



**CDC S.p.A.
Presentazione alla
Comunità Finanziaria**

Milano, 2 Marzo 2006



**Leonardo Pagni - Amministratore
Delegato**

**SCENARIO DI MERCATO E RISULTATI
GRUPPO CDC AL 31 DICEMBRE 2005**

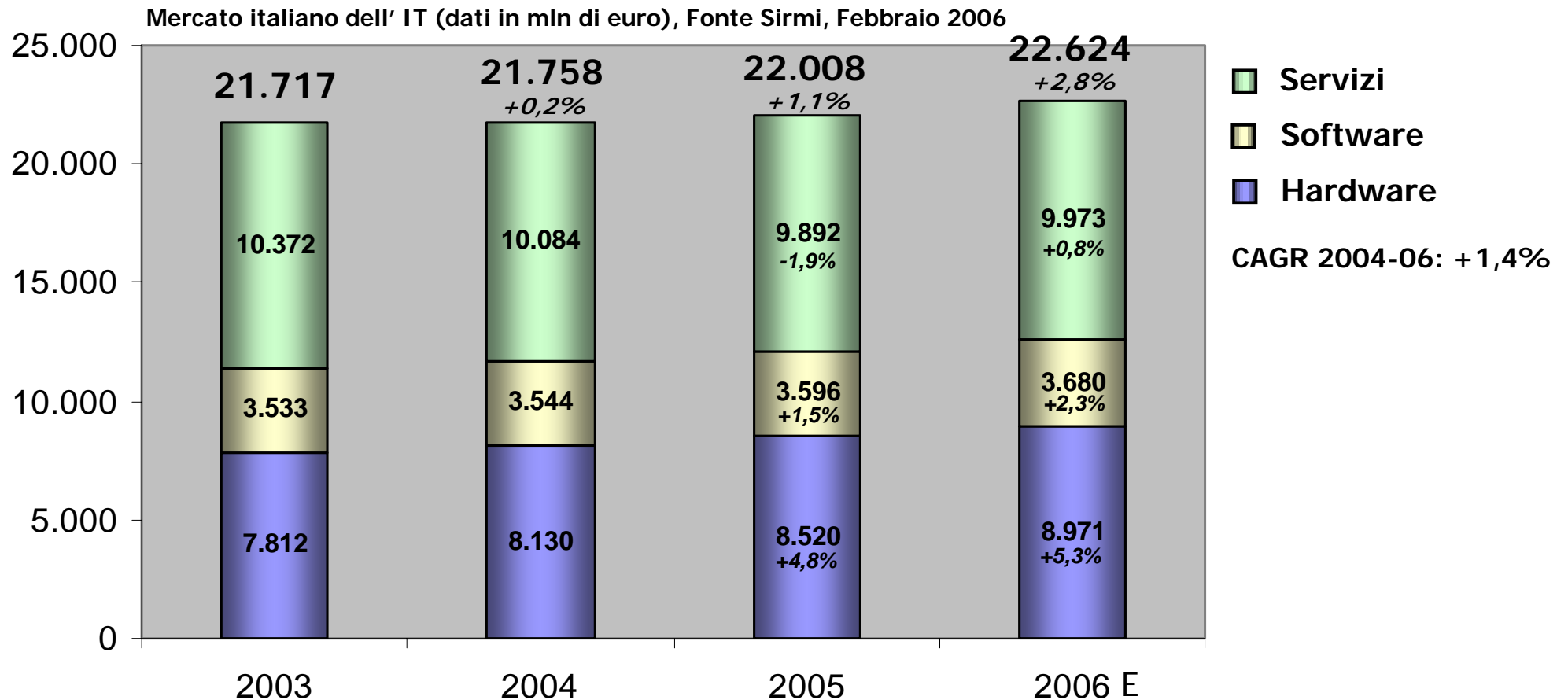


Corporate highlights

- ✓ Uno dei principali operatori nella produzione e distribuzione di prodotti informatici e tecnologia digitale
- ✓ Fatturato consolidato 2005 di 570 milioni di euro
- ✓ Oltre 650 dipendenti al 31 dicembre 2005 a livello di gruppo
- ✓ Notorietà dei marchi e delle insegne (CDC, Computer Discount)
- ✓ Prodotti a marchio proprio (CDC, Kraun, Inkdrops) che comprendono PC, monitor e accessori



