

INTRODUZIONE AL RAPPORTO ANNUALE



INTRODUZIONE AL RAPPORTO ANNUALE.....2
Lettera dell'amministratore delegato agli stakeholder3
Indicatori di performance in sintesi (KPI).....5
Prodotti e mercati9

INTRODUZIONE AL RAPPORTO ANNUALE

La pubblicazione del Rapporto Annuale del Gruppo Sabaf, giunto quest'anno alla tredicesima edizione, conferma l'impegno del Gruppo, intrapreso sin dal 2005, nella rendicontazione integrata delle proprie performance economiche, sociali ed ambientali.

Sabaf, tra le prime società a livello internazionale a cogliere il trend della rendicontazione integrata, intende proseguire nel cammino intrapreso, ispirandosi a quanto indicato nel Framework internazionale sul reporting di sostenibilità dell'International Integrated Reporting Council (IIRC), consapevole che un'informativa integrata, completa e trasparente è in grado di favorire sia le imprese stesse, attraverso una migliore comprensione dell'articolazione della strategia e una maggiore coesione interna, sia la comunità degli investitori, che può così comprendere in modo più chiaro il collegamento tra la strategia, la governance e le performance aziendali.

Il Rapporto Annuale fornisce una panoramica del modello di business del Gruppo e del processo di creazione di valore aziendale. Il Business Model e i principali risultati raggiunti (Indicatori di Performance di sintesi) sono infatti presentati in un'ottica di capitali impiegati (finanziario; sociale e relazionale; umano; intellettuale e infrastrutturale e naturale) per creare valore nel tempo, generando risultati per il business, con impatti positivi sulla comunità e gli stakeholder nel loro complesso. Tra gli "indicatori non finanziari" sono esposti i risultati conseguiti nella gestione e valorizzazione del capitale intangibile, il principale driver che consente di monitorare la capacità della strategia aziendale di creare valore in una prospettiva di sostenibilità nel medio-lungo termine.

Sabaf adotta un approccio virtuoso anche in relazione al rispetto dei nuovi obblighi normativi in tema di rendicontazione non finanziaria. Il 30 dicembre 2016 è infatti entrato in vigore il Decreto Legislativo n. 254 che, in attuazione della Direttiva 2014/95/UE sulle Non financial and diversity information, prevede che gli Enti di interesse pubblico rilevanti (EIPR) comunichino informazioni di carattere non finanziario e sulla diversità a partire dai bilanci 2017. In qualità di EIPR, Sabaf ha quindi predisposto la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario in cui sono presentate le principali politiche praticate dall'impresa, i modelli di gestione, i rischi, le attività svolte dal Gruppo nel corso dell'anno 2017 e i relativi indicatori di prestazione per quanto attiene ai temi espressamente richiamati dal D.lgs. 254/2016 (ambientali, sociali, attinenti al personale, rispetto dei diritti umani, lotta contro la corruzione) e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e degli impatti dalla stessa prodotta.

L'impegno del Gruppo ha trovato conferma anche nell'assegnazione dell'"Oscar di Bilancio", storico concorso promosso e organizzato dalla Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI), che da oltre cinquant'anni premia le imprese più virtuose nelle attività di rendicontazione finanziaria e nella cura del rapporto con gli stakeholder. Nell'edizione 2017 Sabaf si è infatti aggiudicata l'"Oscar" nella categoria "Medie e piccole imprese quotate" con la motivazione di aver realizzato un bilancio che si distingue per la qualità della rendicontazione, riferita sia agli aspetti economico-finanziari che a quelli di sostenibilità.

Lettera dell'amministratore delegato agli stakeholder

Egregi azionisti, gentili interlocutori,

firmando questa mia prima lettera in qualità di amministratore delegato del Gruppo a distanza di sette mesi dal mio arrivo in Sabaf.

Un'eccellente azienda di cui mi era nota la qualità, ma della quale ho potuto apprezzare in questo periodo anche i valori, l'etica e le capacità di crescita nel rispetto del lavoro, delle persone e della sostenibilità.

Sono tratti che non dobbiamo dare per scontati e dai quali non intendiamo prescindere nel progetto di crescita con cui vogliamo affrontare il futuro.

Qui ho trovato un gruppo sano e dalle enormi potenzialità: la sfida è quella di coglierle fino in fondo, per innescare una crescita ulteriore sia organica che per linee esterne, attraverso una politica di acquisizioni che possa anche incrementare la nostra offerta merceologica in settori attigui a quelli attuali.

