

eurofly

ROAD SHOW

Milano, 12 dicembre 2005

eurofly

Disclaimer

*Il presente documento è stato predisposto da Eurofly S.p.A. ("**Eurofly**" o la "**Società**") esclusivamente per essere utilizzato nel corso della presentazione agli analisti avente ad oggetto la Società e la prospettata offerta globale e successiva quotazione sul Mercato Telematico Azionario delle azioni ordinarie Eurofly e non potrà essere utilizzato per finalità diverse da quella per la quale è stato predisposto.*

*Su tali informazioni non sono state effettuate attività di verifica né attività di auditing da un organo indipendente e non vi sono garanzie di nessun tipo, né implicite né esplicite, a riguardo né è possibile fare affidamento sulla correttezza, accuratezza, completezza, precisione delle informazioni e delle opinioni contenute nel presente documento. Alcune parti di questa presentazione contengono affermazioni/dati prospettici che costituiscono mere stime e che potrebbero differire, anche sensibilmente, dagli effettivi risultati futuri. Né Eurofly, né i suoi amministratori, dipendenti, consulenti o rappresentanti, né Centrobanca S.p.A. e Banca Profilo S.p.A. (i "**Joint Global Coordinators**") né i loro rispettivi amministratori, dipendenti, consulenti o rappresentanti, possono essere considerati in alcun modo responsabili per qualsiasi conseguenza derivante, direttamente o indirettamente, dalla lettura, elaborazione e valutazione del presente documento o da qualsiasi evento che venisse da chiunque ad esso ricondotto.*

Il presente documento non può costituire una base informativa e valutativa finalizzata in qualunque modo alla sollecitazione del mercato e non costituisce un'offerta od un invito ad acquistare o sottoscrivere azioni Eurofly – né esso, o parte di esso, potrà costituire un contratto od un impegno a contrarre o su di esso si potrà fare affidamento in relazione alla stipula di qualsivoglia contratto o all'assunzione di impegni di qualsivoglia natura.

Il documento è strettamente riservato, vi è stato mostrato esclusivamente per vostra informazione e non può essere riprodotto, o distribuito a terzi né pubblicato in tutto o in parte, ad alcuno scopo. Accettandolo il destinatario si impegna a mantenere riservate e a non divulgare a terzi le informazioni in esso contenute.

Sommario

BUSINESS & COMPANY OVERVIEW	A. Angioletti
MARKET PERFORMANCE	A. Brunini
OPERATIONS	A. Zanetto
FINANCIALS.....	M. Pasquali
STRATEGY & INVESTMENT CONSIDERATIONS...	A. Angioletti
OFFER STRUCTURE.....	M.M. Fumagalli
Q&A	

BUSINESS & COMPANY OVERVIEW

Augusto Angioletti - AD

Una *expertise* che viene da lontano

2004-oggi

SVILUPPO E
INNOVAZIONE

- ✓ Nuovo posizionamento: da vettore *charter* a vettore *leisure* (politica distributiva **multicanale**)
- ✓ Ottimizzazione del portafoglio prodotti/rotte
- ✓ Iniziative volte a diminuire gli effetti della stagionalità
- ✓ Completamento del **Turnaround**

2001-2003

RIORGANIZZAZIONE
AZIENDALE

- ✓ Raggiungimento **autonomia da Alitalia** con l'apertura del capitale a Spinnaker Luxembourg SA
- ✓ Ritorno all'**utile**
- ✓ **Nuovi aeromobili** per struttura di costo coerente alle dinamiche di prezzo

1998-2000

DIVERSIFICAZIONE

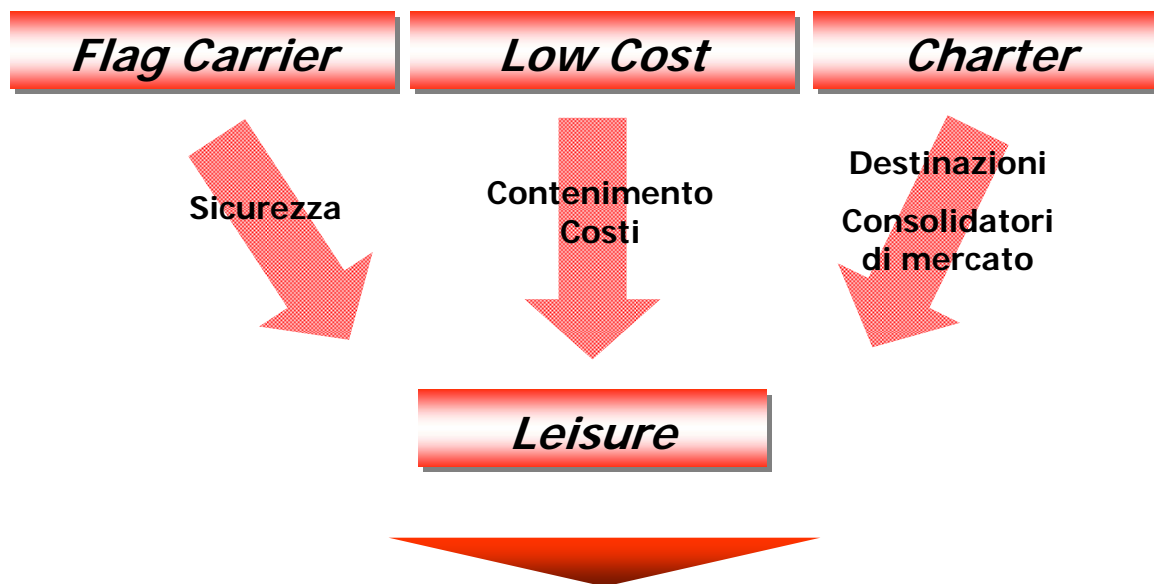
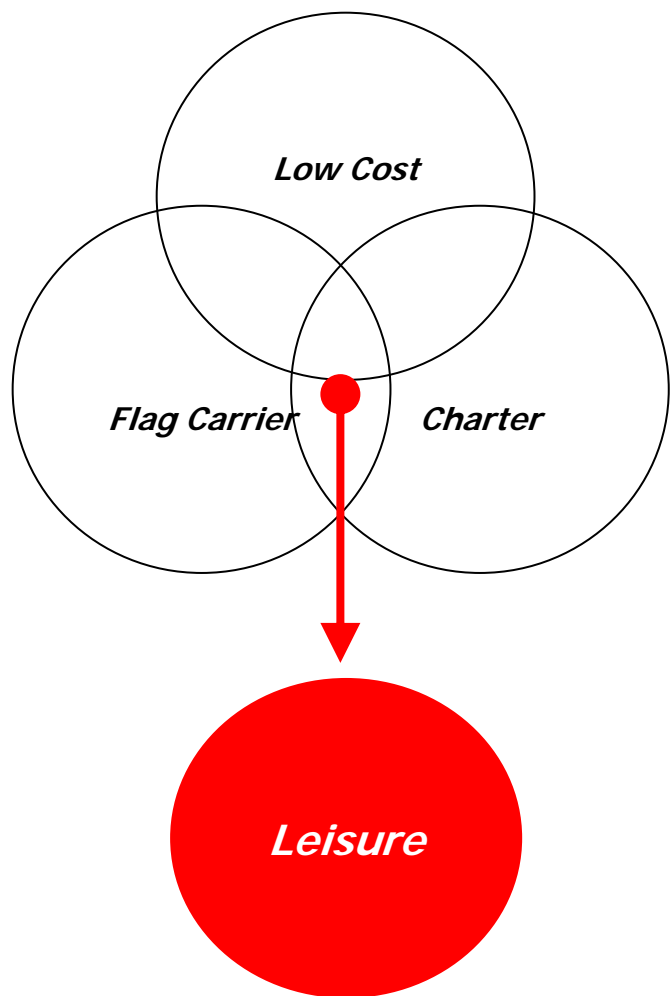
- ✓ Forte coinvolgimento di Alitalia
- ✓ **Ingresso nel Lungo Raggio**, caratterizzato da stagionalità inversa rispetto al Medio Raggio