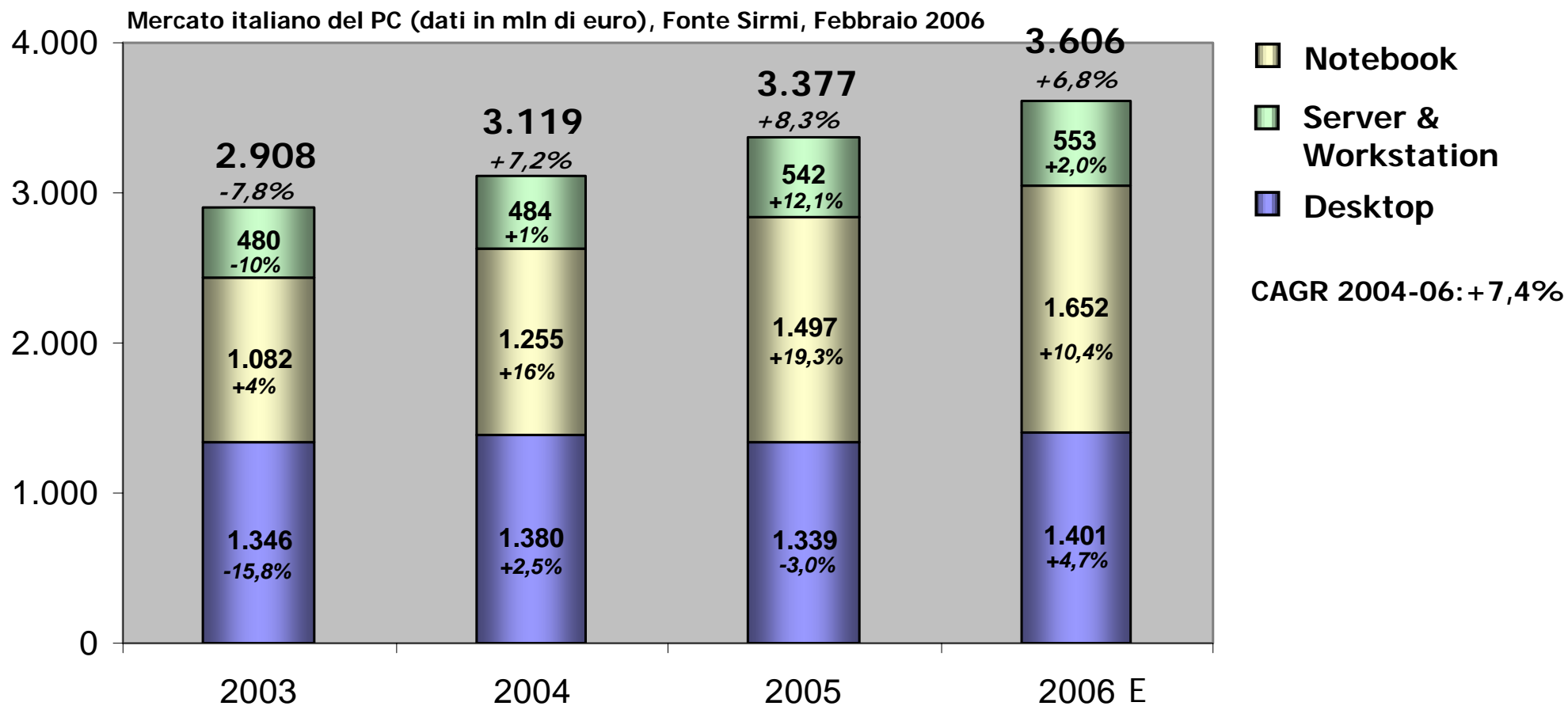
Mercato italiano IT: trend 2003-06



- ✓ Mercato italiano dell'IT che, in valore, fa segnare un +1,1% nel 2005, in leggera ripresa dopo la flessione del biennio 2002-2003 e la sostanziale stabilità registrata nel 2004
- ✓ Nel 2005 il segmento hardware registra la migliore performance (+4,8%), mentre i servizi presentano una flessione del 1,9%
- ✓ Per il 2006 prevista una crescita del mercato del 2,8% trainata dal segmento hardware (+5,3%)



Mercato italiano PC: trend 2003-06



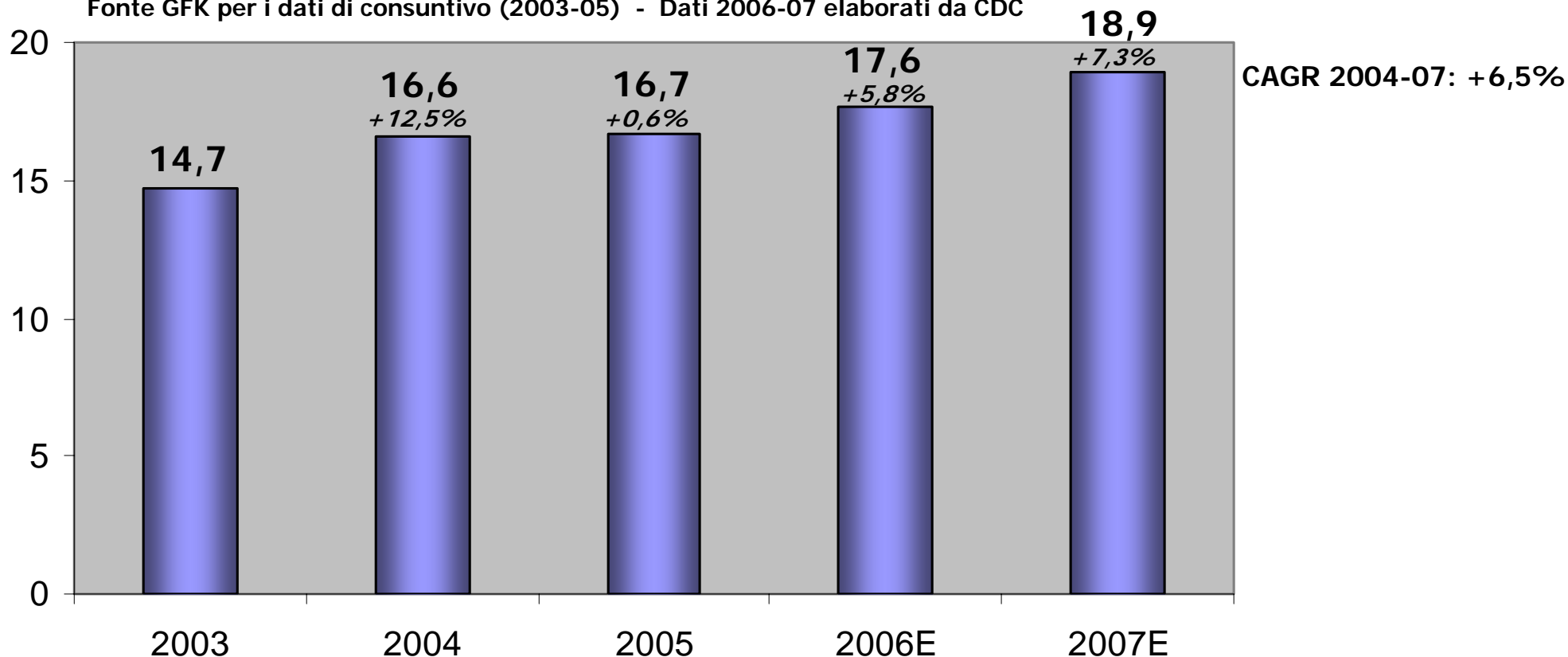
- ✓ Il mercato italiano del PC (+8,3% nel 2005, dato in valore), prosegue nel trend di crescita iniziato nel 2004 e che si prevede proseguirà anche nel 2006 (atteso un +6,8%)
- ✓ Il mercato è trainato dal segmento notebook (+19% nel 2005, +15% CAGR 2004-06) che, per la prima volta, nel 2005, supera in valore il segmento del desktop (-3% nel 2005, +1,3% CAGR 2004-06) in termini di quota di mercato



