

Amica
for living

HIT2023_adjustment

Prezentacja dla inwestorów

28.11.2019





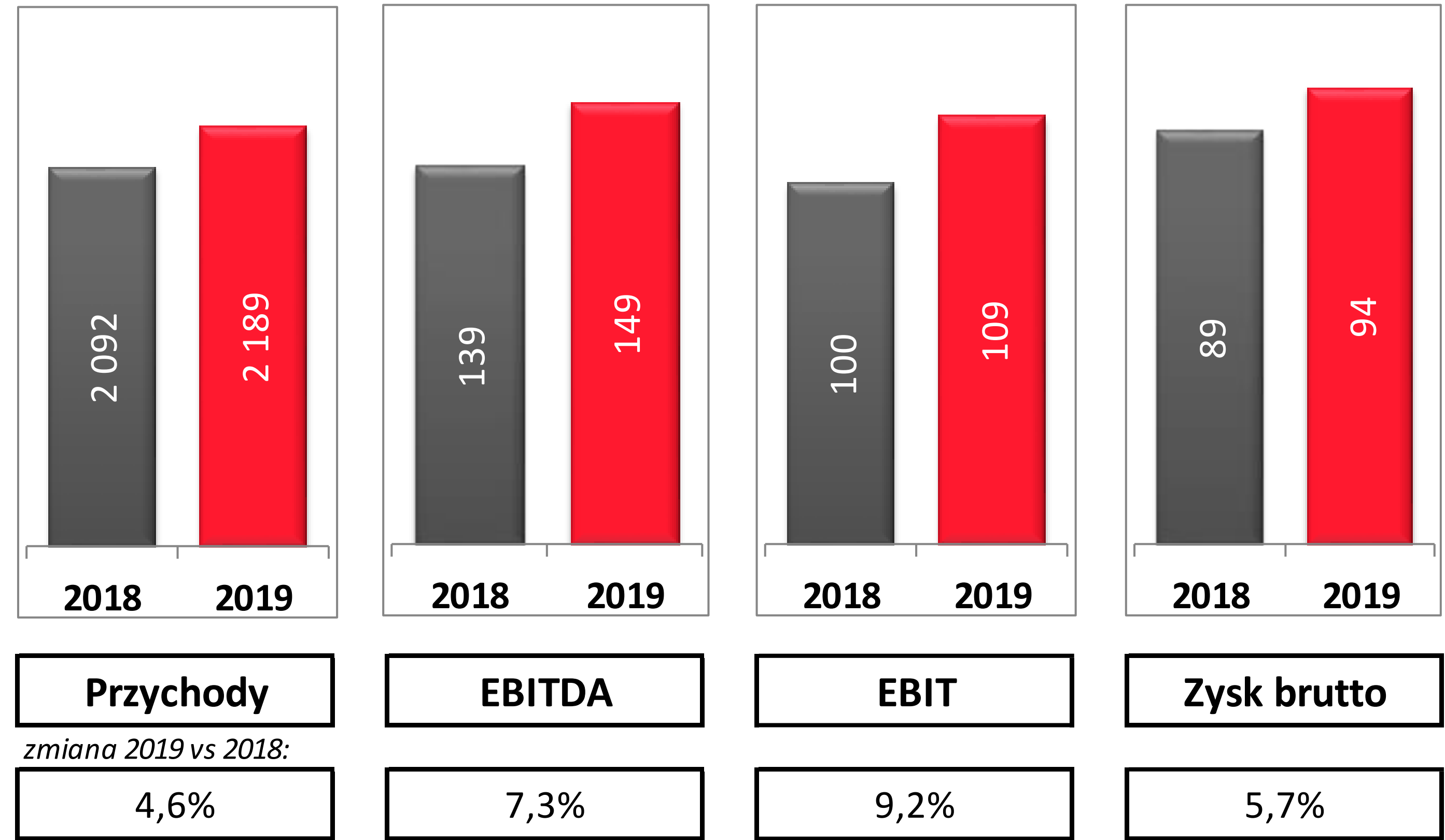
Agenda

- Wyniki III kw. 2019 Grupy Amica
- Podsumowanie wdrożenia Strategii HIT2023
- HIT2023_adjustment





Skrócone wyniki finansowe 9M



Skrócone wyniki finansowe

	9M 2019	9M 2018	Zmiana	Dynamika %
Przychody ze sprzedaży	2 189,0	2 092,3	97	4,6%
Zysk brutto ze sprzedaży	611,7	568,6	43	7,6%
<i>Marża zysku brutto na sprzedaży</i>	<i>27,9%</i>	<i>27,2%</i>		
EBITDA	149,3	139,2	10	7,3%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,7%</i>		
Zysk operacyjny	108,7	99,5	9	9,2%
<i>Marża na poziomie operacyjnym</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,8%</i>		
Zysk brutto	93,7	88,7	5	5,7%
<i>marża zysku brutto</i>	<i>4,3%</i>	<i>4,2%</i>		
Zysk netto	70,7	76,2	-5	-7,2%
<i>Marża zysku netto</i>	<i>3,2%</i>	<i>3,6%</i>		

Bilans

	30.09.2019	30.09.2018	Zmiana	%
Aktywa trwałe	720,5	659,9	61	9%
Aktywa obrotowe	1 319,2	1 192,6	127	11%
Aktywa razem	2 039,6	1 852,5	187	10%
Kapitał własny	888,6	806,1	82	10%
Zobowiązania i rezerwy	1 151,0	1 046,3	105	10%
Zobowiązania długoterminowe	161,8	165,1	-3	-2%
Zobowiązania krótkoterminowe	989,2	881,2	108	12%
w tym zobowiązania całkowite z tytułu kredytów i pożyczek	357,4	317,4	40	13%
Pasywa razem	2 039,6	1 852,5	187	10%

Kapitał obrotowy netto

	30.09.2019	30.09.2018	Zmiana	%
Należności handlowe	670,8	560,3	110,4	19,7%
Zapasy	485,9	462,3	23,6	5,1%
Zobowiązania handlowe	513,2	493,1	20,1	4,1%
Kapitał obrotowy netto	643,5	529,6	113,9	21,5%
Aktywa trwałe	720,5	659,9	60,6	9,2%
Pozostałe	117,9	66,0	51,9	78,7%
Zaangażowany kapitał netto	1 246,0	1 123,5	122,5	10,9%
Kredyty i pożyczki	357,4	317,4	40,0	12,6%
Kapitał własny	888,6	806,1	82,5	10,2%