1989-1998

MEDIO RAGGIO

- ✓ Unico operatore aereo privato italiano dedicato al Medio Raggio

I "modelli" esistenti

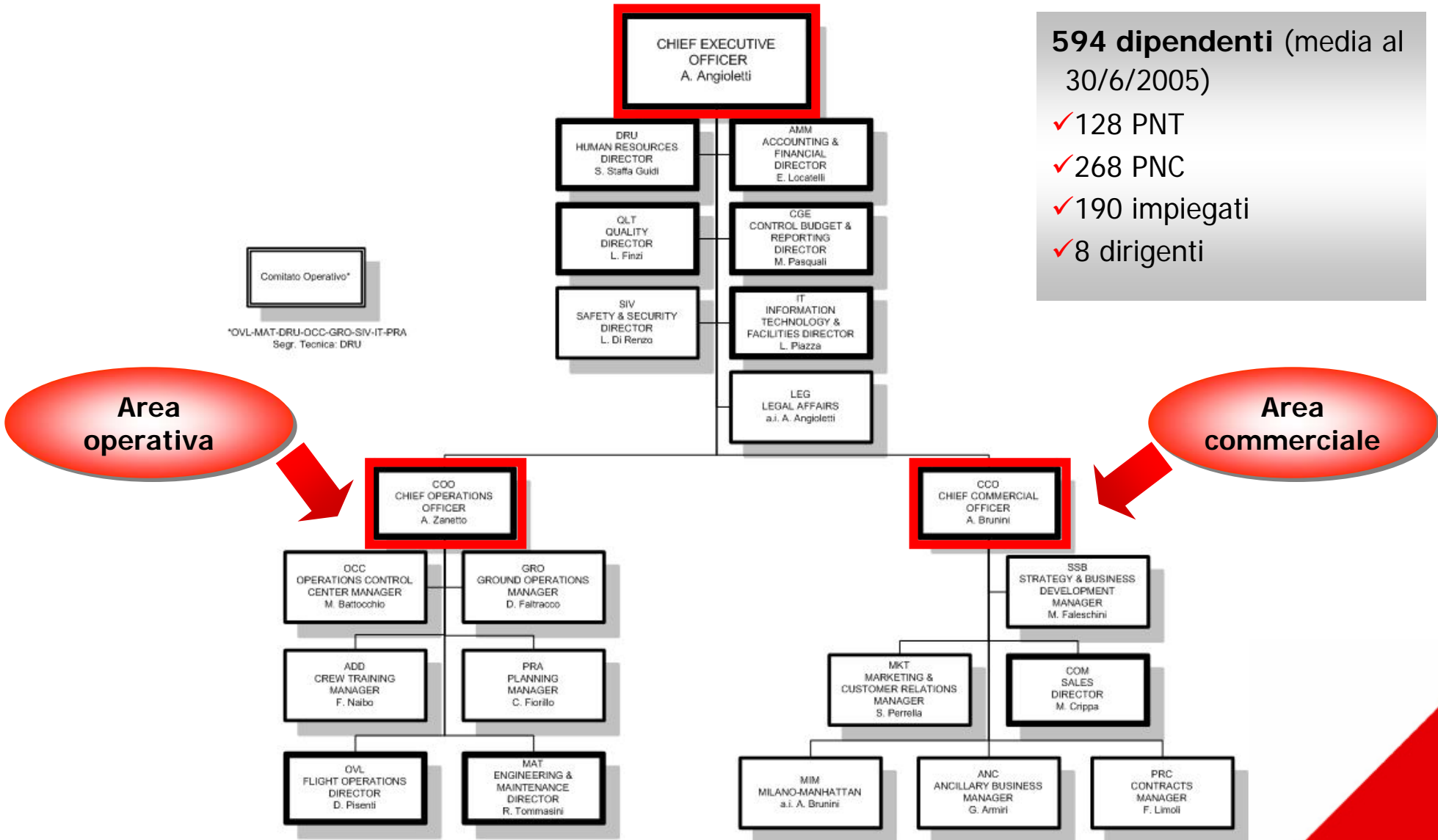


Eurofly è un operatore aereo *leisure* dotato di un sistema organizzativo basato sull'efficienza dei costi che opera principalmente voli *point to point* verso destinazioni turistiche ed ha come target finale di clientela coloro che volano per vacanza nel tempo libero

Key people

594 dipendenti (media al 30/6/2005)

- ✓ 128 PNT
- ✓ 268 PNC
- ✓ 190 impiegati
- ✓ 8 dirigenti



MARKET PERFORMANCE

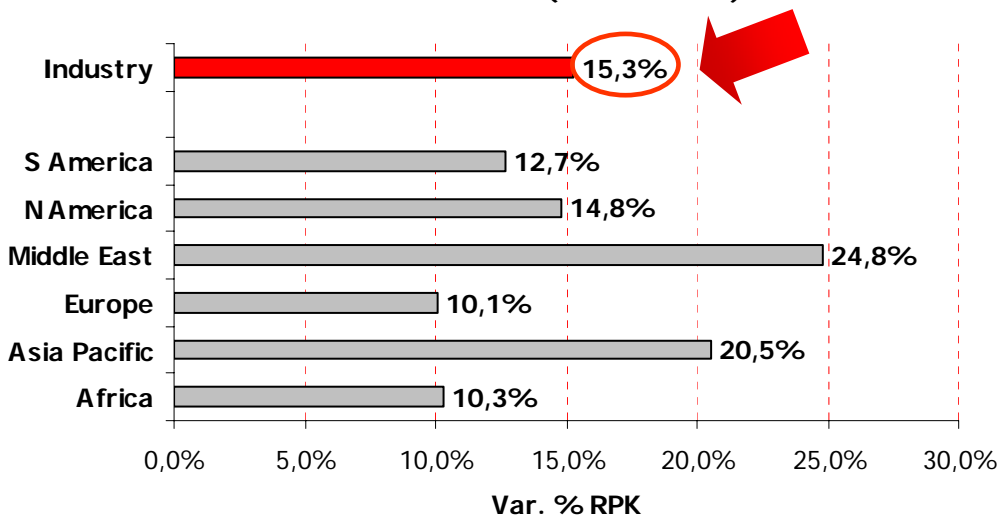
Armando Brunini – Chief Commercial Officer

La domanda di trasporto aereo

Domanda internazionale di trasporto aereo in forte crescita sia a livello di domanda globale che con riferimento all'Italia (CAGR medio atteso di circa 6% sino al 2008, fonte: Airbus, Boeing)

Mercato mondiale

VOLI INTERNAZIONALI (2004 vs 2003)

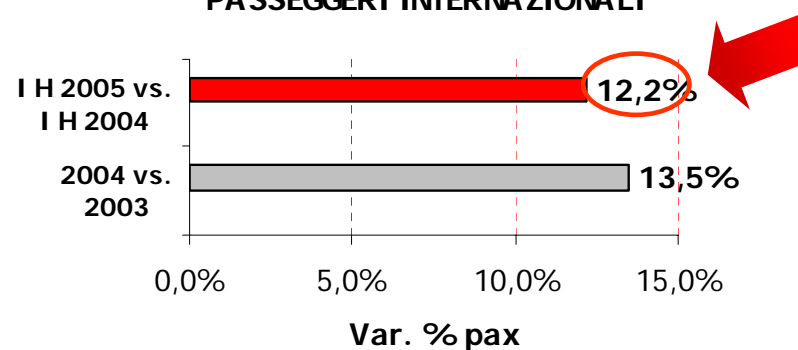


Fonte: IATA

RPK: Revenue Passengers Kilometers

Mercato nazionale

PASSEGGERI INTERNAZIONALI

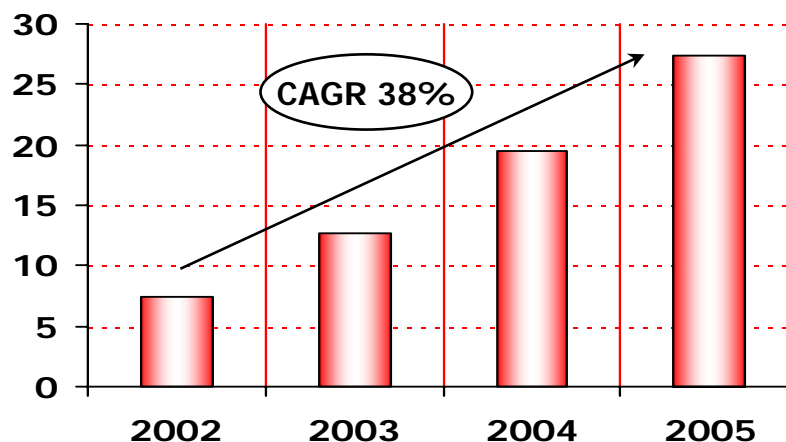


Fonte: ASSAEROPORTI

La domanda di turismo

Nel 2004 si è assistito ad un ritorno alla crescita della domanda di turismo a livello mondiale (+10%, fonte WTO), ad una minore incidenza dei viaggi organizzati e ad uno sviluppo del turismo *on line* ("fai da te")

