



La famiglia italiana della frutta

GRUPPO ORSERO
Management Presentation

Four Seasons Hotel, Milano

Glenalia FOOD



15 Novembre 2016

Il presente documento (il Documento) è stato redatto da Glenalta Food S.p.A. (Società) e GF Group S.p.A. esclusivamente al fine di presentare la proposta business combination tra la Società e la società target GF Group S.p.A. (l'Operazione).

Le informazioni contenute nel Documento non devono considerarsi necessariamente complete ed esaustive e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita.

Il Documento è stato elaborato in base a dati e informazioni della Società e/o di GF Group e/o pubblicamente disponibili e su parametri e presupposti determinati in buona fede dalla Società. Tali parametri e presupposti non sono tuttavia gli unici che avrebbero potuto essere selezionati ai fini della predisposizione del Documento, cosicché l'applicazione di ulteriori parametri e presupposti o la sussistenza di diverse condizioni di mercato, potrebbe condurre, in buona fede, ad analisi e valutazioni, in tutto o in parte, differenti da quelle contenute nel Documento.

Alcune delle informazioni contenute nel Documento riguardano future aspettative e/o previsioni. Tali informazioni si basano su previsioni, stime e proiezioni del management di GF Group e/o della Società e sono soggette a rischi (inclusi quelli rappresentati nella documentazione a disposizione del pubblico), incertezze e assunzioni; pertanto gli effettivi risultati o sviluppi potrebbero differire in modo sostanziale rispetto a quelli contenuti o forniti o alla base delle suddette informazioni contenute nel Documento. Le informazioni contenute nel Documento e/o le valutazioni ivi espresse (incluse le informazioni riguardanti future aspettative e/o previsioni) non sono state assoggettate a verifiche di esperti indipendenti, e sono soggette a modifiche e/o aggiornamenti; la Società e GF Group S.p.A. non assumono alcun onere di comunicazione, preventiva o successiva, nell'ipotesi in cui tali variazioni e integrazioni dovessero rendersi necessarie o opportune. Nulla di quanto rappresentato nel Documento può, o potrà, essere considerato una garanzia o un'indicazione dei futuri risultati economici, finanziari e patrimoniali della Società, di GF Group S.p.A. e/o della società risultante dall'Operazione. Nei limiti previsti dalla legge, la Società, GF Group S.p.A. ed i rispettivi esponenti aziendali, manager, dipendenti, consulenti non emettono alcuna dichiarazione, non prestano alcuna garanzia, non assumono alcun obbligo, espresso o tacito, né assumono alcuna responsabilità in merito all'accuratezza, sufficienza, completezza e aggiornamento delle informazioni contenute nel Documento né in merito ad eventuali errori, omissioni, inesattezze o negligenze nello stesso contenuti.

Il Documento viene a Voi fornito per meri fini di informazione ed illustrazione ed a titolo meramente indicativo; pertanto, il Documento non costituisce in alcun modo una proposta di conclusione di contratto, né un'offerta al pubblico di prodotti finanziari, né un consiglio o una raccomandazione di acquisto o vendita di un qualsiasi prodotto finanziario.

Il Documento è indirizzato esclusivamente a Voi e non può essere consegnato, o divulgato a terzi né riprodotto, neppure parzialmente, senza l'autorizzazione della Società.



Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



View di mercato Europa

- Segmento del settore **FOOD in costante crescita**
- **Posizionamento competitivo** difficilmente attaccabile
- Importante **dimensione** consolidata in 5 paesi del Mediterraneo/ secondo gruppo per dimensione all'AIM
- Nuovo, entusiasta, competente e motivato **management**
- **Solido** cash flow, no CAPEX, no innovazione tecnologica
- Gruppo che ha testimoniato la **forza e capacità di uscire da una situazione critica**
- **Entry price** del Gruppo attraente
- L'apporto da parte di Glenalta Food di importanti **capitali freschi, competenze specifiche in campo alimentare e finanziario** - uniti alla **quotazione in Borsa**, sono gli ingredienti necessari per l'inizio di un **percorso di crescita già ben definito**



Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



View di mercato Europa



BREVE PANORAMICA DEL GRUPPO ORSERO



- **Leader** nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli



- **Oltre mezzo milione di tonnellate** di prodotto ortofrutticolo distribuite, con un **fatturato consolidato proforma*** nel 2015 di circa **617 M€** (giro d'affari complessivo di ca. **850 M€****)



- **Presenza internazionale** e principalmente in **Italia, Francia, Spagna, Portogallo, Grecia, Costa Rica, Colombia e Messico**



- **Oltre 2.000 dipendenti** impiegati in tutto il mondo (di cui più di **1000** in Europa)



- **Grande attenzione alla qualità del prodotto**: nel 2012 è stato lanciato il marchio per **banane e ananas F.Ili Orsero®**, sinonimo della tradizione e della passione per i prodotti di altissima gamma

STRUTTURA DEL GRUPPO, ATTIVITÀ E SEGMENTI IN CUI OPERA



Struttura del Gruppo

- **3 divisioni di business** integrate e coordinate dalla Holding capogruppo a cui fanno capo **10** principali **società controllate** e **6 Joint Venture** rilevanti detenute al 50%



Attività svolte

- **Import e Distribuzione** di prodotti ortofrutticoli
- **Tropical division banane e ananas**, con servizi di **trasporto commerciale marittimo di proprietà**
- **Produzione** di frutta tropicale (**banane e avocado**)



Segmenti e clienti

- **Prodotto Ortofrutticolo** attraverso i canali della **GDO** e della **grossisti tradizionali**
- **Segmento Trasporti** in qualità di **fornitore di servizi per soggetti terzi** (altri importatori e distributori di prodotti) e **spedizioniere**

* Valori economico/patrimoniali proforma includono gli effetti delle operazioni propedeutiche alla Business Combination

** fatturato consolidato proporzionale del Gruppo pari a ca. 730 M€, inclusivo della quota di pertinenza delle JV detenute

