



STAR CONFERENCE 2008

Amministratore Delegato **Giovanni Bossi**

Direttore Generale **Alberto Staccione**

Highlights

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Dati economico-finanziari consolidati

Strategia

Allegati

Highlights: mercato di riferimento di elevate dimensioni

Mercato italiano del factoring

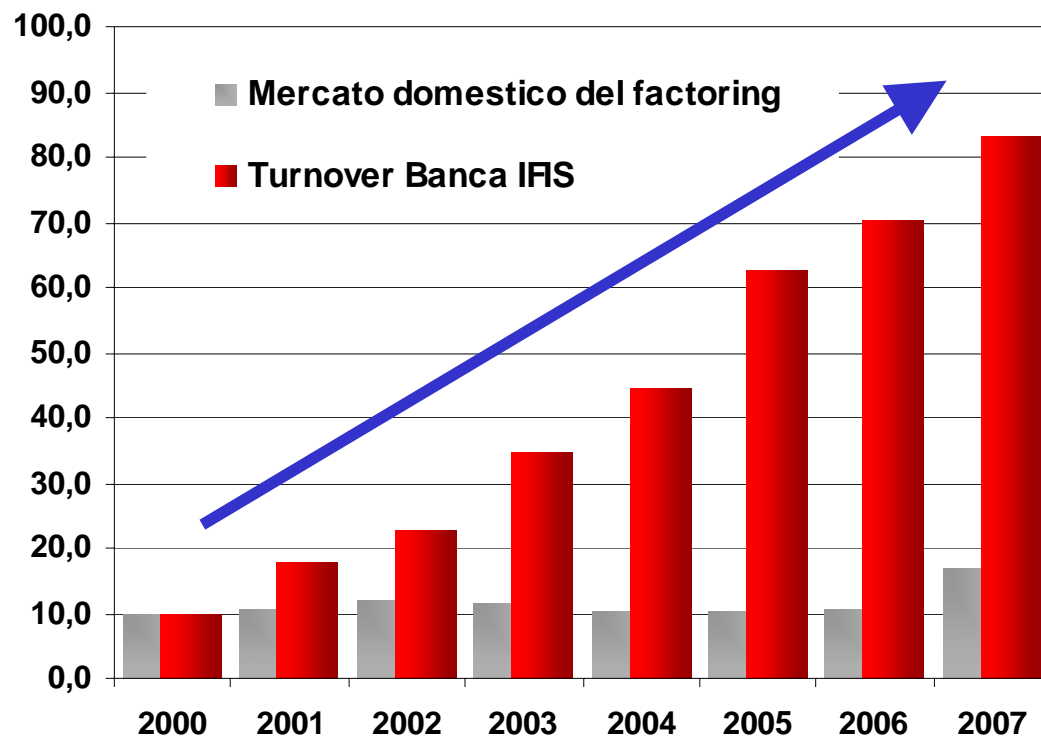
Turnover 2007 del mercato italiano del factoring pari a circa 109,1 miliardi di Euro (Fonte Assifact); impieghi pari a 24 miliardi di Euro (Stima Banca IFIS)

+

Mercato italiano della finanza commerciale a breve termine

Mercato italiano 2007 della finanza commerciale a breve termine pari a 337 miliardi di Euro (stime Banca IFIS su dati Banca d'Italia settembre 2007)