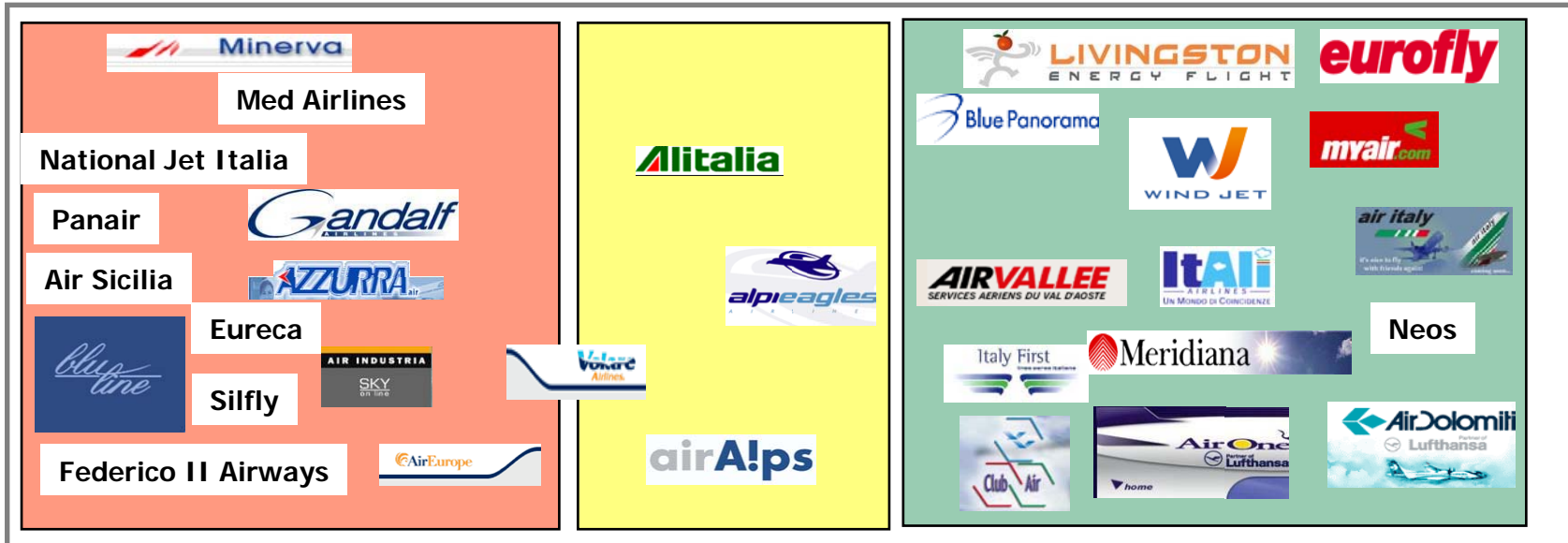
MKT Europeo turismo on-line (€ mln)



Fonte: BCG analysis 2005

I principali *player* italiani

Compagnie operative dal 1999 - 2005



Non piu' operative

13

A rischio

4

In continuita'

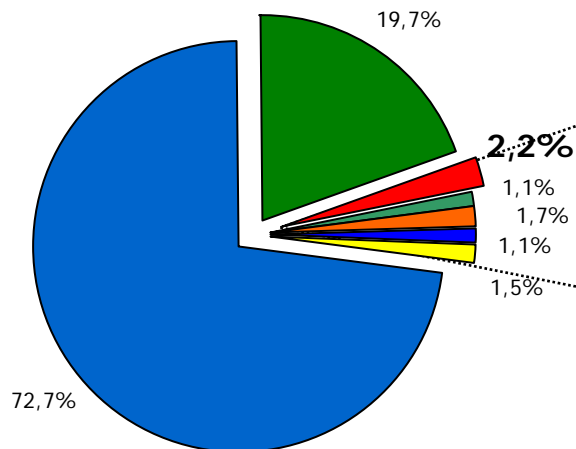
14

In Italia la concorrenza è nutrita ma debole:

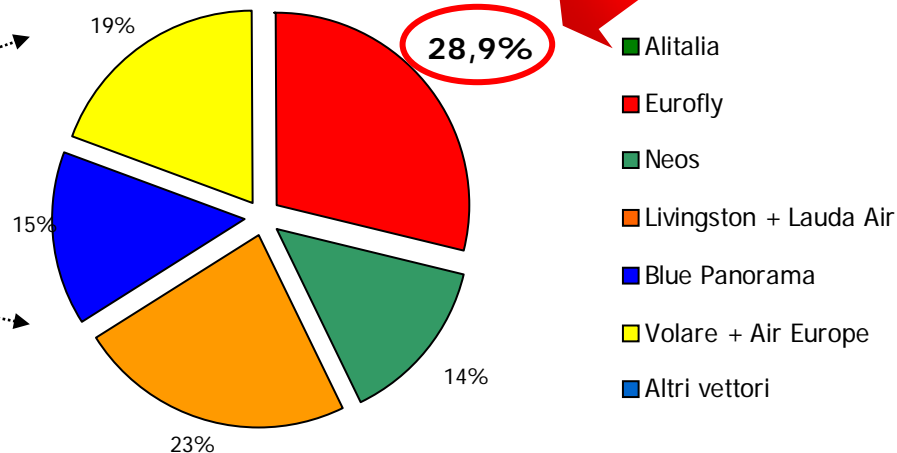
- ✓ nel corso degli ultimi 6 anni, circa il 50% delle compagnie aeree italiane sono uscite o rischiano di uscire di scena;
- ✓ continue pressioni sugli *yield* causate dalla concorrenza di vettori stranieri molto aggressivi e dall'ingresso di compagnie *Low Cost* sulle rotte europee più dense.

Posizionamento competitivo

Traffico internazionale passeggeri
quote di mercato 2004



Principali vettori leisure italiani
quote di mercato 2004



Fonte: sito Assaeroporti per il dato di traffico internazionale 2004 (57.950.770 passeggeri) e bilanci dei vettori considerati.

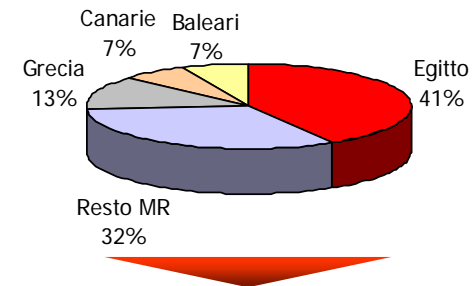
Il confronto con i principali vettori *leisure* italiani (Blue Panorama, Lauda Air e Livingston, Neos, Volare e Air Europe), assimilabili ad Eurofly per posizionamento, evidenzia la posizione di leadership di Eurofly sul mercato dei voli per vacanza, con una quota pari a circa il 29% del traffico

Attività di Medio Raggio

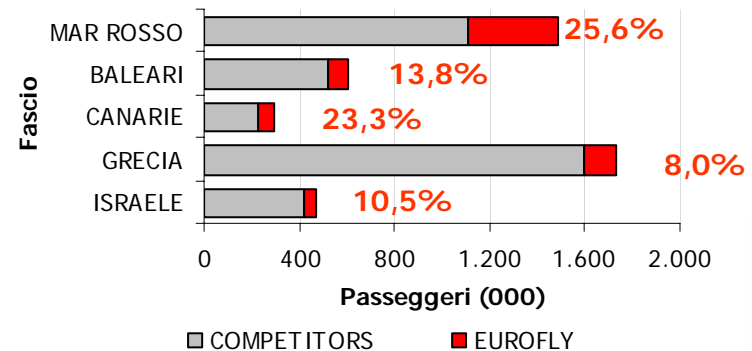
I voli di Medio Raggio, caratterizzati da tempo di percorrenza mediamente inferiore a 5 ore, coprono l'area europea ed il bacino mediterraneo



Ricavi 2004
(% su totale MR)