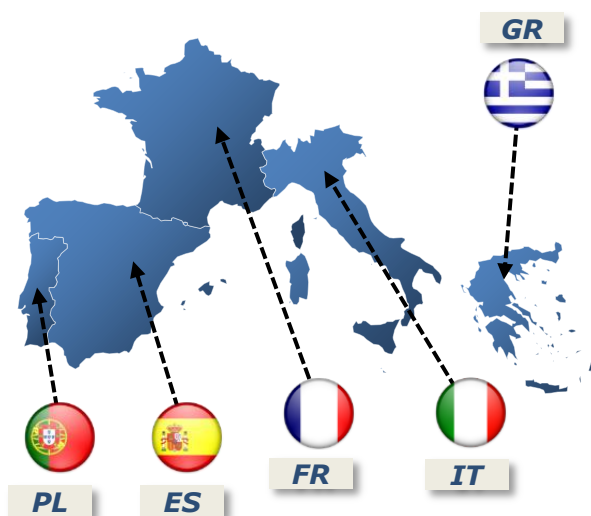
Le principali aree di attività



Il Gruppo è attivo in 3 macro-settori

1 Import e Distribuzione

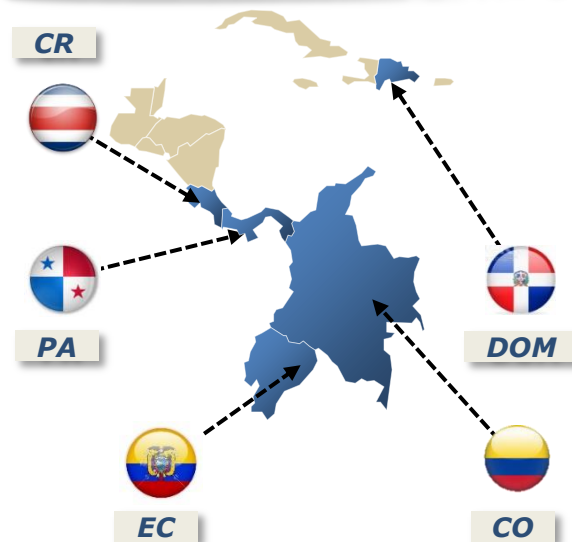
5 paesi
~ 300 referenze diverse



~ 500.000 tonnellate distribuite ogni anno

2 Tropical division banane e ananas

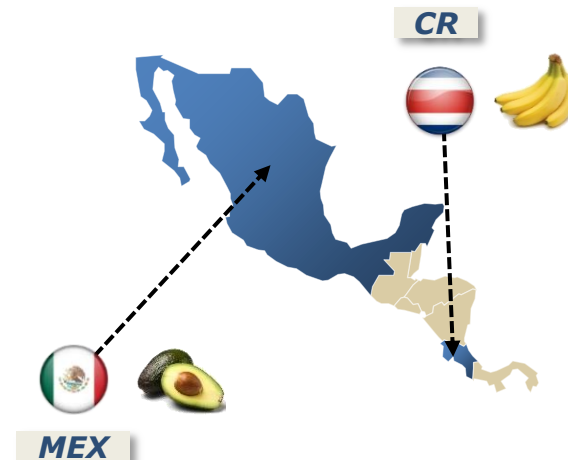
5 paesi
2 referenze diverse



~ 14 milioni di scatole importate ogni anno

3 Produzione

2 paesi
2 referenze diverse



~ 4.500 ha di proprietà di cui 2.500 attualmente in produzione

Che cosa facciamo



Selezione delle **migliori zone produttive** nel mondo per offrire i prodotti migliori

Relazioni personali di lungo periodo e **partnership** con fornitori leader di settore


Distribuzione giornaliera capillare e **soluzioni su misura** per i clienti


Efficienza logistica anche grazie alla flotta reefer "Cala Rosse" di proprietà


Vendita giornaliera attraverso i canali GDO e tradizionali nei diversi mercati di riferimento

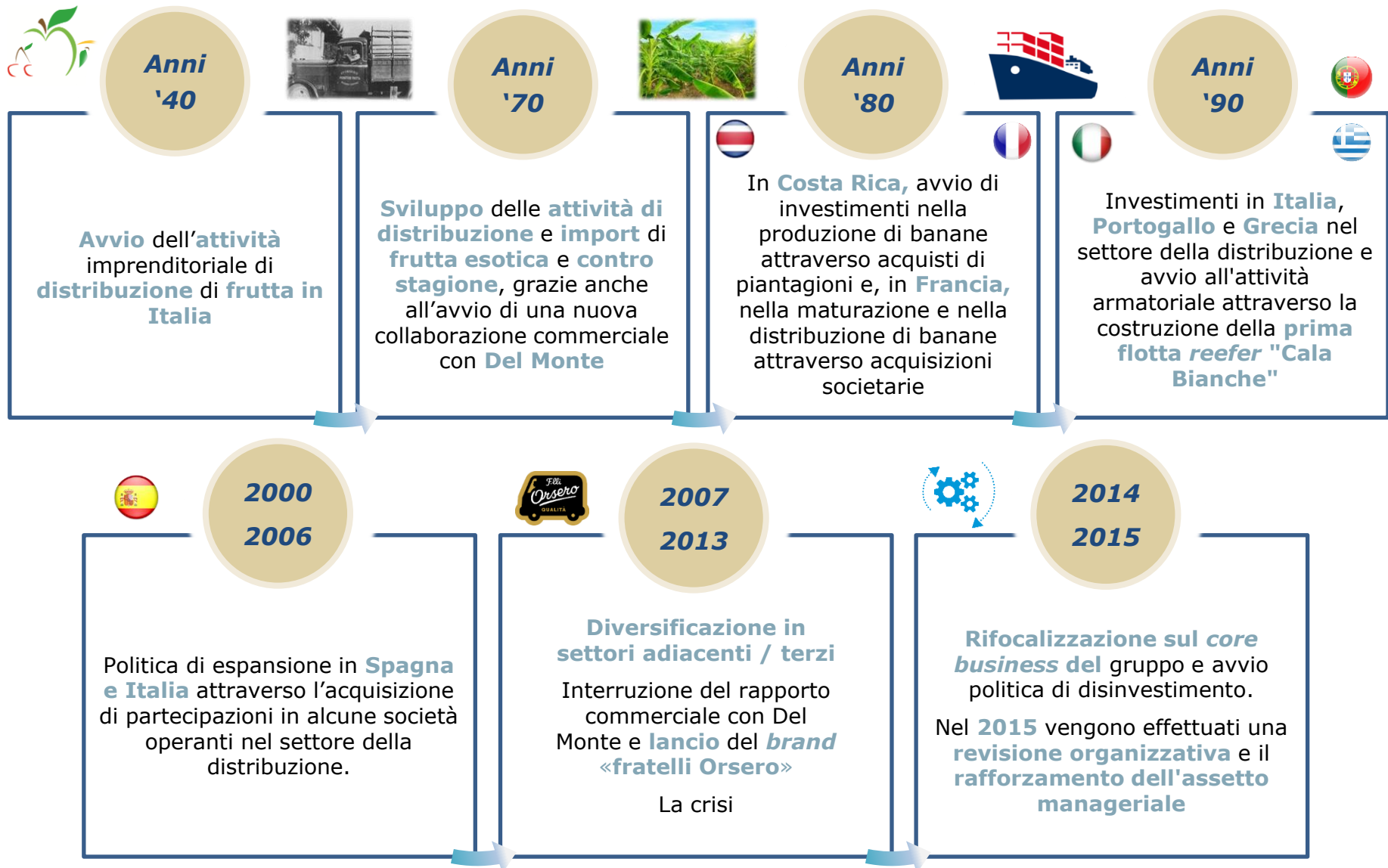

Attenti controlli sulla qualità dei prodotti lungo tutta la filiera


20 centri in tutto il Sud Europa dedicati alla maturazione delle banane


25 magazzini in tutto il Sud Europa per lo stoccaggio e il controllo dei prodotti freschi



