



Conference call **igd** SPAGNA VIVERE  
19/12/2013  
Ore 17,00

Presentazione Business Plan 2014-2016

# DISCLAIMER

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

### 3 Perché un aggiornamento del BP?

OBIETTIVO  
BASE

**Piano rolling** con un aggiornamento annuale (metodologia introdotta nel 2009 e ormai consolidata)

SITUAZIONE  
CONTINGENTE

**Peggioramento del contesto macroeconomico a fine 2012 e 2013** (e delle **aspettative** per gli anni successivi) in termini di :

- PIL
- Inflazione
- Consumi

*però*

PROSPETTIVE

- ✓ Rispetto a un contesto con condizioni operative critiche, le performance della gestione caratteristica di IGD hanno confermato la validità del **modello di business**
- ✓ si assiste a un **ritorno di interesse** degli **investitori istituzionali (esteri)** sull'**ITALIA**, specialmente nel **settore Retail**
- ✓ in **ITALIA** i **consumatori** godono di **buona solidità patrimoniale**, anche se i redditi sono ancora sotto pressione
- ✓ Prevista una, se pur **lieve**, **ripresa** nei prossimi 3 anni (sia in termini di PIL sia, successivamente, di consumi)

## 4 Ipotesi Macro di base

<b>Ipotesi di base</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Inflazione NEW</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,5%</b>
Inflazione OLD	2,2%	2,0%	2,0%	-
<b>PIL NEW</b>	<b>-1,8%</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,7%</b>
PIL OLD	-0,3%	1,1%	1,2%	-
<b>Consumi NEW</b>	<b>-2,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,4%</b>
Consumi OLD	-1,1%	0,7%	1,0%	-
<b>Inflazione area Euro NEW</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,4%</b>	<b>nd</b>
Inflazione area Euro OLD	1,7%	1,7%	1,7%	-
<b>PIL NEW</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,9%</b>
PIL OLD	2,2%	3,7%	4,0%	-
<b>Consumi NEW</b>	<b>1,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>3,2%</b>	<b>3,2%</b>
Consumi OLD	2,9%	nd	nd	-

Elaborazioni IGD su campione di Istituti e Ricerche



# 5 Integrazione della sostenibilità nel Business Plan

Il presente Piano Industriale integra al suo interno, per la prima volta, le **logiche di sostenibilità** nelle **strategie aziendali**. Questi i principali impatti strategici:

**Incrementare qualità ed efficienza dei centri**



**Interpretare le necessità in un contesto che cambia**



**Rafforzare il concetto di «Spazi da Vivere»**



- **Piano di roll out ISO 14001 e certificazione BREEAM** di asset del portafoglio
- Interventi specifici e mirati per la riduzione dei **consumi energetici**
- Applicazione delle **Linee Guida** per la **fruibilità** dei Centri **da parte dei disabili**
  
- strutturazione dello **stakeholder engagement**: periodico monitoraggio della soddisfazione di tenant e visitatori (anche sugli eventi), di banche e investitori (su temi CSR) e dei dipendenti (sul clima aziendale)
  
- forte attenzione alle strategie di **comunicazione integrata**
- utilizzo mezzi di comunicazione «2.0» (ad es. app.)

## 6 Key figures - Business Plan 2014-2016

CAGR Ricavi gestione caratteristica di cui:	<b>+2,9%</b>
CAGR Ricavi da attività locativa	<b>+2,6%</b>
CAGR Ricavi da servizi	<b>+7/8%</b>
CAGR Ricavi attività locativa LFL	<b>+1,5%</b>
Ebitda Margin Freehold Management	<b>&gt; 80% (+3 punti p.li su 2013)</b>
Gearing ratio	<b>Ca. 1,2x</b>
Loan to Value (fine 2016)	<b>Ca 54 %</b>
Interest Cover Ratio (fine 2016)	<b>Ca 2x</b>
FFO (arco piano)	<b>30 / 35 €mn</b>
Ampliamenti e Capex	<b>Ca 110 €mn</b>
Nuovi investimenti	<b>Ca 85 €mn</b>
Dismissioni	<b>ca 190 €mn</b>

