A blue-tinted photograph of a computer workstation, including a monitor, keyboard, and mouse, positioned on the left side of the slide.

NTT System S.A.
Prezentacja inwestycyjna

IPO DAY

Warszawa, 14 luty 2007 r.

- ➔ Profil Spółki
- ➔ Otoczenie rynkowe
- ➔ Pozycja konkurencyjna
- ➔ Wyniki finansowe
- ➔ Strategia rozwoju
- ➔ Pytania

- ➔ największy producent komputerów stacjonarnych w Polsce
- ➔ jeden z czołowych dystrybutorów sprzętu IT
- ➔ 18 lat doświadczenia w branży
- ➔ wieloletnia współpraca z najlepszymi światowymi dostawcami
- ➔ wysoka jakość sprzętu, serwisu gwarancyjnego i pogwarancyjnego oraz systemu kontroli
- ➔ stabilna, zdywersyfikowana baza klientów (sektor korporacyjny, rządowy, detaliczny)
- ➔ ekspansja na rynki europejskie
- ➔ wysokie kompetencje zespołu
- ➔ Spółka nieprzerwanie osiąga zysk netto

2007**debiut na GPW**

połączenie spółek NTT System Sp. z o.o. i NTT Nowy System S.A. w spółkę NTT System S.A.

2006

tytuł „Postać Rynku IT roku 2005” dla Tadeusza Kurka - Prezesa Zarządu NTT System, przyznany przez magazyn Computer Reseller News

2004

powstanie NTT Nowy System S.A.
utworzenie spółki UAB NTT System w Wilnie

2003

tytuł „Firma roku 2002” przyznany przez Computerworld Polska

2000

uruchomienie zakładu produkcyjnego w miejscowości Zakręt pod Warszawą

1997

przekroczenie 100 mln zł obrotu

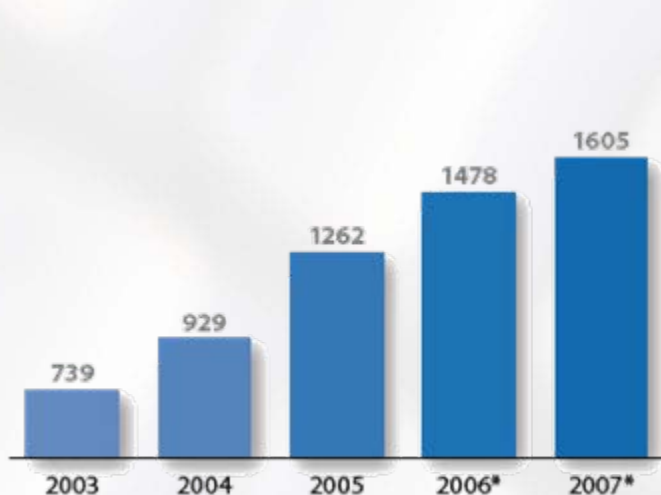
1994

rozpoczęcie współpracy z firmą INTEL

1989

rejestracja w Polsce NTT System Sp. z o.o.

- ➔ rynek IT - jeden z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki (szacowany wzrost w najbliższych latach - ponad 11% rocznie, do 24,6 mld zł w 2008 r.)
- ➔ nadal niskie nasycenie polskiego rynku produktami i usługami IT w porównaniu do krajów UE, w tym innych krajów Europy Centralnej



Wydatki na komputery PC w Polsce (w mln EUR)

Źródło: EITO, 2006 r.

*prognoza



Rynek IT w Europie Centralnej (w euro na 1 mieszkańca)

Źródło: EITO, 2006 r.

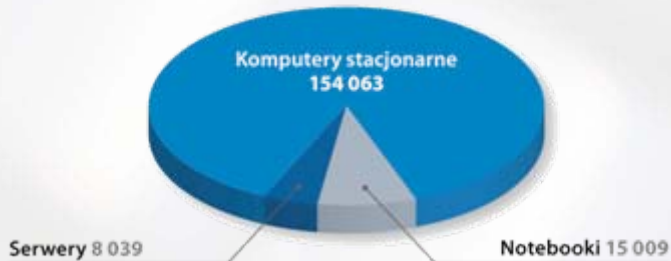
- ➔ NTT System - największy producent komputerów stacjonarnych i jeden z czołowych dystrybutorów sprzętu IT w Polsce
- ➔ Spółka rozwija się w tempie szybszym niż rynek

Producent	Sprzedaż (szt.)		Zmiana %	Udział w rynku %	
	2005	2004	2004/2005	2005	2004
	szt.	szt.	%	%	%
RAZEM	1 592 245	1 394 909	14,1	100,0	100,0
NTT	126 536	95 000	33,2	7,9	6,8
HP	73 028	62 028	17,7	4,6	4,4
Optimus	72 335	60 710	19,1	4,5	4,4
PCF	64 317	50 794	26,6	4,0	3,6
Dell	64 160	47 952	33,8	4,0	3,4
Action	60 613	25 201	140,5	3,8	1,8

Udział w rynku sprzedaży komputerów stacjonarnych PC w Polsce w 2005 r.

