

Consolidare la nostra Leadership con una Crescita Sostenibile

Piano Strategico 2019-2021



igd SpAQ
SPAZI DA VIVERE

Conference call mercato
Bologna 7 Novembre 2018 ore 15

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

1 COSTRUITO UN PORTAFOGLIO LEADER IN ITALIA CON UN BUSINESS MODEL VINCENTE

4

2 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO E OBIETTIVI STRATEGICI AL 2021

11

3 DETTAGLI FINANZIARI DEL PIANO STRATEGICO

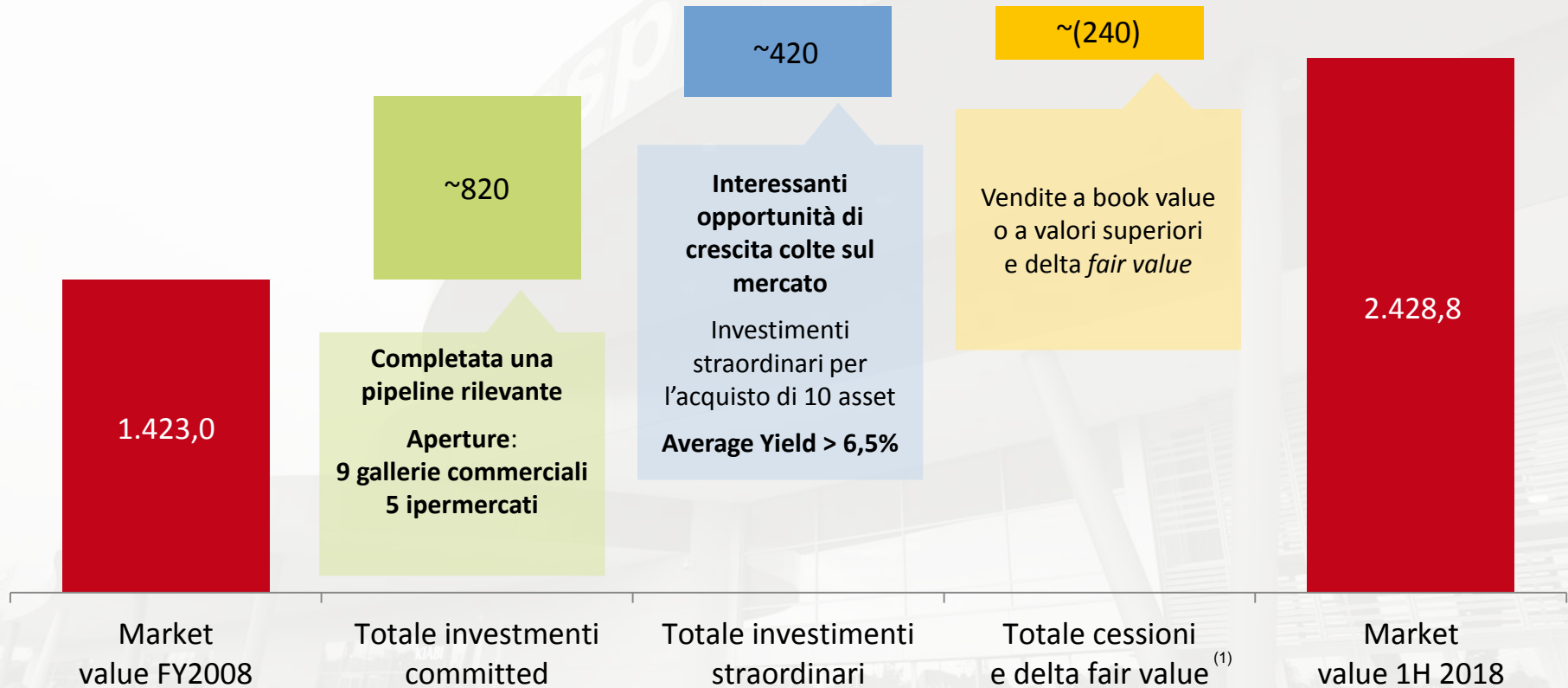
32



**1. Costruito un portafoglio leader in Italia
con un business model vincente**

Un percorso di forte crescita per raggiungere una dimensione ottimale

Valore del portafoglio immobiliare €mn



10 anni di forte crescita ci hanno permesso di raggiungere una dimensione ottimale e la leadership in Italia





...nel rispetto degli obiettivi economico/finanziari del BP 2016-2018

(piano in corso)

Risultati economico finanziari in forte miglioramento, in particolare negli ultimi 4 anni:

- Utile ricorrente (FFO) **più che raddoppiato**
- Dividendo in **costante crescita**
- **Costo medio del debito in continua riduzione**
- **Ridotto il leverage del gruppo** di c. 10 punti percentuali

Obiettivi fissati per il piano industriale 2016-2018 conseguiti o superati (in particolare per la gestione finanziaria)

		Target BP 2016-2018	IGD proiezione al 2018 esclusa acquisizione portafoglio 2018	IGD proiezione al 2018 inclusa acquisizione portafoglio 2018
Gestione Operativa	Ricavi da Attività Locativa	Crescita Totale c. 20% CAGR c. 7%		
	EBITDA Margin (gestione caratteristica)	>70% (fine piano)	Eccellenti risultati operativi ed obiettivi di piano sostanzialmente raggiunti	Ulteriore miglioramento della gestione operativa grazie a €12,5mn di ricavi netti da attività locativa interamente riflessi nell'FFO al netto dei costi di finanziamento
	EBITDA Margin (Freehold)	c. 80% (fine piano)		
	FFO (gestione caratteristica)	c. €75mn a fine 2018 CAGR >18%	Target FFO leggermente impattato da un ritardo di consegna relativo ad un progetto	
Gestione Finanziaria	Interest Cover Ratio (ICR)	>3x a fine 2018		
	Costo del Debito	<3% a fine 2018	Gestione finanziaria particolarmente positiva: ICR 9M18 – 3,5x Costo del debito 9M18 – 2,7% LTV 9M2018 – 45,8%	Ulteriore miglioramento della gestione finanziaria grazie all'AuCap che ha permesso una riduzione del LTV ed un ribilanciamento della struttura di capitale
	Loan to Value (LTV)	>45% <50% (arco piano)		

Coerenza Tra Obiettivi Fissati e i Risultati Conseguiti

IGD: un portafoglio di immobili di qualità, dominanti nella propria catchment area...