**Crescita concentrata a fine piano per l'andata a regime degli investimenti effettuati**

Rispetto al precedente BP le differenze di performance negli indicatori economico finanziari sono in larga parte addebitabili al mutato contesto macroeconomico

*I CAGR sono calcolati su base 2013*

# 7 Change in fv assumptions in BP

**Market Value Portafoglio Immobiliare al 30/06/2013  
1.9mld€**

**Attesa evoluzione del fair value arco Piano Industriale**

2013	2014	2015	2016
<b>Ulteriori lievi flessioni</b>			<b>Stabilità</b>
Investimenti sul portafoglio esistente senza incremento del valore degli asset			

**Totale Change in Fair Value  
ca. – 70mn€**

## 8 Strategie commerciali: Italia

**Conferma strategie commerciali** in corso per **sostenere la headline dei ricavi e la riduzione della vacancy:**

✓ **Merchandising mix:** non solo negozi dedicati allo shopping ma anche servizi alla persona (come cliniche mediche e dentistiche, centri fitness, benessere). Ciò anche per bilanciare nuove modalità di commercio derivanti dalla diffusione dell'e-commerce.

✓ **Capacità di interpretare e reagire ai cambiamenti in atto nei modelli di consumo:** nuove necessità dell'ancora alimentare, sviluppo dei temporary shop, introduzione di botteghe di prodotti tipici e food design, nuova area dell'usato (sia nell'abbigliamento che nell'elettronica).



@identicoop®  
preziosi.cura.sorrisi

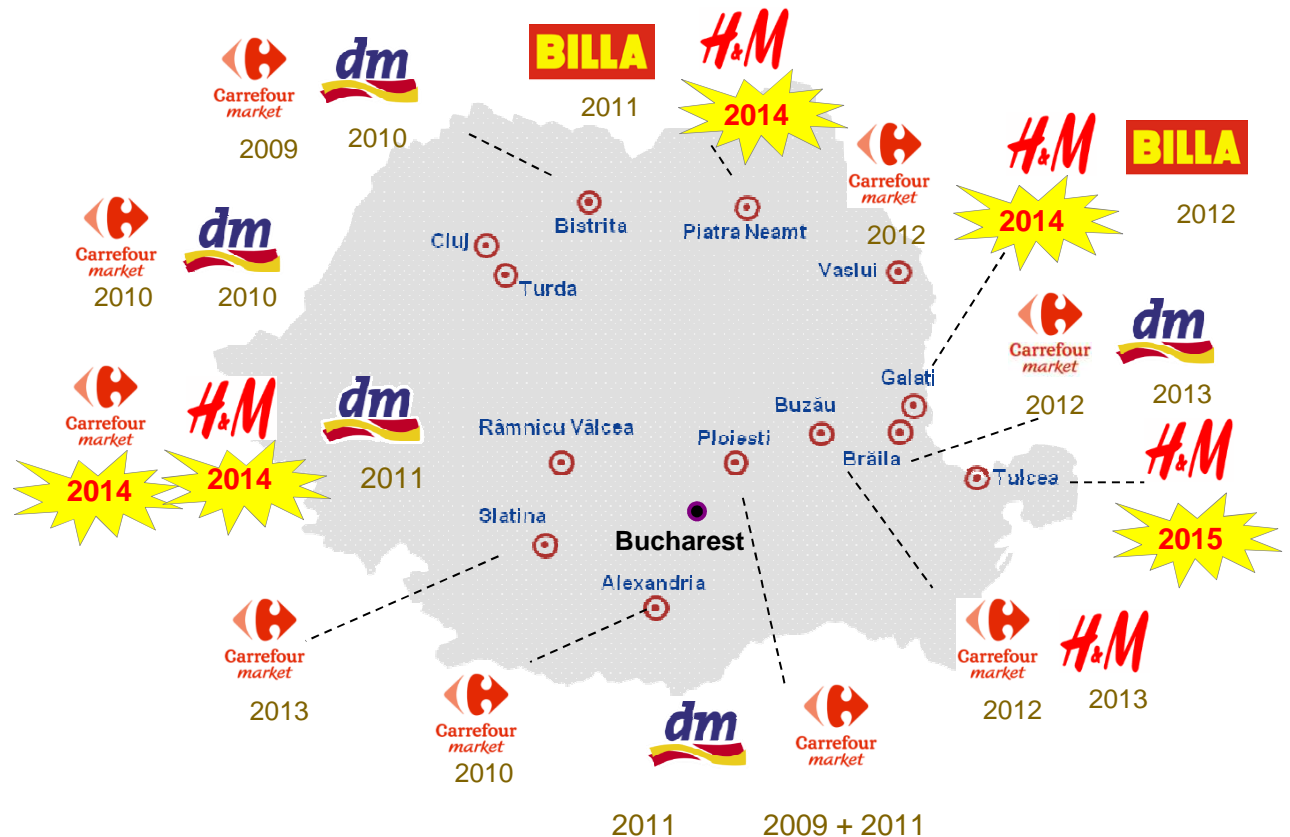
- ✓ **Attenzione alla sostenibilità dei tenant** anche in funzione del rischio credito
- ✓ **Piani marketing** coordinati per un'identità comune e per ottimizzare i costi
- ✓ **Revisione dei lay out** ricomponendo mix tra medie superfici e negozi di vicinato



