

14 DICEMBRE 2021



MISSION... POSSIBLE

Presentazione del Piano Industriale 2022-2024

This presentation does not constitute an offer or an invitation to subscribe for or purchase any securities.

The securities referred to herein have not been registered and will not be registered in the United States under the U.S. Securities Act of 1933, as amended (the "Securities Act"), or in Australia, Canada or Japan or any other jurisdiction where such an offer or solicitation would require the approval of local authorities or otherwise be unlawful. The securities may not be offered or sold in the United States or to U.S. persons unless such securities are registered under the Securities Act, or an exemption from the registration requirements of the Securities Act is available. Copies of this presentation are not being made and may not be distributed or sent into the United States, Canada, Australia or Japan.

This presentation contains forwards-looking information and statements about IGD SIIQ SPA and its Group.

Forward-looking statements are statements that are not historical facts.

These statements include financial projections and estimates and their underlying assumptions, statements regarding plans, objectives and expectations with respect to future operations, products and services, and statements regarding plans, performance.

Although the management of IGD SIIQ SPA believes that the expectations reflected in such forward-looking statements are reasonable, investors and holders of IGD SIIQ are cautioned that forward-looking information and statements are subject to various risk and uncertainties, many of which are difficult to predict and generally beyond the control of IGD SIIQ; that could cause actual results and developments to differ materially from those expressed in, or implied or projected by, the forward-looking statements.

These risks and uncertainties include, but are not limited to, those contained in this presentation.

Except as required by applicable law, IGD SIIQ does not undertake any obligation to update any forward-looking information or statements.

Indice

- 1** **Un modello di Business resiliente e un contesto in miglioramento** **Pag. 4**
- 2** **La strategia si adatta alle nuove tendenze** **Pag. 9**
- 3** **Gli ambiti operativi** **Pag. 13**
- 4** **Key outputs e target finanziari** **Pag. 45**
- 5** **Final remarks** **Pag. 49**



1

**Un modello di Business resiliente
e un contesto in miglioramento**

Il Covid ha interrotto il nostro precedente Piano di crescita...

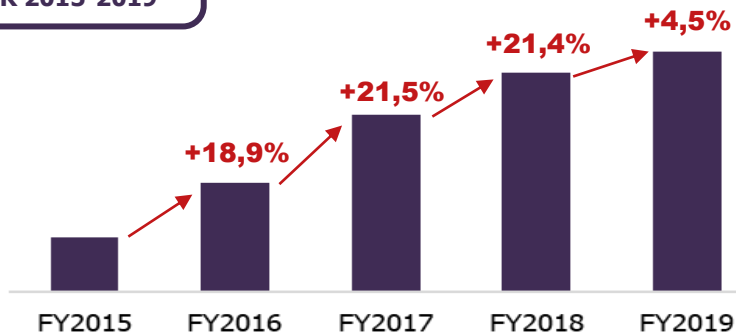


Dove eravamo nel 2019?

+16.5%

CAGR 2015-2019

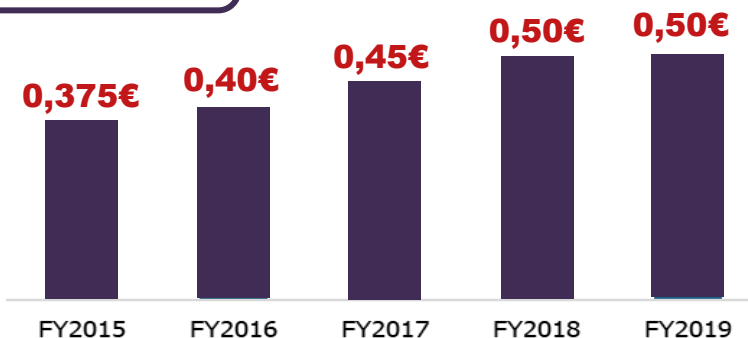
Funds From Operations



+33.3%

crescita 2015-2019

Dividendo per azione



Diffusione Covid-19



**2020/2021:
travolti da un tornado**

131

giorni di chiusura

Italia: attività non essenziali
(2020+2021)

€27M

impatto FFO

Impatti diretti Covid su FFO
(2020+2021)



**Misure per salvaguardare
la struttura finanziaria**

- €55M

investimenti

Riduzione investimenti
(2020+2021)

0,228€

dividendo 2020



dividendo 2021

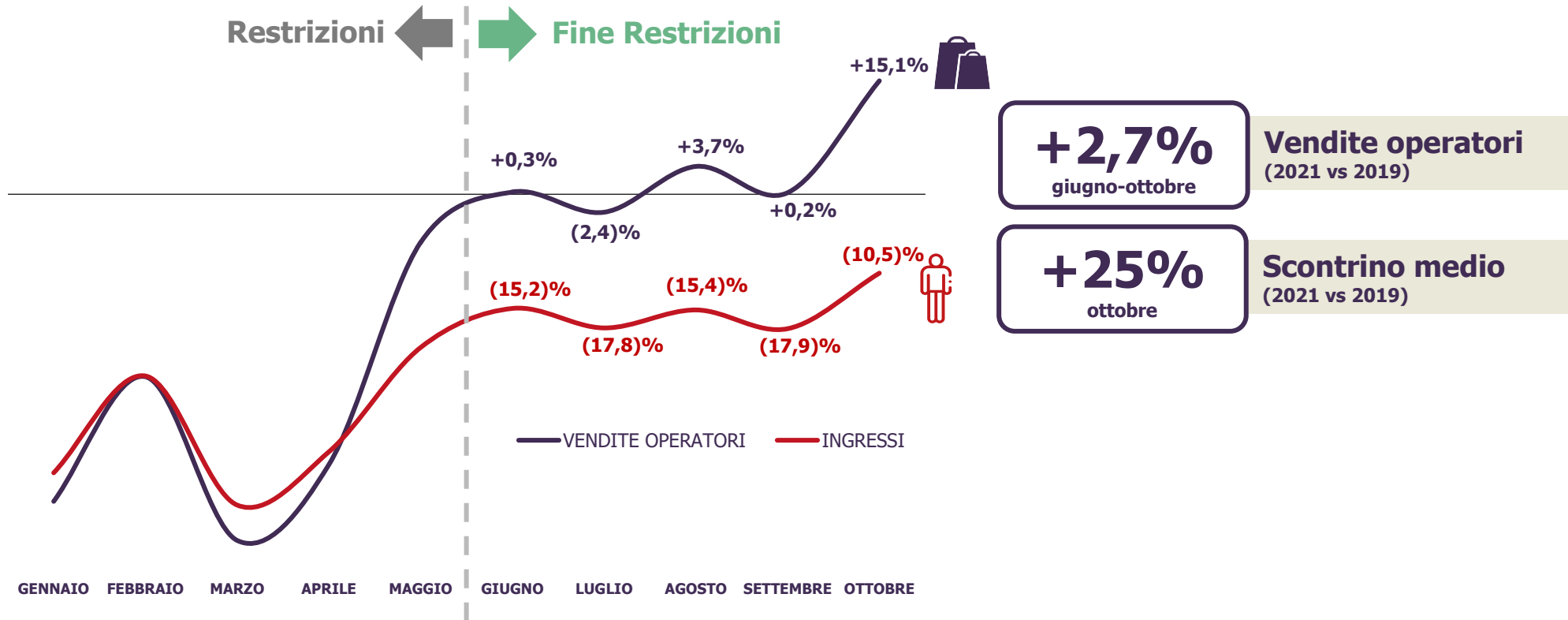
Riduzione dividendi

...ma il nostro business model si è dimostrato resiliente...



