

# INVESTOR DAY

AUDIO WEBCAST – 16 APRILE 2020



# ● Agenda

## **GPI: a Global Partner for a healthy future**

Fausto Manzana  
*Presidente e AD*

**P.03**

## **Linee guida M&A**

Andrea Mora  
*Vice Presidente*

**P.40**

## **Overview e principali risultati FY2019**

Matteo Santoro  
*Direttore Generale*

**P.10**

## **Q&A**

**P.46**

## **Piano Strategico Industriale 2020 - 2024**

Lorenzo Montermini  
*Direttore Marketing*

**P.15**

01

GPI: a global  
partner for  
a healthy future

# ● Il contesto Healthcare



## SANITÀ: UN MERCATO CARDINE

Un settore capace di **condizionare lo sviluppo economico** di un Paese, la **tenuta dei conti pubblici** e la **stessa coesione sociale**



## UN MERCATO IN EVOLUZIONE

- **invecchiamento** demografico e aumento **speranza di vita**
- aumento **costi salute** (cronici)
- **urbanizzazione**
- **carenza** risorse e personale sanitario (medici)



## SPESA SANITARIA ITALIA 2017

**155mld €**

(73% PUB - 27% PRIV)

**| 9,1%** PIL

(vs 16,9% USA - 11,1% GER – 9,8% UK)

**| 20%** dei costi per sprechi  
di cui **40%** da inefficienze  
coordinamento cure

AUMENTO  
DELLA  
DOMANDA  
DI CURA



**LA SFIDA:** rendere i **sistemi sanitari sostenibili** contenendo **la spesa**, migliorando la **qualità dei servizi**



**OPPORTUNITÀ:**  
**RINNOVAMENTO ORGANIZZATIVO E  
TECNOLOGICO (sanità digitale)**

Ripensare i processi e i modelli organizzativi delle Aziende Sanitarie e delle Regioni

- GPI the Healthcare partner

Accompagnare i provider socio sanitari nel miglioramento continuo dei processi interni per erogare percorsi di cura puntuali ed efficienti attraverso software, servizi e tecnologie è la nostra

**MISSION**

Diventare il partner protagonista nel percorso di **innovazione dei modelli di assistenza, cura e prevenzione** per la salute e il benessere delle persone è la nostra

**VISION**

# ● Highlights



## Storia di crescita

> 30 anni di esperienza, management team con track-record di crescita interna e M&A



## Leadership

1° player in Italia: servizi di accesso alle cure

3° player in Italia: soluzioni software per la sanità e il sociale



## Presenza Internazionale

soluzioni utilizzate da più di 2200 clienti in oltre 60 paesi



## Unicità

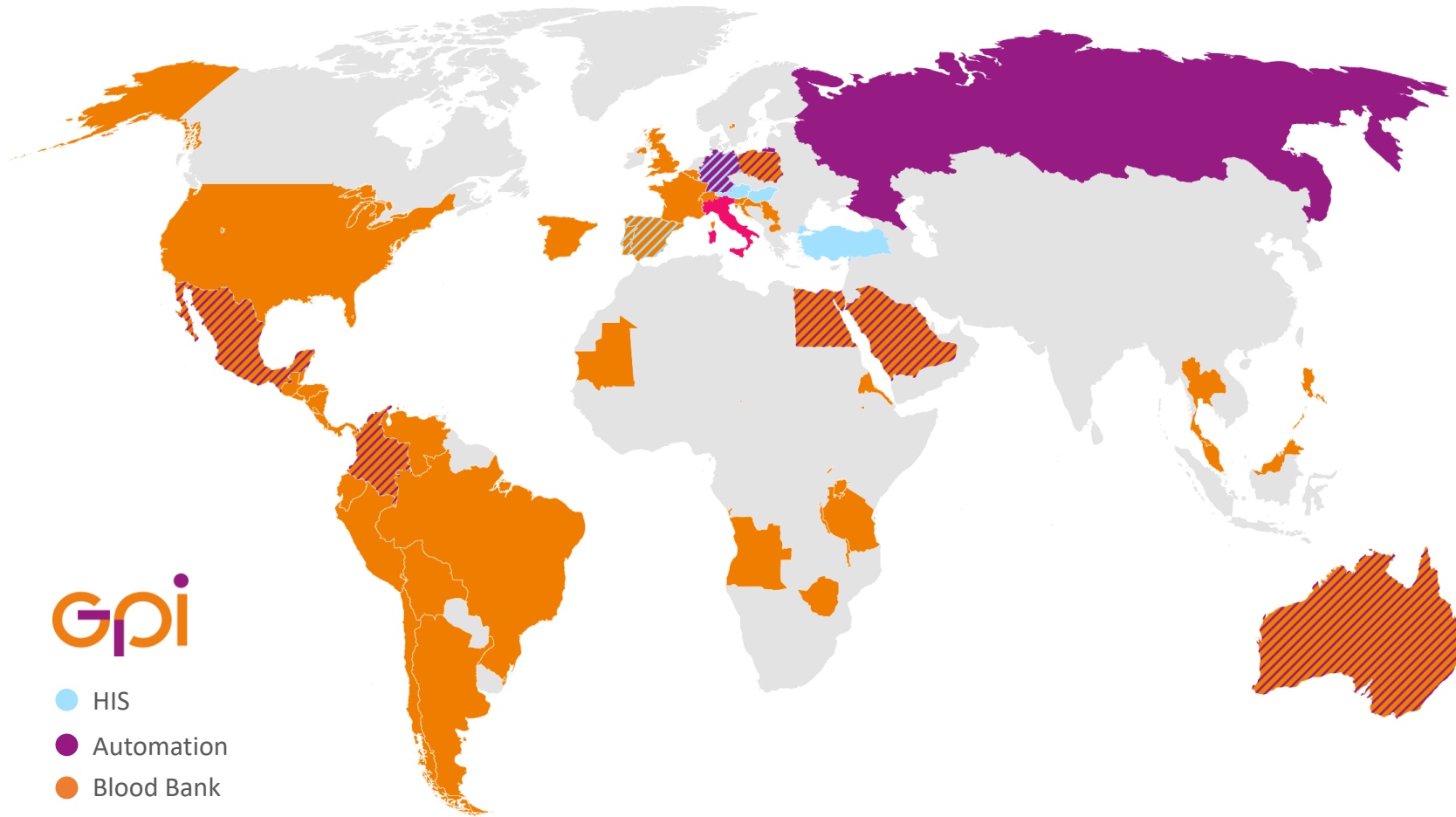
soluzioni integrate di software, tecnologie e servizi per ottimizzare i percorsi clinici, di cura, amministrativi e sociali.



## Qualità della vita

il nostro lavoro contribuisce a migliorare la qualità della vita

# ● Gpi nel mondo



ITALIA

> 40 sedi

SOLUZIONI  
WORLDWIDE

> 60 paesi



- HIS
- Automation
- Blood Bank

# ● Covid-19 azioni in essere e possibili scenari

## Emergenza Covid-19, tra le principali priorità

azioni a tutela della salute di dipendenti, collaboratori, fornitori, partner e clienti  
gestione implicazioni economico/finanziarie inerenti il business

### Due possibili scenari

- emergenza termina nel breve periodo: incremento ricavi ed EBITDA nel 2020
- emergenza perdura a lungo: necessaria revisione dei piani di attività e sviluppo

### Ad oggi, ordini confermati e incremento richieste

1. servizi informativi su Covid-19 7/7 h24
2. soluzioni web, app e servizi di contact center per disciplinare accessi a farmacie, supermercati e centri prelievi
3. soluzioni software di screening per gestire l'impiego massivo del tampone naso-faringeo
4. app per guidare pazienti contagiati nelle strutture sanitarie
5. soluzioni di telemedicina per il monitoraggio a distanza dei pazienti cronici



# ● GPI a Global Partner for a healthy future

- La sostenibilità dei sistemi sanitari richiede un ridisegno dei modelli assistenziali e l'impiego delle tecnologie digitali
  - Investire nell'ICT per la Sanità significa investire nella nostra salute ed in quella delle future generazioni
  - La nostra ambizione per i prossimi cinque anni è quella di **diventare un Partner Globale delle organizzazioni sanitarie in questo percorso di trasformazione e di innovazione dei modelli di assistenza e cura** per continuare a garantire la salute e il benessere delle persone.
- 
- **Partner** sia in **Italia** che a livello **internazionale**;
  - **Partner** che costruisce assieme alle organizzazioni sanitarie **soluzioni integrate di tecnologie, servizi, esperienze e competenze** di dominio, in grado di dare risposte alla **nuove domande di salute**.