# 9 Strategie commerciali: Romania

**winmarkt**  
shopping in center

- ✓ La location Winmarkt si conferma punto di forza, sebbene l'impatto sul breve periodo delle nuove aperture competitors sia sensibile
- ✓ L'appeal dei centri commerciali di nuova generazione può essere bilanciato:
  - dal **consolidamento della leadership di prossimità** Winmarkt (merchandising mix)
  - dall'**ammodernamento del format**, fisico e commerciale (capex, new brands)
- ✓ Merchandising mix ancorato su 3 capisaldi:
  - **ancora alimentare** (internazionale)
  - **attrattore fashion** (e/o calzature) internazionale
  - **entertainment**, orientato a bambini (children park, con store tematici e servizi alle famiglie) e giovani (fitness)
- ✓ L'elettronica di consumo va sempre più orientata a presenza di completamento dell'offerta



# 10 Strategia sul Portafoglio Immobiliare: Italia

## **Investimenti e capex**

*Focalizzazione sulla committed pipeline:*

- ✓ Restyling e ampliamenti dei centri prime in funzione degli obiettivi commerciali e per mantenere elevata attrattività
- ✓ Nuove aperture di centri con potenzialità sul territorio o progetti innovativi come Porta a mare
- ✓ Sostegno nel breve ai centri di ultima apertura per il mantenimento di elevati livelli di occupancy come premessa, per il successivo raggiungimento della piena redditività

## **Asset management**

- ✓ Rotazione/cessione di asset

## **Ecosostenibilità**

- ✓ Forte attenzione all'efficienza energetica sia nelle manutenzioni che nei nuovi impianti per contenere le spese generali e per attrarre tenants sensibili alle tematiche ambientali

# 11 | Strategia sul Portafoglio Immobiliare: Romania

## Investimenti

Previsti circa **6 € mln** (in linea con precedente BP 2012-15) per:

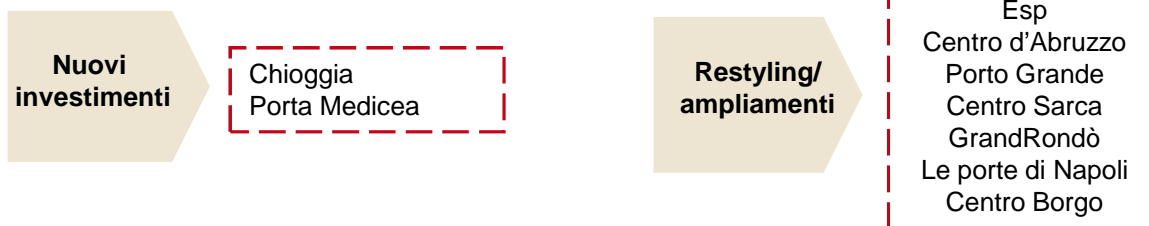
- **Adeguamento agli standard internazionali** dei centri (facciate, *fit-out* interni)
- **efficienza immobiliare** (fruizione verticale, recupero e qualificazione GLA)
- **sostenibilita' energetica** (trasformatori d'energia, isolamento termico)