IGD – I Principali Asset Italiani



NORD →






















CENTRO →











SUD →





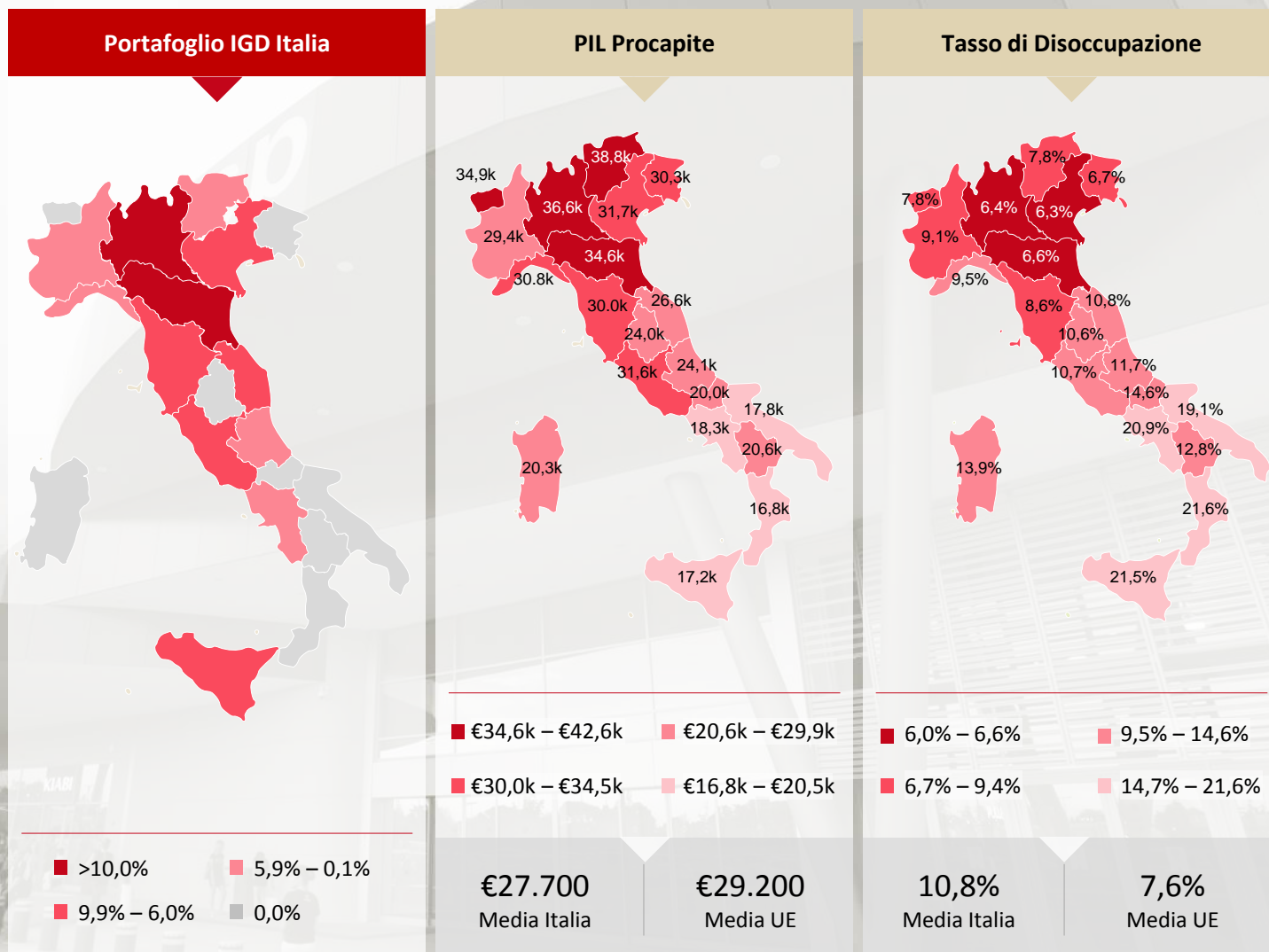
APERTURE FUTURE →



> 75% del Market Value Gallerie e Iper Italia Dominanti Nella Propria Catchment Area ⁽¹⁾

...localizzato nelle regioni italiane più attraenti

- Portafoglio principalmente distribuito nelle **migliori regioni italiane**
 - c. 75% del portafoglio situato in regioni con **PIL procapite superiore alla media italiana ed europea**
 - c. 2/3 del portafoglio situato in regioni con tasso di **disoccupazione inferiore alla media italiana ed Europea**

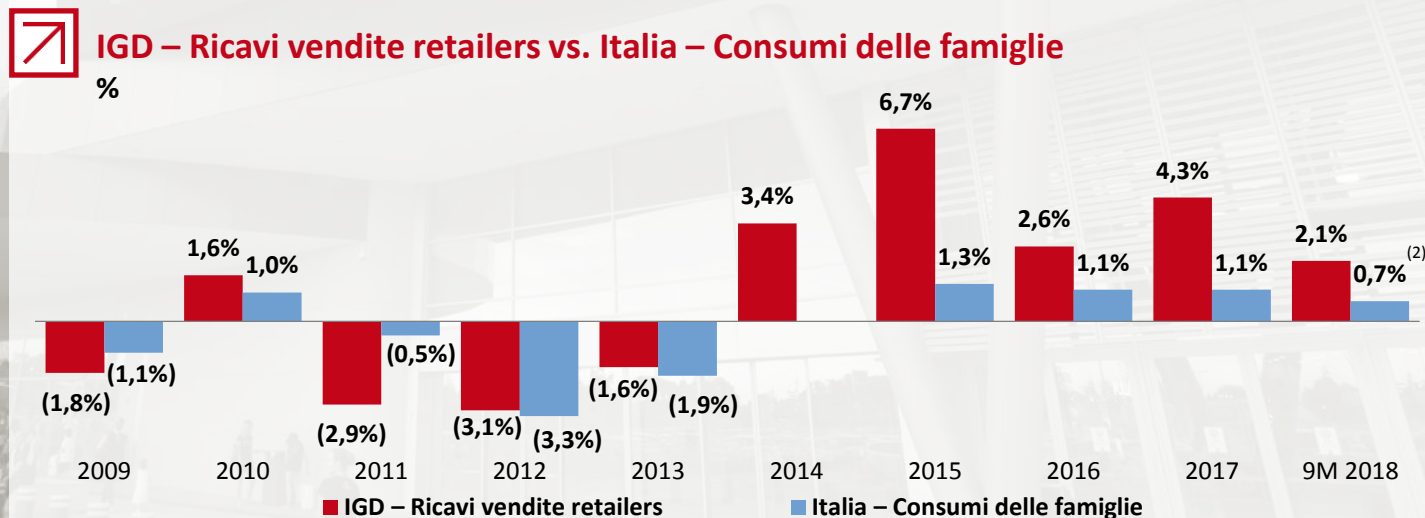
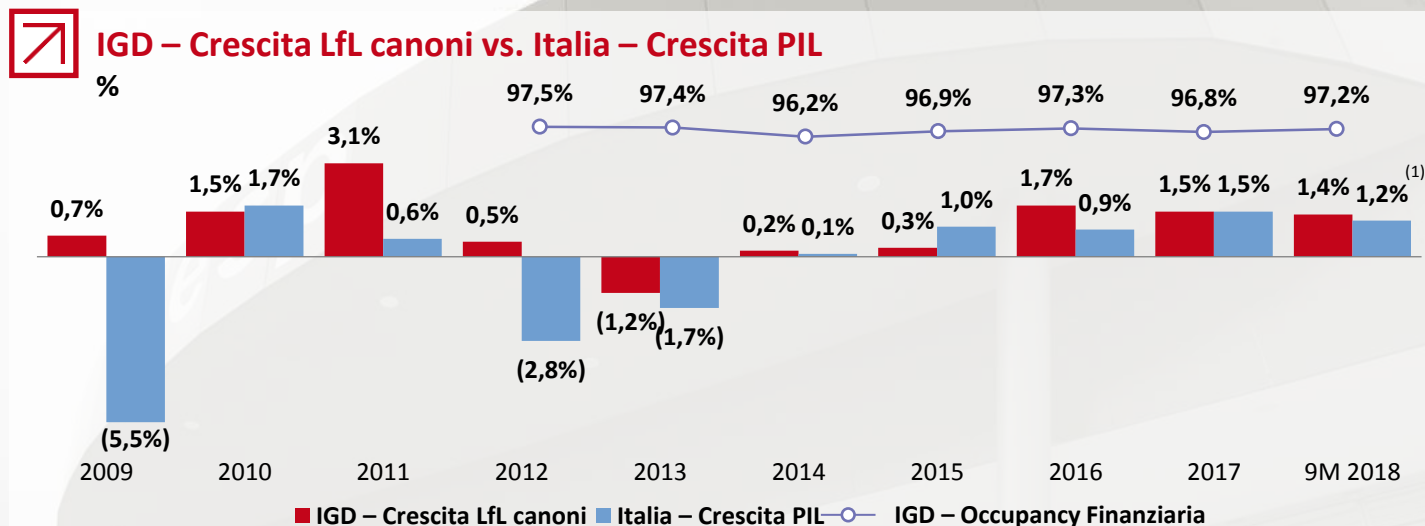