Principali milestones dal 1940 ad oggi





Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



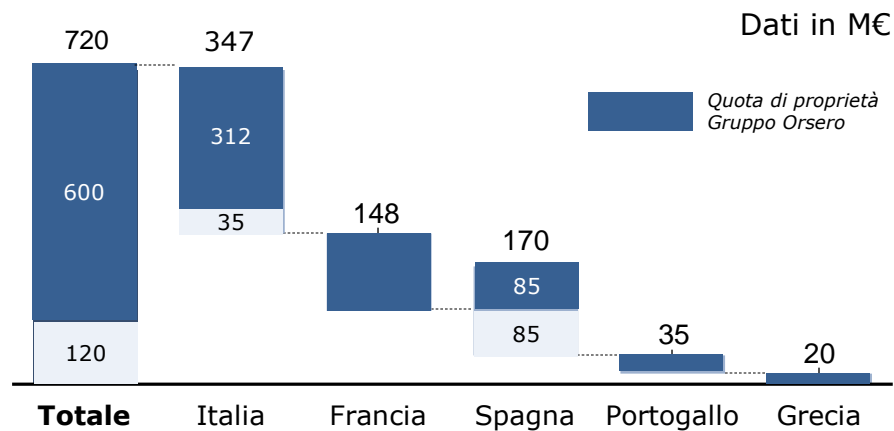
View di mercato Europa

Fattori alla base del nostro successo

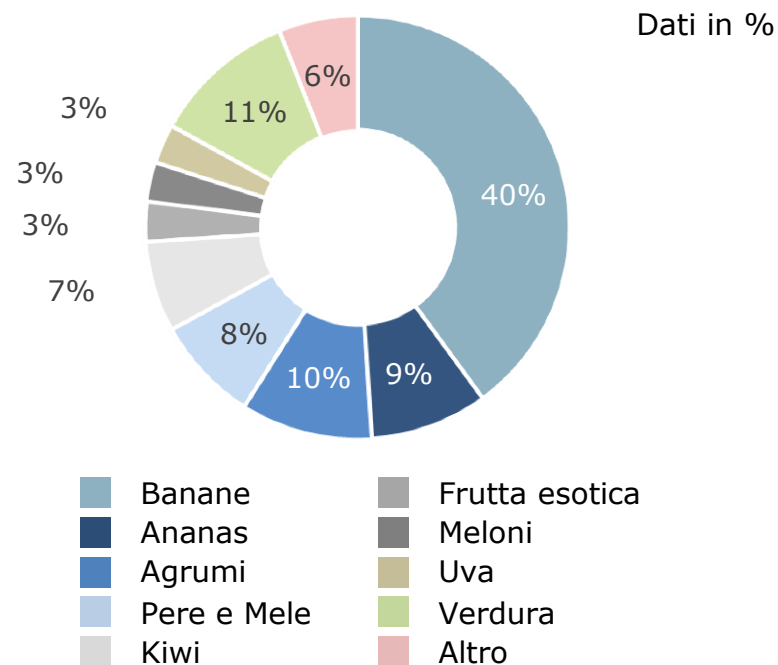


Volumi d'affari e mix di prodotto – BU distribuzione

VOLUME D'AFFARI 2015



FAMIGLIE DI PRODOTTO DISTRIBUITE



Il Gruppo ha registrato nel **2015** un **giro d'affari totale** pari a **~ 850 M€**, di cui **~ 720 M€*** sono relativi al **core business distributivo in Sud Europa**

Ogni anno il Gruppo è in grado di commercializzare **50 milioni di scatole di prodotto** contenenti **oltre 300 referenze distinte**.

Principali clienti e marchi distribuiti



PRINCIPALI CLIENTI



MARCHI E PRIVATE LABEL



Il Gruppo rifornisce **tutte le principali catene GDO nel Sud Europa**, ed è presente nei principali stand ortofrutticoli dei maggiori *player* a livello internazionale

Oltre ai marchi di proprietà, il Gruppo rappresenta un **punto di riferimento per i principali marchi ortofrutticoli (e private label)** a livello europeo

Footprint industriale e canali distributivi



MAPPA DISTRIBUTIVA EUROPEA



500.000+

► **Tonnellate** di prodotto distribuite **ogni anno**

20

► **Centri di maturazione** dislocati in Europa

25

► **Magazzini** per la gestione del prodotto

27

► **Stand di mercato** ortofrutticolo

35.000

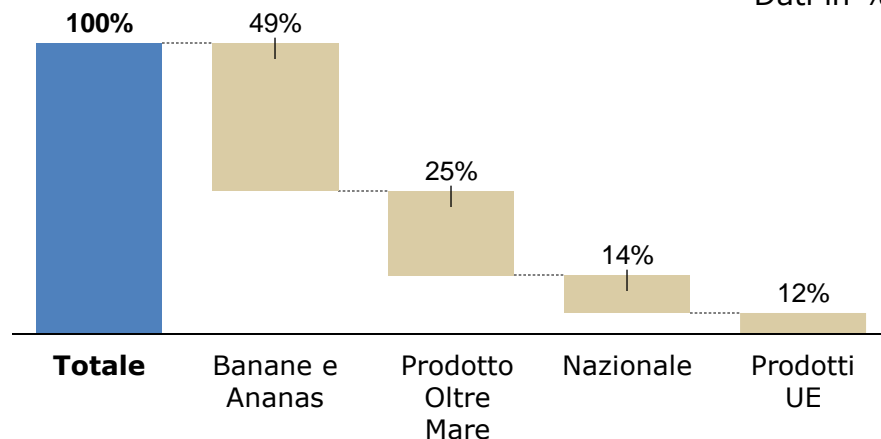
► **Capacità di stoccaggio** di frutta e banane (in pallet)

160.000

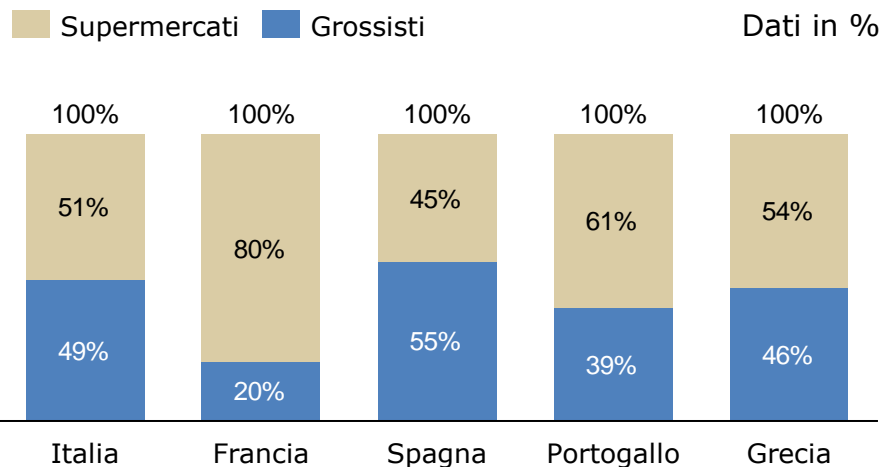
► **m² di superficie lavorativa** complessiva

PRINCIPALI ORIGINI DI PRODOTTO

Dati in %



MIX DISTRIBUTIVO EUROPEO





In Europa una fitta rete di società controllate e collegate garantisce l'efficienza dell'attività distributiva



01

Il possesso di 4 navi cargo che effettuano un servizio di trasporto settimanale garantisce l'efficienza dell'attività distributiva via mare



02

La capillare presenza sul territorio con piattaforme specializzate nella lavorazione e stoccaggio del prodotto fresco, garantiscono un alto livello di qualità e affidabilità nella distribuzione a grossisti e alla GDO



03

La capacità di controllo costante della temperatura dei prodotti anche in fase di trasporto (marittimo come terrestre) è sinonimo di garanzia di qualità del prodotto



04

La capacità di lavorare a 360° il prodotto (i.e. picking) garantisce di poter effettuare un servizio «su misura» per il cliente



05

Forte orientamento alla ricerca costante di efficienza logistica e all'ottimizzazione delle performance distributive



06

Il servizio «Cala Rosse» per l'importazione di banane e ananas

LA ROTTA «CALA ROSSE»



LE PRINCIPALI CARATTERISTICHE DELLE «CALA ROSSE»

4 navi *reefer* di proprietà che trasportano per il 40-50% prodotti del gruppo Orsero e per il 50-60% prodotti dei principali importatori internazionali terzi

10.500
pallet

Capacità di stivaggio
(suddivisa al 50% in stiva e al 50% in container refrigerati)

