apportate nel progetto: ricerca, selezione, allestimento e sviluppo di superfici di vendita di medio grandi dimensioni anche all'interno di ipermercati e parchi commerciali ad insegna Coop; base sociale e clientela servita



Descrizione dell'accordo di partnership



- ✓ Cessione entro il 31 dicembre 2005 del 52% di CDC Superstore da CDC a Unicoop Firenze per un corrispettivo pari al valore di patrimonio netto maggiorato di un sovrapprezzo, stimato preliminarmente in 1,5 mln di euro, pari al 52% dei costi di avviamento del progetto Superstore sostenuti da CDC fino alla data di cessione delle quote
- ✓ CDC mantiene il 48% delle quote della Società veicolo della partnership che prenderà il nome di Compy Superstore
- ✓ Cessione da CDC a Compy Superstore del marchio Compy per un controvalore di 2,5 mln di euro
- ✓ Impegno di Compy Superstore ad acquistare in esclusiva da CDC, per l'intera durata della partnership (15 anni), il proprio fabbisogno di prodotti di ICT e convergenti (audio-video-telecom)
- ✓ Firmata lettera di intenti per lo sviluppo di iniziative commerciali congiunte per la rete di vendita di Unicoop Firenze e a favore dei suoi soci e lo sviluppo di ulteriori attività



Accordi di governance della società Compy Superstore



- ✓ Il Consiglio di amministrazione di Compy Superstore, sarà costituito da 5 membri, di cui 3 designati da Unicoop Firenze e 2 da parte di CDC
- ✓ Il Presidente e l'Amministratore con delega allo sviluppo saranno espressione di Unicoop Firenze
- ✓ CDC designerà il Vicepresidente e l'Amministratore con delega alla gestione ordinaria e commerciale
- ✓ Gestione da parte di CDC per conto della joint venture dei servizi di marketing, acquisti e sistemi informativi

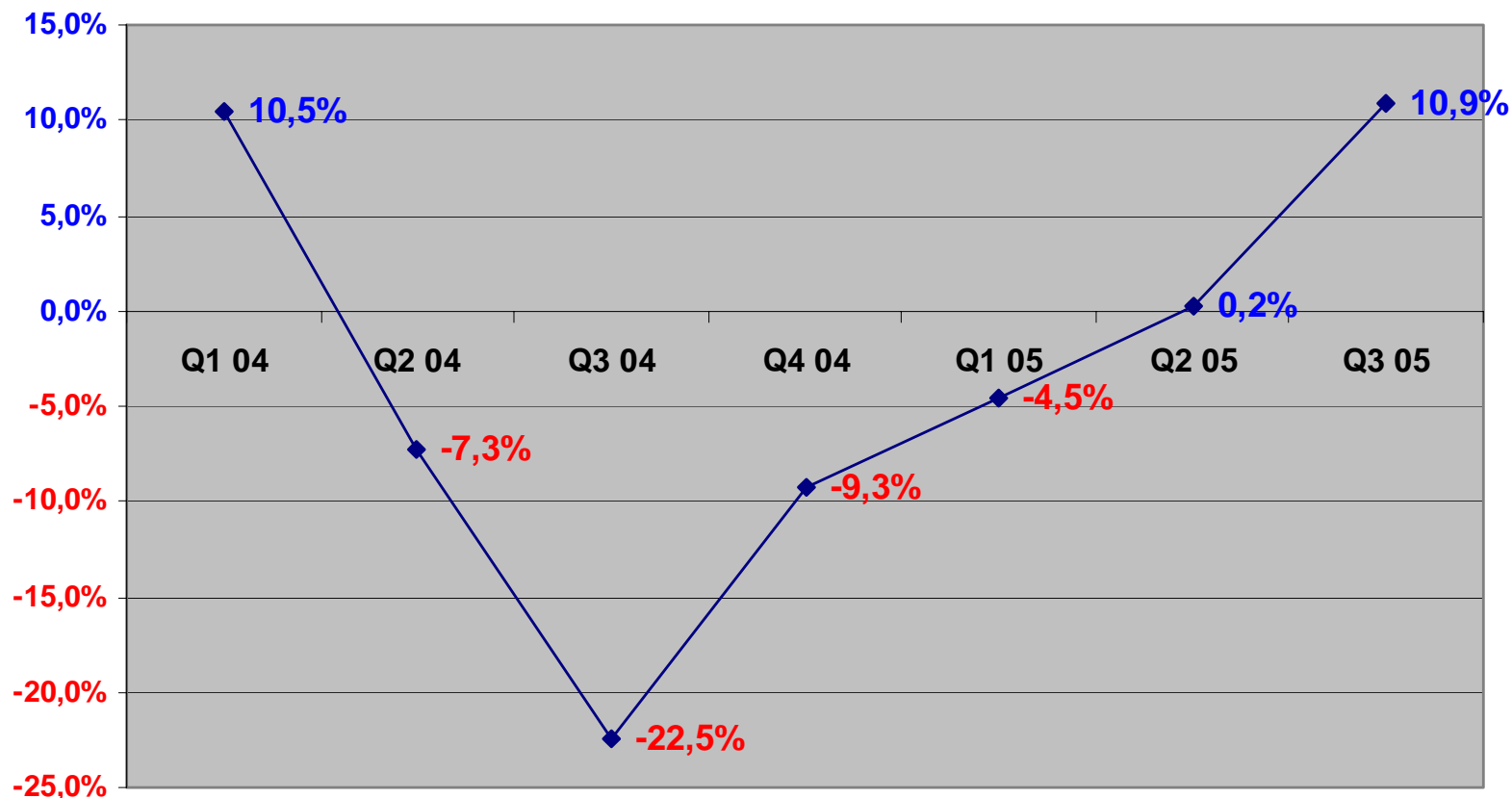


Leonardo Pagni – Amministratore Delegato

**RISULTATI AL 30/09/05 E
STRATEGIA 2006 – 2008**



Trimestrale al 30 settembre 2005: andamento dei ricavi



- ✓ Ricavi in crescita di circa l'11% nel Q3 2005, in linea con il forecast, grazie al positivo contributo di tutte le aree di vendita (distribuzione e retail)
- ✓ Recuperato il ritardo di fatturato accumulato nel Q1 2005 rispetto al Q1 2004. Il fatturato consolidato al 30/09/05 è pari a 373,3 mln di euro in crescita di circa l'1% rispetto ai 369 mln di euro al 30/09/04
- ✓ Attesa una crescita di circa il 14% nel Q4 2005



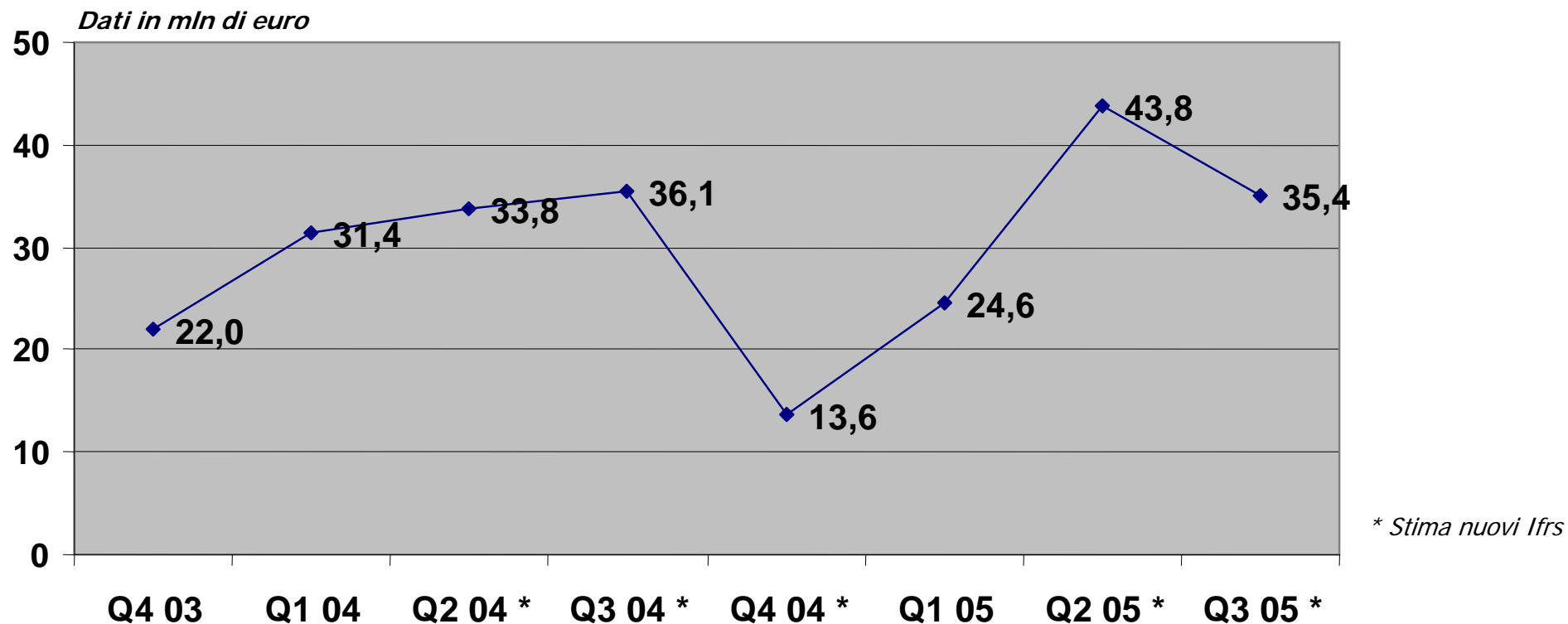
Trimestrale al 30 settembre 2005: risultati economici

