

# Risultati Anno 2011

15 Marzo, 2012

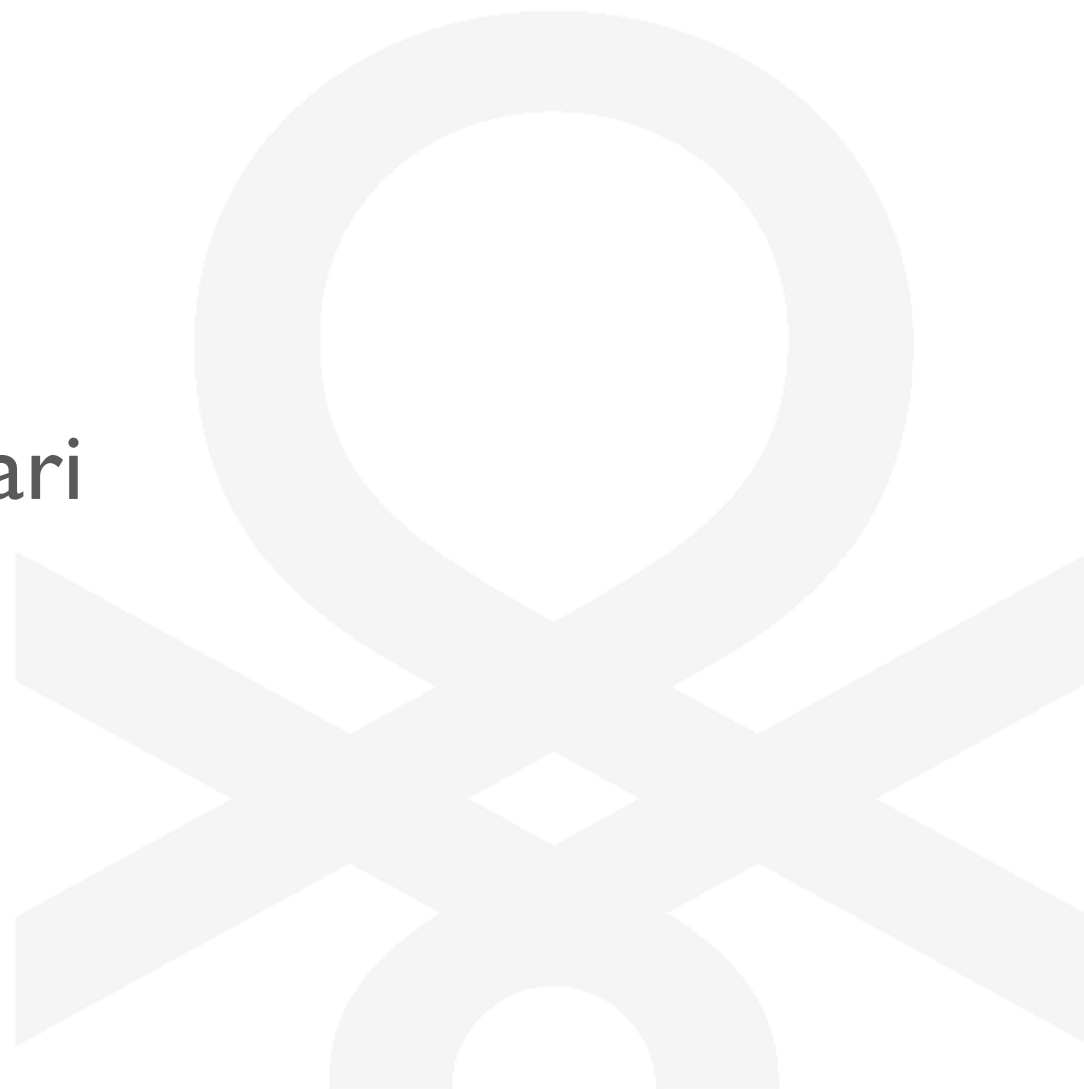


Il presente documento è stato predisposto da Benetton Group esclusivamente ai fini degli incontri con investitori e analisti. Il presente documento non costituisce un'offerta o invito ad acquisire o sottoscrivere azioni e né lo stesso documento, né alcuna sua parte, deve costituire la base di alcuna decisione, o può esservi fatto affidamento, in relazione a qualunque accordo o impegno. Il presente documento contiene indicazioni sulle prospettive future dell'azienda che riflettono le attuali opinioni e previsioni del management. Qualsiasi indicazione sul futuro dell'azienda è soggetta a rischi ed incertezze che potrebbero causare scostamenti significativi dei risultati a consuntivo rispetto alle previsioni fatte. Potenziali rischi e incertezze includono fattori quali condizioni economiche generali, fluttuazioni nei tassi di cambio, pressioni derivanti da prodotti concorrenti e prezzi ed evoluzione normativa.

Come noto, in data 3 marzo 2012, Edizione S.r.l. ("**Offerente**") ha pubblicato - ai sensi e per gli effetti dell'articolo 102, comma 3 del D.Lgs. 24 febbraio 1998, n.58 ("**TUF**") e dell'articolo 37-ter del Regolamento di attuazione del TUF, adottato dalla Consob con delibera del 14 maggio 1999 n. 11971 e successive modifiche e integrazioni. ("**Regolamento Emittenti**") - il documento di offerta ("**Documento di Offerta**") relativo all'offerta pubblica di acquisto volontaria promossa sulla totalità delle azioni ordinarie rappresentative dell'intero capitale sociale di Benetton Group non detenuto, direttamente o indirettamente, dall'Offerente ("**Offerta**").

Poiché l'Offerta è tuttora in corso, Benetton Group non risponderà ad alcuna domanda concernente l'Offerta e, più in generale, non farà alcuna dichiarazione in relazione alla stessa. La valutazione dell'Offerta da parte di Benetton Group è già stata resa nota al pubblico tramite il "comunicato dell'emittente" che è stato pubblicato in data 3 marzo 2012 come allegato al Documento di Offerta, ai sensi dell'articolo 103, comma 3 del TUF e dell'articolo 39 del Regolamento Emittenti.

## Highlights finanziari



## Ricavi

2.032	2011
2.053	2010

- ✓ Risultato a cambi correnti: -1,0%.
- ✓ Risultato a cambi costanti : -0,3%.  
Impatto negativo della valuta: -14€ mio.
- ✓ Mercati emergenti: crescita a doppia cifra.

## Marginalità Operativa

7,3%	2011
8,6%	2010

- ✓ Inflazionamento costi: notevole impatto negativo.  
Azioni contenimento costi: riduzione spese generali e amministrative.
- ✓ Oneri non ricorrenti negativi e positivo impatto dei cambi.

## Utile Netto

73	2011
102	2010

- ✓ Impatto negativo della gestione valuta (-10€ mio), rispetto i +12€ mio nel 2010.
- ✓ Aliquota fiscale (35,4%) inferiore rispetto lo scorso anno (38,7%).

## Indebitamento Netto

548	2011
486	2010

- ✓ Incremento Indebitamento Netto.
- ✓ Capitale di Funzionamento in miglioramento nell'ultima parte dell'anno.
- ✓ Investimenti commerciali dedicati alla rete di negozi.

# Analisi Ricavi & Business



# Ricavi

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	2010	2011	Var. %	Var. % C.N.
<b>Totale Ricavi</b>	2.053	2.032	-1,0%	-0,3%

Risultato a cambi correnti: -1,0%.

Risultato a cambi costanti : -0,3%.

Impatto negativo della valuta: -14€ mio.