Quote di mercato 2004



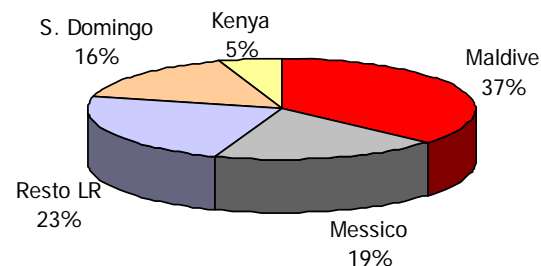
Fonte: Dati di traffico ENAC 2004

Attività di Lungo Raggio

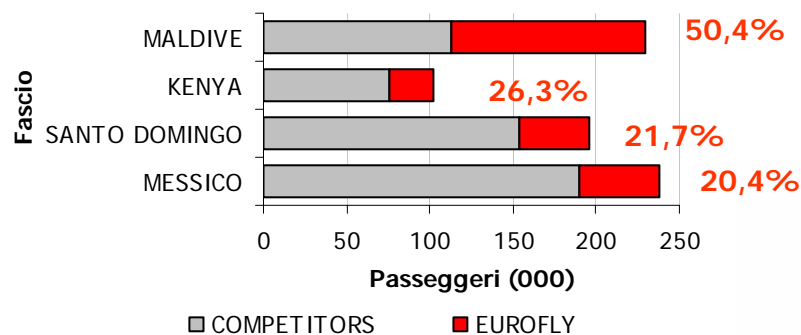
I voli di Lungo Raggio, caratterizzati da tempo di percorrenza mediamente superiore a 5 ore, sono tipicamente intercontinentali



Ricavi 2004
(% su totale LR)



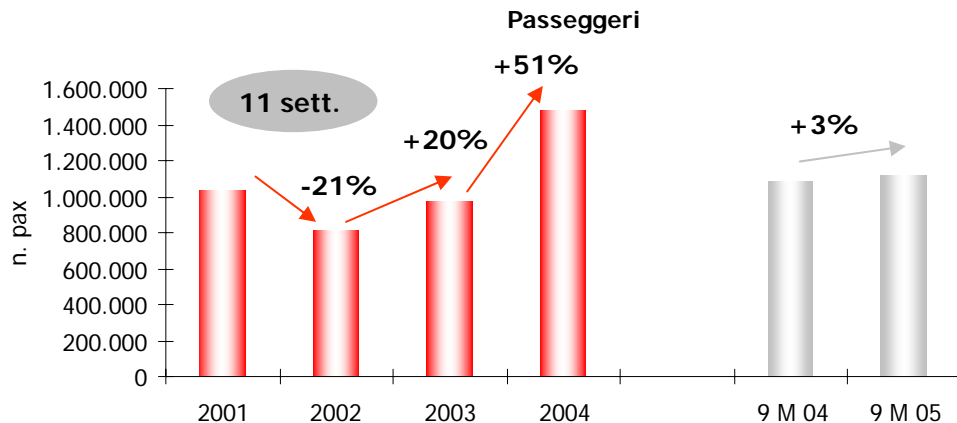
Quote di mercato 2004



Fonte: Dati di traffico ENAC 2004

Principali *Achievements* : Forte crescita ...

Volumi e ricavi di Eurofly sono cresciuti a ritmi sostenuti, dimostrando l'efficacia della strategia adottata

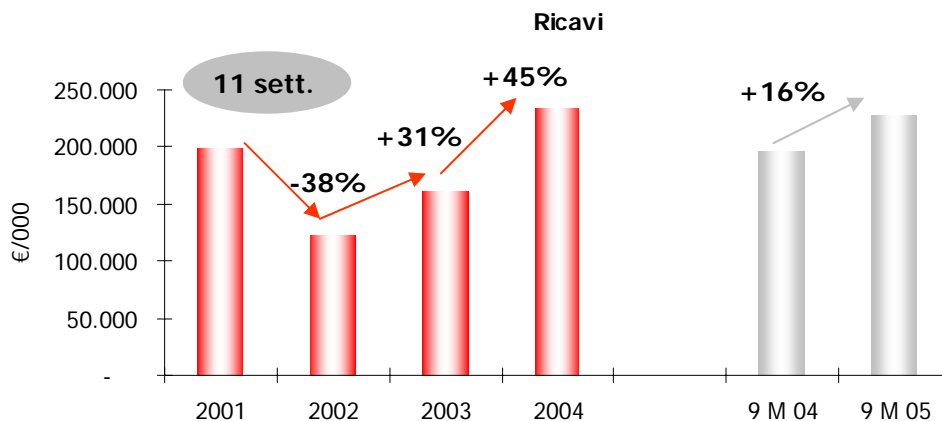


CAGR 01-04: +13%

CAGR 02-04: +35%

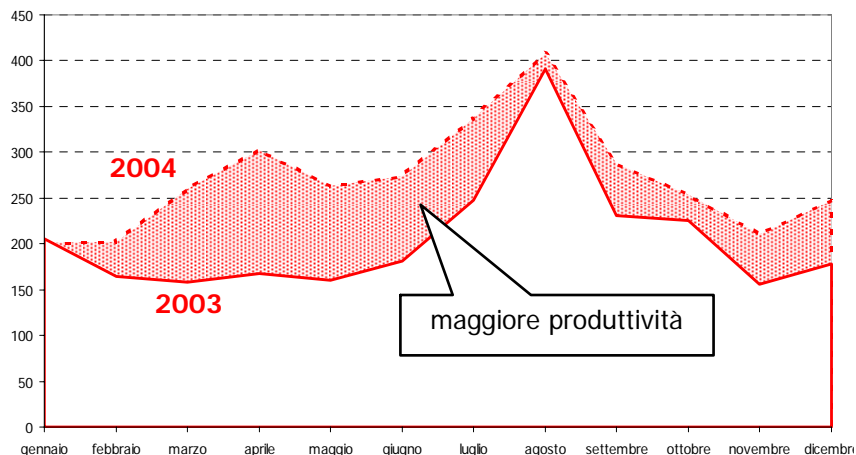
CAGR 01-04: +6%

CAGR 02-04: +38%



... con più produttività e minore stagionalità

H-volo mese per aeromobile
Medio Raggio

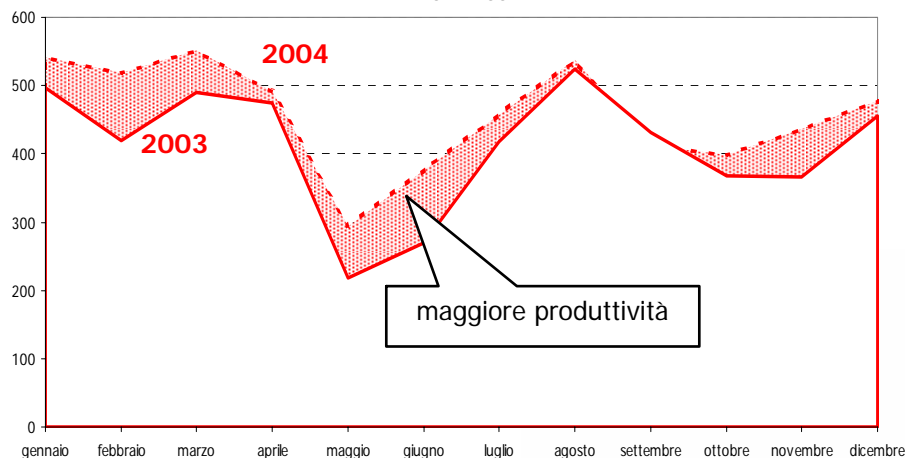


- ✓ MR: forte stagionalità, con picco di domanda nei mesi estivi e generalizzata minore produttività mensile degli aeromobili
- ✓ LR: stagionalità più contenuta, con produttività mensile degli aeromobili sempre elevata e unico calo nei mesi primaverili

Il 2004 mostra un miglioramento della stagionalità grazie a:

- ✓ maggiore peso percentuale dell'attività di LR
- ✓ maggiore produttività degli aeromobili (15% MR, 11% LR)

H-volo mese per aeromobile
Lungo Raggio

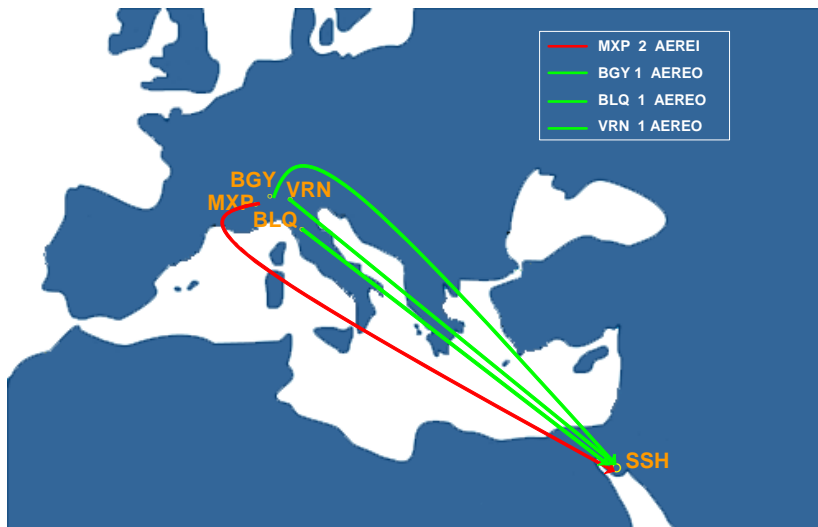


Innovazione nello sviluppo dei mercati già serviti...

