



AMAI – Alta Manifattura Alimentare Italiana SpA

15° Forum Finanza Prato

28 Settembre 2023

IL PROGETTO AMAI – Alta Manifattura Alimentare Italiana SpA

PROGETTO E SUA IMPLEMENTAZIONE

- Costituzione di un Gruppo industriale formato da un polo di aziende produttrici di eccellenze italiane F&B, verticalmente integrato e coordinato da AMAI S.p.A
- Selezione e acquisizione (con quota di maggioranza) di aziende artigianali eccellenti con l'obiettivo di esaltarne le identità e le caratteristiche distintive
- Creazione di Corporate Brand come «marca ombrello» che racchiude i brand acquisiti e proprietaria di una serie di negozi fisici e canali distributivi (fisici e virtuali) nel mondo

COME GENERIAMO VALORE

- Valorizzazione del potenziale economico inespresso delle controllate
- Potenziamento e valorizzazione dei Brand acquisiti
- Diffusione Internazionale tramite l'apertura di Punti Vendita proprietari e lo sviluppo commerciale verso Canali Distributivi terzi
- Rafforzamento della Capacità Produttiva e di innovazione delle società controllate

ELEMENTI DI UNICITA'

- Unico Gruppo industriale di sole eccellenze italiane Food&Beverage integrate sotto un unico brand consumer a caratterizzazione *premiumness* e *affordable luxury*
- a diffusione diretta internazionale
- un sistema di vendita - retail fisico e digitale - proprietario e partnership coi maggiori operatori retail nel mondo a forte componente esperienziale

IL PROGETTO AMAI SpA

In cosa investiamo: Le categorie di prodotto



Aceto
balsamico



Cioccolato



Confetti
e pastiglie



Confetture e
Miele



Creme
salate



Creme
spalmabili dolci



Pasta
secca



Prodotti da
forno dolci



Prodotti da
forno salati



Frutta
secca



Sottoli e
Sottacetini



Spirits e
Soft-drinks



Sughi
e condimenti



Torrone

Prodotti che rappresentano ed esaltano l'italianità

Prodotti di facile e diffuso consumo, ancorché premium

Prodotti shelf-stable di semplice gestione, logistica e legale

IL PROGETTO AMAI SpA

In cosa investiamo: Aziende di Alta Manifattura Alimentare Italiana

Aziende artigianali italiane da €1-10m di Fatturato, con

- ✓ Tradizione, identità e territorialità
- ✓ Prodotti autentici, originali e distintivi
- ✓ Materie prime da filiere certificate
- ✓ Brand o elementi narrativi necessari al suo sviluppo
- ✓ Potenziale di crescita importante



Aziende e prodotti di cui è possibile valorizzare il potenziale inespresso tramite lo sviluppo di un brand emozionante, l'espansione internazionale sinergica, il rafforzamento della capacità produttiva, l'innovazione di prodotto e la riorganizzazione dei processi interni

168

Le aziende target selezionate sulla base di questi criteri, a partire da un campione di *oltre 600 aziende*

IL PROGETTO AMAI SpA

Chi sono i Consumatori di Premium F&B Made in Italy ?

Consumatori internazionali dai 25 ai 75 anni...

...contemporanei e curiosi...

...attratti dalla bellezza, dalla forma e dal design...

...di diverse fasce di reddito...

...riconoscono nel cibo italiano elementi di eccellenza qualitativa e di sostenibilità