22 nodi

velocità media di crociera di ciascuna nave cargo

28
giorni

Round trip complessivo
(1 settimana di vantaggio rispetto alla concorrenza)

<18 ore

Tempo medio di sbarco
(50% inferiore alla concorrenza)

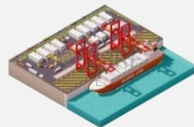
Controllo qualità lungo tutta la filiera



SUPPLY CHAIN PRODOTTO ORTOFRUTTICOLO OLTRE-MARE



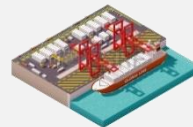
PIANTAGIONE



PORTO D'IMBARCO



NAVE REEFER



PORTO DI SBARCO



MAGAZZINO/ MERCATO



CLIENTE

- **Controllo qualità in fase di imbarco** effettuato dall'armatore su indicazione dell'importatore.
- **Verifica della congruità delle temperature** in fase di imbarco

- **Controllo qualità giornaliero** della temperatura del prodotto, sia in stiva sia all'interno dei contenitori
- **Gestione della temperatura** differente in base a:
 - Caratteristiche organolettiche del prodotto (es. banane 13,3° - 14,5°, ananas 7/8°)
 - «Comportamento» del prodotto in viaggio

- **Controllo qualità in fase di sbarco**, effettuato direttamente dall'importatore
- Misurazione di:
 - **Temperatura**
 - **Pressione** (che determina la conservazione del prodotto)
 - **Brix** (grado zuccherino)

- **Controllo qualità in entrata** nei magazzini (temperatura/pressione), con l'obiettivo di **ottimizzare la rotazione del prodotto**
- **Controllo qualità in uscita** dai magazzini (congruità delle caratteristiche tecniche richieste dai clienti)

Controlli qualità lungo tutta la filiera, massima cura della catena del freddo e garanzia di tracciabilità perfetta dei prodotti per i clienti finali

Reputation attraverso la distribuzione di prodotti a marchio "Fratelli Orsero"



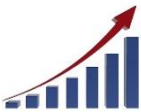
POTENZIALITÀ E SVILUPPI DEL MARCHIO FRATELLI ORSERO



- Nel corso del **2012**, a seguito dell'interruzione del rapporto commerciale con Del Monte (in essere a partire dagli anni '70) **il gruppo ha lanciato** il proprio **marchio «fratelli Orsero»**



- La **brand awareness** del marchio **è cresciuta rapidamente**, passando dal **27%** del **2012** al **61%** del **2014**



- I **risultati** del marchio si stanno consolidando ed **evidenziano ottimi trend di crescita**:
 - A **livello europeo**, **ananas** e **banane** a marchio **Orsero** hanno registrato **tassi medi di crescita annuo di oltre al 20-25%** tra il **2012** e il **2015**



- Questi **risultati** sono **ancora più evidenti a livello di distribuzione italiana**, includendo altre categorie di frutta (esotico, agrumi, etc.)
 - Il **tasso medio di crescita** annuo tra il **2012** e il **2015** di **prodotti a marchio Orsero** è **pari al 40%** (~ il 20% del totale dei prodotti venduti - 45.000 tons)



- L'**andamento 2016 conferma l'ottimo trend**, nonostante il 2015 sia stato un anno caratterizzato da problemi di disponibilità di prodotto in origine



ACTION PLAN SUL PERIMETRO CORE BUSINESS A TENDERE

Crescita interna

- Recupero delle quote di mercato
- Sviluppo di **aree geografiche sul territorio nazionale**
- Ulteriore **sviluppo del Marchio F.lli Orsero** (fresh cut, esotico, berries)
- Sviluppo di **nuove linee di business** (Frutta «fresh cut», Frutta secca)
- Individuazione e sviluppo di **nuovi canali di sbocco** (vending machines per le Banane, canale HORECA, ...)

Crescita per acquisizioni

- **Consolidamento del posizionamento del Gruppo** nei mercati di riferimento
- **Leverage della posizione di leadership** di mercato in **Italia**
- **Sviluppo di partnership con produttori locali** (a livello EU)
- Valutazione di **investimenti in adiacenze**

Efficienza operativa

- Evoluzione **dell'approccio logistico** a livello Europeo
- Ri-definizione dei **processi/procedure aziendali**, in ottica di omogeneizzazione a livello di Gruppo
- Monitoraggio mirato delle **performance delle piattaforme distributive**
- Implementazione **di un nuovo sistema ERP integrato** a livello di Gruppo



Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



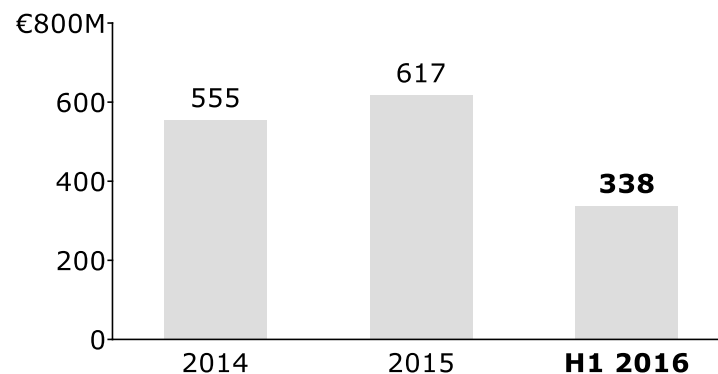
View di mercato Europa

Key Financials – Evoluzione indicatori economici

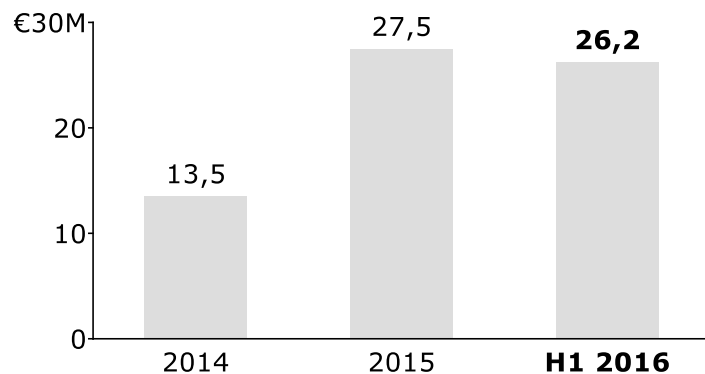


- I valori illustrati nei grafici fanno riferimento ai **bilanci consolidati del Gruppo Orsero proforma illustrativi del perimetro di quotazione**, che riflettono dunque gli effetti derivanti dalle operazioni propedeutiche alla Business Combination
- Il **Gruppo Orsero sta registrando un importante trend di crescita a livello consolidato** in termini di fatturato e di redditività (EBITDA e EBIT)
- I **dati consuntivi pro forma al 30.06.2016, confermano in modo consistente il trend**

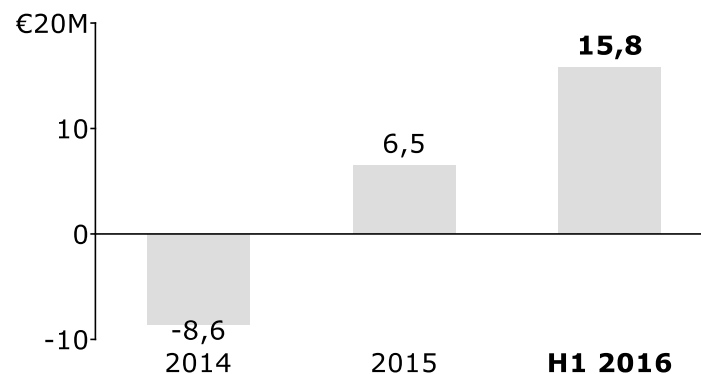
Fatturato



EBITDA *adjusted**



EBIT *adjusted**



* Nota: EBITDA e EBIT *adjusted* non includono poste di natura straordinaria (oneri e proventi straordinari)