Mercato italiano beni di consumo durevoli di elettronica: trend 2003-06

Spesa end-user, dati in mld di euro

Fonte GFK per i dati di consuntivo (2003-05) - Dati 2006-07 elaborati da CDC



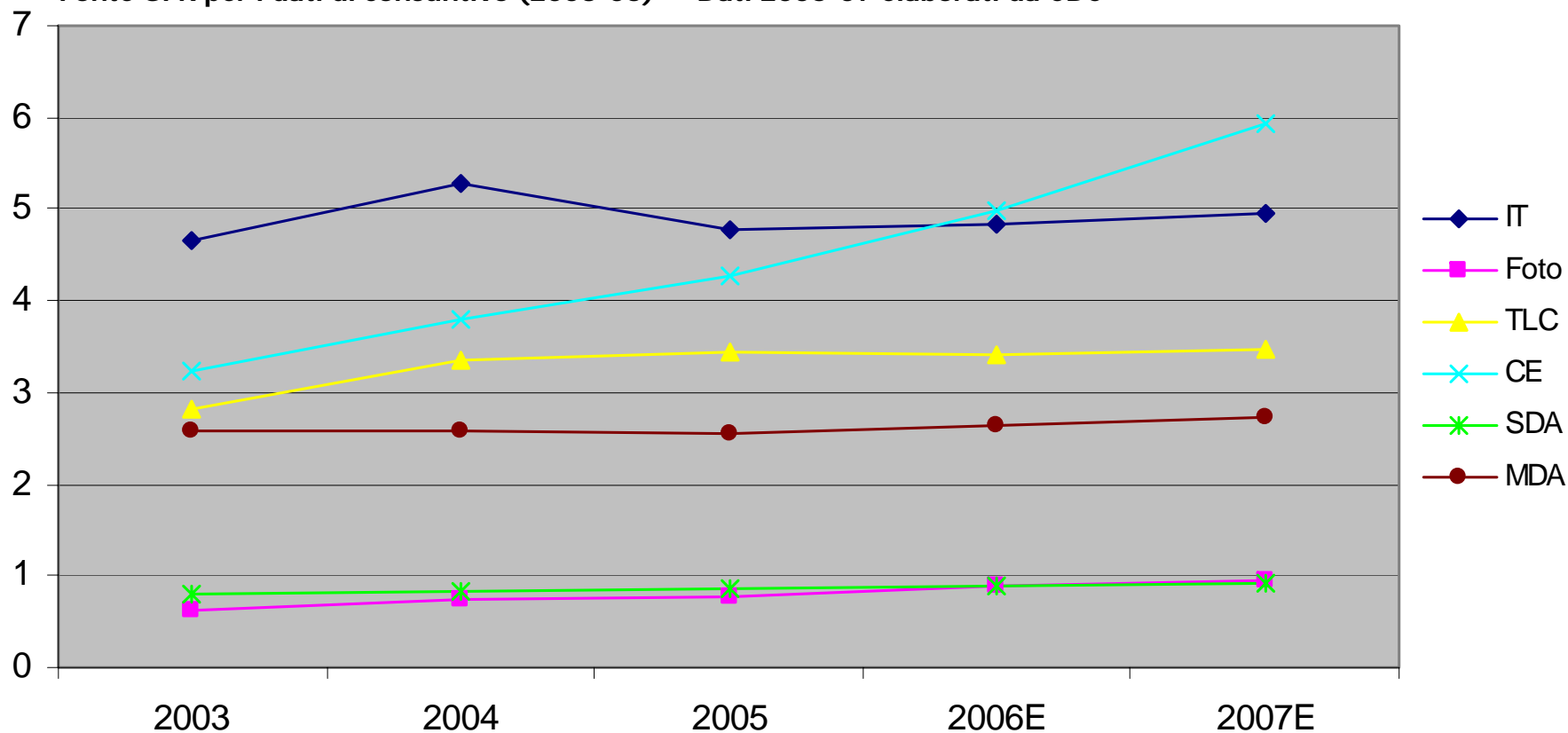
- ✓ Il mercato italiano dei beni di consumo durevoli di elettronica, dopo la forte crescita registrata nel 2004 (+12,5%), risulta stabile nel 2005 (+0,6%, dato in valore)
- ✓ Per il biennio 2006-07 è attesa una crescita sostenuta (+6,6% annuo), trainata dal segmento Consumer Electronics (video, audio, media storage)
- ✓ CDC opera in questo mercato a partire dal 2005 attraverso i punti vendita ad insegna Compy Superstore (gestiti in joint venture con Unicoop Firenze)



Mercato italiano beni di consumo durevoli di elettronica: trend 2003-06 per segmento

Spesa end-user, dati in mld di euro

Fonte GFK per i dati di consuntivo (2003-05) - Dati 2006-07 elaborati da CDC



- ✓ L'area Consumer Electronics (+12% nel 2005, +18% CAGR 2006-07) rappresenta il segmento trainante del mercato che, nel 2006, sottrarrà a quello IT la leadership in termini di quota di mercato
- ✓ Per il biennio 2006-07 prevista una forte crescita per il segmento foto (+10%) ed una ripresa dei segmenti piccoli/grandi elettrodomestici (+3% circa)



Risultati consolidati al 31 dicembre 2005

Consolidato (€x1000)	2004	2005	2005 F
Ricavi	551.621	570.209	584.000
Gross margin	65.692 11,9%	71.325 12,5%	76.650 13,1%
Altri costi operativi	(19.625)	(30.763)	(30.200)
Costo del lavoro	(20.580)	(23.456)	(23.100)
EBITDA	25.487 4,62%	17.105 3,00%	23.350 4,00%
Amm.ti e svalutazioni	(7.962)	(7.282)	(6.400)
EBIT	17.525 3,18%	9.823 1,72%	16.950 2,90%
Gestione fin.ria e part.ni	(1.578)	(2.631)	(2.500)
PBT	15.947 2,89%	7.192 1,26%	14.450 2,47%
Imposte	(5.215)	(4.945)	(5.450)
Risultato di terzi	(23)	21	-
Utile netto	10.709	2.268	9.000

- ✓ L'esercizio 2005 si è chiuso con una flessione della redditività sia rispetto al 2004 che al forecast 2005, determinatasi in particolare a seguito dell'andamento non favorevole della marginalità commerciale nella fase finale dell'anno
- ✓ Margine commerciale al 31/12/05 pari a € 71,3 mln (12,5% delle vendite), contro € 65,7 mln (11,9% delle vendite) al 31/12/04 ed un obiettivo del forecast di € 76,65 mln (13,1% dei ricavi). Flessione rispetto al forecast, imputabile per € 3,6 mln alla minore marginalità percentuale e per € 1,7 mln al minore fatturato
- ✓ Ebitda 2005 pari a € 17,1 mln, rispetto ad un obiettivo del forecast 2005 pari a € 23,35 mln
- ✓ Dopo imposte per € 4,9 mln di euro (€ 5,2 mln nel 2004), l'utile netto dell'esercizio 2005 risulta pari a € 2,3 mln



Fattori alla base della flessione della redditività al 31 dicembre 2005

- **Margine commerciale** al 31 dicembre 2005 che, al lordo di premi e contributi marketing (riclassificati a riduzione dei costi operativi) risulta pari a € 79,5 mln rispetto ad un forecast 2005 di oltre € 85 mln. Il minore margine commerciale si è generato a seguito di un sales mix non favorevole conseguito nella fase finale dell'anno
- **Crescita dei costi operativi** (personale e costi per servizi) determinata dagli investimenti sostenuti per lo sviluppo della rete di vendita
- **Start-up del progetto Superstore.** Il conto economico di CDC al 31 dicembre 2005 consolida integralmente la società CDC Superstore S.r.l. (oggi rinominata Compy Superstore S.r.l.), attiva nella distribuzione di prodotti di elettronica di consumo, la cui quota di controllo, in data 28 dicembre 2005, è stata ceduta ad Unicoop Firenze. Al netto della plusvalenza derivante dalla cessione del marchio Compy alla società Compy Superstore e del valore di cessione della quota di partecipazione del 52% della stessa Compy Superstore ad Unicoop Firenze, il progetto ha avuto un impatto negativo sul risultato operativo consolidato di CDC pari a circa € 1 mln
- **Costi non ricorrenti.** Il conto economico al 31 dicembre 2005 include maggiori accantonamenti per rischi ed oneri rispetto alla previsione del forecast 2005 per circa € 1 mln