Highlights: crescita superiore al mercato



CAGR
mercato
2000-2007

+ 8,0 %

CAGR
Banca IFIS
2000-2007

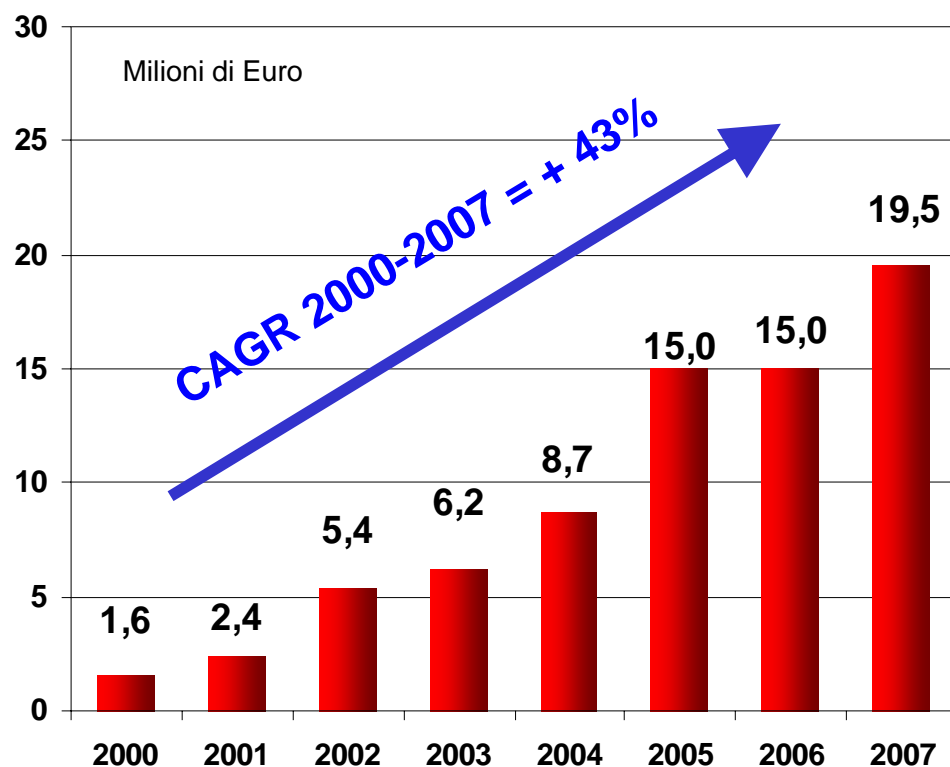
+ 35,3 %

Nota: valori del 2000 pari a 10

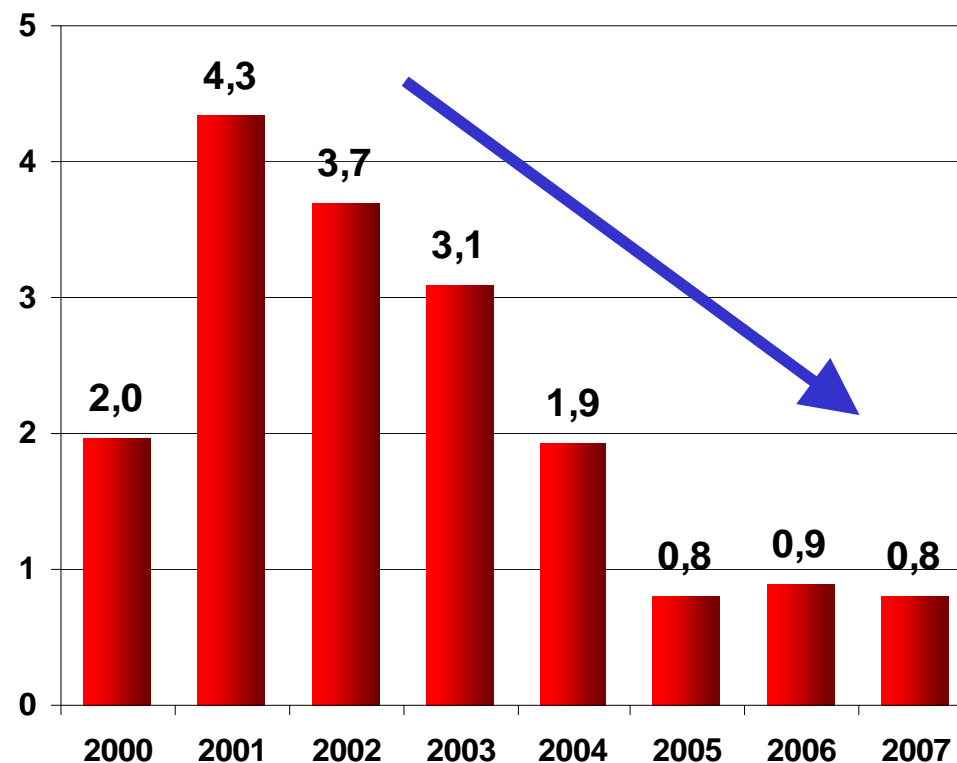
Turnover: importo dei crediti acquistati dalla Società

Highlights: elevata redditività e limitato rischio creditizio

Utile netto



Sofferenze/Impieghi %



Nota: a partire dal 2002, con la trasformazione in Banca, la Società ha adottato politiche creditizie più stringenti

Highlights

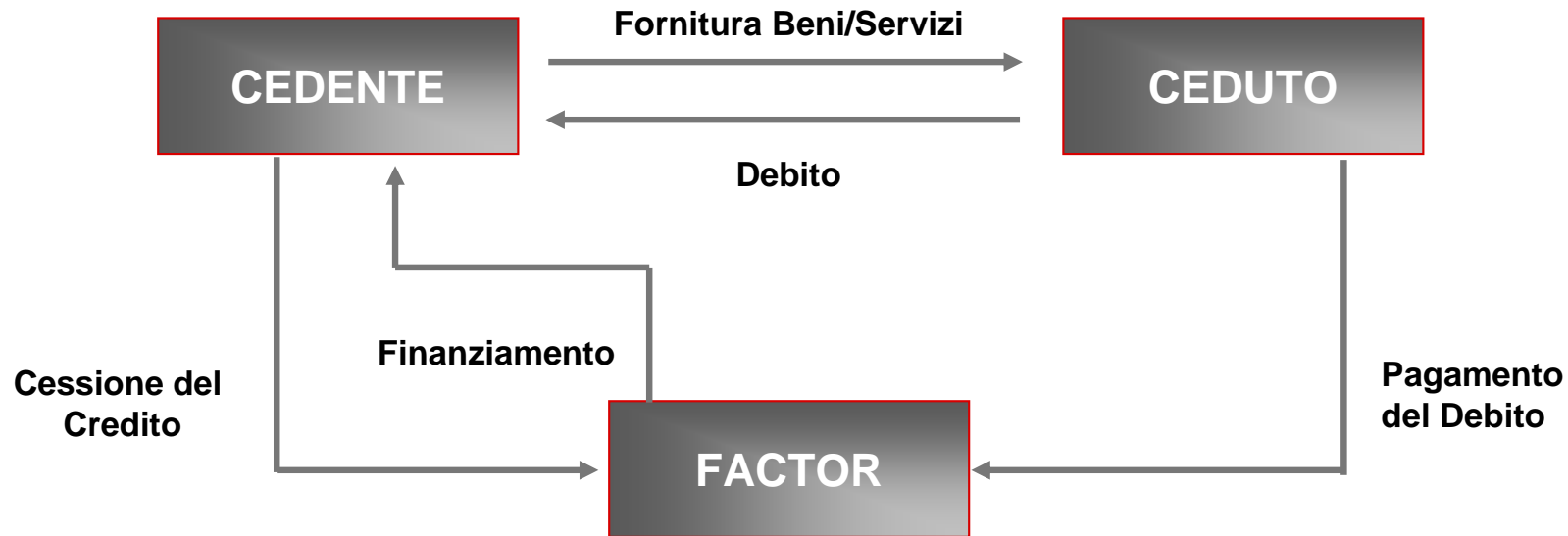
Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Dati economico-finanziari consolidati

Strategia

Allegati

Cos'è il factoring



- ◆ In generale, il finanziamento alle imprese tramite l'utilizzo del factoring consente al factor di **trasferire il rischio di credito** dal soggetto finanziato (il cedente) al soggetto che, alla scadenza, è impegnato al pagamento dei crediti risultanti dalle cessioni di beni o dalle prestazioni di servizi (il debitore ceduto).
- ◆ La struttura dell'operazione consente di avere la **massima efficienza** quando il debitore ceduto ha uno standing creditizio superiore a quello del cliente cedente e quando la qualità del credito è confermata e/o adeguatamente documentata.
- ◆ La possibilità di rivalsa sul debitore ceduto e, successivamente, sul cedente finanziato, rappresenta quindi per il factor una notevole **limitazione del rischio**.

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

- ◆ Il mercato italiano del factoring è oggi caratterizzato da tre tipologie di operatori:

Società di factoring di emanazione bancaria

- Intesa Mediofactoring
- Ifitalia - Gruppo BNL
- Italease Factorit
- MPS Leasing & Factoring
- Unicredit Factoring
- Altri

Società di factoring di espressione industriale o specializzate

- Serfactoring – Gruppo ENI
- Fercredit – Gruppo FS
- ENEL Factor
- Farmafactoring
- Altri

Operatori indipendenti

- **Banca IFIS**

- ◆ Gli operatori di emanazione bancaria e industriale agiscono quali “società prodotto” ed operano in modo prevalente o esclusivo all’interno del gruppo di riferimento. L’autonomia strategica e operativa di questi operatori risulta spesso limitata dalle logiche di gruppo.
- ◆ Nell’ultimo biennio i primi 5 operatori concentravano circa il 65% del turnover complessivo.
- ◆ Gli operatori specializzati realizzano la propria attività esclusivamente all’interno di specifici segmenti di mercato, come per esempio il comparto sanitario. La loro operatività non è traslabile sul mercato di massa

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo (segue)

- ◆ Questi operatori si differenziano anche sensibilmente per una differente modulazione degli obiettivi, strategie, clientela di riferimento e approccio al rischio di credito, tra due principali modelli di business.

Approccio alla Dimensione

- **Clients** cedenti generalmente di rilevanti dimensioni ed elevato standing.
- **Debitori** ceduti non necessariamente di elevato standing.
- **Portafoglio** crediti ceduti di elevato controvalore, spesso diversificato e frazionato.
- **Valutazione statistica** del portafoglio.
- **Anticipazione** valutata in relazione al merito creditizio del cedente.

