

# IL PRIVATE EQUITY E LA SFIDA DELLA CRESCITA

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

## IL CASO GPP INDUSTRIE GRAFICHE - ARGOS SODITIC



Milano, 7 Maggio 2007

# Team

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

**People first - MBI/BO team leader: Cesare Tocchio**

- **2006-2007 GPP Industrie Grafiche SpA**
  - » CEO
- **2004-2006 Anglo American, Mondi Packaging Business Unit**
  - » Managing Director for Italy and China
  - » Turnaround Management
- **2003-2004 Mezzanine Management UK, Coemar Spa**
  - » CEO of Coemar with production units in Italy, Minsk and China in the high tech lighting business
- **1999-2002 Reno De' Medici, Milano**
  - » Managing Director of listed Company
- **1992-1998 SCA Packaging Italy, Milano**
  - » Managing Director of the Italian operations
- **1992-1998 ABB-ESAB SpA, Milano**
  - » Managing Director South Europe

# 4 Business Units

## Business Description

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

GPP Industrie Grafiche S.p.A. è una delle principali aziende italiane attive nel packaging cartotecnico e nella visual communication. Opera con 2 stabilimenti in Italia e due consociate in Francia e Ungheria. Conta oltre 220 dipendenti e una presenza di mercato pan-europea. Le sue quattro divisioni sono:

<b>Luxury Packaging</b>	Packaging elaborato graficamente e funzionalmente per prodotti cosmetici e confectionary
<b>General Packaging</b>	Packaging più “basico” con volumi più elevati destinato principalmente al food
<b>Posters/ Billboards</b>	Poster, affissioni, decorazioni “statiche” e “dinamiche” e visual communication in senso lato
<b>Display</b>	Espository “floor” e “da banco” per fast moving consumer goods, “totems” e “isole”

# Luxury Packaging



# Display



# General Packaging

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

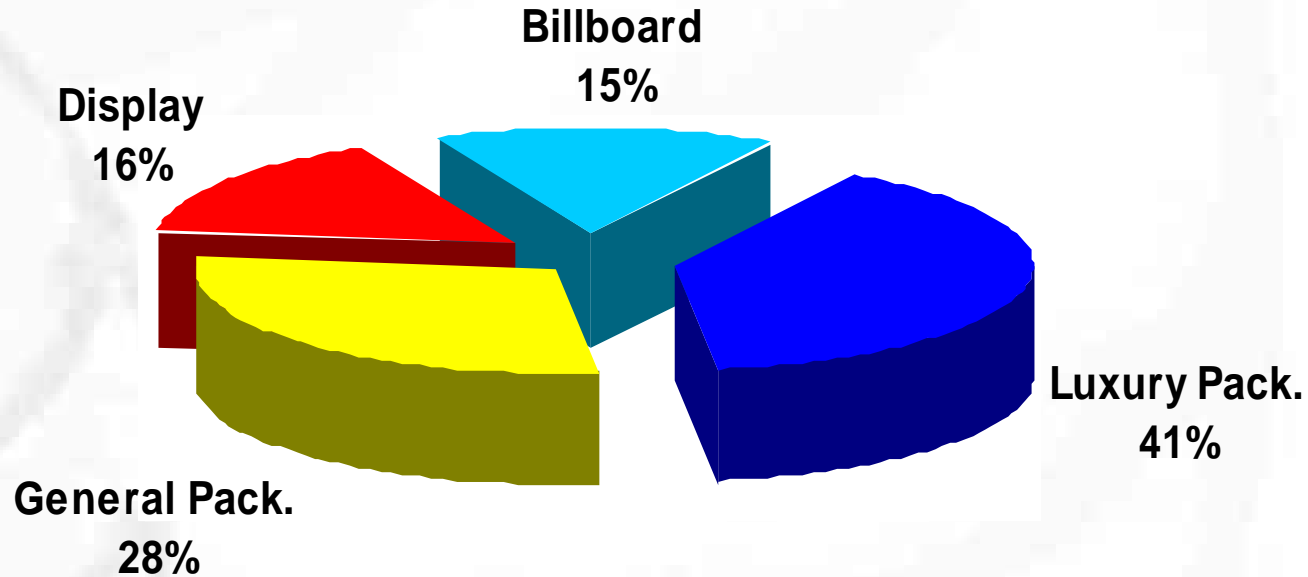


# Affissione



# Breakdown Vendite per Divisione

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS



GPP Turnover – Perimetro Costante (ex F e HU)

