

# Bit Market Services

Informazione Regolamentata n. 0533-22-2016	Data/Ora Ricezione 05 Ottobre 2016 12:14:44	MTA - Star
--	---	------------

Societa' : ESPRINET  
Identificativo : 79853  
Informazione  
Regolamentata  
Nome utilizzatore : ESPRINETN01 - Bertacco  
Tipologia : IRAG 06  
Data/Ora Ricezione : 05 Ottobre 2016 12:14:44  
Data/Ora Inizio : 05 Ottobre 2016 12:29:45  
Diffusione presunta  
Oggetto : Esprinet Piano Strategico 2016-208 –  
Strategic Plan 2016-2018

*Testo del comunicato*

Vedi allegato.

## Esprinet: approvato il Piano Strategico 2016-18

### Principali target economico-finanziari

Ricavi netti consolidati 2018: € 3,75 miliardi con un CAGR del +12% nel periodo 2015-18

Margine commerciale lordo: € 210 milioni (CAGR: +10%)

Utile operativo (EBIT): € 66 milioni (CAGR: +13%)

Utile netto: € 46 milioni (CAGR: +16%)

*Per l'anno in corso previsti ricavi pari a € 3,1 miliardi, margine commerciale lordo a ca. € 167 milioni, EBIT a ca. 37 milioni e utile netto a ca. € 24 milioni*

**Vimercate (Monza Brianza), 5 ottobre 2016** - Il Consiglio di Amministrazione di Esprinet S.p.A. (Borsa Italiana: PRT) ha reso pubblici le principali linee guida ed i target del Piano Strategico triennale 2016-18 del Gruppo Esprinet.

Nel corso del 2016 il Gruppo ha definito due importanti acquisizioni, EDSLan in Italia e Vinzeo in Spagna, in grado di amplificare le capacità di sviluppo organiche del Gruppo.

Per quest'anno il Gruppo si attende di chiudere l'esercizio con un volume di ricavi consolidati "as reported" di € 3,1 miliardi, un margine commerciale lordo pari a ca. € 167 milioni, un EBIT di ca. 37 milioni ed un utile netto dica. € 24 milioni.

Il Piano Strategico 2016-18 è peraltro non solo diretto a valorizzare le attività acquisite, in termini di quote di mercato relative raggiunte e sinergie attivabili con il resto del Gruppo, ma anche a capitalizzare i ruoli di leadership raggiunti in Italia e Spagna e perseguire iniziative dirette ad incrementare la marginalità di prodotto e stabilizzare la dinamica dei costi operativi.

### Principali linee guida strategiche

Il Gruppo intende concentrare il proprio raggio d'azione sui mercati geografici già presidiati: Italia, Spagna e Portogallo. Un'eventuale espansione geografica non è vista come prioritaria e verrebbe valutata solamente su basi opportunistiche su un orizzonte di medio-lungo periodo.

Il piano triennale si basa su alcuni driver principali ed obiettivi differenziati in funzione dei diversi segmenti di business e dei connessi piani di azione:

#### 1. **Canali IT tradizionali (corporate reseller, SMB, retailer): stabilizzazione dei margini di prodotto, miglioramento del grado di fidelizzazione della clientela**

Le azioni definite sono di **miglioramento** dello "status quo" e consistono essenzialmente nello spingere verso "alleanze verticali", sulla falsariga dell'iniziativa Assoteam, nello sfruttare le potenzialità della nuova piattaforma web, nella migliore clusterizzazione dei clienti attraverso il nuovo sistema di CRM-Customer Relationship Management, nell'impulso sul canale dei cash & carry e nella fornitura di efficaci soluzioni a valore aggiunto alle grandi superfici attraverso la divisione "Ok retail".

#### 2. **Fulfillment (segmenti consumer): miglioramento di produttività nel "box moving" / Soluzioni a "valore" e accessori: miglioramento di redditività in segmenti a maggior crescita**

Le azioni individuate sono di **sviluppo** e consistono essenzialmente in quanto segue:

- ricerca della massima efficienza nella gestione e nei processi aziendali al fine di integrare la propria proposta di valore con attività di puro "provider" di logistica a basso margine - su prodotti quali PCs, device mobili e altri prodotti di consumer electronics - ma con un ROIC superiore al costo del capitale;
- nel perseguimento di tassi di crescita importanti nei segmenti tecnologicamente meno maturi quali i prodotti per "datacenter" (server, storage, software, networking), auto-ID e videosorveglianza nonché i prodotti legati alle tecnologie emergenti (Information Security, MPS, Cloud, Big Data, Hyperconvergence) anche grazie al know-how di EDSLan in Italia e di Vinzeo in Spagna;

- nella massima focalizzazione su alcuni segmenti di prodotto ad alta marginalità unitaria quali gli accessori per device mobili (sia a brand «Celly» che originali), componentistica IT e consumabili per ufficio attualmente presidiati ma non adeguatamente sfruttati.