...e risposte molto positive arrivano dai nostri visitatori

Andamenti operativi 2021 vs. 2019 (gallerie Italia)



Recupero sostenuto delle performance operative conferma la validità del modello di business IGD e l'attrattività dei nostri centri commerciali. Il retail fisico ha ancora un ruolo centrale per i consumatori

L'economia italiana è in espansione

Crescita media ponderata 2021-2024



PIL (1)

+3,5%



Consumi privati
delle famiglie (1)

+3,4%



Alcuni elementi chiave

1

NextGen EU

€222mld fondi in arrivo tramite il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

2

Manifattura/Export

Produzione manifatturiera italiana meglio dei principali paesi europei

3

Riforme

Diverse riforme in programma (PA, giustizia,...) come ulteriore fattore di crescita

4

Edilizia

Boom dell'edilizia grazie anche agli importanti incentivi statali varati (bonus 110%, ecc)

Non un semplice «rimbalzo tecnico», ma una fase di crescita economica, basata su diversi pilastri, che potrebbe essere prolungata



Inflazione



Per IGD beneficio da indicizzazione dei contratti



2 La strategia si adatta alle nuove tendenze

Il Covid sta accelerando alcune tendenze macro globali già in essere



Urbanizzazione

- Grandi centri ma anche medie città
- Prossimità
- Adattamento/Riconversione spazi urbani (smart mobility/working)



Qualità della vita

- Più attenzione a benessere, attività fisica e cura della persona
- Più sanità pubblica e privata diffusa sul territorio
- Comodità spesa e servizi
- Healthy/fresh food



Digitalizzazione

- Sempre connessi
- Velocità di esecuzione e frequenza di aggiornamento («tutto subito»)
- Personalizzazione offerta/servizi
- Crescente integrazione online/offline in ottica omnichannel



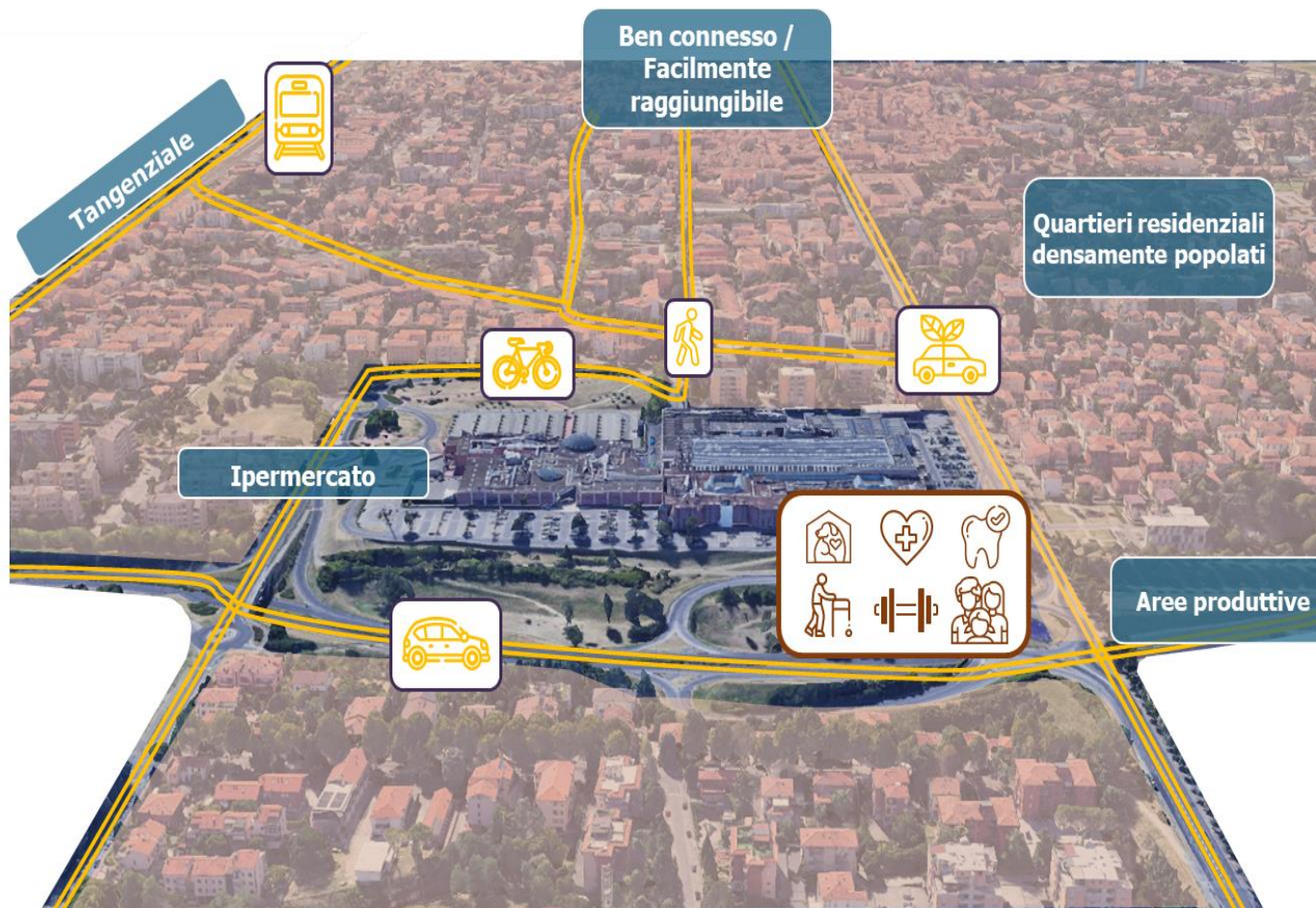
Green Revolution

- Lotta al cambiamento climatico e transizione energetica
- Riduzione emissioni e rifiuti
- Mobilità elettrica
- Green e Sustainable Finance

La strategia di IGD risponde alle nuove necessità dei consumatori...