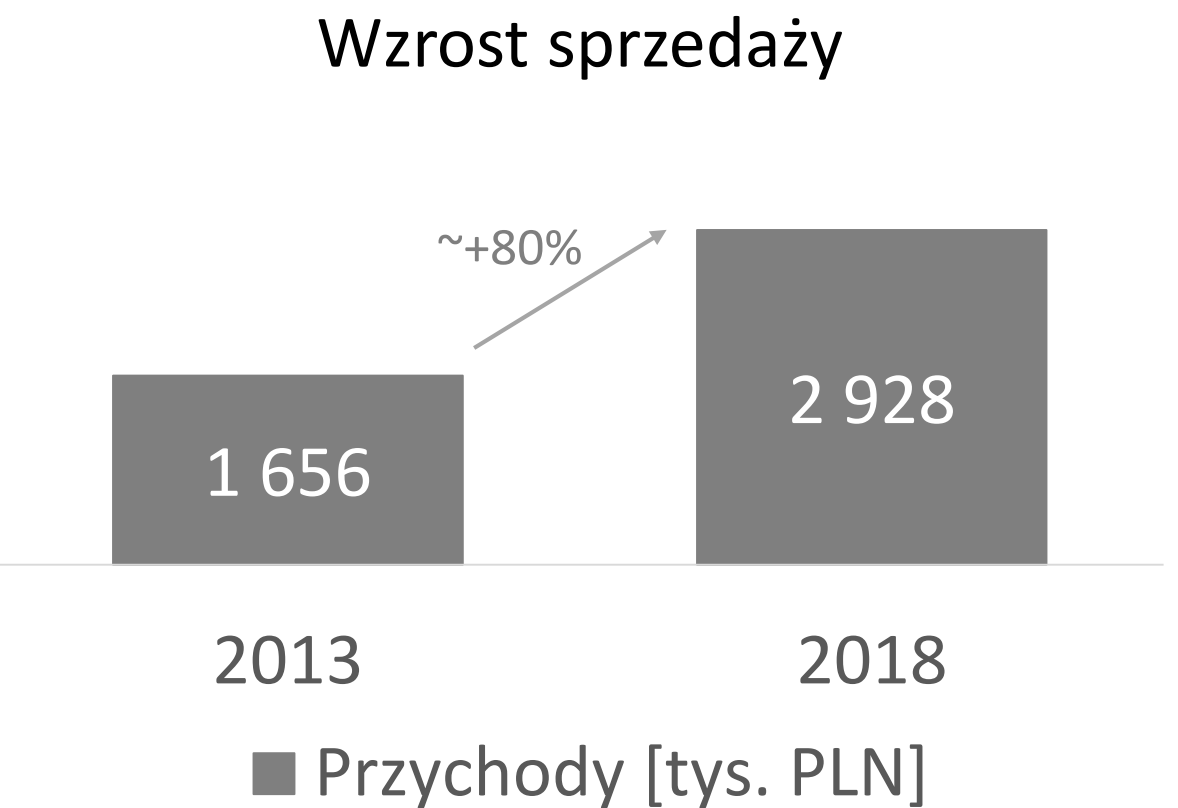
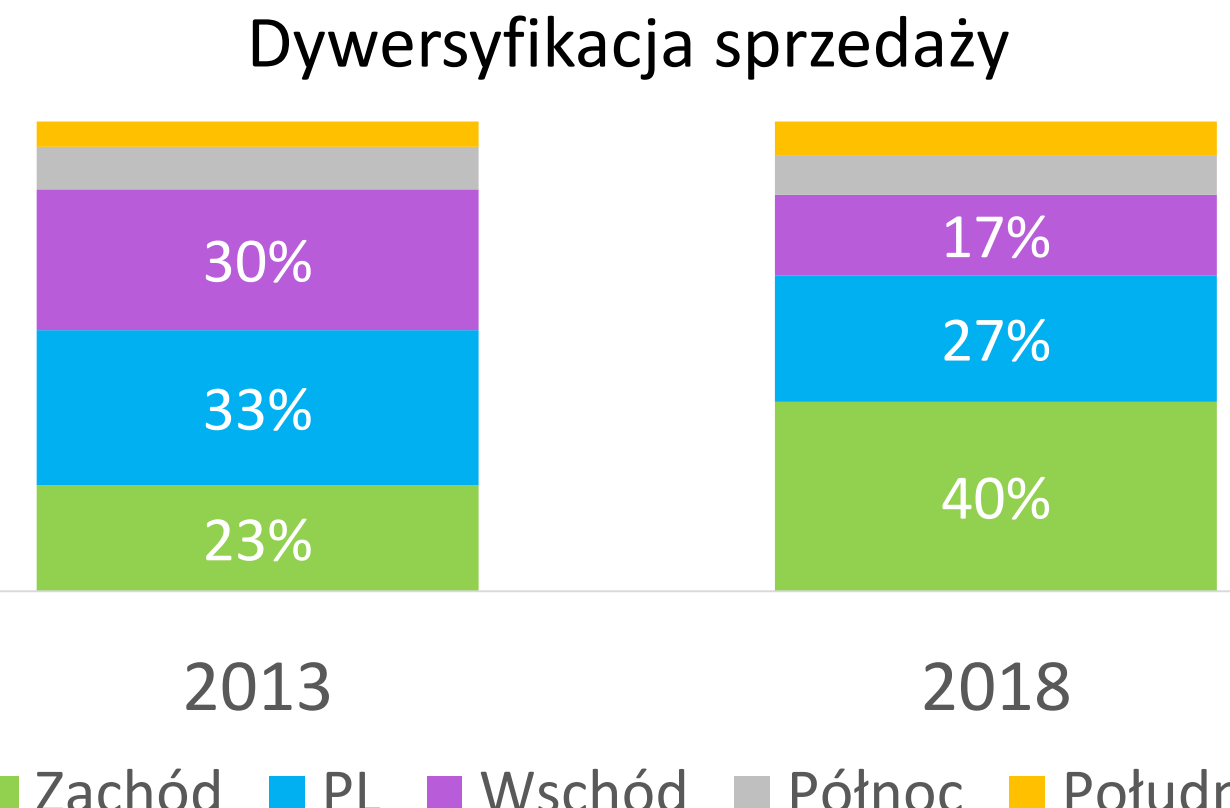


Rachunek przepływów pieniężnych

	9M 2019	9M 2018	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	-10,1	25,1	-35,2
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	-41,4	-51,0	9,6
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	54,0	19,6	34,5
Przepływy pieniężne netto	2,5	-6,3	8,8
Środki pieniężne na początek okresu	76,0	91,6	-15,5
Środki pieniężne na koniec okresu	78,6	85,3	-6,7

Podsumowanie wdrożenia
Strategii HIT2023 w latach
2014-2018



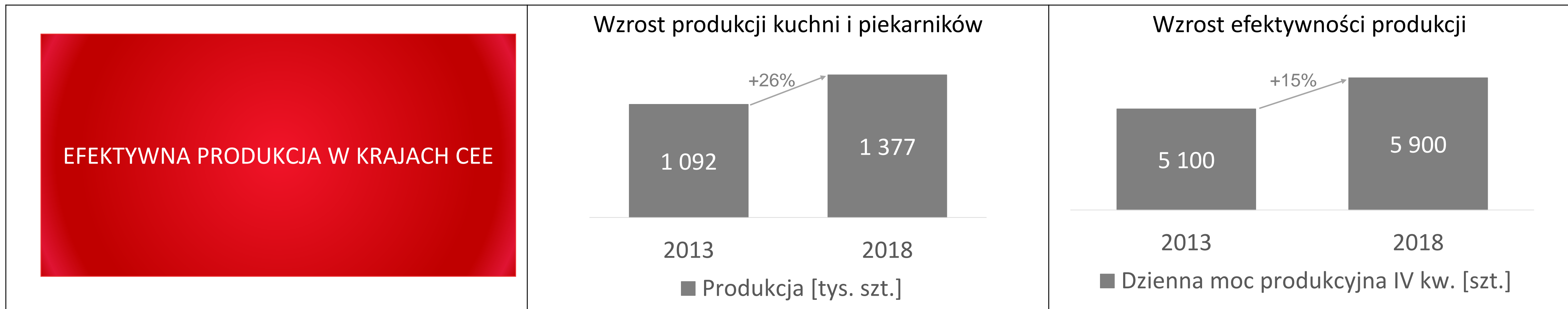
Wdrożenie strategii HIT2023: porównanie lat 2018 i 2013