Consolidato (€1000)	30/09/2004 (lfrs)	30/09/05 2005 (lfrs)
Ricavi	369.013	373.309
Gross margin	44.206 12,0%	46.839 12,6%
Altri costi operativi	(14.198)	(21.426)
Costo del lavoro	(14.682)	(16.611)
EBITDA	15.326 4,15%	8.802 2,36%
Amm.ti e svalutazioni	(5.509)	(4.625)
EBIT	9.817 2,66%	4.177 1,12%
Gestione finanziaria e cambi	(1.478)	(2.220)
PBT	8.339 2,26%	1.957 0,52%
Risultato di terzi	-37	15
Imposte	(2.464)	(1.939)
Utile netto	5.838	33

- ✓ Risultati al 30/09/2005 evidenziano una flessione della redditività rispetto al 2004 per oltre 5 milioni di euro, maturata prevalentemente nel primo semestre dell'esercizio
- ✓ La redditività nel terzo trimestre dell'esercizio riflette la stagionalità del business, accentuata dallo start up di CDC Superstore (società consolidata ancora in modo integrale al 30 settembre 2005 con un risultato nei primi nove mesi dell'anno in perdita per 2 milioni di euro, di cui 1,5 milioni di euro nel solo terzo trimestre dell'esercizio)



Trimestrale al 30 settembre 2005: andamento della PFN



- ✓ Posizione finanziaria netta al 30 settembre 2005 pari a 35,4 milioni di euro, in leggera diminuzione rispetto al 30 settembre 2004 ed in forte miglioramento rispetto alla PFN al 30/06/05
- ✓ Riassorbita la crescita del debito finanziario netto registrata al 30/06/05 che rifletteva la stagionalità del business nonché l'impatto del pagamento di imposte dirette per 6,6 milioni di euro (effettuato nel giugno 2005) e della distribuzione di dividendi per 6,8 milioni di euro (effettuata nel maggio 2005)



Obiettivi per l'esercizio in corso

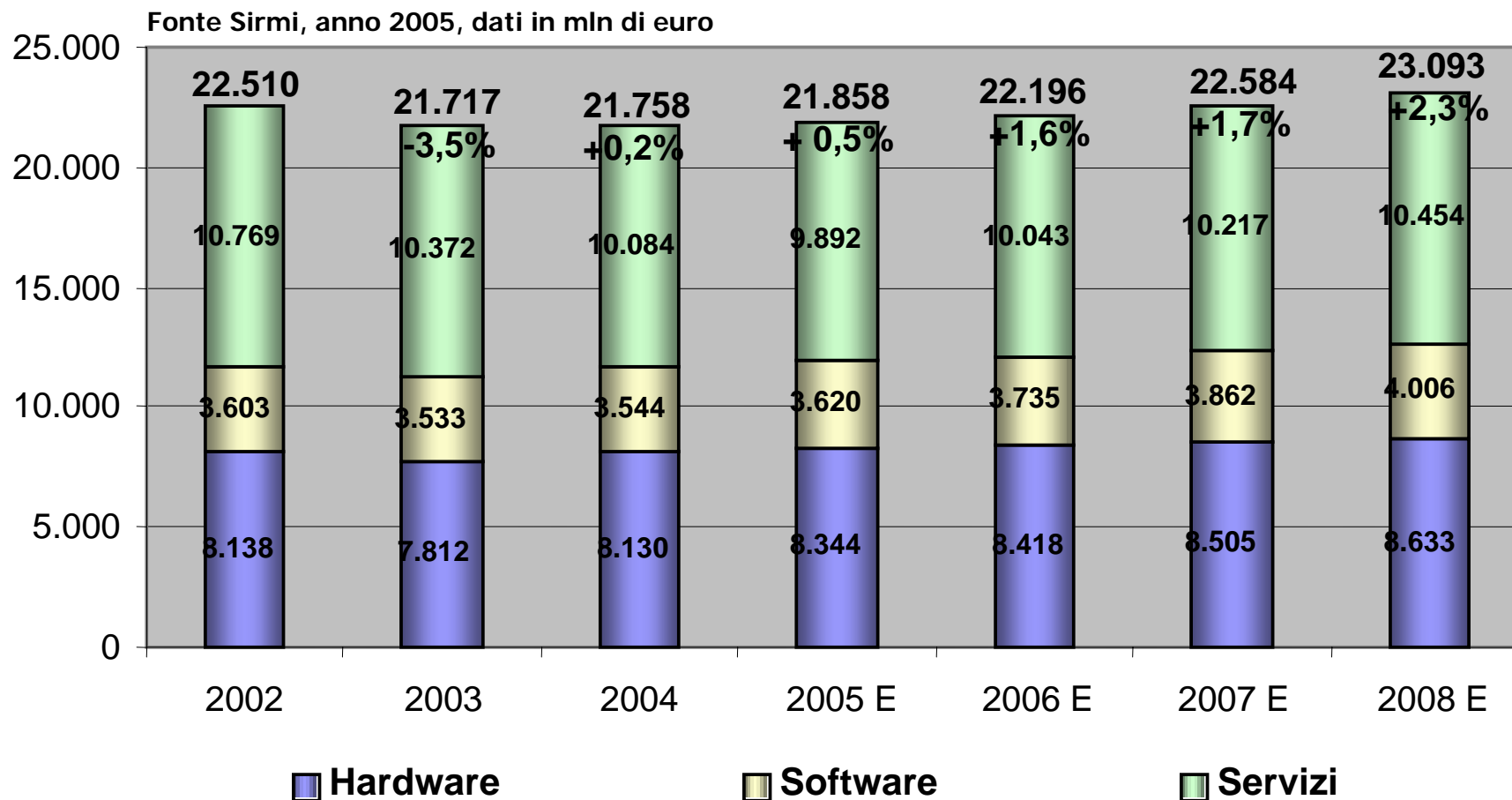
Consolidato (€x1000)	30/09/05 2005 (lfrs)	Q4 2005	2005 Full Year	Range Obiettivi 05
Ricavi	373.309	210.691	584.000	570.000-600.000
Gross margin	46.839 12,60%	29.811 14,1%	76.650 13,1%	
Altri costi operativi	(21.426)	(8.774)	(30.200)	
Costo del lavoro	(16.611)	(6.489)	(23.100)	
EBITDA	8.802 2,36%	14.548 6,90%	23.350 4,00%	22.400 - 25.000
Amm.ti e svalutazioni	(4.625)	(1.775)	(6.400)	
EBIT	4.177 1,12%	12.773 6,06%	16.950 2,90%	16.000 - 18.500
Gestione finanziaria e cambi	(2.221)	(279)	(2.500)	
PBT	1.956 0,52%	12.494 5,93%	14.450 2,47%	13.500 - 16.000
Imposte	(1.923)	(4.998)	(5.450)	
Utile netto	33	7.496	9.000	8.000 - 10.000