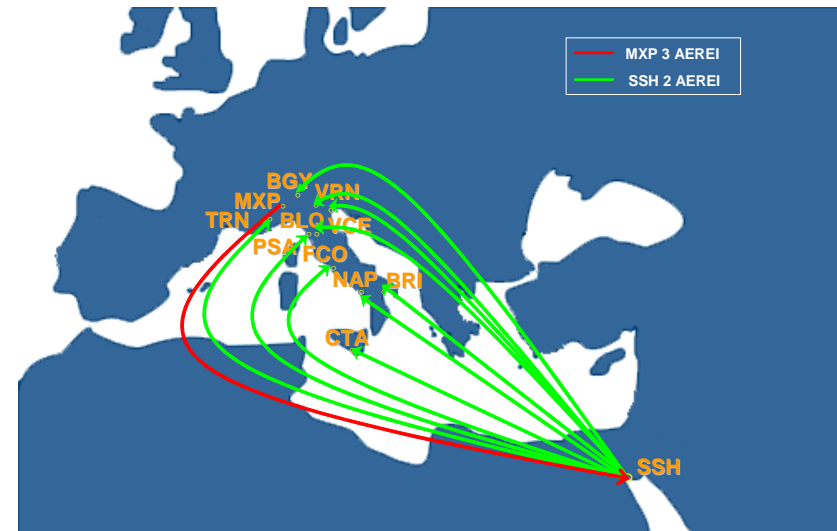
Modello *Reverse* sull'Egitto:

- ✓ Primo vettore europeo ad implementare una base in Egitto
- ✓ Collegamento diretto da Sharm verso aeroporti italiani secondari
- ✓ Crescita dei passeggeri trasportati di oltre 40% (1 H 05 vs 1 H 04)

WINTER SEASON 2003/04



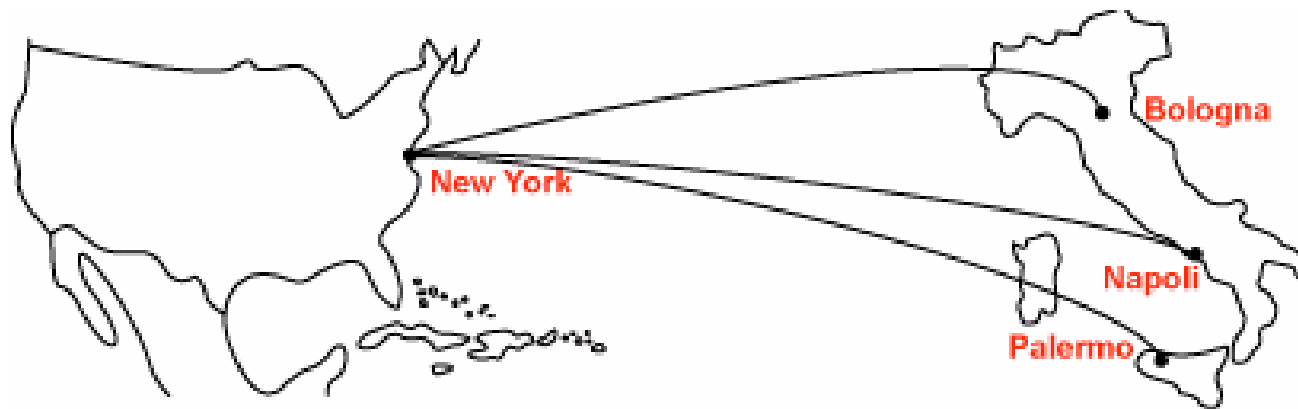
WINTER SEASON 2004/05



... e nel lanciare nuovi prodotti su nuovi mercati

Lancio del prodotto "NYC *Leisure*":

- ✓ Prodotto di linea intercontinentale che evita gli *hub* offrendo più comodi collegamenti *point to point*
- ✓ Mercato prevalentemente *leisure* caratterizzato da elevati flussi *incoming* e da stagionalità inversa rispetto alle mete classiche di LR
- ✓ *Load factor* realizzati nell'anno di lancio: 63% su Bologna, 75% su Napoli, 75% su Palermo



Solido portafoglio di clienti Tour Operator ...

Il canale dei TO rappresenta e continuerà ad essere un importante *asset* aziendale

- ✓ Eurofly opera per i più importanti TO italiani
- ✓ E stato ampliato il portafoglio clienti ed è diminuita l'incidenza dei primi 5 sul totale ricavi (dal 53% del 2003 al 46% del 2004)
- ✓ La Società è inoltre la compagnia aerea ufficiale di:

- Nazionale di calcio e FC Inter
- Team Ferrari
- Forze Armate Italiane



... e apertura su nuovi segmenti e canali

✓ Dall'estate 2004 in test e crescendo nel 2005, parte delle rotte vendute su tutti i canali:

- Internet
- Call centre
- Agenzie di viaggio

The screenshot shows the Eurofly website interface. At the top, the logo 'eurofly' is displayed with the tagline 'LE VACANZE DECOLLANO'. Below the logo, there is a navigation bar with links: Home | Prenota volo | Orario voli | Destinazioni | Offerte speciali | Info di viaggio | Chi siamo | Contatti | Operatori. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Benvenuto in Eurofly', features a large image of a sea turtle and a search form. The search form includes fields for 'Partenza' (Origin) and 'Destinazione' (Destination), both with dropdown menus for selecting a locality. It also has fields for 'Andata' (Departure) and 'Ritorno' (Return), each with a date selector. Below these are fields for 'Passeggeri' (Passengers), with sub-fields for 'Adulti' (Adults), 'Bambini' (Children), and 'Neonati' (Infants). A red 'Cerca' (Search) button is positioned at the bottom of the form. The right column, titled 'Crea il tuo viaggio:' (Create your trip:), lists various travel services with corresponding icons: Voli (Flights), Hotel, Appartamenti (Apartments), Trasferimenti (Transfers), Autonoleggi (Car Rentals), Visite guidate (Guided Tours), and Assicurazioni (Insurance). Below this list is a 'Call center' section with the phone number '199 50 99 60', operating hours 'Lun - ven: 9.00/19.00 - sabato: 9.00-13.00', the email 'callcenter@eurofly.it', and a note 'for all calls from abroad' along with the international number '+39 091 5007704'. At the bottom of the main content area, there is a blue banner with the text 'PRENDI L'OFFERTA AL VOLO!!!' and an image of a Eurofly airplane.