Il 2017 è stato un anno di importanti volumi e buona marginalità, il che ha permesso di ritornare vicini ai livelli del 2010. Il 2018 si annuncia positivo, anche se a ritmi un po' meno sostenuti, rispetto all'anno precedente: è la base che intendiamo consolidare per un salto di qualità.

Non si tratta di rendere Sabaf diversa da quella che è, tutt'altro, ma di renderla più consapevole dei propri mezzi e del proprio ruolo di protagonista globale nel mercato dei componenti per elettrodomestici e affini. Pianifichiamo una crescita che continuerà ad avere ovviamente lo stabilimento di Ospitaletto come motore e le nostre fabbriche della Turchia e del Brasile, dove operano molti dei nostri clienti, come carburante e volano.

Il mondo intero resta il nostro campo di intervento: Cina, India, Stati Uniti e Sud America rappresentano frontiere nei confronti delle quali vogliamo giocare un ruolo sempre più importante. Sono i mercati dove è più significativa la crescita e dai quali non possiamo prescindere.

Disponiamo di competenze e tecnologie all'avanguardia che ci garantiscono le condizioni per uno sviluppo durevole, profittevole e sostenibile. Continueremo ad investire in questi asset, facendo leva su una squadra giovane, motivata e della quale consideriamo fondamentale la determinazione e la formazione di alto livello.

La fabbrica 4.0 qui è già una realtà che ci deve permettere di essere flessibili e pronti a cogliere le opportunità del mercato anche in un contesto perennemente incerto come quello attuale. E alle cui fluttuazioni vogliamo rispondere con maggiore competitività e incrementi di produttività, sia attraverso ulteriori miglioramenti dei processi, sia attraverso una differenziazione significativa dei prodotti e dei mercati. Ciò per assorbire in uno scenario più ampio quelle che, in alcuni casi, possono essere criticità locali o contingenti.

Insomma, vogliamo crescere sfruttando i "muscoli" che il Gruppo ha sviluppato in questi anni e che nel prossimo futuro possono aiutarci a irrobustire ulteriormente la nostra azienda e la nostra immagine, nel rispetto di una redditività dalla quale non intendiamo prescindere, giacché rappresenta la garanzia per poter guardare al futuro con serenità e determinazione nella crescita. Intendiamo continuare una convinta politica di investimenti: tutta la redditività generata, una volta pagati i dividendi, verrà investita per lo sviluppo della nostra azienda.

Sappiamo delle difficoltà di questo Paese a dotarsi di un'efficace politica industriale, esemplificata dai costi dell'energia che qui sono assai più alti che altrove.

Non intendiamo però fare di questo un alibi e voglio anche sottolineare che nei mesi scorsi abbiamo firmato il contratto integrativo aziendale dopo una trattativa in qualche momento anche difficile, ma

condotta evitando qualsiasi sciopero, il che ribadisce la nostra volontà di apertura e di inclinazione alla responsabilità sociale, attraverso un approccio costruttivo delle relazioni industriali.

Auspichiamo che questo sarà il tratto che caratterizzerà la Sabaf del futuro: crescita, etica del lavoro, rispetto reciproco fra l'azienda e i suoi interlocutori.

Pietro Iotti

Indicatori di performance in sintesi (KPI)

Capitale economico		2017	2016	2015
Ricavi delle vendite	€/000	150.223	130.978	138.003
Margine operativo lordo (EBITDA)	€/000	30.955	25.365	26.172
Risultato operativo (EBIT)	€/000	18.117	12.530	14.091
Utile ante imposte	€/000	17.804	12.446	13.474
Utile netto	€/000	14.835	9.009	8.998
Capitale circolante	€/000	50.753	46.084	48.163
Capitale investito	€/000	140.588	135.835	136.948
Patrimonio netto	€/000	115.055	112.309	111.040
Indebitamento finanziario netto	€/000	25.533	23.458	25.908
Redditività del capitale investito (EBIT/capitale investito)	%	12,9	9,2	10,3
Dividendi pagati	€/000	5.386	5.467	4.613

