

POLIGRAFICA S. FAUSTINO S.p.A.

STAR CONFERENCE 2006

2 Marzo 2006

Milano, 2 Marzo 2006

AGENDA

- **Il Gruppo e le strategie di crescita: A. Frigoli - Presidente**
- **Dati economico-finanziari : A. Lambiase - IRM**
- **Il titolo : E. Petocchi - AD Twice SIM**

IL GRUPPO E LE STRATEGIE DI CRESCITA

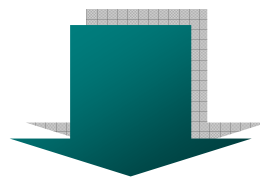
ALBERTO FRIGOLI

Presidente Gruppo Poligrafica S. Faustino S.p.A.

Milano, 2 Marzo 2006

IL GRUPPO PSF

POLIGRAFICA S. FAUSTINO è un'azienda grafica specializzata nella produzione di stampati promopubblicitari, etichette, packaging e document management



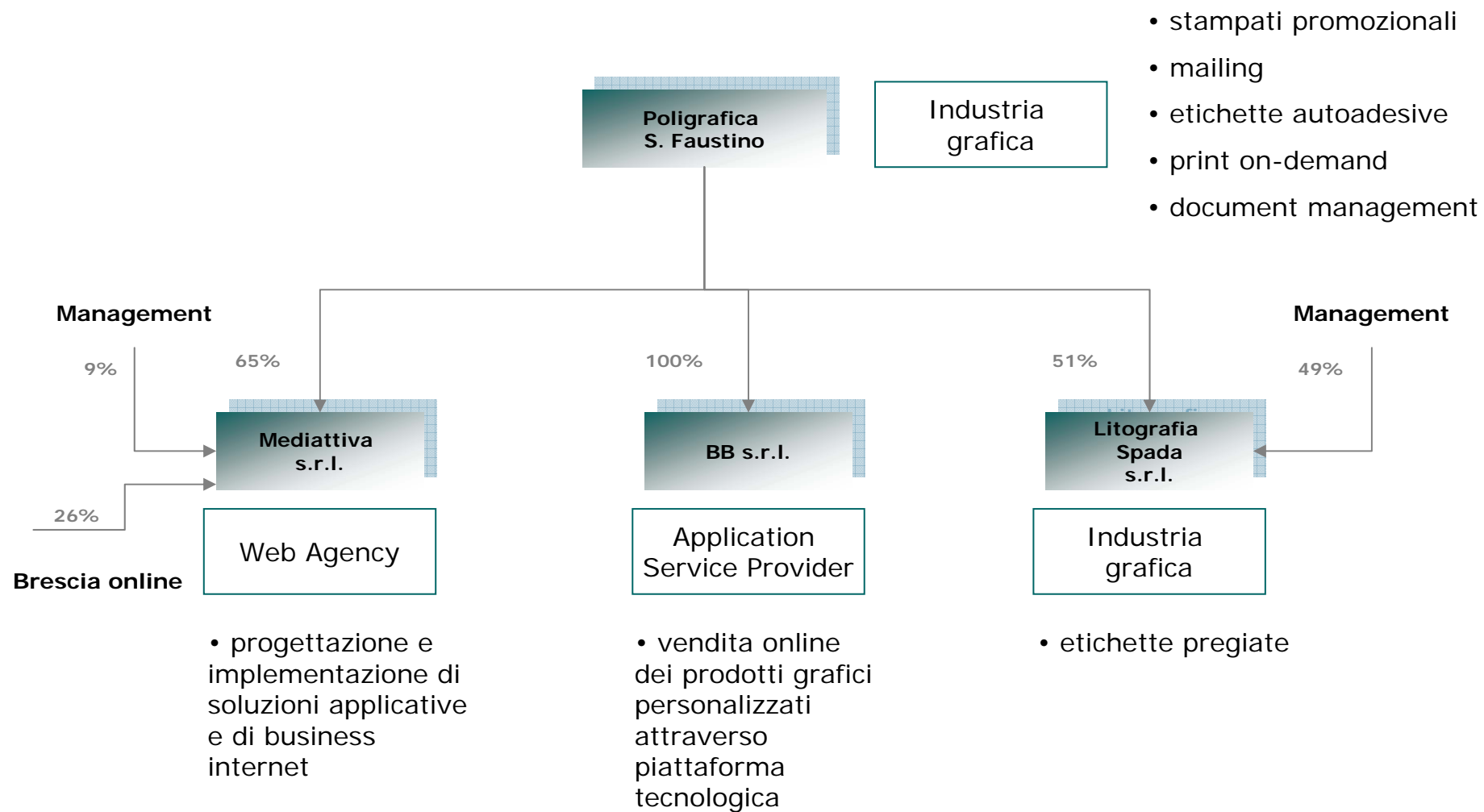
MISSION:

da "trasformatori di carta" a "fornitori di servizi"

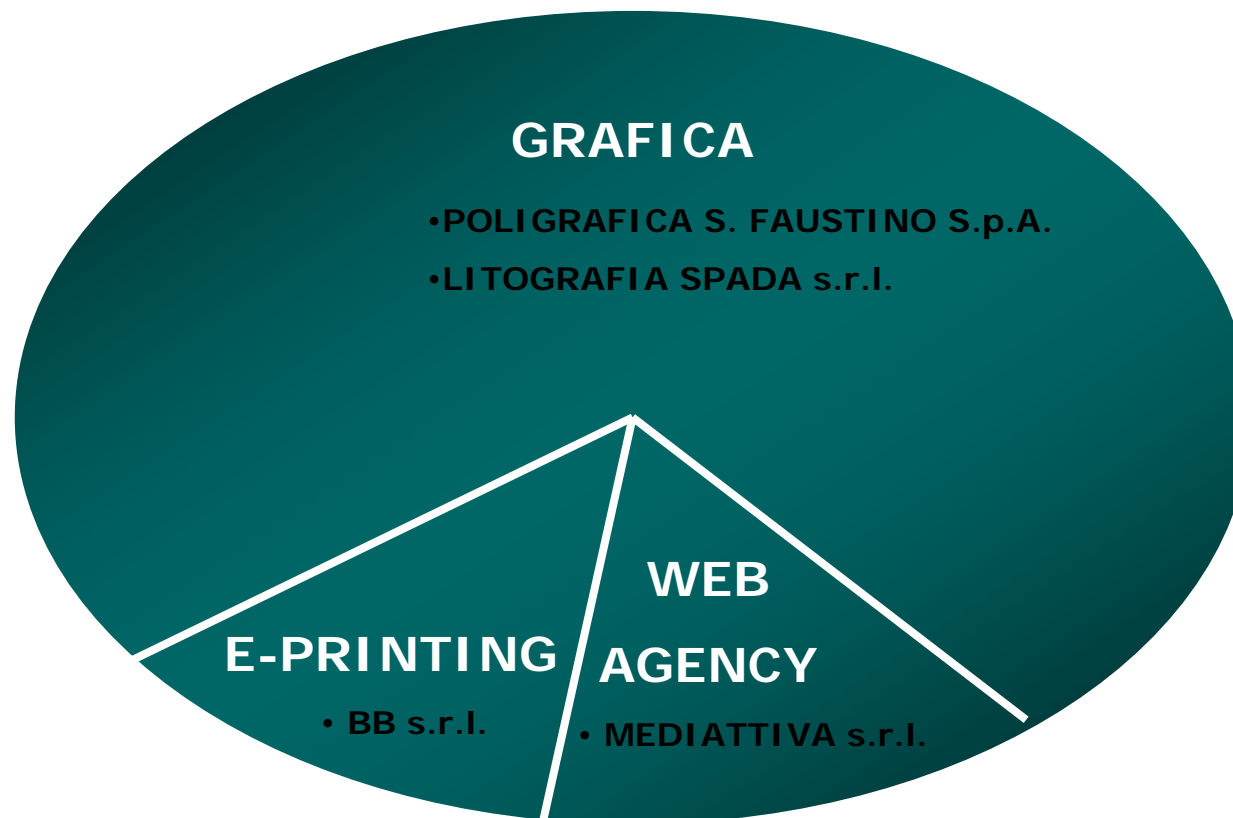
CORE BUSINESS

PSF e' un gruppo integrato di comunicazione multimediale
specializzato in:

- **Fornitori di supporto a campagne pubblicitarie e promozionali**
- **Document management**
- **Diffusione del brand istituzionale su singola linea di prodotto**
- **"Service": gestione del mailing per il marketing e direct marketing**
- **Realizzazione website e nuove tecnologie di comunicazione**



BUSINESS UNITS

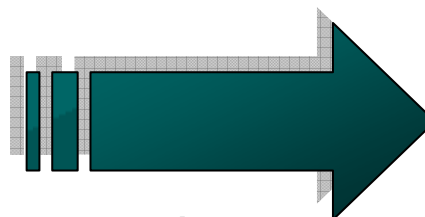


Le società del Gruppo : **POLIGRAFICA S.FAUSTINO S.p.A.**

OBIETTIVO STRATEGICO : Miglioramento efficienza e redditività

PRODOTTI E SERVIZI

- Stampati promozionali
- Mailings
- Etichette autoadesive
- Print on-demand
- Document management



- Rete diretta
- Cantoalto



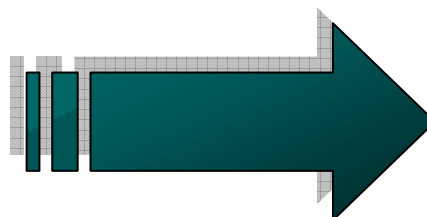
- Attività industriali,
commerciali e finanziarie

Le società del Gruppo : LITOGRAFIA SPADA