Operatori tradizionali

Approccio alla Redditività

- **Clients** cedenti generalmente di non rilevanti dimensioni.
- **Debitori** ceduti necessariamente di elevato standing.
- **Portafoglio** crediti ceduti anche di non elevato valore, spesso concentrato.
- **Valutazione** analitica del portafoglio.
- **Anticipazione** valutata in relazione al merito creditizio del debitore.

Banca IFIS

La valutazione del rischio nel factoring: i diversi approcci

Valutazione tradizionale del rischio



Focus sul CEDENTE

Valutazione del rischio condotta Banca IFIS

I tre pilastri della valutazione del rischio

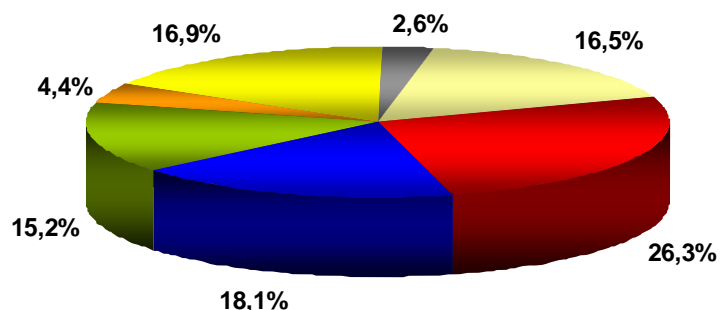


Focus sul CEDUTO

Posizionamento del Gruppo: i clienti e i debitori

Ripartizione Impieghi su Clienti al 31/12/2007

■ XSmall XXSmall ■ Small ■ Medium ■ Large ■ XLarge ■ XXLarge ■ Non classificabili



Classi di fatturato

XSmall/XXSmall = da 0 a 5 milioni di euro

Small = da 5 a 15 milioni di euro

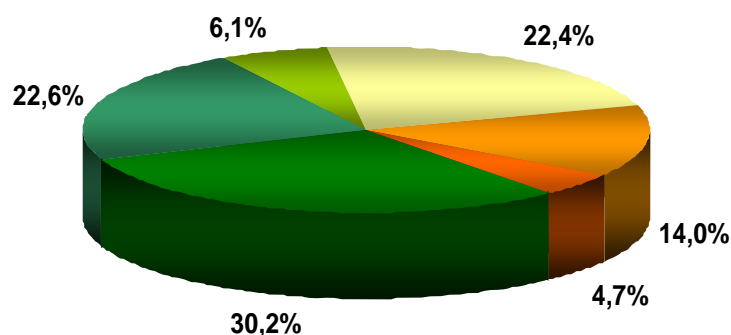
Medium = da 15 a 50 milioni di euro

Large = da 50 a 100 milioni di euro

XLarge/XXLarge = oltre i 100 milioni di euro

Monte Crediti al 31/12/07 per Standing Debitori

■ Pubblica Amministrazione ■ Grandi Gruppi ■ Eccellente ■ Buono ■ Medio ■ Basso

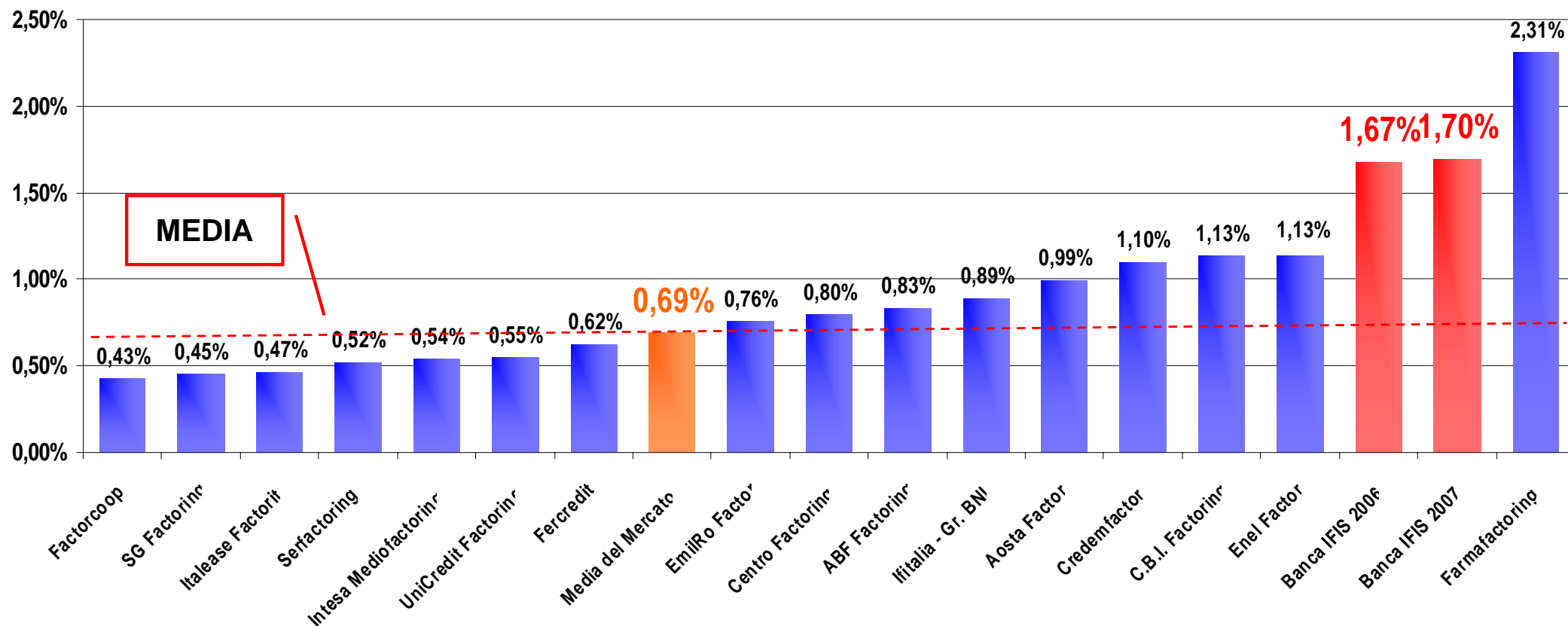


L'81,3% del Monte Crediti in essere al 31/12/07 è costituito da crediti nei confronti di Debitori di Elevato Standing. A ciò si aggiunge l'orizzonte temporale delle operazioni di factoring (90/120 gg) quale ulteriore garanzia della solvibilità della totalità dei debitori

Posizionamento del Gruppo in termini di MDI su Turnover

MDI/Turnover

Anno 2006



Fonte: Assifact

Posizionamento del Gruppo: la struttura commerciale

- ◆ Operano nelle succursali **59 sales** – tra cui **25 giovani risorse formate internamente** – la cui remunerazione è legata, in media per il 35%, agli obiettivi predeterminati dal budget.