- ✓ Apertura ai TO di dimensioni medio-piccole grazie a minori barriere di accesso al prodotto Eurofly (12,4% delle vendite del primo semestre 2005)
- ✓ Circa 4.500 agenzie di viaggio registrate sul portale Eurofly, pari a quasi il 45% del totale agenzie operative in Italia
- ✓ Da 230 (test di lancio nell'estate 2004) a oltre 1.000 chiamate a call centre fatte registrare in diversi giorni dell'estate 2005

OPERATIONS

Andrea Zanetto – Chief Operations Officer

Gli aerei Eurofly: flotta giovane ed omogenea

n. 8 Airbus A320



**Età media 4,3 anni
n. posti 180**

n. 3 Airbus A330



**Età media 3,4 anni
n. posti 286**

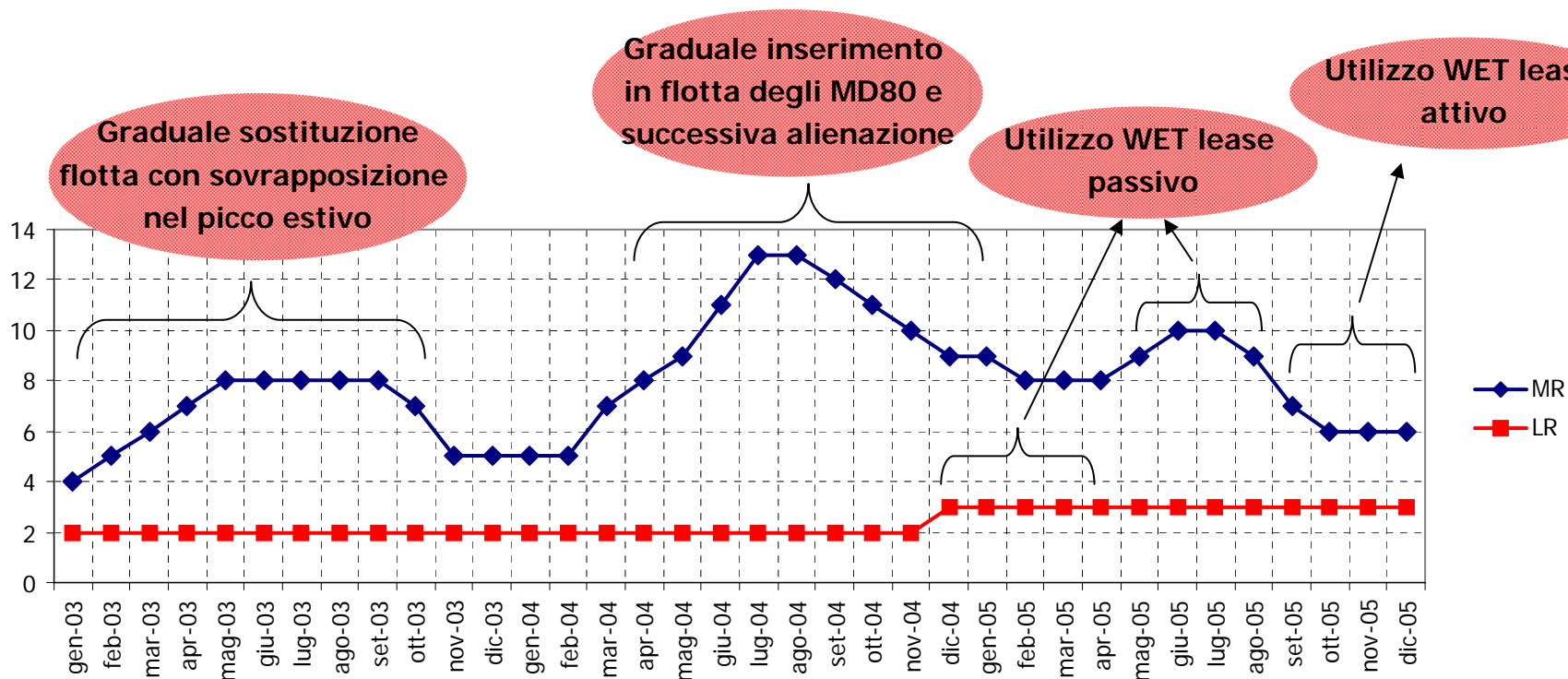
n. 1 Airbus A319 CJ/LR



**Età 6 mesi
n. posti 48**

Capacità flessibile: Flotta 2003 – 2005

Eurofly ha storicamente gestito la stagionalità con strumenti sempre diversi, con l'obiettivo primario di massimizzare la produttività della flotta e la soddisfazione della domanda



L'utilizzo flessibile della flotta sarà una costante anche per il futuro, attraverso un utilizzo più strutturato del *wet lease*

Area Logistica

La base tecnica ed operativa di Eurofly è l'aeroporto di Milano Malpensa. A questa si affiancano alcuni scali principali:



Saranno poi possibili azioni tattiche di posizionamento di aerei per brevi periodi di tempo su alcuni altri aeroporti italiani

Area *Operations* ...

Complessivamente il "modello di *business*" di Eurofly è quello di un'azienda "snella" con gestione interna dei processi "*core*" e forte ricorso all'*outsourcing* (*handling, heavy maintenance, flight simulators*)

	MAKE	BUY
<i>Flight operations</i>	✓	
<i>Ground operations</i>		✓
<i>Maintenance</i>	✓	✓
<i>Crew Training</i>	✓	✓

... Manutenzione ...

Eurofly dispone di una propria organizzazione tecnica certificata secondo le norme europee ed è in grado di offrire a terzi servizi di manutenzione

Manutenzione di linea

- ✓ mantenimento dell'aeronavigabilità fra un'ispezione di base e l'altra
- ✓ in piazzale nelle soste dell'attività di volo
- ✓ principalmente *in house*

Manutenzione di base

- ✓ a scadenze predefinite
- ✓ in hangar
- ✓ affidata integralmente a terzi

La crescita della flotta con modelli omogenei consentirà sempre maggiori economie di scala nella gestione della manutenzione

... Addestramento e *Mixed Fleet Flying*

Addestramento

- ✓ Eurofly dispone di una propria organizzazione di addestramento certificata dall'ENAC
- ✓ Capacità di vendita di servizi di addestramento a terzi

"Mixed fleet flying" - MFF

- ✓ Unica compagnia aerea in Italia autorizzata ad utilizzare i propri comandanti su tutti gli aeroplani della flotta, ottimizzandone così la produttività

Il continuo miglioramento degli standard e della produttività del personale navigante è tra gli obiettivi prioritari di Eurofly

Sicurezza e Qualità

Eurofly dispone delle funzioni *Safety & Security* e *Quality* che contribuiscono al continuo miglioramento delle condizioni di sicurezza operativa

Safety & Security

- ✓ Monitoraggio dell'informativa nazionale ed internazionale in termini di sicurezza volo
- ✓ Collaborazione nella predisposizione e attuazione di programmi specifici di formazione e addestramento per il personale

Quality

- ✓ Verifiche e controlli sulle procedure in essere
- ✓ Costante monitoraggio sulla rispondenza dell'azienda ai requisiti definiti dalle autorità aeronautiche competenti
- ✓ Verifica della qualità delle strutture interne e di terzi fornitori

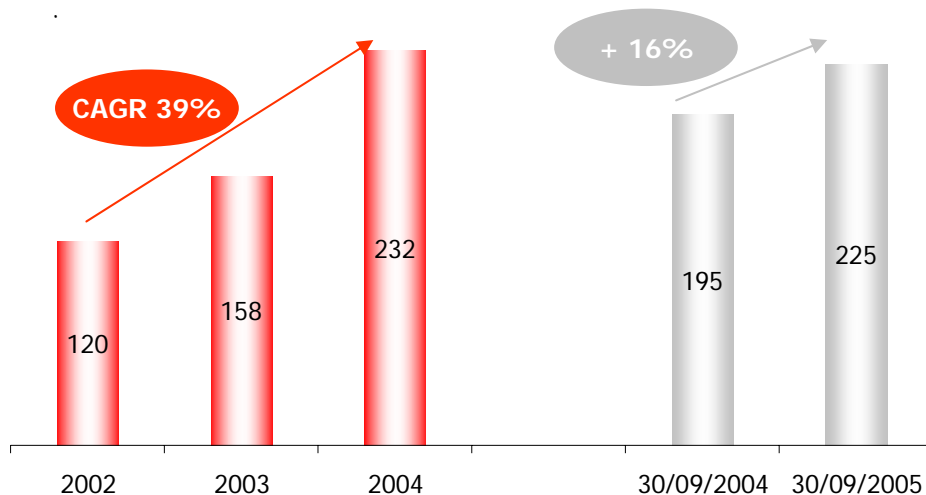
Importante supporto al sistema di prevenzione dei rischi a terra e in volo

