

SCG Ceramics “COTTO”

Opportunity Day Q1/23

May 9, 2023

COTTO

CAMPANA

SOSUCO

Agenda

I. Q1/23 Market Situation

II. Q1/23 Key Financials

III. Strategy Update & Sustainability

IV. Market Outlook and Company Update

Agenda

I. Q1/23 Market Situation

II. Q1/23 Key Financials

III. Strategy Update & Sustainability

IV. Market Outlook and Company Update

Q1/23 Market Situation

- Thailand ceramic tiles demand in Q1/23 was remained stable (y-o-y) due to consumers' purchasing power in the mid-to-low income segment remains weak upcountry while demand in major provinces improved following recovering tourism sector.
- Natural gas price and Electricity (Ft) in Q1/23 continued to increase affecting Energy Cost.
- Export demand still slowed down especially an uncertainty prolonged situation in Myanmar.

Agenda

I. Q1/23 Market Situation

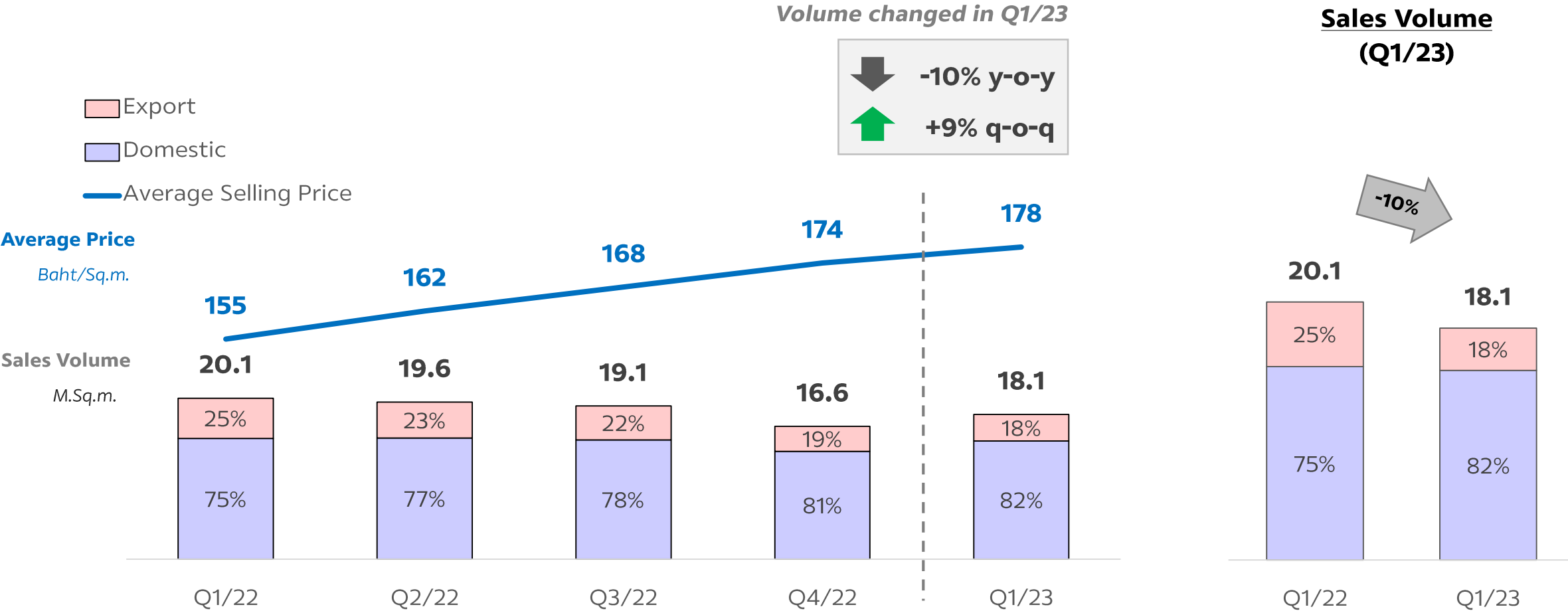
II. Q1/23 Key Financials