- ◆ 30 accordi commerciali con Banche
- ◆ 4 accordi commerciali con Confederazioni di Banche di Credito Cooperativo (Veneto, Friuli Venezia Giulia, Piemonte Liguria e Valle d'Aosta, Emilia Romagna)
- ◆ 79 accordi con broker e altri intermediari
- ◆ 16 accordi con debitori istituzionali
- ◆ 10 accordi con associazioni di categoria



Riferiscono alle succursali nel territorio
e
percepiscono una parte dei ricavi della Banca

Highlights

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Dati economico-finanziari consolidati

Strategia

Allegati

Dati economici consolidati 2004-2007

Dati Economici Consolidati

€ migliaia	ANNO				CAGR
	2007	2006	2005	2004	2004/2007
Margine di intermediazione	53.718	41.211	38.182	27.958	24,3%
Rettifiche di valore nette su crediti per deterioramento di crediti	(2.470)	(1.788)	(3.976)	(4.054)	-15,2%
Risultato netto della gestione finanziaria	51.248	39.423	34.206	23.904	28,9%
Costi operativi	(22.566)	(15.811)	(13.691)	(10.526)	28,9%
Utile dell'operatività corrente al lordo delle imposte	28.682	23.612	20.515	13.378	29,0%
Utile netto	19.534	15.012	14.948	8.734	30,8%
Cost/Income Ratio	42,0%	38,4%	35,9%	37,6%	

Dati economici: analisi per trimestre (2007)

Nel 2H07 si sono manifestati i primi effetti positivi del “repricing del rischio”, aumentando la redditività dei clienti

Redditività: Evoluzione Trimestrale

€ migliaia	ESERCIZIO 2007			
	4° Trim.	3° Trim.	2° Trim.	1° Trim.
Margine di intermediazione	15.836	15.008	12.407	10.467
Utile da cessione o riacquisto di:	-	1.515	1.070	-
a) attività finanziarie disponibili per la vendita	-	1.515	1.070	-
Utile ante imposte	8.653	7.772	6.719	5.538
Utile netto	5.643	5.645	4.741	3.505
N° Clienti	1.917	1.775	1.744	1.547
MDI Adjusted	15.836	13.493	11.337	10.467
MDI/Turnover	1,73%	1,77%	1,50%	1,46%

Nota: Il rapporto MDI/Turnover è calcolato utilizzando il MDI *adjusted*

◆ Media clienti 1H 2007 = 1.645; Media clienti 2H 2007 = 1.846



+ 12% circa

◆ Media MDI adj. 1H 2007 = Euro 10.902 mil.; Media MDI adj. 2H 2007 = Euro 14.665 mil.



+ 35% circa

Dati patrimoniali consolidati 2004 - 2007

Dati Patrimoniali Consolidati

€ milioni	CONSISTENZE AL				CAGR
	31/12/07	31/12/06	31/12/05	31/12/04	2004/2007
Crediti verso banche	312,1	267,3	128,8	13,9	182,1%
Crediti verso clientela	923,1	783,0	710,9	468,2	25,4%
Immobilizzazioni	34,7	31,0	24,3	18,8	22,7%
Altre voci dell'attivo	5,5	11,3	12,7	7,8	-11,0%
Totale Attivo	1.275,3	1.092,6	876,7	508,7	35,9%
Debiti verso banche	1.010,4	836,4	627,0	295,8	50,6%
Debiti verso clientela	57,8	82,6	93,9	103,4	-17,6%
Titoli in circolazione	36,1	42,7	35,5	41,4	-4,5%
Patrimonio netto	134,0	108,3	100,3	54,2	35,2%
Altre voci del passivo	37,1	22,7	20,0	13,8	39,1%
Totale Passivo	1.275,3	1.092,6	876,7	508,7	35,9%

Dati patrimoniali consolidati: la raccolta

◆ Cosa è successo da luglio 2007 ad oggi?

- Sostanziale stabilità delle linee disponibili (da 1.242 a 1.184 milioni di euro, con una lieve diminuzione a seguito dei processi di fusione del mercato bancario)
- Aumento delle linee “*committed*” a medio termine passate da 70 a 211 milioni di euro
- La vita media ponderata (su base annua) passa da 102 giorni a 165 giorni

RACCOLTA	
Interbancario a breve termine	Euribor 3M + 0 ÷ 20 bps
Interbancario a 18 mesi	Euribor 3M + 30 ÷ 70 bps
Obbligazioni convertibili	Tasso fisso = 4,375%
Programma di cartolarizzazione	Euribor 3M + 45 ÷ 70 bps
Depositi alla clientela	Euribor 3M - 20 ÷ 50 bps
Prestito sindacato (Euro 171 milioni)	Euribor 3M + 55 bps

Dati patrimoniali consolidati: il patrimonio netto

N° Azioni ad oggi: 31.213.652

N° Azioni post esercizio Warrant (luglio 2008): 34.284.734

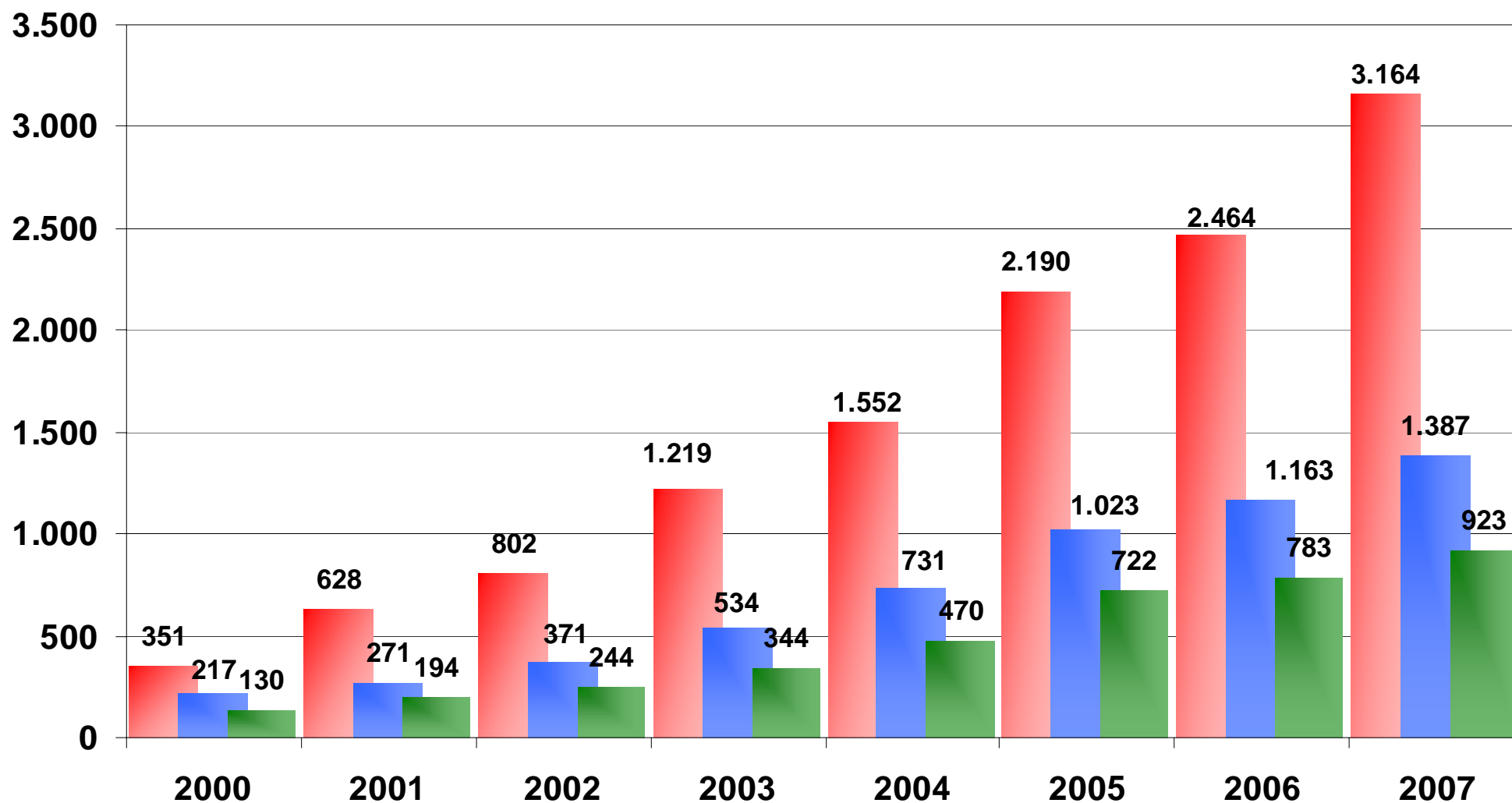
N° Azioni post conversione prestito obbligazionario convertibile (luglio 2009): 38.898.814