<p style="text-align: center; color: white; background-color: red; padding: 20px;">KONCENTRACJA NA EUROPIE</p>	<p style="text-align: center;">Wzrost sprzedaży</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rok</th> <th>Przychody [tys. PLN]</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2013</td> <td>1 656</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>2 928</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">■ Przychody [tys. PLN]</p>	Rok	Przychody [tys. PLN]	2013	1 656	2018	2 928	<p style="text-align: center;">Dywersyfikacja sprzedaży</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rok</th> <th>Zachód</th> <th>PL</th> <th>Wschód</th> <th>Północ</th> <th>Południe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2013</td> <td>23%</td> <td>33%</td> <td>30%</td> <td>~10%</td> <td>~14%</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>40%</td> <td>27%</td> <td>17%</td> <td>~10%</td> <td>~4%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"> ■ Zachód ■ PL ■ Wschód ■ Północ ■ Południe </p>	Rok	Zachód	PL	Wschód	Północ	Południe	2013	23%	33%	30%	~10%	~14%	2018	40%	27%	17%	~10%	~4%
Rok	Przychody [tys. PLN]																									
2013	1 656																									
2018	2 928																									
Rok	Zachód	PL	Wschód	Północ	Południe																					
2013	23%	33%	30%	~10%	~14%																					
2018	40%	27%	17%	~10%	~4%																					
<p style="text-align: center; color: white; background-color: red; padding: 20px;">ROZPOZNAWALNE MARKI LOKALNE</p>	<p style="text-align: center;">Zakup / licencjonowanie lokalnych marek</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>																									

Wdrożenie strategii HIT2023: porównanie lat 2018 i 2013

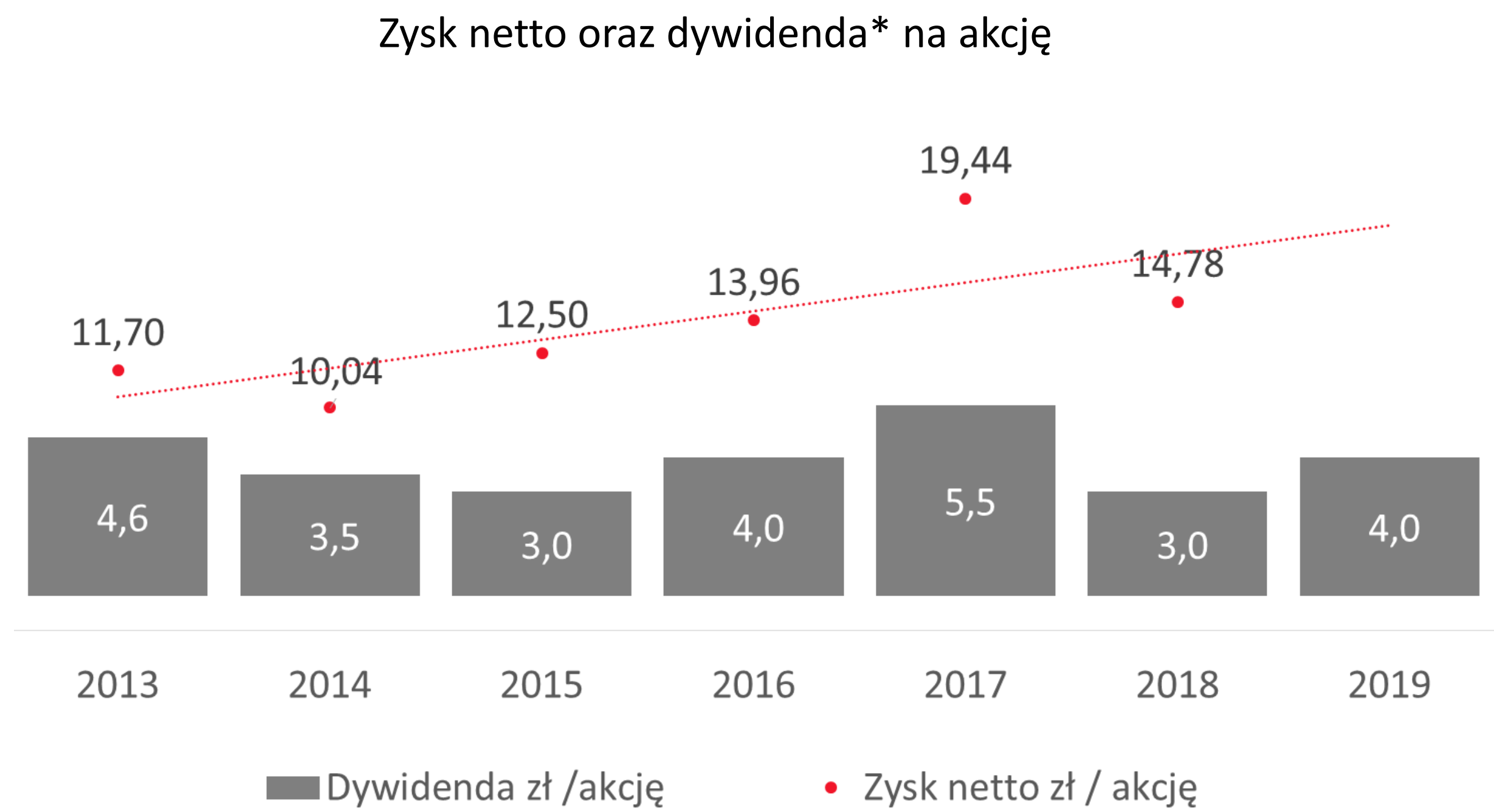
<p>KONCENTRACJA NA SPRZĘCIE GRZEJNYM</p>	<p>Wzrost sprzedaży sprzętu grzejnego</p> <table border="1"><thead><tr><th>Rok</th><th>Przychody [tys. PLN]</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013</td><td>1 034</td></tr><tr><td>2018</td><td>1 295</td></tr></tbody></table> <p>■ Przychody [tys. PLN]</p>	Rok	Przychody [tys. PLN]	2013	1 034	2018	1 295	<p>Wzrost udziału sprzętu do zabudowy</p> <table border="1"><thead><tr><th>Rok</th><th>Kuchnie</th><th>Piekarniki</th><th>Płyty grzejne</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013</td><td>65%</td><td>24%</td><td>11%</td></tr><tr><td>2018</td><td>53%</td><td>30%</td><td>17%</td></tr></tbody></table> <p>■ Kuchnie ■ Piekarniki ■ Płyty grzejne</p>	Rok	Kuchnie	Piekarniki	Płyty grzejne	2013	65%	24%	11%	2018	53%	30%	17%
Rok	Przychody [tys. PLN]																			
2013	1 034																			
2018	1 295																			
Rok	Kuchnie	Piekarniki	Płyty grzejne																	
2013	65%	24%	11%																	
2018	53%	30%	17%																	
<p>SPÓJNE PORTFOLIO AGD</p>	<p>Wdrożenie kompletnych linii produktów do zabudowy X-type i Q-type</p>																			

Wdrożenie strategii HIT2023: porównanie lat 2018 i 2013



Wdrożenie strategii HIT2023: porównanie lat 2018 i 2013

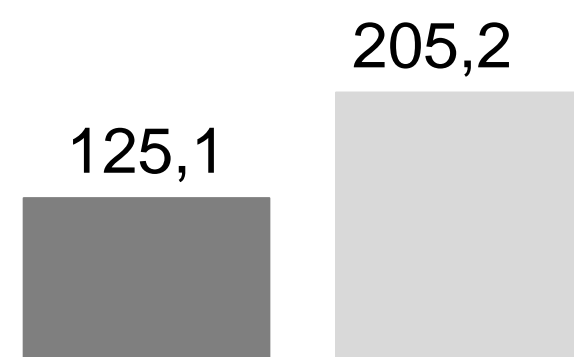
Tworzenie wartości dla akcjonariuszy



*Dywidenda wypłacona w danym roku kalendarzowym

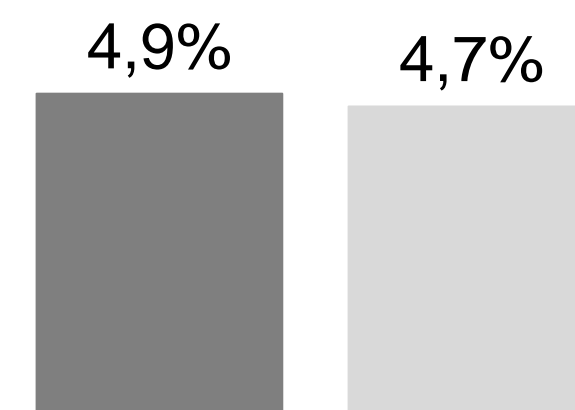
Wdrożenie strategii HIT2023: porównanie lat 2018 i 2013