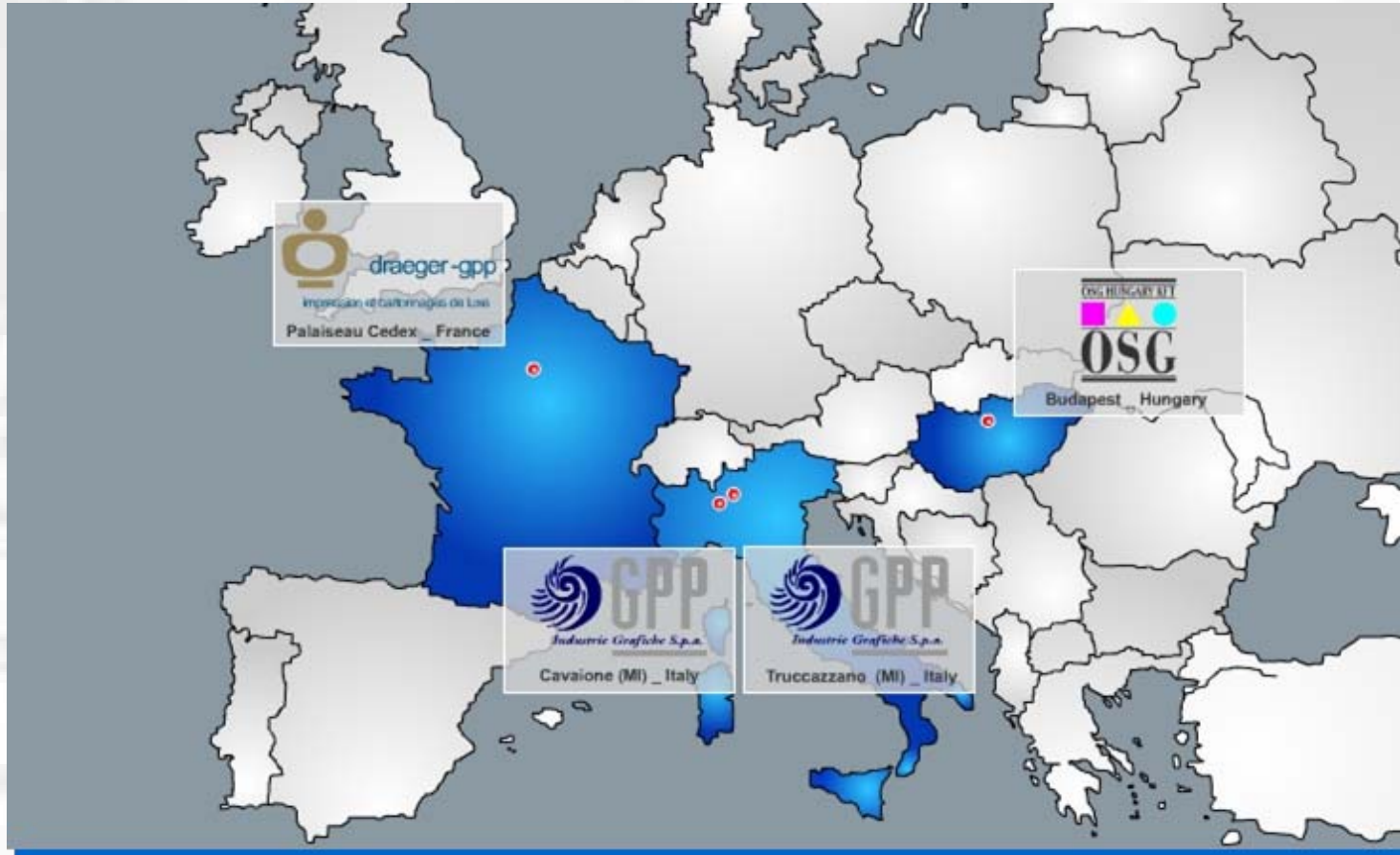
2005: €45.9 mln

2006: €46.5 mln

2007: €49.0 mln

# Il Gruppo

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS



# Il bridge fra la piccola e media impresa

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

## Fattori critici: PRIMA

- **Organizzazione:** organigramma non formalizzato, vincoli di parentela
- **Innovazione di prodotto:** R&D (basata sull'inventiva del singolo)
- **Tecnologia:** know how produttivo basato sull'esperienza
