



*A company of **bíóera** Group*

---

## **Investor Presentation**

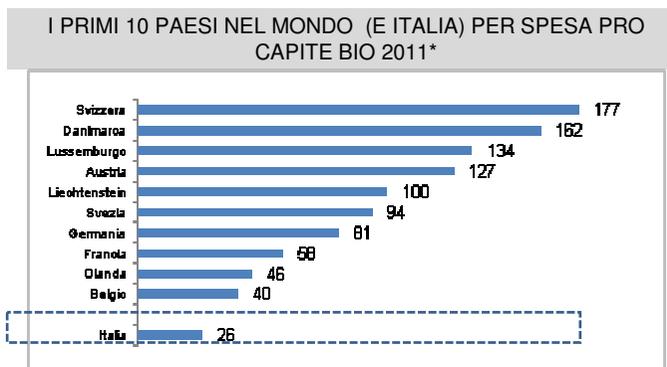
Milano, 3 Aprile 2014



## Highlights



- ❑ **Ki Group** è il **co-leader** in Italia nella **distribuzione di prodotti biologici e naturali** con **2.500 referenze**, in grado di servire 4.500 punti vendita (specializzati, farmacie, erboristerie e GDO);
- ❑ Il Gruppo è attivo anche nella **produzione di prodotti biologici** attraverso la controllata La Fonte della Vita (attiva nella produzione di seitan e tofu); in aggiunta ad Organic Oils (produzione e distribuzione di olio di semi e di oliva a marchio Crudigno e private label);
- ❑ Nel 2012 ha avviato un importante piano di **sviluppo della rete di distribuzione e di integrazione a valle, (PROGETTO RETAIL) attraverso la sottoscrizione di un accordo per sfruttamento in esclusiva del marchio Almaverde Bio;**
- ❑ Il **mercato del biologico italiano** ha un giro d'affari pari a c.a. € 3 miliardi, con **tassi di crescita e margini di sviluppo a doppia cifra**. Il consumo pro-capite pro-capite domestico è ancora tra i più bassi d'Europa (28 euro); mentre l'Italia è il primo produttore continentale di prodotti biologici.



- ❑ **Ki Group** ha registrato nel corso degli ultimi anni una costante crescita del volume di affari (cagr 03-12: 7,4%); La capogruppo Ki ha chiuso il 2013 con ricavi in crescita del 4% a c.a. Euro 43mln rispetto ad un EBITDA in crescita del 10% a c.a. Euro 3.5mln. PFN positiva per c.a. Euro 2mln. Il CdA ha proposto un dividendo di Euro 0.19 in pagamento il 15 Maggio 2014.



- **Notorietà del Brand Ki Group e dei marchi commercializzati**



- **Integrazione a valle con il marchio Almaverde Bio**



- **Presidio rete commerciale e distributiva**



- **Qualità e ampiezza della gamma dei prodotti**

- **Portafoglio clienti ampio e diversificato**



**Ki Group SpA** con sede a **Torino** controlla le due società produttive e la società commerciale del gruppo e svolge attività di distribuzione di prodotti biologici e naturali.



**La Fonte della Vita Srl**, (controllata al 100% da Ki Group) con stabilimento produttivo a Trinità (**Cuneo**), è attiva nella produzione di alimenti biologici sostitutivi a base di proteine vegetali.



**Organic Food Retail S.r.l.**

**Organic Food Retail Srl**, fondata nel gennaio 2013, è il frutto di una JV con il gruppo Organic Alliance SpA («Almaverde Bio»). E' finalizzata allo sviluppo su tutto il territorio nazionale di una rete di negozi specializzati in prodotti biologici e naturali, sia a gestione diretta che in franchising, aventi insegna "Almaverde Bio".



**Organic Oils Italia Srl**, è una NewCo costituita il 4 dicembre 2012 che conduce dal gennaio 2013 il ramo d'azienda produttivo di Organic Oils SpA. Con lo stabilimento produttivo situato a Perugia, la società è attiva nella produzione e commercializzazione di oli da agricoltura biologica.. La Società ha attualmente considerato la partecipazione come non strategica destinandola alla vendita.