Marża EBITDA **7,0%**
vs 7,6%



EBITDA (mPLN)

Zysk brutto **136,6 mln PLN**
vs 81 mln PLN [+ 68,6%]



Marża zysku brutto (%)

■ 2013
■ 2018

Podsumowanie wdrożenia strategii HIT 2023 w latach 2014-2018

CZYNNIKI POZYTYWNE:

- Dywersyfikacja sprzedaży: przejęcia CDA oraz Sideme
- Istotny wzrost sprzedaży i rentowności towarów handlowych
- Wzrost udziałów rynkowych w segmencie kuchni wolnostojących w Polsce po upadku Fagor-Mastercook

CZYNNIKI NEGATYWNE:

- Recesja na rynkach Rosji i WNP
- Brexit
- Konsolidacja branży (zarówno produkcja jak i dystrybucja)
- Wzrost kosztów materiałów, komponentów, pracy i energii

Przyczyny HIT2023_adjustment

Negatywne czynniki i fakty sprawiają, że osiągnięcie celów strategicznych HIT2023:

- 2,2 mln sprzedanych sztuk dużego sprzętu grzejnego (kuchnie i piekarniki) rocznie
- 1,2 mld EUR przychodów rocznie
- Przy marży EBITDA na poziomie 9%

nie jest możliwe do roku 2023.

HIT2023_adjustment



The Amica logo consists of the word "Amica" in a white, sans-serif font, centered within a red rounded rectangle.

Zdolność do zmian jest ważną cechą Grupy Kapitałowej AMICA i źródłem satysfakcji dla klientów i właścicieli

MISJA GRUPY AMICA

Poprzez zdolność do szybkiej reakcji na potrzeby klientów tworzymy pozycję ważnego dostawcy szerokiej oferty sprzętu gospodarstwa domowego w Europie.

Koncentrujemy uwagę na stałym podnoszeniu satysfakcji naszych klientów, efektywnie i skutecznie dopasowujemy procesy i struktury biznesu do wyzwań rynku, tworząc wartość dla akcjonariuszy, pracowników i środowisk lokalnych

Otoczenie polityczne

- a. Brexit
- b. Konflikt handlowy USA-Chiny
- c. Wojna na Ukrainie
- d. Wzrost znaczenia populistycznych partii politycznych – zagrożenie dla UE

Transformacja cyfrowa

- a. Wykorzystanie Big Data
- b. Robotyzacja procesów produkcyjnych i biznesowych
- c. Internet Rzeczy
- d. E-commerce



Rynek

- a. Wzrost znaczenia urządzeń do zabudowy
- b. Zróżnicowanie zwyczajów kulinarnych / sposobów przygotowania żywności
- c. E-commerce
- d. Inteligentny Dom / Internet Rzeczy

Konkurencja

- a. Konsolidacja branży (zarówno produkcja jak i dystrybucja)
- b. Wzrost znaczenia chińskich producentów

Centra produkcyjne dla Europy

- a. Kraje CEE będą dalej korzystały z przewag konkurencyjnych
- b. Robotyzacja może zwiększyć konkurencyjność produkcji w Europie Zachodniej



Kluczowe wnioski:

- **Koncentracja na Europie** i rentownym wzroście na pozostałych rynkach
- **Sprzęt grzejny jest kluczowym czynnikiem wzrostu sprzedaży Grupy Amica**
- Budowa **silnej pozycji marek w segmencie mainstream** na rynkach markowych (Polska, Skandynawia, Rosja i Hiszpania)
- **Amica 4.0** - Transformacja cyfrowa produkcji, sprzedaży oraz innych obszarów funkcyjnych
- Inwestycje w **moce produkcyjne sprzętu grzejnego** w Polsce



Amica

Kluczowe wnioski:

- Inteligentny wybór (**wysoki stosunek jakości do ceny**) jako główna przewaga konkurencyjna
- **Inteligentne innowacje** w segmencie **mainstream** sprzętu grzejnego
- Rozwój **własnych linii wzorniczych i unikalnych cech produktowych** w obszarze towarów handlowych
- Dywersyfikacja geograficzna portfela dostawców towarów handlowych



Amica

Wizja i filary Strategii HIT2023_adjustment

Amica

WIZJA

STAĆ SIĘ JEDNYM Z TRZECH CZOŁOWYCH GRACZY W SPRZĘCIE GRZEJNYM W EUROPIE

4 mld PLN obrotu. 8% EBITDA

KONCENTRACJA NA
EUROPIE I
ZRÓWNOWAŻONY WZROST
NA RYNKACH OVER SEAS



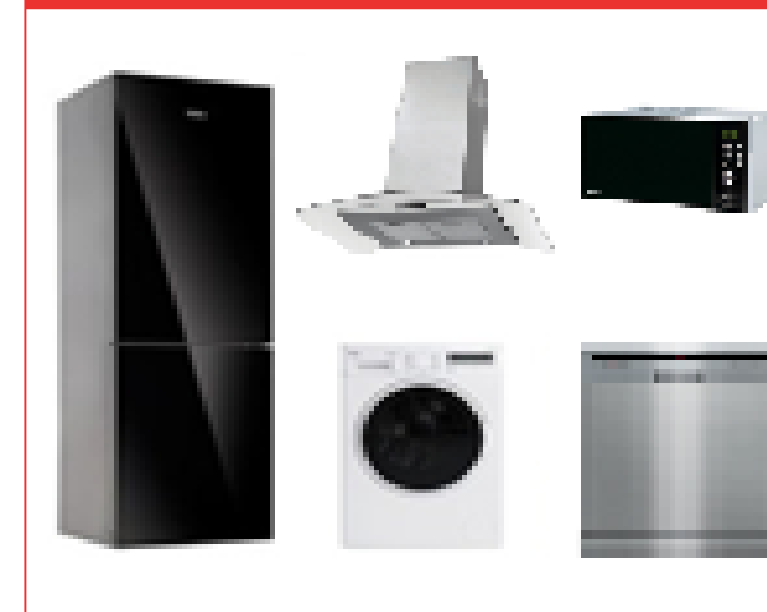
ROZPOZNAWALNE
MARKI LOKALNE



KONCENTRACJA NA
SPRZĘCIE GRZEJNYM



SPÓJNE
PORTFOLIO AGD



EFEKTYWNA
PRODUKCJA W
KRAJACH CEE



AMICA 4.0 – TRANSFORMACJA CYFROWA WE WSZYSTKICH OBSZARACH ORGANIZACJI

*EFEKTYWNE PROCESY WEWNĘTRZNE I ZAANGAŻOWANY ZESPÓŁ
ODPOWIEDZIALNE I ZRÓWNOWAŻONE DZIAŁANIA*

Kluczowe czynniki wzrostu Grupy Amica:

01

Wzmocnienie pozycji marek na strategicznych rynkach

02

Koncentracja na sprzęcie grzejnym

03

Skuteczna transformacja cyfrowa



Kluczowe czynniki wzrostu rentowności:

01

Skuteczne zarządzanie ceną i portfelem produktowym:
wzrost marży brutto na sprzedaży