02

Overview  
e principali  
risultati  
FY2019

# ● In Evidenza

- Avviata gara **Regione Lazio:**  
Sportelli CUP di 12 Aziende Sanitarie/Ospedaliere  
(**72 M€** in 2+1 anni)  
Contact Centre Regionale CUP (**24 M€** in 1+1 anni)  
**Care (CUP)**  
6 milioni in più di cittadini raggiunti
- **Aggiudicazione gara Regione Veneto:**  
79 M€ in 5 + 2 anni  
**27,5 M€ quota GPI (Software: SIO)**  
8 mila posti letto
- **Aggiudicazione 4 gare Regione Marche:**  
**4 M€ quota GPI (Software: FSE, CUP, SISTE, DOC)**  
5 mila posti letto
- **Emissione prestito obbligazionario di 30 M€**  
vari investitori e CDP anchor Investor

## M&A

- Guyot Walser Informatique area **Blood Bank**, 360 strutture sanitarie in Francia
- **Accura** (Gestione Cronicità) e **Business Process Engineering** (Data Protection) In Italia

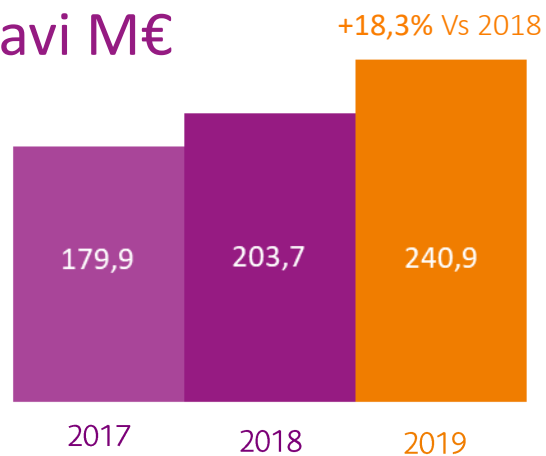
## Esteri + 16,4% :

nuovi ordini **Automazione Magazzino Farmaci** (> 2 M€):

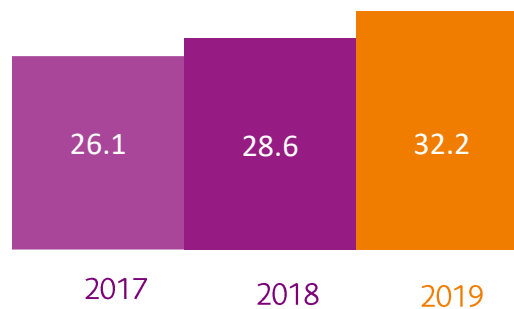
- Austria
- Cina
- Qatar
- Arabia Saudita
- Svizzera
- Ungheria
- Irlanda

# ● GPI in sintesi

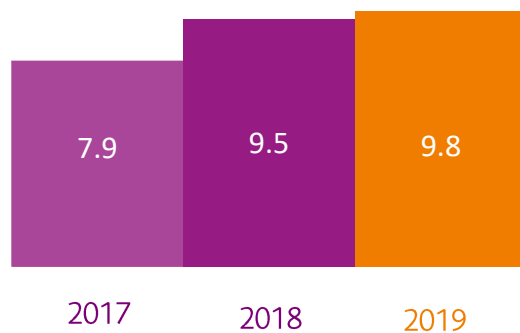
## Ricavi M€



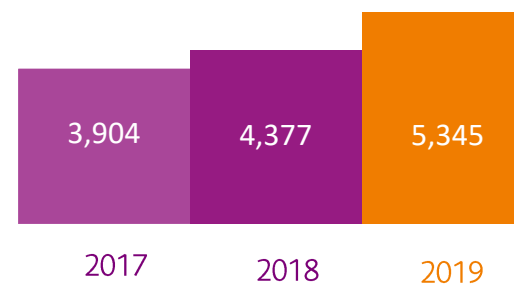
## EBITDA M€ \*



## Utile Netto M€



## Personale



## Una storia di crescita **continua**

- Nel **2013** apre il capitale al Fondo **Orizzonte** ed emette il primo minibond
- A **dicembre 2016** fusione per incorporazione della SPAC CFP1 con inizio delle negoziazioni su **AIM Italia**.
- A **dicembre 2018** passa all' **MTA**
- **>75 mln** di € di investimenti in operazioni di **M&A**

\*EBITDA 2017 e 2018 al netto di costi straordinari; EBITDA 2019 include effetti IFRS 16

# ● Significativa crescita nel 2019

Ricavi **+18,3%**, Utile Netto **+3,1%**

**Ricavi** pari a **240,9 M€**, **+18,3%** grazie al contributo delle aree:

- Care **+35,0%**
- Altre **+21,2%**
- Sw **+1,2%**

**2019** caratterizzato da

- 3 acquisizioni,
- 2 NewCo
- Incorporazione di 1 controllata

**EBITDA: 32,2 M€, 14,4%** dei Ricavi adj.

**Utile Netto: 9,8 M€ +3,1%**

M€	2019	2018
Ricavi e altri proventi	240,9	203,7
Ricavi adj. <sup>(1)</sup>	223,3	192,9
<b>EBITDA</b>	<b>32,2</b>	<b>28,6 <sup>(2)</sup></b>
EBITDA % su Ricavi adj.	14,4%	14,8%
Risultato ante imposte	12,8	12,8
<b>Risultato Netto</b>	<b>9,8</b>	<b>9,5</b>

(1) Al netto di RTI

(2) Al netto di costi straordinari per quotazione su MTA

# ● Highlights Patrimoniali-Finanziari 2019

## A3.1 CERVED Rating confermato

A- S&P | A3 di Moody's | A-1 di Fitch

### Capitale Circolante Netto

**91,3 M€** (75,6 M€ nel 2018):

- incremento imputabile alla crescita dei ricavi e all'acquisizione di importanti commesse a fine esercizio; corrispondentemente, anche i debiti commerciali incrementano (37,8 M€ vs 32,2 M€)
- magazzino prodotti: aumento connesso soprattutto all'ASA Automation (4,8 M€ vs 3,9 M€)

### Patrimonio Netto

**72,1 M€** (68,6 M€ nel 2018):

- erogazione dividendi 2018
- utile esercizio 2019
- acquisto azioni proprie

### Posizione Finanziaria Netta

**82,8 M€** (69,2 M€ nel 2018 - incluso effetto IFRS 16)

**Investimenti:** M&A **1,8 M€** | R&D **7,1 M€**

M€	2019	2018
Capitale Circolante Netto	91,3	75,6
Immobilizzazioni	119,4 <sup>(1)</sup>	105,2
Altre attività / (passività) operative	(55,8)	(50,7)
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>154,9</b>	<b>130,1</b>
Patrimonio Netto	72,1	68,6
Posizione Finanziaria Netta	82,8	61,5 <sup>(2)</sup>
<b>TOTALE FONTI</b>	<b>154,9</b>	<b>130,1</b>

(1) Include 11,8 M€ per effetto IFRS 16

(2) Al netto di 7,7 M€ per effetto IFRS 16

03

Piano  
strategico  
industriale  
2020-2024

# • Guidelines metodologiche

- Aderenza alle linee guida di Borsa Italiana nei contenuti del documento;
- Costruzione bottom-up a partire dalle indicazioni strategiche del management > responsabilizzazione della struttura manageriale sugli obiettivi di piano;
- Previsioni fortemente ancorate alla dinamica del mercato, ai trend storici, ai driver di sviluppo del business con un approccio molto «concreto».

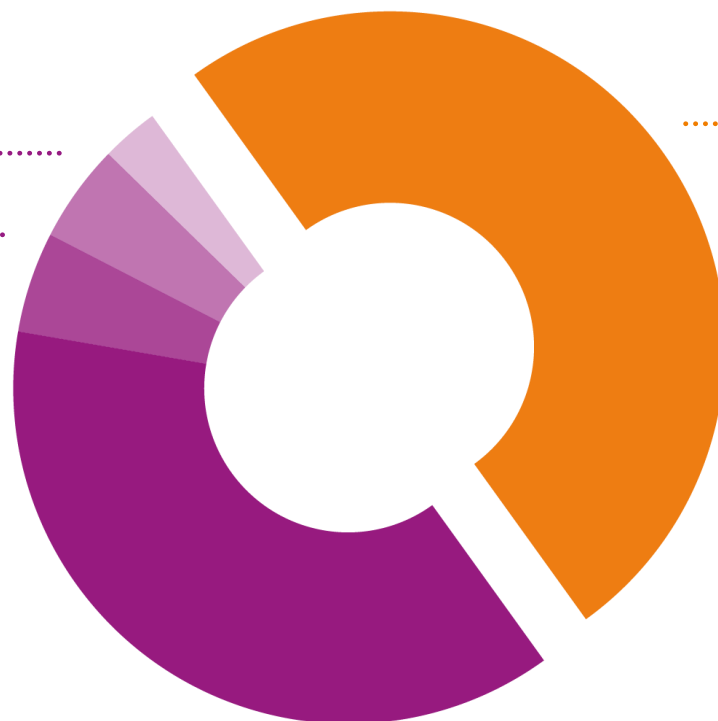
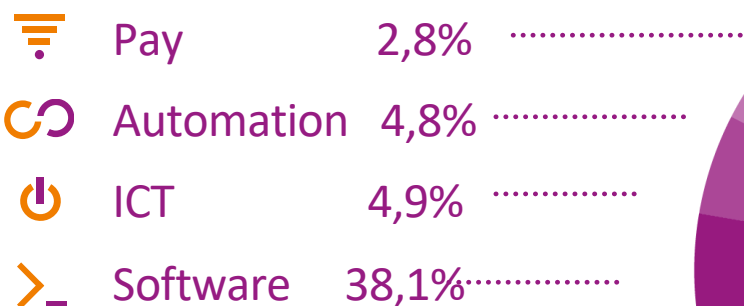