**Mercati emergenti: crescita a doppia cifra.**

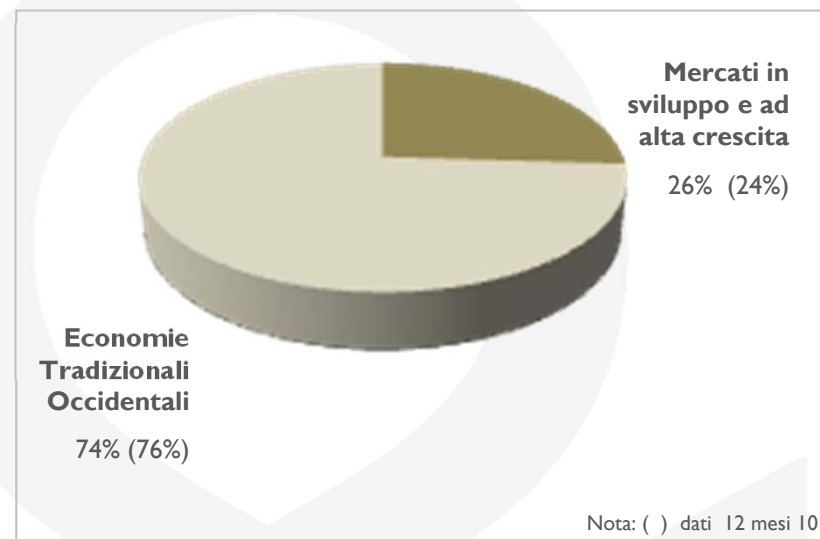


# Ricavi per Mercati

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	Anno 2010	2011
<b>Totale Ricavi</b>	2.053	2.032
	<b>Cambi correnti</b>	<b>Cambi costanti</b>
<b>Performance tot.</b>	-1,0%	-0,3%
Mercati in sviluppo e ad alta crescita	+7%	+10%
Economie Tradizionali Occidentali	-4%	-4%



Bruxelles, Rue Neuve



Santiago, Av. Goyenechea



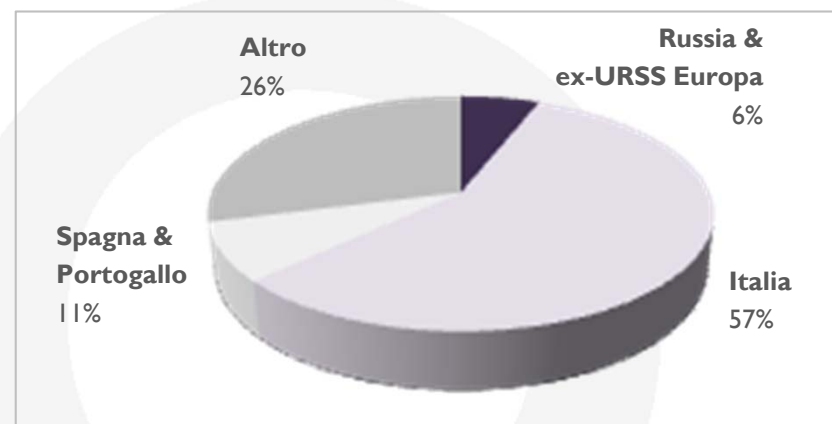
Slovenia, Ljubljana

# Ricavi per area geografica: Europa

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	Ricavi	% sul fatt. tot.
<b>Europa</b>	1.606	79%
	Cambi correnti	Cambi costanti
<b>Performance</b>	-2%	-2%



## Area Mediterranea

Italia: limitato calo del fatturato, in linea con la performance dell'Europa. Miglioramento del trend nell'ultima parte dell'anno.

Penisola Iberica: riduzione dei ricavi (-4%), in presenza di una calo contenuto in Spagna (-3%) e una significativa flessione in Portogallo (-9%).

Grecia: significativa riduzione del fatturato (-16%), con un parziale miglioramento del trend negativo nella parte finale dell'anno.

## Europa Continentale

Accelerazione della crescita dei ricavi in Germania (+6%) e Austria. Risultati positivi in UK.

## Russia & ex-URSS Europa

Conferma dell'eccellente trend di crescita in Russia (+25%) e area ex-sovietica (+19%).

Incremento della copertura del territorio, a seguito della fase iniziale di espansione commerciale nelle città secondarie; presenza con oltre 170 negozi.

Sviluppo di proposte di prodotto su segmenti con alto potenziale: iniziative dedicate al bambino e all'offerta uomo adulto.

Progetto door-to-door: miglioramento del servizio di consegna al network dei partner, grazie alla nuove modalità di spedizione merce.



# Ricavi per area geografica: Asia

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	Ricavi	% sul fatt. tot.
<b>Asia</b>	333	16%
	Cambi correnti	Cambi costanti
<b>Performance</b>	+2%	+6%

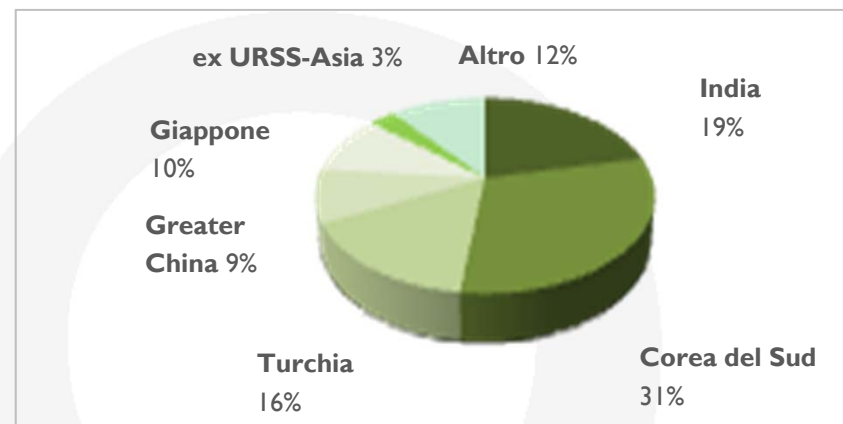
Significativa crescita dei risultati e incremento a doppia cifra in India (+11%), Corea del Sud (+11%), Paesi ex URSS Asia (+24%) e Middle East.

Positiva performance LFL in Greater China, con crescita a doppia cifra in Cina, con positivi valori anche ad Hong Kong e Taiwan.

Risultati negativi in Giappone; prosegue il calo dei risultati nel Sud Est Asiatico.

## Turchia

Crescita LFL, con un incremento a doppia cifra nella seconda parte dell'anno. Introduzione delle collezioni dedicate nella A/I II e incremento sourcing locale, contrastando l'incremento dei dazi doganali.



## India

Presenza sul territorio con ~480 negozi in oltre 100 città del Paese, supportata da oltre 90 aperture nel corso del 2011, principalmente nelle città secondarie e nelle regione del Sud-Est.

Conclusa la fase di passaggi di gestione della rete diretta ai partner: ~150 trasferimenti di negozi a partire dal 1° trim. 2010.

Incremento del traffico nei negozi e dello scontrino medio, sostenuto dall'offerta di prodotto total look e collezioni dedicate.

Nuove opportunità di mercato con potenziale significativo per l'offerta Bambino e Sisley: ~50 negozi dedicati presenti sul territorio.