- La distribuzione dei prodotti biologici e naturali di Ki Group include i prodotti delle controllate La Fonte della Vita e, in parte, Organic Oils Italia;
- La gamma di prodotti commercializzati copre un **ampio spettro di categorie**: alimentari biologici (sia «secchi» sia «freschi», ortofrutticoli inclusi), **integratori** alimentari naturali, **cosmetici** biologici o naturali e **detergenti** ecologici;
- Tali prodotti sono destinati a soddisfare le esigenze dei salutisti in generale, ma anche dei vegetariani, degli intolleranti e allergici (celiaci inclusi), dei macrobiotici e di coloro che si prendono cura del corpo e della casa in modo naturale;

## PRODOTTI COMMERCIALIZZATI DA KI GROUP

<p><b>Alimenti biologici secchi</b></p>	 Crackers Kamut  Soya Drink 1L "classico"  Yannah Sostitutivo del caffè  Crocantino di sesamo  Pasta di Mais  Biscotto di frumento  Croissant di Kamut
<p><b>Alimenti biologici freschi</b></p>	 Yogurt Mirtillo  Gnocchi di patate  Dessert di riso e ciliegia  Seitan al Naturale  Affettato vegetale  Yofu Fibre  Parmigiano Reggiano DOP
<p><b>Integratori, cosmetici e detergenti</b></p>	 Integratore di silicio  Integratore di Ferro  Integratore di Magnesio  Fango Rosso anti cellulite  Tinte per capelli  Crema Viso  Detersivo piatti

## Marchi distribuiti



- **Portafoglio di prodotti ampio**, costituito da circa **2.500 prodotti biologici** e naturali delle più importanti marche del mercato specializzato, tra i quali i prodotti forniti in esclusiva da La Fonte della Vita e da Organic Oils Italia;
- Oltre ai prodotti a **marchio proprio** e a marchio “Fonte della Vita” e “Crudigno” (brand labels), sono distribuiti anche **prodotti di aziende terze** (principalmente *distributed label*, ma anche *private label* prodotte da Fonte della Vita);
- Nel 2012 Ki Group ha generato **ricavi dall’attività di distribuzione** per € 42,6 milioni (+4% rispetto al 2013), di cui circa il **35%** deriva **dalla distribuzione di prodotti a marchio proprio** e circa il **65%** **dalla distribuzione di prodotti a marchio di terzi** (dei quali circa 2/3 provenienti dall’estero).



- A partire dal secondo semestre 2012, il gruppo ha iniziato un piano di rafforzamento commerciale finalizzato a consolidare ed ulteriormente sviluppare in tempi **un'importante rete di distribuzione** che consenta un'accelerazione dell'incremento del fatturato e, allo stesso tempo, un'integrazione a valle già effettuata dal principale competitor, dotato di una cospicua rete di distribuzione retail.



### SVILUPPO DI UNA RETE RETAIL FOOD

Ki Group, attraverso la controllata Organic Food Retail, ha acquistato i diritti di sfruttamento in esclusiva del marchio Almaverde (per la durata di 25 anni) per lo sviluppo di una rete di negozi ad insegna «**Almaverde Bio Market**» che comprenda alcuni *flagship store* e una rete in franchising. Si riepilogano di seguito i principali fattori a sostegno dello sviluppo di tale direttrice strategica:

- **BRAND ALMAVERDE:** Almaverde dispone del primo marchio per riconoscibilità nel mercato italiano del biologico, grazie anche a più di € 24 Mln di investimenti in *brand reputation* negli ultimi anni;
- **KNOW-HOW KI GROUP:** L'ampia gamma di prodotti distribuiti in catalogo, la notorietà dei marchi distribuiti, la logistica e la gestione efficace dei processi produttivi sono i fattori distintivi che Ki Group può vantare per il percorso di sviluppo nel retail;
- **SETTORE FRAMMENTATO:** il settore dei negozi specializzati di alimentazione biologica è (numericamente) poco sviluppato e frammentato; questo può essere considerato un ulteriore fattore favorevole all'ingresso nel settore retail.

***Ki Group prevede di sostenere nel prossimo triennio 2013-2015 gli investimenti necessari a supportare il piano di sviluppo della rete di distribuzione***