# Segmentazione strategica e modelli di business

# ● Aree Strategiche di Affari

## TECNOLOGIES

50,6%



## SERVICES

49,4%



Nota: % ricavi per ASA su totale ricavi riferiti al FY2019

# ● Linee d'offerta

## ASA Principali



### Software

Health Administratio	Clinical System	Health Social Care	Blood & Tissue Bank
Human Resources	Continuum Care	Public Administration	Safety & Prevention
Data Analytics	Health Cooperation	PRM	Population Health Management



### Care

Healthcare Administration Services	Healthcare Services	Healthcare Technologies	Virtual Care Solutions
--	------------------------	----------------------------	---------------------------

## Altre ASA



### Automation

Automated Pharmacy Warehouse	Hospital Pharmacy System	Pharmacy Design Studio	Automated Industry Warehouse
------------------------------------	--------------------------------	------------------------------	------------------------------------



### ICT

DeskTop Services	ICT Servies
---------------------	----------------

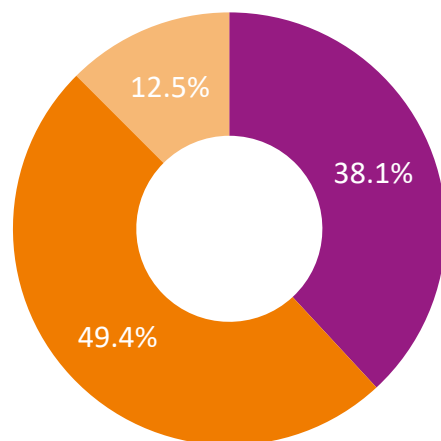


### Pay

PA Payment Sollutions	Retail Payment Solutions
--------------------------	-----------------------------

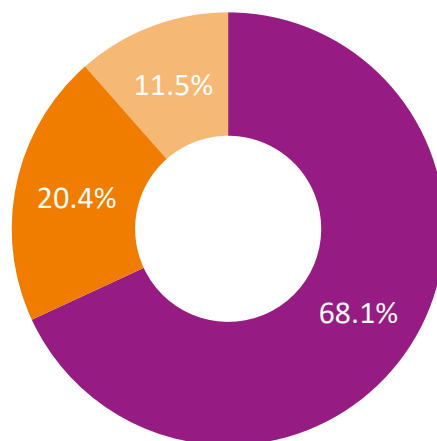
# ● Segmentazione

Ricavi per area strategica di affari



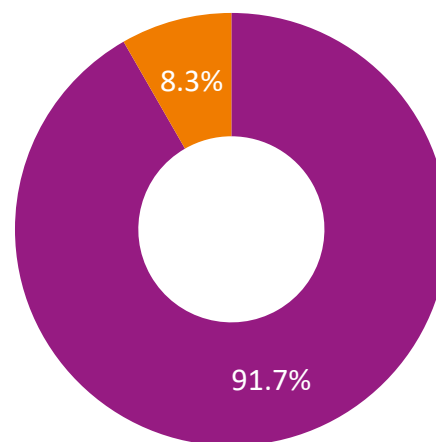
■ Software ■ Care ■ Altre

EBITDA per area strategica di affari



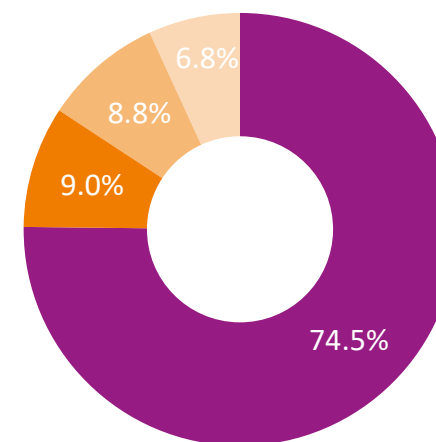
■ Software ■ Care ■ Altre

RICAVI per area geografica



■ Italia ■ Estero

RICAVI per tipologia di clienti\*

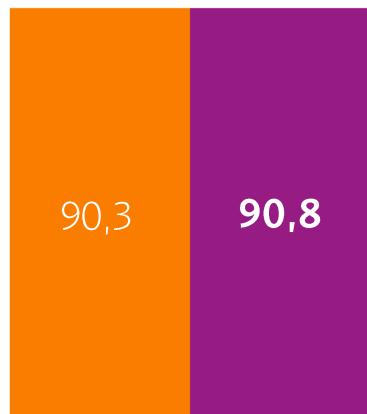


■ H-Pub ■ H-Pri ■ NH-Pri ■ NH-Pub

\* H-pub: clienti Healthcare Pubblici ; H-Pri: clienti Healthcare Privati, NH-Pub: clienti pubblici non Healthcare; NH-Pri: clienti privati non Healthcare

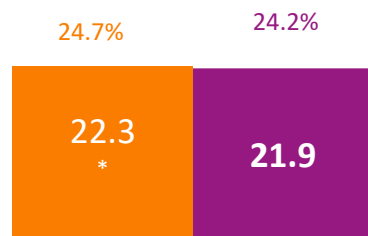
# ● Focus ASA Software

Ricavi Adj. M€



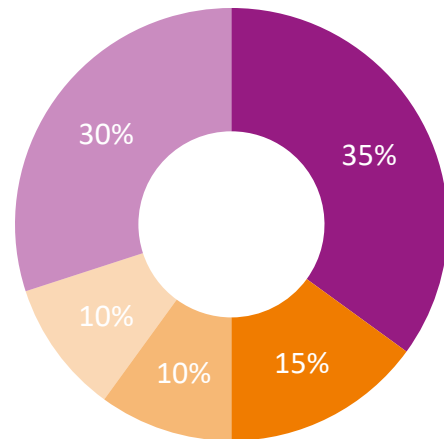
2018 2019

EBITDA M€



2018 2019

Linee di offerta



■ Clynical System ■ Health Admin  
■ Blood Bank ■ HR  
■ Other

\* EBITDA 2018 rettificato da costi straordinari quotazione al MTA

**Hit Ratio Gare\*\***

- 35%

**Preddittività Ricavi**

- 50%

**Retention Clienti**

- 92%

**Durata media dei contratti**

- 1-3 anni

**Valore medio gare acquisite**

- 6-7 mln/€ anno

**Posizionamento competitivo**

- 3° player ITA

\*\* Hit Ratio inteso come % n° gare vinte su totale n° gare partecipate.  
L'Hit Ratio di conversione : % valore GPI gare vinte su valore Base d'Asta  
gare partecipate è pari al 6,8%

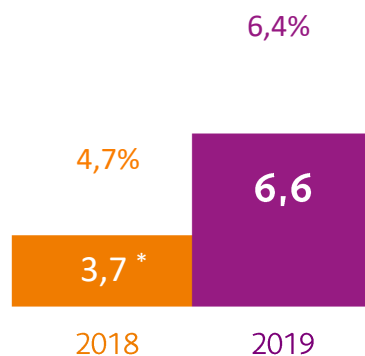
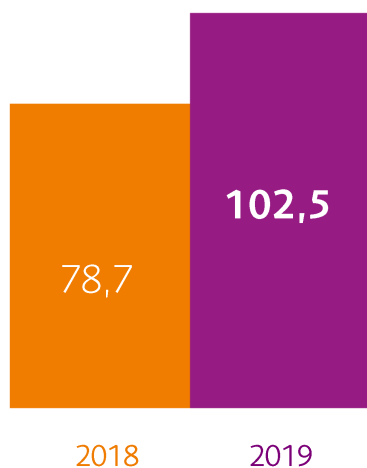
# ● Focus ASA Care



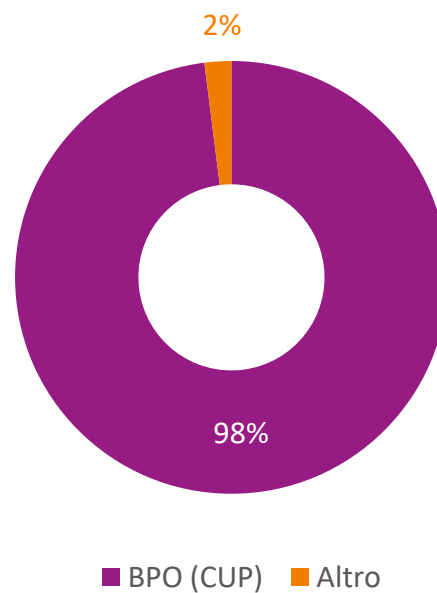
Ricavi Adj. M€

EBITDA M€

Δ +30%



Linee di offerta



Hit Ratio Gare\*\*

- 40%

Preddittività Ricavi

- 95%

Retention Clienti

- 97%

Durata media dei contratti

- 4-6 anni

Valore medio gare acquisite

- 10-15 mln/€ anno

Posizionamento competitivo

- 1° operatore ITA

\* EBITDA 2018 rettificato da costi straordinari quotazione al MTA

\*\* Hit Ratio inteso come % n° gare vinte su totale n° gare partecipate.  
L'Hit Ratio di conversione : % valore GPI gare vinte su valore Base d'Asta  
gare partecipate è pari al 6,8%