**Il Patrimonio Netto
al 31 dicembre 2009
è stimato nel range dei 220/240 milioni di euro**

Turnover, monte crediti e impieghi 2000 - 2007

€ milioni

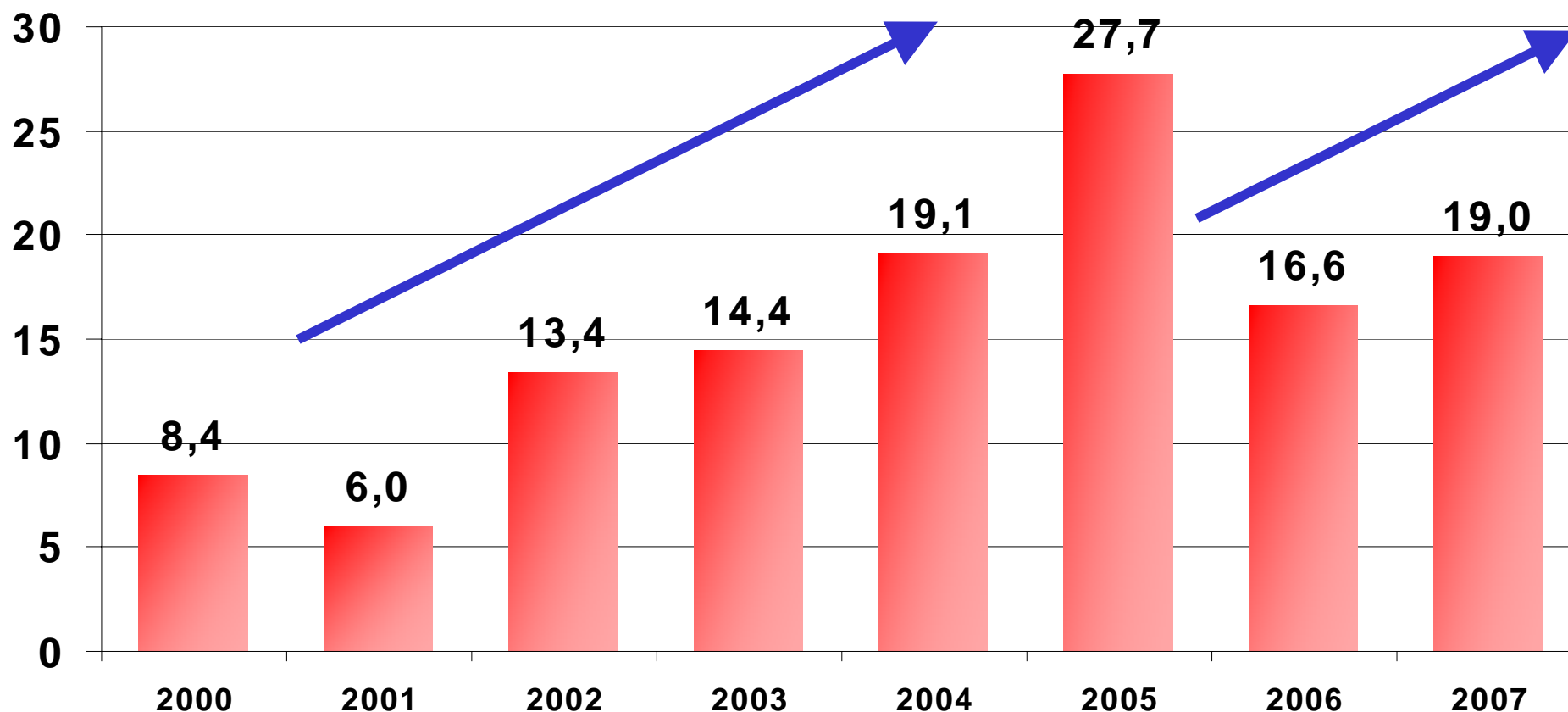
■ Turnover ■ Monte crediti ■ Impiego



ROE % 2000 - 2007

- ◆ La contrazione del ROE tra il 2005 ed il 2006 è conseguenza dell'aumento di Patrimonio Netto risultante dall'Aumento di Capitale perfezionato nel mese di dicembre 2005.

ROE* (%)



* Il ROE 2005 e 2006 è calcolato come Utile Netto rapportato alla media ponderata del Patrimonio Netto ad esclusione delle riserve da valutazione. Il ROE 2007 è una stima basata sui dati preconsuntivi al 31/12/2007.