Performance IGD superiore e più *resilient* rispetto all'andamento del PIL e dei consumi italiani

Occupancy sempre elevata, stabile, e resilient nel tempo

Over Performance vs. Crescita del PIL Italiano

Over Performance vs Consumi delle Famiglie



Forte riposizionamento del Portafoglio in Romania

- **Un paese in forte crescita:**

PIL 2018 **+4,0%**
 PIL 2019 **+3,5%**

- **Diversificazione / basso rischio**

- 600 contratti di locazione
- Network esteso: 14 asset in location strategiche

- **Risultati positivi e convincenti:**

- Financial occupancy da 86,4% a 97,5% ⁽¹⁾
- Ricavi: CAGR +4% ⁽¹⁾



2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018

Acquisizione

Recupero Superficie/Tenant Repositioning e refurbishment complessivo interno ed esterno

Consolidamento

Auto-finanziamento degli investimenti sostenuti

Zero leva finanziaria

c. €20 mn di investimenti 2008-2018 per upgrade e riposizionamento del portafoglio

c. €60 mn di dividendi generati dall'acquisizione ⁽²⁾

Portafoglio in Romania fortemente riposizionato, attualmente generatore di importante *free-cash flow* e potenzialmente pronto per essere valorizzato

1. 2014-9M2018
 2. Fino a dicembre 2017



2. Il contesto di riferimento e gli obiettivi strategici al 2021

Contesto macro-economico Italiano

Trend positivi nel 2017 con aspettative di crescita ulteriori nel 2018

Fondamentali macro-economici tuttora positivi:

- Fiducia dei consumatori ai massimi degli ultimi 5 anni
- Tasso di disoccupazione in forte diminuzione
- La **manovra finanziaria** potrebbe avere un ulteriore **effetto positivo sulla propensione al consumo degli Italiani**, in particolare nel breve termine
- Recente nota di **Moody's⁽¹⁾**: «**atteso trend positivo di consumo pubblico e privato**»
- **Rating Italia recentemente confermato da S&P** (pur rivedendo l'outlook)
- **Sistema bancario rafforzato**: NPL netti ridotti di oltre il 53% in 20 mesi ⁽²⁾

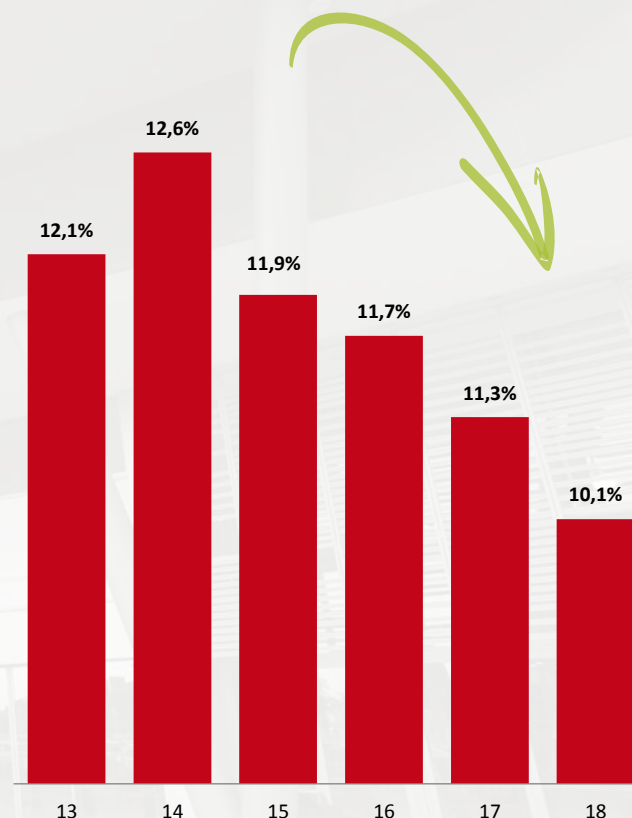


Principali indicatori macro-economici Italiani

Fiducia dei Consumatori



Disoccupazione



Il settore dei centri commerciali italiani rimane solido

Investimenti Retail Real Estate

Real Estate Retail Italiano Liquido e Dinamico

- Investimenti immobiliari 9M 2018 nel settore retail (€1,7 mld in totale) in aumento del **22% vs 9M 2017**
 - Positiva *performance* della domanda da parte degli operatori, in particolare brand internazionali