III. Strategy Update & Sustainability

IV. Market Outlook and Company Update

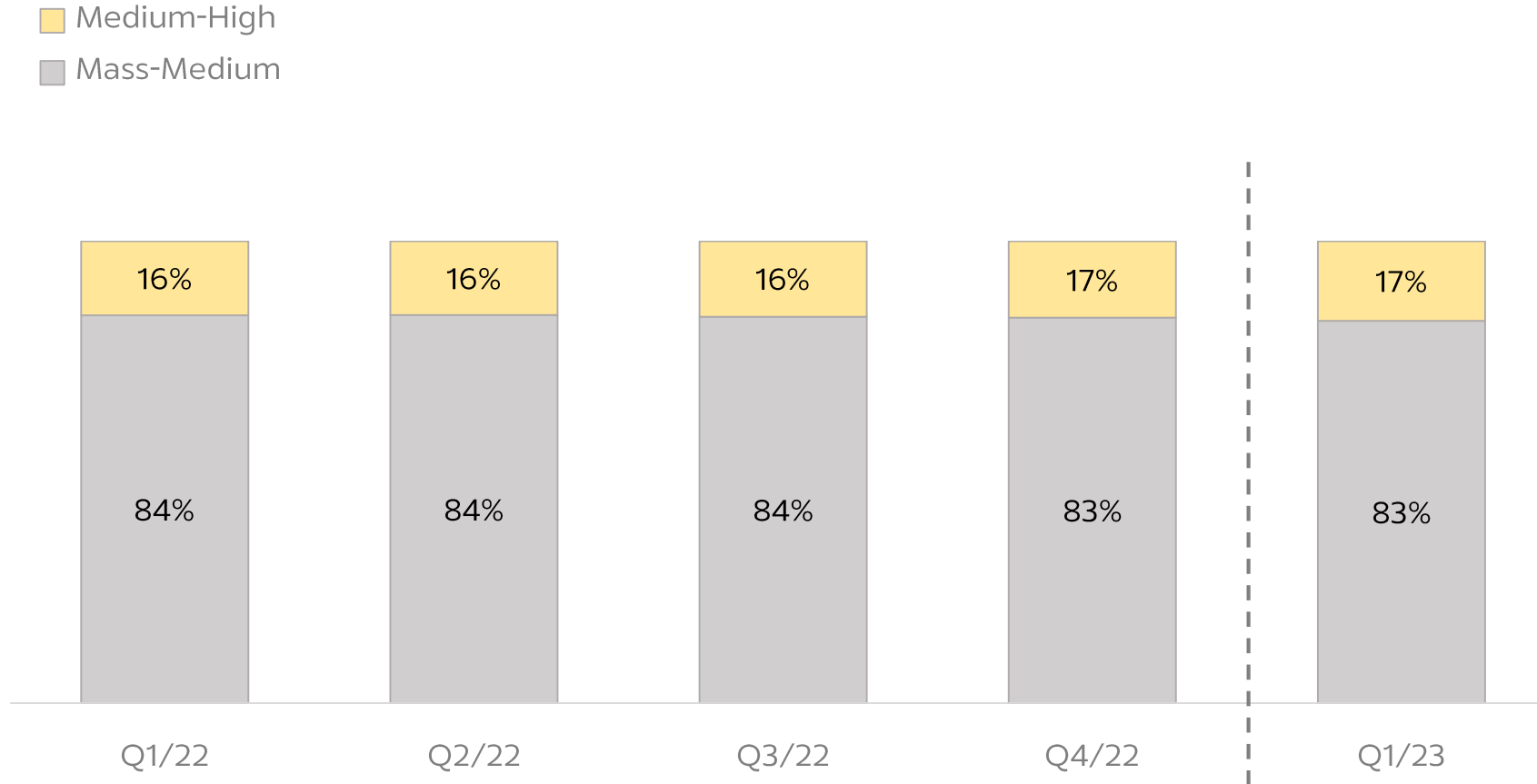
Q1/23 Sales volume and average price

Sales volume decreased -10% y-o-y while the average price increased 4 bath/sq.m (+2%) compared to Q4/22



Q1/23 Domestic sales volume by segment

Mass-Medium accounted for 83% of sales volume in Q1/23 compared to 84% in Q1/22.



Remark:

(1) Definition of segmentation

Medium – High (portion 20%-50% of total market) – HYG product, Wall Tile (Big size), Glazed Porcelain, Unglazed Porcelain, Mosaic, Glass Tile, Decorative

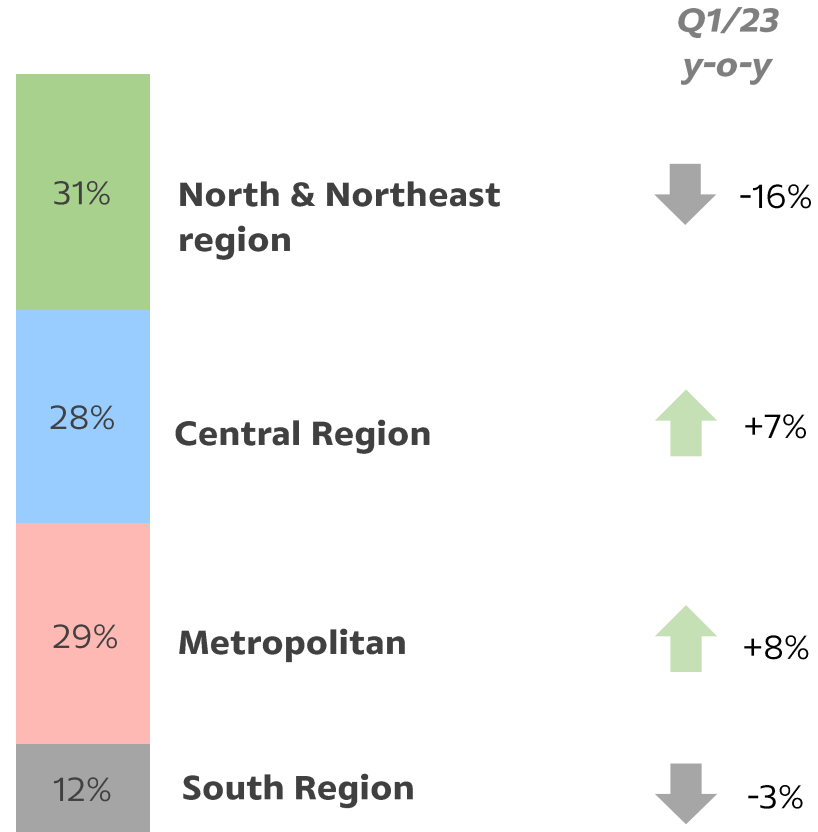
Mass – Medium (portion 70%-80% of total market) – Non HYG product, Floor Tile, Wall Tile (Small size), Outsource unglazed, Glazed Porcelain

(2) Only ceramics tiles

Q1/23 Domestic sales volume by region

Sales volume in upcountry accounted for 71% of total domestic sales volume in Q1/23.