Azioni realizzate nel corso dell'esercizio 2005

➤ **Sviluppo della rete di vendita del gruppo con costi di avviamento dei punti vendita spesati nell'esercizio**

- 3 aperture di Cash & Carry (Lecce, Cosenza, Napoli 2)
- sperimentazione e lancio del nuovo format di elettronica di consumo Compy Superstore (2 aperture in H2 2005)
- consolidamento della rete degli affiliati Amico (passati da 141 a 153)
- ridimensionamento rete di vendita Computer Discount con circa 200 punti vendita al 31/12/05

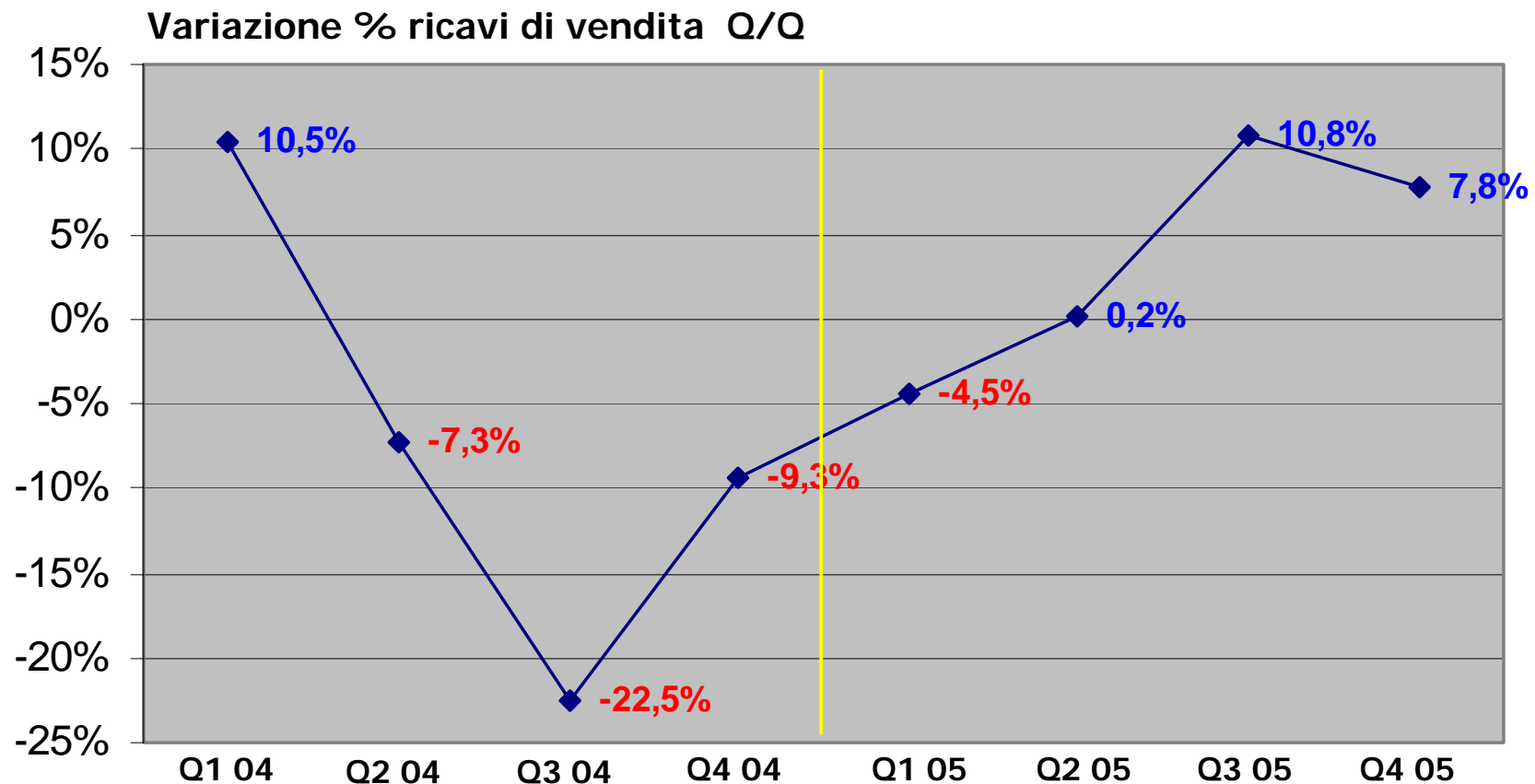
➤ **Ricavi: positivo l'andamento del fatturato nel secondo semestre dell'esercizio (crescita pari a circa l'8%)** dopo un debole avvio nella prima parte del 2005

➤ **Partnership con Unicoop Firenze per il progetto Compy Superstore.** Nel dicembre 2005 è stato perfezionato un accordo di partnership con Unicoop Firenze (principale cooperativa italiana di largo consumo) per lo sviluppo in joint venture della catena di elettronica di consumo Compy Superstore. Nel dicembre 2005 Unicoop Firenze ha rilevato da CDC il 52% della società CDC Superstore S.r.l. (oggi rinominata Compy Superstore). L'accordo prevede tra l'altro: (i) un accordo di fornitura in esclusiva tra CDC e Compy Superstore per i prodotti di ICT; (ii) lo sviluppo di forniture di prodotti ICT da CDC ad Unicoop Firenze. La partnership consentirà a Compy Superstore di accedere a location ubicate all'interno di centri commerciali di proprietà di Unicoop Firenze

➤ **Ulteriore riduzione della posizione finanziaria netta.** Rafforzamento della situazione patrimoniale consolidata, mantenendo i livelli di efficienza nella gestione del capitale circolante raggiunti negli esercizi precedenti