...facendo leva su un business model efficace



Un tipico esempio: Centro Leonardo Imola (BO)

Dominant (1)
I nostri asset sono la destinazione retail dominante nella loro catchment area

Centri commerciali «urbani»
Ben collegati e facilmente raggiungibili (in media c. 4km dai centri storici)

Presenza dell'ancora alimentare
Ipermercato ha forte ruolo attrattivo per gli acquisti quotidiani

Non solo shopping ma servizi per la comunità
Cliniche dentistiche, poliambulatori, farmacie

(1) Dominant: destinazione più attrattiva e moderna, se non unica, nella relativa catchment area



3

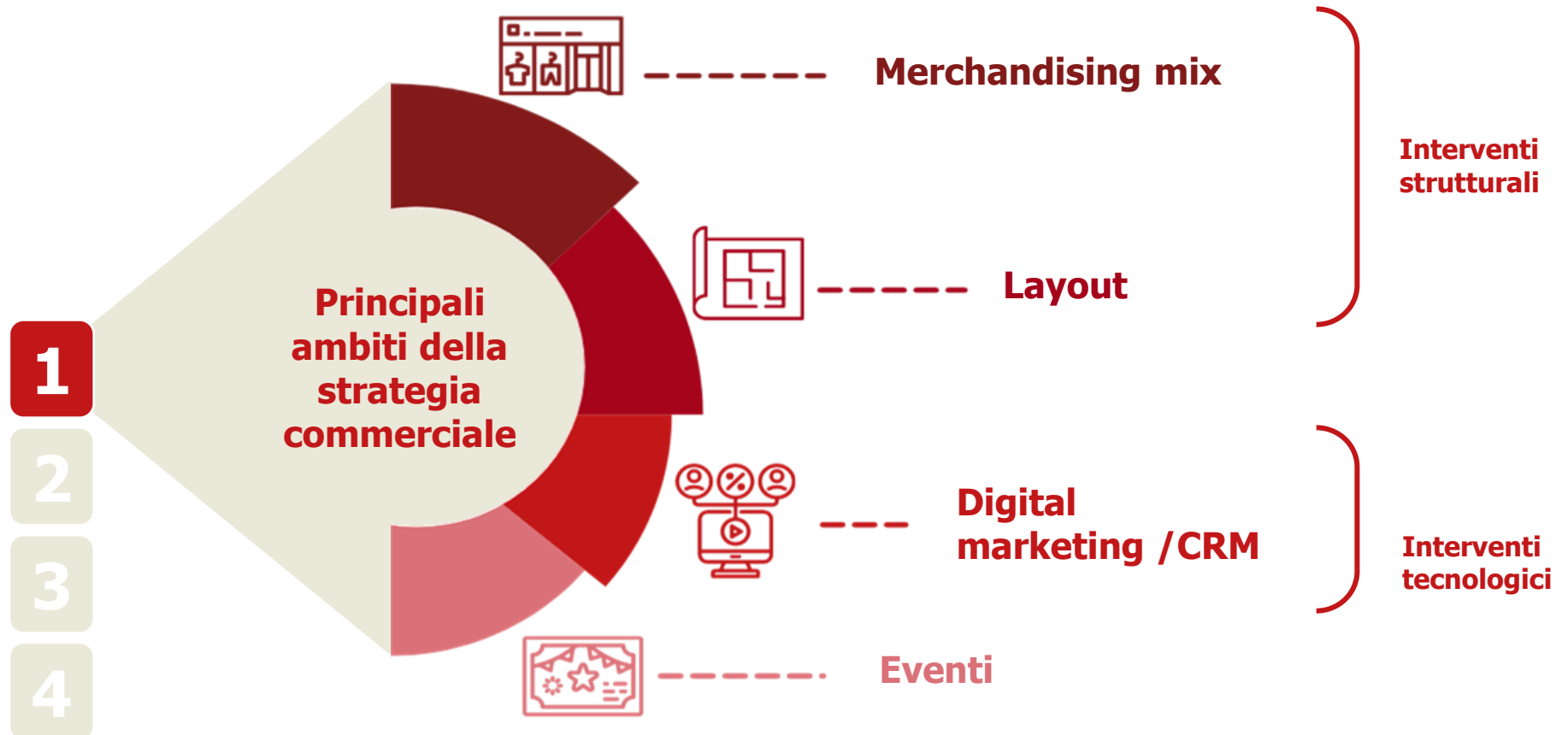
Gli ambiti operativi



Strategia commerciale e marketing

**OBIETTIVO
STRATEGIA
COMMERCIALE**

**Piano commerciale sviluppato sulla base delle specificità
di ciascun asset e della relativa catchment area di riferimento**



Merchandising mix: Modelli scalabili e replicabili




Salute e Benessere

Best practice in essere

- ✓ **21 cliniche** dentistiche aperte dal 2013 e 1 centro medico nel 2021

Dental Pro @
Le Maioliche



Dyadea
@ Centro Borgo



- ✓ **5.500mq negozi** (arredo casa, accessori e monobrand) inseriti negli ultimi 2 anni (tra cui 3 Happy Casa e 1 Mondo Convenienza)

Mondo
Convenienza
@ ESP



Happy Casa
@ Clodi




Mondo casa

- ✓ **8 ristoranti Pokè** aperti nel 2021 e **5** nel 2022
- ✓ **>1.000mq di ristorazione** aperti nel 2021

Poke Sun Rice @
Centro Leonardo



Le frit sé chic @
Centrosarca




Food court

Target

2022

- ✓ **2 centri medici**
- ✓ **2 Centri fitness** (6.000 mq)

OLTRE

- ✓ Sportelli per famiglie/servizi al cittadino
- ✓ Nuovi tenant e nuovi format
- ✓ Strutture sanitarie di prossimità

2022

- ✓ **Firmato accordo con Portobello** (3.200 mq)

OLTRE

- ✓ Scouting di nuovi tenant emergenti e nuovi format che amplino l'offerta del settore

2022

- ✓ 1.600mq nuove aperture

OLTRE

- ✓ Ristorazione bio/healthy/etnica
Botteghe/gastronomia di alta qualità
- ✓ Food truck nelle aree esterne e family restaurant con area giochi interna

Merchandising mix: Modelli scalabili e replicabili



Best practice in essere

Target



Offerta tech

- ✓ **15 nuove insegne** inserite negli ultimi 2 anni

Med Store @
Centro Nova



Mi Store @
Tiburtino



Sport

- ✓ **3.000 mq di negozi** inseriti negli ultimi 2 anni, tra cui JP Sport e King Sport

JD Sport @
Centro Nova



King Sport @
Le Maioliche



Family store

- ✓ **8 Pepco** inseriti negli ultimi 2 anni pari a 4.900 mq

Pepco @
Centro Lama



Pepco @
Centro Casilino



2022

- ✓ **1 negozio Unieuro in apertura**

OLTRE

- ✓ Nuovi marchi con attenzione a brand emergenti
- ✓ Negozi specializzati per gamers
- ✓ Rivenditori di prodotti high tech rigenerati

2022

- ✓ **1.850 mq next opening** a Centro Leonardo

OLTRE

- ✓ Rivenditori specializzati complementari alle aree sportive sviluppate all'esterno e specializzati di accessori moto

2022

- ✓ **700 mq già contrattualizzati**

OLTRE

- ✓ Negozi e servizi dedicati ai bambini
- ✓ Integrazione offerta leisure dedicata ai più piccoli



Piazze esterne

Creazione di nuove piazze con food court esterne , aree destinate all'attività sportiva, spazi verdi, entertainment... **sfruttando aree esterne non utilizzate** (parcheggi, rooftop)



Lavori in corso per
rooftop Centro
Casilino

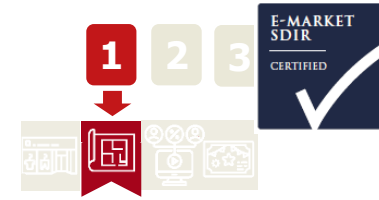


Are Smartworking

Creazione di aree dedicate allo smart working/studio all'interno del centro commerciale