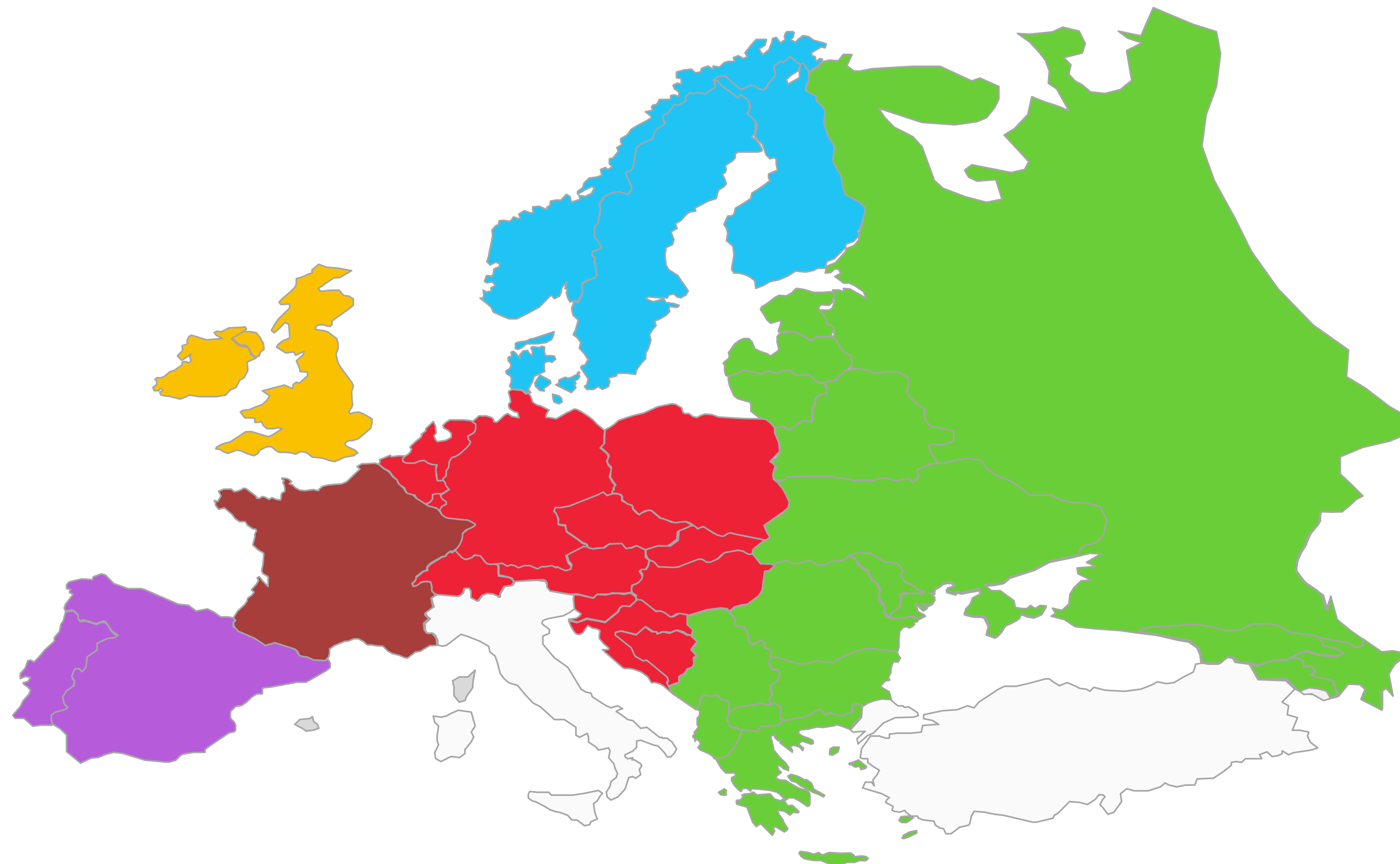
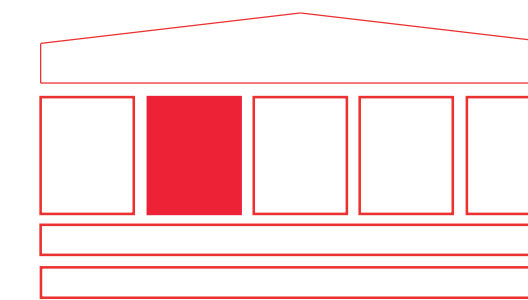
02

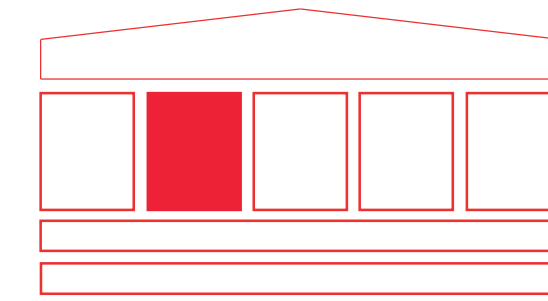
Optymalizacja kosztów zakupów komponentów i towarów
handlowych