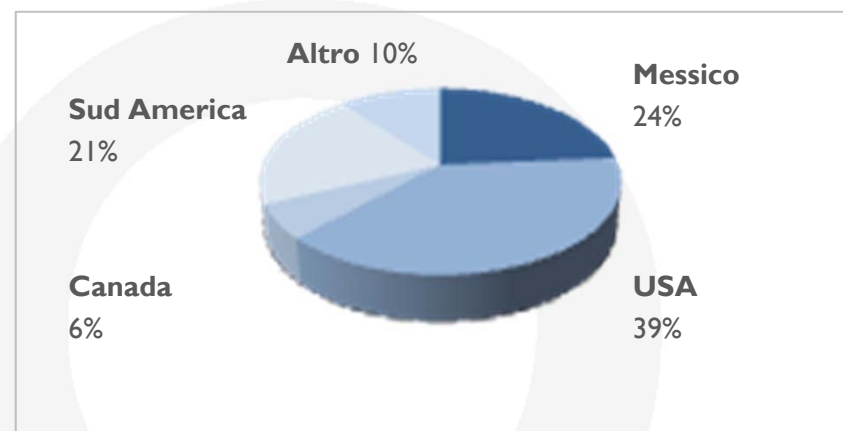
Variazioni a cambi costanti

# Ricavi per area geografica: Americhe

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	Ricavi	% sul fatt. tot.
<b>Americhe</b>	80	4%
	Cambi correnti	Cambi costanti
<b>Performance</b>	+2%	+6%



## USA & Canada

Calo del fatturato: impatto negativo dell'attività di rifocalizzazione del network.

Miglioramento del trend LFL nell'ultima parte del 2011.

## Sud America

Crescita dei ricavi pari al 42%, supportata dall'espansione della rete dei negozi e presenza nei centri commerciali.

## Messico

25 DOS e ~230 corner in Department Stores, grazie alle oltre 30 aperture totali nel 2011.

Incremento dei ricavi superiore al 20% e crescite dei negozi comparabili a doppia cifra.

Rinnovo della partnership locale nel Marzo 2011.

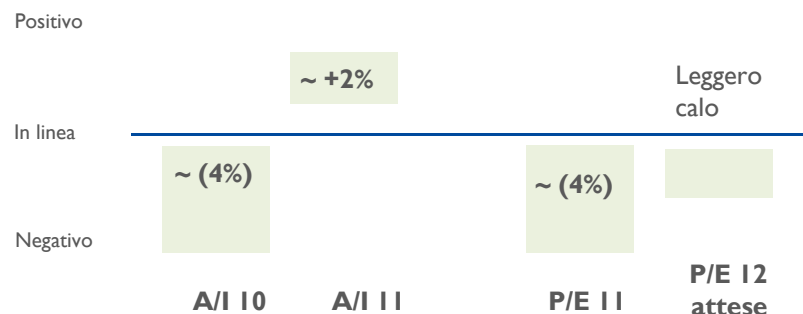
# Ricavi per Settore e Canale

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	2010	2011	Var. %	Var. % CN
<b>Totale Ricavi</b>	2.053	2.032	-1,0%	-0,3%
	↓		↓	
<b>Abbigliamento</b>	1.948	1.913	-1,8%	-1,1%
<i>Wholesale</i>	1.475	1.459	-1,1%	-0,6%
<i>Vendite Dirette</i>	473	454	-4,0%	-2,7%
<b>Tessile</b>	105	119	+14,1%	+14,1%

## Trend Collezioni



### Performance

A/I 11: positiva performance della raccolta ordini (+2%).  
 P/E 12: attesa una performance in leggero calo nella raccolta ordini.  
 Nuovi Progetti: positivi contributi nelle collezioni 2011 e sostegno delle performance attese nelle prossime collezioni.

### Drivers

Leggero miglioramento del Price/Mix e tenuta dei volumi: drivers P/E 12 in linea con i precedenti trend.

## Ricavi Abbigliamento per canale



### Wholesale

Risultati in linea con lo scorso anno, sostenuti dai trend delle collezioni.  
 Tempificazione delle consegne allineata alle richieste commerciali.

### Vendite Dirette

LFL: performance flat nel 4° trimestre, in miglioramento rispetto il trend dei primi 9 mesi dell'anno.  
 Risultato di fine anno: leggero calo (-2%), supportato dalle vendite comparabili nei principali mercati emergenti.  
Risultati Anno 2011 – Risultato leggermente positivo, escludendo l'impatto negativo della valuta e dei passaggi di gestione negozi ai partner in India.

# Ricavi Abbigliamento per Brands

UNITED COLORS OF BENETTON.

UNITED COLORS OF BENETTON.



UCB 50%  
(52%)



SISLEY



Sisley 16%  
(16%)



UNITED COLORS OF BENETTON.



UCB Bambino & Sisley Young

Bambino 32%  
(30%)



Playlife



Playlife 2%  
(2%)



Nota: ( ) dati 12 mesi 10



# Brands: iniziative

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

## Brand & Valori



### United Colors of Benetton

**UNHATE:** Nuova campagna di comunicazione istituzionale mondiale in autunno.

**Lana Sutra:** comunicazione valori del Gruppo dialogando con il mondo dell'arte a partire da settembre.

### Sisley

Nuove campagne di comunicazione rappresentative della filosofia Independent life-style del marchio.

## Brand & Prodotto



### United Colors of Benetton

Introduzione Special Collections. Sviluppo Collezione dedicate.

Focus innovazione e ricerca di prodotto.

**UCB Kids** – rimodulazione struttura di collezione e ampliamento dell'offerta.

**Sisley** – proposte di collezione caratterizzate dall'incremento della componente moda accessibile.

## Brand & Negozio



### United Colors of Benetton

Aperture e rinnovi spazi vendita con il nuovo concept Lissoni.

**Sisley & Playlife** - Introduzione del nuovo concept di negozio nell'ultima parte del 2011.

Innovative modalità di comunicazione, attraverso l'utilizzo dei New Media e tecnologie digitali.

## United Colors of Benetton



**UNHATE** - Nuova campagna di comunicazione istituzionale mondiale, utilizzando immagine simboliche di tolleranza e riconciliazione, valori propri del marchio, con un tocco di ironia e provocazione.

Eccellenti risultati registrati dalla campagna UNHATE: tra i primi cinque topic trend a livello mondiale nei giorni del lancio della campagna, sia su Twitter sia su Google: fans su Facebook cresciuti del 60%.

Grande attenzione dedicata dai media internazionali, con più di 3000 articoli pubblicati e oltre 600 servizi televisivi in 60 paesi nel mondo.

Fondazione UNHATE: nuova fondazione costituita dal Gruppo Benetton, per la proposta continua di azioni di responsabilità sociale, attraverso molteplici iniziative e strumenti di comunicazione, in ulteriore sviluppo per il futuro.

**Lana Sutra** - Dialogo del Gruppo Benetton con il mondo dell'arte, attraverso specifiche iniziative di comunicazione.

Esposizione di 15 installazioni in selezionati flagship: opere artistiche, inno all'amore, ricoperte di filo di lana e colore, rappresentativi del DNA del marchio.

## UCB



Rafforzamento struttura manageriale, creativa e merchandising.

Struttura dell'offerta: introduzione *Special Collections* e progressivo roll-out a partire dalla P/E 11.

Nuovi inserimenti attesi nella P/E 12.

Innovazione e ricerca di prodotto: proposte innovative nella maglieria tricot, rappresentativa del DNA aziendale.

## Sisley



Definizione della nuova architettura dell'offerta a partire dalle P/E 12, attraverso segmentazione per funzioni d'uso e stile.

Introduzione azioni specifiche per rafforzare l'identità del brand: definizione delle categorie chiave di prodotto, identificative del brand e valorizzate nel punto vendita.

## UCB Kids



Rimodulazione della struttura dell'offerta, a partire dalla P/E 12.

Mood internazionale nella proposta delle collezioni.