OBIETTIVO STRATEGICO : Copertura commerciale del territorio di competenza

PRODOTTI E SERVIZI

- Etichette pregiate per vini e liquori



▪ Rete Poligrafica
e/o rete propria



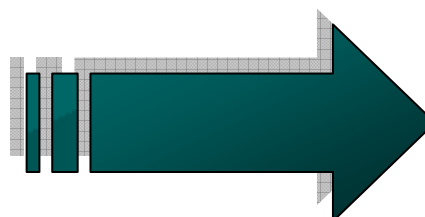
▪ Produttori di vini e liquori

Le società del Gruppo : **MEDIATTIVA**

OBIETTIVI STRATEGICI : Aumento competenze tecnologiche (content management)
Rafforzamento presenza territoriale

PRODOTTI E SERVIZI

- Progettazione e implementazione di soluzioni applicative e di business basate su Internet



- Rete Poligrafica e/o rete propria



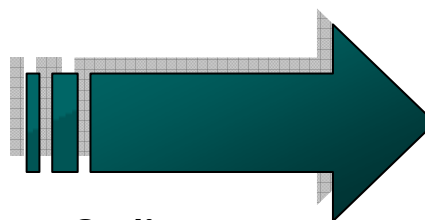
- Attività industriali, commerciali e finanziarie
- Enti pubblici e privati

Le società del Gruppo : BB srl

OBIETTIVO STRATEGICO : Cantoalto come “standard” per e-commerce di stampati personalizzati

PRODOTTI E SERVIZI

- E – commerce Cantoalto



▪ On line



▪ Clienti PSF

FATTORI CRITICI DI SUCCESSO

- **Know-how tecnologico**
- **Polo aggregante nel settore di riferimento**
- **Orientamento pro-attivo al mercato**