03

Wzrost efektywności we wszystkich obszarach biznesowych

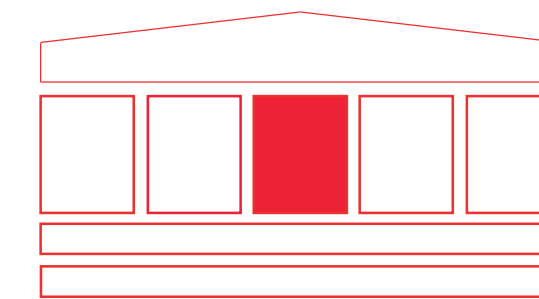
Rozpoznawalne marki lokalne



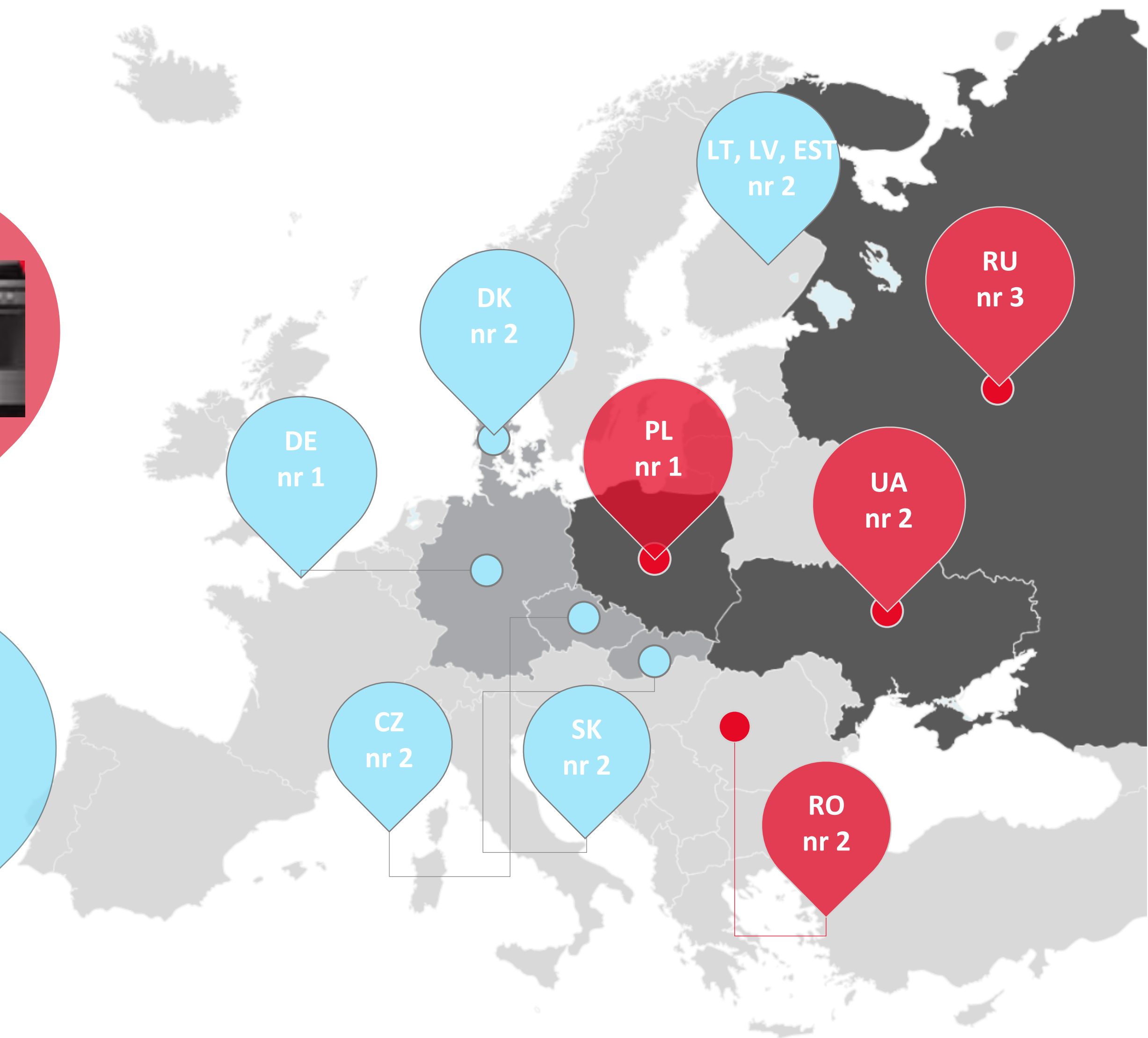


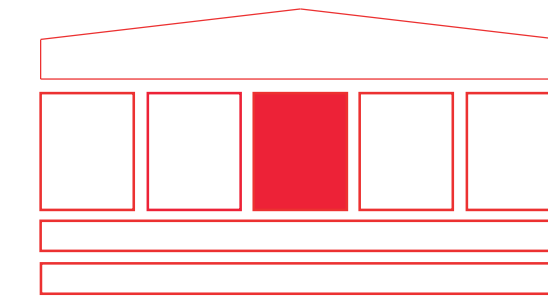
Rozpoznawalne marki lokalne

- Inwestycja w rozwój marki Fagor** przede wszystkim na rynku hiszpańskim, ale również na pozostałych rynkach (w tym Środkowego Wschodu i Afryki Północnej)
- Koncentracja na sprzedaży pod markami należącymi do Grupy Amica** (produkcja OEM jako drugi priorytet)
- Aktywne poszukiwanie możliwości przejęć / wylicencjonowania marek
- Koncentracja na użytkowniku** mainstreamowym poprzez dedykowane kampanie marketingowe B2C oraz doskonały контент cyfrowy na rynkach markowych (Polska, Rosja, Skandynawia i Hiszpania)