Capitale umano		2017	2016	2015
Età media del personale (somma dell'età dei dipendenti/totale dipendenti al 31/12)	Anni	39,0	38,6	37,7
Livello di scolarità (numero laureati e diplomati/totale dipendenti al 31/12)	%	57,3	57,2	55,7
Turnover in uscita (dipendenti dimessi e Licenziati/totale dipendenti al 31/12)				
□ uomini	%	13,3	15,4	25,1
□ donne	%	10,4	8,5	18,9
Ore di formazione per addetto (ore di formazione/dipendenti medi)	ore	19,8	15,7	17,5
Investimenti in formazione/fatturato	%	0,28	0,23	0,33
Ore di sciopero per cause interne	numero	0	0	0
Totale dipendenti	numero	756	736	759
□ uomini	%	65,6	65,5	65,1
□ donne	%	34,4	34,5	34,9
Tasso di malattia (ore di malattia/totale ore lavorabili)	%	2,50	3,28	2,93
Indice di frequenza degli infortuni (numero infortuni (esclusi infortuni in itinere) x 1.000.000/totale ore lavorate)		14,68	9,21	13,73
Indice di gravità degli infortuni (giorni di assenza (esclusi infortuni in itinere) x 1.000/totale ore lavorate)		0,13	0,04	0,40
Posti di lavoro creati (persi)	numero	2 ¹	-23	33

¹ Dato ottenuto considerando, al 31/12/2016, anche l'organico di A.R.C.

Capitale relazionale		2017	2016	2015	
Valore di beni e servizi esternalizzati:					
<input type="checkbox"/>	stampaggio ottone e pressofusione alluminio	€/000	2.761	2.635	4.010
<input type="checkbox"/>	altre lavorazioni	€/000	3.386	3.226	3.502
Scarti presso i clienti (addebiti da clienti e note di credito a clienti per resi/fatturato)		%	0,09	0,09	0,57
Fatturato medio per cliente (fatturato totale/numero di clienti)		€/000	366	382	416
Percentuale di fatturato derivante dai nuovi clienti (fatturato derivante dai nuovi clienti/fatturato)		%	0,76	1,01	1,24
Incidenza percentuale dei primi 10 clienti		%	46	47	48
Incidenza percentuale dei primi 20 clienti		%	65	67	68
Reclami da clienti		numero	335	395	320
Fatturato fornitori certificati (fatturato fornitori certificati/acquisti)		%	70,9	68,1	50,1
Numero di analisti che seguono con continuità il titolo		numero	1	1	2
Cause avviate contro le società del Gruppo		numero	4	4	0
Percentuale di fatturato dei fornitori in provincia di Brescia		%	30,4	36,2	28,8
Liberalità/utile		%	0,14	0,40	0,49

Capitale produttivo		2017	2016	2015	
Capitale immobilizzato		€/000	93.802	93.967	92.797
Investimenti Totali Netti		€/000	14.127	11.762	12.065
Budget IT (investimenti + spese correnti) /fatturato		%	1,1	1,0	0,8
Investimenti materiali/fatturato		%	9,1	8,8	8,4
Quantità vendute Rubinetti Lega Leggera su totale Rubinetti e Termostati		%	87,8	80,8	73,6
Quantità vendute Bruciatori ad alta efficienza energetica su totale Bruciatori		%	19,7	14,5	13,4

Capitale ambientale		2017	2016	2015	
Materiali utilizzati					
<input type="checkbox"/>	ottone	t	540	697	1.025
<input type="checkbox"/>	leghe di alluminio	t	8.070	6.703	7.431
<input type="checkbox"/>	acciaio	t	7.631	7.250	6.790
Rifiuti					
<input type="checkbox"/>	assimilabile urbano	t	189	152	166
<input type="checkbox"/>	rifiuti pericolosi	t	2.095	2.210	2.396
<input type="checkbox"/>	rifiuti non pericolosi	t	6.201	5.453	5.573
Consumo di metano		m ³ x 1000	4.059	3.432	3.376
Consumo di energia elettrica		MWh	30.841	27.189	29.384
Emissioni CO ₂		t	12.332	10.795	11.836
Spese correnti ambientali/fatturato al 31/12		%	0,39	0,43	0,40
Investimenti ambientali/fatturato al 31/12		%	0,02	0,53	0,47
Tot rifiuti/valore della produzione		Kg/€	0,21	0,21	0,21

Capitale intellettuale		2017	2016	2015
Investimenti in ricerca e sviluppo capitalizzati	€/000	337	231	297
Ore dedicate allo sviluppo di nuovi prodotti/ore lavorate	%	1,4	1,5	1,4
Ore dedicate all'ingegneria di processo/ore lavorate (ore dedicate a commesse per la costruzione di nuove macchine per nuovi prodotti o per aumentare la capacità produttiva/totale ore lavorate)	%	2,5	2,3	3,0
Investimenti immateriali/fatturato	%	0,6	0,4	0,6
Spese correnti per la qualità/fatturato	%	0,20	0,24	0,19
Investimenti per la qualità/fatturato	%	0,12	0,10	0,05
Valori degli scarti/fatturato (scarti in produzione/fatturato)	%	0,74	0,87	1,22
Incidenza costi qualità/fatturato (scarti in produzione + addebiti e resi da clienti/fatturato)	%	0,83	0,96	1,80
Numero campionature per i clienti	numero	1.245	1.154	1.069
Numero di codici forniti ai primi 10 clienti	numero	1.620	2.303	2.278