Anche alla luce delle plusvalenze derivanti dall'accordo di partnership recentemente stipulato con Unicoop Firenze, vengono confermati i target di redditività per l'intero esercizio già comunicati al mercato:

- ricavi consolidati compresi tra 570 e 600 mln di euro
- utile netto consolidato compreso tra 8 e 10 mln di euro



Scenario di riferimento 2006 – 08: mercato dell'Information Technology (valore)

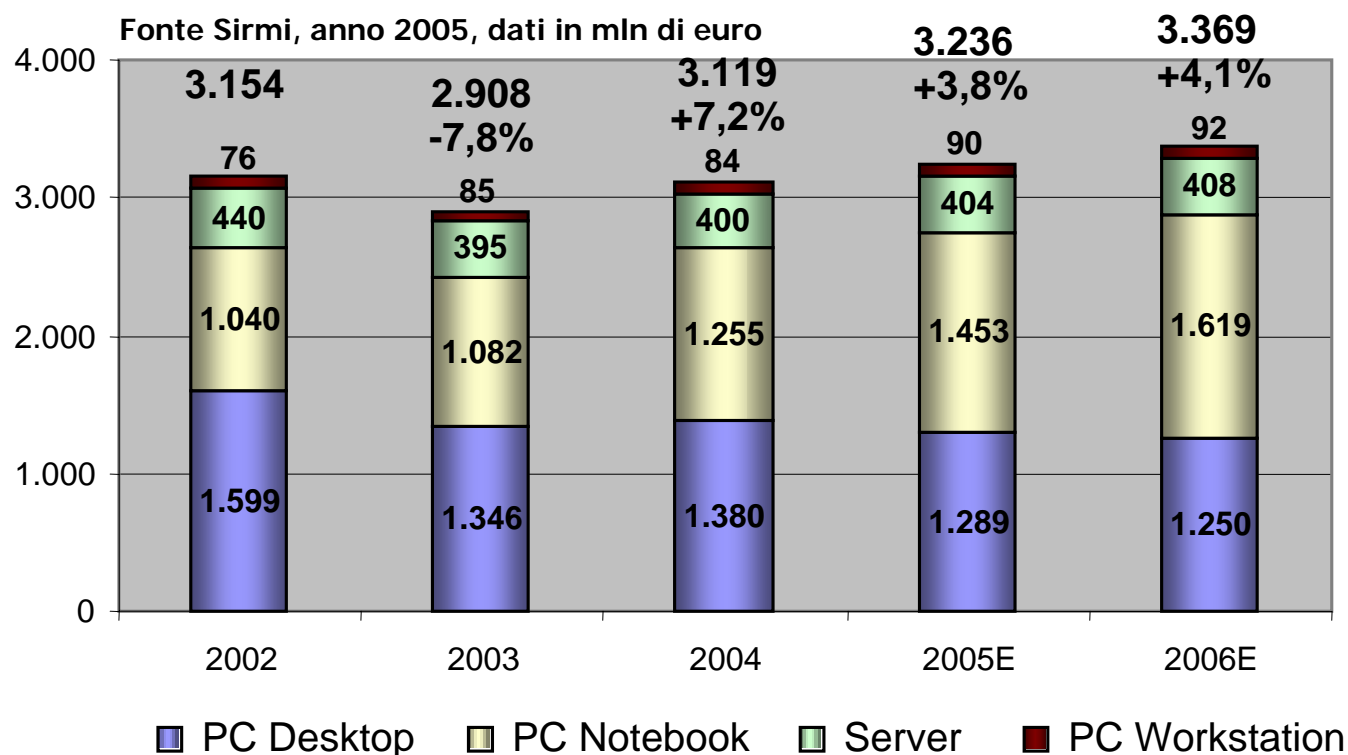


- ✓ Mercato italiano dell'IT (costituito per circa il 40% dal segmento hardware), dopo la contrazione del biennio 2002-2003, è atteso in lieve crescita nel triennio 2006-2008 con un CAGR di circa il 2%
- ✓ Allineato al mercato l'andamento del segmento hardware



Scenario di riferimento 2006 – 08: mercato del PC (valore) per categoria merceologica

Dati in mln di euro	2002	2003	2004	2005E	2006E	Δ 03/02	Δ 04/03	Δ 05/04	Δ 06/05
DT Configurazione Consumer	579	468	465	452	448	-19,2%	-0,6%	-2,7%	-1,0%
DT Configurazione Professionale	1.020	878	915	836	801	-13,9%	4,2%	-8,6%	-4,2%
Totale Desktop	1.599	1.346	1.380	1.289	1.250	-15,8%	2,6%	-6,6%	-3,1%
NB Configurazione Consumer	261	340	438	515	576	30,5%	28,7%	17,7%	11,7%
NB Configurazione Professionale	779	742	817	938	1.043	-4,8%	10,2%	14,7%	11,3%
Totale Notebook	1.040	1.082	1.255	1.453	1.619	4,0%	16,0%	15,8%	11,4%
PC Server	440	395	400	404	408	-10,2%	1,1%	1,2%	0,9%
PC Workstation	76	85	84	90	92	12,9%	-1,4%	7,0%	2,3%
Totale PC	3.154	2.908	3.119	3.236	3.369	-7,8%	7,2%	3,8%	4,1%



✓ Dopo il forte calo del 2003, nel 2004 il mercato del PC ha fatto registrare una netta inversione di tendenza con un +7,2% in valore

✓ Per il 2005 è previsto il "sorpasso", in termini di valore, della categoria PC notebook rispetto al desktop

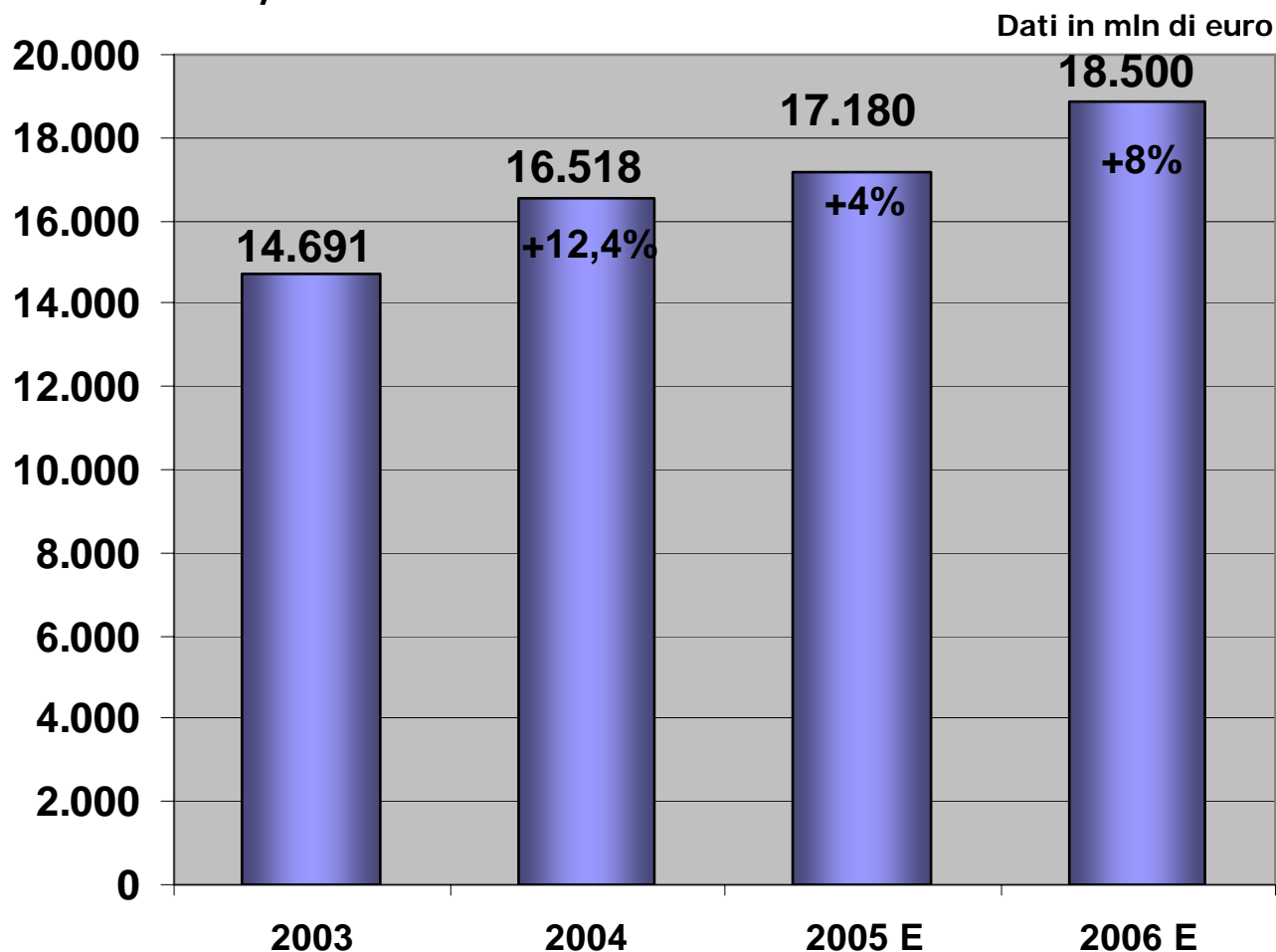
✓ Nel biennio 2005-06 si attende una crescita media del mercato del PC di circa il 4% (valore)