Sales Volume portion by sector





Remark: Only domestic ceramics tiles

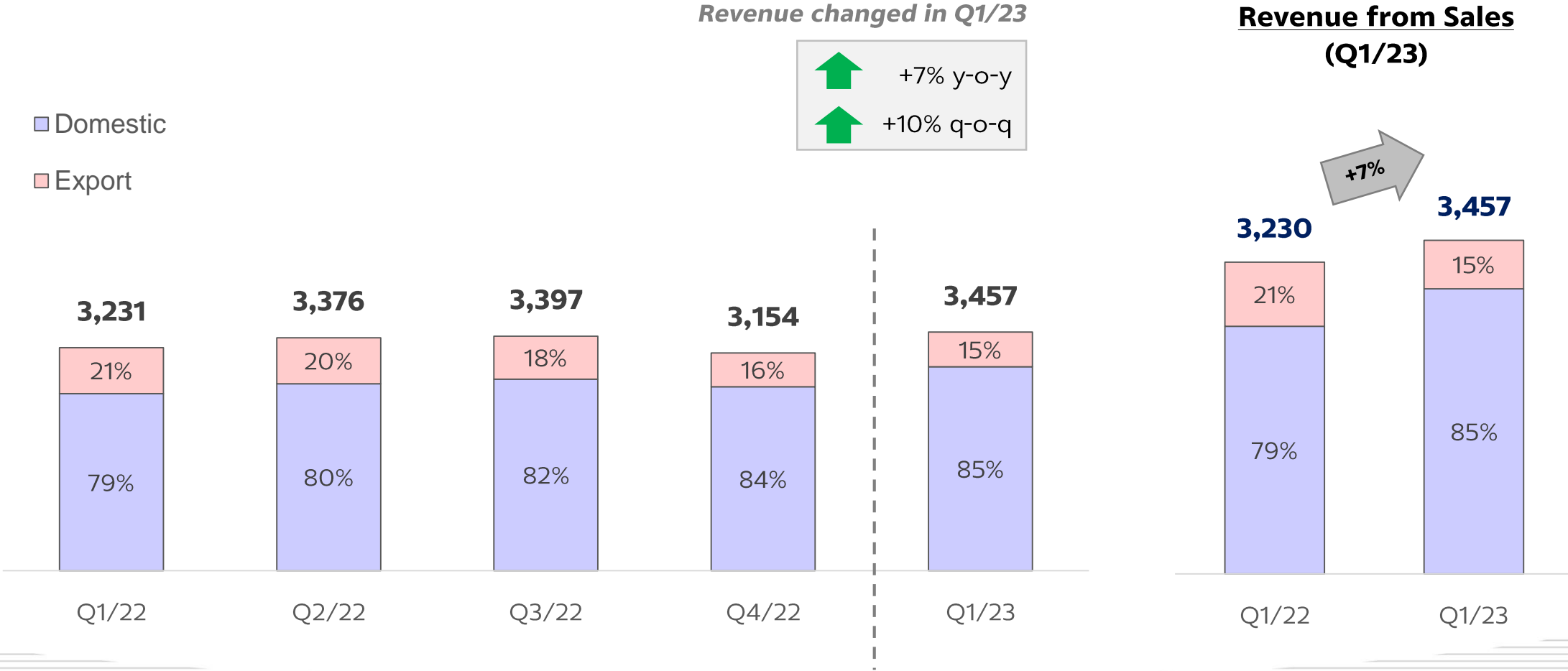
Q1/23 Revenue from Sales

Revenue increased +7% y-o-y in Q1/23 mainly from price adjustment and land selling.

■ Domestic
■ Export

Revenue changed in Q1/23

 +7% y-o-y
 +10% q-o-q

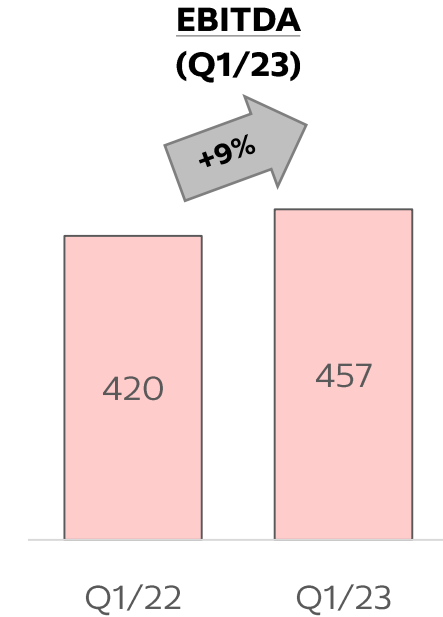
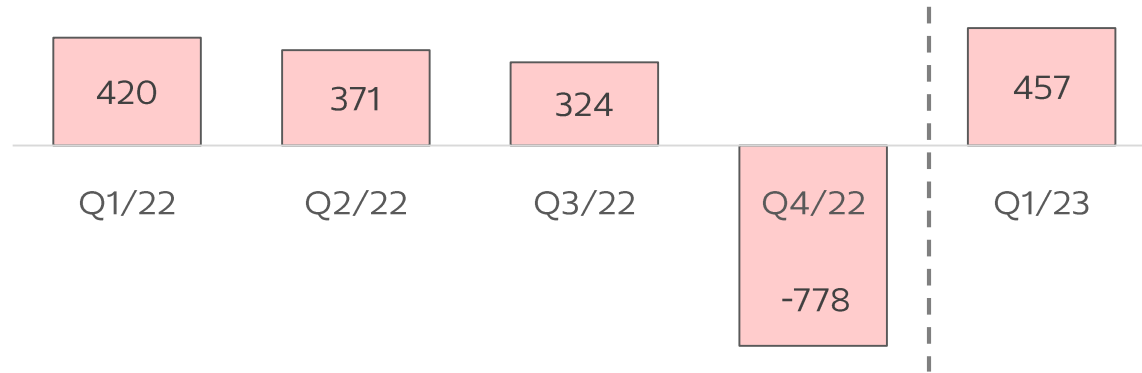


Q1/23 EBITDA

EBITDA increased +9% y-o-y due to cost improvement, price adjustment and profit from land selling.