...attribuiscono al cibo una valenza simbolica, culturale e di espressione di sé

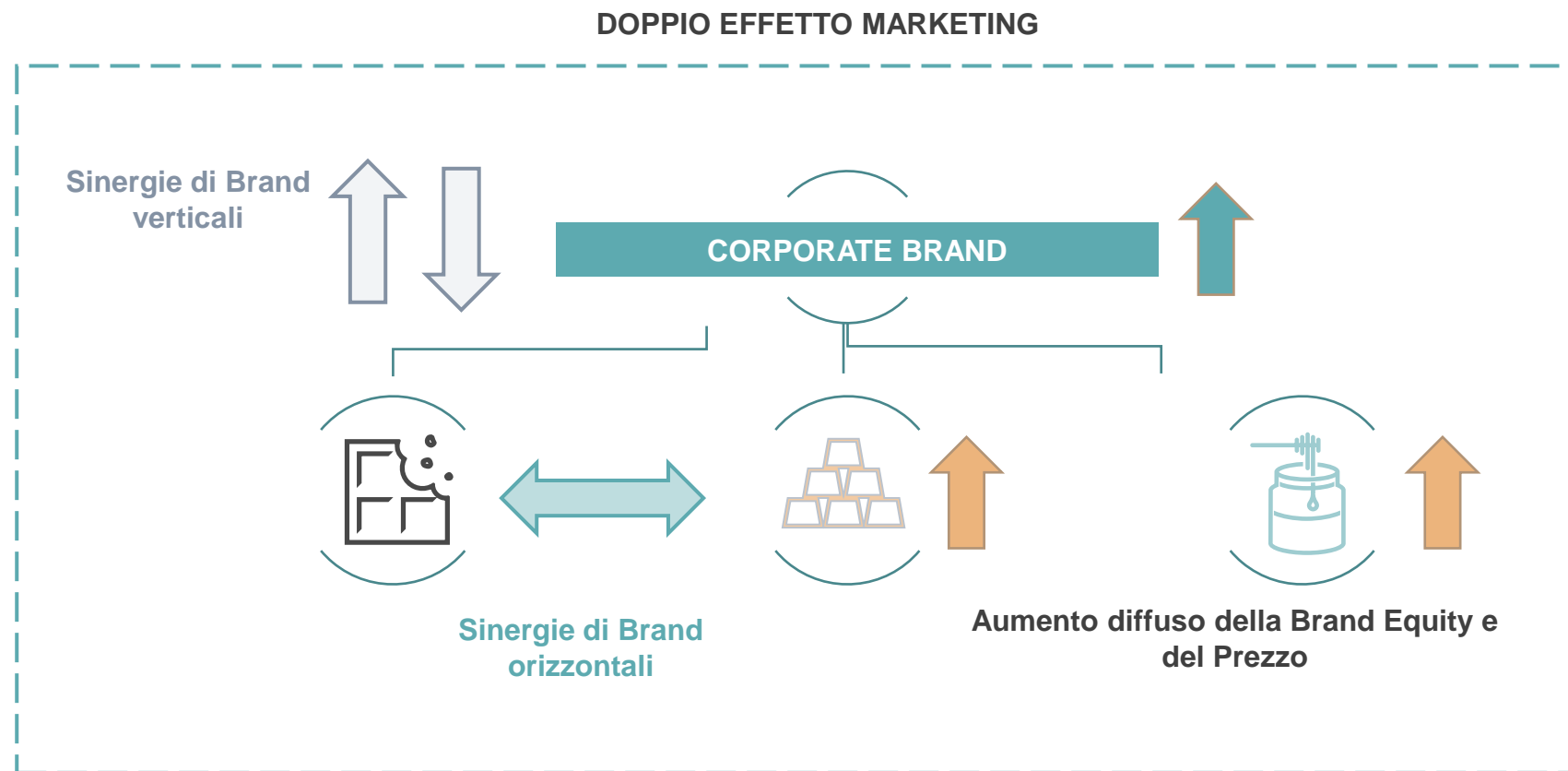


**L'eccellenza del cibo *Made in Italy*
rappresenta per i consumatori target un momento di *lusso accessibile***

IL PROGETTO AMAI SpA

La Crescita a Valore: la Massimizzazione delle Sinergie di Brand

- Il modello prevede un aumento del prezzo medio di vendita grazie ad un **incremento della Brand Equity delle singole controllate**
- Si realizzerà un doppio Effetto di Marketing basato su **sinergie di Brand verticali e orizzontali**
- Verrà svolta un'attività di **Brand Management integrata** e basata sul controllo sia dei Brand dei produttori che di quello Corporate, anche attraverso la costruzione di **sistemi di vendita proprietari**
- Nel rispetto di **heritage** e **distintività** di ciascun brand acquisito, cui sarà assicurata una forte autonomia all'interno di un **progetto integrato e coordinato**