Scenario di riferimento: mercato dei beni di consumo durevoli di elettronica (valore)

Fonte GFK, anno 2005, per i dati di consuntivo (2003-04)

Dati previsionali 2005-06 elaborati da CDC



Il mercato dei beni di consumo durevoli di elettronica presenta un giro di affari storico in forte crescita (+12,4% nell'esercizio 2004)

Attesa una crescita anche se più contenuta nel 2005, nonostante una congiuntura non favorevole

Prevedibile il ritorno ad una crescita più sostenuta nel corso del 2006, grazie all'espansione della categoria video



Obiettivi Strategici 2006 – 2008 per area di affari (ASA)

ASA – Distribuzione:

- Focus su catena captive Cash & Carry continuando ad incrementare la capillarità della rete di vendita (5 nuove aperture nel triennio del piano sino ad un totale di 36 punti vendita)
- Ampliamento delle categorie merceologiche in aree convergenti con l'informatica (audio, video, telecomunicazioni) già in fase di attuazione a partire dal 2005
- Sviluppo della distribuzione B2B allo scopo di fidelizzare la clientela servita (share of wallet)

ASA – Vendite Retail:

- Consolidamento della catena Computer Discount, focus su specializzazione e servizi destinati a clientela SoHo e consumer alto spendente
- Supporto e gestione del nuovo format di medio-grandi dimensioni ad insegna Compy Superstore, in partnership con Unicoop Firenze
- Presidio del canale GDO- GDS con l'obiettivo di sfruttare le potenzialità dell'accordo con Unicoop

ASA – Vendite Dirette:

- Presidio delle principali gare di appalto della P.A.
- Focus su vendita di prodotti own brand

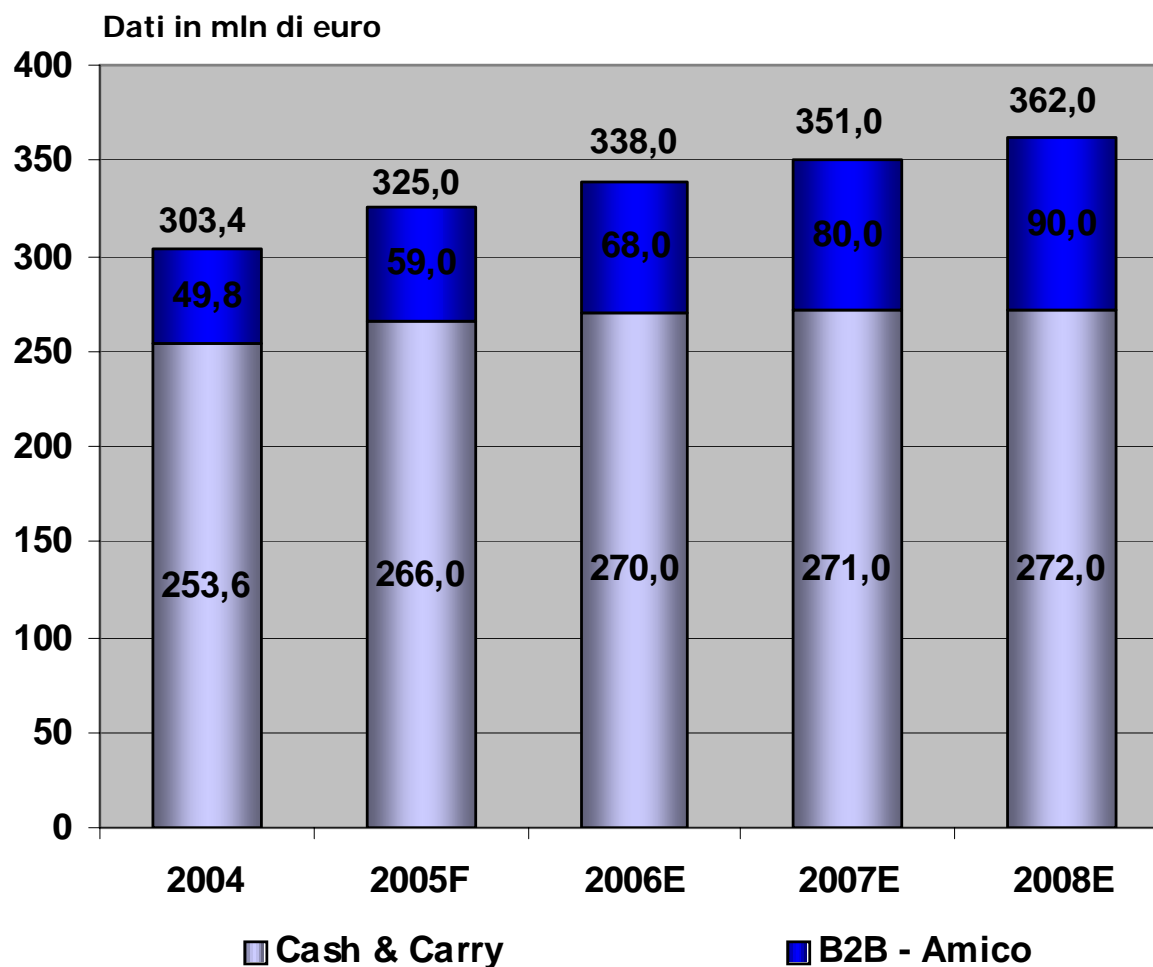
CAGR 2006-2008 dei ricavi pari al 6,5%, attraverso una crescita per linee interne, rispetto ad un mercato di riferimento atteso in lieve incremento (+2%) nel triennio 2006-2008



ASA Distribuzione: obiettivi strategici 2006 – 2008

- ✓ 5 nuovi punti vendita Cash & Carry al 2008 (che si aggiungono ai 3 aperti nel corso del 2005, per un totale di 36 Cash&Carry al 31 dicembre 2008)
- ✓ Ampliamento delle categorie merceologiche in aree convergenti con l'informatica (audio-video-telefonia)
- ✓ Leva Finanziaria: percentuale dilazionato su totale stabile al 50%
- ✓ Fatturato 2006 – 2008: target 2008 di 362 mln di euro di cui 75% realizzato attraverso la rete dei Cash & Carry di proprietà

CAGR triennio 2006 – 2008: +4% a livello di divisione (di cui +15% B2B-Amico)





ASA Vendite Retail: obiettivi strategici 2006 – 2008

Computer Discount

- ✓ Ricavi stabili nel triennio del piano a quota 132 mln di euro con un numero medio di punti vendita nel periodo del piano pari a 175 negozi (rispetto agli attuali 200)
- ✓ Focus su clientela SoHo e consumer alto spendente
- ✓ Sviluppo ricavi da servizi e soluzioni personalizzate