Unit: MB

EBITDA changed in Q1/23



EBITDA Margin

13.0%	11.0%	9.6%	(24.7%)	13.2%
-------	-------	------	---------	-------

EBITDA Margin w/o non-recurring

13.1%	11.0%	9.6%	2.8%	12.4%
-------	-------	------	------	-------

EBITDA w/o Key non-recurring

422	372	324	89	423
------------	------------	------------	-----------	------------

Key Non-Recurring

(2)	(1)	-	(867)	34
------------	------------	---	--------------	-----------

1) Profit from land selling

-	-	-	-	36
---	---	---	---	----

2) MSP (Loss)

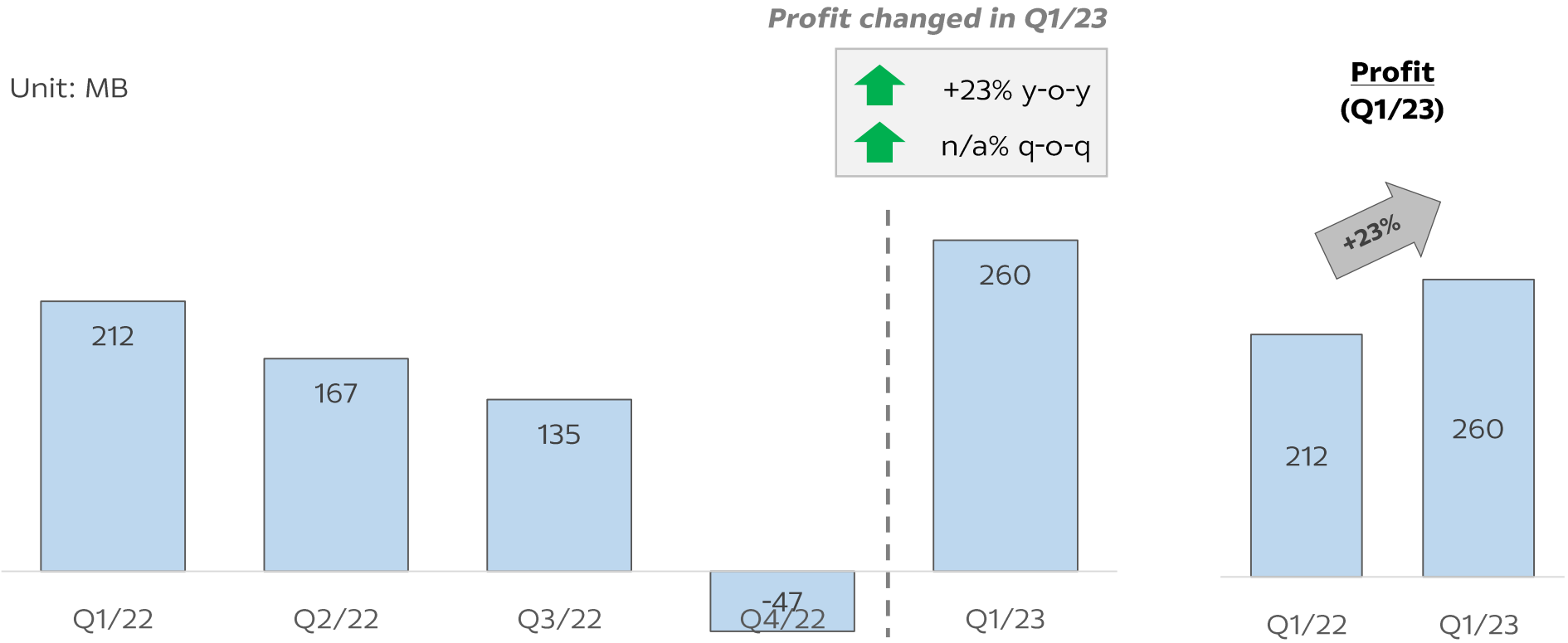
(2)	(1)	-	(20)	(2)
-----	-----	---	------	-----

3) Impairment and others (Loss)

-	-	-	(847)	-
---	---	---	-------	---

Q1/23 Profit for the Period

Profit increased +23% y-o-y due to cost improvement, price adjustment and profit from land selling.



Profit for the Period (without Key non-recurring)

	213	168	135	(47)	233
Key Non-Recurring	(1)	(1)	-	(694)	27
1) Profit from land selling	-	-	-	-	29
2) MSP (Loss)	(1)	(1)	-	(16)	(2)
3) Impairment and others (Loss)	-	-	-	(678)	-

	213	233
Key Non-Recurring	(1)	27
1) Profit from land selling	-	29
2) MSP (Loss)	(1)	(2)
3) Impairment and others (Loss)	-	-

Key Non-Recurring

1) Profit from land selling

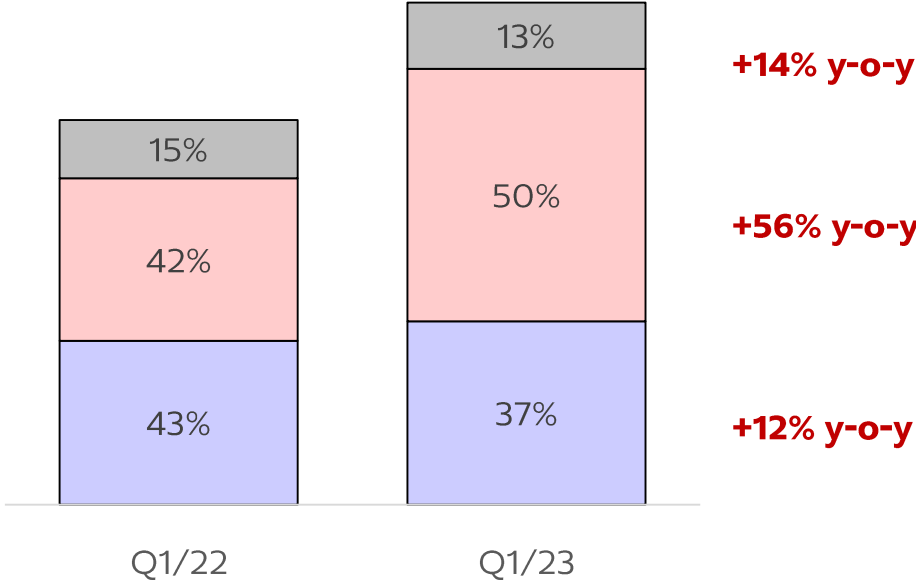
2) MSP (Loss)

3) Impairment and others (Loss)

Q1/23 Operating Variable Cost

Operating variable cost increased y-o-y, mainly from energy cost.