+22% Investimenti nel real estate retail 9M18 vs. 9M17

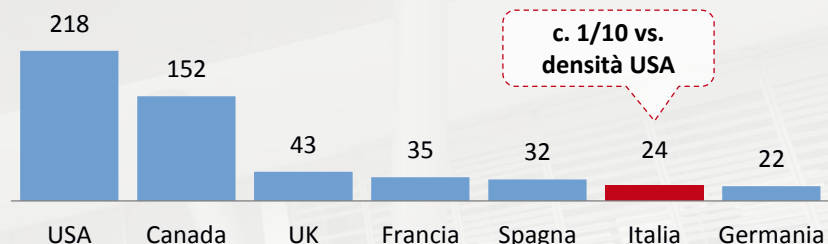


Vantaggio Strutturale per i Centri Commerciali Italiani

Bassa Densità dei Centri Commerciali Italiani

- Centri commerciali italiani tipicamente integrati nel tessuto urbano con offerta *one-stop-shop*
- Popolazione italiana distribuita in diverse città di medie dimensioni

Bassa densità dei centri commerciali Mq GLA / 1000 abitanti

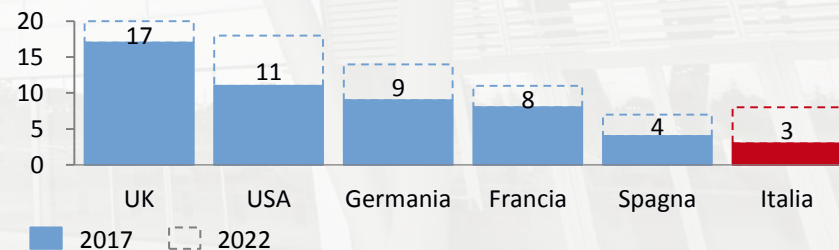


Bassa Penetrazione E-Commerce

E-commerce in Italia: 3% delle vendite retail

- Penetrazione e-commerce in Italia ai minimi tra i paesi industrializzati, ma non si tratta solo di ritardo, bensì di fattori culturali / strutturali
- Proiezioni a 5 anni vedono l'Italia raggiungere percentuali tra il 6-7%, ben al di sotto rispetto gli altri Paesi Europei / USA (2-3x maggiore)

E-commerce sul totale delle vendite retail %



Il retail: un mondo in continua evoluzione

AUMENTO IMPORTANZA GALLERIE



Attuale posizionamento di IGD ed impegno sul lungo periodo



IGD Mission Statement



Dopo 10 anni di crescita...
un piano focalizzato per rafforzare una solida e sostenibile
leadership dei nostri centri commerciali nei rispettivi
bacini di riferimento ed essere pronti per le sfide future

Un piano di consolidamento e rafforzamento fondato su 3 pilastri



Innovazione ed eccellenza operativa

Forte attenzione all'eccellenza operativa e all'innovazione in particolare negli ambiti commerciali, di marketing e di sostenibilità



Asset management

Investimenti volti a mantenere ed incrementare la qualità del portafoglio privilegiando l'innovazione, il merchandising mix, l'attrattività, la qualità dei materiali oltre alla sostenibilità



Strategia finanziaria

Mantenere solida struttura finanziaria in linea con il profilo investment grade

La nostra idea di shopping centre in 6 parole chiave 1/2



Obiettivo



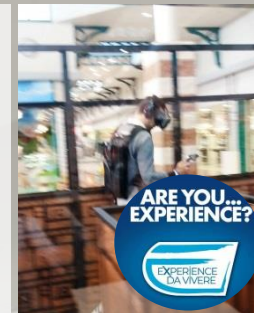
Cosa faremo



Experience

Identificare soluzioni che rendano esperienziale e coinvolgente l'acquisto, sorprendendo i visitatori: Centri Commerciali **experience oriented**

- Realizzato progetto «Experience da vivere» in 2 Centri Commerciali (Puntadiferro e Città delle Stelle) a partire dal 2018, altri 3 Centri Commerciali saranno coinvolti già a partire dal 2019



Social Shopping Centre



Radicare il Centro Commerciale nel suo territorio favorendo pratiche di buon vicinato e socializzazione per instaurare legami, condividere conoscenze, realizzare progetti collettivi di interesse comune

- Trasferimento all'interno del Centro Commerciale delle logiche e dinamiche di una **social street**, fenomeno nato a Bologna in Via Fondazza nel 2013, che oggi coinvolge oltre 100 mila persone non solo in Italia



Personalizzazione del Rapporto Centro Commerciale / Visitatore

Focus sul visitatore, instaurando con lui un rapporto unico e privilegiato

- Tecnologia **Chat bot**: servizio di assistenza e accoglienza tramite una chat in tempo reale attiva 24/7
- Strategia **CRM** (Customer Relationship Management)



La nostra idea di shopping centre in 6 parole chiave 2/2



Obiettivo



Cosa faremo

Servizi



Inserire e gestire un insieme di strumenti che, anche sfruttando le nuove tecnologie, permettano di migliorare la *customer journey*

- Inserimento colonnine di **ricarica elettrica** per auto (in 20 Centri Commerciali) e per biciclette elettriche
- Utilizzo strutturato del canale social instagram
- Comunicazione digitale interattiva in tutti i Centri IGD attraverso i totem



Ominchannel

Collegare l'esperienza di acquisto online e offline

- Apertura di un **canale di comunicazione** con il settore Marketing dei tenant presenti nelle Gallerie commerciali allo scopo di una maggiore identificazione di soluzioni innovative e condivise sul tema *omnichannel*
- Installazione **lockers** Amazon. Sono già stati inseriti 2 lockers Poste Italiane presso il Centro Sarca e Tiburtino



Intrattenimento



Proporre, all'interno dei Centri Commerciali, esperienze evolute di svago, che rafforzino il loro ruolo di centri di attività, intrattenimento ed aggregazione

- Inserimento di eventi **innovativi, inclusivi ed esclusivi** (anche attraverso azioni di co-marketing) fra i-540 organizzati annualmente nei Centri Commerciali IGD



Approccio commerciale per allineare merchandising mix alle tendenze in atto



Ampliamento e diversificazione dell'offerta



Servizi

Inserimento nuovi servizi (studi medici, veterinari, scuole)



Sharing economy

Inserimento nuove attività di sharing economy (coworking, rental retail..)



Aree intrattenimento

Predisposizione di aree intrattenimento concepite come *destination*

Interazione online-offline



Chioschi

Realizzazione di chioschi per il ritiro di acquisti online



Outlet

Creazione di stores outlet in Galleria, in accordo con i tenant



Tenant con assortimento più profondo e complementare

Inserimento tenant con merce complementare alla riduzione degli iper



Food court

Diversificazione offerta, in linea con i trend (vegan, bio,..)



Tenant attivi online

Ricerca di tenant attivi online con piani di apertura punti vendita in Galleria

Sostenibilità come driver fondamentale 1/2



Becoming
g.r.e.a.t.