Progetto su layout: nuova vita alle aree esterne



Sfruttamento aree oggi improduttive

Incremento servizi e miglioramento accoglienza clienti

Attività di cross selling servizi esterni/negozi in galleria



Padel court



Tettoie/pensiline fotovoltaiche

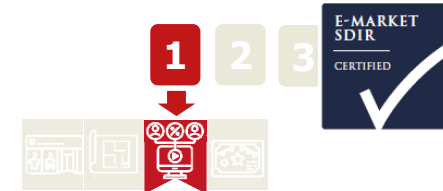


Aree food truck/raiders



Chioschi ristorazione/aree relax

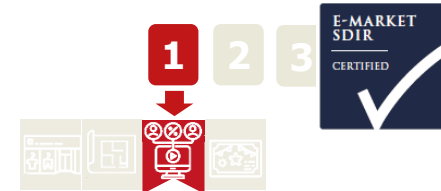
Sviluppo dell'omnicanalità



Ambiti di applicazione su orizzonte piano



Focus sul Piano Marketing Digitale



OBIETTIVI
2020

Personalizzazione offerta di prodotti/ servizi dei Centri attraverso **strumenti digitali** per conoscere/profilare i visitatori e incrementarne la **fidelizzazione**

AZIONI
2021

CRM collegato ai vari **touch-point** (e.g. nuovi siti web con area riservata) per seguire la **customer journey**

Unire la conoscenza locale specifica relativa alla *catchment area* di ogni centro con la creazione di un sistema CRM / data-lake centralizzato utilizzando i dati provenienti da sito internet, app, totem, eventi e potenzialmente tramite i singoli tenant e l'ancora alimentare

4 TARGET OPERATIVI SU ORIZZONTE PIANO

TARGET
OPERATIVI
2022-2024



Data e CRM

Lead generation qualitativo e quantitativo per CRM

Analisi dati → Informazioni strategiche per **supporto ad azioni commerciali**

>200k contatti in 6 mesi (+30% da lancio «Area Plus» 22/11/21)



Customer engagement

Consolidamento e sviluppo della community attraverso strategie legate a piattaforme social (Facebook e Instagram) e digital (Area Plus e newsletter)

Programmi di loyalty

Azioni create online aumentare traffico/visite

Target newsletter >100 newsletter inviate con un tasso di apertura superiore alla media nazionale



Tenant engagement

Collaborazione con i tenant per ideazione e sviluppo di azioni commerciali e digitali insieme ai tenant

Data as a service: utilizzo dati CRM per realizzare azioni commerciali profilate

Condivisione dati di profilazione (con CRM tenant)

Location intelligence



Internal innovation

Programma innovazione digitale interno al Gruppo IGD

Formazione su nuovi strumenti

Sviluppo concertato **nuovi servizi Marketing Digitale**



Desiderio di **esperienzialità e socialità** e maggiore diffusione del **digital**



Experience

Eventi in collaborazione con i tenant per offrire «esperienze» ai visitatori, coinvolgendoli nelle attività interne al centro commerciale

Aree temporary leisure destinate a mostre multimediali e immersive e aree «virtuali» con giochi interattivi, simulatori sportivi e non.



Evento Il Centro al Centro @Centro d'Abruzzo Chieti



Omnicanalità

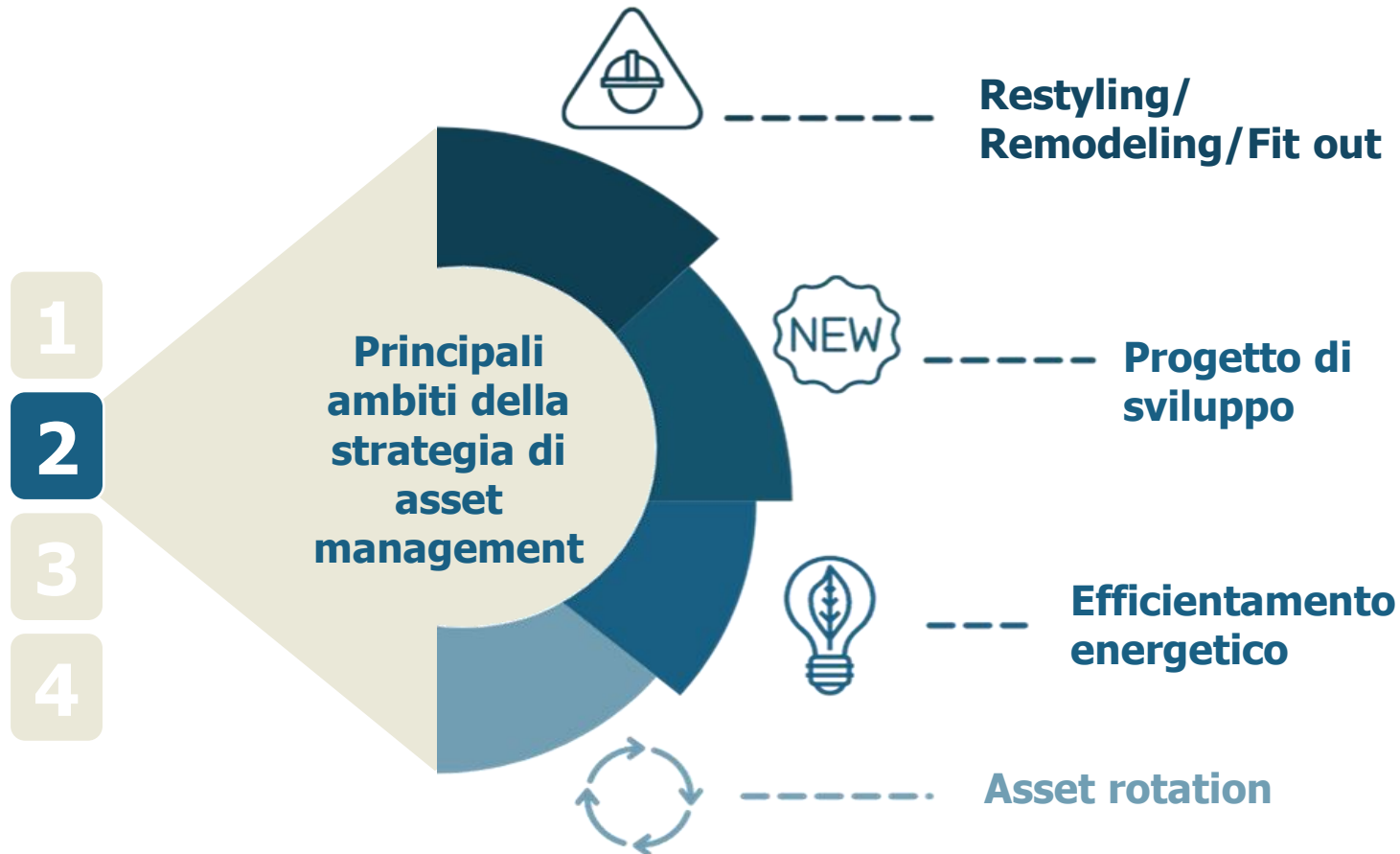
Realizzazione di eventi che includano **attività drive to store per far vivere al visitatore il Centro Commerciale on e off line**