- Assign Cost** - Mainly repair & maintenance cost and labor cost
- Energy Cost** - Mainly natural gas cost
- Raw Material Cost** - Mainly raw material cost

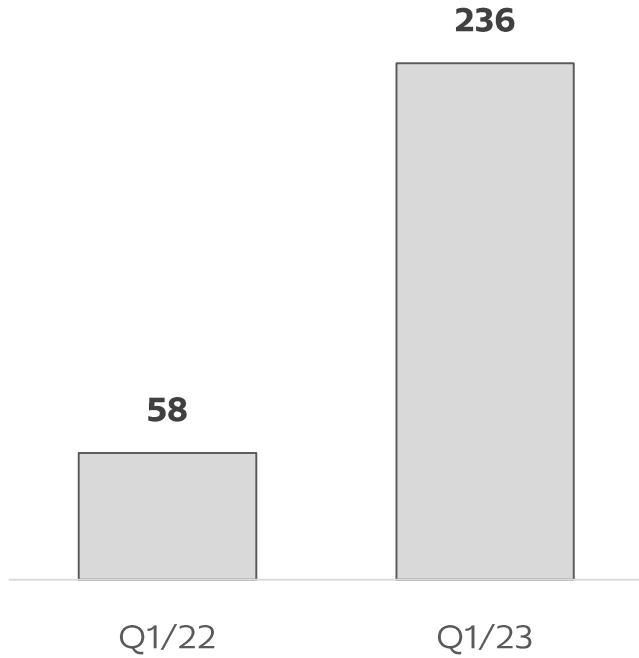


Remark: Only ceramics tiles

Q1/23 CAPEX and Interest & Financial Costs

CAPEX

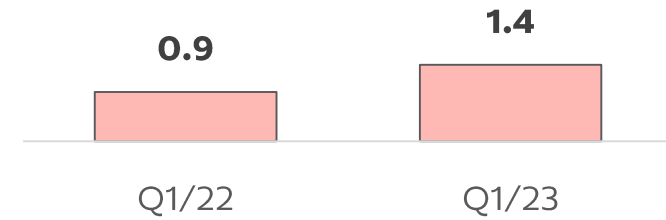
Unit: MB



- Amounted to 236 MB for Q1/23, mainly upgrade machine, maintenance, cost and energy saving project, retail outlet expansion and channel expansion.
- For CAPEX in FY2023 approx. 450-500 MB.

Interest and Financial Costs

Unit: MB

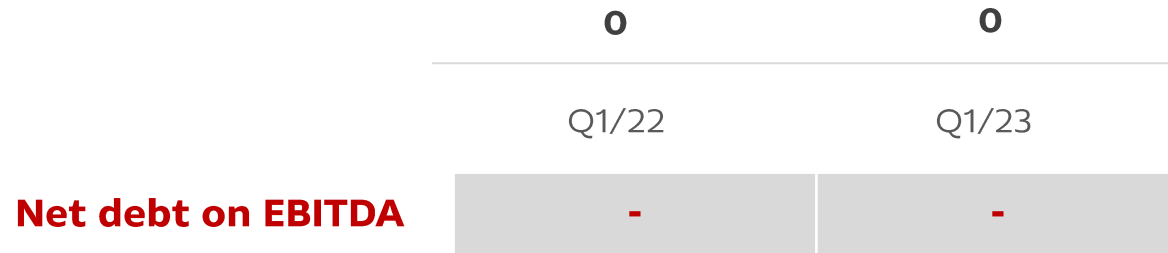


- Amounted to 1.4 MB for FY2022, mainly from TFRS 16.

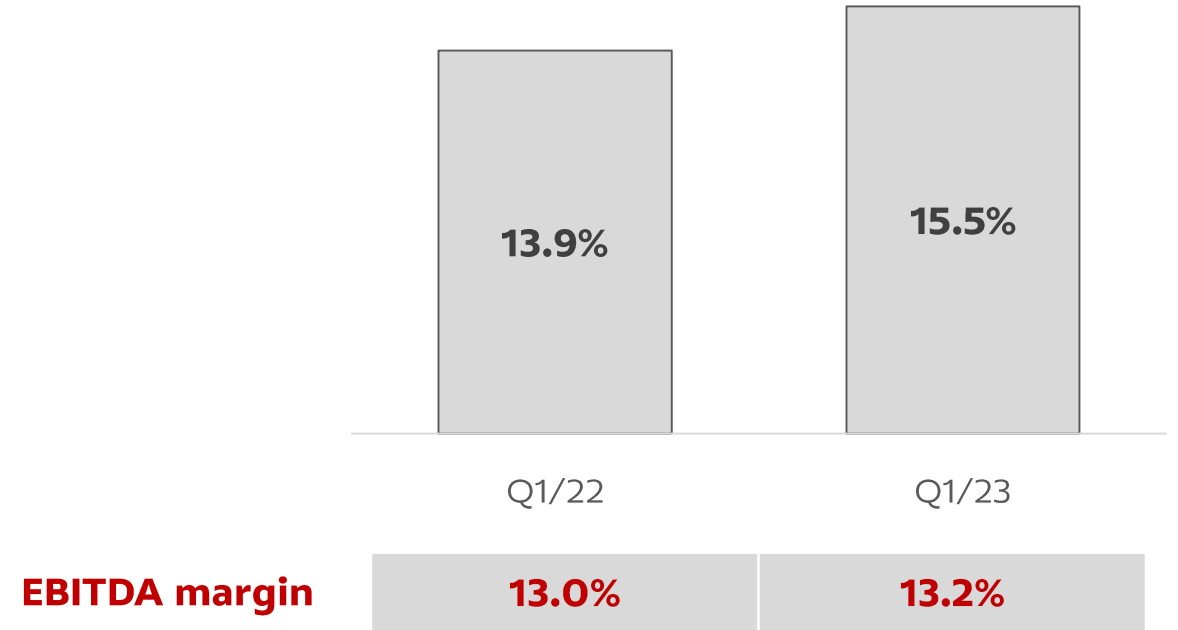
Q1/23 Net Debt, EBITDA on Assets and EBITDA Margin