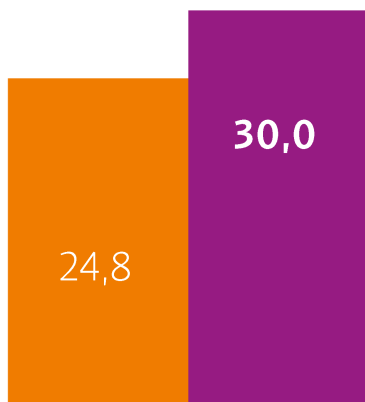
# ● Focus altre ASA



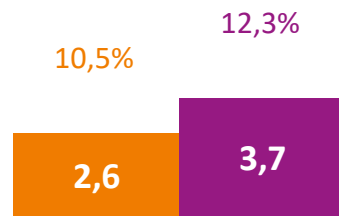
Ricavi M€

EBITDA M€

Δ +21%

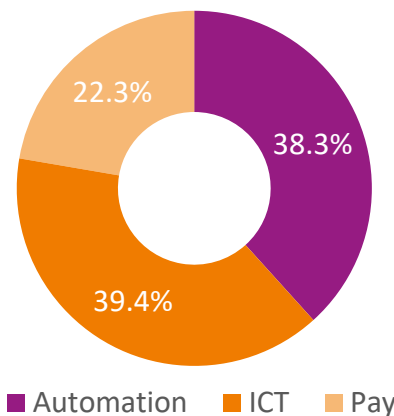


2018 2019

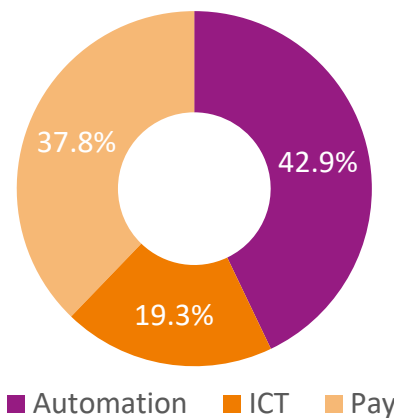


2018 2019

2019 RICAVI



2019 EBITDA



## Automation



Vendita HW Magazzini Automatizzati (ca. 87%)  
e canoni di manutenzione e assistenza (ca. 13%)

- Retail Italia ca. 64%
- Hospital Italia ca. 16%;
- International Hospital & Retail ca. 20%

## ICT



Canoni per servizi di Desktop Management (ca. 89%)  
altri servizi sistemistici (ca. 11%)

- Clienti Healthcare ca. 77%
- PA non Healthcare ca. 17%
- Altri clienti privati ca. 6%

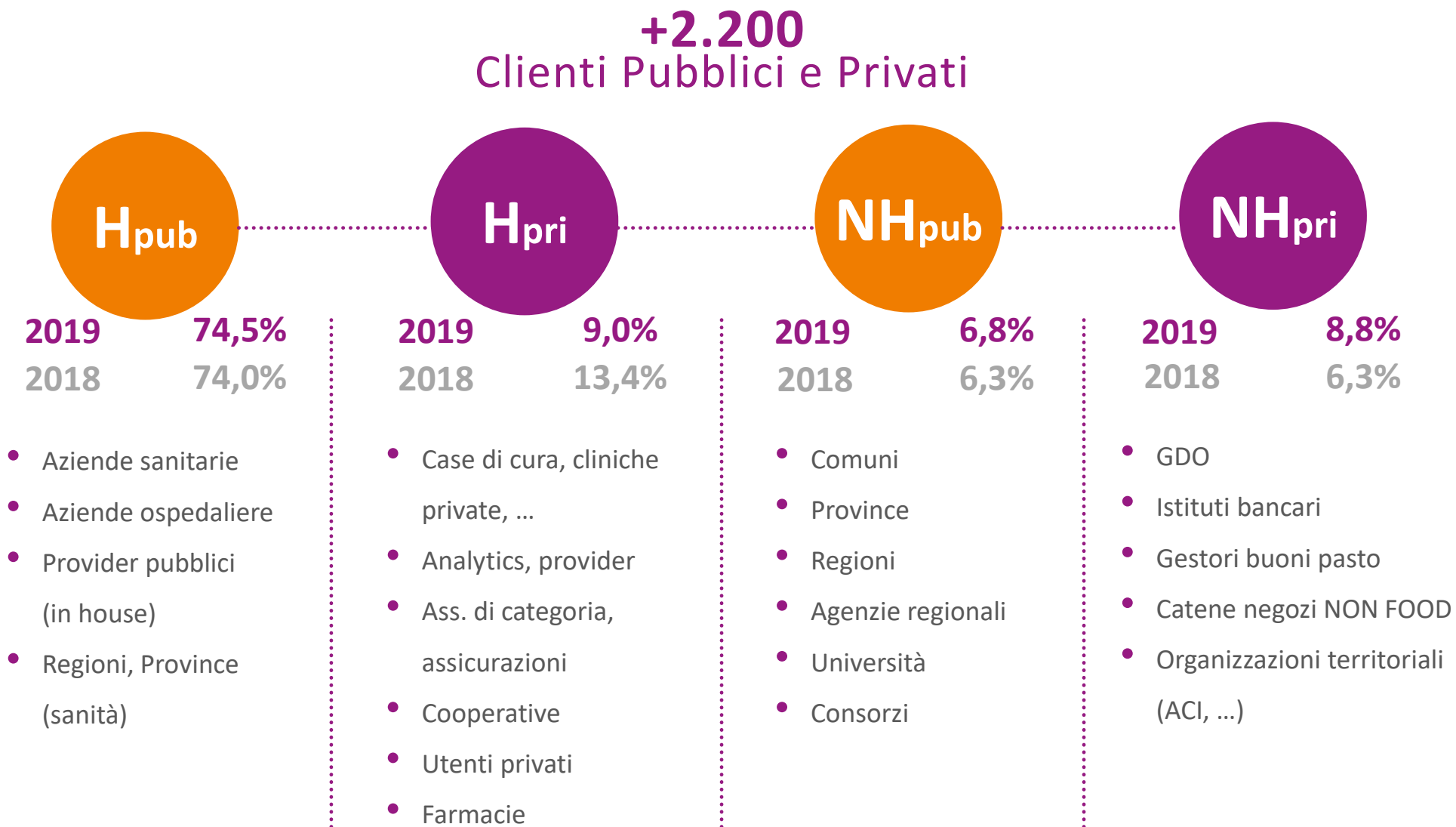
## PAY



Servizi di ePayment (ca. 85%), ricavi da noleggio  
POS e relativo software (ca. 15%)

- Distribuzione organizzata ca. 50%;
- PAL ca. 23%
- Fornitori servizi basati su POS ca. 17%
- System Integrator ca. 10%

# ● I Clienti





Mercato di  
riferimento e  
contesto  
competitivo

# ● Market Analysis Software

## Market value

**\$60 bn**



valore **mercato globale** software+servizi IT Healthcare 2018

47 %	North America	Cagr 18 – 22: <b>6,1%</b>
28 %	Western Europe	Cagr 18 – 22: <b>5,4%</b>
10%	Mature Asia/Pacific	Cagr 18 – 22: <b>4,3%</b>
5 %	Latin America	Cagr 18 – 22: <b>5,3%</b>
4 %	Greater China	Cagr 18 – 22: <b>13,3%</b>

|| Fonte: Gartner (2019)

**\$0,8 bn\***



valore **mercato italiano** software+servizi IT Healthcare 2018

1,4% su mercato globale Cagr 18 – 22: **3,5%**

|| Fonte: Gartner (2019)






**€1,7 bn** mercato IT HealthCare

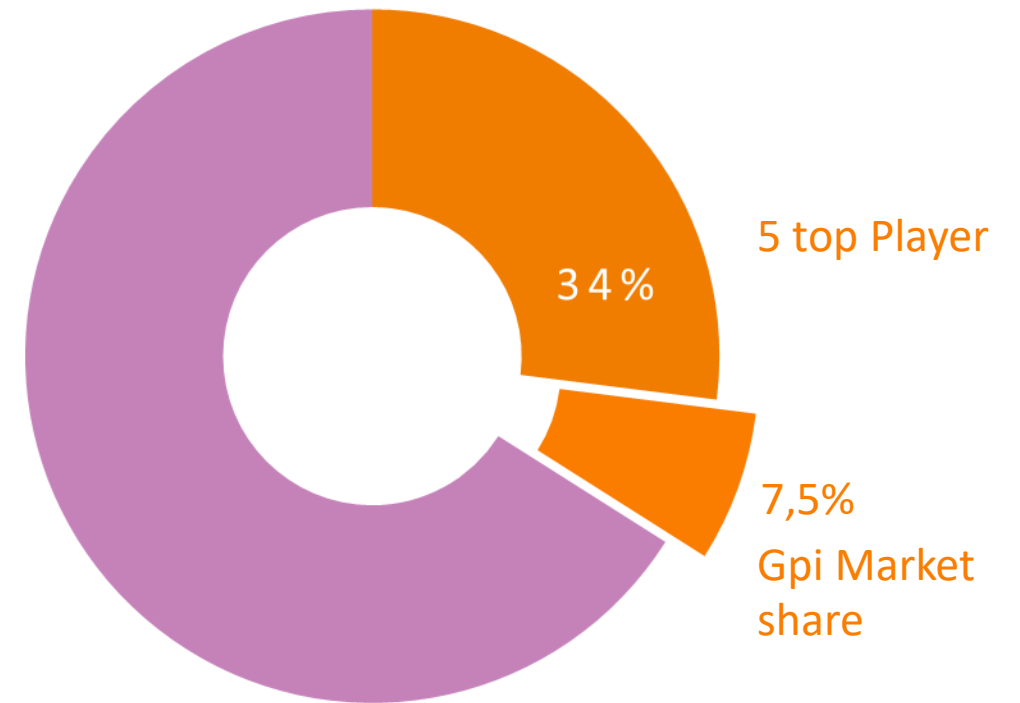
|| Fonte: Netics (2019)