Valore economico generato e distribuito

Si riporta di seguito l'analisi della determinazione e della ripartizione del valore economico tra gli stakeholder, elaborata in conformità alle indicazioni del GRI.

Il prospetto è stato predisposto distinguendo tre livelli di valore economico. Quello generato, quello distribuito e quello trattenuto dal Gruppo. Il valore economico rappresenta la ricchezza complessiva creata da Sabaf, che viene successivamente ripartita tra i diversi stakeholder: fornitori (costi operativi), collaboratori, finanziatori, azionisti, pubblica amministrazione e collettività (liberalità esterne).

(migliaia di euro)	2017	2016	Variazione
Valore economico generato dal Gruppo	155.408	134.937	20.471
Ricavi	150.223	130.978	19.245
Altri proventi	3.325	2.752	573
Proventi finanziari	214	101	113
Rettifiche di valore	1.474	842	632
Svalutazione crediti	(93)	(189)	96
Differenze di cambio	274	435	(161)
Proventi/oneri dalla vendita di attività materiali ed immateriali	(12)	18	(30)
Rettifiche di valore di attività materiali ed immateriali	0	0	0
Utili/perdite da partecipazioni	3	0	3
Valore economico distribuito dal Gruppo	133.063	118.396	14.667
Remunerazione dei fornitori	88.636	76.809	11.827
<i>di cui per spese ambientali</i>	580	559	21
Remunerazione dei collaboratori	35.328	32.112	3.216
Remunerazione dei finanziatori	804	621	183
Remunerazione degli azionisti ²	5.386	5.467	(81)
Remunerazione della pubblica amministrazione ³	2.888	3.351	(463)
Liberalità esterne	21	36	(15)
Valore economico trattenuto dal Gruppo	22.345	16.541	5.804
Ammortamenti	12.826	12.853	(27)
Accantonamenti	26	127	(101)
Utilizzo fondi	(36)	(67)	31
Riserve	9.529	3.628	5.901

² L'importo è stimato sulla base del dividendo proposto

³ Include le imposte differite

Prodotti e mercati

Il Gruppo Sabaf è uno dei principali produttori mondiali di componenti per apparecchi domestici per la cottura a gas, con una quota di mercato di circa il 50% in Europa e superiore al 10% a livello mondiale.

Il mercato di riferimento è rappresentato dai produttori di elettrodomestici ed in particolare di cucine, piani di cottura e forni. La maggior parte delle vendite è costituita dalla fornitura di primo equipaggiamento, mentre sono trascurabili le vendite di componenti destinati alla ricambistica.