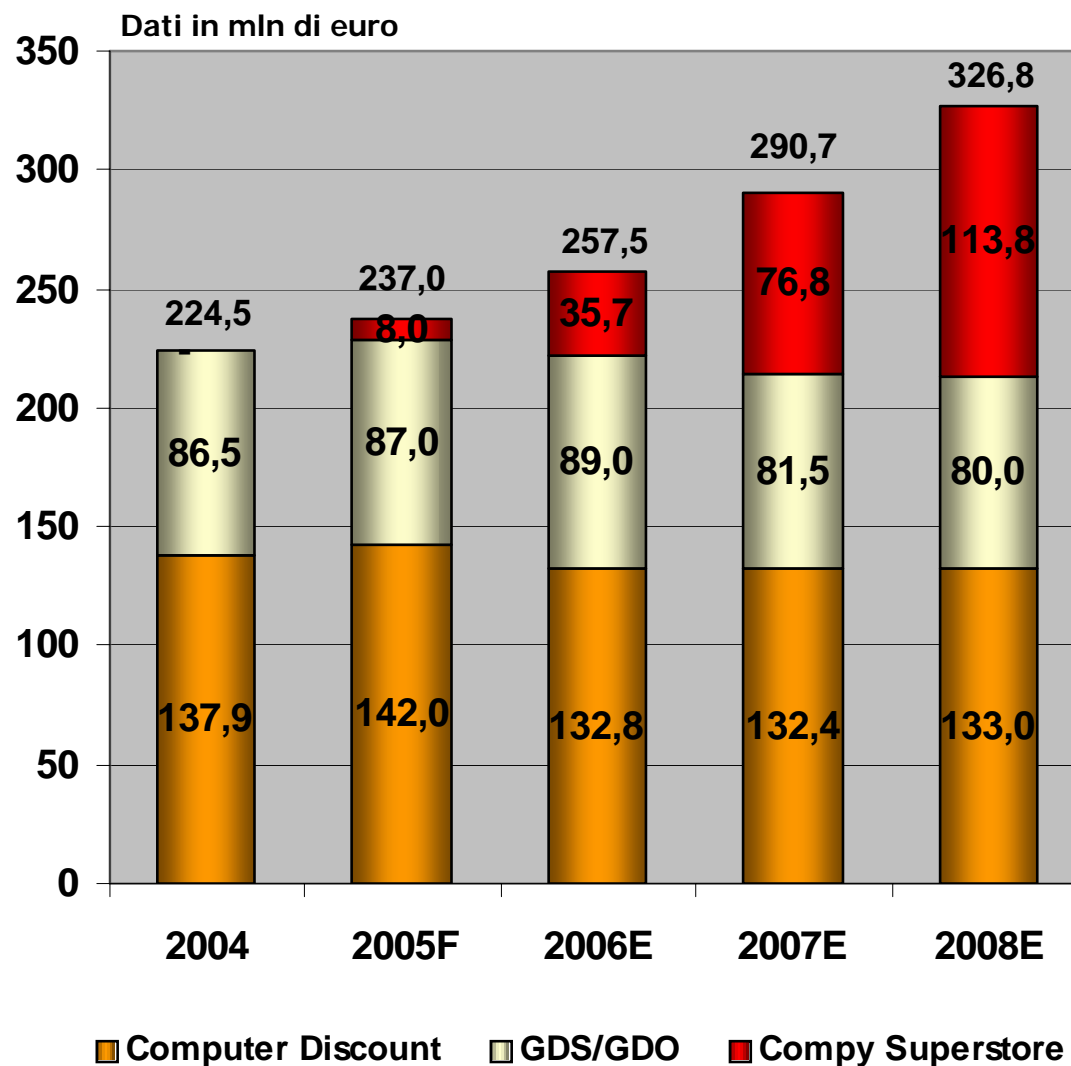
GDO/GDS

- ✓ Sviluppo dei ricavi nei confronti della GDO anche a seguito dell'accordo stipulato con Unicoop Firenze

Compy Superstore

- ✓ Ricavi di sell in (prodotti ICT) nei confronti della joint venture Compy Superstore, gestita in partnership con Unicoop Firenze