Źródło: na podst. Raport Teleinfo 500, 2006 r.

➔ specjalizacja - produkcja komputerów stacjonarnych



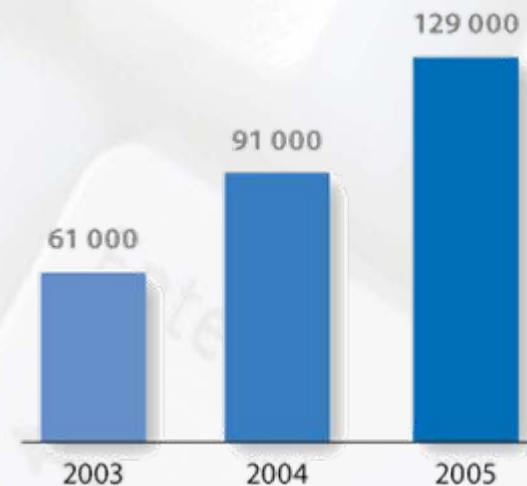
Struktura produkcji (wartościowo) w 2005 r.

➔ marki własne

- NTT Game Series
- NTT Home Series
- NTT Office Series
- NTT Business Series
- NTT MultiMedia Series

➔ przewaga konkurencyjna:

- ciągła aktualizacja oferty handlowej
- niskie jednostkowe koszty produkcji i sprzedaży
- rozwijanie kanałów dystrybucyjnych
- bardzo niski wskaźnik reklamacji
- zakupy komponentów podzespołów bezpośrednio od producentów
- wykwalifikowana kadra



Wielkość produkcja komputerów stacjonarnych NTT System (w szt.)

- ➔ główny udział – komputery stacjonarne (40,5% w I poł. 2006 r.)
- ➔ rosnący udział serwerów w strukturze sprzedaży
- ➔ systematyczny wzrost produkcji notebooków
(oczekiwana unifikacja komponentów wpłynie na redukcję kosztów produkcji)



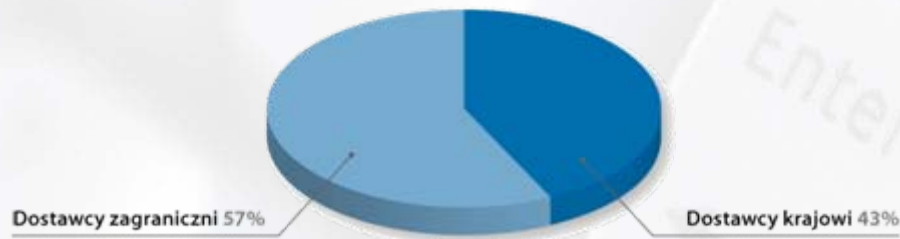
Struktura sprzedaży (wartościowo) w 2005 r.

Producent	Sprzedaż		Zmiana
	2005	2004	2004/2005
	szt.	szt.	%
HP	12 035	9 232	30,4
IBM	6 196	4 874	27,1
Dell	5 734	3 978	44,1
Action	2 513	574	337,8
NTT	2 290	700	227,1

Sprzedaż serwerów w Polsce w 2005 r.

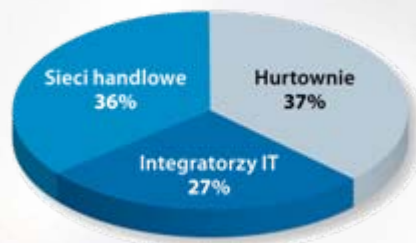
Źródło: na podst. Raport Teleinfo 500, 2006 r.