Key Financials – Conto economico consolidato proforma



	FY	H1
Conto economico (M€)	2015	2016
Ricavi dalle vendite	617,2	337,6
Altri ricavi	10,6	4,0
Valore della produzione	627,8	341,6
Materie prime	(428,2)	(228,3)
Servizi	(111,1)	(58,8)
Godimento beni di terzi	(14,9)	(7,1)
Personale	(43,9)	(22,4)
Variazione materie prime	1,6	3,4
Altri oneri di gestione	(3,8)	(2,1)
Costi della produzione	(600)	(315)
EBITDA adjusted	27,5	26,2
EBITDA %	4,4%	7,7%
Ammortamenti	(17,6)	(8,9)
Accantonamenti	(3,4)	(1,5)
EBIT adjusted	6,5	15,8
Oneri/Proventi finanziari	(4,8)	(1,1)
Rettifiche attività finanziarie	0,9	1,8
Oneri/Proventi straordinari	6,3	(3,0)
Utile ante imposte	8,9	13,5
Imposte	7,1	(2,1)
Utile di esercizio	16,0	11,4

- **I Ricavi consolidati H1 2016, confermano il trend di crescita in atto.** Tali ricavi **non considerano la quota parte di fatturato relativa alle JV 50% in Italia e Spagna** che vengono cosolidate «ad equity»
- **L'EBITDA adjusted non considera poste di natura straordinaria e si attesta già nel 2015 a livelli più che in linea con i «best in class» di settore a livello globale.** Il risultato **H1 2016** risulta particolarmente positivo grazie **all'ottima performance della BU «Tropical Division Banane e Ananas» e alla costante crescita della «BU Distribuzione»** in Italia, Francia e Portogallo
- A livello di EBIT Adjusted va segnalato come il valore degli ammortamenti (principalmente connesso alle Navi di proprietà, alle attrezzature di magazzino e al marchio F.lli Orsero) risulti lineare tra H1 e H2 e dunque che il **buon risultato di EBITDA H1 (fisiologicamente superiore a quello H2) crei un effetto estremamente positivo sull'EBIT adjusted del semestre**
- A livello di **utile netto va segnalato l'ottimo trend** con le seguenti precisazioni:
 - il **minor carico di OF del 2016 rispetto al 2015**
 - **Imposte 2015 positive per effetto dell'iscrizione di tax asset / imposte differite attive da considerarsi one/off**

Nota: EBITDA e EBIT *adjusted* non includono poste di natura straordinaria (oneri e proventi straordinari)

Nota2: i valori illustrati in tabella fanno riferimento ai bilanci consolidati del Gruppo Orsero proforma illustrativi del perimetro di quotazione

Key Financials – Stato patrimoniale consolidato

	FY	H1
Stato patrimoniale (M€)	2015	2016
Totale attivo fisso	121,8	126,6
Crediti commerciali v/ terzi	61,4	80,2
Crediti commerciali intercompany	12,9	10,4
Debiti commerciali v/ terzi	(66,2)	(70,4)
Debiti commerciali intercompany	(5,2)	(4,7)
Rimanenze	20,2	24,8
Capitale circolante commerciale	23,0	40,3
Altre attività	38,2	24,4
Altre passività	(20,5)	(19,3)
Capitale circolante netto	40,8	45,4
Fondi rischi e oneri	(6,0)	(8,5)
TFR	(4,4)	(4,3)
Capitale investito netto	152,2	159,2
Patrimonio netto	45,2	48,0
Posizione finanziaria netta	106,9	111,2
di cui debiti a MLT	116,2	114,5
di cui debiti BT	25,7	21,2
di cui leasing	0,3	-
di cui factoring	8,3	9,4
di cui cassa	(43,6)	(34,0)
Fonti	152,2	159,2

- **L'attivo fisso risulta in crescita per effetto degli investimenti di periodo**
- **Capitale Circolante Netto ampiamente positivo in crescita nell'H1 2016 per effetto «stagionalità» del business, ampliato dal trend di crescita sui volumi della BU Distribuzione (effetto su crediti-debiti-rimanenze)**
- **Patrimonio Netto pari a 48 M€ al 30.06.2016, senza includere gli effetti derivanti dalla Business Combination**
- **PFN sostanzialmente costante anche a fronte del positivo andamento reddituale per effetto:**
 - della **stagionalità del Business** che comporta fisiologicamente un maggior impegno finanziario nell'H1
 - **Investimenti di periodo**
- A livello di **composizione della PFN** si nota che:
 - A livello di **debito lordo, la maggior parte delle linee sono a MLT con scadenze fino al 2024** (finanziamento in pool di GF Group)
 - **Linee rolling dedicate al finanziamento del Capitale Circolante** (fin. Import, ant. export, factoring)
 - Importante **scorta di liquidità**



Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



View di mercato Europa



- **Metodo di valutazione:**
Multipli di mercato
Regressione lineare EBITDA margin
come "*sanity check*"
- **Equity Value: €80 m**