FINANCIALS

Mauro Pasquali – Resp. Controllo di Gestione

Ricavi

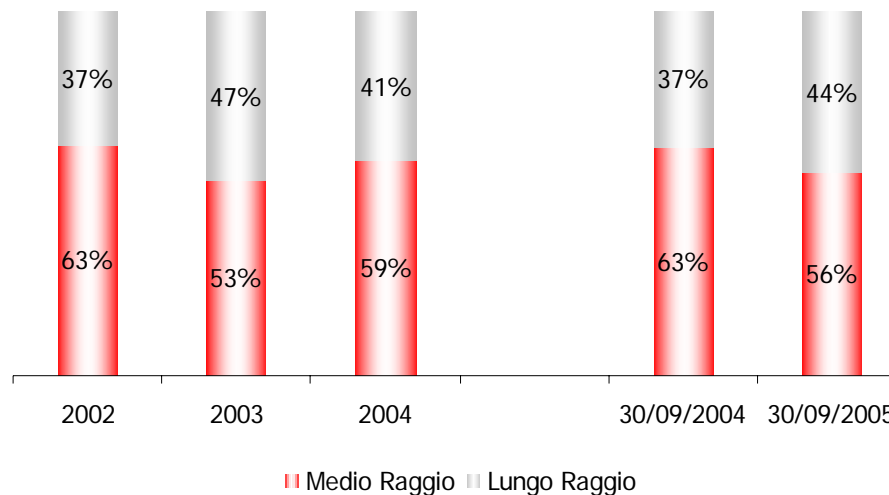
Ricavi delle vendite e delle prestazioni (€/mln)



Elevata crescita dei ricavi a seguito dell'aumento del numero di ore volo effettuate

Progressiva maggiore incidenza dell'attività di Lungo Raggio, caratterizzata da minore stagionalità

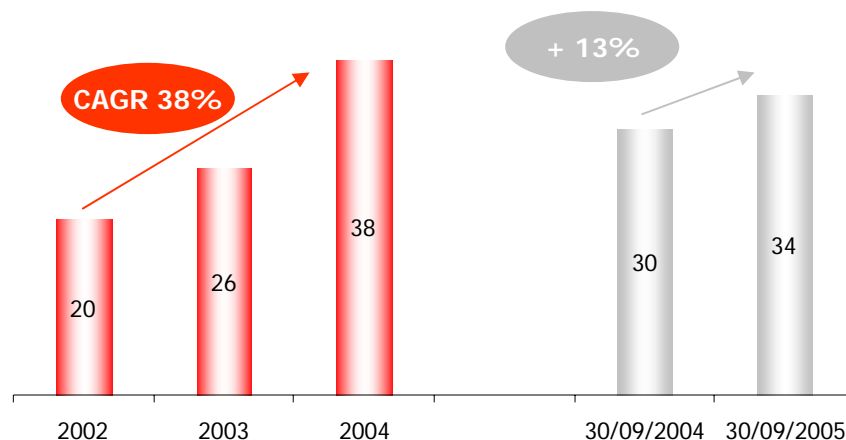
Break down Ricavi per SBU



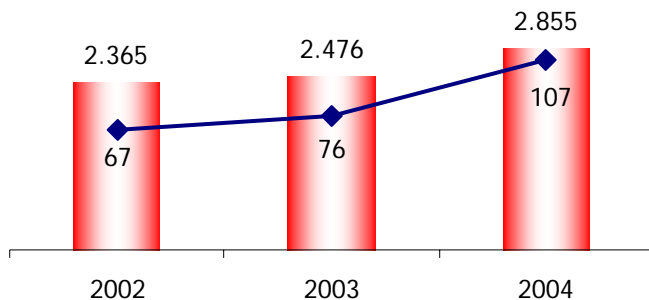
Attività operativa

Elevato aumento dell'attività (ore volo) sia per un maggior numero di aeromobili che per una migliore produttività degli stessi

Ore volo (/000) compreso wet lease

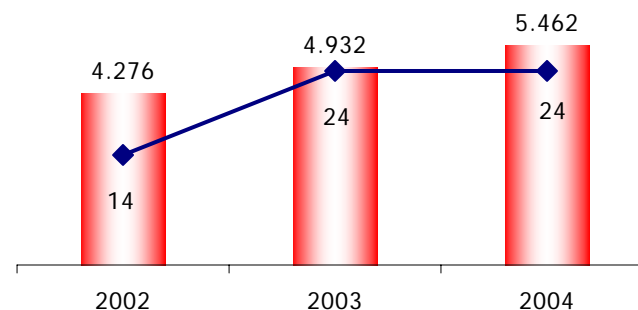


Produttività AA/MM Medio Raggio



■ Produttività Flotta
◆ N. mese/AM Eurofly (Disponibilità Commerciale)

Produttività AA/MM Lungo Raggio



■ Produttività Flotta
◆ N. mese/AM Eurofly (Disponibilità Commerciale)

Conto Economico

2003

Primo esercizio di
ritorno all'utile

<u>Conto Economico Riclassificato</u>	31/12/2002		31/12/2003		31/12/2004	
Euro/000						
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	119.592		158.149		232.113	
Altri ricavi	2.983		2.962		2.278	
Totale ricavi	122.575	100%	161.111	100%	234.391	100%
Costi commerciali diretti	(51)	0%	(968)	-1%	(1.090)	0%
Ricavi al netto dei costi commerciali	122.524	100%	160.144	99%	233.300	100%
EBITDAR	12.574	10%	27.406	17%	24.261	10%
EBITDA	(12.888)	-11%	7.777	5%	8.100	3%
EBIT	(14.996)	-12%	3.577	2%	4.263	2%
Utile ante imposte	(5.439)	-4%	4.115	3%	7.904	3%
Risultato dell'esercizio	(6.014)	-5%	2.722	2%	6.835	3%

I primi 9 mesi 2005

<u>Conto Economico Riclassificato</u>	30/09/2004		30/09/2005		Adjustments 2005 Attentati a			30/09/2005	
	Euro/000				Tsunami	Sharm	Totale	Adjusted	
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	194.503		224.656		(3.979)	(12.317)	(16.296)	240.952	
Altri ricavi	1.973		3.548		(478)		(478)	4.026	
Totale ricavi	196.476	100%	228.204	100%	(4.457)	(12.317)	(16.773)	244.978	100%
Costi commerciali diretti	(2.370)	-1%	(2.718)	-1%		(24)	(24)	(2.694)	-1%
Ricavi al netto dei costi commerciali	194.106	99%	225.486	99%	(4.457)	(12.341)	(16.798)	242.284	99%
EBITDAR	22.974	12%	26.287	12%	(2.441)	(2.457)	(4.898)	31.185	13%
EBITDA	10.980	6%	4.999	2%					
EBIT	7.704	4%	2.095	1%					
Utile ante imposte	7.141	4%	4.381	2%					

Stato Patrimoniale

Stato patrimoniale Riclassificato Euro/000	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004	30/09/2005
Immobilizzazioni materiali	1.814	10.575	35.742	11.699
Altre attività immateriali	3.278	4.075	5.043	8.100
Altre attività finanziarie	5.515	5.449	8.632	12.518
Attivo Fisso Netto	10.606	20.098	50.366	33.490
Capitale Circolante Netto	(23.853)	(34.200)	(36.106)	(3.709)
Capitale Investito Netto	(15.606)	(16.681)	11.334	26.538
Finanziato da:				
Capitale sociale	7.678	6.667	6.667	7.065
Riserve	4	0	2.722	4.159
Utili/(Perdite) dell'esercizio	(6.014)	2.722	6.835	2.963
Totale patrimonio	1.667	9.389	16.224	14.187
Posizione Finanziaria Netta	(17.273)	(26.070)	(4.891)	12.351

- ✓ Attivo fisso netto contenuto (aerei in leasing)
- ✓ Capitale circolante negativo o comunque molto limitato

STRATEGY & INVESTMENT CONSIDERATIONS

Augusto Angioletti - AD

Le linee guida strategiche...

La Vision di Eurofly è diventare la compagnia aerea privata leader nel segmento dei voli per vacanze, focalizzata su collegamenti internazionali prevalentemente extraeuropei, orientata alla innovazione e rapida nel cogliere nuove opportunità di mercato

Sviluppo Lungo Raggio

- ✓ Progressiva maggiore incidenza dell'attività di LR con attenzione alla stabilità temporale del fatturato
- ✓ Focus su mercati "tradizionali" d'inverno e fascio Nord Atlantico nel periodo estivo

Multicanalità

- ✓ Continua evoluzione da vettore charter a vettore "*leisure*"
- ✓ Ampliamento della clientela, mediante ingresso nel crescente segmento dei turisti "fai da te"

Diversificazione fonti di *revenue*

- ✓ Forte spinta di un'offerta "non volo", attraverso lancio di prodotti e servizi "*ancillary*" e crescita delle attività di trasporto merce (cd. cargo)
- ✓ Lancio dell'innovativo volo "*All Business*" da Milano a New York

... Medio Raggio ...