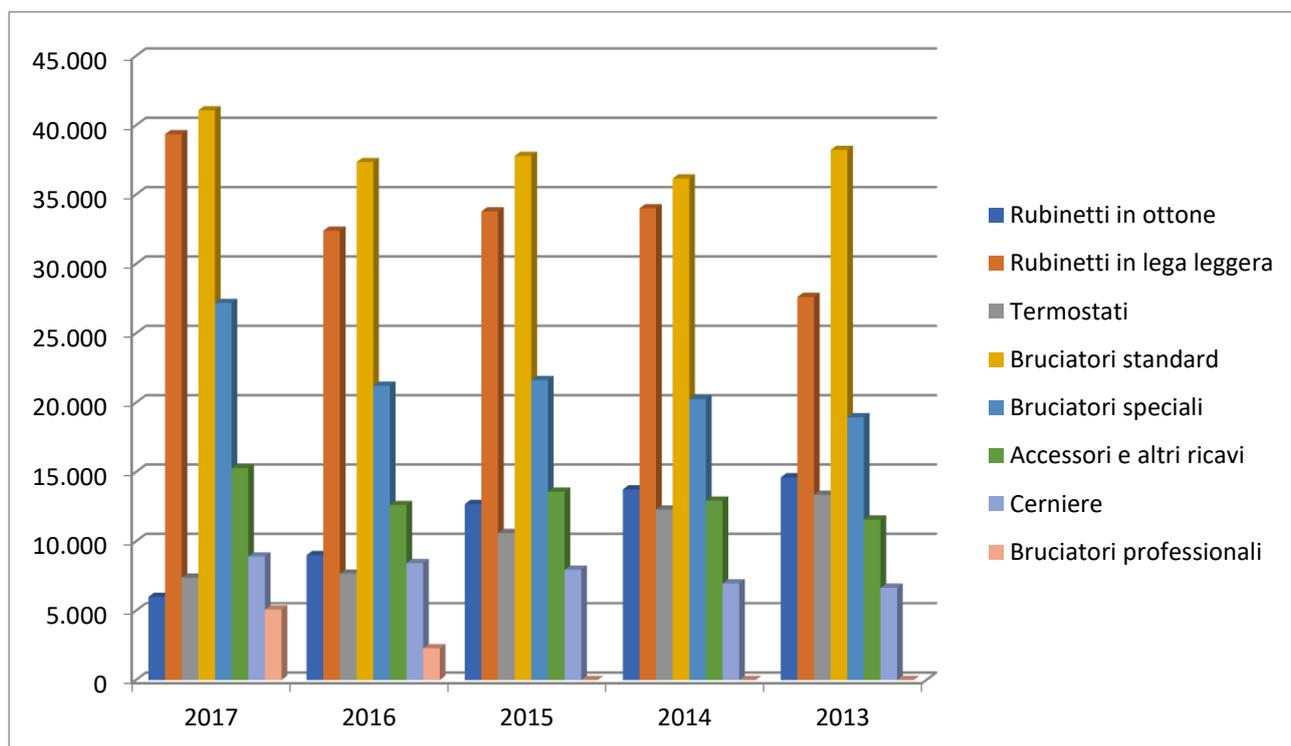
Il settore dei produttori di apparecchi di cottura a gas si caratterizza per la presenza di:

- Grandi gruppi multinazionali di consolidata presenza internazionale nelle vendite e nella produzione, in possesso di marchi forti;
- produttori situati in Paesi a basso costo della manodopera che ambiscono sia a cogliere le opportunità offerte dai mercati domestici sia a svilupparsi rapidamente su scala mondiale;
- produttori focalizzati su specifici mercati, in cui vantano posizioni di leadership;
- produttori (principalmente italiani con forte vocazione all'esportazione), che occupano segmenti in cui maggiore è il livello di differenziazione dei prodotti (ad esempio piani di cottura e forni da incasso o cucine free standing di grandi dimensioni).

La gamma di prodotto

Rubinetti e termostati	Brucciatori	Cerniere	Accessori
Sono i componenti che regolano il flusso di gas verso i bruciatori coperti (del forno o del grill) o scoperti; i termostati si caratterizzano per la presenza di un dispositivo termoregolatore per il mantenimento costante della temperatura prescelta.	Sono i componenti che, mediante la miscelazione del gas con l'aria e la combustione dei gas impiegati, producono una o più corone di fiamma.	Sono i componenti che permettono il movimento ed il bilanciamento in fase di apertura e chiusura della porta del forno, della lavatrice o della lavastoviglie.	Il Gruppo inoltre produce e commercializza un'ampia gamma di accessori, che integrano l'offerta delle principali linee di prodotto.

Vendite per famiglia di prodotto



Le vendite di rubinetti in lega leggera, che hanno ormai quasi totalmente sostituito i rubinetti in ottone, sono in costante aumento. I continui miglioramenti nel processo produttivo hanno permesso di accrescere ulteriormente la competitività.

Le vendite dei termostati, negli ultimi anni, hanno risentito delle difficoltà del principale mercato di destinazione finale (Nord Africa).