### 3. Consumer “verticals”

I piani di azione vertono sulla **ricerca di nuove opzioni** ad altissimo potenziale di crescita per un pubblico tipicamente “consumer” (elettrodomestici, sport technology, IoT, etc.) a potenziale di ritorno sui capitali investiti molto elevato ma con gradi di aleatorietà più alti dovuti alla minore esperienza maturata dal Gruppo ed un gap di know-how con altri operatori.

### Principali target economico-finanziari 2018

La strategia di piano consente di definire i seguenti target per il Gruppo:

- una crescita dei ricavi ad un CAGR (tasso medio annuo composto) del +12% lungo il periodo 2015-18: si prevede di raggiungere un fatturato di € 3,75 miliardi nel 2018;
- una crescita della redditività operativa (EBIT) a € 66 milioni (1,8% dei ricavi) dovuto (i) al miglioramento del Margine commerciale lordo (€ 210 milioni, pari al 5,6% dei ricavi) e (ii) al forte controllo sui costi operativi (€ 144 milioni, con un CAGR limitato al 9%);
- un miglioramento ancora più pronunciato dell’utile netto (€ 46 milioni, pari all’1,25% dei ricavi) dovuto anche alla favorevole dinamica di generazione dei cash-flow nel triennio.

Il presente comunicato stampa è stato redatto ai sensi del Regolamento Emittenti. Esso è a disposizione del pubblico sul meccanismo di stoccaggio autorizzato Nis-Storage ([www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com)) e sul sito internet della società ([www.esprinet.com](http://www.esprinet.com)) alla sezione “Investor Relations – Sala Stampa”.

Il piano strategico 2016-18 sarà illustrato oggi, alle ore 13.00 nel corso di un incontro con analisti e investitori organizzato dallo “specialist” Banca IMI ed allo STAR Conference di Londra organizzato da Borsa Italiana in data 6 ottobre p.v..

La relativa presentazione sarà resa disponibile e scaricabile sul medesimo sito internet, alla sezione “Investor Relations - Presentazioni” e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato Nis-Storage ([www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com)).

#### Per informazioni:

Michele Bertacco  
Esprinet S.p.A. – IR and Communications Director  
Tel. +39 02 40496.1 - [michele.bertacco@esprinet.com](mailto:michele.bertacco@esprinet.com)

*Esprinet (Borsa Italiana: PRT) opera nella distribuzione “business-to-business” di informatica ed elettronica di consumo in Italia e Spagna, con circa 40.000 rivenditori clienti e oltre 600 brand in portafoglio. Il fatturato “pro-forma” 2015 – che tiene conto dei contributi delle acquisizioni di Vinzeo ed EDSLan concluse nel corso del 2016 -, pari a € 3,3 miliardi posiziona il Gruppo al primo posto nel mercato italiano e spagnolo ed al 4° posto in Europa.*

## Esprinet: 2016-18 Strategic Plan approved

### Main economic and financial targets

2018 Consolidated sales: € 3.75 billion (12% CAGR in 2015-18)

Gross profit: € 210 million (CAGR: +10%)

Operating income (EBIT): € 66 million (CAGR: +13%)

Net income: € 46 million (CAGR: +16%)

*In 2016 sales are expected at € 3.1 billion, gross profit € ~167 million,*

*EBIT ~37 million, net profit € ~24 million*

**Vimercate (Monza Brianza), October 5<sup>th</sup> 2016** – The Board of Directors of Esprinet S.p.A. (Italian Stock Exchange: PRT) made public the main strategic guidelines and targets of Esprinet Group 2016-18 Strategic Plan together with a guidance for full 2016 fiscal year.

During 2016 fiscal year the Group completed two relevant acquisitions, EDSLan in Italy and Vinzeo in Spain, which are potentially eligible to leverage organic growth capabilities of the Group.