**€1,1 bn** mercato software+servizi IT HealthCare

- Market Analysis Software

## Market Top Player

Società	Breve descrizione	Focus su sanità	Ranking
 <b>Dedalus</b> <small>HEALTHCARE SYSTEMS GROUP</small>	Soluzioni ICT e relativi servizi per i provider di <b>sanità pubblica e privata</b> .	✓	1°
 <b>ENGINEERING</b>	Soluzioni ICT per i settori: finance, industry, telco&utilities e <b>PA</b> .	Attraverso divisione dedicata alla Sanità	2°
 <b>Gpi</b>	Soluzioni ICT , servizi amministrativi e socio sanitari per i <b>provider di Sanità pubblica e privata</b> .	✓	3°
 <b>Reply</b> <small>santer</small>	Software per processi ospedalieri, order e risk mgmt. Parte di Reply Gruppo.	✓	4°
 <b>expri via</b>	Digital transformation & servizi ICT per industries, energy, aerospace, <b>Sanità</b> , PA, ...	Attraverso divisione dedicata alla Sanità	5°



# ● Market Analysis Care

## Market value & Player

n.a



valore **mercato globale** servizi amministrativi *non disponibile* in quanto trattasi di servizi molto eterogenei non facilmente omologabili a livello internazionale

€155 m



valore **mercato italiano** servizi amministrativi (2017)

valore sottostimato in quanto al momento un parte del mercato è ancora una ddressable perché si tratta di servizi internalizzati.

> 28 M cittadini serviti

Società	Breve descrizione	Ranking
	Soluzioni ICT , servizi amministrativi e socio sanitari per i <b>provider di sanità pubblica e privata.</b>	1°
	Servizi di manutenzione per medical device, attivo in 17 paesi.	n.a.
	Servizi BPO (es. pulizie, sicurezza, logistica e <b>servizi sanitari</b> ).	n.a.
	Fornitore locale di servizi per la sanità e per il settore educativo , opera nella regione Veneto.	n.a.
	Fornitore locale di servizi per la sanità , opera nella regione Lazio.	n.a.

|| Fonte: Netics (2018)

Intenzioni  
strategiche  
e action plan

# ● Intenzioni Strategiche-corporate

01

SEMPRE PIÙ  
GLOBALI

**Forte incremento  
nel periodo di piano.**

**Aree geografiche di  
crescita:**  
**DACH**, Russia, Cina,  
Middle Est e **America**

02

CRESCITA  
SANITÀ  
PRIVATA

**raddoppio del  
peso %  
segmento**

03

LEADERSHIP  
MERCATO  
SW SANITÀ  
ITALIA

**Grandi appalti  
regionali e nazionali**

**M&A**

**Focus R&D su  
Machine Learning e  
su digital transformation**

04

DA PRODOTTI/  
SERVIZI A  
SOLUZIONI  
INTEGRATE

**Maggiore integrazione  
servizi | sw | tecnologie**  
per rispondere all'evoluzione dei  
modelli di cura e della domanda di  
salute.

05

DA PROVIDER  
A PARTNER

**Natura multi-business**  
con il contributo di tutte le  
ASA.

# ● Intenzioni Strategiche ASA

01.

## POSIZIONAMENTO DI MERCATO

consolidamento della posizione di mercato (up-selling e cross-selling), partecipazione continua a importanti gare di appalto, partnership strategiche.

02.

## INTERNAZIONALIZZAZIONE/TARGET SHIFTING

incremento della quota percentuale di fatturato per l'ASA riferita a clienti international:  
il valore obiettivo è del 20% .

03.

## PORTFOLIO PRODOTTI

armonizzazione del portafoglio prodotti,  
revisione del processo produttivo ai fini dell'incremento della produttività e della qualità del prodotto,  
innovazione ed evoluzione tecnologica delle piattaforme .

# Software >\_

## KEY ACTIVITIES

- Razionalizzazione portafoglio prodotti
- Evoluzione tecnico-funzionale del portafoglio prodotti
- Smart Programming
- Formazione
- Spinta sull'ingegneria dell'offerta
- Iniziative di MKT per i nuovi target group (H-PRI, International)
- Accordi di distribuzione
- Iniziative mirate di M&A

# ● Action plan **ASA**

**01.**

## **UP-CROSS SELLING SU CLIENTI DA M&A**

strategia marketing e commerciale focalizzata su up/cross-selling verso parco clienti delle soluzioni di recenti acquisizioni (IM, HS, IL, S,..)

**02.**

## **INTERNATIONAL SALES**

Proseguimento azioni commerciali estere su Blood Bank, TeleMed, Neonatologia e Health Meeting

**03.**

## **NUOVI MODELLI DI BUSINESS TARGET H-PRI**

Strategia marketing e commerciale con nuovi modelli di Business (SaaS, Pay per Use,..) per target H-PRI, focalizzata sulle soluzioni SIO, Gestione Accoglienza/CUP, Sistema Informativo Socio-Sanitario, Blood Management, HR, Veterinaria

**04.**

## **INNOVAZIONE E RAZIONALIZZAZIONE PIATTAFORME**

revisione delle procedure di gestione del ciclo di vita del software in accordo ai paradigmi della produzione “agile”, razionalizzazione e innovazione prodotti in termini di aggiornamento tecnologico (es. 5G), UX (mobile/BYOD) , scalabilità e configurabilità delle soluzioni nelle seguenti aree:

CLINICAL SYSTEM | BLOOD & TISSUE BANK

PATIENT RELATIONSHIP MANAGEMENT | HEALTH SOCIAL CARE

HEALTH ADMINISTRATION | DATA ANALYTICS

POPULATION HEALTH MANAGEMENT | HUMAN RESOURCES

# Software >\_

## DRIVER DI SVILUPPO

- Retention Medio ('17-'19)  
**91%**
- Predittività Ricavi  
**50%**
- Up/cross selling  
**2,5%**
- Gare/anno  
**6-7 M€**



# ● Intenzioni Strategiche ASA

01.

## CONSOLIDAMENTO DEL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

consolidare la market share sul target H-PUB a livello nazionale e la presenza territoriale oggi in essere (ca. 50% del mercato nazionale) attraverso:

- partecipazione continua a rilevanti gare d'appalto,
- acquisizione diretta di contratti,
- estensione dei contratti di fornitura in corso.

02.

## SVILUPPO MERCATO HEALTHCARE PRIVATO

realizzare, definire e commercializzare il portafoglio di nuovi servizi verso il target group privato H-PRI (Cliniche Private, COT, Case della Salute, ecc.) e per la gestione dei percorsi di cronicità.

03.

## EVOLUZIONE DELL'INFRASTRUTTURA

evolvere tecnologicamente l'infrastruttura a supporto dei servizi per favorire la multicanalità nell'accesso (sistemi vocali, app, social-engagement) e introdurre algoritmi di intelligenza artificiale per automatizzare alcuni servizi di accoglienza e ridurre il carico di lavoro sull'operatore.

04.

## EVOLUZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO

incrementare l'efficienza nell'erogazione dei servizi di contact-center attraverso l'introduzione di una piattaforma tecnologica per supportare l'attività di programmazione e pianificazione delle risorse umane.

Care



## KEY ACTIVITIES

- Estensione dei contratti attivi attraverso l'ampliamento dell'offerta di servizi
- Modellazione di nuovi servizi con innovativi sistemi di remunerazione (share-revenue, pay per use,..)
- Evoluzione tecnologica delle piattaforme di supporto ai servizi
- Promozione della multi-canalità nell'accesso ai servizi
- Iniziative di MKT per il target shifting (H-PUB H-PRI)
- Analisi di mercato

# ● Action Plan ASA

01.

## PARTECIPAZIONE MASSIVA GARE D'APPALTO

Partecipazione al maggior numero possibile di concorsi pubblici;

02.

## SVILUPPO RELAZIONI TERRITORIALI

Andando ad aggregare più realtà locali in ottica provinciale o di area vasta in modo tale da promuovere il territorio;

03.

## PROMOZIONE DELLA QUALITA' DEL SERVIZIO

Promuovere la competenza organizzativa per rendere appetibile l'offerta del Gruppo come "tecnicamente qualificata" anche se più costosa rispetto a realtà locali

04.

## SVILUPPO POPULATION HEALTH MANAGEMENT

Sviluppare una value proposition per il Population Health Management (PHM)

05.

## FOCUS SU PRIVATI

Sviluppare iniziative di marketing e commerciali per supportare le attività di up-selling e la penetrazione del mercato privato

06.