- **Investimenti:** politica accorta di investimenti mirati
- **Controllo costi:** presidio semi-patronale, non sistematico
- **Prossimità dei clienti:** base clienti presidiata localmente, bassa visibilità
- **Direzione e visione:** accentramento della leadership
- **Procedure:** frammentate o non esistenti

# Il bridge fra la piccola e media impresa

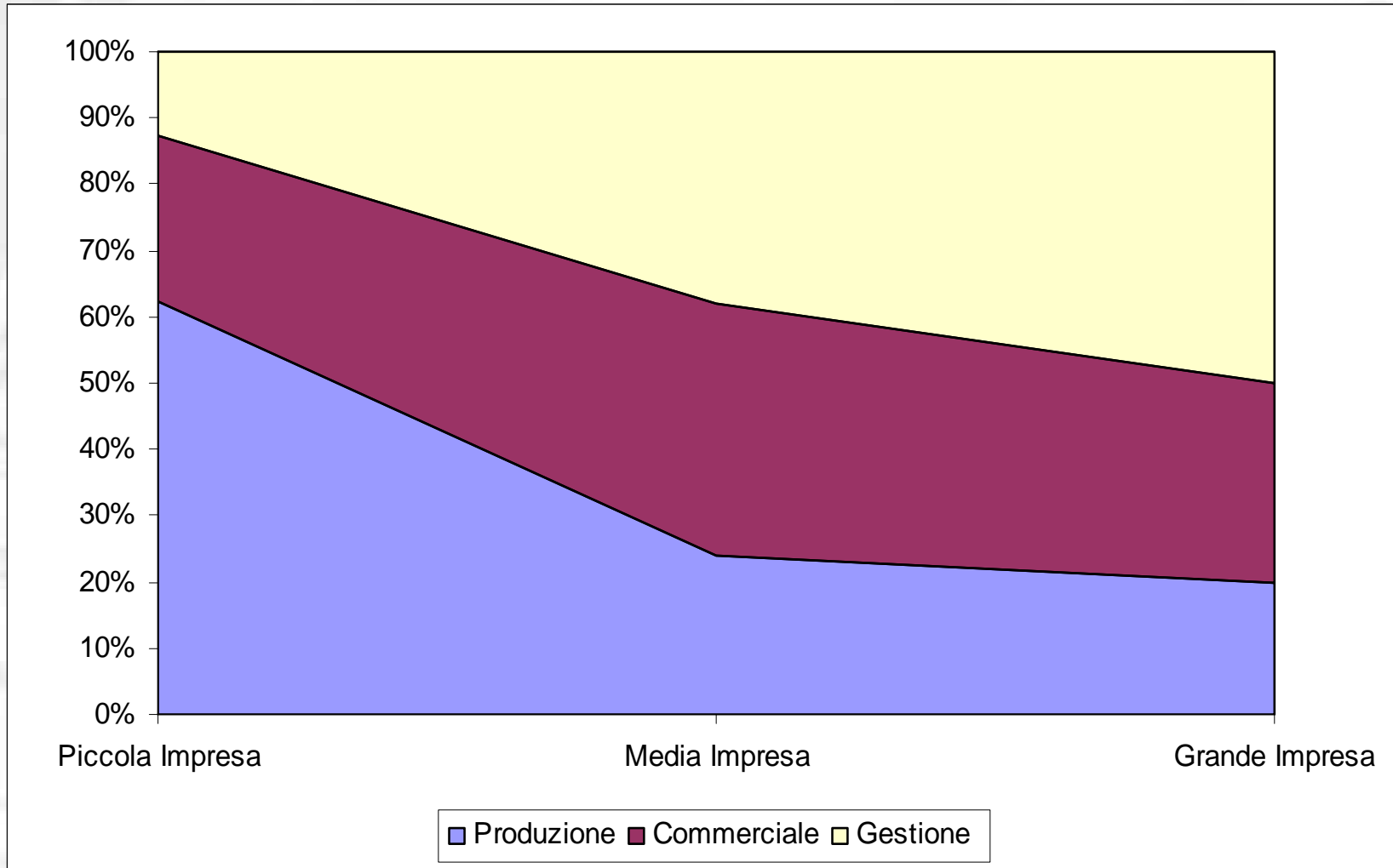
DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