TREND DELLA INDUSTRIA GRAFICA GLOBALE

- **CONTESTO NORMATIVO:** Le normative dell'Unione Europea hanno riflessi sulle modalità operative strategiche delle imprese grafiche:



- Direct Marketing: scontro con monopolio Poste Italiane
 - Legge sulla privacy che determina un maggior controllo sui dati rispetto agli USA
-
- **NUOVI MODELLI DI BUSINESS:** Alleanze, fusioni ed acquisizioni; partnership con altre imprese; aziende leader tecnologiche e aziende leader di basso costo

L'INDUSTRIA GRAFICA IN ITALIA

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none">▪ Settore vivo e dinamico nell'economia del Paese:<ul style="list-style-type: none">- fatturato complessivo (€ 18 mld) pari al 2,7% del fatturato mondiale▪ Export = elemento trainante della produzione cartaria nazionale▪ Continui investimenti tecnologici	<ul style="list-style-type: none">▪ Dimensioni medio-piccole delle imprese, prevalentemente a conduzione familiare;▪ Elevata frammentazione del settore▪ Basse barriere all'entrata▪ Domanda interna inerte▪ Elevati costi del lavoro
OPPORTUNITA'	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">▪ Realizzazione di alleanze e partnership▪ Ricerca per l'innovazione	<ul style="list-style-type: none">▪ Concorrenza dai Paesi emergenti▪ Ampliamento offerta di mezzi di comunicazione e dematerializzazione dei messaggi▪ Crescente know-how tecnologico degli utenti▪ Concentrazione degli acquirenti di prodotti grafici (es: multinazionali chimico-farmaceutiche, agro-alimentari, cosmetiche).

DATI ECONOMICO – FINANZIARI

ANNA LAMBIASE

IRM Gruppo Poligrafica S. Faustino

Milano, 2 Marzo 2006

TREND ATTESO SETTORE GRAFICO E PUBBLICITARIO

- **2005** ➡ -1,3 / -0,8%
- **2006** ➡ +2,2 / +2,7%
- **2007** ➡ +1,6 / +2,2 %

Ripresa del settore pubblicitario attesa per il 2006

Fonte: Osservatorio Assografici-Centrexpo-Crea Bocconi

Milano, 2 Marzo 2006

TREND DELLA INDUSTRIA GRAFICA GLOBALE

- **SOVRACAPACITA' DELL'OFFERTA RISPETTO ALLA DOMANDA:** Investimenti rilevanti delle industrie, compressione della domanda e forte competizione sui prezzi dovute al rovesciamento inaspettato di alcuni mercati
- **I MEDIA ALTERNATIVI:** Diventati più aggressivi e modificata la centralità dello stampatore nella riproduzione e distribuzione dei messaggi
- **CONCENTRAZIONE DEI FORNITORI E CLIENTI:** Determinata dal processo di integrazione commerciale tra i paesi dell'unione e dalla rilocalizzazione delle attività, con un incremento della concorrenza

I RISULTATI di CONTO ECONOMICO

Dati consolidati al 31/12/2005

CONTO ECONOMICO Euro (.000)	31/12/2005	31/12/2004
Ricavi delle vendite e prestazioni	35.190	35.140
Altri Ricavi e proventi	651	536
TOTALE RICAVI E PROVENTI OPERATIVI	35.841	35.676
TOTALE COSTI OPERATIVI	32.907	32.767
<i>EBITDA</i>	<i>2.934</i>	<i>2.909</i>
Ammortamenti	3.437	3.102
<i>EBIT</i>	<i>-503</i>	<i>-193</i>
Proventi e oneri finanziari netti	-297	-367
<i>PRE-TAX</i>	<i>-800</i>	<i>-560</i>
Imposte sul reddito d'esercizio	-206	-219
<i>RISULTATO NETTO</i>	<i>-1.009</i>	<i>-680</i>