Ambito

Il nostro impegno

Certificazioni ambientali



- ISO 14001 per il 95% del portafoglio
- BREEAM IN USE (almeno livello «Very Good») per altri 5 Centri Commerciali

Interventi per ridurre i consumi



- Previsti c. €5mn di investimenti per migliorare l'efficienza energetica (dopo i c. 6 milioni di € sostenuti nell'ultimo triennio)
- Prosecuzione inserimento impianti fotovoltaici

Mobilità sostenibile



- Interventi sulla mobilità elettrica
- Definizione di uno studio di fattibilità per favorire la mobilità ciclistica
- Valutazione del possibile utilizzo di bike e car sharing

Economia circolare



- Passaggio dalla sperimentazione alla fase operativa del progetto Waste2Value e valutazione di altre progettualità sul tema





Becoming g.r.e.a.t.



GREEN



RESPONSIBLE

- Aggiornamento continuo del sistema di Welfare aziendale
- Monitoraggio del clima aziendale e definizione azioni di follow up
- Proseguimento progetti per la sicurezza delle strutture (adeguamento sismico, dissuasori)



ETHICAL

- Progetto certificazione anti-corruzione
- Mantenimento del Rating di legalità con il massimo del punteggio raggiungibile (3 stellette)



ATTRACTIVE

- Eventi inclusivi ed esclusivi
- Collaborazione con il territorio
- Studio e definizione di misure per favorire il wellbeing interno ai Centri Commerciali



TOGETHER

- Progetto di ascolto dei Millennials per aspettative Centro Commerciale del futuro e dei tenant per progetti comuni di sostenibilità



Asset management: 4 principali leve operative



1



Riqualficazione del portafoglio esistente (*restyling/refurbishment*)

2



Accordo strategico con Coop Alleanza 3.0: un'opportunità

3



Completamento pipeline in essere (*Officine Storiche e Entertainment ESP*)

4



Asset rotation

1 I progetti di restyling/refurbishment

Significativo track record nell'asset management



Tra il 2014 e il 2018 abbiamo portato a termine diversi interventi tra ampliamenti, rimodulazioni e restyling dei nostri centri commerciali



	Centro Commerciale	Data Intervento	Tipo Intervento	Crescita Fatturato Centri commerciali ⁽¹⁾
1	Centro Sarca (Milano)	2015	Restyling completo e rimodulazione	22,4%
2	Centro Borgo (Bologna)	2015	Restyling completo e rimodulazione	21,4%
3	Esp (Ravenna)	2017	Ampliamento	61,4% ⁽²⁾
4	Città delle Stelle (Ascoli Piceno)	2017	Rimodulazione	18,6% ⁽²⁾
5	Centro d'Abruzzo (Chieti)	2014	Ampliamento e restyling	14,4%
6	Tiburtino (Roma)	2014	Rimodulazione	17,4%
7	Le Porte di Napoli (Napoli)	2015	Rimodulazione	5,2%
8	La Torre (Palermo)	2015	Rimodulazione	5,7%

Importanti benefici per i nostri operatori con ricaduta positiva sulla sostenibilità dei ricavi da attività locativa sul lungo termine

1 I progetti di restyling/refurbishment



	CENTRO CASILINO	FONTI DEL CORALLO	GRAN RONDO'	LA FAVORITA
Progetto				
Tipo di Intervento	Restyling Interno ed Esterno	Rimodulazione e Restyling	Restyling Interno	Restyling Interno ed Esterno
Descrizione	<p>Restyling architettonico delle facciate esterne e delle parti interne coordinato con interventi (volontari) di miglioramento sismico al Piano Terra e al Primo Piano</p> <p>1° fase: restyling Piano terra, delle facciate e degli esterni oltre a interventi di miglioramento sismico entro fine 2018</p> <p>2° fase: restyling Primo Piano entro 1H 2019</p>	<p>A seguito della riduzione dell'ipermercato, creazione di nuove unità all'interno della Galleria (nuova GLA circa 5.400 mq) in cui inserire anche servizi</p> <p>Unicoop Tirreno ha firmato un'integrazione al contratto di locazione avente scadenza 2037</p> <p>Progetto di restyling interno ed esterno della Galleria (verrà co-finanziato da BNP Paribas attuale proprietario della galleria)</p>	<p>Dopo l'extension e il restyling della facciata nel 2018, verrà realizzato un restyling interno della galleria e contestualmente una rimodulazione dell'ipermercato ed una revisione del merchandising mix</p>	<p>Restyling architettonico delle facciate esterne, delle parti interne e dei parcheggi con interventi di efficientamento energetico</p>
Fine Lavori	1H 2019	2H 2019	2H 2020	1H 2021

**Totale investimenti c. €35 mn arco piano
(inclusi altri progetti minori e investimenti a supporto dell'attività commerciale)**

Accordo strategico con Coop Alleanza 3.0, partner / ancora alimentare

Il ruolo della galleria e dell'iper

Il ruolo dell'ancora alimentare (ipermercato) rimane **fondamentale** come **attrattore di flussi di visitatori**.

Rapporto fortemente sinergico tra IGD e Coop in grado di generare ottime **performance operative / finanziarie**

Iper ragione di visita nei nostri Centri Commerciali per 7 visitatori su 10⁽¹⁾



SITUAZIONE ATTUALE

- **Collaborazione** continua e fattiva fra **Galleria Commerciale e Coop** nella gestione ordinaria e straordinaria dei mall
- **Collaborazione con Coop** per comuni analisi di marketing
- **Surplus di GLA** in alcuni ipermercati



SITUAZIONE A TENDERE

- Strutturazione **rapporti sempre più articolati e integrati** su progetti comuni in chiave **marketing**
- Analisi più approfondite sui **comportamenti dei consumatori/visitatori**
- **Customer relationship management (CRM)**
- Organizzazione di **concorsi ed eventi**
- **Sfruttamento della proprietà unitaria** per utilizzare al meglio la **GLA**



Accordo che riguarda c. 520€mn di market value (c. 21% del totale mkt value IGD)

E' stato stipulato un accordo quadro per una revisione completa di 18 contratti (su un totale di 20) del portafoglio ipermercati locati a Coop Alleanza 3.0:

- 1. Revisione dei termini contrattuali:** saranno allungate le scadenze di tutti i contratti interessati dall'accordo e adeguati alcuni canoni per renderli ancora più stabili e sostenibili
- 2. Revisione in termini qualitativi degli asset:** alla luce delle storie di successo realizzate con la rimodulazione dell'ipermercato e della galleria a Le Porte di Napoli e a Città delle Stelle, sono stati individuati 5 asset che necessitano di aumentare il numero di negozi/servizi in galleria attraverso la riduzione dell'ipermercato, per aumentare l'attrattività del centro stesso