Significativa crescita supportata dall'offerta di prodotto e iniziative introdotte nei mercati internazionali.



# Brands & Negozio

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

## United Colors of Benetton



Sviluppo del concept Lissoni, presente in oltre 30 Paesi, e definizione nuova modalità espositiva.



## Sisley



Introduzione del nuovo concept store: prima apertura nel mese di settembre. Adozione del nuovo format per aperture e rinnovi.



## Playlife



“Welcome Home”: sviluppo del nuovo concept e shopping experience innovativa, sviluppando il concetto di multi-brand store.



## Live Windows

Creazione di spazi di vendita innovativi, supportata dalla continua sperimentazione di nuove tecnologie e modalità di comunicazione: sviluppo del Progetto “Benetton Live Windows”.

Utilizzo di tecnologie avanzate, proposte nei principali flagship mondiali, per realizzare una innovativa consumer experience.



## Benetton “Studios”

Nuovi spazi presso l’headquarter dedicati a molteplici attività di sviluppo:

Studio dei nuovi concept

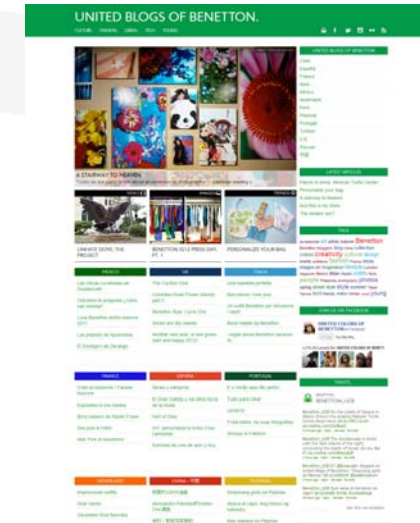
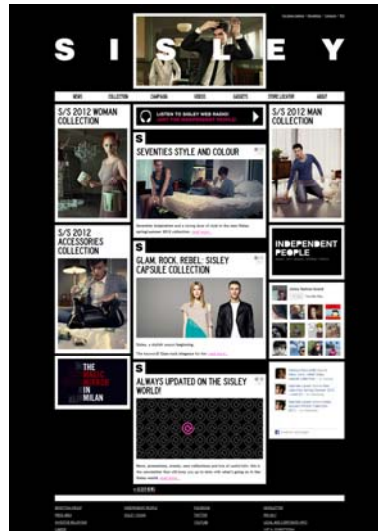
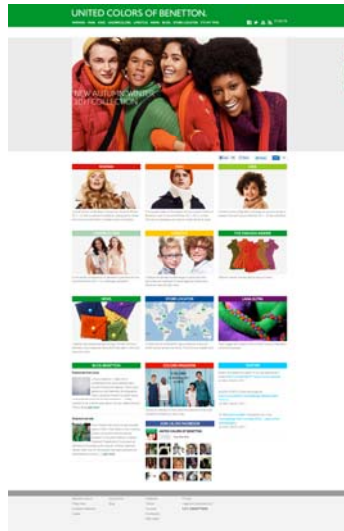
Test Visual Merchandising.

Implementazione spazi vendita innovativi.

Sfilate e presentazioni tecniche di prodotto.

# Brands & Iniziative Digitali

UNITED COLORS  
OF BENETTON.



## Siti di Prodotto

Completo restyling dei siti di prodotto per tutti i brand del Gruppo: United Colors of Benetton, Sisley e Playlife.

Lancio dei due nuovi blog internazionali per UCB (United Blogs of Benetton) e Sisley (Independent People).

## Benetton.com

Lancio del nuovo *benettongroup.com*, portale di accesso a tutte le aree istituzionali e innovativa sezione Investor Relations, rivista nella sua interezza e arricchita di nuove sezioni e funzionalità.

## Applicazioni

Nuove applicazioni di prodotto e corporate per iPhone, iPad, BlackBerry e Android.

Facebook: raggiunti oltre 1.000.000 di fans, rispetto i 250mila di inizio anno.

# Analisi Conto Economico

# Conto Economico

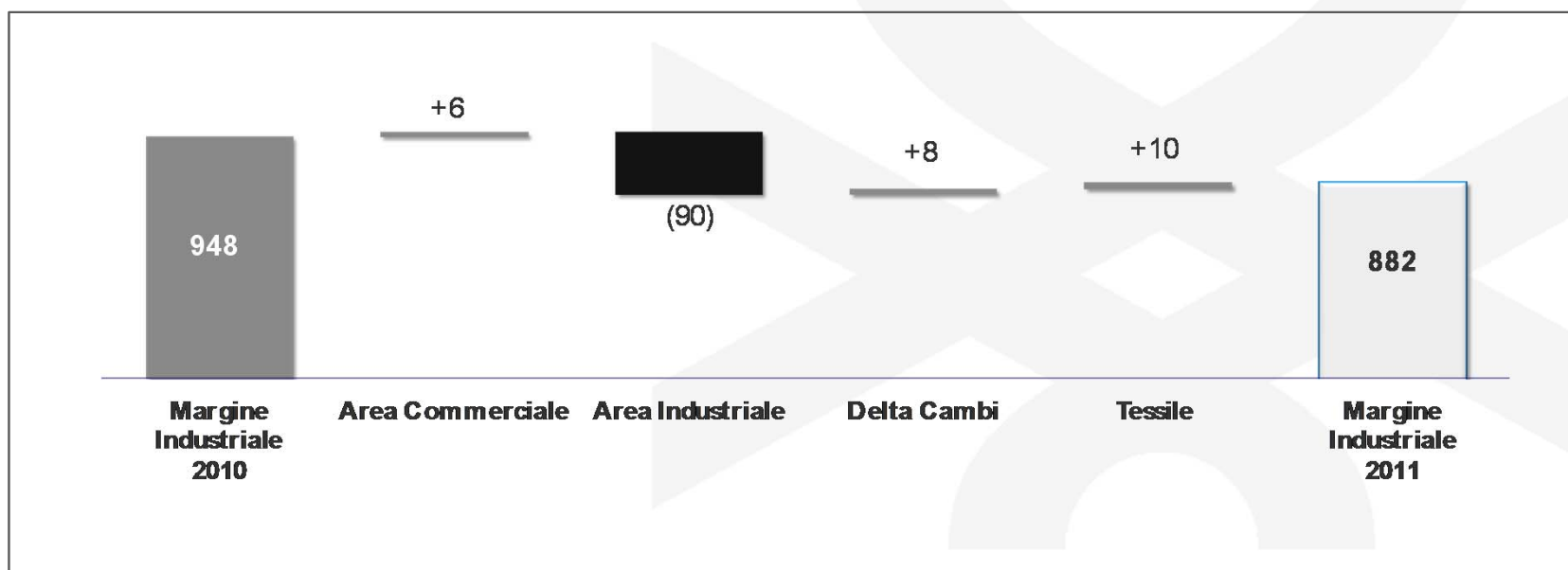
UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	2010	2011	Var % 2011 vs 2010
<b>Ricavi</b>	<b>2.053</b>	<b>2.032</b>	-1,0%
<b>Margine industr.</b>	<b>948</b>	<b>882</b>	-6,9%
%	46,2%	43,4%	
<b>Margine di contribuz.</b>	<b>789</b>	<b>724</b>	-8,2%
%	38,4%	35,6%	
SGA	-581	-570	-1,8%
<b>EBIT gest. Ordin.</b>	<b>208</b>	<b>154</b>	-26,2%
%	10,1%	7,6%	
Proventi / (Oneri) non ricorr.	-32	-5	
<b>EBIT</b>	<b>176</b>	<b>149</b>	-15,4%
%	8,6%	7,3%	
Utile ante imposte	168	119	-28,8%
<b>Utile netto</b>	<b>102</b>	<b>73</b>	-28,3%
%	5,0%	3,6%	
<b>EBITDA gest. Ord.</b>	<b>311</b>	<b>256</b>	-17,6%
%	15,2%	12,6%	