Net Debt

Unit: MB



EBITDA on Assets



*Remark: EBITDA on Assets = EBITDA/ Consolidated assets
 EBITDA margin = EBITDA/ Consolidated sales

Agenda

I. Q1/23 Market Situation

II. Q1/23 Key Financials

III. Strategy Update & Sustainability

IV. Market Outlook and Company Update

Accretive Value Creation

Q1/23 HVA portion

Continuously launch new product and improve HVA product to enhance profitability and serve market demand

30%-35%

A. Health & Hygiene



Air-ion with negative-ion in glazing

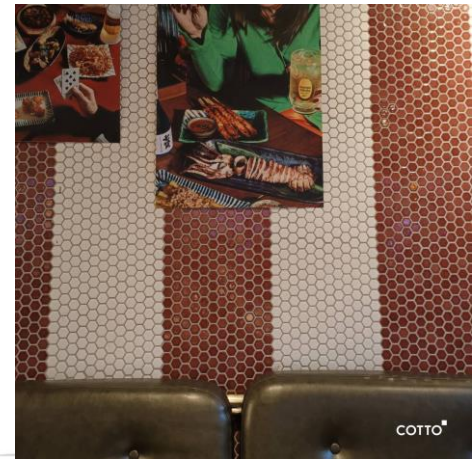
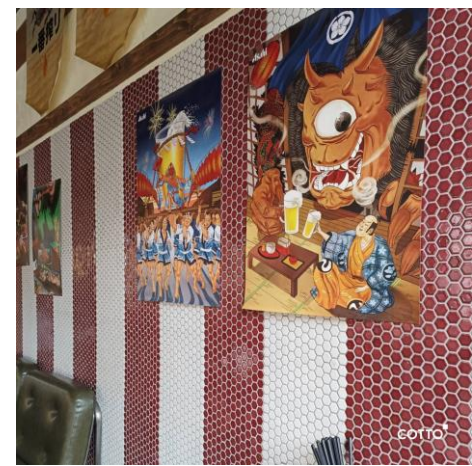
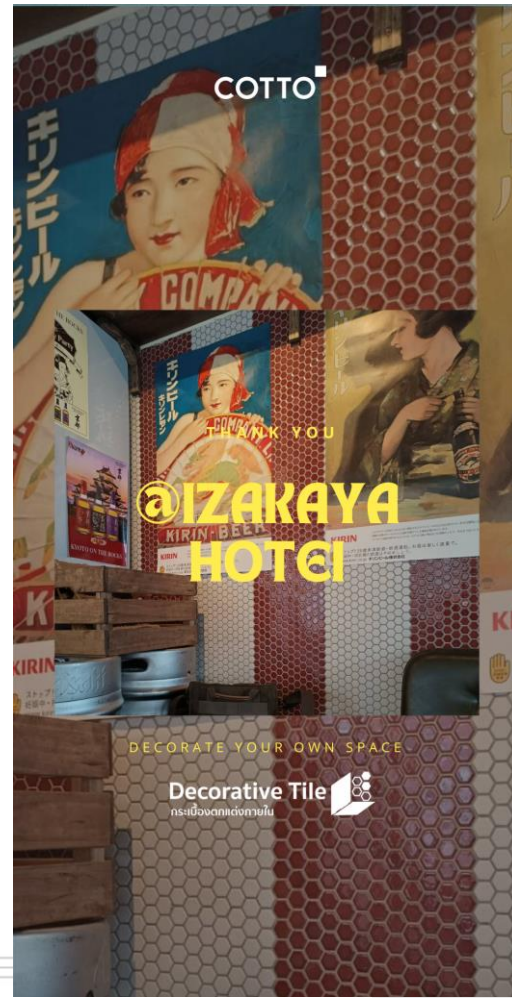