## INCREMENTO AUTOMAZIONE DEL SERVIZIO

Sviluppi per automatizzare alcuni servizi di accoglienza e ridurre il carico di lavoro sull'operatore.

07.

## EFFICIENZA

Acquisire nuova piattaforma IT per il workforce management

# Care



## DRIVER DI SVILUPPO

- Retention medio '17-19  
**97%**
- Range Predittività Ricavi  
**98%-45%**
- Gare/anno  
**10-15M€**

# ● Intenzioni Strategiche Altre ASA

## AUTOMATION

### INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DELLA VALUE PROPOSITION ATTRAVERSO OPERAZIONI R&D

realizzare nuove soluzioni tecnologiche (es. sistema automatizzato ceste / armadi per dispositivi medici / ingegnerizzazione kit carrelli, ...) e entrare in nuovi segmenti (es. soluzioni evolute di tipo self-service e vending machine in ambito farmaceutico...).

### SVILUPPO MERCATO RETAIL

entrare nel mercato delle grandi catene di farmacie (società di capitale) sia per la parte di automazione che per la parte di arredamento. Attività di cross-selling tra l'offerta Magazzini e Pharmacy Design Studio.

## ICT

### PARTNERSHIP STRATEGICHE PER GARE NAZIONALI

sviluppo di partnership strategiche con i big player del mercato (TIM, FastWeb,..)

### INNOVAZIONE OFFERTA SU PRIVACY & CYBER SECURITY

nuova value proposition focalizzata sui temi della privacy & Cyber security su target PAL e Health Care

## PAY

### SVILUPPO MERCATO PA

servizi di pagamento / incasso elettronico e servizi di conservazione Sostitutiva per la PA

### SVILUPPO SMART PAYMENT PER VENDING MACHINE

R&D su tale tema facendo partnership con i produttori dei dispenser e con i sistemi di alternative-micro payment (es. Tinaba, Allipay,...).

### SVILUPPO SEGMENTO DELLA RISTORAZIONE ORGANIZZATA

miglioramento posizionamento competitivo

## KEY ACTIVITIES

### AUTOMATION



- R&D
- cross selling da altre ASA (PAY, Software)
- digital marketing per mercato retail
- Sviluppo servizi di assistenza per mercato international

### ICT



- Partnership strategiche
- Innovazione di processo attraverso l'introduzione di piattaforme tecnologiche a supporto dei servizi di DTM

### PAY



- Cross selling da ASA Software ed Automation (farmacie)
- Iniziative di R&D per vending machine

# ● Action Plan Altre ASA

## AUTOMATION

formazione rete interna, strumenti VR, aumento budget mktg per fiere ed eventi, rafforzamento rete vendita indiretta, focus su grandi clienti, analisi nuovi mercati, sviluppo o acquisizione monodose.  
open Innovation con Università e Centri di Ricerca con focus su caricamento farmaci e monodose, integrazione tecnologie Rfid;  
Razionalizzazione strutture di produzione e degli acquisti;  
Coinvolgimento controllate per attività commerciale e di post vendita

## ICT

Sinergie commerciali e di lobbying intra ASA;  
Potenziamento degli strumenti IT e delle procedure per la governance della delivery compliant a standard e metodologie internazionali;  
Razionalizzazione fornitori esterni;  
Per il perseguimento dell'obiettivo Cyber Security si intende valutare il perfezionamento di un'iniziativa di M&A

## PAY

mktg e vendite per il segmento delle vending machine;  
evoluzione del servizio di pagamento dei Buoni Pasto Elettronici;  
reingenerizzazione del software pagamenti PA e promozione soluzioni;  
Integrazione canali di incasso Alternative Payments;  
nuova soluzione su POS Android per la Ristorazione Organizzata;  
nuovo software per il servizio di Conservazione;  
Partnership per arricchire le funzionalità della soluzione per il settore Vending.

## DRIVER DI SVILUPPO

### AUTOMATION



- Italia Retail (H-PRI, NH-PRI)
- Italia Hospital (H-PRI, H-PUB)
- International attraverso Riedl
- International attraverso rete GPI