# Analisi Margine Industriale

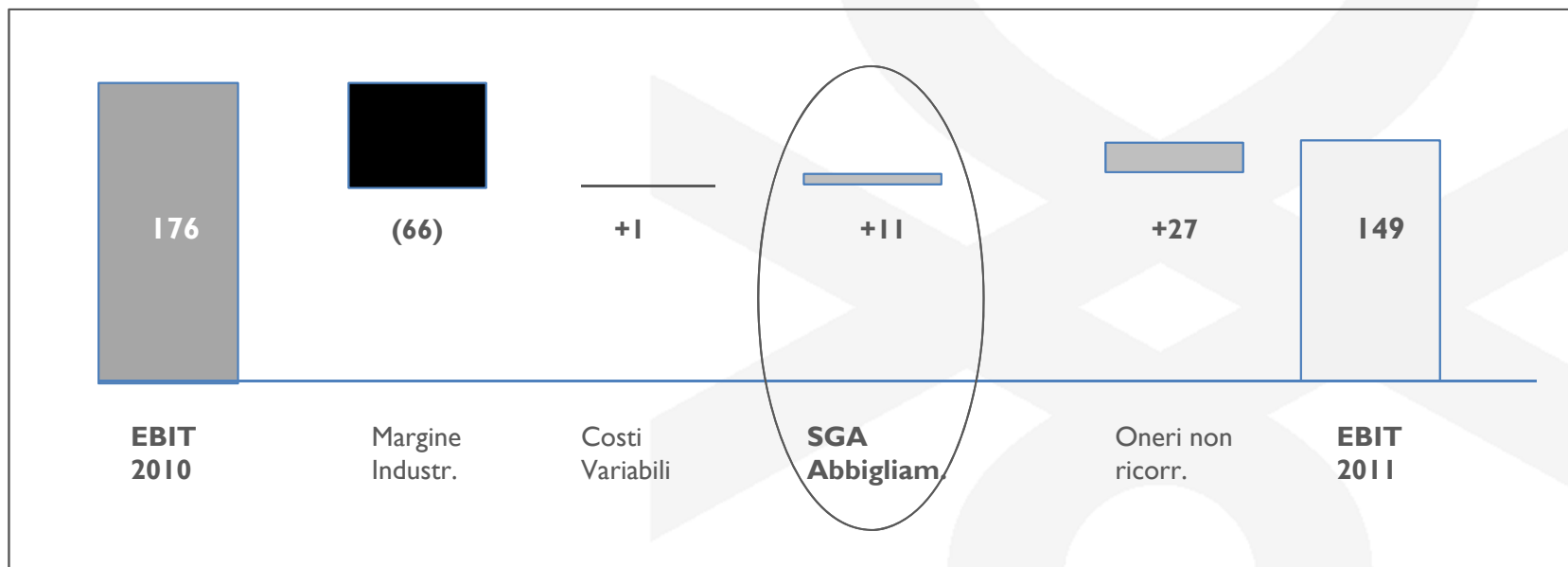
	2010	2011	Var. %	Var. % C.N.
<b>Margine Industriale</b>	<b>948</b>	<b>882</b>	<b>-6,9%</b>	<b>-7,7%</b>
% sul fatturato	46,2%	43,4%	-280bp	-340 bp





# Analisi Ebit

	Non ricorr.	Ebit gestione ordin.	EBIT	% sul fatturato
2010	(32)	208	176	8,6%
2011	(5)	154	149	7,3%

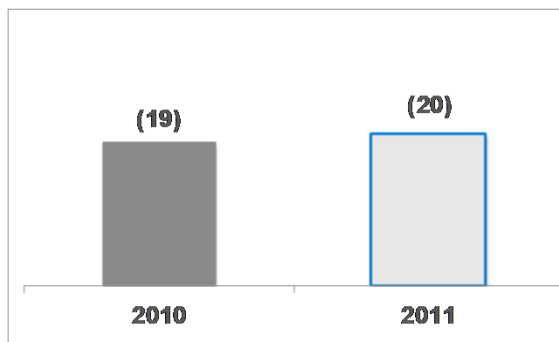


# Gestione Finanziaria e Utile Netto

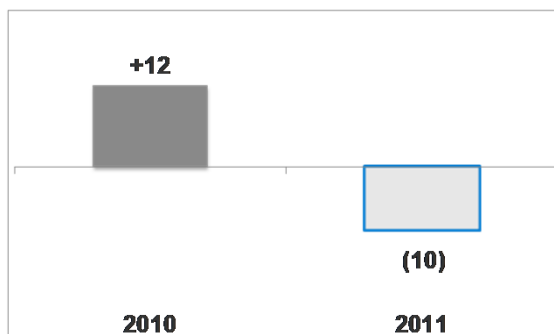
UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

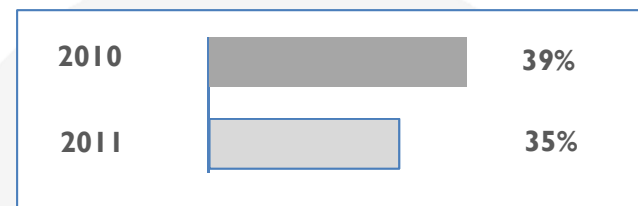
## Oneri Finanziari



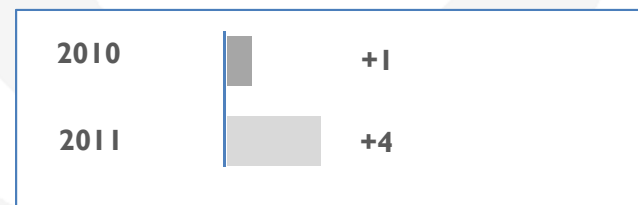
## Gestione Valuta



## Tax Rate



## Interessi Minoranze



	2010	2011	Var. %
<b>Utile Ante Imposte</b>	168	119	-28,8%
% sul fatturato	8,2%	5,9%	

	2010	2011	Var. %
<b>Utile Netto</b>	102	73	-28,3%
% sul fatturato	5,0%	3,6%	



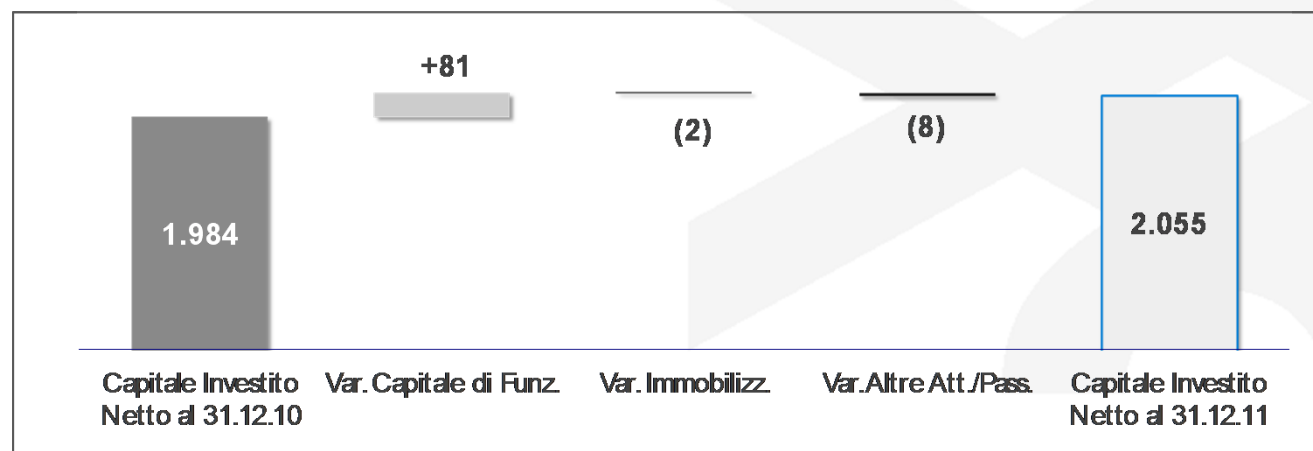
# Analisi Stato Patrimoniale e Rendiconto Finanziario