CAGR triennio 2006 – 2008: +11%, generato interamente da Compy Superstore

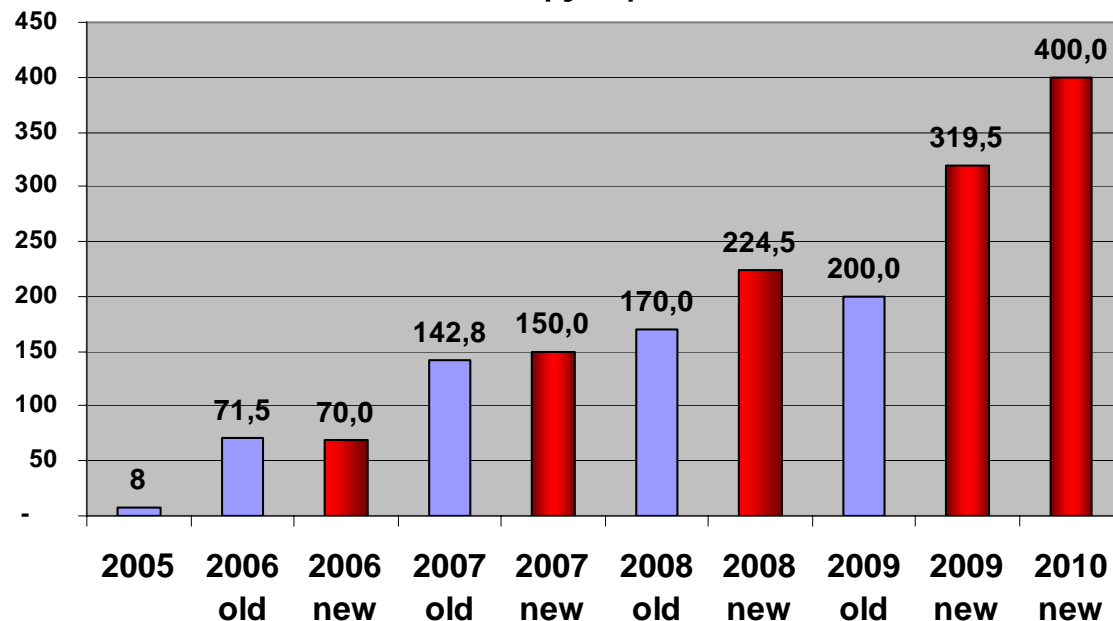




Obiettivi di sviluppo del progetto Compy Superstore



Fatturato Joint Venture CDC - Compy Superstore, dati in mln di euro



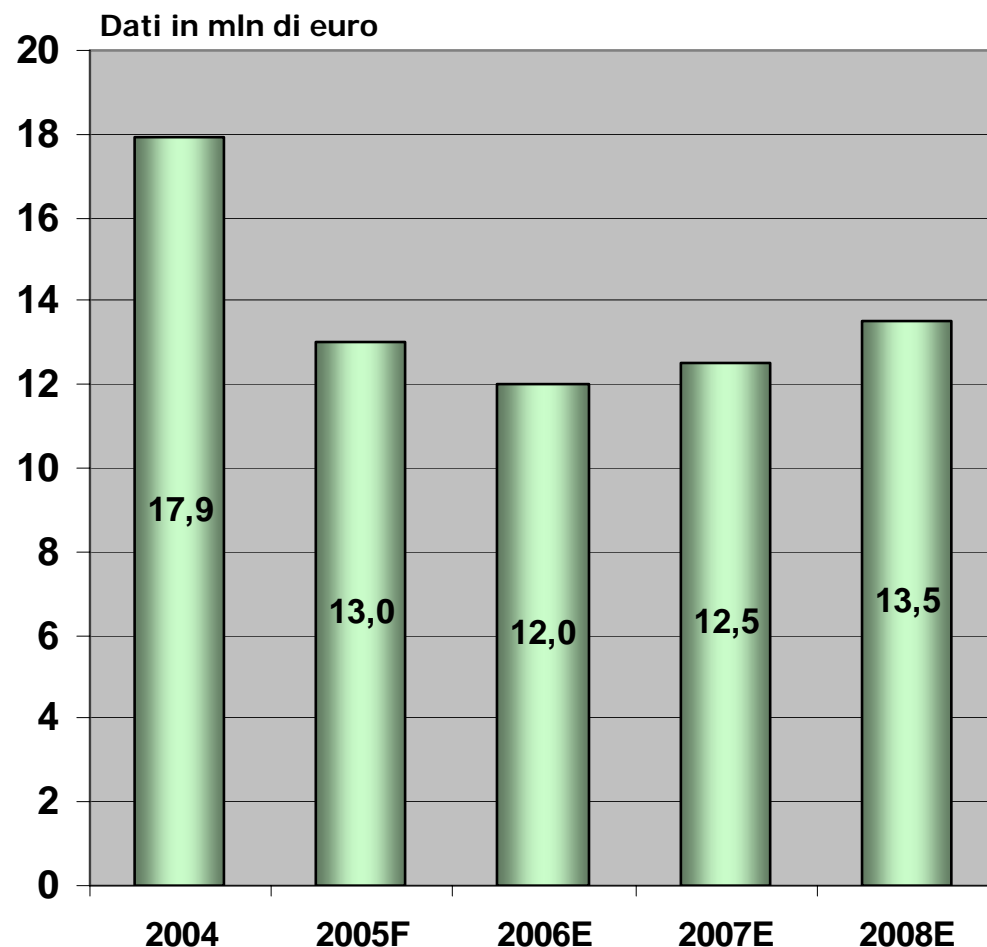
- ✓ Accelerazione dello sviluppo del progetto grazie all'accordo con Unicoop Firenze. Previste circa 30 aperture nel periodo 2006-2010 rispetto alle 16 aperture del precedente piano industriale
- ✓ Target 2007, 2008 e 2009 rivisti in significativa crescita, con un obiettivo di fatturato 2010 di 400 mln di euro (rispetto al precedente target 2009 di 200 mln di euro)
- ✓ Locali di massima in affitto o locazione, anche all'interno di strutture di proprietà di Unicoop Firenze
- ✓ Dopo un 2006 dove la joint venture conseguirà un risultato dopo le imposte ancora in perdita (circa 1,5 mln di euro), nel 2007 e nel 2008 sono previsti utili netti pari a 1,5 e 3 mln di euro



ASA Vendite Dirette: obiettivi strategici 2006 – 2008

- ✓ Stabilità dei ricavi sui livelli consolidati nel corso del biennio 2004-2005
- ✓ Pianificazione dei fatturati in assenza di aggiudicazione di commesse Consip
- ✓ Penetrazione sul mercato corporate e finance (circa 30% del mercato del PC) attraverso la commercializzazione della gamma dei prodotti CDC a marchio proprio (PC, monitor, accessori)

CAGR triennio 2006 – 2008: +1% in
assenza di aggiudicazione gare di
appalto Consip





**Alessandro Fabbroni – Direttore
Pianificazione e Finanza**

**OBIETTIVI REDDITUALI E
FINANZIARI 2006 - 2008**



Il piano industriale 2006 – 2008: principali obiettivi finanziari

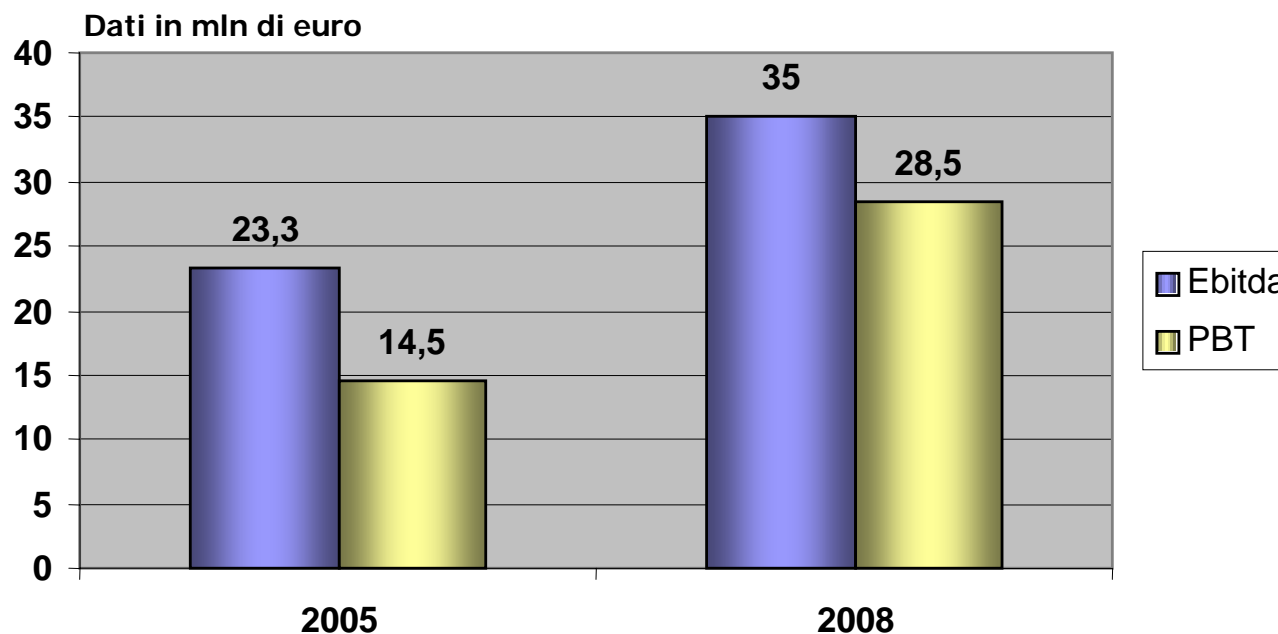
Forecast 2005

- ✓ Ricavi: 584 mln di euro
- ✓ Ebitda: 23,3 mln di euro (4,0%)
- ✓ PBT: 14,5 mln di euro (2,5%)
- ✓ NFP: 31,0 mln di euro (average)
- ✓ NFP/ricavi: 5,0%
- ✓ D/E: 0,5

Target 2008

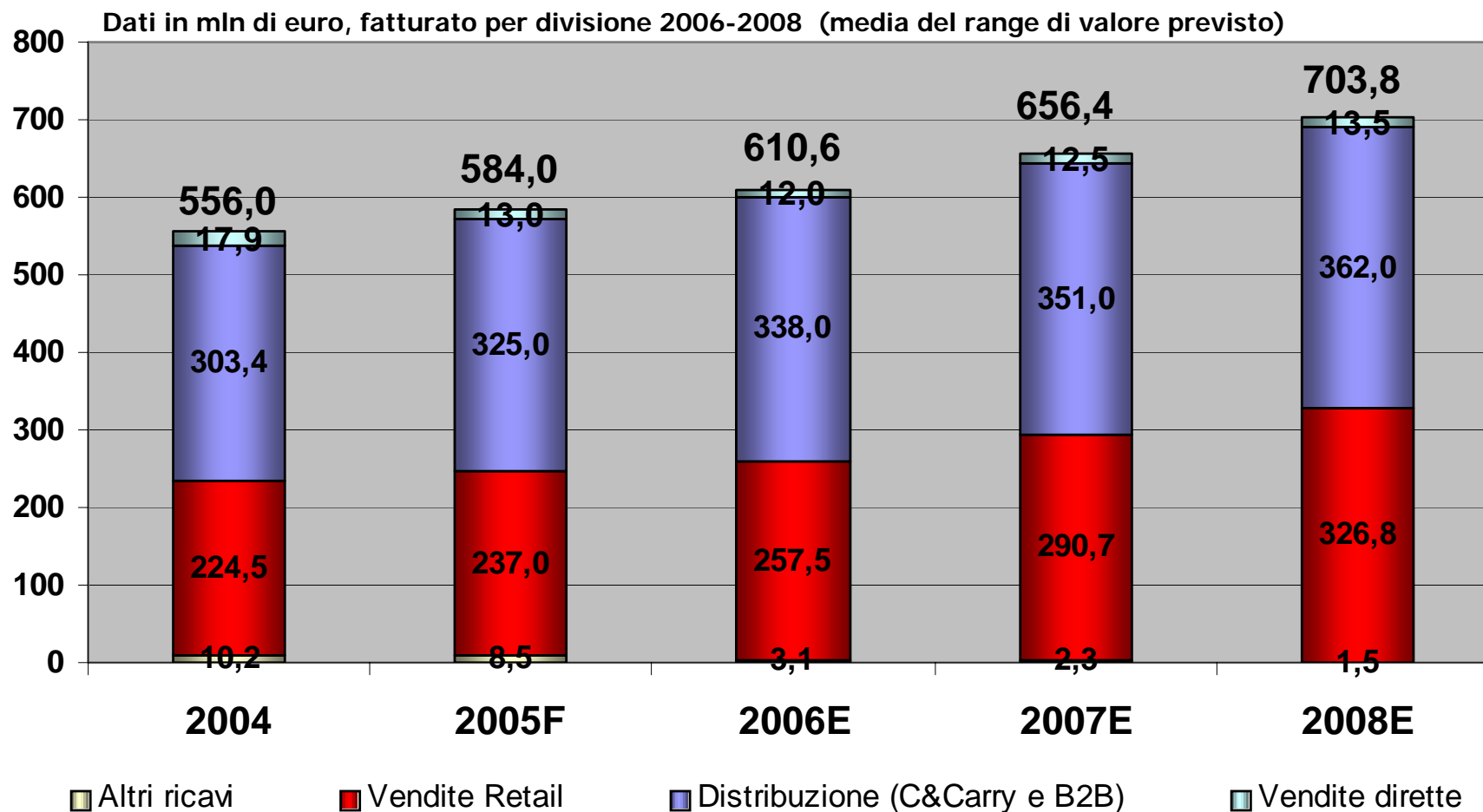
- ✓ Ricavi: 705 mln di euro
- ✓ Ebitda: 35,0 mln di euro (5,0%)
- ✓ PBT: 28,5 mln di euro (4,0%)
- ✓ NFP: 19 mln di euro (average)
- ✓ NFP/ricavi: 3,0%
- ✓ D/E: 0,23