Maggiore pressione sul 2014 (slittamento refurbishment di Piatra Neamt e anticipo di 1 H&M precedentemente previsto nel 2015)

## Cessioni

Viene confermata la cessione di **Slatina** (prevista alla fine del 2014) allo stesso valore ipotizzato in precedenza, ossia 3,5 € mln

# 12 Patrimonio immobiliare Gruppo IGD: Pipeline



Investimento	Previsione aperture		2014			Totale piano ('14-'16)
	mese	anno	2014	2015	2016	
Chioggia	3	2015				21
Porto Grande MS	9	2015				6
Ampliamento Abruzzo	3	2014				3
Ampliamento ESP	3	2016				33
Ampliamento Gran Rondò	5	2016				8
PM - Piazza Mazzini	7	2014				0
PM - Officine Storiche	4	2016				30
<b>Totale sviluppo</b>			<b>37</b>	<b>59</b>	<b>4</b>	<b>101</b>
Capex Italia						54
Capex Romania						6
<b>Totale Investimenti</b>			<b>71,0</b>	<b>78,0</b>	<b>12,0</b>	<b>161</b>
Porta Medicea (non commerciale)						34
<b>TOTALE</b>			<b>76</b>	<b>84</b>	<b>35</b>	<b>195</b>

# 13 Pipeline: Chioggia Retail Park

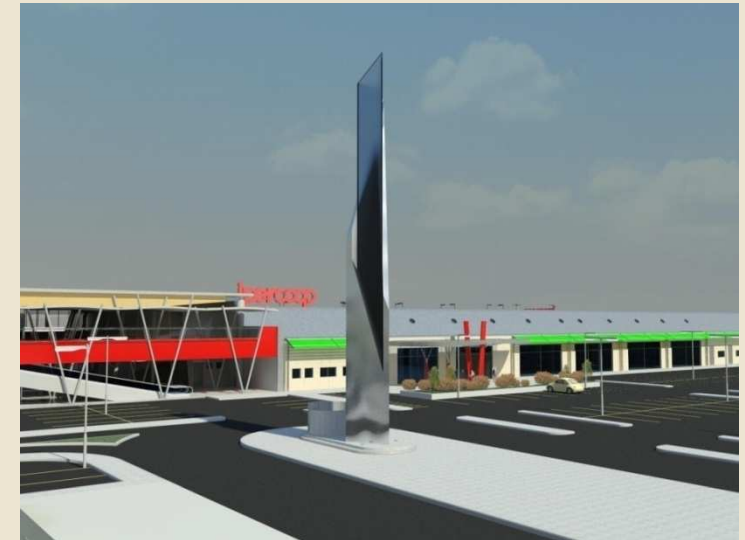
## CHIOGGIA RETAIL PARK – CHIOGGIA (VE)

**Inizio lavori** Novembre 2013

**Fine lavori** Marzo 2015

Il progetto prevede una GLA totale di 18.343 in cui ci saranno un Ipercoop da 7.490 mq (di cui 4.500 mq di vendita), 5 medie superfici per un totale di 9.575 mq e 8 punti vendita di cui uno destinato alla ristorazione. I posti auto previsti sono 1.465.

**Totale investimento** previsto circa **39 € mln**



Rendering Chioggia Retail Park, interno ed esterno



# 14 Pipeline: ESP – Ravenna



## RESTYLING e AMPLIAMENTO

### Restyling - Lavori completati a fine 2011

Totale investimento circa 2.8 mln €

Il restyling (interno ed esterno) ha riguardato l'illuminazione, la pavimentazione, gli arredi e il lay out di alcuni negozi nella galleria.