Milano, 2 Marzo 2006

RACCORDO IAS/IFRS

CONTO ECONOMICO Euro (.000)	31/12/2004 PC-ITALIANI	Rettifiche	31/12/2004 IAS
Ricavi delle vendite e prestazioni	35.140		35.140
Altri Ricavi e proventi	536		536
TOTALE RICAVI E PROVENTI OPERATIVI	35.676	0	35.676
TOTALE COSTI OPERATIVI	34.032	-1.265	32.767
<i>EBITDA</i>	1.644	-1.265	2.909
Ammortamenti	1.542	-1.560	3.102
<i>EBIT</i>	102	-295	-193
Proventi e oneri finanziari netti	-167	-200	-367
<i>PRE-TAX</i>	-65	-495	-560
Imposte sul reddito d'esercizio	-341	122	-219
<i>RISULTATO NETTO</i>	-406	-373	-779
Utile (perdita) esercizio delle minoranze	87	12	99
<i>RISULTATO NETTO del Gruppo</i>	-319	-361	-680

Milano, 2 Marzo 2006

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

STATO PATRIMONIALE Euro (.000)	31/12/2005	31/12/2004
Attività		
Totale attività a breve	24.870	20.964
Totale attività immobilizzate	14.942	17.556
TOTALE ATTIVITA'	39.812	38.520
Passivo		
Totale passività a breve	11.056	11.631
Totale passività a M/L Termine	7.359	9.514
TOTALE PASSIVITA'	18.415	21.145
TOTALE PATRIMONIO NETTO	21.397	17.375
TOTALE PN + PASSIVO	39.812	38.520
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA Euro (.000)		
Disponibilità liquide	7.273	3.085
Debiti verso banche a breve e soc. leasing	-2.857	-3.594
TOTALE POSIZIONE FINANZIARIA A BREVE	4.416	-509
Debiti verso banche oltre il breve termine	-4.524	-6.460
PFN	-108	-6.969

Milano, 2 Marzo 2006

OPERAZIONE EQUITY LINE

- Aumento di capitale riservato a Società Generale in più *tranche* con esercizio opzionale su un periodo di due anni
- Ammontare totale pari a 10 ml EURO

13-lug-04		Delibera CdA di Aumento di capitale: 10.000.000	
		N. Azioni	Prezzo Emissione
24-ago-04	Delibera Cda 1° Tranche		
02-set-04	Completata 1° Tranche	50.000	38,78
07-set-04	Delibera Cda 2° Tranche		
08-ott-04	Completata 2° Tranche	12.357	38,78
28-ott-04	Delibera Cda 2° Tranche		
26-nov-04	Completata 3° Tranche	50.000	35,00
09-mag-05	Delibera Cda 4° Tranche		
07-giu-05	Completata 4° Tranche	50.000	31,38
06-set-05	Delibera Cda 5° Tranche		
30-set-05	Completata 5° Tranche	100.000	34,51
02-feb-06	Delibera Cda 6° Tranche		
22-feb-06	Completata 6° Tranche	31.750	30,82

Milano, 2 Marzo 2006

IL TITOLO

POLIGRAFICA SAN FAUSTINO MTAX	PSF.MI PSF.IM
Prezzo emissione (29/10/99) Euro	37,00
Prezzo al 24/02/06 Euro	32,80
Capitalizzazione al 24/02/06 (Mil Euro)	39,166
Numero azioni	1.194.107
Flottante	57,07%
Famiglia Frigoli (% capitale)	42,93%
Specialista-titolo	Twice Sim