Obiettivi

1

Stabilizzazione nel lungo periodo dei contratti di locazione

2

Incremento sostenibilità dei canoni / *cash-flow* futuro

3

Riqualificazione e adattamento del ruolo dell'ipermercato nei centri commerciali

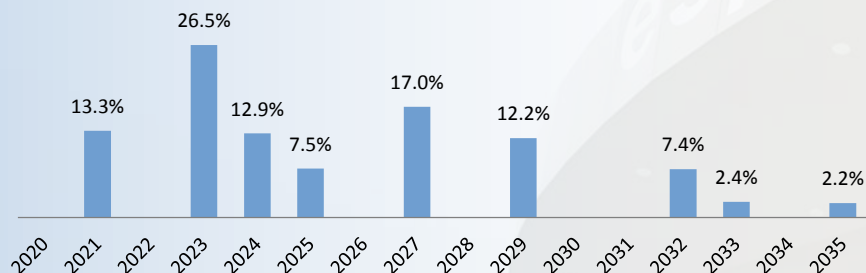
Accordo strategico con Coop Alleanza 3.0, partner / ancora alimentare



I principali effetti attesi dall'accordo, oltre a maggiore sostenibilità dei canoni, saranno:

Pre accordo

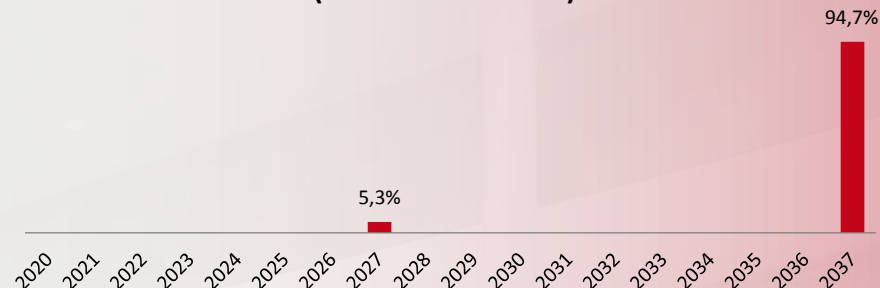
Maturity dei contratti ipermercati Coop Alleanza 3.0
(% su montecanoni)



Durata residua media: 7,1 anni

Post accordo

Maturity dei contratti ipermercati Coop Alleanza 3.0
(% su montecanoni)

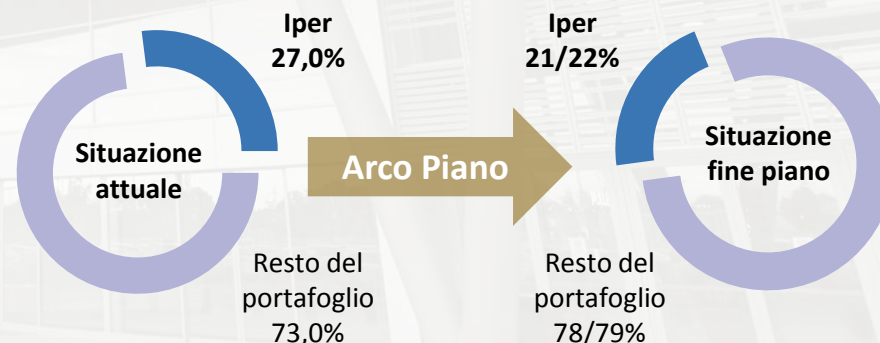


Durata residua media: 17,7 anni

Impatti dell'accordo:

- Effort rate omogeneo e ridotto
- GLA iper -21.400 mq → GLA gallerie +18.600 mq
- Impatto netto canoni c. -1,9 €mn
- Nuovi canoni allineati a ERV ⁽¹⁾ (impatto neutro atteso sulle valutazioni ⁽²⁾)

Breakdown per ricavi locativi Gruppo IGD:





Officine Storiche - Porta A Mare



>15,000

Mq dedicati
al retail

43

Appartamenti
fronte mare

c. €53mn

Investimento
(di cui arco
piano 22€mn)

1H2020

Fine lavori



Piazza Mazzini



69

Su 73 appartamenti
venduti / impegnati

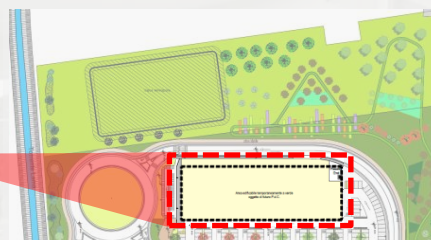
90,7%

Totale mq venduti /
impegnati

Vendita residenziale
quasi completata



Entertainment ESP



Creazione area
di divertimento
con focus su
bambini/ragazzi

c. €4mn
Investimento

2021

Fine lavori



Allo studio la **razionalizzazione** del **portafoglio** per €150-200mn attraverso la **dismissione di alcuni asset non strategici**

I **proventi** delle cessioni saranno destinati in via prioritaria **alla riduzione del debito e della leva** e in parte **reinvestiti**

- Mantenere una rigorosa disciplina finanziaria in linea con il profilo *Investment Grade*
- Migliorare e ridurre ulteriormente il LTV
- Migliorare il profilo di liquidità, mantenendo una quota rilevante di debito a medio lungo termine (ad oggi pari a c 80% ⁽¹⁾)
- Mantenere una struttura equilibrata nelle fonti tra banche e mercato (massima flessibilità nelle forme di finanziamento)
- Ampliare la platea degli investitori

**Contenere l'esposizione
ai rischi finanziari
(tasso e credito)
e ottenere le migliori
condizioni disponibili
sui mercati dei capitali**