# Capitale Investito Netto

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

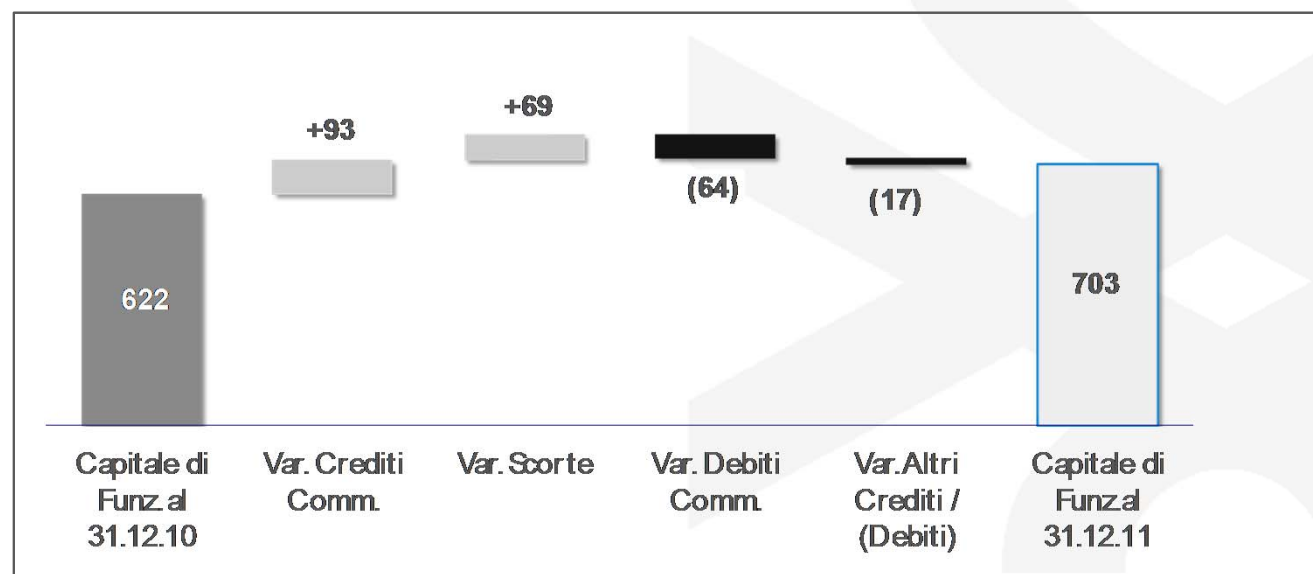
€M

	31.12.2010	31.12.2011	delta
<b>Cap. di Funzionamento</b>	<b>622</b>	<b>703</b>	81
Attività dest. a cessione	10	5	-5
Immob. Mat. e Immat.	1.314	1.317	3
Immob. Finanziarie	25	20	-5
Altre Attività/(Passività)	13	10	-3
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>1.984</b>	<b>2.055</b>	71
<i>finanziato da</i>			
<b>Indebitamento Fin. Netto</b>	<b>486</b>	<b>548</b>	62
<b>Patrimonio Netto Totale</b>	<b>1.498</b>	<b>1.507</b>	9

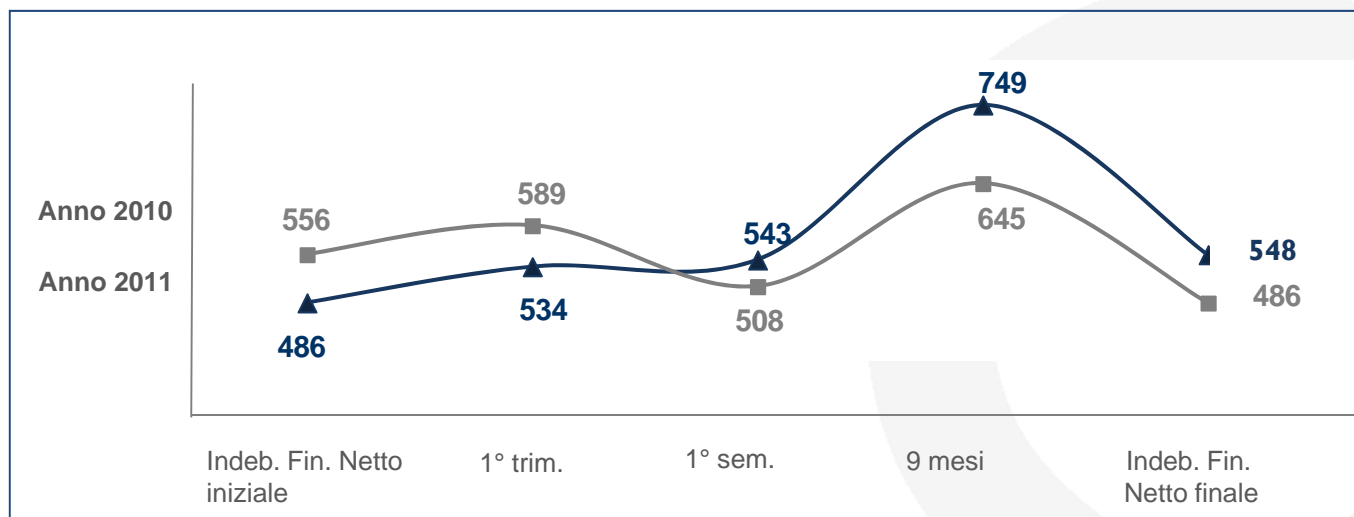


# Capitale di Funzionamento

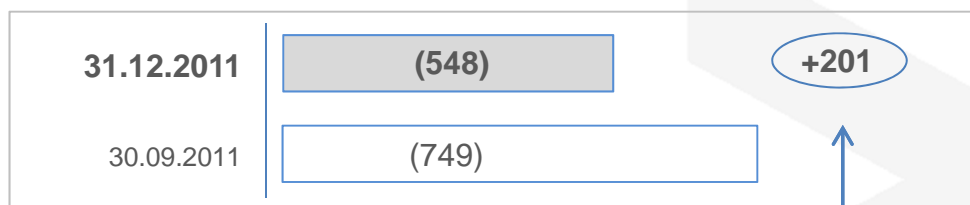
	31.12.2010	31.12.2011	delta
<b>Cap. di Funzionamento</b>	<b>622</b>	<b>703</b>	81
Crediti Commerciali	804	897	93
Scorte	293	362	69
(Debiti Commerciali)	-442	-506	-64
Altri Crediti/(Debiti)	-33	-50	-17



# Indebitamento Finanziario

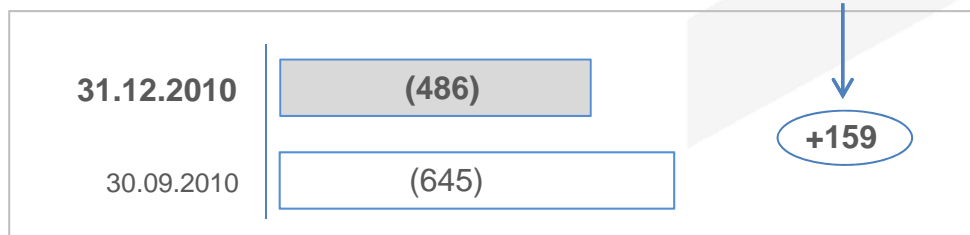


Incremento PFN:  
continui investimenti;  
aumento del Capitale di  
Funzionamento;  
acquisto Azioni Proprie.