Glenalta FOOD

- **Metodo di valutazione:**
Net Asset Value
- **NAV di Glenalta⁽¹⁾: €80 m**

(1) In ipotesi di recesso minimo

Confronto con i peers di mercato

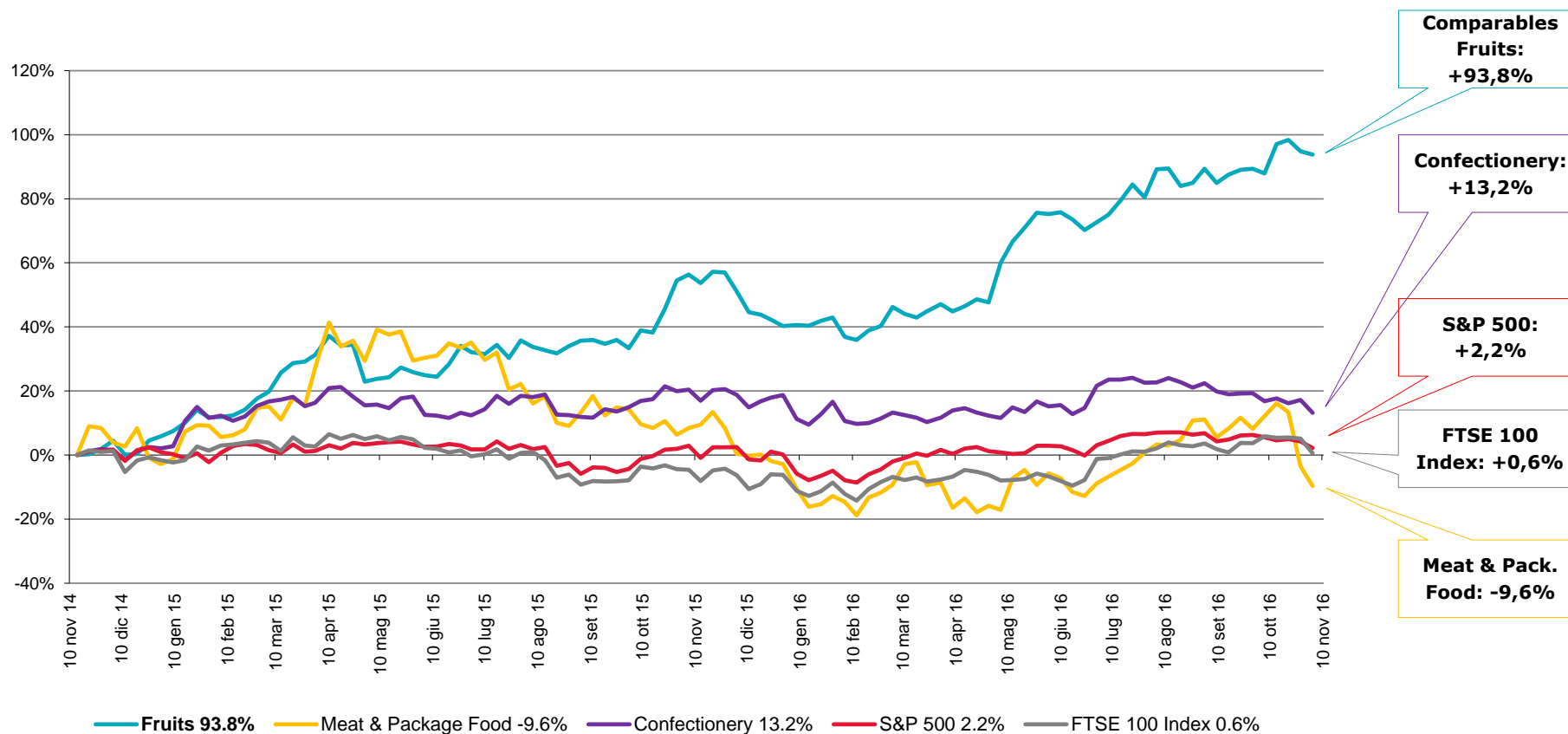


Fruits - Public Comps Set - Sorted by Market Cap														
<i>EUR millions except per share data, as of</i>														
November 10, 2016	Stock Performance		Market Value		Revenues		EBITDA		EV/REV		Valuation Multiples		P/E	EV/FCF
	Current Price	% of 52 Week High	Equity	Enterprise	LTM	2016E	LTM	2016E	LTM	2016E	LTM	2016E	LTM	LTM
Company														
Fresh Del Monte Produce Inc. - NYSE	€ 56,33	92%	€ 2.918	€ 3.047	€ 3.590	€ 3.691	€ 299	€ 321	0,85x	0,83x	10,21x	9,50x	22,77x	22,43x
Total Produce plc - ISE	1,69	94%	541	€ 712	3.033	3.141	69	73	0,23x	0,23x	10,33x	9,73x	18,74x	14,25x
Fyffes plc - ISE	1,43	86%	469	€ 569	1.075	1.176	55	64	0,53x	0,48x	10,42x	8,89x	14,10x	18,34x
MAX									0,85x	0,83x	10,42x	9,73x	22,77x	22,43x
AVERAGE									0,54x	0,51x	10,32x	9,37x	18,54x	18,34x
MEDIAN									0,53x	0,48x	10,33x	9,50x	18,74x	18,34x
MIN									0,23x	0,23x	10,21x	8,89x	14,10x	14,25x

Fonte: Capital IQ – S&P, dati al 10 novembre 2016

- La tabella sopra esposta rappresenta un campione selezionato di società quotate che operano nel medesimo settore della Società.
- La media riportata in tabella indica un **multiplo EV/EBITDA** pari a **10,32x** per i dati LTM

Confronto tra Food Categories



Fonte: Capital IQ – S&P, dati al 10 novembre 2016

- Le performance azionarie aggregate dei tre principali *comparables* nel settore di riferimento di GF Group rispetto agli ultimi 24 mesi, confermano il trend positivo del settore **Fruits**, registrando un **+93,8%**
- Tale dato è confermato sia rispetto ad indici benchmark standard di mercato (S&P +2,2% e FTSE 100 +0,6%) che rispetto ad indici costruiti prendendo a riferimento le principali società quotate nel settore *Meat & Package Food* (-9,6%) che quelle nel *Confectionery* (+13,2%)

Equity Value di GF Group: € 80 m

Struttura della transazione

- Il rapporto di cambio è stato determinato in n. 43 azioni ordinarie di Glenalta di nuova emissione ogni n. 50 azioni ordinarie GF Group detenute
- L'Operazione sarà realizzata mediante la fusione per incorporazione di GF Group in Glenalta

Utilizzo delle risorse di Glenalta

- Fino a €80,0 milioni che saranno utilizzati per:
 - L'acquisto degli strumenti finanziari partecipativi per un corrispettivo di €25 milioni
 - Apporto di cassa risultate dalla fusione fino ad un massimo di €55 milioni a sostegno di acquisizioni ed investimenti

Accordo di Lock-up

- I soci di GF Group assumeranno impegni di *lock up* della durata di 36 mesi dall'efficacia della Fusione sulle azioni ordinarie
- I Promotori di Glenalta hanno assunto un *lock up* di 18 mesi a partire dall'efficacia della Fusione sulle azioni ordinarie

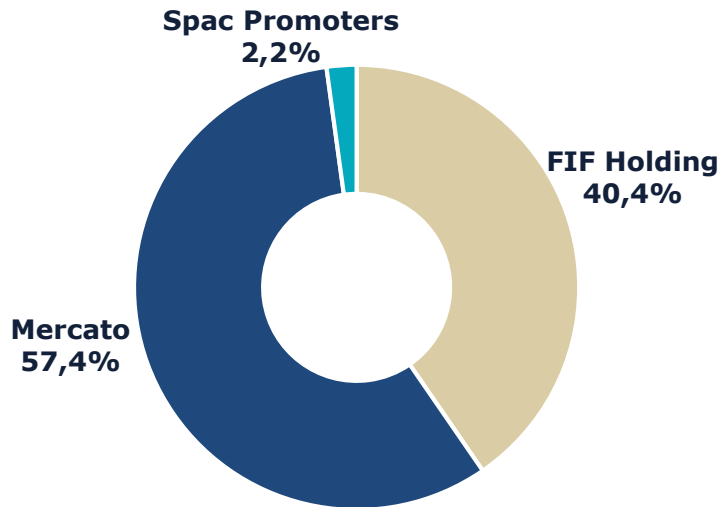
Governance

- Il Consiglio di Amministrazione della Combined Entity sarà composto da n. 7 membri, di cui:
 - n. 5 consiglieri nominati su indicazione dei soci di GF Group, di cui n.2 indipendenti
 - n. 2 consiglieri, nelle persone di Luca Giacometti e Gino Lugli, nominati su indicazione di Glenalta

Evoluzione dell'azionariato alla *Business Combination*

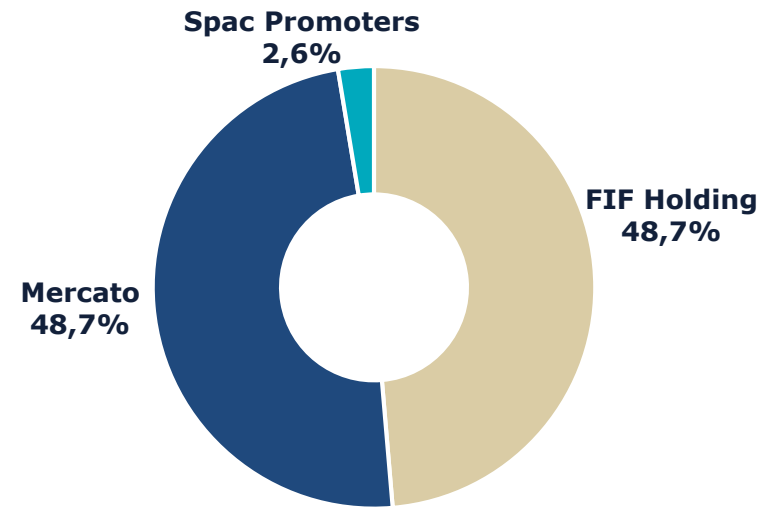
% di diritti di voto⁽¹⁾

Percentuale di recesso minima



Market Cap⁽²⁾: Euro 138,5 m

Percentuale di recesso massima



Market Cap⁽²⁾: Euro 114,5 m

(1) Le percentuali fornite (i) tengono conto della conversione della prima tranches delle azioni speciali di Glenalta (pari a n. 50.000 azioni speciali) in azioni ordinarie (pari a n. 300.000 azioni ordinarie) che ai sensi dello statuto sociale di Glenalta si avrà il settimo giorno di Borsa aperta successivo alla data di efficacia dell'Operazione e (ii) escludono la possibile diluizione derivante dall'esercizio dei warrant di Glenalta in circolazione.