3. Dettagli finanziari del Piano Strategico

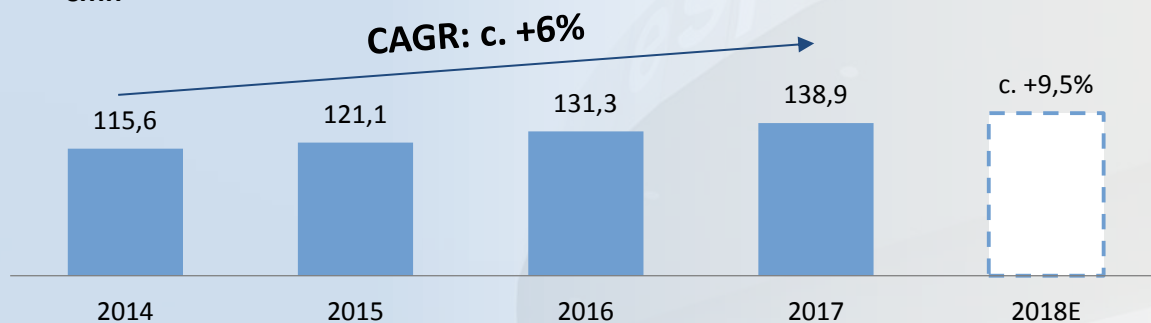
Ricavi e FFO

4 anni di forte crescita... Guidata da nuove aperture e acquisizioni



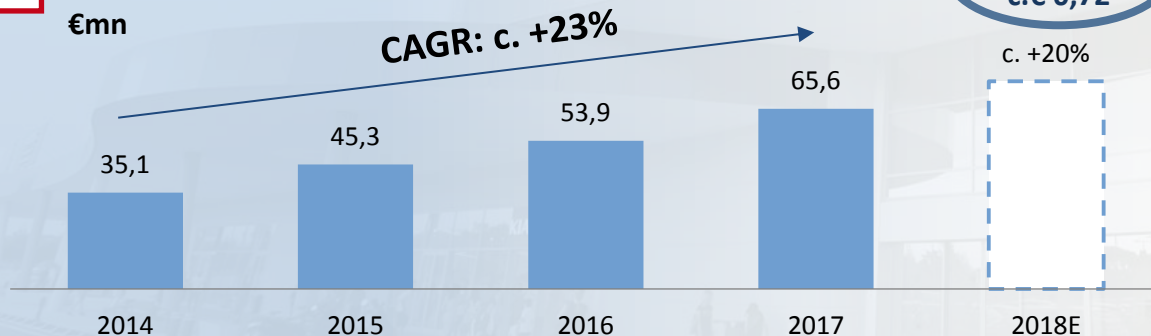
Ricavi lordi da attività locativa

€mn



FFO

€mn



Piano di consolidamento con una crescita sostenibile

CAGR arco piano 2019-2021⁽¹⁾

c.+2%
LFL c.+1,7%

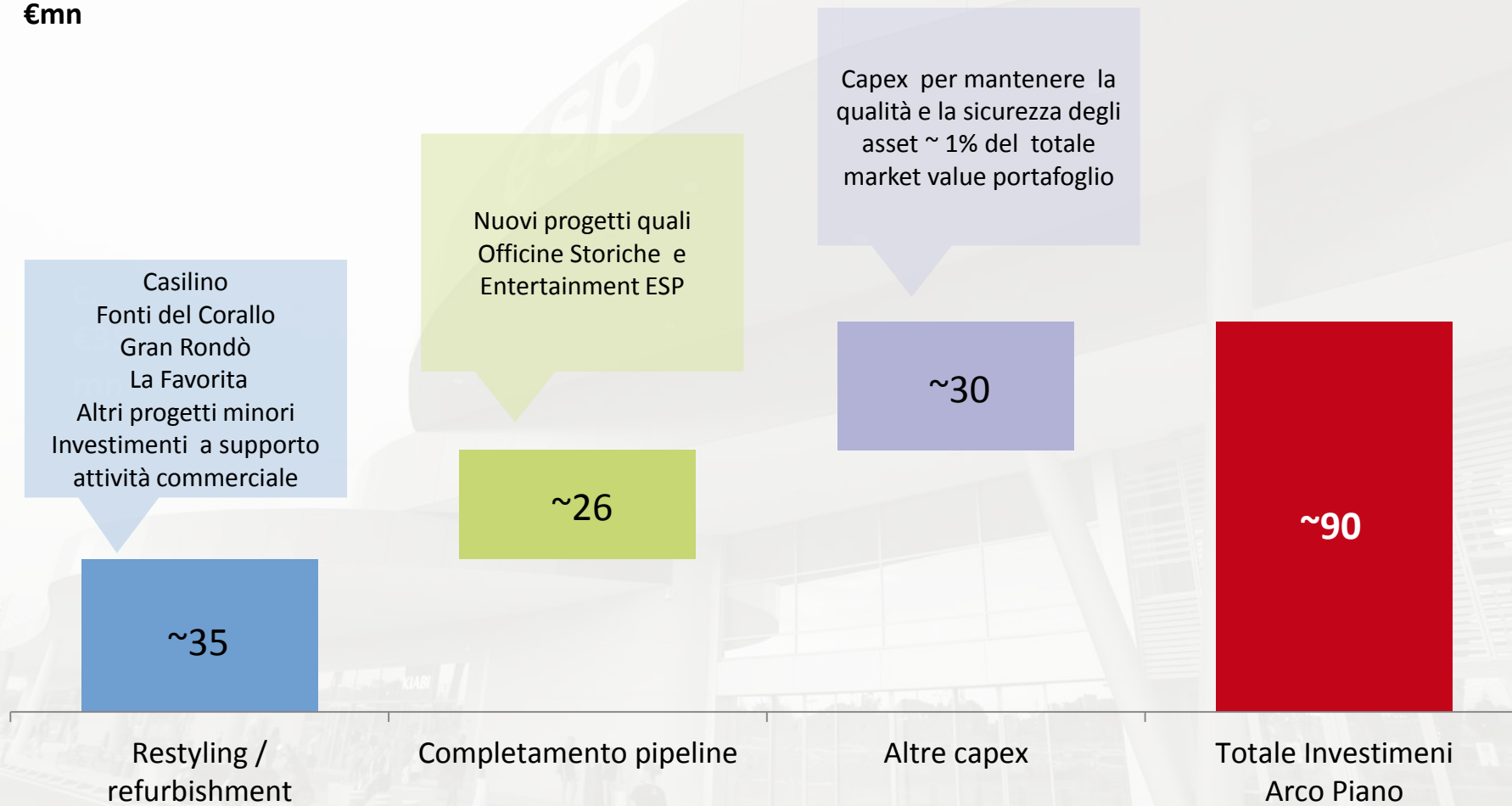
c.+3%

Investimenti



Totale piano investimenti*

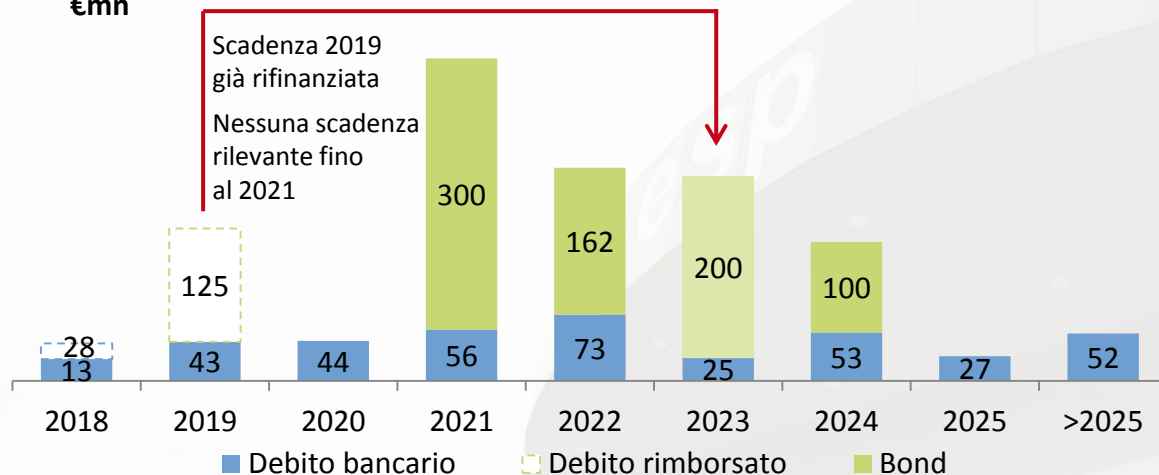
€mn



Obiettivi finanziari: un percorso chiaro

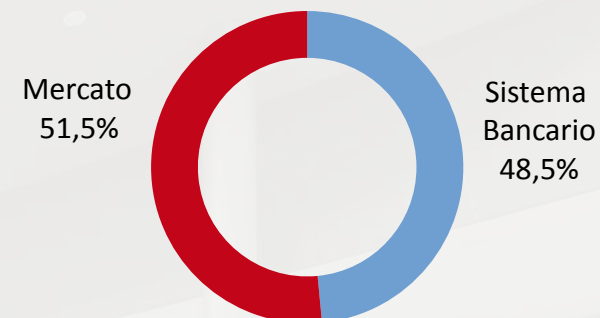
Scadenza del debito (1)

€mn



Breakdown del debito (1)

%



Durata residua media del debito a lungo termine: 4,3 anni

LTV

>45% <50%

<45%

Piano 2016-2018 Piano 2019-2021 (Fine Piano)

Costo medio del debito

<3%

c.2,4%/2,7%

Piano 2016-2018 Piano 2019-2021 (Arco Piano)

ICR

c.3X

c.4X

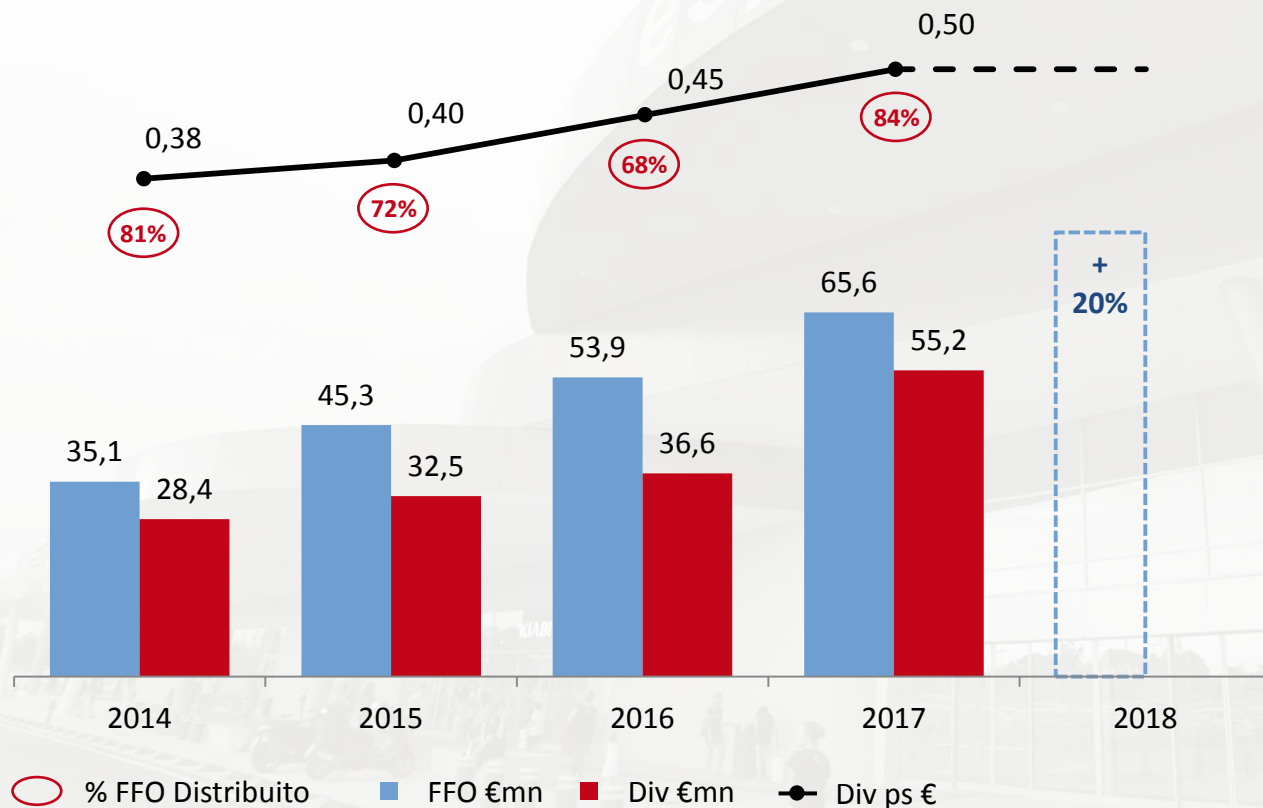
Piano 2016-2018 Piano 2019-2021 (Fine Piano)

Dividend Policy



FFO e dividendi in costante crescita

€mn



Obiettivo

Offrire un dividendo
attraente e sostenibile
nel tempo



Ulteriori opzioni di crescita