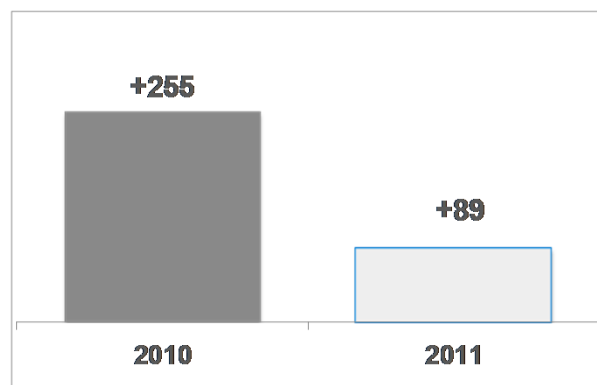
**Stagionalità Indebitamento Finanziario e flussi di cassa: analisi 4° trim.**

Flussi di cassa generati nel 4° trim.

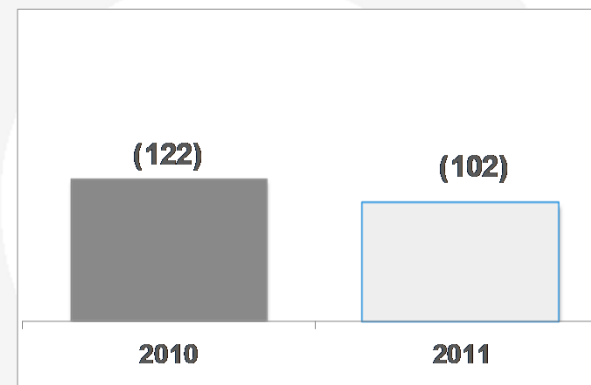


Significativo miglioramento della generazione di cassa nell'ultima parte del 2011 rispetto il 2010, tra cui il controllo del Capitale di Funzionamento.

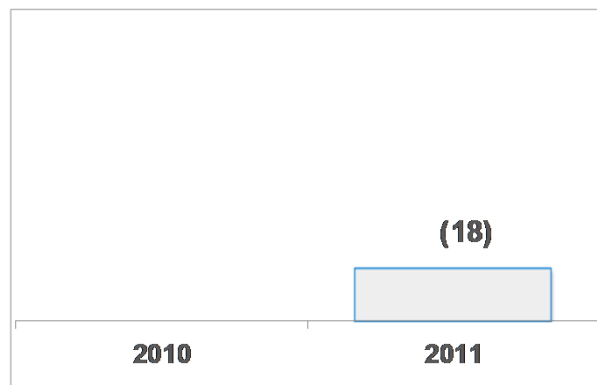
## Attività Operativa



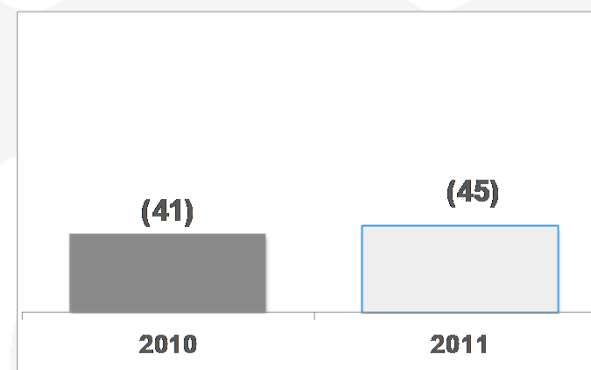
## Attività di Investimento



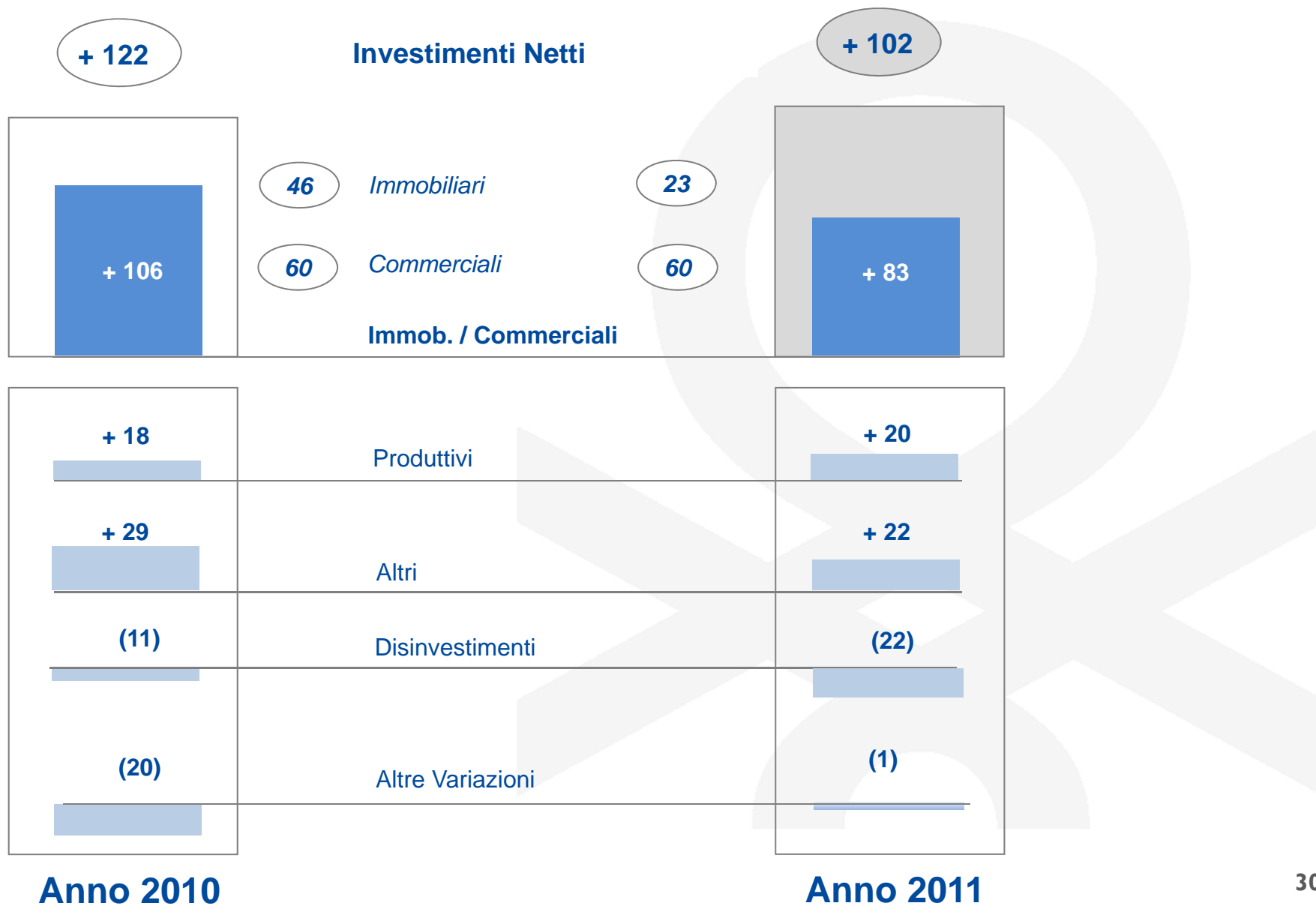
## Azioni Proprie



## Dividendi




# Investimenti Netti



# Outlook



## Contesto Macroeconomico

 Contesto economico sfidante, caratterizzato da persistenti difficoltà nell'area Eurozona, in particolare nei mercati mediterranei.