Highlights

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Dati economico-finanziari consolidati

Strategia

Allegati

Strategia: le linee guida

“Da banca transazionale a banca relazionale per le PMI”

1. Crescita interna nel *core business*

- ◆ Portare il modello vincente del supporto finanziario “*asset based*” da una nicchia alla massa delle PMI
- ◆ Potenziamento della rete distributiva
- ◆ Mantenimento della redditività con qualità elevata del servizio reso

2. Internazionalizzazione del *core business*

- ◆ Replicare il modello nei Paesi europei
- ◆ Diffondere il network proprietario
- ◆ Realizzare economie di mercato
- ◆ Sfruttare la domanda di finanza transfrontaliera a favore delle imprese medio-piccole

3. Ampliamento della gamma dei prodotti offerti

- ◆ Utilizzare una rete commerciale proprietaria
- ◆ Ampliare la capillarità della rete territoriale
- ◆ Distribuzione di altri servizi

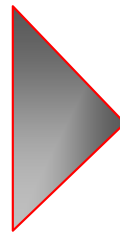
4. Ampliamento delle fonti di raccolta

- ◆ Potenziamento delle relazioni con le banche italiane ed europee
- ◆ Accesso diretto all'Eurosistema
- ◆ Negoziazione di ulteriori prestiti sindacati a 18 mesi
- ◆ Avvio di programmi di raccolta al dettaglio
- ◆ Ampliamento del programma di cartolarizzazioni

Strategia: il nuovo modello

Banca transazionale

- ◆ Percepita come specialista del prodotto factoring per le PMI
- ◆ Il rapporto con il cliente è funzionale al perfezionamento dell'operazione di factoring e si esaurisce con essa
- ◆ Focus concentrato sulla redditività della singola operazione



Banca relazionale

- ◆ Percepita come interlocutore privilegiato per le esigenze di finanziamento e servizio alle PMI
- ◆ Il rapporto con il cliente quale elemento centrale: i clienti sono seguiti da *relationship manager*
- ◆ Focus sulla redditività della relazione cliente nel suo complesso

Strategia: 1. crescita interna nel core business

- ◆ Raggiungere i clienti potenziali tramite il rafforzamento della rete proprietaria e diffusione di cultura sul prodotto factoring.
- ◆ Nuove sedi territoriali: da 14 a inizio 2008 a 28 a fine 2010. Strutture leggere con *break even* entro un anno dallo *start-up*.
- ◆ Selezione e formazione interna: Junior Sales su tutto il territorio nazionale. Forte componente variabile della retribuzione – fino al 100% della retribuzione fissa – basata su redditività, qualità e diversificazione delle relazioni con la clientela.
- ◆ Accordi con banche (Bcc e banche di prossimità) radicate sul territorio per raggiungere tutte le PMI italiane. Retrocessioni del 30-40% sulle sole commissioni di factoring.
- ◆ Attenzione all'impresa cliente di piccola dimensione e ad alto potenziale di crescita, meno seguita dalle banche tradizionali, più redditizia, più debole ma con rischio di credito sempre trasferito sul debitore ceduto forte.

Strategia: 2. internazionalizzazione

- ◆ Il factoring in Italia è avanzato molto più di quanto non sia in altri Paesi europei.
- ◆ In linea con la globalizzazione delle economie europee e non, esiste una forte domanda da parte delle imprese nei confronti di un prodotto finanziario, gestionale e assicurativo.
- ◆ Il factoring ha enormi spazi di crescita in Paesi con economie a media industrializzazione e media finanziarizzazione. Consente e richiede un approccio al rischio *asset based* anziché concentrato sul cliente. Questo appare vincente nei confronti delle PMI e di Paesi a media o bassa trasparenza informativa.
- ◆ Buoni risultati in Polonia (IFIS Finance): 110 mln di turnover nell'anno di *start-up* con previsioni di raddoppio nel 2008.

Sviluppo diretto

- ◆ Replica del modello attuato in Polonia attraverso l'apertura di un factor in Romania entro i prossimi mesi del 2008.
- ◆ Avvio operativo della branch a Parigi entro i prossimi mesi del 2008.
- ◆ Piccole/medie acquisizioni in Paesi centroeuropei e/o caratterizzati da tessuto industriale adeguato.

Sviluppo indiretto

- ◆ Continuo sviluppo dei canali commerciali già esistenti.
- ◆ Partecipazione a Factor Chain International quale interlocutore italiano di eccellenza.

Obiettivo: gestire e finanziare il capitale circolante delle imprese europee tramite un network proprietario e conoscenze di eccellenza del mercato globale del credito

Strategia: 3. ampliamento della gamma dei prodotti offerti

- ◆ Forte istanza da parte delle imprese e della rete a favore dell'ampliamento dell'offerta.
- ◆ Dopo l'avvio della distribuzione del leasing (accordo con Centro Leasing Banca su tutto il territorio nazionale), nuove prospettive in settori di servizio alle imprese.
- ◆ Tramite questo nuovo approccio, aumenta in modo importante la *retention*, elemento sensibile per uno specialista di prodotto (il cliente che esaurisce il bisogno di factoring o supporto a breve termine tende a chiudere la relazione; in presenza di molteplicità di prodotti offerti la relazione resta aperta indefinitamente).
- ◆ Aree di potenziale interesse distributivo: assicurazione (in corso di avvio come corollario al leasing); finanza a medio/lungo termine (con accordi di distribuzione con specialisti); servizi per le imprese (nel sostegno al ciclo attivo) e per gli imprenditori.

Strategia: 4. la raccolta

Il fabbisogno finanziario di Banca IFIS è a brevissimo termine: la durata media degli impieghi sulla clientela è di 110 giorni; gli impieghi verso banche sono a vista. Impieghi finanziari solo a breve termine.

- ◆ **Potenziamento delle relazioni bilaterali con banche italiane ed europee.** Azione volta all'incremento dei 130 rapporti attuali, rilevato il buon gradimento delle banche rispetto al *business model*.
- ◆ **Accesso diretto all'Eurosistema.** Infrastruttura tecnologica pronta. Avvio programmi volti alla generazione di attività stanziabili (entro il primo semestre 2008). Utilizzo dell'accesso per contenere il costo della raccolta sulle scadenze più brevi.
- ◆ **Negoziazione di ulteriori prestiti sindacati a 18 mesi** (dopo i 171 milioni utilizzati a gennaio 2008) compatibilmente con le condizioni del mercato. Modesta rilevanza del maggior costo di tale forma di finanziamento, in un contesto trainato dai margini sulla clientela più che dal contenimento dei costi della raccolta.
- ◆ **Predisposizione di un programma EMTN** in attesa di un eventuale miglioramento delle condizioni di liquidità del sistema.
- ◆ **Avvio di programmi di raccolta al dettaglio**, anche in forma "online", considerato che l'attuale costo medio di raccolta della Banca è in linea con l'Euribor a 3 mesi.
- ◆ Ampliamento a 300/400 milioni del **programma di cartolarizzazione** dei crediti con ottimizzazione degli aspetti operativi e di costo.