- Un **Piano Strategico** orientato a consolidare e rafforzare la posizione di **leader** dei nostri centri commerciali, **senza ulteriori acquisizioni**
- Resta peraltro sempre valida l'idea di IGD come **piattaforma in grado di aggregare nuovi asset** al fine di incrementare ulteriormente la propria quota di mercato e fare leva su maggiori economie di scala
- In ogni caso verificando la compatibilità con le **condizioni di mercato**

Final Remarks

1

Creato un portafoglio con asset dominanti nella propria catchment area ed integrati con il tessuto urbano

2

Focus su nuovi trend di mercato, innovazione e qualità delle strutture per rafforzare la leadership dei centri commerciali

3

Accordo strategico con COOP Alleanza 3.0: un'opportunità unica e distintiva

4

Forte commitment per la riduzione della leva finanziaria (LTV <45% a fine piano)

5


Crescita sostenibile di FFO e Dividendi



↗ **Claudia Contarini, IR**
T. +39. 051 509213
claudia.contarini@gruppoigd.it

↗ **Elisa Zanicheli, IR Team**
T. +39. 051 509242
elisa.zanicheli@gruppoigd.it

↗ **Federica Pivetti, IR Team**
T. +39. 051 509260
federica.pivetti@gruppoigd.it

↗  **Tweet** to [@igdSIIQ](https://twitter.com/igdSIIQ)