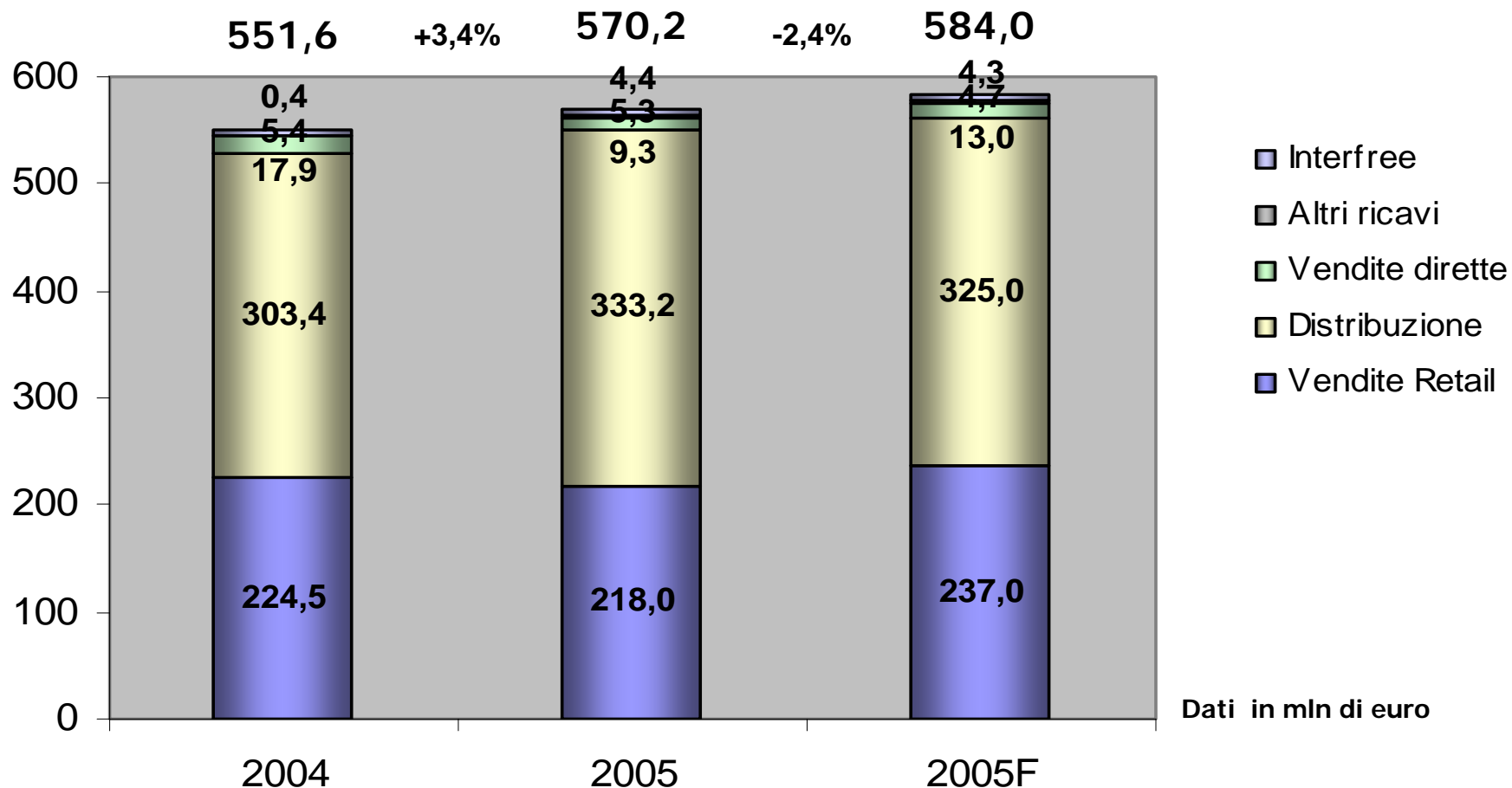
Crescita dei ricavi nel corso dell'esercizio 2005



- ✓ La debole performance del primo semestre 2005 (-2,4%) è stata controbilanciata da un ritorno alla crescita nel secondo semestre, con incrementi di fatturato pari rispettivamente al 10,8% ed al 7,8% nel terzo e quarto trimestre 2005
- ✓ Il trend positivo durante la seconda metà del 2005 è confermato dall'andamento dei ricavi di vendita nei primi due mesi del 2006, in crescita di circa il 7%, rispetto allo stesso periodo del 2005



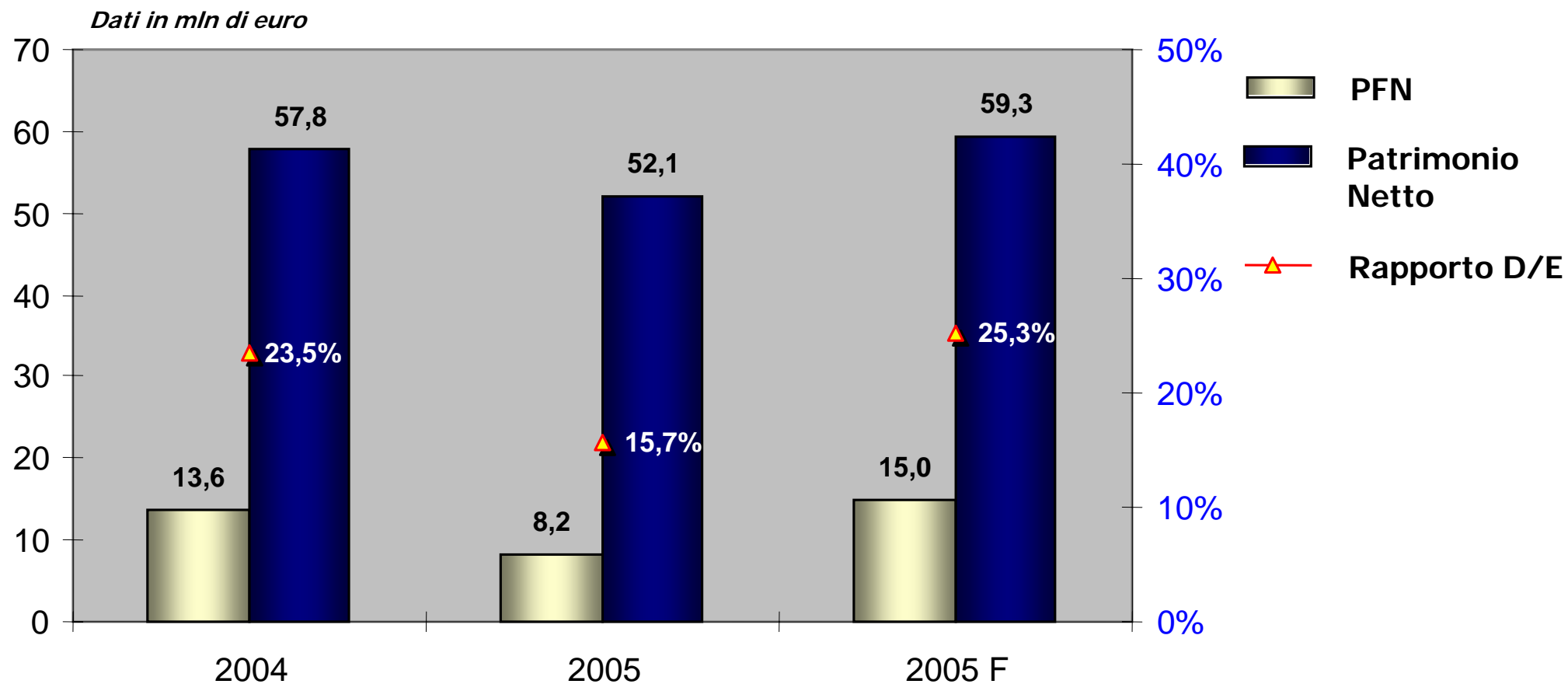
Breakdown fatturato consolidato 2005 per divisione di vendita