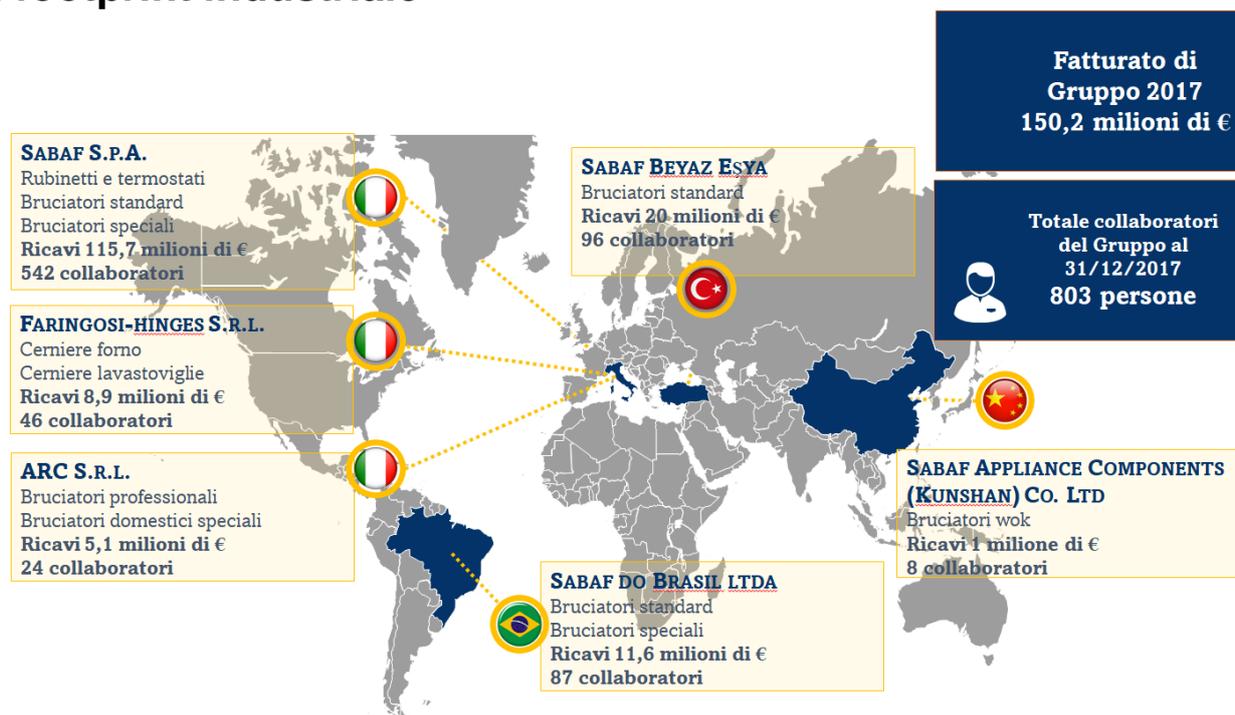
La famiglia di prodotto che denota i tassi di crescita più elevati è quella dei bruciatori speciali, dove più forte è stata l'innovazione negli ultimi anni.

I bruciatori standard sono i prodotti più diffusi, realizzati anche nei siti produttivi di Turchia e Brasile.

Le vendite di cerniere hanno registrato un buon incremento, beneficiando di solide partnership con i principali clienti e dello sviluppo di nuovi prodotti che hanno anticipato le esigenze di mercato.

A partire dal 2016, il Gruppo è entrato nel settore dei bruciatori professionali, tramite l'acquisizione di A.R.C. Si tratta di un business che, anche grazie all'integrazione con Sabaf, offre ottime prospettive di ulteriore sviluppo.

Il footprint industriale



I mercati di riferimento

In Europa Occidentale, che rappresenta circa la metà del mercato di destinazione finale dei prodotti Sabaf, il livello di saturazione raggiunto dagli apparecchi di cottura (la quota di famiglie che possiedono l'elettrodomestico) è prossimo al 100%. Gli acquisti di nuovi apparecchi sono quindi rappresentati principalmente da acquisti di sostituzione. Il trasloco, l'acquisto o la ristrutturazione di una casa rappresentano spesso occasioni di acquisto di un nuovo apparecchio di cottura. L'andamento del mercato è pertanto direttamente influenzato dall'andamento dell'economia in generale ed in particolare dai livelli di reddito disponibile per le famiglie, dalla fiducia dei consumatori e dall'andamento dell'attività immobiliare.

Negli altri mercati, invece, il livello di saturazione è spesso inferiore. I maggiori tassi di sviluppo dell'economia e l'andamento demografico più favorevole rispetto all'Europa Occidentale determinano grandi opportunità per gruppi che, come Sabaf, possono sia collaborare con le multinazionali produttrici di elettrodomestici sia affiancare produttori locali.

Paesi e clienti

	2017	2016
Paesi	59	54
Clienti⁴	339	293

In coerenza con le politiche commerciali seguite, gran parte dei rapporti commerciali attivi si caratterizza per relazioni consolidate nel lungo periodo. I clienti con un fatturato annuale superiore al milione di euro sono 32 (31 nel 2016). La distribuzione per classi di fatturato è la seguente:

	2017	2016
> 5.000.000 di euro	7	5
da 1.000.001 a 5.000.000 euro	25	26
da 500.001 a 1.000.000 euro	16	13
da 100.001 a 500.000 euro	52	50
< 100.000 euro	310	249

⁴ Con vendite superiori a 1.000 euro

Oltre alla struttura direzionale presso la sede di Ospitaletto, la rete commerciale si basa sulle società controllate in Brasile, Turchia, USA e Cina. Sono attivi 11 rapporti di agenzia, principalmente relativi a mercati extraeuropei.