This year the Group expects total “as reported” consolidated sales of € 3.1 billion, gross profit is expected to stand at around € 167 million, EBIT at approximately € 37 million and net profit in the range of € 24 million.

2016-18 Strategic Plan is not only aimed at valuing acquired businesses, with regard to achieved relative market shares and synergies to be exploited with the rest of the Group, but also to capitalize its position as leader both in Italy and Spain and pursue initiatives oriented to enhance gross margins and stabilize SG&A dynamics.

### Main strategic guidelines

Geographic outreach shall be limited to those markets where the Group is already active: Italy, Spain and Portugal. Possible expansion is not a priority and should be evaluated only opportunistically on amid-to-long time horizon.

The three-year plan is based on a number of different drivers according to different business segments and related action items:

#### 1. Traditional IT channels: (corporate resellers, SMBs, retailers): stabilize gross margins, increase customer loyalty

Key actions are based on **improvement** of “as is” scope of activities and consist essentially in promoting new “vertical alliances”, the like of newly established “Assoteam”, in exploiting full potential of new web platform, in a more useful and proactive clustering of customer base through newly implemented CRM system, in pushing cash & carry channel and providing new ‘value added’ solutions to mass-merchandisers thanks to “Ok retail” division.

#### 2. Fulfillment consumer: Increase productivity in order to gain acceptable ROIC and free resources to re-direct towards more profitable segments

Key actions are based on **expansion** and are represented by:

- research of higher efficiency in management and processing so as to integrate Group’s value ‘core’ offering with an array of pure “logistic provider” low-margin services – concerning especially PCs, mobility devices and other consumer electronics products – so enjoying a ROIC revealing higher against cost of capital;
- pursuing growth rate in relatively less mature businesses like “datacenter” products (eg. server, storage, software, networking), auto-ID and video-surveillance as well as next generation technologies’ based products (Information Security, MPS, Cloud, Big Data, Hyperconvergence) also thanks to EDSLan know-how in Italy and Vinzeo’s one in Spain;
- in mostly focusing on high-margin product areas like mobility accessories (own brand ‘Celly’ and originals), IT components and office supplies, all of which currently commercialized but non exploited in a proper way.

#### 3. Consumer “verticals”

Key initiatives are based on **real options** enjoying very high growth and value potential typically in the consume space (white goods, sport technology, IoT, etc.) and having significant possible returns on capital employed with an higher risk of execution due to a relative lack of experience and know by the Group vis-a-vis other competitors.

### **Main 2018 financial targets**

Initiatives to be implemented are driven by a number of financial targets underpinning strategic three-year plan:

- growth in sales at an average annual compounded rate of +12% in 2015-18 which would allow to reach a level of sales in 2018 worth of € 3.75 billion;
- growth in 2018 operating profitability (EBIT) to € 66 mln (1.8% on sales) due to (i) improvement in Gross Profit (€ 210 mln or 5.6% on sales) and (ii) to strict control on SG&A (€ 144 mln, CAGR capped to 9%);
- even higher improvement in 2018 net profit (€ 46 mln or 1.25% on sales) also thanks to favorable cash flow generation along the three-year period.

The present press release has been prepared pursuant to the Issuers' Regulations. It is available to the public on the Nis-Storage authorised storage mechanism ([www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com)) and on the Company's website ([www.esprinet.com](http://www.esprinet.com)) in the section "Investor Relations – Press Room".

The 2015-2018 Business Plan will be illustrated today, at 1.00 p.m. (CET), during a meeting with analysts and investors arranged by the "specialist" Banca IMI and during the STAR Conference arranged by Borsa Italiana which will be held in London on next October 6th 2016.

The related presentation will be available and downloadable on the aforesaid website, under the section "Investor Relations - Presentations" and on the Nis-Storage authorised storage mechanism ([www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com)).

### **For further information:**

Michele Bertacco  
Esprinet S.p.A. – IR and Communications Director  
Tel. +39 02 40496.1 - [michele.bertacco@esprinet.com](mailto:michele.bertacco@esprinet.com)

*Esprinet (Italian Stock Exchange: PRT) is engaged in the wholesale distribution of IT and consumer electronics in Italy and Spain, with ~40.000 resellers customers served and 600 brands supplied. Consolidated 2015 "pro-forma" sales of € 3.3 billion rank the Company no. 1 in Italy and Spain and no. 5 in Europe.*

Fine Comunicato n.0533-22

Numero di Pagine: 6