- ✓ Crescita dei ricavi consolidati (+3,4% nell'intero esercizio), sostenuta dall'area distribuzione/Cash & Carry (+10% nell'intero esercizio, +15% nell'ultimo trimestre), che al 31 dicembre 2005 raggiunge ricavi per complessivi € 333 mln



Riduzione della Posizione Finanziaria Netta al 31/12/05



- ✓ Posizione Finanziaria Netta al 31/12/05 in diminuzione sia rispetto al 31/12/04 (-40%, € 8,2 mln contro € 13,6 mln) che alle previsioni del forecast 2005 (obiettivo compreso tra € 10 mln e € 20 mln)
- ✓ Il rapporto Debt / Equity al 31/12/05 scende al 15%



**Alessandro Fabbroni – Direttore
Pianificazione e Finanza**

**OBIETTIVI ECONOMICI E FINANZIARI
ESERCIZIO 2006**



Linee guida del piano industriale per l'esercizio 2006

Obiettivi del piano industriale 2006-2008 presentato in data 16 novembre 2005

Dati in euro mln	2004A	2005A	2006E	2007E	2008E
Ricavi di vendita	551	570	600-620	640-670	690-720
EBITDA	25,4	17,1	25-27	29,5-31,5	34-36
	4,6%	3,0%	4,4%	4,7%	5,0%
EBIT	17,5	9,8	20-22	25-27	29-31
	3,2%	1,7%	3,4%	4,0%	4,3%
PBT	15,9	7,1	16,5-18,5	22-24	26-28
Utile netto	10,7	2,3	10-11	14-15	17-18

- ✓ Fatturato previsto a quota € 610 mln (range obiettivo € 600 – 620 mln), in crescita del 7% rispetto al valore di € 570 mln conseguito nell'esercizio 2005
- ✓ Atteso recupero della redditività operativa nel corso del 2006 (in termini di EBITDA Margin) grazie alle seguenti azioni:
 - (i) Maggiore sfruttamento della leva operativa a seguito della crescita del fatturato
 - (ii) Contenimento dei costi operativi previsti stabili in valore assoluto nel corso del 2006 a quota € 54 mln



Azioni per la crescita della redditività nell'esercizio 2006: sviluppo dei ricavi

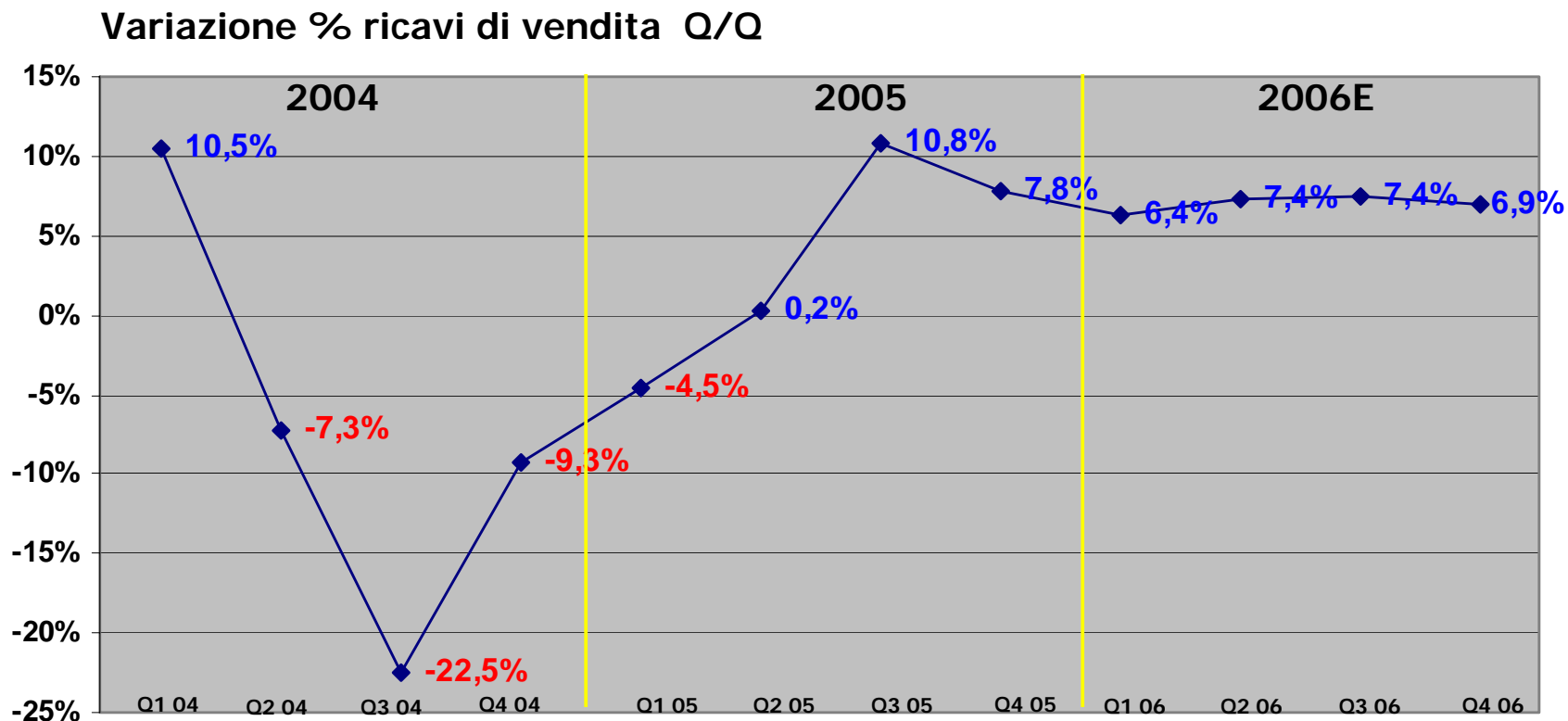
Canali di vendita	Rete di vendita			
	31-dic-03	31-dic-04	31-dic-05	31-dic-06
Cash & Carry	26	28	31	33
Affiliati Amico	118	141	153	168
Computer discount	245	218	203	190
Corner Elettronica di Consumo affiliati	121	99	101	100
Compy Superstore	0	0	2	4*
Totale	510	486	490	491