Lo sviluppo internazionale di Sabaf: sfide ed opportunità

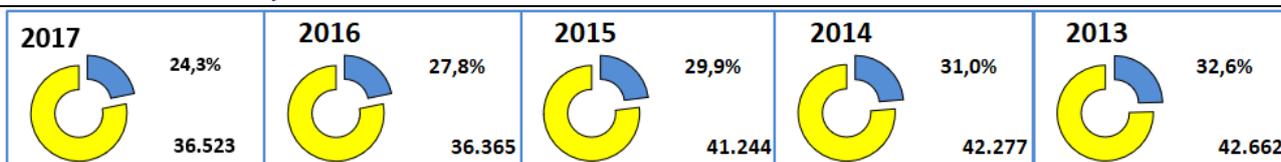
Analisi dello scenario

Dati di performance⁵

Italia



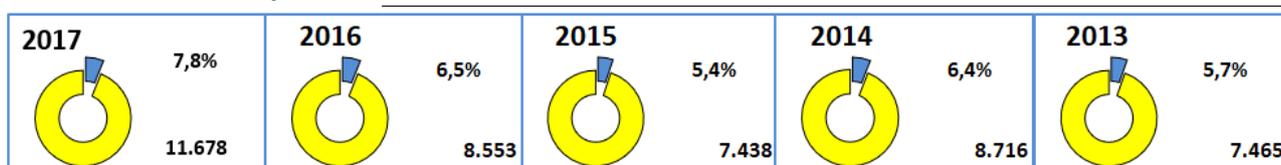
Nell'ultimo decennio la produzione di elettrodomestici in Italia si è fortemente ridimensionata: alcuni player sono usciti dal settore e altri hanno delocalizzato una parte dell'attività in Turchia e in Europa Orientale. Rimangono produttori focalizzati principalmente sull'alto di gamma o su prodotti speciali, fortemente vocati all'esportazione, che continuano a registrare ottimi risultati. La rilevanza del mercato italiano per Sabaf è conseguentemente inferiore rispetto al passato. La quota preponderante (si stima circa l'80%) delle vendite di Sabaf in Italia è destinata a elettrodomestici esportati dai nostri clienti.



Europa Occidentale



Anche negli altri Paesi dell'Europa Occidentale si è assistito allo stesso trend che ha caratterizzato l'Italia: rimangono in Europa Occidentale le produzioni di gamma alta, dove Sabaf sta incrementando sensibilmente la propria quota.



⁵ Fatturato per area geografica (in migliaia di euro) e incidenza percentuale sul fatturato di Gruppo

Europa Turchia

Orientale e

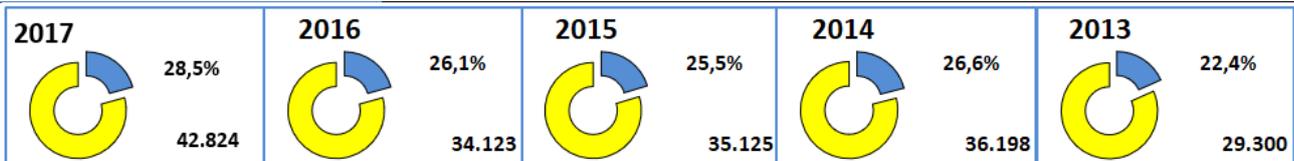


La Turchia è oggi lo stato europeo dove viene prodotto il maggior numero di elettrodomestici. In tale ambito l'apertura di un insediamento produttivo in Turchia e lo sviluppo di nuove relazioni commerciali rappresentano elementi chiave a supporto della strategia di crescita.

Sabaf stima che circa il 75% delle vendite realizzate in Turchia sia esportato dai nostri clienti (principalmente in Europa); il mercato domestico turco è comunque di sempre maggiore rilevanza: l'età media della popolazione, il numero di nuove famiglie, l'aumento dei redditi sono indicatori convergenti nell'indicare una domanda di beni durevoli in crescita.

La strategia del Gruppo prevede un ulteriore sviluppo delle attività in Turchia nei prossimi anni.