Hygienic tile with anti-bacteria silver nano in glazing

C. Italia & Espana Collection



B. Mosaic Collection



Izakaya Hotei, Sathorn Soi 10

Accretive Value Creation

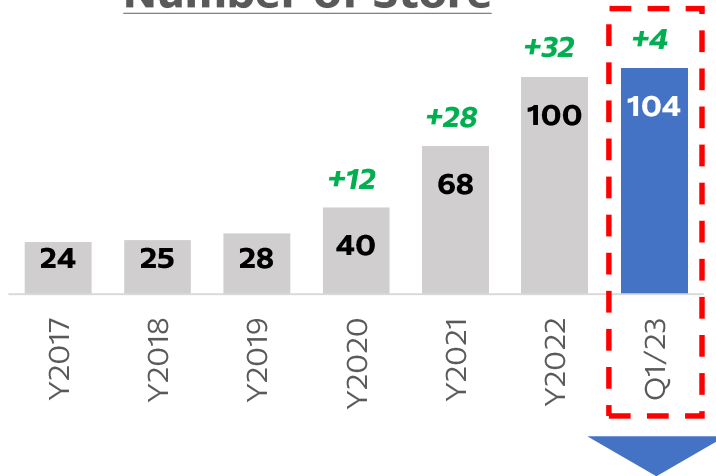
Own ceramic outlet expansion

คลังเซรามิก แฟมิลี

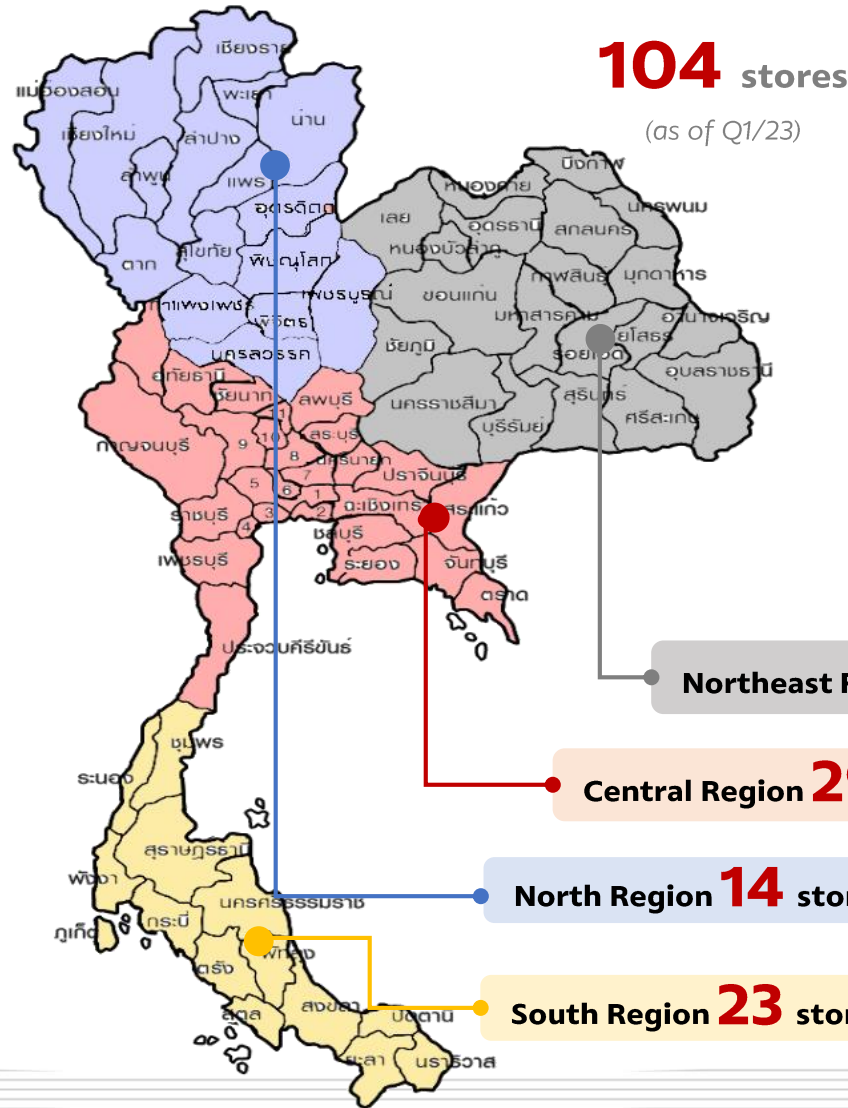
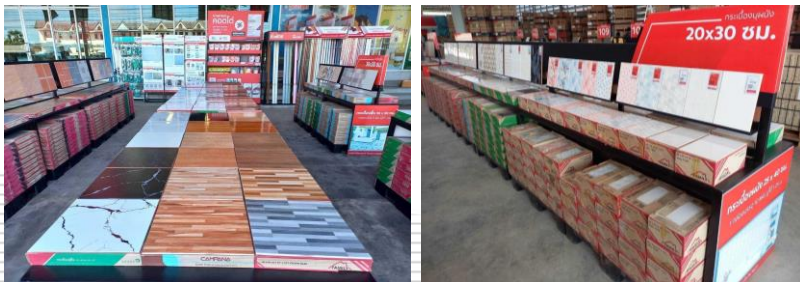
A collaboration between "SCG Ceramics" & "Partners"



Number of Store



For the period Q1/23, Sales revenue increased **8%** y-o-y.



Accretive Value Creation



ONE-Stop Service Solution: Demand in M-H segment continuously increased

At **COTTO Life**, we provide an integrated shopping experience of ceramic tiles, sanitary ware & fitting from product selection, 3D design to installation *all needs, all functions, all styles, all at once*



COTTO Life, Chiangmai
The CHOC, Chiang Mai



COTTO Life, Bangkok
SCG Experience @ Crystal Design Center Bangkok



COTTO LIFE, Khonkaen
Maliwan Rd, Mueang Khon Kaen District, Khon Kaen



Sales Revenue Trend:



Q1/22 Q2/22 Q3/22 Q4/22 Q1/23

Same store sales growth

Q1/22	Q2/22	Q3/22	Q4/22	Q1/23
18%	4%	60%	15%	1%

Accretive Value Creation

'New-growth' business (Décor Surfaces and Services)

1

LT
by COTTO

Smart Flexible Tiles
"LT by COTTO"

PETmily
LT by COTTO

พบกับนวัตกรรมใหม่ล่าสุดที่ตอบโจทย์ผู้รักสัตว์เลี้ยง
พบกับ "PETmily" ด้วยแผ่นปู Smart Flexible by COTTO

FEEL THE SURFACE

Soft Floor

PET LOVER ต้องมี Soft Floor
พื้นที่ปลอดภัย สำหรับสัตว์เลี้ยงของคุณ

LT by COTTO

- กันน้ำ ไม่เกิดคราบสกปรก
- ลดการขีดข่วนได้ 1.5 เท่า เทียบกับวัสดุอื่น
- ทนต่อแรงกระแทก ได้มากถึง 2.3 เท่า
- ลดอาการข้ออักเสบ ของคนและสัตว์
- ป้องกันรอยขีดข่วน ได้เป็นอย่างดี

LET'S CARE PET CARE

LT by COTTO

แผ่นปูพื้น SMART FLEXIBLE V-CLASS
ที่สุดของลายไม้ธรรมชาติสวยงามจริงทุกองศา
คัดสรรมาเพื่อคุณ!