### ICT



- Backlog ordini
- Estensione contratti
- Nuovi contratti

### PAY

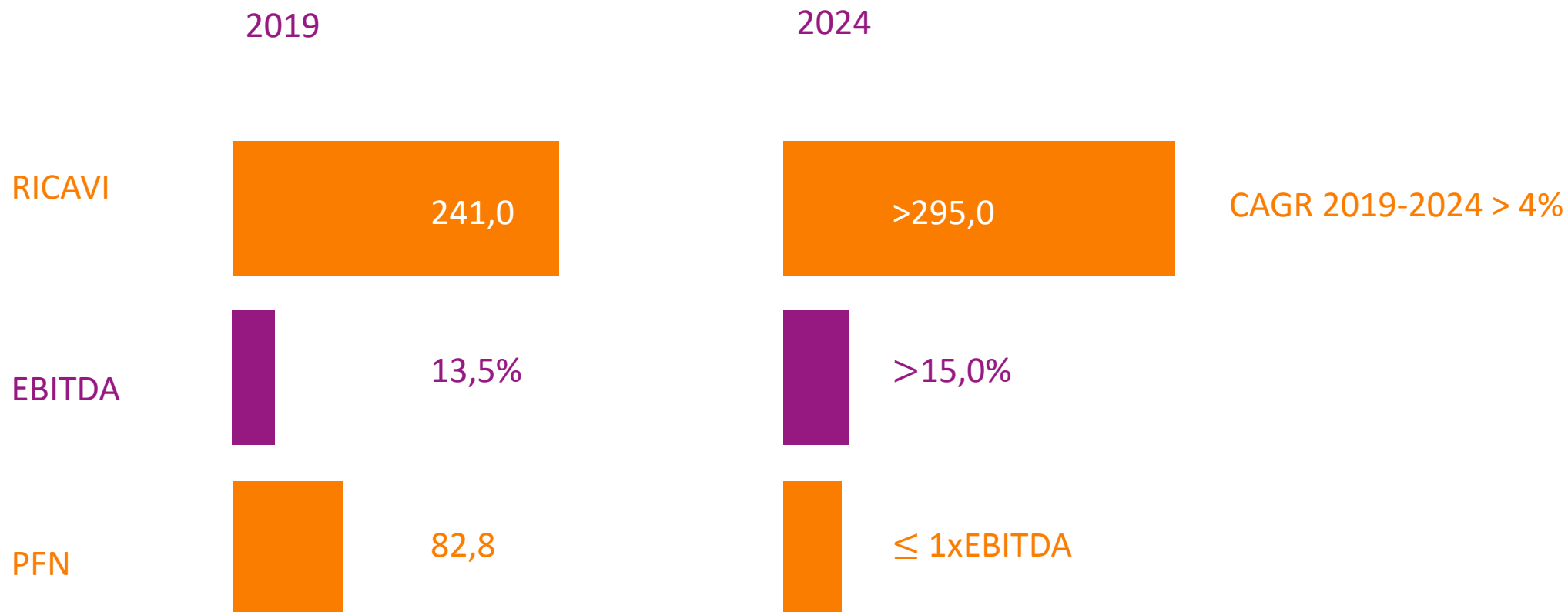


- GDO e PA (recurring)
- Nuovi servizi PA
- Nuovi servizi GDO
- Vending Machine

# Principali obiettivi economico finanziari 2024

# ● Obiettivi economico - finanziari 2024

A parità di perimetro di consolidamento al 31/12/2019

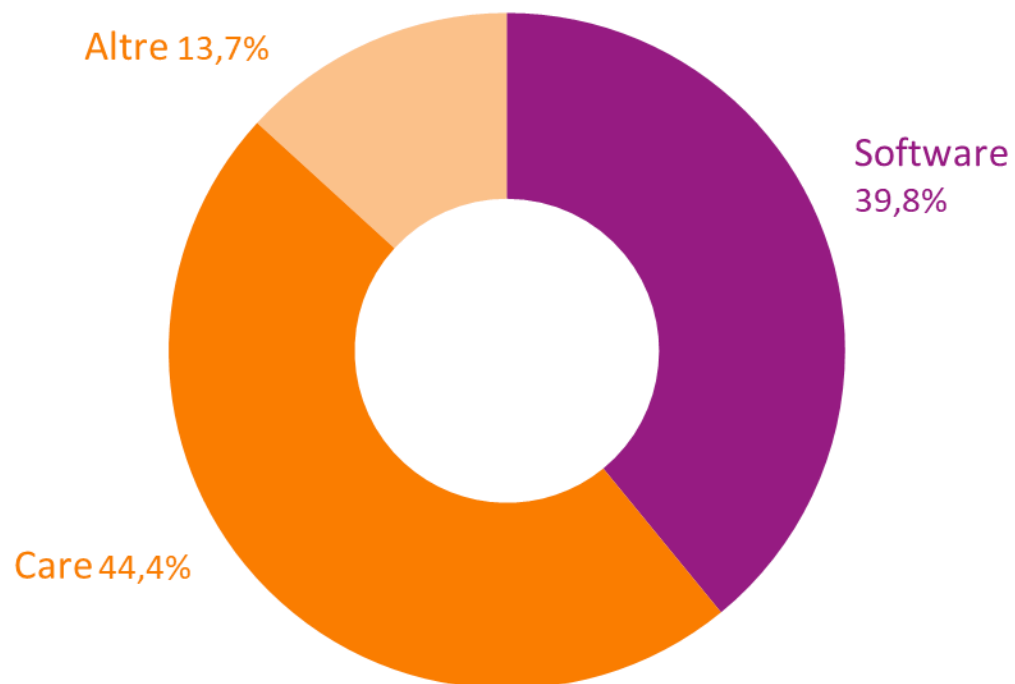


MLN/€

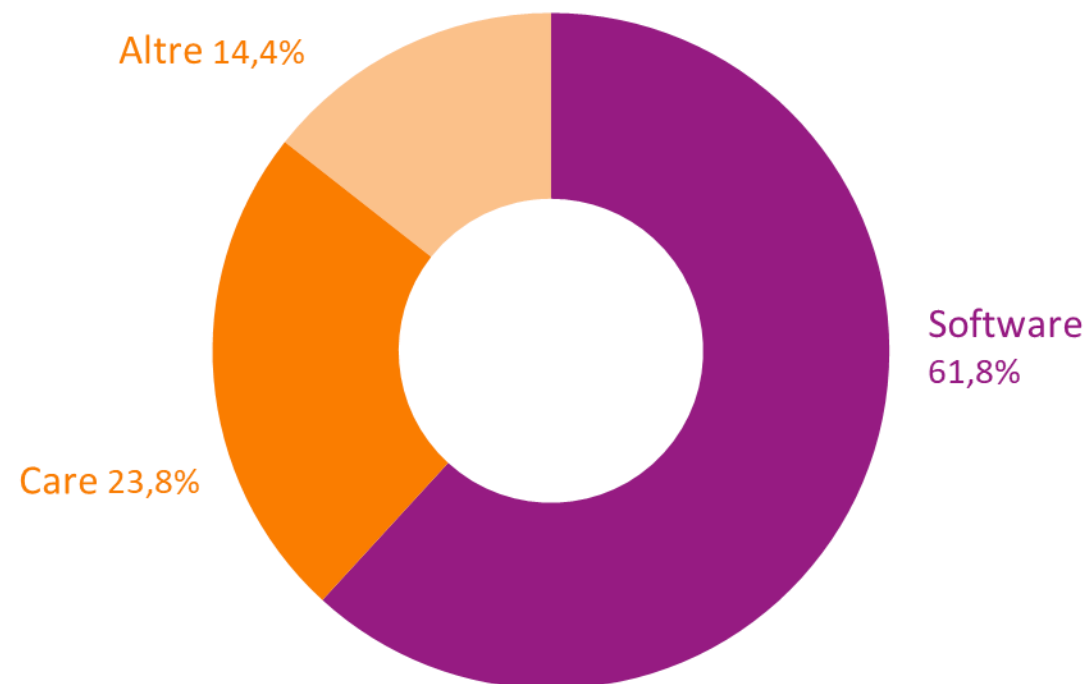
# ● Ricavi ed EBITDA 2024

Break down per ASA, a parità di perimetro di consolidamento al 31/12/2019

Ricavi per area strategica di affari



EBITDA per area strategica di affari



04

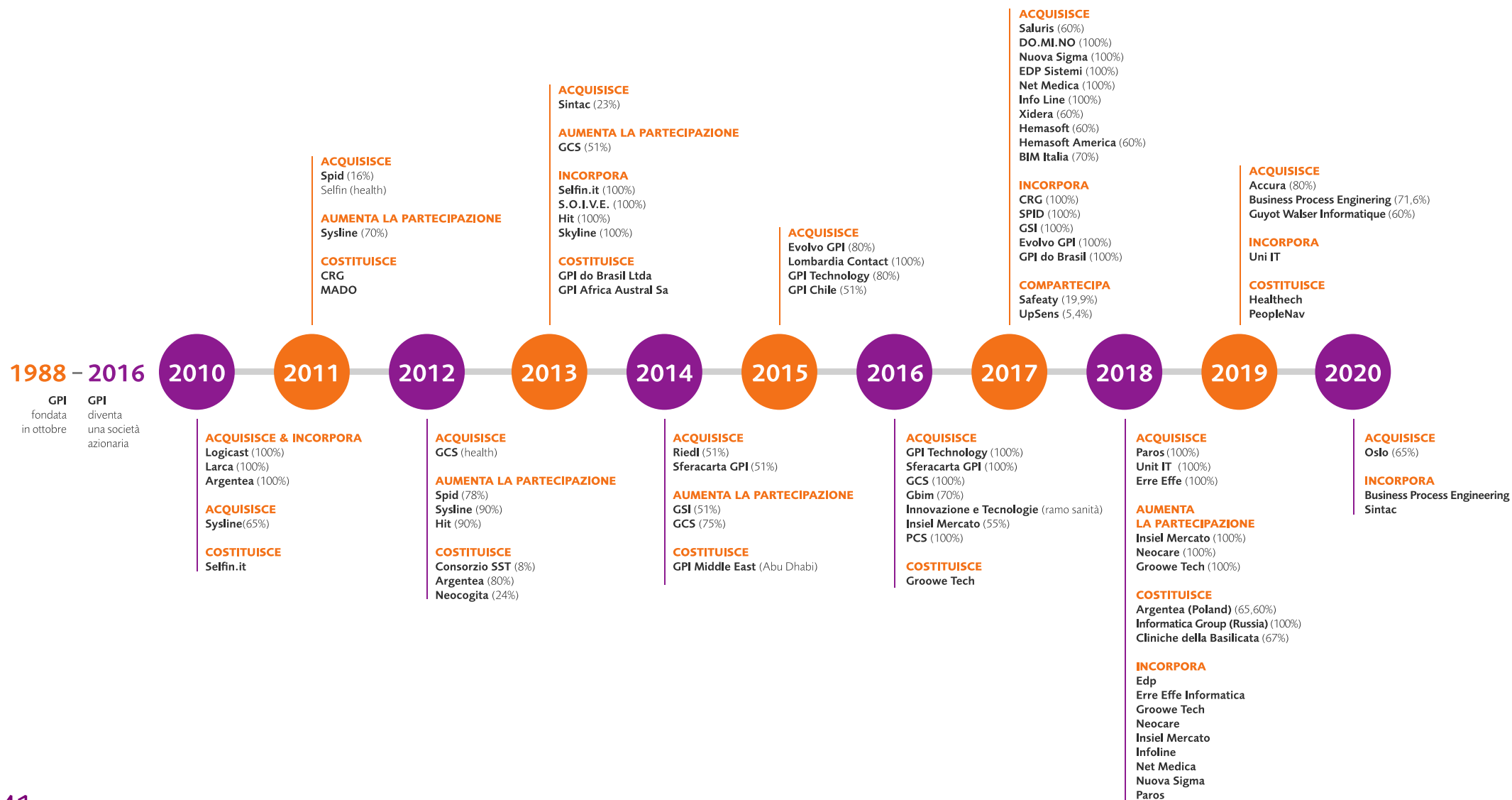
2020-2024

Linee guida

M&A



# ● Percorso storico di M&A



- Linee guida M&A

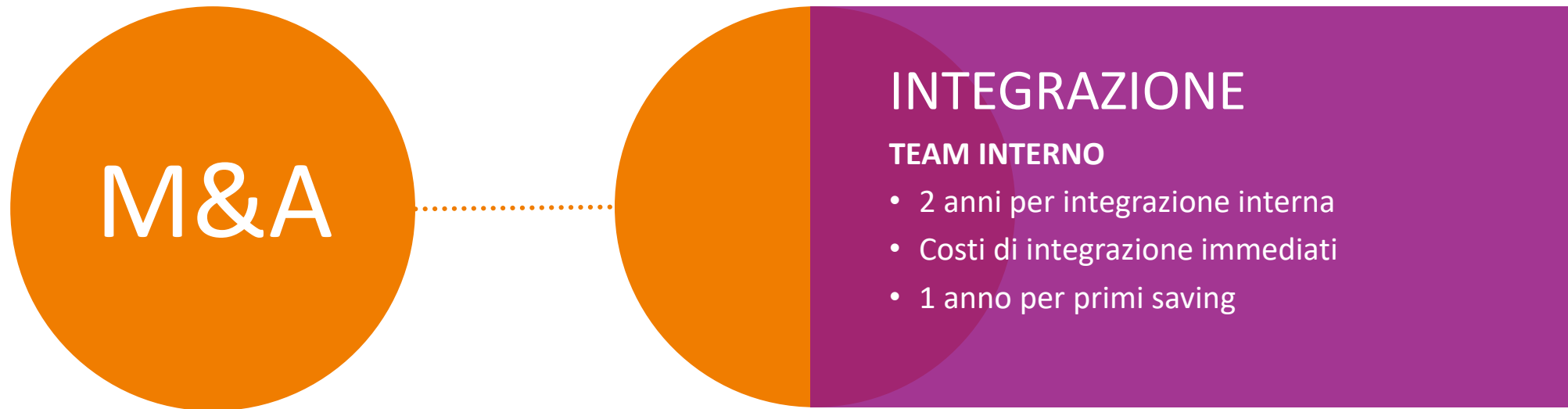
## MERCATO

1. Lento a decidere e a modificare le impostazioni (ITA)
2. Software è una commodity rispetto al servizio
3. Frammentazione (ITA)