- Il 30 gennaio 2013 Ki Group ha sottoscritto un accordo con il consorzio Almaverde Bio e con Organic Alliance SpA, società di partecipazioni costituita dalle undici imprese licenziatricie del marchio “**Almaverde Bio**”. Con tale accordo viene dato avvio a un progetto finalizzato allo sviluppo su tutto il territorio nazionale di una rete di negozi biologici aventi insegna “Almaverde Bio Market”. Le parti hanno costituito la Organic Food Retail Srl, partecipata per il **60% da Ki Group e per il 40% da Organic Alliance**, che costituirà la **rete di vendita diretta e in franchising dei negozi “Almaverde Bio Market”**;
- Organic Alliance SpA presenta una consolidata struttura di imprese dell’agroalimentare italiano licenziatricie del marchio “**Almaverde Bio**” e attive sul mercato con un portafoglio di prodotti biologici costituito da oltre 400 referenze che andranno ad aggiungersi alle 2.500 referenze già nelle disponibilità di Ki Group;
- Almaverde Bio è il marchio più noto del mondo bio e tra le aziende licenziatricie presenta alcuni tra i produttori più noti nei rispettivi segmenti di mercato quali: **Fileni** per il comparto carni bianche e rosse, salumi e affettati; **Isalpa (Gruppo Saclà)** comparto olive, marmellate e confetture, olii e aceti, sughi, condimenti e pesti, sottoli e sottaceti, miele; **Canova (Gruppo Apofruit)** per il comparto frutta e verdura fresca, zuppe e minestrone freschi, frullati di frutta; **Valsoia** per i prodotti ed alimenti di soia; ed altri ancora; al 31/12/12 il fatturato di tali aziende nel comparto bio è stato superiore agli € 100 Mln;
- Attualmente sono in corso le attività di strutturazione di Organic Food Retail dal punto di vista organizzativo e del posizionamento commerciale, preliminari al **lancio e all’apertura del primo punto vendita a gestione diretta della catena. L’apertura del primo punto vendita Almaverde Bio Market è avvenuto in data 2 Aprile 2014 a Milano in Corso Sempione 43**;
- I negozi ad insegna “Almaverde Bio Market” saranno di **media dimensione** (200-400 mq), specializzati nell’offerta al dettaglio di prodotti alimentari biologici e biodinamici, integratori alimentari biologici e naturali, cosmetici biologici e naturali, detergenza ecologica, prodotti per la casa e per la persona nonché servizi al consumatore correlati con le categorie di prodotto vendute. Ogni punto vendita sarà **certificato** e proporrà al pubblico un **ampio assortimento costituito da circa 3.500 referenze** di prodotti biologici e naturali dei migliori marchi, ivi **inclusi i prodotti a marchio “Almaverde Bio”**; a regime la Società prevede una **fornitura del 35%-50% dei prodotti commercializzati da parte di Ki Group stessa**;
- **Ki Group detiene la responsabilità operativa del progetto.**



- Apertura del nuovo Store a marchio “**Almaverde Bio Market**” a Milano in Corso Sempione 43, in data 2 Aprile 2014;
- Area di vendita *self service* di prodotti bio organizzata per categorie (300 mq);
- Innovativa area *Tasting* (50 mq) dedicata alla degustazione dei prodotti;
- Target: giovane (35-45/50), socialmente attivo e interessato ai valori emergenti del benessere, dell’ecosostenibile e interessato a una esperienza alimentare nuova.



## LEVE STRATEGICHE DEL FORMAT

Sistema di offerta efficiente e posizionamento sul mercato

Qualità e peculiarità dei prodotti biologico

Esperienza di acquisto emozionale, stimolante ed educativa

Innovazione e integrazione dei Valori per il consumatore

Sviluppo di negozi propri o in franchising

## Key Financials FY 2013



<i>Euro mln</i>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
<b>Ricavi dalla gestione caratteristica</b>	<b>42,6</b>	<b>41,0</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>
EBITDA Adjusted	3,5	3,3
<b>EBIT</b>	<b>2,6</b>	<b>3,1</b>
EBIT Adjusted	3,3	3,1
<b>Utile netto da attività in funzionamento</b>	<b>1,1</b>	<b>0,7</b>
<b>PFN/ (Cassa)</b>	<b>(1,6)</b>	<b>2,0</b>
PATRIMONIO Netto	5,2	1,3

*Dati consolidati pro-forma (relativi alle sole Ki Group e La Fonte della Vita) redatti sulla base dei bilanci d'esercizio redatti secondo i principi contabili italiani*

## SVILUPPO RETE RETAIL

- **Investimenti** nel triennio 2013-2015 a supporto del piano di sviluppo di una rete di negozi ad insegna «**Almaverde Bio**» con apertura di flagship store e rete in franchising

## CRESCITA PER LINEE ESTERNE

- Aumento della quota di mercato nel medio periodo attraverso **acquisizioni mirate o collaborazioni con aziende nel mercato di riferimento in Italia o all'estero**

## CRESCITA PER LINEE INTERNE

**Incremento della penetrazione del mercato attraverso:**

- progressivo **miglioramento dei principali processi operativi** aziendali
- **ampliamento della gamma di prodotti**
- **potenziamento della struttura commerciale e logistica**



**KI Group S.p.A.**  
Strada Settimo 399/11  
10156 Torino  
Tel. 011 71 76 700  
[www.kigroup.it](http://www.kigroup.it)  
[c.mazzaro@kigroup.com](mailto:c.mazzaro@kigroup.com)



**IR TOP Consulting**  
Via C. Cantù, 1  
20123 Milano  
Tel. +39.02.45473884/3  
[www.irtop.com](http://www.irtop.com)  
[ir@irtop.com](mailto:ir@irtop.com)