* Stima preliminare (punti vendita della società collegata Compy Superstore S.r.l.). Il piano di sviluppo di Compy Superstore è in fase di rielaborazione con Unicoop Firenze e sarà disponibile nell'aprile 2006

- ✓ **Iniziative di sviluppo della rete di vendita realizzate nel 2005 con impatto sui ricavi 2006:**
 - 3 aperture di Cash & Carry (Lecce, Cosenza, Napoli 2)
 - consolidamento della rete degli affiliati Amico (passati da 141 a 153)
 - lancio e testing del nuovo format di elettronica di consumo Compy Superstore (2 aperture in H2 2005) in partnership con Unicoop Firenze
- ✓ **Iniziative di sviluppo della rete di vendita nel corso del 2006:**
 - 2 aperture di Cash & Carry
 - sviluppo nel numero degli affiliati Amico (15 nuove affiliazioni)
 - avanzamento del progetto Compy Superstore in partnership con Unicoop Firenze
 - mantenimento di un numero di 190 punti vendita ad insegna Computer Discount



Azioni per la crescita della redditività nell'esercizio 2006: sviluppo dei ricavi



- ✓ L'obiettivo 2006 di ricavi consolidati pari a € 610 mln, in crescita di circa il 7% rispetto al risultato 2005, potrà essere raggiunto anche tenendo conto di:
 - crescita dei ricavi conseguita nel corso del secondo semestre 2005 (+8%)
 - crescita dei ricavi conseguita nei primi 2 mesi del 2006 (+7%), sostenuta in particolare dalla divisione distribuzione



Azioni per la crescita della redditività nell'esercizio 2006: sviluppo dei ricavi

Obiettivi di crescita del fatturato 2006 per divisione di vendita

mln di euro	2004	2005	Var. %	2006E	Var. %
Vendite Retail	225	218	-3%	257	18%
Distribuzione/Cash&Carry	303	333	10%	338	1%
Vendite dirette	18	9	-48%	12	29%
Altri ricavi/internet	5	9	80%	3	-67%
Totale	551	570	3,4%	610	7%

- ✓ Distribuzione/Cash & Carry: area di significativo recupero di fatturato rispetto al budget (crescita nei primi due mesi del 2006 pari a circa il 15%)
- ✓ Area Retail (costituita dal canale Computer Discount e dal canale GDO/GDS che include i ricavi di sell-in verso la società collegata Compy Superstore) attesa in crescita in funzione dell'avanzamento del progetto Compy Superstore e della partnership con Unicoop Firenze, ma con un trend ancora debole registrato nei primi due mesi del 2006



Azioni per recupero redditività nell'esercizio 2006: contenimento costi operativi

Obiettivi 2006 a livello di costi operativi

Dati in €000	2005	2006E
Ricavi	570.000	610.000
Coop rebate marketing	(8.247)	(6.225)
Costi di marketing lordi	11.200	10.477
Costi di trasporto e logistica	4.789	5.093
Emolumenti organi sociali	2.812	2.573
Utenze	1.594	1.697
Godimento beni di terzi	5.323	5.356
Altri costi operativi	13.292	13.119
Costo del lavoro	23.456	22.360
Totale costi operativi netti	54.219	54.449
<i>Inc.za su fatturato</i>	9,5%	8,9%

✓ Costi operativi, al netto dei coop rebate (contributi a parziale copertura dei costi di marketing lordi), previsti stabili (€ 54,4 mln) nel 2006 rispetto al 2005, con un recupero in termini di incidenza sul fatturato (dal 9,5% delle vendite al 8,9%)

✓ Costi operativi lordi 2006E pari a € 61,6 mln rispetto a € 62,5 mln del 2005 (10,1% contro 11% delle vendite)

✓ L'obiettivo 2006 riflette: (i) deconsolidamento, a partire dal 1/1/06 di Compy Superstore, il cui impatto nel 2005 era stato pari a € 4,5 mln, di cui € 0,8 mln come costo del personale; (ii) azioni di riduzione dei costi per servizi e degli altri costi operativi per circa € 2 mln rispetto al 2005



Azioni per recupero redditività nell'esercizio 2006: sfruttamento leva operativa

Il piano industriale 2006-2008 prevede una progressiva riduzione dell'incidenza dei costi operativi sul fatturato dal 9,5% del 2005 al 8,9% del 2006 sino al 7,7% del 2008

% su ricavi	2005A	2006E	2007E	2008E
Costi operativi	5,40%	5,26%	4,79%	4,38%
Personale	4,10%	3,66%	3,46%	3,33%
Totale	9,50%	8,92%	8,25%	7,71%

Piano di ottimizzazione nell'impiego delle risorse umane a livello di gruppo varato nel settembre 2005

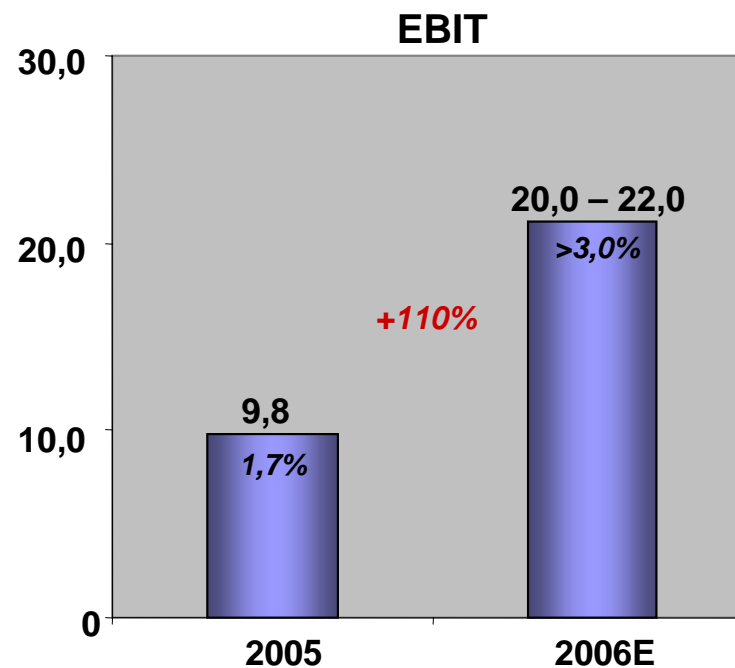
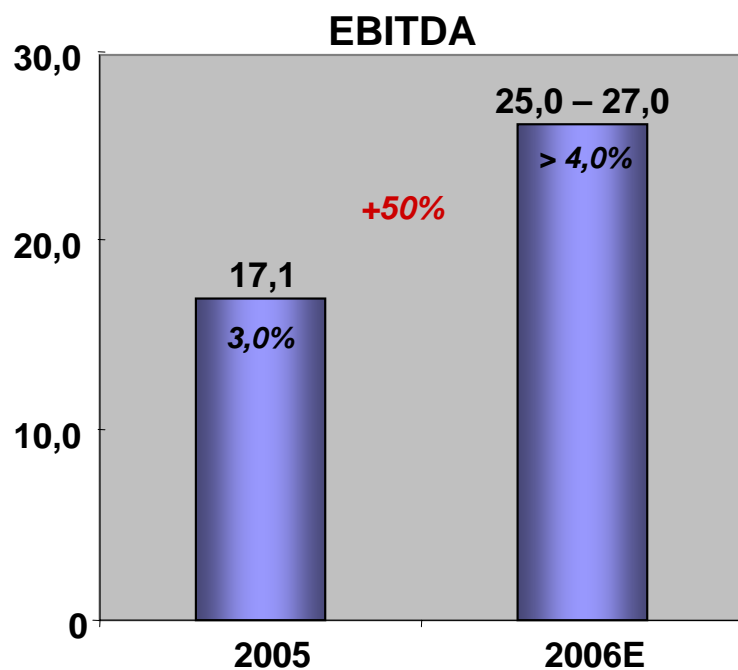
Deconsolidamento della società CDC Superstore e dei relativi costi operativi