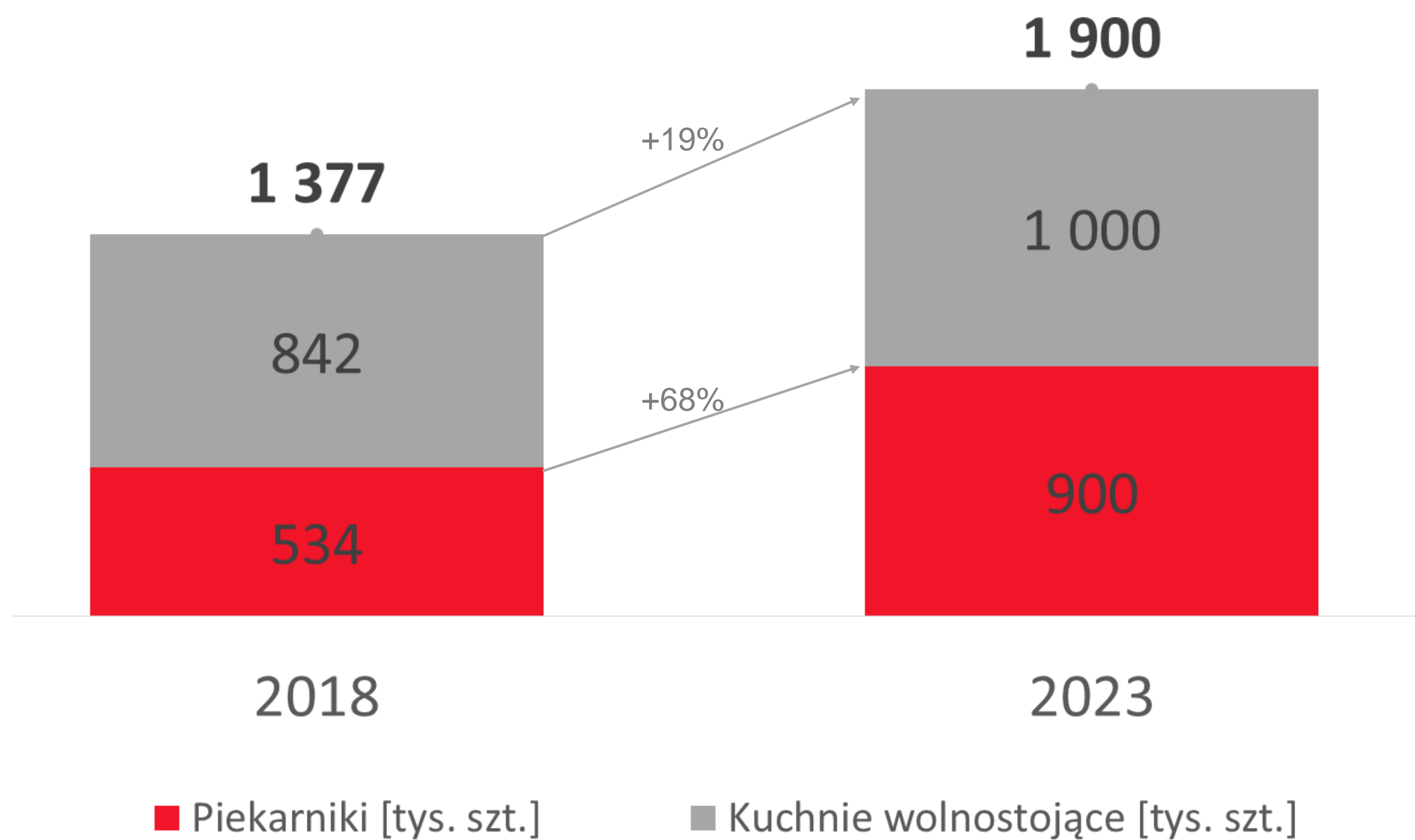


Amica



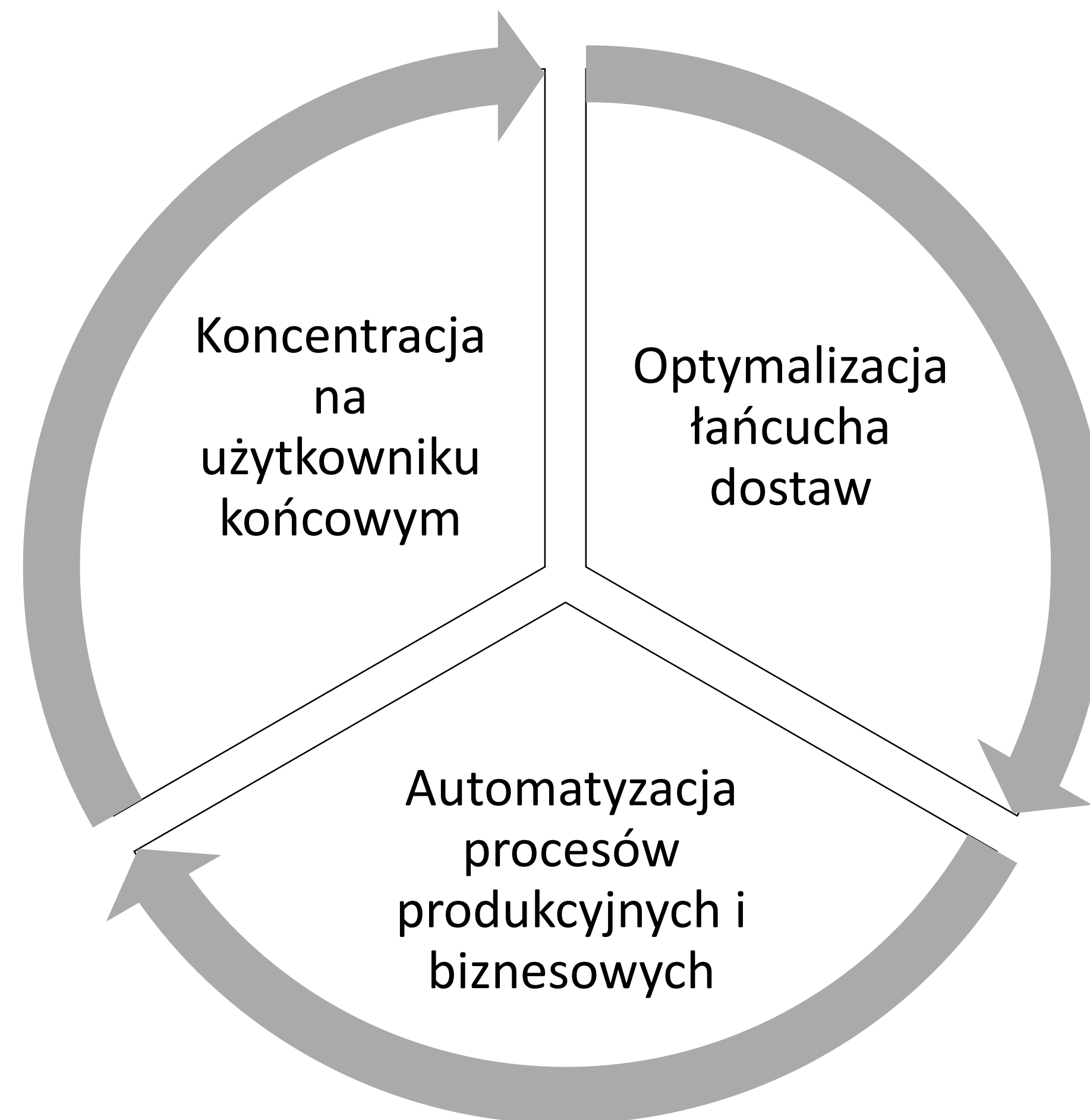


Koncentracja na sprzęcie grzejmym



- ❑ Pomyślne wdrożenie nowych linii produktów do zabudowy (Q-type i X-type)
- ❑ Własna produkcja płyt indukcyjnych i gazowych
- ❑ Inteligentne (użyteczne) innowacje odpowiadające na zmieniające się nawyki kulinarne / sposoby przygotowania żywności (jak OpenUp!™)
- ❑ Nowa linia wzornicza dla kuchni w 2022
- ❑ Przyspieszenie procesu wdrożenia produktów na rynek

Amica 4.0 Transformacja cyfrowa we wszystkich obszarach organizacji



Koncentracja na użytkowniku końcowym:

01



Platforma zarządzania i analiz danych rynkowych oraz automatyzacja kontentu marketingowego – wspólny projekt z partnerami B2B

02



Skuteczne wykorzystanie wszystkich interakcji w cyklu życia produktu – serwis, programy lojalnościowe, Internet Rzeczy

03



Skuteczne kampanie internetowe skierowane do zidentyfikowanych grup docelowych

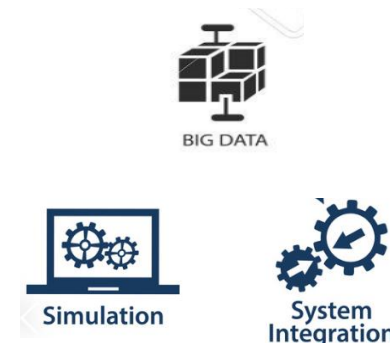
Optymalizacja łańcucha dostaw:

01



Poprawa trafności prognoz dzięki zaawansowanym narzędziom

02



Skuteczna digitalizacja tworzenia planu operacyjnego (produkcja i sprzedaż)

03



Szybsze wdrażanie produktów na rynek oraz wdrożenie programu zarządzania cyklem życia produktu

Automatyzacja procesów produkcyjnych i biznesowych:

01



Nowoczesne i zautomatyzowane linie montażowe; robotyzacja wybranych obszarów

02



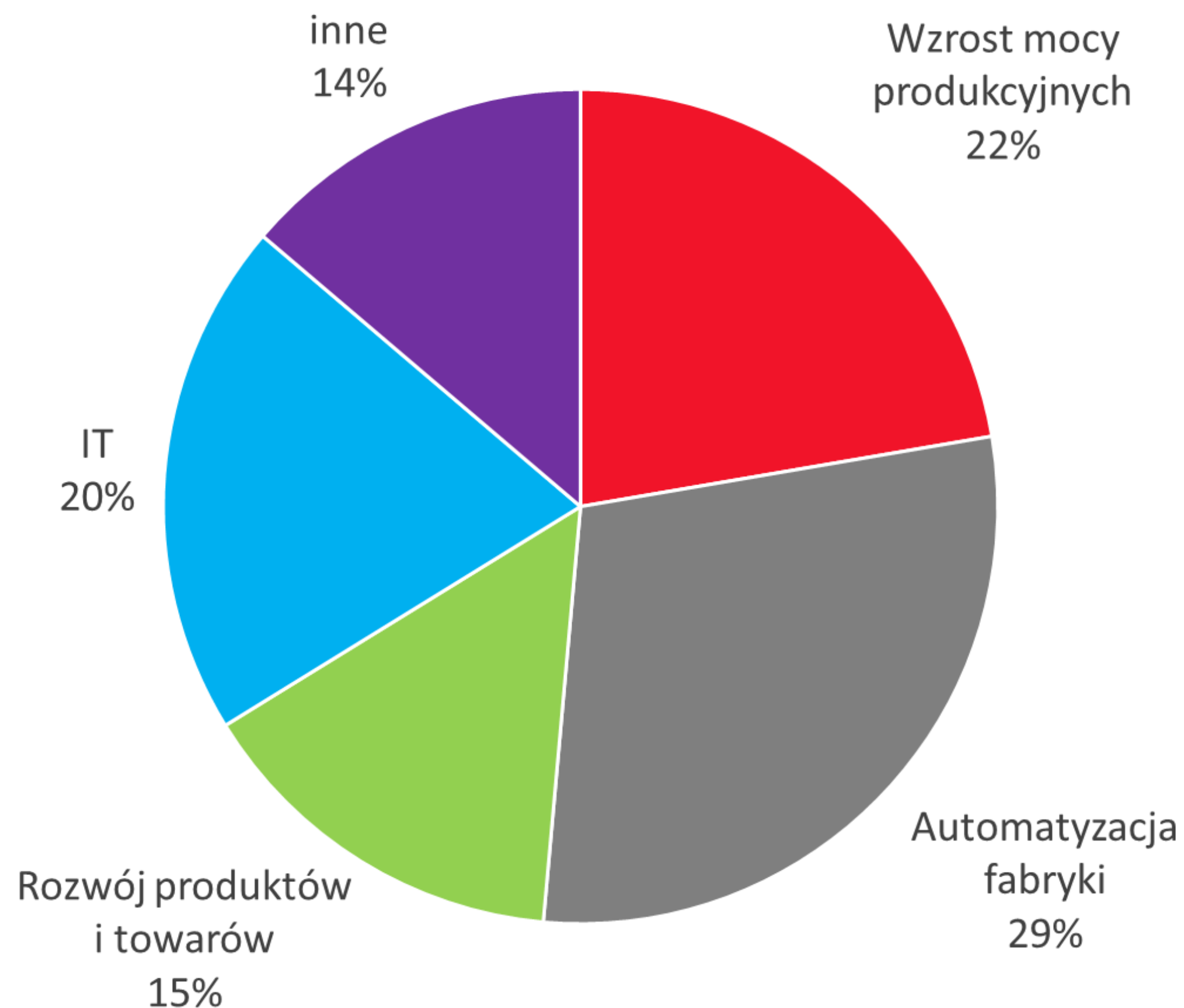
Zaawansowane systemy zarządzania produkcją oraz utrzymania ruchu z modułami analitycznymi wspierającymi wydajność operacyjną