Evento Black Friday @ESP Ravenna

OBIETTIVO
STRATEGIA
ASSET
MANAGEMENT

Investiamo sui nostri centri commerciali per renderli sempre più attrattivi, preservarne il valore nel tempo e allungarne il «Ciclo di vita»



Investimenti (€mn)



Restyling



Porto d'Ascoli – AP

m²

21.800 mq GLA (totale centro)



1H 2023 fine lavori



Restyling totale galleria e rimodulazione ipermercato



Installazione pannelli fotovoltaici e illuminazione a led



€ 4.6 mn investimento totale arco piano



Restyling



Mantova - MN



13.600 mq GLA (galleria)



2H 2022 fine lavori



Restyling della facciata,
della galleria interna e
del parcheggio,
rimodulazione food-court
e sfruttamento aree
esterne



Installazione pannelli
fotovoltaici e
illuminazione a led



€ 4.3 mn investimento
totale arco piano



Remodeling



Gravina di Catania



27.100 mq GLA (totale centro)



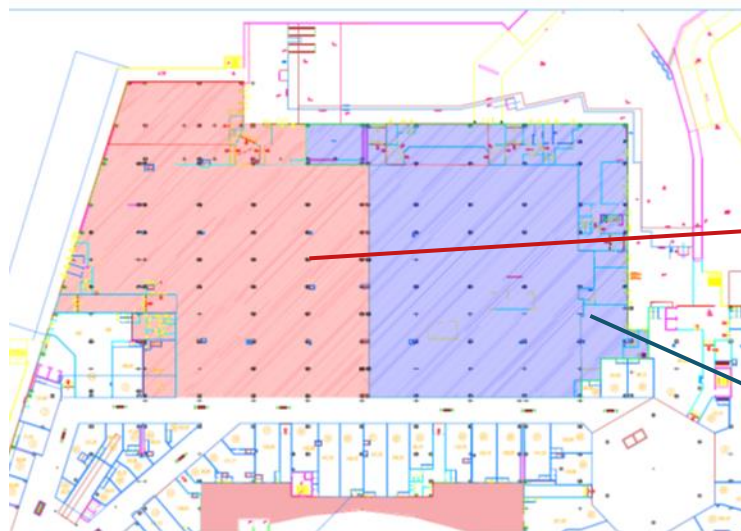
2H 2022 fine lavori



Rimodulazione ipermercato



€ 1.9 mn investimento totale arco piano




Nuova galleria
ca. 6300 mq GLA

Nuovo ipermercato
ca. 7.300 mq

Remodeling



-  Palermo
-  26.500 mq GLA (totale centro)
-  2H 2022 fine lavori
-  Rimodulazione ipermercato
-  € 1.2 mn investimento totale arco piano



Nuovo ipermercato
ca. 7.200 mq

Nuova galleria
ca. 4.000mq

Porta a Mare Livorno

Progetto multifunzionale



A Piazza Mazzini

- **Retail:** operativo dal 2016, 100% proprietà IGD
- **Residenziale:** completamente venduto

B Palazzo Orlando

- **Destinazione uffici:** venduto nel 2019

C Officine Storiche

- Focus slide successiva

D Sub ambiti Lips, Molo Mediceo e Arsenale

- Alberghiero, residenziale, entertainment e servizi
- Da realizzare

Officine Storiche



LIVORNO
PORTA
A MARE

APPRODO DEL FUTURO.

m² >20.000 mq GLA
(5.000 mq retail-
5.600 mq residenziale)



1H 2022 fine lavori



30 pdv, 1 centro fitness,
10 ristoranti che
andranno a reddito



42 appartamenti in
vendita (20 preliminari
firmati ad oggi)



€ 12,8 mn costi a finire



Efficientamento energetico



IMPIANTI FOTOVOLTAICI
in 7 Centri Commerciali



INCREMENTO DELLA SUPERFICIE VERDE
tramite la piantumazione di alberi o la realizzazione di pareti verticali verdi sulla facciata
in 4 Centri Commerciali



ILLUMINAZIONE LED
in 9 Centri Commerciali



Eliminazione caldaie e introduzione **IMPIANTI CALDO/FREDDO AD ALTA EFFICIENZA**
in 13 Centri Commerciali



DISPOSITIVI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE
per l'ottimizzazione dei consumi energetici
in 25 Centri Commerciali



Efficientamento energetico: gli obiettivi

1 2 3



Target principali

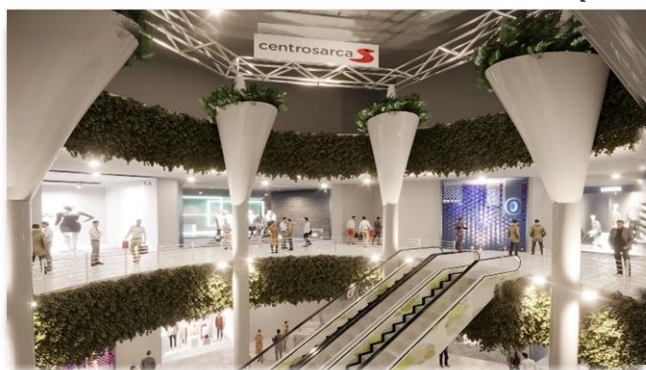
-21,5% emissioni GHG
(al 2025 location based
«baseline 2018»)

**Almeno 1 asset
carbon positive**
(al 2030)

100%
**Utilizzo energia
da fonti rinnovabili**
(già in essere)



Centro Tiburtino (Roma) - render ingresso principale



Centro Sarca (Milano) – render nuovi interni e rooftop con ingresso cinema



Il portafoglio Winmarkt

1 2 3 4



Principali caratteristiche

Network esteso

Locations strategiche

Asset adattabili e flessibili

Direct management

Cash producer



Highlights Piano 2022-2024

Ca. **€5mn** piano capex
(sicurezza, mantenimento e ambientali)

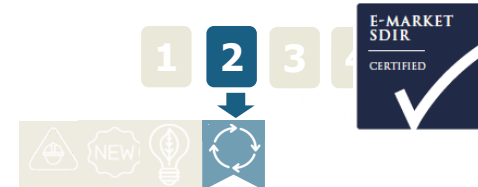
Ca. **€19,4mn**
di FFO generato

Ca. **€ 13,5 mn**
di dividendi generati

Investimenti 100%
autofinanziati

No leva finanziaria

Asset rotation bilanciata con obiettivi flessibili



Razionale strategico

Cessione asset non core



Target potenziali:

Romania

3 ipermercati
«stand alone»

3 terreni Porta a Mare da
sviluppare

Dismissioni
potenziali in
Arco Piano

180/200
€ mn

Possibili utilizzi

- Crescita nel mercato italiano retail con possibili economie di scala
- Riduzione tattica della leva finanziaria
- Potenziali opportunità di diversificazione degli investimenti

**OBIETTIVO
STRATEGIA
FINANZIARIA**

Ottenere le migliori condizioni economiche in qualsiasi contesto di mercato
Minimizzare l'esposizione ai rischi finanziari
(oscillazione dei tassi d'interesse e rischio associato al merito di credito)



Il Piano Industriale 2022 – 2024 sarà completamente in autofinanziamento senza prevedere ricorsi ad operazioni sul capitale