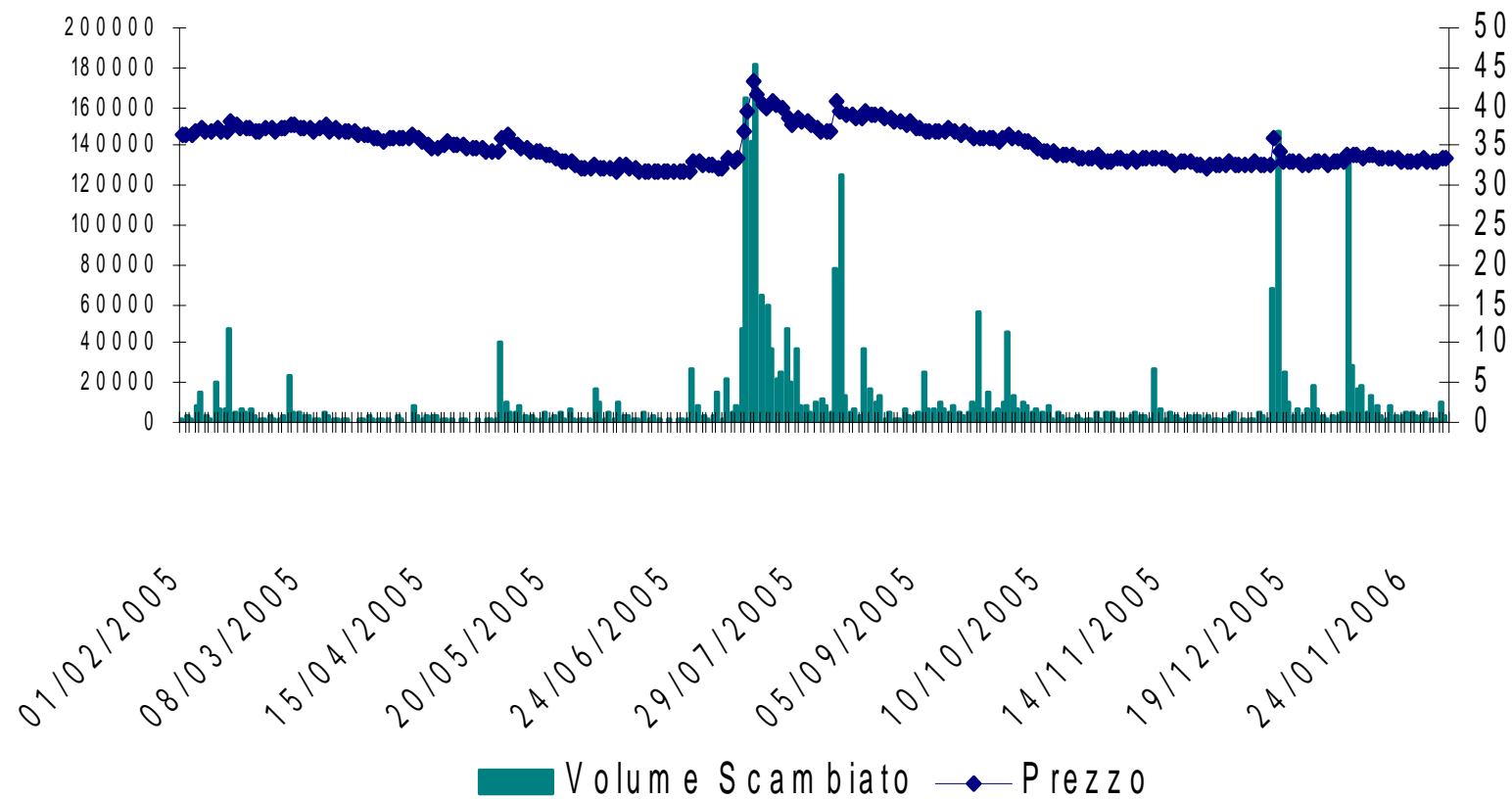
IL TITOLO

ENRICO PETOCCHI
AD TWICE ADVICE

Milano, 2 Marzo 2006

TREND DEL TITOLO PSF (Feb. 2005- Feb. 2006)

Andamento Titolo (Prezzo - Volume)



GRAZIE

ir@psf.it

Poligrafica S. Faustino S.p.A.

Tel: 030 70491

www.psf.it