### Ampliamento:

In fase di progettazione e di iter autorizzativo

**Inizio lavori:** Giugno 2014

**Fine lavori:** Marzo 2016

L'estensione prevede un incremento della GLA di 23.400 mq e la creazione di 1.100 posti auto. Il progetto riguarda la Galleria

Totale investimento previsto circa **51€mln**



Restyling parte esterna già completato



Rendering dell'ampliamento interno ed esterno

# 15 Pipeline: Porto Grande - Porto d'Ascoli (AP)



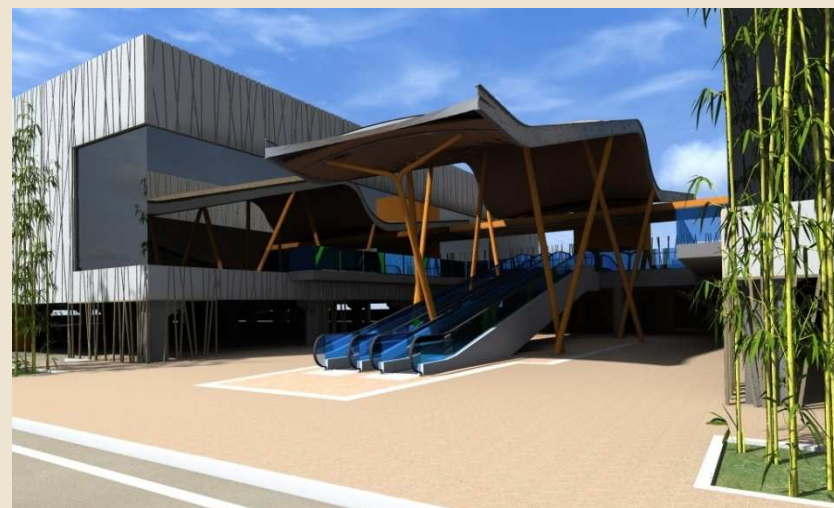
## AMPLIAMENTO

*Inizio lavori: settembre 2013*

*Fine lavori: settembre 2015*

E' in corso la progettazione definitiva delle opere di urbanizzazione con l'amministrazione comunale. L'**extension** prevede un ampliamento di 5.000 mq per 2 medie superfici esterne, oltre a 1.700 mq di aree verdi e nuovi parcheggi per circa 10.531mq

**Totale investimento** previsto circa **10 mn €**



Rendering ampliamento Porto Grande

# 16 Pipeline: Centro D'Abruzzo – S. Giovanni Teatino (CH)



## AMPLIAMENTO

**Inizio lavori** secondo semestre 2012

**Fine lavori** aprile 2014

L'**extension** prevede un ampliamento della galleria con costruzione di un edificio di 4.700 mq con 3.000 di GLA più parcheggi per 8.743 mq.

**Totale investimento** previsto circa **16 € mln**



Prima e dopo il restyling interno



Rendering ampliamento Centro d'Abruzzo





# 17 Pipeline - Centro Sarca – Sesto S. Giovanni (MI)



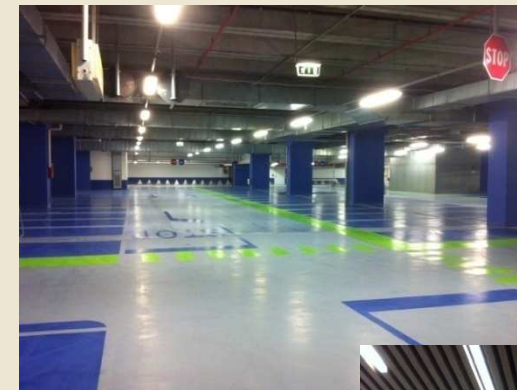
## RESTYLING

**Inizio lavori:** 2013

**Fine lavori:** 2015

Già completata la prima parte dei lavori di restyling dei parcheggi interrati e delle scale di collegamento con il centro commerciale. All'inizio del 2014 avranno inizio i lavori di restyling dell'interno della galleria e della facciata.