La strategia di Eurofly sul Medio Raggio è di consolidamento

Strategia:

- ✓ Consolidamento volumi
- ✓ Minore concentrazione sui mercati geografici
- ✓ Migliore gestione della stagionalità

Azioni:

- ✓ Consolidamento del fascio Egitto e presidio più intenso dei fasci del Mediterraneo (anche tramite offerta e-fly)
- ✓ Sviluppo di una presenza anche sul traffico *incoming* verso l'Italia (*reverse model*)

Tale strategia consentirà ad Eurofly un'allocazione di risorse coerente alle richieste della domanda, nonché l'inserimento in nicchie di mercato attualmente non presidiate con conseguente maggior diversificazione delle rotte servite.

... Lungo Raggio ...

La strategia di Eurofly prevede una progressiva maggiore incidenza dell'attività di Lungo Raggio

Strategia:

- ✓ Consolidamento di rotte già operate
- ✓ Apertura di nuovi mercati/rotte
- ✓ Priorità a destinazioni con diritti di linea nel periodo estivo

Azioni:

- ✓ Maggiori frequenze settimanali
- ✓ Presidio di rotte in precedenza abbandonate. A tal fine si prevede l'ingresso, negli esercizi 2006 e 2007, di 1 nuovo Airbus A330 l'anno
- ✓ Focus su mercati "tradizionali" d'inverno e fascio Nord Atlantico nel periodo estivo

Tale strategia contribuirà all'ulteriore sviluppo e crescita, anche dimensionale, della Società, attraverso una sempre maggiore attenzione alla stabilità temporale del fatturato

... e All Business

La strategia di Eurofly prevede, da febbraio 2006, il lancio del volo "all business" da Milano a New York

Strategia:

- ✓ Cogliere le opportunità che la nicchia presenta in termini di:
 - Crescente domanda per servizio distintivo su alcune direttrici a vocazione puramente *business*
 - Attuale basso livello di soddisfazione del segmento di clientela *business*

Azioni:

- ✓ Possibilità di operare il volo da Linate
- ✓ E' stato acquisito in leasing finanziario un Airbus A319 dotato di soli 48 posti di *business class*

Tale strategia, oltre ad essere la dimostrazione della capacità innovativa di Eurofly, darà un ulteriore contributo alla diversificazione del rischio e riduzione della stagionalità

I punti di forza di Eurofly

Leadership

- ✓ *Leader* nel segmento *leisure*

Business model efficiente

- ✓ Equilibrata diversificazione dell'attività tra MR e LR
- ✓ Individuazione di interessanti nicchie di mercato
- ✓ Presidio interno delle fasi ad alto valore aggiunto
- ✓ Distribuzione multicanale

Time to Market e innovazione

- ✓ Primo vettore europeo ad implementare una base in Egitto
- ✓ Sviluppo del traffico *incoming*
- ✓ Linea *All Business* Milano-New York

Capacità di far fronte ad eventi eccezionali

- ✓ Contenimento degli effetti negativi derivanti da eventi eccezionali (Tsunami e attentati) attraverso:
 - i) *contingency plan* volto alla riduzione dei costi;
 - ii) network flessibile in grado di riallocare capacità verso altre destinazioni
 - iii) cessione di capacità propria in *wet lease*

I punti di forza di Eurofly

...ultimo ma non per importanza...

**Launching customer
A350**



- ✓ Prima compagnia aerea ad acquisire aerei del tipo A350-800 in Italia
- ✓ Lettera di intenti firmata il 12 ottobre 2005, per l'acquisto di tre aerei A350-800 con consegna 2013-2014, subordinatamente al successo dell'IPO
- ✓ Rilevanti vantaggi economici per il futuro

“...Crediamo che con questa flotta moderna ed efficiente, Eurofly, una compagnia aerea molto dinamica ed in rapida crescita, sia ben posizionata per continuare nel suo lungimirante sviluppo” CEO Airbus

Use of proceeds

E' obiettivo di Eurofly consolidare la *leadership* acquisita e proseguire nel processo di crescita, sia per linee interne che per linee esterne

Rafforzamento patrimoniale

Condizioni maggiormente favorevoli dai fornitori di capitali, con particolare riferimento alla locazione operativa degli aeromobili

Sviluppo flotta

Ampliamento della flotta di lungo raggio e in particolare acquisto di tre A350 con consegna 2013 e 2014.

Acquisizioni

Possibilità di crescita per linee esterne

OFFER STRUCTURE

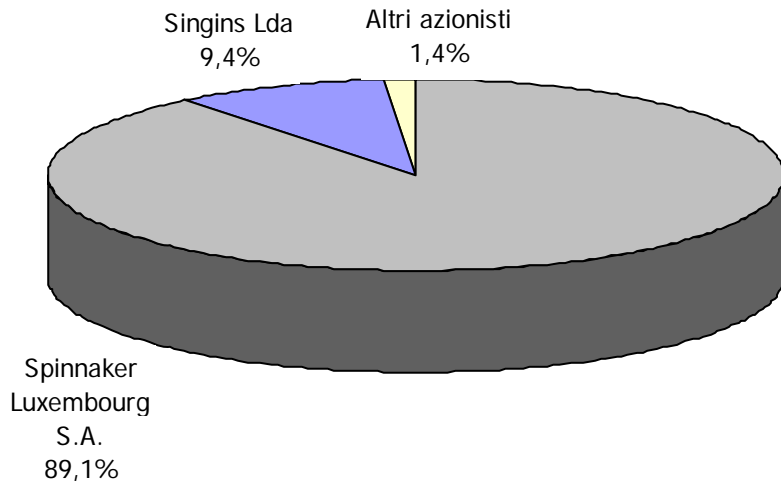
M.M. Fumagalli – Resp. ECM Centrobanca

Struttura dell'Offerta

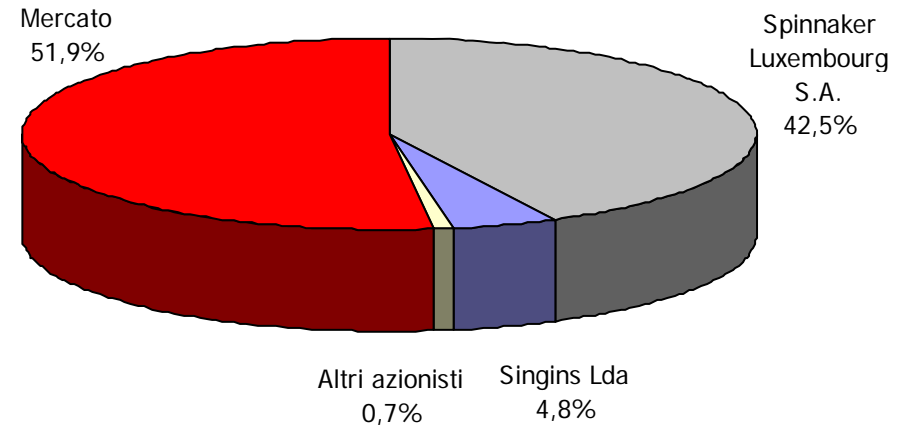
✓ Azioni attuali	7.065.302
✓ Azioni offerte	6.300.000
• di cui, di nuova emissione	5.900.000
✓ Greenshoe	900.000 (in sottoscrizione)
✓ Flottante	51,9 % (post Greenshoe)
✓ Struttura dell'Offerta (indicativa)	
• Offerta Pubblica in Italia	min 1.600.000 azioni (25,4%)
<i>dipendenti</i>	<i>max 300.000 azioni</i>
<i>pubblico LMM</i>	<i>max 30% dell'Offerta Pubblica</i>
• Offerta Istituzionale	max 4.100.000 azioni (65,1%)
• Private Placement	max 600.000 azioni (9,5%)
✓ Lock-up	12/18 mesi
✓ Mercato di quotazione	MTA
✓ Tempistica:	
• Offerta	12 – 16 dicembre 2005
• Inizio del <i>trading</i>	21 dicembre 2005
• Intervallo di prezzo	5,7 – 7,1 Euro per azione

Azionariato

Attuale



Post IPO con Greenshoe



E' intenzione di Spinnaker Luxembourg scendere sotto la soglia di controllo di diritto

* Singins Lda è una società controllata dal Comandante Augusto Angioletti