- ➔ wieloletnia współpraca z renomowanymi światowymi producentami sprzętu IT: Intel, Microsoft, Samsung, Philips, NEC, LG, AMD, Gigabyte, Asus, Hyundai, Kingston, Sony, Seagate, Hitachi, Canon, Creative, Logitech
- ➔ dostarczane komponenty:
 - podzespoły do produkcji komputerów (procesory, płyty główne, karty graficzne, pamięci RAM, itp.)
 - urządzenia peryferyjne (monitory, klawiatury, myszy, głośniki)



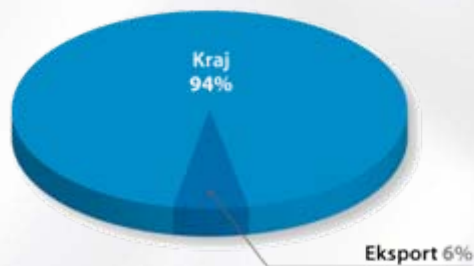
Struktura rynkowa dostaw

Struktura dystrybucji



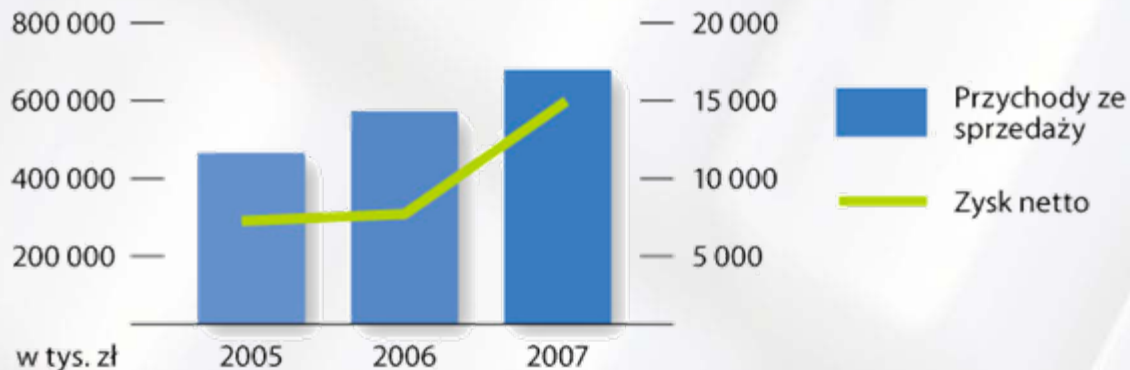
- ➔ **sieci handlowe**
AGD RTV, super i hipermarketów, sklepy cash & carry (m.in.: Carrefour, Makro Cash and Carry, Media Markt, Real, Saturn oraz Tesco).
- ➔ **hurtownie**
dystrybutorzy IT, sklepy internetowe, sklepy detaliczne (m.in. firmy: AB, Action, Incom, Komputronik, Pronox Technology, oraz Yamo)
- ➔ **integratorzy IT**
(w tym: Koma, Comarch, Wasko, ABG Ster-Projekt, Optix, Asseco oraz Prokom Software)

Struktura sprzedaży w 2005 r.



Struktura sprzedaży eksportowej w 2005 r.





- Stabilny wzrost przychodów
- Dynamiczny wzrost zysków
- Rosnąca rentowność

Wyszczególnienie (w tys. zł)	NTT System Sp. z o.o. 2005	NTT System Sp. z o.o. i NTT System S.A. 2006 *)	NTT System S.A. 2007 (P)
Przychody ze sprzedaży	470 610	527 000	670 000
Zysk brutto ze sprzedaży	39 833	40 500	53 000
EBITDA	15 916	8 100	20 000
Zysk z działalności operacyjnej	15 137	7 500	19 000
Zysk brutto	9 422	10 790	18 500
Zysk netto	7 534	8 090	14 600

* Dane szacunkowe uwzględniają przejęcie w dniu 8.06.2006 r. NTT System Sp. z o.o.
Źródło: Spółka

Cele strategiczne:

- ➔ zwiększenie udziału w krajowym rynku komputerów stacjonarnych
- ➔ eksport na dużą skalę komputerów stacjonarnych do krajów Europy Zachodniej
- ➔ zwiększenie sprzedaży serwerów oraz terminali
- ➔ redukcja kosztów produkcji oraz obniżenie ryzyka spadku cen podzespołów
- ➔ rozpoczęcie sprzedaży bezpośredniej do klientów indywidualnych

I etap: ukończenie inwestycji - grudzień 2007

- ➔ **budowa nowego zakładu – montowni komputerów stacjonarnych**
(wydajność 400 tys. komputerów rocznie, możliwość modułowej rozbudowy do 1,28 mln komputerów)
 - ➔ zwiększenie mocy produkcyjnych
 - ➔ redukcja kosztów jednostkowych
 - ➔ udoskonalenie jakości produkcji