Una solida struttura finanziaria e un chiaro profilo delle scadenze



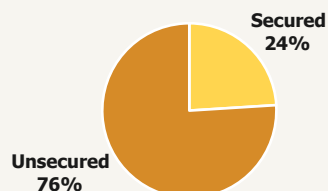
Struttura del debito (2021 E)

Total Net Debt
ca. **€990mn**

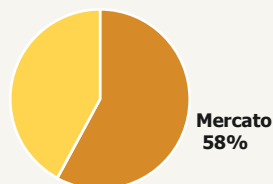
LTV
ca. **45%**

Liquidità disponibile
ca. **€160mn**

Comprensiva dei proventi netti della cessione completata a fine novembre



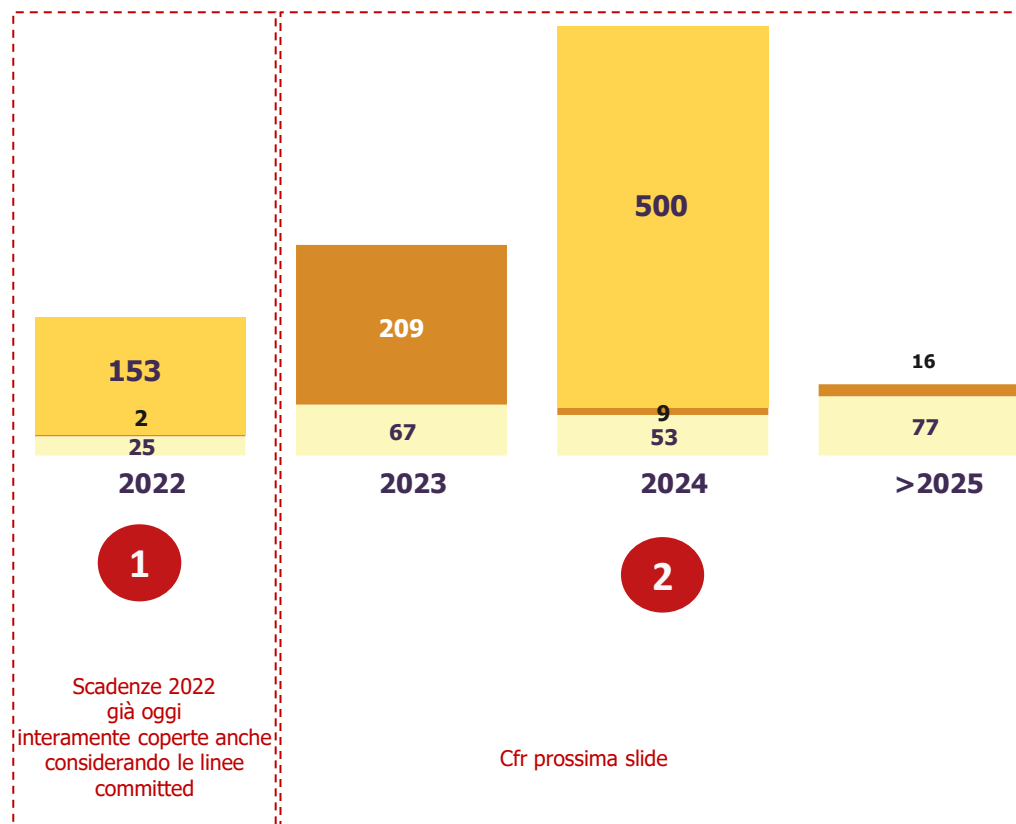
Sistema bancario
42%



FITCH
BBB-
Stable Outlook

S&P Global
BB+
Stable Outlook

Debito bancario secured
Debito bancario unsecured
Bonds



Scadenze 2023/2024: nuova strategia di finanza sostenibile

SU COSA STIAMO LAVORANDO

- **Nel 2022, rifinanziamento scadenze 2023 e parte 2024 su mercato obbligazionario**
- **Sustainability Linked Bond: potenziale nuova opportunità sui mercati finanziari**
- **Predisposizione del «Sustainability Linked Financing Framework» già in corso**
- **Strategia e obiettivi ESG del Gruppo in linea con requisiti di mercato**

OLTRE IL 2022

- **Rifinanziare in anticipo le ulteriori scadenze in ottica prudenziale**
- **Massima flessibilità nella scelta di mercati e strumenti (track record storico di successo)**
- **Possibili attività di asset/liability management per limitare i negative carry**



**TRACK
RECORD DI
10 ANNI**



becoming
g.re.a.t.

Strategia

GREEN

1. Climate Change
2. Accessibilità e mobilità

RESPONSIBLE

3. Buona occupazione
4. Parità di genere
5. Benessere, salute e sicurezza

ETHICAL

6. Governance, etica e corruzione

ATTRACTIVE

7. Valorizzazione sostenibile del portafoglio
8. Offerta
9. Spazi da vivere
10. Innovation

TOGETHER

11. Coinvolgimento degli stakeholder
12. Comunità locali

41 target complessivi al 2024:

22 ambizioni al 2030

- **Materiali per IGD**
- **Coerenti con UN SDG's**

SDG'S RILEVANTI PER IGD





OBIETTIVI AL 2024

CLIMATE CHANGE

- **100% energia verde acquistata**
- **x2** energia prodotta da **fonti rinnovabili**
- **-15%** riduzione **consumi energetici** – Location based «baseline 2018»
- **BREEAM + 9 asset certificati** (8 già certificati al 2021)
- **tecnologie Intelligenza Artificiale per la riduzione dei consumi energetici**
- progetti di **biodiversità** in 4 Centri

ACCESSIBILITA'

- **100%** portafoglio italiano con **spazi di ricarica per auto elettriche**



AMBIZIONI AL 2030

- **100%** Centri Commerciali italiani **zero carbon emissions** (scope 1 e 2)
- Riduzione **emissioni indirette** (scope 3)
- **100%** asset Italia certificati **BREEAM**
- **Zero spreco**
- **Almeno 1 asset carbon positive**



Colonnine elettriche di tipologie diversificate (tradizionali, fast, Tesla) sull'intera Rete

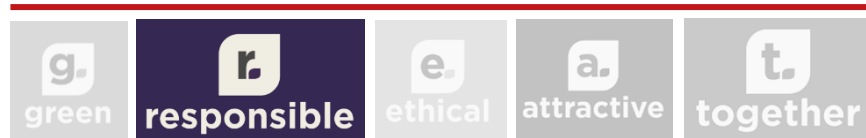


Target principali

100% centri commerciali con colonnine ricarica elettrica

50% centri commerciali con colonnine ricarica elettrica fast (accordo con top player internazionale)

100% asset certificati ISO14001 e BREEAM



OBIETTIVI AL 2024

BUONA OCCUPAZIONE

- **Formazione:** 100% dipendenti Italia e Romania ogni anno
- **1 indagine di clima e 2 «pulse surveys»**
- **«Sustainability Innovation Award»** da implementare in un Centro Commerciale pilota.
- **Definire un obiettivo collegato a tematiche ESG per parte della popolazione aziendale** (a partire da quello definito per il management)