Rallentamento dei consumi nei mercati consolidati.

Difficoltà di accesso al credito e riduzione della spesa.

 Conferma del trend di crescita nei mercati emergenti.

## Iniziative

Identificazione e introduzione di nuove iniziative a supporto delle azioni di stimolo alla crescita.

Incremento della visibilità dei marchi nelle città di tendenza.

Identificazione priorità geografiche e valutazione delle opportunità di canale.


## Focus Strategico

Rafforzamento delle azioni di stimolo alla crescita, attraverso la focalizzazione sui 3 capisaldi:


- ✓ Rafforzamento dei marchi.
- ✓ Arricchimento e continuo miglioramento del prodotto.
- ✓ Rinnovo della rete dei negozi.

Aumento attrattività Punto vendita e innovativa Consumer Experience; focus specifico sulle performance di sell-out e profittabilità di negozio.

## Marginalità Operativa

 Inflazionamento costi: impatto negativo materie prime, concentrato nella prima parte dell'anno.

Inflazionamento costo del lavoro in alcuni mercati di riferimento per il sourcing produttivo.

 Flessibilità produttiva in risposta alle dinamiche dei costi e allocazioni per categoria merceologica.  
Identificazione nuove azioni di contenimento dei costi operativi.



# Annex



# Stato Patrimoniale Funzionale e Cap. di Funzionamento

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

€M

	31.12.2010	31.12.2011	delta
<b>Cap. di Funzionamento</b>	<b>622</b>	<b>703</b>	81
Attività dest. a cessione	10	5	-5
Immob. Mat. e Immat.	1.314	1.317	3
Immob. Finanziarie	25	20	-5
Altre Attività/(Passività)	13	10	-3
<b>Capitale Investito Netto</b>	<b>1.984</b>	<b>2.055</b>	71
<i>finanziato da</i>			
<b>Indebitamento Fin. Netto</b>	<b>486</b>	<b>548</b>	62
<b>Patrimonio Netto Totale</b>	<b>1.498</b>	<b>1.507</b>	9

	31.12.2010	31.12.2011	delta
<b>Cap. di Funzionamento</b>	<b>622</b>	<b>703</b>	81
Crediti Commerciali	804	897	93
Scorte	293	362	69
(Debiti Commerciali)	-442	-506	-64
Altri Crediti/(Debiti)	-33	-50	-17

# Terreni e Fabbricati – valore contabile

<b>Terreni e Fabbricati</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2011</b>	<b>Var</b>
Commerciali	657	648	-9
Industriali	104	112	8
Altro	19	19	0
<b>Totale</b>	<b>780</b>	<b>779</b>	<b>-1</b>

<b>Commerciali</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2011</b>	<b>Var</b>
Italia	166	164	-2
Russia - Ex URSS	149	146	-3
Francia	106	104	-2
Spagna	66	67	1
Giappone	42	45	3
Portogallo	28	28	0
Belgio	18	17	-1
Turchia	18	15	-3
Austria	15	15	0
Iran	16	14	-2
USA	15	16	1
India	10	9	-1
Kosovo	4	4	0
Svizzera	2	2	0
Mongolia	2	2	0
<b>Totale</b>	<b>657</b>	<b>648</b>	<b>-9</b>

	2010	2011
Flusso di cassa attiv. operat. ante var. capitale funzionar	331	270
Variazione Capitale di Funzionamento	-3	-117
Interessi corrisposti/percepiti e differenze cambio	-9	-30
Pagamento Imposte	-64	-34
<b>Flusso di cassa dell'attività operativa</b>	<b>255</b>	<b>89</b>
Investimenti Operativi Netti	-115	-103
Immobilizzazioni Finanziarie	-7	1
<b>Flusso di cassa dell'attività di investimento</b>	<b>-122</b>	<b>-102</b>
<b>Flusso generato dalla gestione ordinaria</b>	<b>133</b>	<b>-13</b>
Pagamento Dividendi	-41	-45
Acquisto Azioni Proprie	0	-18
<b>Surplus/(Deficit)</b>	<b>92</b>	<b>-76</b>

# Linee di Credito al 31.12.2011

## Finanziamenti

**400€ m (2007-2012)**

3 Finanziamenti

**Situazione attuale**

Completamente utilizzato

Costo: Euribor 1/2/3/6 mesi + 20/50 bp\*

100€ m BNL  
150€ m Unicredit  
150€ m Intesa S. Paolo

**250€ m (2010-2015)**

Club Deal

**Situazione attuale**

Completamente utilizzato

Costo: Euribor 1/2/3/6 mesi + 150/250 bp\*

50€ m BNL  
50€ m Credit Agricole  
50€ m Cassa risp.  
del Veneto  
50€ m Mediobanca  
50€ m Unicredit

**5.000Jpy m (2011-2014)**

Finanziamento

**Situazione attuale**

Compl. utilizzato

Costo: Libor Jpy 6 mesi + 65 bp

5.000Jpy m  
Development  
Bank of Japan

### Covenant\*\*

		2011
EBITDA / On. Fin. netti	min 4	13,3 x
I.N. / EBITDA	max 3.5	2,1 x

\* In funzione del covenant I.N./EBITDA

\*\* Covenant calcolati due volte l'anno

# Linee di Credito al 31.12.2011

## Linee di Credito Revolving

**60€ m (2009-2014)**

Linea di credito committed

**Situazione attuale**

Non utilizzato

Costo: Euribor 1/2/3/6 mesi + 150/250 bp\*

60€ m  
Banca Pop. Vicenza

**Covenant\*\***

**2011**

EBITDA /  
On. Fin. netti

min 4

**13,3 x**

I.N. /  
EBITDA

max 3.5

**2,1 x**

**150€ m (2010-2015)**

Linea di credito committed

**Situazione attuale**

Non utilizzato

Costo: Euribor 1/2/3/6 mesi + 150/250 bp\*

30€ m BNL  
30€ m Credit Agricole  
30€ m Unicredit  
30€ m Cassa Resp.  
del Veneto  
30€ m Mediobanca

## Linee di credito a revoca

**440€ m**

Linee di credito a revoca

**Situazione attuale**

Utilizzato per 35€ m

Costo: tasso interbancario (o prime) + spread

\* In funzione del covenant I.N./EBITDA

\*\* Covenant calcolati due volte l'anno

Il presente documento contiene indicazioni sulle prospettive future dell'azienda che riflettono le attuali opinioni e previsioni del Management. Qualsiasi indicazione sul futuro dell'azienda è soggetta a certi rischi ed incertezze che possono causare scostamenti materiali dei risultati a consuntivo rispetto alle previsioni fatte. Potenziali rischi e incertezze includono fattori quali condizioni economiche generali, fluttuazioni nei tassi di cambio, pressioni derivanti da prodotti concorrenti e prezzi ed evoluzione normativa.