03



Wykorzystanie botów (zdefiniowanych algorytmów) wspierających procesy biznesowe

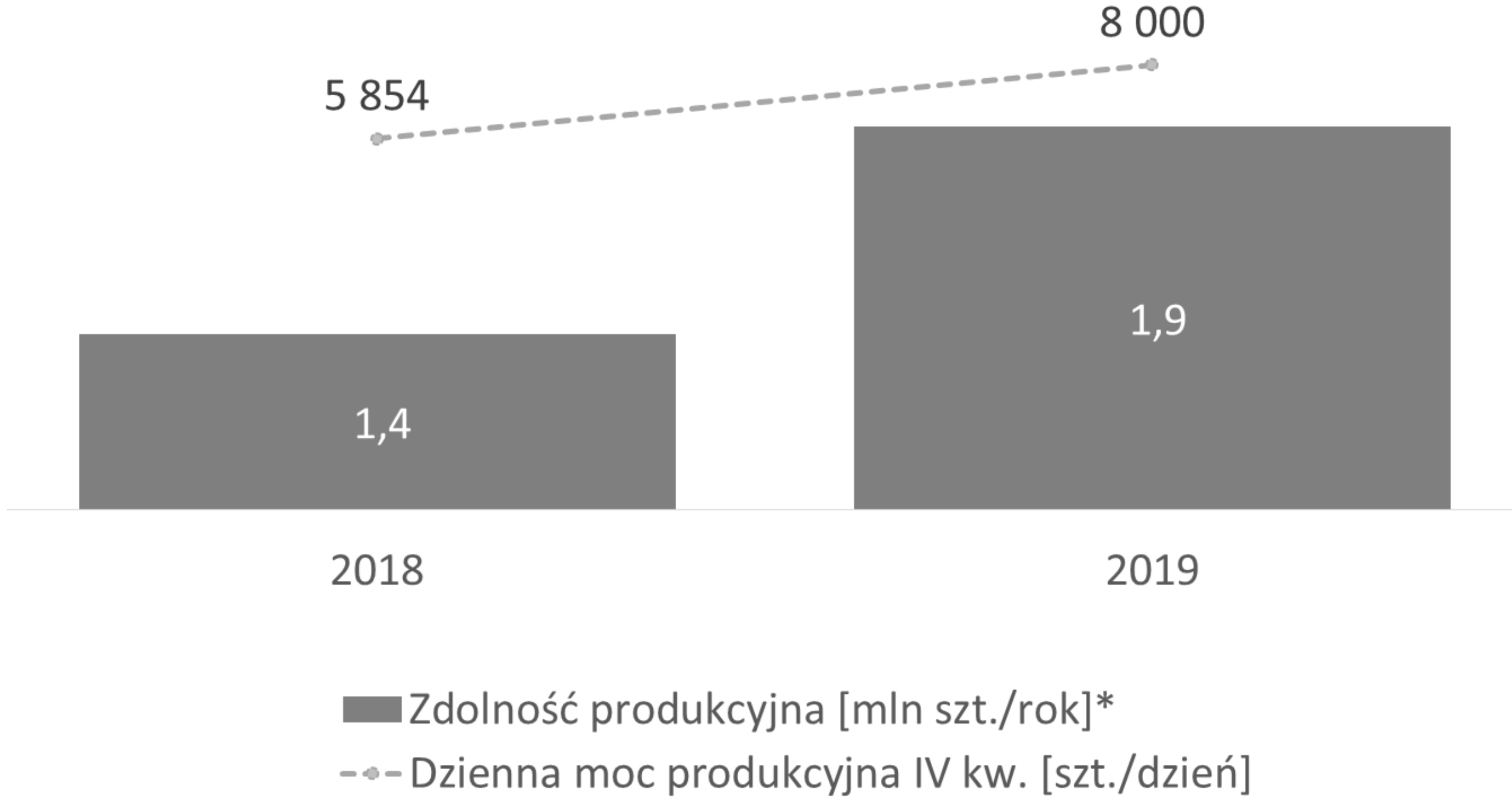
Inwestycje 2020-2023



- Planowane inwestycje w okresie 2020-2023 wynoszą **ok. 500 mln PLN**
- Większość wydatków związana będzie ze **zwiększeniem mocy produkcyjnych i wydajności fabryki** we Wronkach oraz transformacją cyfrową
- Istotne środki przeznaczone będą również na **rozwój kompletnych linii produktów** do zabudowy (produkty i towary handlowe)



Moce produkcyjne (kuchnie i piekarniki):



* Przy założeniu 242 dni pracy w roku



Aktywne poszukiwanie celów przejęć

01

Rozpoznawalne marki lokalne ze strukturami sprzedażowymi

02

Integracja pionowa w obszarze towarów handlowych

Tworzenie wartości dla akcjonariuszy

Długoterminowe cele tworzenia wartości			Odpowiedzialna polityka finansowa		
	2018	2020-2023		2018	2020-2023
Wzrost sprzedaży	10%	>7%	+	Dywidenda	20% wyniku netto do 35% wyniku netto
EBITDA	7%	Do 8,0%		Dług netto / EBITDA	<2 <2
RONA*	17%	>16%		M&A	Koncentracja na markach oraz wejściu na nowe rynki

*RONA (zwrot z aktywów netto) = EBITDA / (aktywa trwałe + kapitał obrotowy netto)

Globalne ryzyka polityczne i gospodarcze

Nieudany rozwój sprzedaży na nowych rynkach

Nieudane przejęcia i integracje przedsiębiorstw / marek

Agresywna polityka cenowa konkurencji

Niedopasowanie portfela produktowego do wymagań rynku

Spadek rentowności towarów handlowych i erozja relacji biznesowych z ich dostawcami

Nieudana transformacja cyfrowa

Wysoka rotacja pracowników, ograniczona liczba kandydatów



Amica
for living

ZASTRZEŻENIA

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez Amica SA („AMICA” lub "Spółka"). Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek kopia niniejszej Prezentacji nie może być powielona, rozpowszechniona ani przekazana, bezpośrednio lub pośrednio, jakiegokolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez wiedzy i zgody AMICA. Powielanie, rozpowszechnianie i przekazywanie niniejszej Prezentacji w innych jurysdykcjach może podlegać ograniczeniom prawnym, a osoby do których może ona dotrzeć, powinny zapoznać się z wszelkimi tego rodzaju ograniczeniami oraz stosować się do nich. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej AMICA ani Grupy Kapitałowej AMICA, jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. AMICA przygotowała Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub opuszczenia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez AMICA lub jej spółkę zależną opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych raportach AMICA sporządzonych zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi AMICA.

Niniejsza Prezentacja oraz związane z nią slajdy oraz ich opisy mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże, takie analizy nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników finansowych AMICA lub spółek Grupy Kapitałowych AMICA. W szczególności niniejsza Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza lub szacunki przyszłych wyników finansowych AMICA i Grupy Kapitałowej AMICA.

Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Prognozy Zarządu są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach członków Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez AMICA będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę.

W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia. Ani AMICA, ani jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto, żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony AMICA, jej kierownictwa czy dyrektorów, Akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób.

Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakiegokolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiejkolwiek papiery wartościowe w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie będą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy na niej polegać w związku z jakakolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.