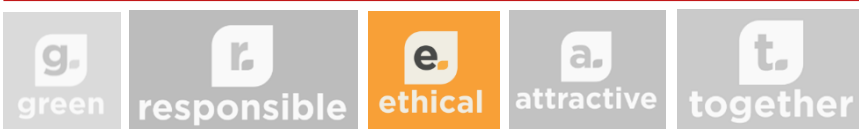
SALUTE E SICUREZZA

- +1 servizio ogni anno nel **Piano di Welfare** aziendale
- 100% **«Biosafety Trust Certification»**



AMBIZIONI AL 2030

- **Parità fra i generi nei ruoli di responsabilità**
- **Migliorare well being e competenze dipendenti**



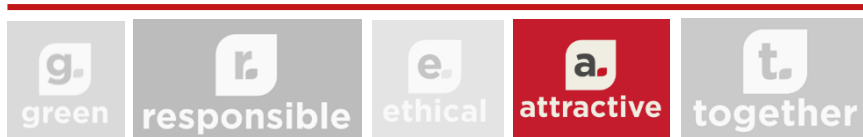
OBIETTIVI AL 2024

- **Strategia di Cybersecurity aziendale**
- Sistema per la **valutazione dei fornitori lungo la supply chain in ottica di sostenibilità**
- **Rating di Legalità con il massimo del punteggio (mantenere)**
- **UNI ISO 37001 (mantenere)**



AMBIZIONI AL 2030

- Best-in-class per **corporate governance e legalità**
- **Politiche di CSR integrate** nelle supply chain aziendali
- Garantire totalità **presidii su privacy e cybersecurity**



OBIETTIVI AL 2024

VALORIZZAZIONE SOSTENIBILE DEL PORTAFOGLIO

- 4 progetti chiave di Restyling/Remodeling

OFFERTA

- Adattamento commerciale e strategico ai bisogni della comunità

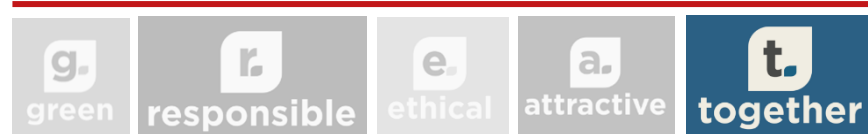
SPAZI DA VIVERE

- 1 piano annuale specifico su CSR sul 100% degli asset
- 1 Iniziativa trasversale sul 50% del portafoglio su tematiche CSR



AMBIZIONI AL 2030

- Fino a 10 **restyling realizzati per rinnovare e valorizzare** in maniera sostenibile il portafoglio
- 100% con progetti per incrementare il **well being dei visitatori**



OBIETTIVI AL 2024

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Rapporto con investitori/comunità finanziaria

- Definito **1° Sustainability framework** e **1ª emissione Sustainability Linked Bond**
- Investor/CSR day e roadshow mirati su temi ESG
- Visitor Survey annuale per ciascun Centro Commerciale
- Coinvolgere almeno il 50% dei tenant nella condivisione dei dati sui consumi energetici

COMUNITA' LOCALI

- 100% asset con coinvolgimento mensile associazione no profit
- Iniziative annuali in almeno il 25% asset per favorire ricerca di lavoro



AMBIZIONI AL 2030

- Partnering con **tenant** sui temi della **sostenibilità**
- **Partnership con ONG**



4 Key outputs e target finanziari

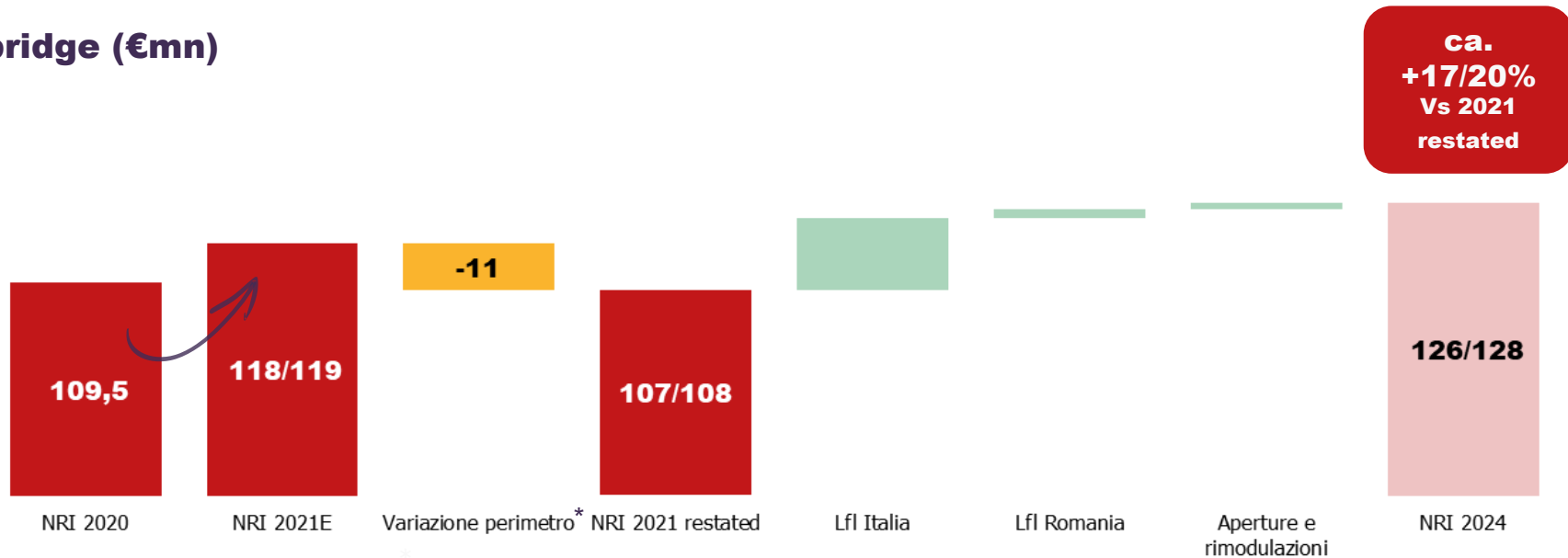
Evoluzione Net rental income

CAGR Lfl arco piano 2021-2024

Italia	+5/6%
Romania	+8/9%
Totale	+5/6%

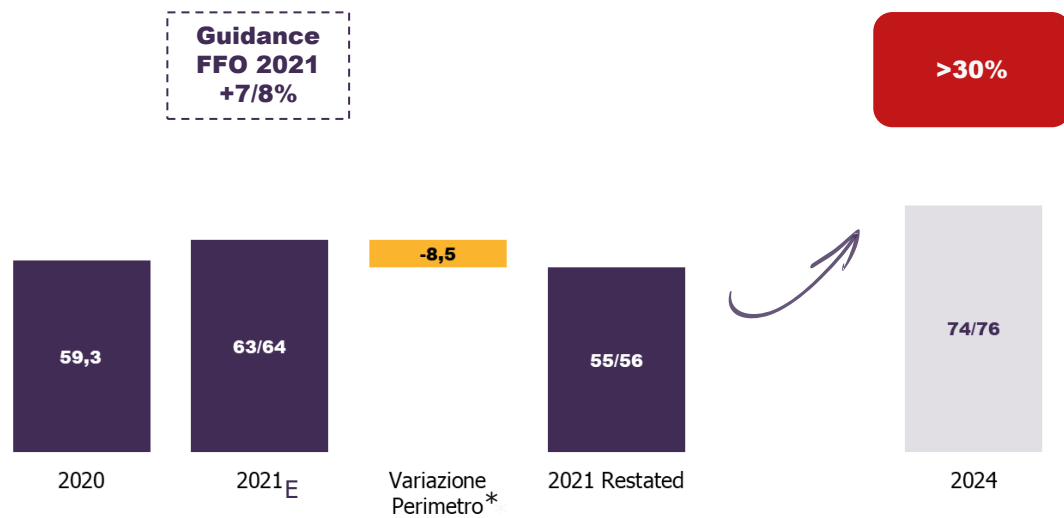
- Recupero impatti diretti COVID
- Incremento financial occupancy a valori pre-COVID (> 97%)
- Incremento per inflazione, upside, ricavi temporanei e variabili