Il Gruppo è attivo anche sugli altri mercati dell'Europa Orientale, dove intende concludere nuovi accordi di partnership con i clienti e rafforzare quelli già in essere.



Asia e Oceania

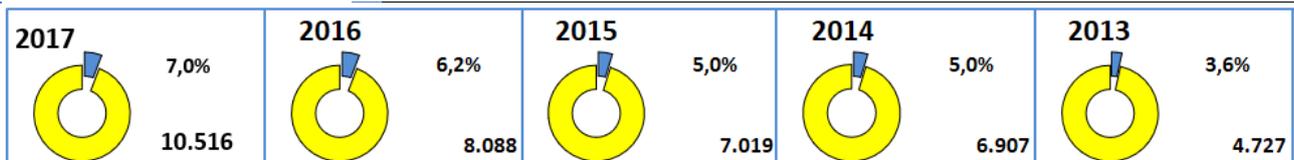


La Cina, con la sua produzione di circa 26 milioni di piani cottura per anno, rappresenta il più importante mercato al mondo.

Dopo molti anni di sola presenza commerciale, nel 2015 Sabaf ha avviato la produzione in Cina di un bruciatore speciale, che garantisce ai piani d'incasso un'efficienza superiore al 63%.

Il Gruppo, consapevole di proporre prodotti di alta qualità sempre più competitivi rispetto a quelli forniti dai concorrenti locali, punta a stringere collaborazioni di lungo periodo con i principali produttori di piani cottura cinesi.

Un altro mercato dalle grandi potenzialità è quello indiano, per il quale Sabaf ha sviluppato una gamma di bruciatori dedicata e dove le vendite sono in costante incremento, seppure ancora su valori assoluti modesti.



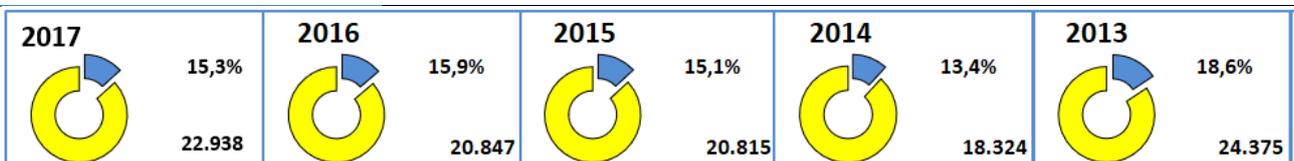
Centro e Sud America



Per lo sviluppo futuro Sabaf può contare su una **presenza, anche produttiva, ormai consolidata** (uno stabilimento in Brasile è operativo fin dal 2001).

Il Gruppo Sabaf ritiene che le potenzialità di sviluppo di quest'area siano ancora estremamente interessanti, in considerazione delle significative dimensioni del mercato e dei trend di crescita demografica.

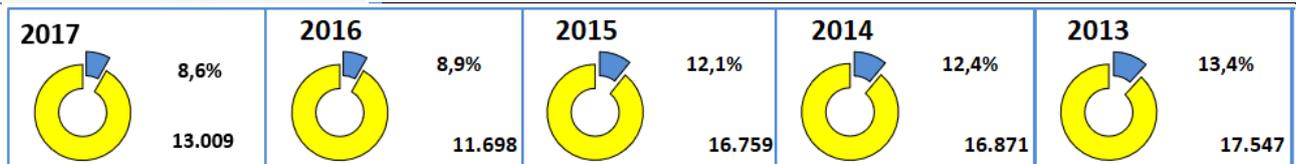
La gamma di prodotto destinata al mercato locale è stata recentemente ampliata, con la produzione in Brasile di bruciatori speciali, anche per soddisfare le specificità della domanda.



Medio Oriente e Africa



Sabaf vanta una presenza di lungo corso e una grande reputazione in Medio Oriente e Africa. Le difficoltà socio-politiche ed economiche dell'area condizionano inevitabilmente le performance su questi mercati. Peraltro, il Gruppo considera il Medio Oriente e l'Africa tra i mercati più promettenti nel medio termine, anche in considerazione delle dinamiche demografiche e del crescente tasso di urbanizzazione.



Nord America e Messico



La presenza di Sabaf in Nord America è relativamente recente, ma vendite e quota di mercato sono in costante crescita negli ultimi anni. I piani futuri prevedono anche lo sviluppo di prodotti in codesign con i principali clienti e un presidio più diretto del mercato, eventualmente anche tramite un sito produttivo.