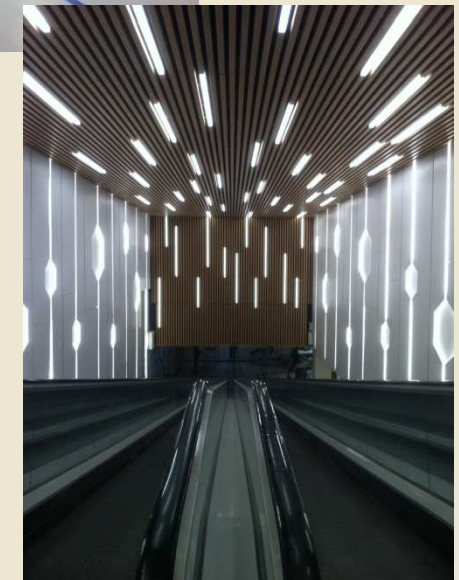
**Totale investimento** previsto circa **8 €mln**



Restyling dei parcheggi interrati e delle scale di collegamento già completati



Rendering del restyling interno ed esterno



# 18 Pipeline: Centro Borgo – Bologna

## RESTYLING

**Inizio lavori:** 2014

**Fine lavori:** 1H2015

Restyling della galleria interna e interventi sulla facciata esterna del centro commerciale.

**Totale investimento** previsto circa 3,5 €mln



Rendering degli interventi di restyling interno ed esterno

19

## Pipeline: Gran Rondò – Crema (CR) Le Porte di Napoli – Afragola (NA)



### GRAN RONDO' - RESTYLING E AMPLIAMENTO

**Inizio lavori** 2013

**Fine lavori** maggio 2016

Ampliamento con realizzazione media superficie e restyling

Galleria

**Totale investimento** previsto circa **8 € mln**



Rendering del restyling interno di Le Porte di Napoli

### LE PORTE DI NAPOLI - RESTYLING

**Inizio lavori** 2014

**Fine lavori** 2014

Riduzione della superficie destinata all'ipermercato  
aumentando la GLA della Galleria

**Totale investimento** previsto circa **2 € mln**

# 20 Pipeline - Porta a Mare (1/3)



## PROGETTO PORTA A MARE - LIVORNO

E' un intervento volto a trasformare un'area del porto di Livorno, nelle immediate vicinanze del centro città, con la realizzazione di un polo multifunzionale di ca. 70.000 mq con destinazioni commerciali, residenziali, terziarie e ricettive, affiancato ad un porto turistico di nuova realizzazione. IGD manterrà la proprietà di tutta la parte commerciale.



Piazza Mazzini: la parte residenziale



Piazza Mazzini: la parte commerciale

# 21 Pipeline - Porta a Mare (2/3)



# 22 Pipeline - Porta a Mare (3/3)



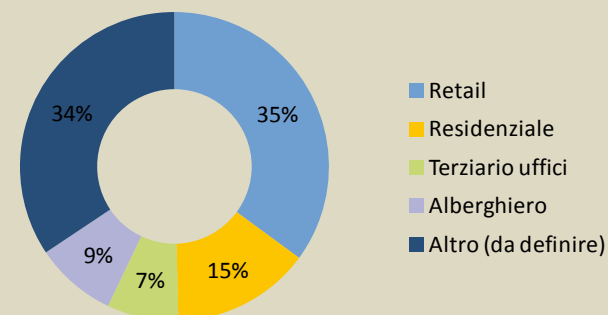
2013-2014  
Piazza Mazzini  
Commerciale e  
Residenziale

2015-2016  
Mazzini: Fine vendita residenziale +  
uffici  
Officine: Commerciale e inizio  
vendite residenziale

PORTA MEDICEA - Sviluppo ricavi	Ante 2013	2013	2014	2015	2016
<b>Totale</b>	1,7	7,3	36,6	7,1	82,0
<i>di cui verso IGD per commerciale</i>	0,0	0,0	27,6	0,0	59,2
<b>Totale cumulato</b>	<b>134,7</b>				
PORTA MEDICEA - Sviluppo costruzione	Ante 2013	2013	2014	2015	2016
<b>Totale</b>	106,8	13,7	15,5	24,9	4,2
<i>di cui porzione commerciale</i>	36,4	6,7	10,9	18,8	1,4
<b>Totale cumulato</b>	<b>165,2</b>				

Sub ambiti	Tipologia	Inizio lavori
<b>Piazza Mazzini</b>	retail, residenziale e uffici	2010
<b>Officine Storiche</b>	retail e residenziale	1H2014
<b>Molo Mediceo</b>	retail	t.b.d.
<b>Lips</b>	retail, turistica e alberghiera	t.b.d.
<b>Arsenale</b>	retail e uffici	t.b.d.