## Fattori critici: DOPO

- **Organizzazione**: reporting chiaro, formalizzato, comunicato
- **Innovazione di prodotto**: Approccio strutturato all'R&D in team
- **Tecnologia**: internazionalizzazione e approccio sistematico
- **Investimenti**: politica di investimenti strutturata e basata sui ritorni
- **Controllo costi**: basato su empowerment, reporting analitici e sistematici
- **Clienti chiave**: approccio internazionale, alta visibilità, immagine
- **Direzione e visione**: leadership diffusa, forte delega e coinvolgimento
- **Procedure**: integrità, affidabilità dei dati, ruolo dell' IT

# Company skills richiesti

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS



# Obiettivi Operativi a Medio-Lungo Termine

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

- Consolidare la leadership di GPP nei business più redditizi: luxury packaging, display, billboards & posters investendo in venditori, marketing, allargamento dei mercati, visibilità con i clienti.
- Difendere e conservare la solida presenza nel general packaging attraverso una efficiente struttura dei costi con investimenti oculati
- Focus ed investimenti sull'innovazione di prodotto e sul servizio quali fattori di differenziazione (designers, web service, comunicazione)
- Acquisire realtà aziendali operanti nel settore fortemente frammentato che presentino le seguenti caratteristiche:
  - Sinergie con GPP (prodotto/mercato)
  - Competenze e management coinvolto
  - Potenziale produttivo e commerciale inespresso
  - Valutazione ragionevole
- Espansione al di fuori dell'Italia ed in particolare nel crescente mercato rappresentato dai Paesi dell'Est Europa

# Obiettivi strategici condivisi con Argos

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

- Chiarezza di vision e obiettivi di medio/lungo termine: obiettivi del Fondo chiari, intellegibili e diffusi in tutta l'azienda.
- Introduzione del concetto di gestione del working capital
- Managerializzazione della società: introduzione di nuove figure chiave in azienda (CFO, Controller), identificazione funzioni chiave e responsabilità
- Creazione di una “struttura” e di procedure aziendali standardizzate con inserimento di un control package mensile
- Management Meeting mensile con AD, Argos e Top Management: momento di forte crescita manageriale e diffusione risultati/obiettivi
- Approccio strutturato alla pianificazione e reporting:
  - ✓ Budgeting: momento di Business Vision
  - ✓ Reporting momento mensile di verifica propedeutico ad AZIONI

# Obiettivi condivisi con Argos

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

- Sforzo commerciale massiccio supportato dal network Argos
- Miglioramento dell'immagine attraverso un piano di comunicazione articolato (sito web, redazionali, opinion leader, corporate identity)
- Risorse per nuovi investimenti (endogeni): risorse disponibili con processo rapido ma disciplinato

+

- Crescita esterna: GPP punta a diventare player attivo nell'inevitabile processo di concentrazione in Europa Occ.
- Acquisizioni in Est Europa e Alleanze nel Far East e Sud America per seguire clienti nei mercati che crescono



# Futuro: orizzonte 2009-2011

DISPLAYS  
LUXURY PACKAGING  
FOLDING BOXES  
POSTER & DECORATIONS

- Creare una “piccola multinazionale” della cartotecnica & visual communication che:
  - Abbia massa critica di €100-200 mln di T/O
  - Possa seguire globalmente i suoi clienti globali
  - Presidi i comparti più attrattivi del packaging cartotecnico
  - Che possa essere attraente per:
    - ✓ Mercato Borsistico
    - ✓ Multinazionali del packaging
    - ✓ Secondary buy-out

*Grazie ad Argos-Soditic, alla loro visione strategica ed internazionale, il management ha trovato un valido supporto nel perseguire il processo di crescita e di internazionalizzazione di GPP*