(2) I valori sono stati calcolati utilizzando le stesse ipotesi (i), (ii) di cui alla nota (1), ipotizzando inoltre un primo prezzo di mercato delle azioni della Combined Entity pari ad Euro 10,00



Perché Orsero



Presentazione del Gruppo Orsero



Principali punti di forza del Gruppo



Key Financials



Struttura dell'operazione e tempistiche



View di mercato Europa

In Europa i prossimi anni



SI CONSUMERA' DI MENO

SI CONSUMERA' IN MODO DIVERSO

Cinque macro fenomeni sociali interconnessi

- **IMPOVERIMENTO** (restrizione e selezione dei consumi)
- **INVECCHIAMENTO** (aumento durata della vita)
- **ATTENZIONE ALLA SALUTE** (dalla cura della malattia alla cura della salute)
- **SENSIBILITA' AMBIENTALE** (percezione di un mondo al collasso)
- **TEMPI E MODI DEL NUTRIRSI** (destrutturazione e delocalizzazione dei pasti)

La frutta: da occasionale a fine pasto a alimento quotidiano

- **AUMENTO DELLE FREQUENZE DI CONSUMO** (proprietà salutari)
- **AUMENTO DEI MOMENTI DI CONSUMO** (colazione, tra i pasti)
- **AUMENTO DELLE OCCASIONI DI CONSUMO** (snacks, piatti pronti)
- **AUMENTO DEI LUOGHI DI CONSUMO** (out of home, aperitivi)

Chi potrà cogliere questa grande opportunità

- **DIMENSIONE DEL BUSINESS E COPERTURA DEL MERCATO GLOBALE**
- **COMPETENZA ED ESPERIENZA IN PRODOTTI A BREVE SHELF LIFE**
- **CONSOLIDATO NETWORK RELAZIONALE INTERNAZIONALE**
- **FIDUCIA DEI FORNITORI**
- **FIDUCIA DEI CLIENTI**
- **CAPACITA' DI ESPRIMERE LA LEADERSHIP IN UN BRAND GLOBALE**
- **FIDUCIA DEI CONSUMATORI NEL BRAND**



- **Banca Aletti - NOMAD** (Francesco Pili, Gianlorenzo Gatti, Matteo Sacco)
- **Business Support** (Andrea Silvello, Roberto Di Lauro, Mattia Vene, Andrea Stretti)
- **AON** (Massimo Germani, Emma Zolezi)
- **CFO SIM** (Filippo Maria Palmarini, Luca Di Liddo)
- **CloseToMedia** (Elisabetta Neuhoff, Luca Manzato)
- **Deloitte** (Santo Rizzo, Giovanna Rebolino, Angela Canepa)
- **Kaleidos Finance** (Lorenzo Bachschmid, Dario Di Iorio)
- **KPMG** (Paola Maiorana, Massimiliano Battaglia, Luca De Caprio)
- **Long Term Partners** (Marco Costaguta, Vincenzo Santelia, Lorenzo Colombo)
- **PriceWaterHouse Coopers** (Elena Cogliati, Fabrizio Cigliese, Giovanni Poggio, Aida Di Spiezio, Gabriele Ravanelli)
- **Studio BonelliErede** (Vittorio Lupoli, Fabio Macri)
- **Studio Gatti Pavesi Bianchi** (Stefano Valerio, Franco Barucci, Vanessa Sobrero, Jacopo Zingoni, Dario Prestamburgo)
- **Studio STS Deloitte** (Fabrizio Cavalli, Roberto Famà)
- **Studio Giliberti Triscornia** (Federico Fisher)
- **Studio Lombardi Molinari Segni** (Federico Vermicelli, Alberto Recchia)
- **Studio Ludovici** (Paolo Ludovici, Michele Aprile)
- **Studio Munari Giudici Maniglio** (Francesco Munari, Paolo Giudici, Paolo Terrile, Matteo Bet)