## BREAKDOWN SUPERFICI



# 23 Pipeline: Romania



2013/4



2013



2014/5

2013



2014/5

2014



## 24 Dismissioni

*Il lavoro svolto per mantenere un'elevata qualità degli asset*

e

**Il ritorno di interesse degli investitori istituzionali,  
soprattutto esteri, nel retail**

*ci rende  
confidenti sugli obiettivi di cessione\**



Per un controvalore di ca **150 € mln** nel corso del Piano Industriale oltre a ca **40 € mln** di vendite Progetto Porta a Mare, per un **TOTALE di ca 190 € mln**

(La dismissione del portafoglio **Winmarkt** non è stata prevista nel Piano Industriale)



## 25 | Strategia finanziaria (1/2)

### 1) Cosa abbiamo fatto nel 2013?

Offerta di Scambio Convertible Bond

144,9 mn€ (di cui 22mn€ new money)

Finanziamento BNP Paribas

135 mn€

Nuove linee di credito ottenute nell'anno

15mn€

Dividend Reinvestment Option (*DRO*)

13,5mn€ (% di adesione ca 76%)

**Totale risorse reperite**

**ca 309 mn€**

## 26 Strategia finanziaria (2/2)

### 2) Obiettivi

#### RAPPORTO DI GEARING

✓ Riduzione del rapporto di indebitamento al 2016 ca **1,2x**

#### POLITICHE DI HEDGING

✓ **Obiettivo** sul grado di copertura dell'indebitamento complessivo è mantenere **circa il 65 %**,  
(compatibilmente con l'andamento dei parametri di riferimento e degli spread)

#### LOAN TO VALUE

✓ **Obiettivo** LTV ca. **54%**

Ripetere **DIVIDEND REINVESTMENT OPTION** visto l'accoglimento del mercato  
(2012 ca. 70% e nel 2013 ca 76% )