- ➔ **wdrożenie nowego systemu CRM**
 - ➔ zwiększenie efektywności relacji z klientami

- ➔ **utworzenie centrum szkoleniowego**
 - ➔ znaczne zwiększenie sprzedaży serwerów i terminali
 - edukacja obecnych i potencjalnych klientów
 - prezentowanie nowych produktów i rozwiązań
 - budowanie wizerunku na rynku

- ➔ **rozbudowa centrum serwisowego**
 - ➔ serwisowanie sprzętu u klienta (serwerów i terminali)

II etap: ukończenie inwestycji - grudzień 2008

➔ **budowa centrum logistycznego**

(odpłatne wynajmowanie powierzchni magazynowej dystrybutorom i producentom podzespołów)

- eliminacja ryzyka związanego ze spadkiem ceny podzespołów
- obniżenie kosztów obsługi zakupu podzespołów
- obniżenie zapotrzebowania na kapitał obrotowy

➔ **zautomatyzowany system zamawiania komputerów on-line**

(oprogramowanie umożliwiającego zamawianie dowolnych konfiguracji komputerów z podzespołów znajdujących się w danym momencie w magazynach centrum logistycznego)

- zwiększenie elastyczności,
- istotną redukcja kosztów,
- eliminację błędów przy składaniu i przyjmowaniu zamówień
- skrócenie czasu realizacji zamówień

Cele emisji:

- ➔ Budowa zakładu produkcyjnego
- ➔ Wdrożenie nowego systemu CRM
- ➔ Utworzenie centrum szkoleniowego
- ➔ Rozbudowa centrum serwisowego
- ➔ Budowa centrum logistycznego
- ➔ Zautomatyzowanie sposobu zamawiania komputerów
- ➔ Środki obrotowe

Zarząd Spółki

- ➔ Tadeusz Kurek – Prezes Zarządu
- ➔ Jacek Kozubowski – Wiceprezes Zarządu
- ➔ Andrzej Kurek – Wiceprezes Zarządu
- ➔ Witold Markiewicz – Wiceprezes Zarządu

Rada Nadzorcza

- ➔ Jerzy Rey – Przewodniczący RN
- ➔ Davinder Singh Loomba – Wiceprzewodniczący RN
- ➔ Janina Szepietowska – Członek RN
- ➔ Małgorzata Przepiórżyńska – Członek RN
- ➔ Przemysław Janusz Gadomski – Członek RN

Akcjonariusz	Liczba akcji i głosów na WZA	% kapitału i głosów na WZA
Tadeusz Kurek	13 234 500	29,84%
Davinder Singh Loomba	13 234 500	29,84%
Andrzej Kurek	10 007 355	22,56%
Małgorzata Przepiórżyńska i Andrzej Rymuza	2 288 625	5,16%
Andrzej Rymuza	2 288 625	5,16%
Pozostali	3 303 645	7,44 %
Razem	44 357 250	100%

Główni akcjonariusze
- lock-up na akcje Spółki



- ➔ bardzo perspektywiczny, szybko rosnący sektor
- ➔ ogromny, odnawialny rynek odbiorców
- ➔ ogromne doświadczenie branżowe - kompetencje zespołu
- ➔ umiejętność wykorzystania możliwości rynkowych
- ➔ szeroko zakrojona strategia rozwoju
- ➔ zdolność mocnego organicznego wzrostu
- ➔ nowoczesność technologii
- ➔ wysokie bariery wejścia dla konkurencji
- ➔ stabilnie rosnące zyski

NTT System S.A.

04-351 Warszawa, ul. Osowska 84
tel. (+48 22) 610 51 61; 610 10 36;

e-mail: sekretariat@ntt.pl

www.ntt.com.pl



Dom Maklerski IDMSA

Kraków 31-041, Mały Rynek 7
tel. (+48 12) 397 06 00, fax: (+48 12) 397 06 01

e-mail: biuro@idmsa.pl

www.idmsa.pl

Niniejsza prezentacja ma wyłącznie charakter promocyjny. Informacje o publicznej ofercie akcji zostaną opublikowane w prospekcie emisyjnym, dostępnym w wersji elektronicznej na stronach internetowych Spółki pod adresem: www.ntt.pl oraz na stronie www.Oferujacego.pl: www.idmsa.pl