NRI bridge (€mn)

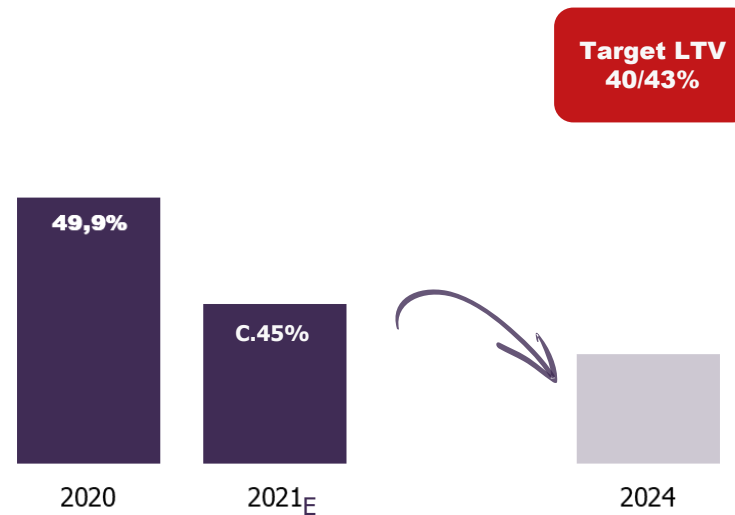


FFO e Loan to value

FFO (€mn)

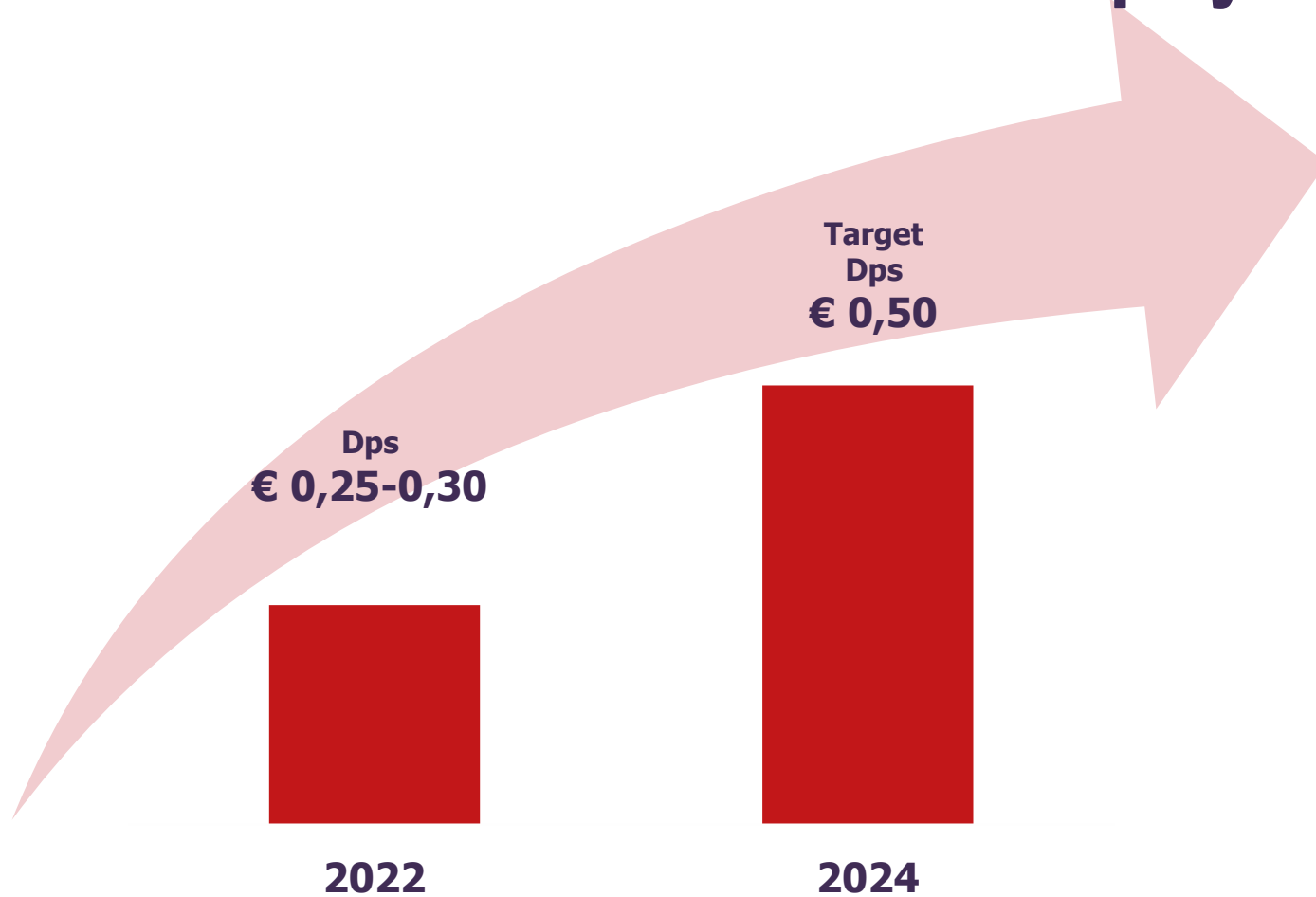


Loan to Value



A parità di perimetro asset di fine 2021.
Si è tenuto conto dei ricavi da trading sul Progetto Porta a Mare

IGD torna ad essere una «dividend company»





5 Final remarks

Obiettivo primario del Business Plan 2022-2024: gestione proattiva degli asset per proiettarli nel futuro e prepararli a nuove sfide di mercato

- 1** Gli asset hanno retto bene allo stress test della pandemia...
... confermando che il retail fisico di prossimità è resiliente...
... ed offre ancora spunti per proiettare della crescita
- 2** Nuovo scenario in cui fisico e digitale lavorano in stretta interconnessione: utilizzo di nuovi spazi e rafforzamento delle merceologie e dei tenant che sappiano cogliere i nuovi trend in atto
- 3** IGD si conferma essere una "dividend company", con un dividendo in costante crescita
- 4** Loan to value atteso in calo in area 40-43%



Resta valida l'idea di IGD come piattaforma in grado di aggregare nuovi asset, anche potenzialmente di settori diversi, al fine di accrescere ulteriormente il proprio portafoglio facendo leva sul proprio know-how e su maggiori economie di scala per creare valore, verificando la compatibilità con le condizioni di mercato