Glenalia FOOD



La famiglia italiana della frutta

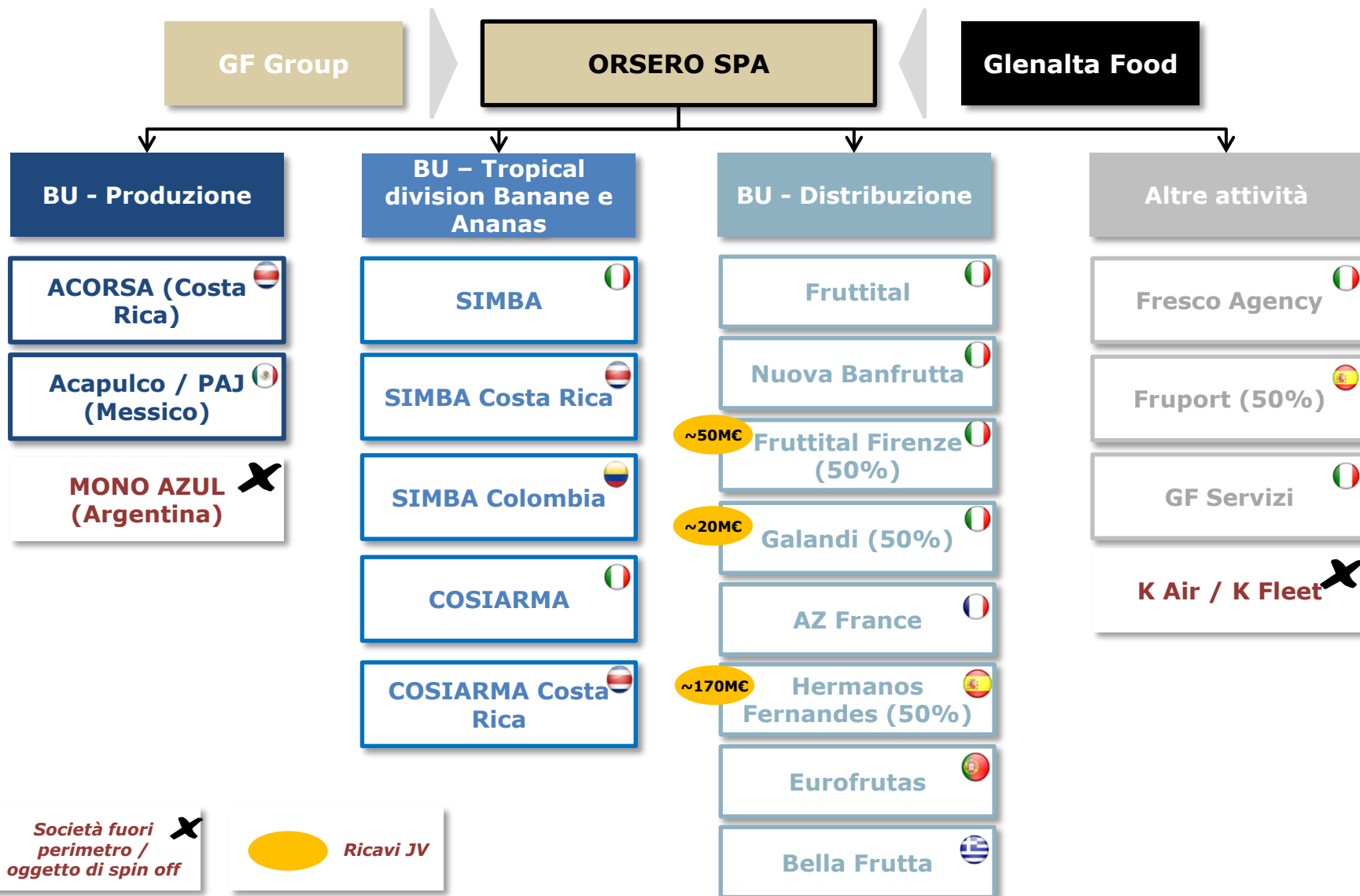


Mappa societaria e perimetro dell'operazione



Il management team

Mappa Societaria e perimetro di quotazione



Il Management team – Orsero S.p.a



Manager	Ruolo/ Società	Background professionale
<p>Paolo Prudenziati</p>	<p>Presidente, AD e CCO</p>	<p>Nato a Milano nel 1956. Si laurea in Scienze Agricole e comincia la sua carriera professionale in Cargill nel 1981. Entra in Chiquita Brands International nel 1989 ricoprendo numerosi incarichi di responsabilità a livello internazionale, fino a diventare Senior Vice President Trading and Emerging Markets e Amministratore Delegato di Chiquita Italia. Entra nel Gruppo nel 2016 ed è nominato Amministratore Delegato.</p>
<p>Raffaella Orsero</p>	<p>Vice presidente, AD e CEO</p>	<p>Presidente di GF Group Spa dal 2013. Nata a Savona nel 1966, dopo la laurea in giurisprudenza, nel 1993 inizia il suo percorso di formazione in Simba Spa, società del gruppo GF Group di cui diviene Amministratore Delegato nel 2002. Dal 2003 al 2007 assume anche la carica di Amministratore Delegato di Reefer Terminal S.p.A. Da settembre 2013 è Amministratore Delegato di GF Group, carica che mantiene fino a luglio 2015.</p>
<p>Matteo Colombini</p>	<p>AD e CFO</p>	<p>Nasce a Bologna nel 1983. Dopo aver conseguito la laurea in Law and Business Administration e il master in General Management presso l'Università Bocconi di Milano, inizia la sua esperienza lavorativa in Bank of Ireland per poi passare nel 2008 in Bain & Company Italy Inc dove rimane fino al 2015 quando entra in GF Group Spa con l'incarico di Group Chief Financial Officer.</p>
<p>Tommaso Cotto</p>	<p>COO</p>	<p>Nasce a Biella nel 1986. Ha conseguito la doppia laurea in Ingegneria gestionale presso il Politecnico di Torino ed in Economia Aziendale presso la ESCP-Europe. Inizia la sua esperienza professionale presso Bain & Company Italy Inc nel 2010 in qualità consulente. Entra in GF Group Spa nel novembre 2015 con il ruolo di Chief Operating Officer.</p>
<p>Daniele Gazzano</p>	<p>General Counsel</p>	<p>Nasce ad Alassio (SV) nel 1958. Laureato in Economia e Commercio abilitato alla professione di Dottore Commercialista e iscritto all'Albo dei Revisori Contabili inizia la propria carriera professionale nel 1984 in Olivetti. Entra nel Gruppo GF nel 1991 come direttore amministrativo di Fruttital Srl e nel 1998 diviene Direttore Amministrativo della capogruppo. Siede in diversi Consigli di Amministrazione di società controllate</p>
<p>Alessandro Piccardo</p>	<p>Risorse Umane e Relazioni esterne</p>	<p>Nasce ad Albenga (SV) nel 1964. Laureato in Storia, entra in GF Group Spa nel 1998 come assistente al Direttore Commerciale di Reefer Terminal Spa e ne diviene Presidente e Amministratore Delegato nel 2007, incarico che mantiene fino al 2015. Consigliere di Amministrazione in diverse società del gruppo GF Group, dal 2014 è Direttore Risorse Umane e Relazione Esterne di Gruppo.</p>

Il Management team – principali società controllate



Manager	Ruolo/ Società	Background professionale
Calogero Canalella	Fruttital/ Simba	Nasce ad Alassio (SV) nel 1971. Laureato in Economia e Commercio. Entra nel Gruppo neolaureato nell'area amministrazione e finanza di Simba S.p.A. passa poi all'area commerciale dove ricopre incarichi di responsabilità crescente fino ad assumere il ruolo di Amministratore Delegato nel 2012. Dal 2013 entra anche nel Consiglio di Amministrazione di Fruttital Srl e ne assume la direzione commerciale.
Philippe Pons	AZ France	Presidente di AZ France SA, è nato ad Algeri nel 1958. Laureato in Scienze Agricole inizia la sua carriera professionale nel 1983 in Pomona SA azienda leader in Francia nel settore del commercio ortofrutticolo. Entra nel Gruppo AZ nel 1989, diviene direttore commerciale nel 1997 e dal 2000 è direttore generale.
Joao Mendes	Eurofrutas	Nato a Setubal nel 1961. Laureato in Business Administration Stonehill College, Massachusetts nel 1984. Dopo varie esperienze in aziende del settore nel 2006 è Managing Director di Chiquita Portugal, incarico che lascia nel 2012 per diventare Deputy Managing Director di Bargasosa Fruit Company. Nel 2015 entra nel Gruppo con la carica di Amministratore Delegato Eurofrutas Lda.
Manlio Ginocchio	Cosiarma	Nasce a Camogli (GE) 1967. Diplomato al Liceo Scientifico entra giovanissimo nel settore del Reefer Container Maintenance & Repair. Approda nel Gruppo nel 1997 come Container Division Manager di Costa Container Lines SpA. Dal 2014 è Amministratore Delegato di Cosiarma Spa.
Luca Tarabella	Bella Frutta	Nato a Mesagne (Br) nel 1971. Laureato in Economia e Commercio. Dopo varie esperienze come Export Sales Manager in aziende alimentari approda nel Gruppo come direttore commerciale di Bella Frutta SA di cui diviene Amministratore Delegato nel 2012



Promotori / Team d'investimento



Gino Lugli

*Presidente e
Amministratore delegato*

35 anni di esperienza nel mercato Europeo del Food. Approfondita conoscenza del Retailing Internazionale



Luca Giacometti

*Vice Presidente e
Amministratore delegato*

25 anni di esperienza in M&A advisory e private equity activity. Già promoter di due SPAC (Made in Italy 1 e IPO Challenger)



Stefano Malagoli

*Amministratore
delegato*

15 anni di esperienza in M&A advisory e Debt Restructuring



Silvio Marengo

*Amministratore
delegato*

15 anni di esperienza in consulenza strategica, docenza universitaria e attività imprenditoriale

Glenalia FOOD



La famiglia italiana della frutta