Ebitda Margin da 4,0% a 5,0%
PBT Margin da 2,5% a 4,0%





Il piano industriale 2006 – 2008: target di fatturato per divisione



- ✓ CAGR 2006-2008 dei ricavi consolidati pari a circa il 6,5%
- ✓ Vendite Retail, che includono il sell in nei confronti di Compy Superstore, rappresentano l'ASA con la maggiore crescita dei ricavi (CAGR pari ad oltre il 10%)
- ✓ ASA distribuzione cresce di circa il 4% annuo con un target 2008 di 362 mln di euro



Il piano industriale 2006 – 2008: principali target di redditività

Dati in euro mln	2005F	2006	2007	2008
Ricavi di vendita	570-600	600-620	640-670	690-720
EBITDA	22,4-25	25-27	29,5-31,5	34-36
EBIT	16-18,5	20-22	25-27	29-31
Utile netto	8-10	10-11	14-15	17-18

- ✓ Conferma di un obiettivo di utile netto per l'esercizio 2005 compreso tra 8 e 10 mln di euro
- ✓ Revisione al ribasso degli obiettivi di utile netto per l'esercizio 2006 (nuovo target compreso tra 10 e 11 mln di euro) e 2007 (nuovo compreso tra 14 e 15 mln di euro) rispetto ai target del precedente piano industriale di 17 mln di euro (2006) e 20 mln di euro (2007)
- ✓ Nuovo target di utile netto 2008 compreso tra 17 e 18 mln di euro



Il piano industriale 2006 – 2008: driver di generazione del valore

Dati in euro mln	Driver	2005F	2006	2007	2008	CAGR 2006-08
Ricavi di vendita	Crescita ricavi distribuzione (apertura di 5 nuovi C&C) Crescita Sell In Compy Superstore	570-600	610,0	655,0	705,0	6,4%
EBITDA	Consolidamento del gross margin (sales mix prodotto) Sfruttamento della leva operativa	22,2 - 25,0	26 (4,3%)	30,5 (4,7%)	35 (5,0%)	14,0%
Utile netto	Controllo oneri finanziari netti Profitti da partecipazione in Compy Superstore	8,0 - 10,0	10,5	14,5	17,5	24,8%
EPS	Crescita media annua >20%	0,65 - 0,81	0,86	1,18	1,43	24,8%



Il piano industriale 2006 – 2008: leve di creazione del valore

Contenimento dei costi operativi: riduzione dell'incidenza dei costi operativi sul fatturato dal 9,1% del 2005 al 7,7% del 2008

% su ricavi	2005F	2006E	2007E	2008E
Costi operativi	5,17%	5,26%	4,79%	4,38%
Personale	3,96%	3,66%	3,46%	3,33%
Totale	9,13%	8,92%	8,25%	7,71%

Piano di ottimizzazione nell'impiego delle risorse umane a livello di gruppo varato nel settembre '05

Deconsolidamento della società CDC Superstore e dei relativi costi operativi

Crescente sfruttamento della leva operativa a fronte dello sviluppo atteso dei ricavi

Risultato gestione partecipazione (48%) detenuta in Compy Superstore (joint venture con Unicoop Firenze)

Gest. Partecipazione	2006E	2007E	2008E
Risultato della JV (€ mln)	(1,50)	1,50	3,00
Quota CDC (48%)	(0,72)	0,72	1,44



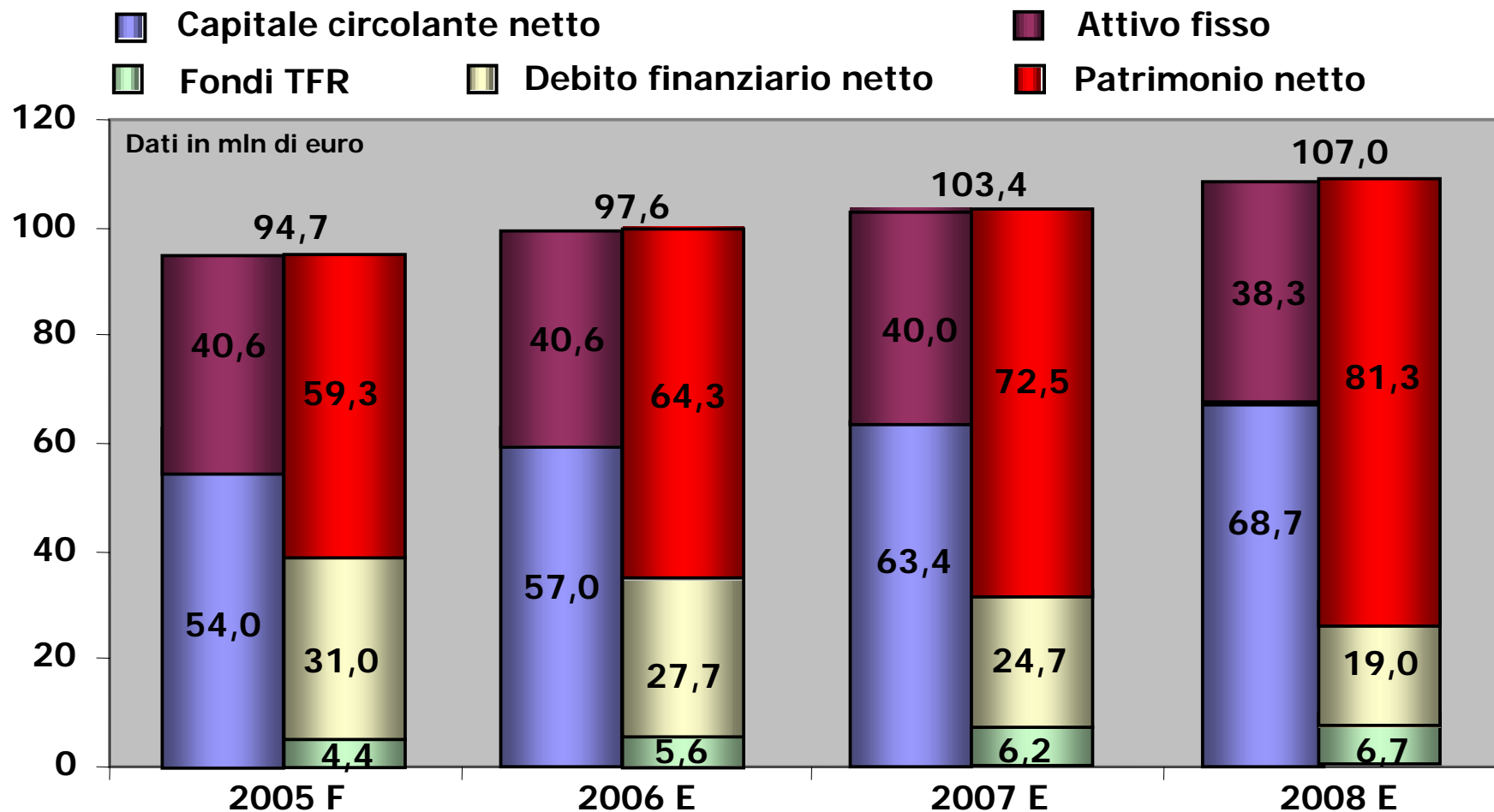
Il piano industriale 2006 – 2008: obiettivi economici a livello consolidato