Strategia: target 2010

2007		Target 2010
Turnover 3,2 MLD di euro	▶	+ 100%
N° Clienti 1.900 circa	▶	+ 100%
MDI/Turnover 1,70%	▶	Compreso nel range 1,60% - 1,70%
Cost/Income ratio 42%	▶	Almeno in linea con il periodo 2003-2006
Utile netto 19,5 milioni di euro	▶	+ 100%

I target non includono gli effetti dell'ampliamento della gamma dei prodotti offerti

Highlights

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Dati economico-finanziari consolidati

Strategia

Allegati

I milestones di Banca IFIS

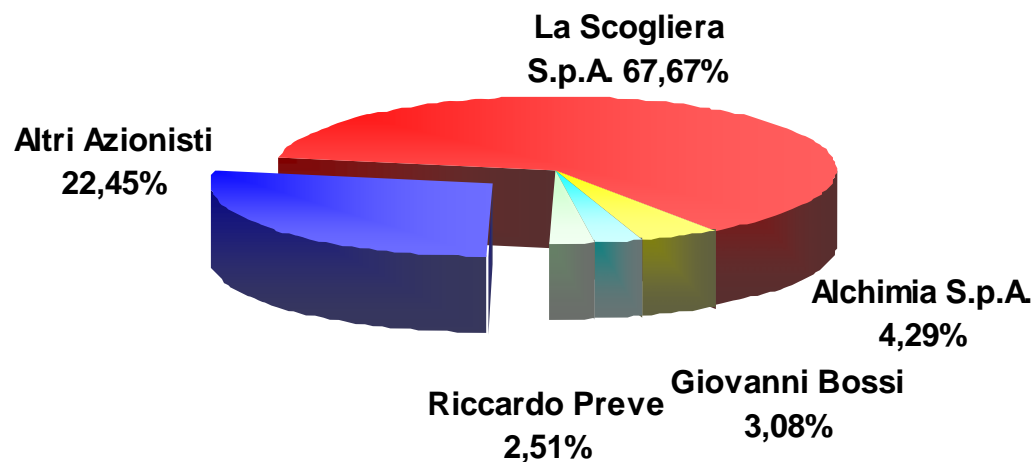
- 1983** Costituita la Società con denominazione “I.Fi.S. - Istituto di Finanziamento e Sconto S.p.A.”
- 1989** Ammissione delle azioni al Mercato Ristretto di Milano
- 1997** Iscrizione all’elenco speciale degli intermediari finanziari ex art. 107 del TULB
- 2001** Autorizzazione all’esercizio dell’attività bancaria a far data dal 1 gennaio 2002
- 2003** Ammissione al Mercato Telematico Azionario
- 2004** Ammissione al Segmento STAR
- 2005** Aumento di capitale, Equity pari a 100 mln di Euro
- 2006** L’agenzia di rating Fitch assegna l’investment grade (BBB-). Internazionalizzazione: apertura ufficio di Parigi. Acquisizione di IFIS Finance in Polonia (già FIDIS FACTORING POLSKA)
- 2008** 215 addetti, 14 Filiali in Italia (compresa la costituenda Filiale di Genova), Uffici di Rappresentanza a Bucarest ed a Budapest, Ufficio di Parigi, IFIS Finance

Azionariato stabile e management committed

La Scogliera S.p.A. è controllata da Sebastien Egon Fürstenberg, Presidente di Banca IFIS.

L'Amministratore Delegato Giovanni Bossi è il terzo azionista della Banca dal 1995.

Azionariato



Piani di stock option

- ◆ 5 piani di stock option – due dei quali già attivati – destinati a tutti i dipendenti della Banca (per il CdA coinvolti Amministratore Delegato e Vice Presidente).
- ◆ Obiettivi del piano:
 - Fidelizzazione, identificazione/coinvolgimento dei dipendenti;
 - attrarre risorse esterne;
 - coinvolgimento del management nei confronti dei risultati aziendali.

Dati aggiornati al 31 dicembre 2007

Prodotti e attività del Gruppo: i servizi offerti

Servizio di Anticipazione (Finanziamento)

- ◆ Il cliente ottiene una anticipazione totale o parziale dei crediti ceduti.
- ◆ È possibile finanziare anche crediti futuri (frequente nei contratti d'appalto).

Servizio di Garanzia

- ◆ Permette all'azienda cliente di ottenere totale o parziale garanzia contro i rischi di insolvenza.
- ◆ È comune una condivisione del rischio di insolvenza tra il factor e l'azienda che chiede la copertura, che pertanto resta parziale.

Servizio di Gestione

- ◆ Amministrazione, gestione e incasso dei crediti dell'azienda cliente. Questo servizio non prevede finanziamento o garanzia e non comporta assunzione di rischi da parte della Banca. È scarsamente rinvenibile da solo.

Prodotti e attività del Gruppo: la redditività per prodotto

Servizi di gestione	→ Commissione factoring pro solvendo (flat, mensile)	da 0,10% a 1% sul totale del credito
Garanzia	→ Commissione factoring pro soluto	da 0,10% a 1,50% sul totale del credito garantito
Anticipazione	→ Margine interessi, spread su EURIBOR 3 mesi	da 50 bps a 350 bps sull'effettivo impiego finanziario
Servizi di acquisto a titolo definitivo	→ Commissione omnicomprensiva per la garanzia, la gestione e l'anticipazione	dal 2% al 9% sul totale del credito acquistato

Prodotti e attività del Gruppo: il sistema di internal rating

- ◆ Banca IFIS ha sviluppato un proprio Sistema di Internal Rating (SIR).
- ◆ Il SIR consente:
 - di attribuire con immediatezza un *rating* al debitore, al cedente e all'operazione;
 - di definire un *pricing* adeguato al rischio dell'operazione;
 - di monitorare il *rating* controparte.

Cedente			Debitore	
AZIENDA CEDENTE			AZIENDA DEBITORE	
Score automatico	Score rettificato		Score automatico	Score rettificato
71,44	71,44	BILANCIO	35,36	35,36
45,38	45,38	SETTORE	61,95	61,95
100,00	100,00	CENTRALE RISCHI	19,10	19,10
0,00	0,00	INFO ESTERNE	0,00	0,00
100,00	100,00	SEGMENTO DIMENSIONALE	0,00	0,00
86,63	86,63	SCORE DI SINTESI	32,42	32,42
C	C	RATING DI SINTESI	A	A

Credito maturato su contratto perfezionato per fornitura di beni

Documentato	Ceduto	Notificato	Senza adesione
Con riserva	Non confermato	Condizionato	