**Dividend**  
reinvestment option



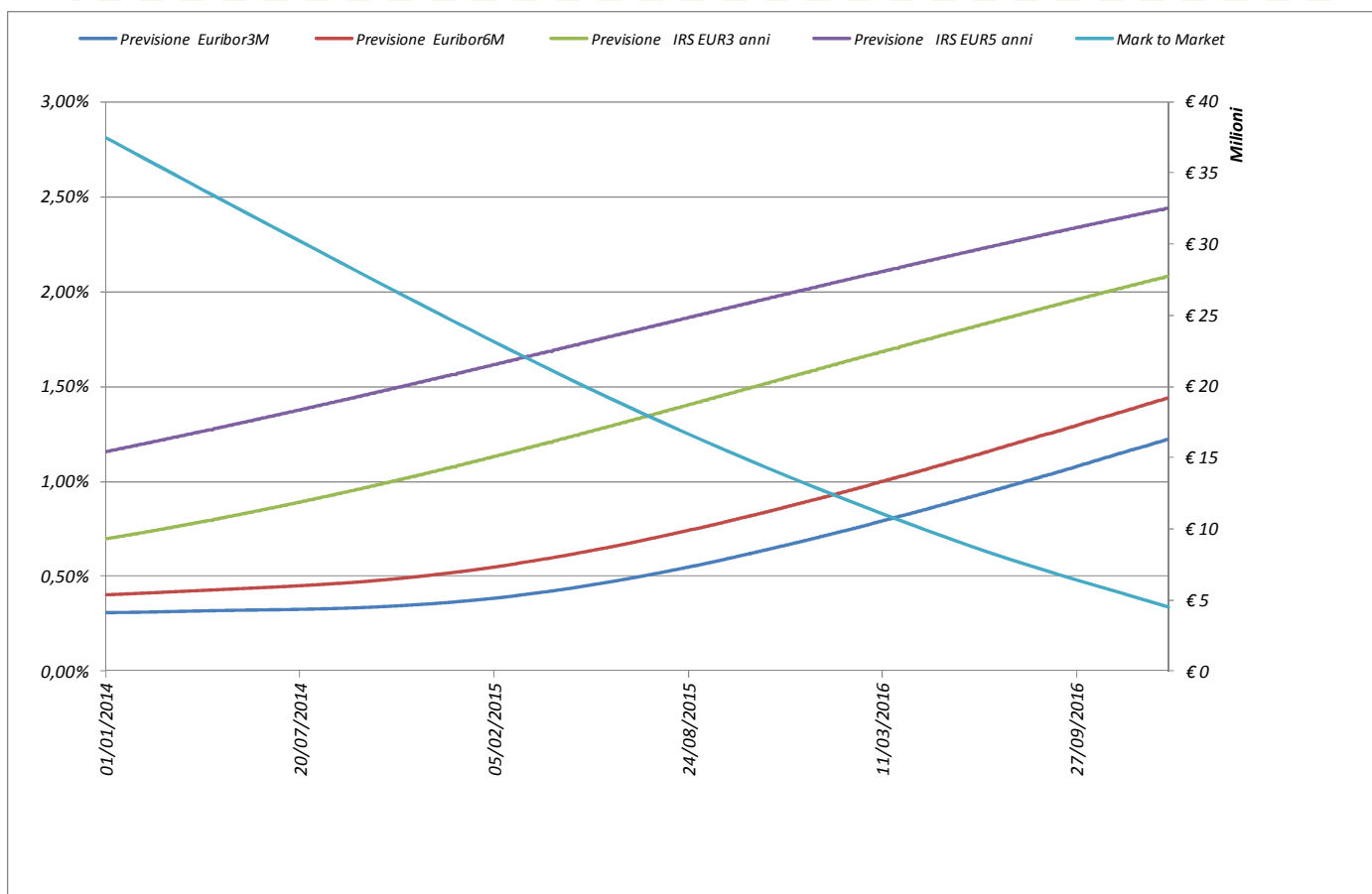
New

#### PROGRESSIVA RIDUZIONE DEL RICORSO AL CREDITO BANCARIO

(Possibile ottenimento di 1 rating, su arco piano, con una primaria agenzia per poter accedere più frequentemente al mercato obbligazionario).

# 27 | Ipotesi gestione finanziaria

	2014	2015	2016
Spread sul breve	2,90%	2,50%	2,50%



## 28 | Sostenibilità: i risultati raggiunti

Ottenuti i primi **riconoscimenti** di mercato:



Ricevuta nel 2013 la **certificazione ISO 14001** (sul sistema di gestione ambientale)



Diminuiti i consumi **energia elettrica**: **- 8,4%** gen-ott 2013 su stesso periodo 2012



Svolta **formazione sulla responsabilità sociale** per tutta la popolazione aziendale



## 29 | Final remarks 1/2

***In questo contesto critico IGD ha dimostrato, negli ultimi anni, capacità di adattamento alle esigenze del settore e di tutti i suoi stakeholders.***

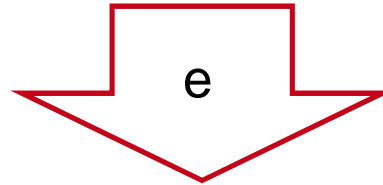
**E' Essenziale  
continuare su questa linea per:**

Mantenere interessante  
la redditività del **core  
business**

**Operare in maniera  
dinamica** (rotazione  
portafoglio, incremento  
attività per servizi)

Ottimizzare il **costo del  
debito**

## 30 Final remarks 2/2



***Mantenere una politica dei dividendi attraente***

e che sia collegata all'evoluzione del FFO\*

*(circa 30/35% netto effetto DRO)*

*Il Business Plan illustrato è stato elaborato **senza ipotizzare operazioni straordinarie sul capitale**, a parte la DRO, eventualità che, alla luce delle attuali condizioni di mercato, non si ritiene opportuno perseguire.*

\* Nel rispetto della normativa vigente per le SIIQ

➤ **Claudia Contarini, IR**  
T. +39. 051 509213

[claudia.contarini@gruppoigd.it](mailto:claudia.contarini@gruppoigd.it)

➤ **Elisa Zanicheli**  
T. +39. 051 509242

[elisa.zanicheli@gruppoigd.it](mailto:elisa.zanicheli@gruppoigd.it)