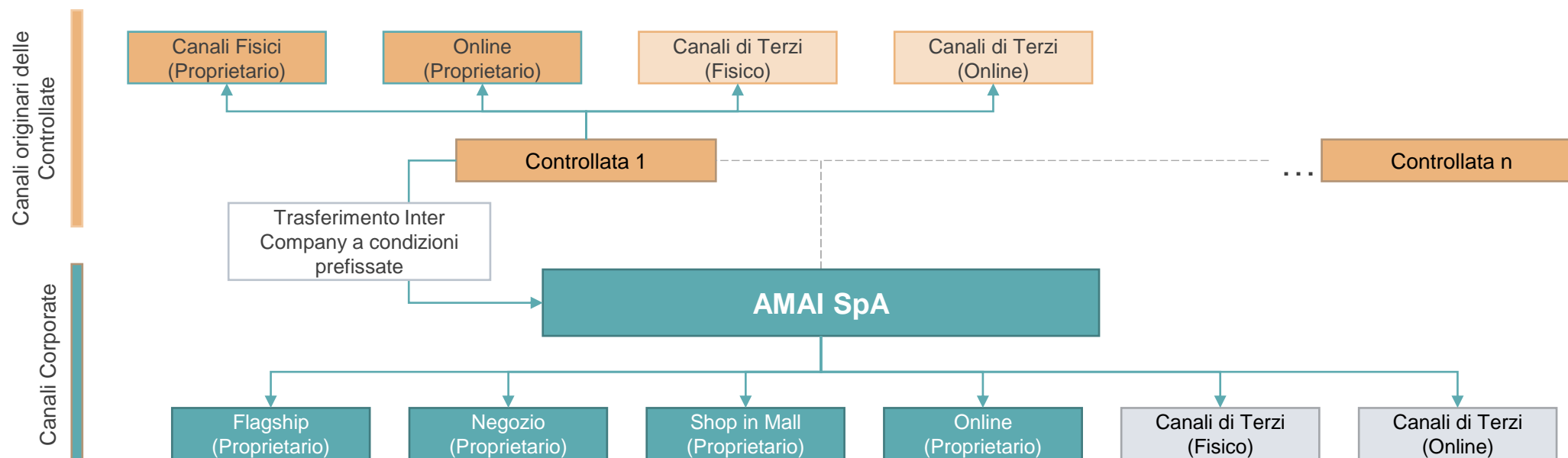
*Costruzione di un sistema integrato di brand proprietari su due livelli:
Corporate e singole controllate*

IL PROGETTO AMAI SpA

La Crescita a Volume: i Canali Distributivi del Gruppo

Il progetto prevede l'apertura di una piattaforma retail Corporate che assicurerà sia una crescita dei volumi venduti (negozi propriari, presenza in punti di vendita di terzi, e-commerce) sia lo sviluppo di awareness (tramite Flagship-Store e comunicazione fisica e digitale omnichannel)