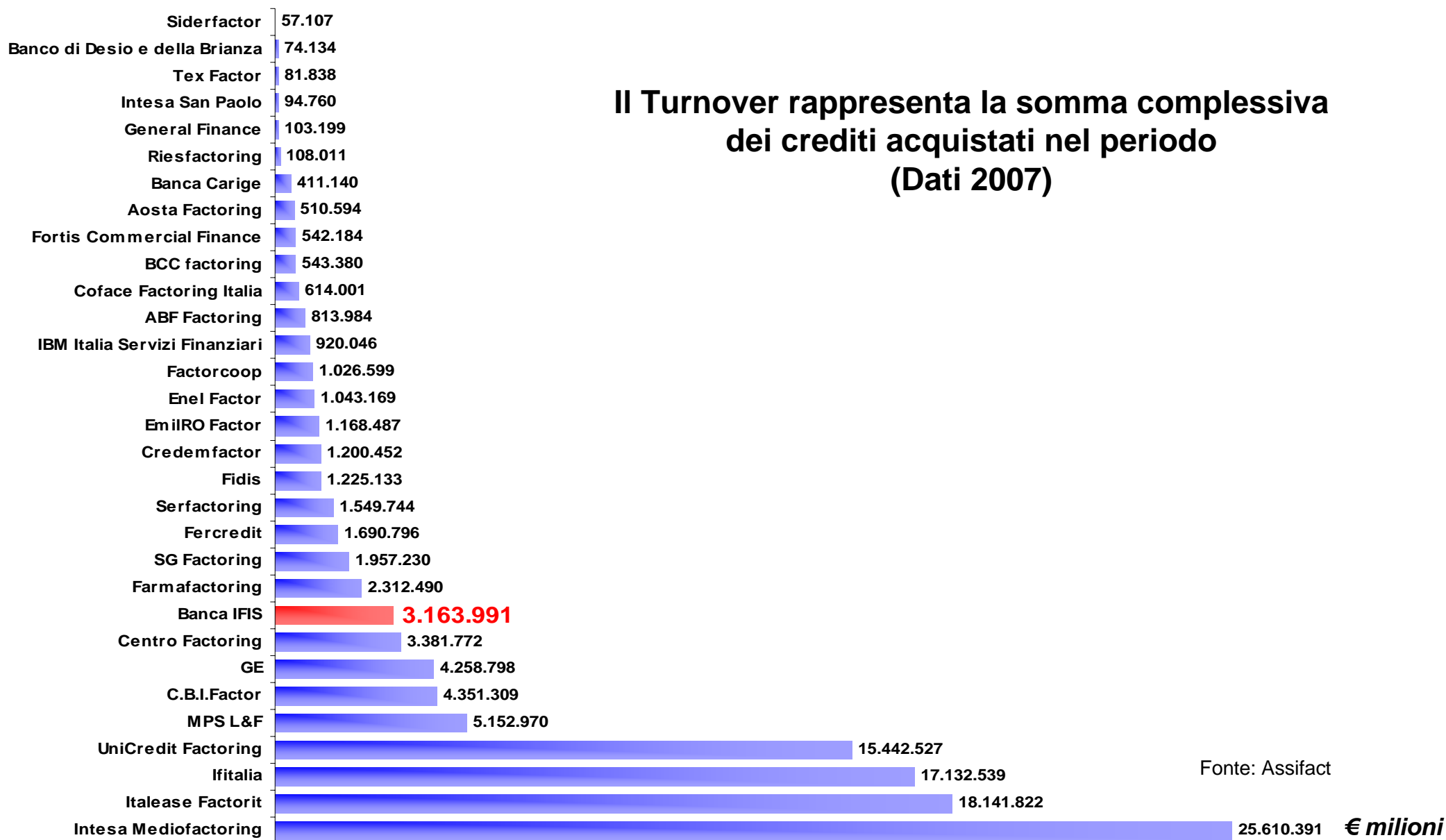
Rating Operazione Semplice

SCORE OPERAZIONE SEMPLICE: **54,92**

RATING OPERAZIONE SEMPLICE: **BB**

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo

Il Turnover rappresenta la somma complessiva dei crediti acquistati nel periodo (Dati 2007)



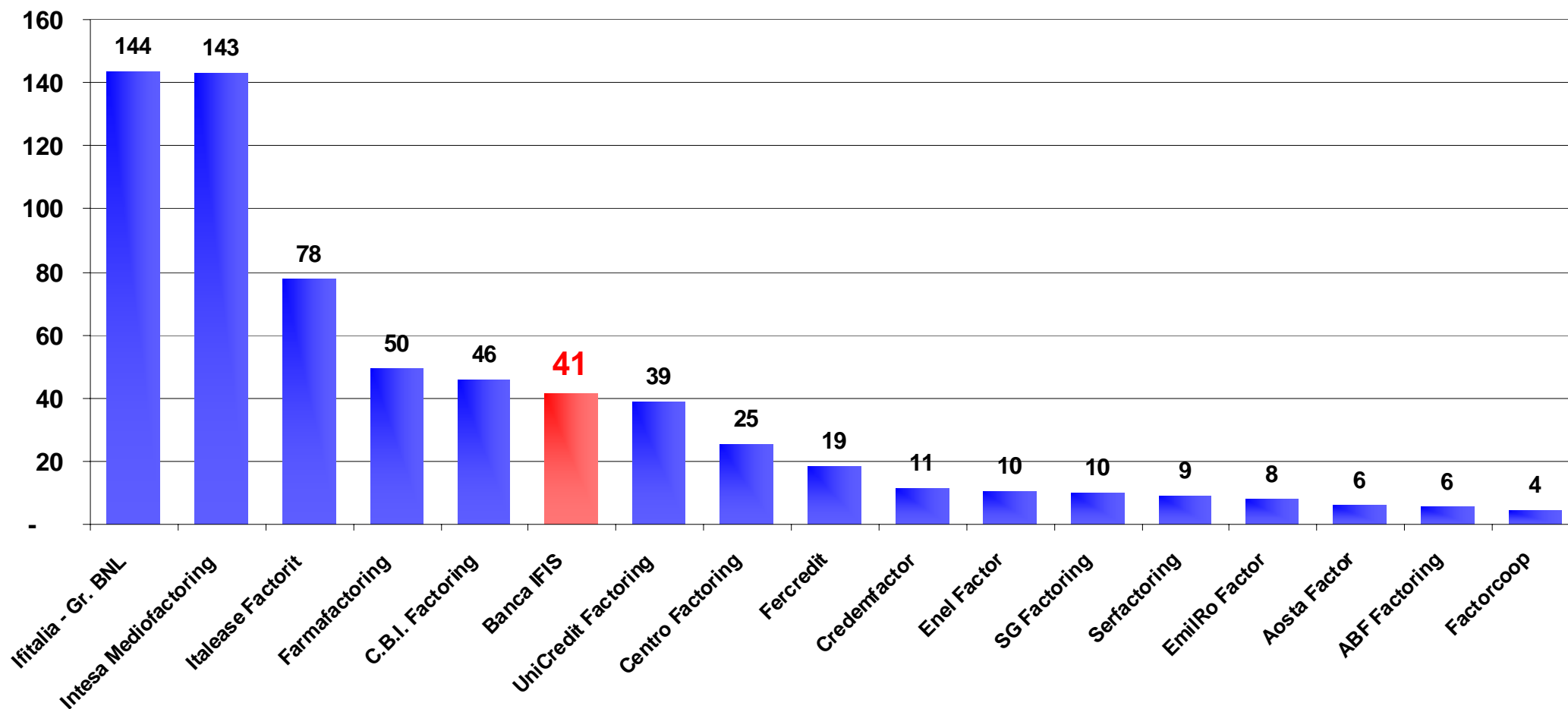
Fonte: Assifact

Mercato del factoring e posizionamento del Gruppo (segue)

Margine di Intermediazione

Dati di bilancio al 31/12/2006

€ milioni



Fonte: Assifact