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



Obiettivi reddituali 2006 a livello di consolidato - sintesi

Dati in mln di euro

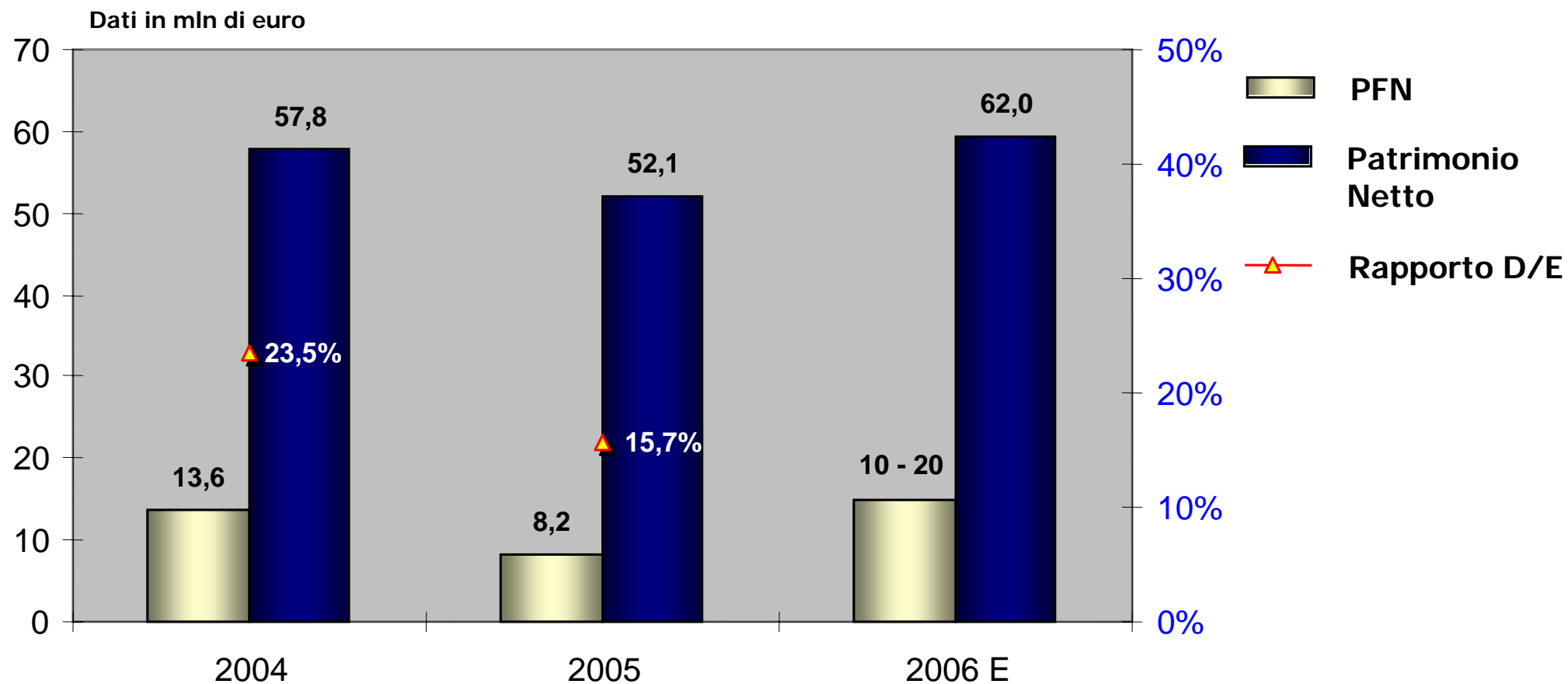


✓ Obiettivi 2006

- Proseguire nello sviluppo dei ricavi ed accrescere le quote di mercato detenute dal gruppo
- Riportare la redditività industriale su livelli già conseguiti nel 2004, con un EBITDA margin attorno al 4% ed un EBIT margin superiore al 3%



Obiettivi finanziari 2006 a livello di consolidato - sintesi



- ✓ Gli obiettivi dell'esercizio 2006 saranno conseguiti mantenendo la posizione finanziaria netta sui livelli di eccellenza già raggiunti nel corso degli ultimi tre esercizi
- ✓ Previsti investimenti complessivi nel 2006 pari a circa € 5,0 mln (di cui € 2,5 mln destinati al progetto Compy Superstore)



Politica di dividendi e piano di buy back

- ✓ Il CDA di CDC dello scorso 14/02/06 ha deliberato di: (i) non procedere alla distribuzione di dividendi a valere sul risultato dell'esercizio 2005; (ii) realizzare un Piano di Riacquisto di azioni proprie (Buy back) sul Mercato Regolamentato, in attuazione della delibera assembleare dell'aprile 2005
- ✓ Caratteristiche del piano di buy back approvato dal CDA:
 - periodo di attuazione: 1– 28 marzo 2006
 - volumi: sino ad un massimo di 300.000 azioni ed un controvalore di € 2,0 mln
 - prezzo massimo: 10,5 euro per azione
 - le azioni acquistabili ogni giorno non potranno superare il 25% del controvalore negoziato complessivamente sul mercato ed il quantitativo di 35.000 azioni
 - le azioni acquistate non potranno essere alienate sino alla data dell'Assemblea dei Soci convocata per l'approvazione del bilancio 2005 (prevista per il 27 aprile 2006)



Contatti

CDC S.p.A.

Via Calabria, 1

56025 Zona Industriale Gello di Pontedera (PI) - Italia

Tel. +39 0587 2882

Fax +39 0587 288640

investor.relations@cdc.it

media.relations@cdc.it