Si prevede il mantenimento dei canali distributivi esistenti delle controllate

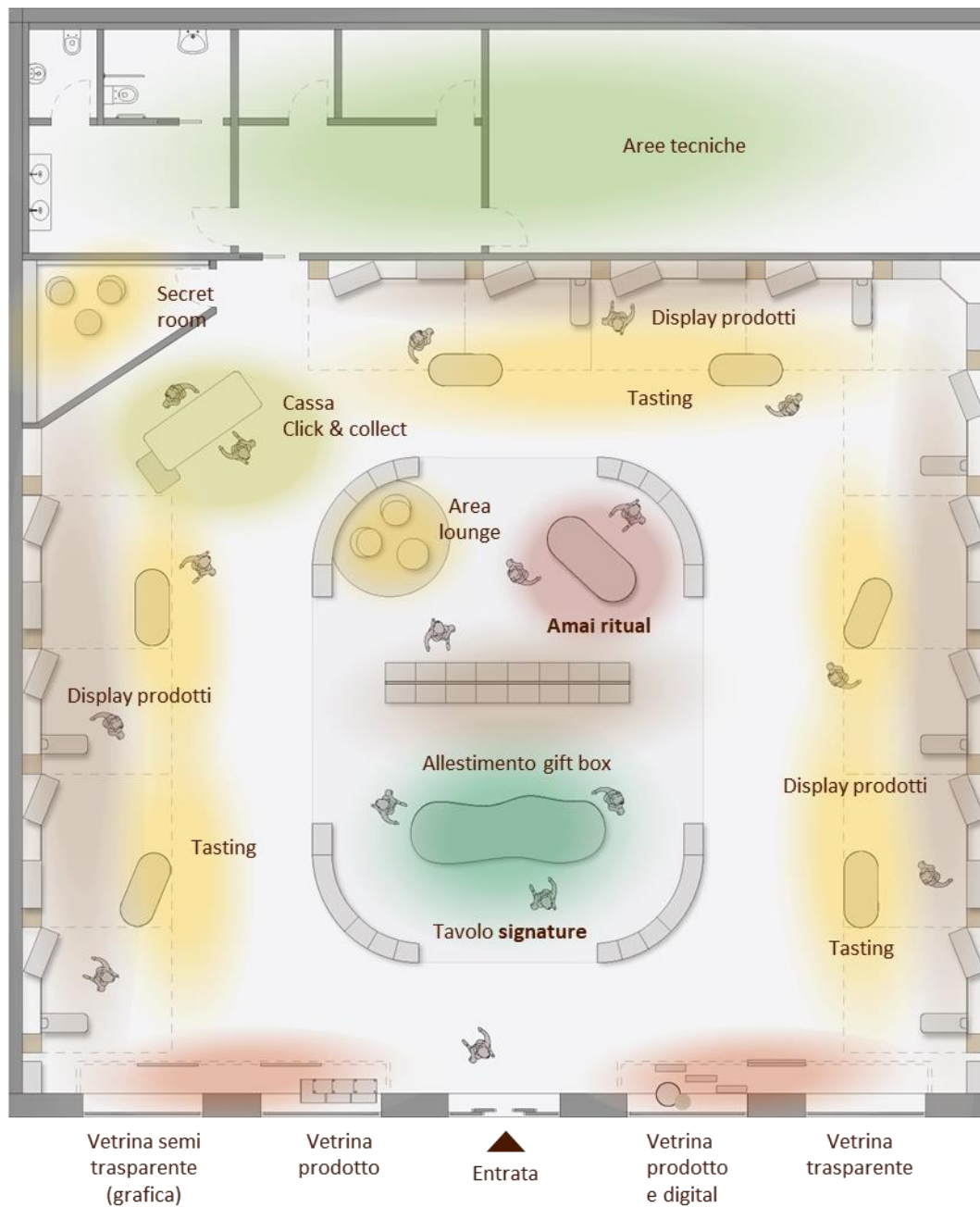


L'integrazione a monte rende AMAI SpA l'unico progetto industriale in ambito di Food italiano a sviluppare un doppio livello di marginalità (manifattura e rivendita)

IL PROGETTO AMAI SpA

Il Retail – il Concept

- Attrattività**
Diversi format di vetrine
- Installazione 'signature'**
Eventi con produttori
- Product display**
Esposizione a isole
Esposizione parietale
Allestimento gift box
- Esperienza**
Tasting prodotti
Scoperta multisensoriale
Area lounge con sedute
Secret room
- Acquisto**
Cassa
Click and collect
- Amai ritual**
- Aree tecniche**