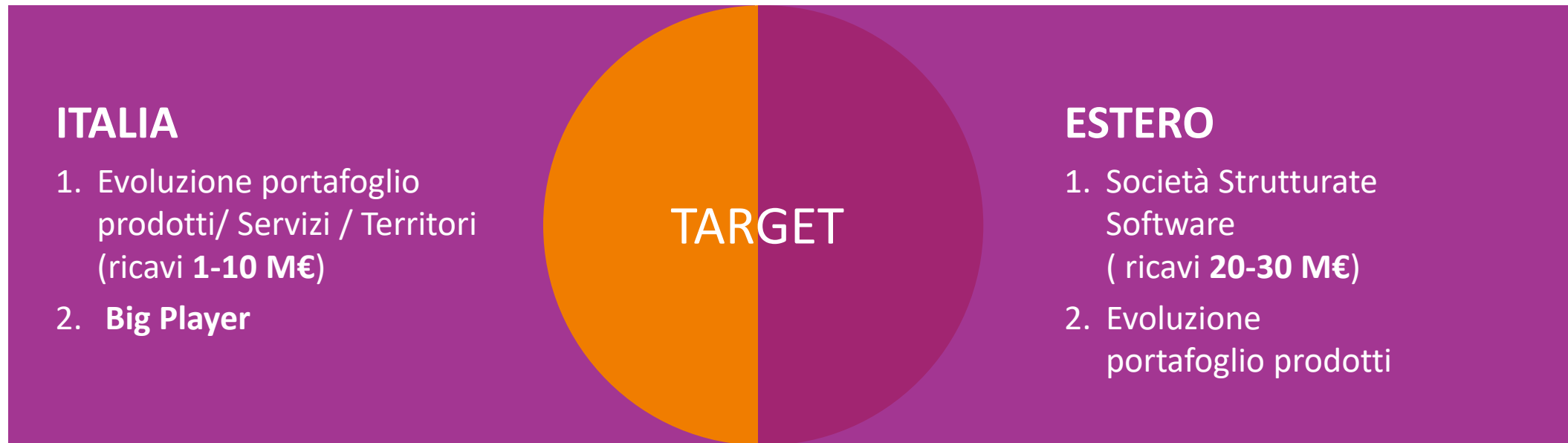


M&A

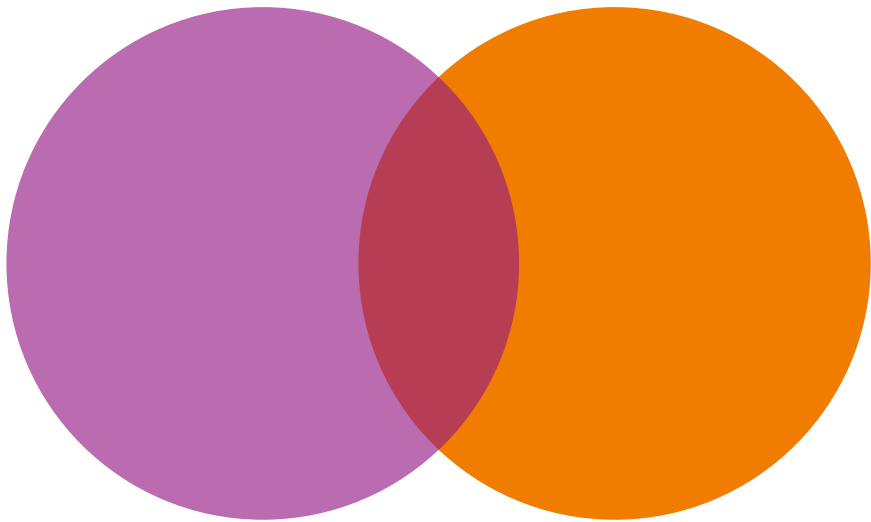
- Linee guida M&A



- Linee guida **M&A**



- Linee guida M&A



## RISORSE

- BOND
- FINANZIAMENTO TRADIZIONALE
- WARRANT
- AZIONI / AZIONI
  - Big Player
  - Esteri

05

Q&A

## ● Contatti IR



Fabrizio Redavid

C. +39 335 1035499  
fabrizio.redavid@gpi.it

Lorenzo Giollo

C. +39 340 8223333  
lorenzo.giollo@gpi.it

Via Ragazzi del '99, 13 - 38123 Trento

T +39 0461 381515

investor.relations@gpi.it



Maria Antonietta Pireddu

Via Bigli, 19 - 20123 Milan  
Tel. +39 02 45473883/4  
m.pireddu@irtop.com

# ● Limitazione di Responsabilità

Il materiale in questa presentazione è stato preparato da GPI S.p.A. ("GPI" o "la Società") senza verifica indipendente; si tratta di informazioni generali di base sulle attività correnti di GPI alla data di questa presentazione. Tali informazioni sono fornite in forma sommaria e non pretendono di essere complete. Questa presentazione è fornita a solo scopo informativo e non costituisce un'offerta o una sollecitazione di un'offerta di acquisto o vendita di titoli, né ci sarà alcuna vendita o acquisto di titoli in qualsiasi giurisdizione in cui tale offerta, sollecitazione o vendita dovesse risultare illegale prima della registrazione o qualifica ai sensi delle leggi sui titoli di tale giurisdizione. È destinata esclusivamente alla presentazione agli investitori ed è fornita a solo scopo informativo. Questa presentazione non contiene tutte le informazioni che potrebbero essere rilevanti per un investitore. Le informazioni contenute in questa presentazione, comprese le informazioni finanziarie previsionali, non devono essere considerate come consigli o raccomandazioni agli investitori o potenziali investitori in relazione alla detenzione, all'acquisto o alla vendita di titoli o altri prodotti o strumenti finanziari e non tengono conto di particolari obiettivi di investimento né della situazione finanziaria. Prima di agire, è necessario considerare l'adeguatezza delle informazioni in relazione a tali argomenti e, in particolare, si dovrebbe richiedere una consulenza finanziaria indipendente. Tutti i titoli e le transazioni di prodotti o strumenti finanziari comportano rischi, che includono, tra gli altri, il rischio di sviluppi avversi o imprevisti del mercato, finanziari o politici e, nelle transazioni internazionali, il rischio valutario. Le informazioni contenute in questa presentazione sono confidenziali e vengono fornite all'utente esclusivamente per informazione e non possono essere riprodotte, ritrasmesse o ulteriormente distribuite a qualsiasi altra persona o pubblicate, in tutto o in parte, per qualsiasi scopo. Questa presentazione è distribuita solo ed è diretta solo a (A) persone negli stati membri dello Spazio Economico Europeo (diversi dal Regno Unito) che sono "investitori qualificati" ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera e), del Direttiva 2003/71/CE (come modificata e corredata di eventuali misure di attuazione applicabili in ciascuno Stato membro); (B) nel Regno Unito, Investitori qualificati professionisti dell'investimento che rientrano nell'articolo 19 (5) dell'Ordinanza del 2005 (promozione finanziaria) dell'Ordine dei Servizi finanziari e dei mercati e/o società con un elevato

patrimonio netto, e altre persone a cui può essere lecitamente comunicata, di cui all'articolo 49, paragrafo 2, lettere da a) a d), dell'Ordine; e (C) altre persone per le quali questa presentazione possa essere distribuita e diretta legalmente in base alle leggi applicabili (tutte le persone di cui ai punti da (A) a (C) sopra indicate come "persone rilevanti").

Le informazioni contenute in questa presentazione possono includere considerazioni previsionali. Mentre la Società ritiene di avere una base ragionevole per fare previsioni in questa presentazione, GPI avverte che le previsioni non sono garanzia di prestazioni future e che i suoi effettivi risultati operativi, le condizioni finanziarie e di liquidità e lo sviluppo di il settore in cui GPI opera possono differire materialmente da quelli realizzati o suggeriti dalle dichiarazioni contenute in questa presentazione o in dichiarazioni del management di GPI. Inoltre le performance passate non sono un'indicazione affidabile delle prestazioni future.

GPI non si assume alcun obbligo di aggiornare o rivedere pubblicamente le previsioni, sia come risultato di nuove informazioni o per qualsiasi altro motivo. Le informazioni e le opinioni contenute in questa presentazione o nelle dichiarazioni della direzione di GPI sono fornite alla data di questa presentazione o altra data, se indicato, e sono soggette a modifiche senza preavviso. Nessun affidamento può essere posto per qualsiasi scopo sulle informazioni contenute in questa presentazione. Nessuna dichiarazione o garanzia, espressa o implicita, viene fornita da GPI, dalle sue controllate o dai rispettivi consulenti, funzionari, dipendenti o agenti, per quanto riguarda l'accuratezza delle informazioni o delle opinioni o per qualsiasi perdita in qualunque modo derivante, direttamente o indirettamente, da qualsiasi uso di questa presentazione o dei suoi contenuti. Questa presentazione non è diretta o destinata alla distribuzione o all'uso da parte di alcuna persona o entità che sia cittadina o residente o che si trovi in una località, Stato o altra giurisdizione in cui tale distribuzione, pubblicazione, disponibilità o uso sarebbero contrarie a leggi o regolamenti o che richiederebbero qualsiasi registrazione o licenza all'interno di tale giurisdizione.