Consolidato (€'000)	2005F	2006E	2007E	2008E
Ricavi	584.000	610.594	656.419	703.820
Gross margin	76.650	80.719	84.705	89.124
	13,1%	13,2%	12,9%	12,7%
Altri costi operativi	(30.200)	(32.089)	(31.422)	(30.841)
Costo del lavoro	(23.100)	(22.360)	(22.701)	(23.409)
EBITDA	23.350	26.271	30.581	34.874
	4,00%	4,30%	4,66%	4,96%
Ammortamenti	(6.400)	(5.073)	(4.634)	(4.578)
EBIT	16.950	21.197	25.948	30.297
	2,90%	3,47%	3,95%	4,30%
Gestione finanziaria e partecip.ni	(2.500)	(3.550)	(2.412)	(1.799)
PBT	14.450	17.647	23.535	28.498
	2,47%	2,89%	3,59%	4,05%
Imposte	(5.450)	(7.147)	(9.035)	(10.998)
Utile netto	9.000	10.500	14.500	17.500
	1,5%	1,7%	2,2%	2,5%

- ✓ Riduzione dell'incidenza dei costi operativi sul fatturato dal 9,1% del 2005F al 7,7% del 2008
- ✓ Crescita dell'Ebitda margin consolidato dal 4,0% del 2005F al 5,0% del 2008
- ✓ Crescita della rapporto tra utile netto e ricavi dal 1,5% (2005F) al 2,5% (2008)



Situazione consolidata: obiettivi patrimoniali 2006 – 2008 (media annua)

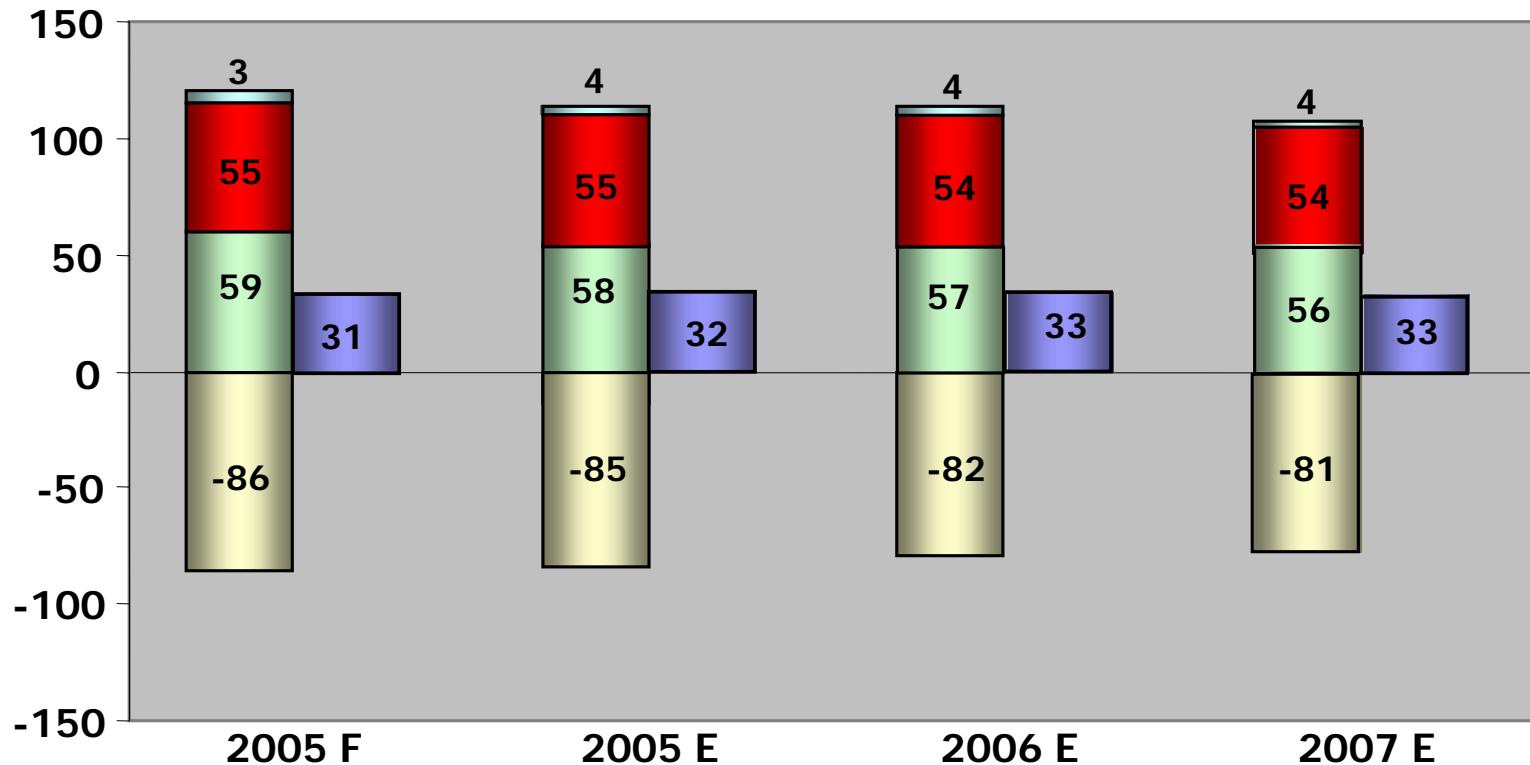


- ✓ Andamento del patrimonio netto che incorpora la previsione di una distribuzione annua di dividendi pari al 60% dell'utile netto conseguito nell'esercizio precedente
- ✓ Investimenti medi annui nel periodo 2006 – 2008 pari a circa 3 mln di euro
- ✓ Deconsolidamento della società CDC Superstore (investimento finanziario per sottoscrizione aumenti di capitale della JV pari a 5 mln di euro nel biennio 2005-06)



Gestione del capitale circolante a livello consolidato: obiettivi 2006 – 2008 (media annua)

■ gg rimanenze ■ gg clienti ■ gg fornitori
■ Ciclo CCN ■ gg altre attività al netto gg altre passività



- ✓ Mantenimento attuale efficienza nella gestione del capitale circolante a livello di gruppo
- ✓ Ciclo del capitale circolante compreso tra 32 e 33 giorni durante il periodo del piano



Piano di creazione di valore per gli azionisti 2006 - 2008

	2004 A	2005 F	2006 E	2007 E	2008 E
Utile Netto Cons.to	€ 10,7 mln	€ 8-10 mln	€ 10,5 mln	€ 14,5 mln	€ 17,5 mln
Nr. Azioni	12.263.992				
EPS	€ 0,87	€ 0,74	€ 0,86	€ 1,18	€ 1,43
DPS	€ 0,56	€ 0,44	€ 0,51	€ 0,71	€ 0,81

- ✓ CAGR EPS superiore al 20% annuo nel triennio 2006-2008
- ✓ DPS calcolati sulla base di un pay out pari al 60% dell'utile netto
- ✓ La distribuzione del dividendo a valere sui risultati degli esercizi 2005-2008 è comunque soggetta alla deliberazione di CdA ed Assemblea dei Soci di CDC