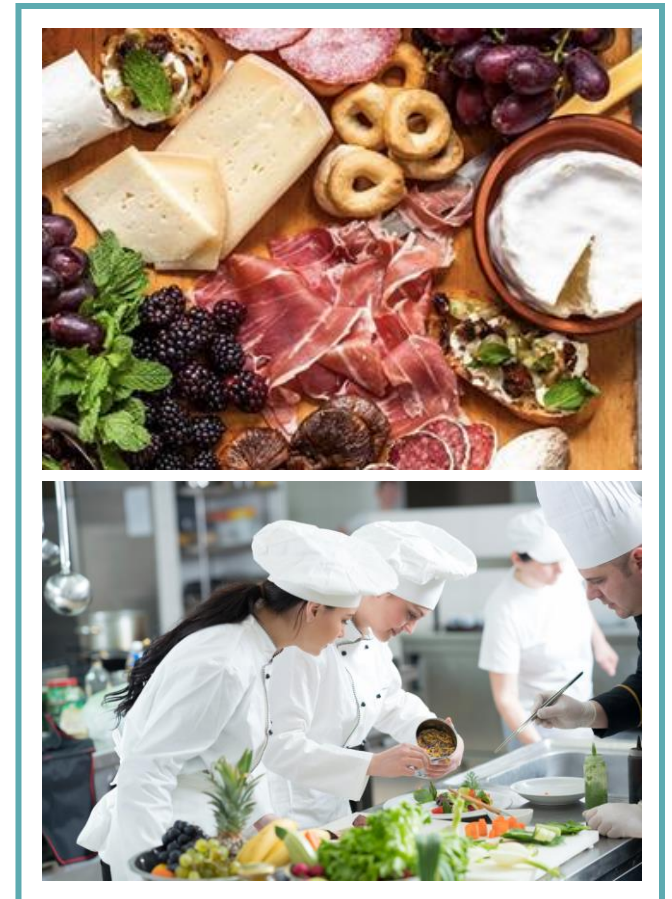


IL PROGETTO AMAI SpA

Possibili ulteriori sviluppi

In fase progettuale sono state considerate alcune possibili iniziative e strategie di sviluppo e valorizzazione del progetto. Queste, che al momento non sono previste nel BP del progetto, potrebbero trovare realizzazione in funzione del percorso e della velocità di crescita aziendale

- Introduzione di **momenti e servizi di somministrazione** in uno o più format retail proprietari
- Accelerazione del processo di crescita attraverso la **distribuzione esclusiva di prodotti di eccellenze qualificanti non acquisibili e partnership con primari operatori internazionali del retail con opportuni modelli di esclusiva**
- Progetto di fornitura di prodotti Food&Beverage in **co-branding con top brand dell'ospitalità di lusso**
- Combinazione con offerta di **servizi di turismo enogastronomico** come elemento sinergico di AMAI SpA
- Iniziative di **comunicazione dirompenti**
- Momenti guidati ed esperienziali di degustazione (**master-class per i consumatori**)
- Partnership con soggetti primari per la realizzazione di **professional Academy per il personale retail**



IL PROGETTO AMAI SpA

Il Team

I Fondatori



Massimiliano Bruni

- Docente di strategia e di branding nelle due più prestigiose realtà italiane di management e di comunicazione (SDA Bocconi e Università IULM) e nel programma Elité di Borsa Italiana
- Strategic Advisor con più di 25 anni di esperienza in Italia e all'estero.
- Partecipa al dibattito pubblico e a seminari sui temi strategici del settore Food & Beverage in Italia e all'estero.



Giuseppe Di Stefano

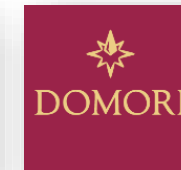
- Business Advisor con esperienza trentennale nel settore bancario e nell'M&A ha concentrato la sua attività nei fondi di Private Equity con un focus sui beni di consumo.
- Ha lavorato presso la EBRD, in Lehman Brothers, Intesa Sanpaolo e la Banca Mondiale. Ha conseguito una Laurea in Giurisprudenza presso l'Università di Roma e un Master in Finanza alla George Washington University

Il CEO



Lelio Mondella

- Più di 25 anni di provata esperienza manageriale nel settore del Fast Moving Consumer Goods, nel Sustainable Food e nel Settore del Lusso
- Docente presso la SDA Bocconi e Luiss Business School di Luxury and Fine Food Management



IL PROGETTO AMAI SpA

Il Partner Strategico - the RoS

Società di consulenza strategica e di branding, specializzata in progetti di crescita e di posizionamento competitivo, con una forte esperienza nel settore Food&Beverage



Esperienza e metodo nell'individuazione di prospettive e di *percorsi di crescita* per le aziende con *potenziale inespresso*

Team altamente *diversificato* e *dinamico*, con *competenze integrate* ed *esperienze variegate*, dalla finanza al marketing

Conoscenza ed esperienza approfondita nel mondo del *food* grazie alla collaborazione con numerose aziende del comparto

ALCUNE DELLE AZIENDE
CHE HA SUPPORTATO



FERRERO



IL PROGETTO AMAI SpA

Dati Economico – finanziari (da Business Plan)

Principali dati
Economico-Finanziari a
fine Piano (2031)

- Numero aziende controllate ≥ 12
- Fatturato Consolidato: EUR 278 milioni
- # Punti vendita: 90, di cui 40 diretti (6 Flagships; 18 Negozi; 16 Shops in Mall) e 50 di terzi
- Vendite online circa 20%
- EBITDA Consolidato EUR 43 milioni (16%)
- PFN: EUR 70 milioni
- PFN/ EBITDA: 1.6x
- Cash on cash return : 5.6x (exit multiple 12x)