- กันน้ำ
- กันรอยขีดข่วน
- กันปลวก

ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

LEED OAK 008 | LAVELA OAK 064 | LINN OAK 501 | LAVAGE OAK 003 | LAVISH OAK 022

SCG GREEN CHOICE 100% VIRGIN MATERIAL

LT by COTTO

ปรับพื้นบ้านให้ปลอดภัย
ด้วย **PEEL & PLACE**
ที่สุดของพื้นเพื่อสุขภาพสำหรับทุกคนในบ้าน

PEEL & PLACE

ติดตั้งง่าย ๆ ได้ด้วยตัวเอง!
เพียงลอกแผ่นเก่า ติดกับพื้นเดิมได้ทันที

- ลดแรงกระแทกดีกว่า 2.5 เท่า
- กันลื่น ระดับ R10

2

COTTO
TILE
GROUT

"Tile Adhesive
& Tile Grout"

ตัวตึงประจำบ้าน
ซ่อมบ้านไม่ให้พัง

ครบเครื่องเชื่อมพื้นผิว ตอบโจทย์ทุกงานติดตั้ง
ทำขึ้นด้วยคุณภาพที่มีอายุยืนยาว

COTTO
ผลิตภัณฑ์ตึงและเชื่อม
คอตโต้

ตัวตึงป้องกันน้ำรั่วซึมได้ทุกจุด
หยุดรั่วได้ตั้งแต่!

COTTO
ผลิตภัณฑ์ตึงและเชื่อม
คอตโต้

ตัวตึงกักระเบียงพื้นทีลื่นสะเทือน
แก้ปัญหากระเบื้องร้าว หลุดร่อน

COTTO
ผลิตภัณฑ์ตึงและเชื่อม
คอตโต้

ตัวตึงประจำห้องน้ำ
ป้องกันราดำ ยับยั้งแบคทีเรีย

COTTO
ผลิตภัณฑ์ตึงและเชื่อม
คอตโต้

3

Installation business
"C'TIS"



4

Sanitary Ware & Fittings
"SOSUCO"

อัปเดตเทคโนโลยีการแต่งห้องน้ำ
3แบบ3สไตล์

MODERN STYLE | MINIMAL STYLE | LOFT STYLE

SOSUCO

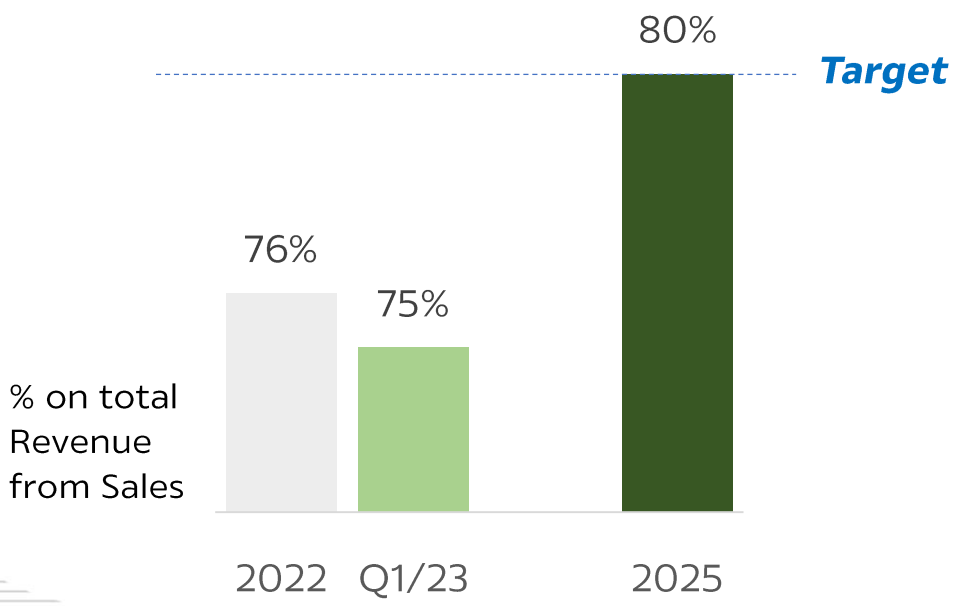
Sustainability - Go Green

Aim to achieve 80% of revenue from sales of SCG Green Choice products in 2025



SCG Green choice product

Q1/23 Revenue from sales of SCG Green choice product **amounted 75% of total sales**



Getting 2 awards from “ASA Platform Selected Material 2023”



COTTO ECO Collection
Category : Sustainable Material



Soft+ Floor Collection : LT by COTTO
Category : Healthcare and Hygiene Material

COTTO 'MEFlection'

Reflect you, Reflect your identity “ตัวตน ผลงาน ภาพสะท้อนตัวตนของคุณ”



ภาพ COTTO ในงานสถาปนิก'23 วันที่ 25 เมษายน - 30 เมษายน 2566 ณ ชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี



Agenda

I. Q1/23 Market Situation

II. Q1/23 Key Financials

III. Strategy Update & Sustainability

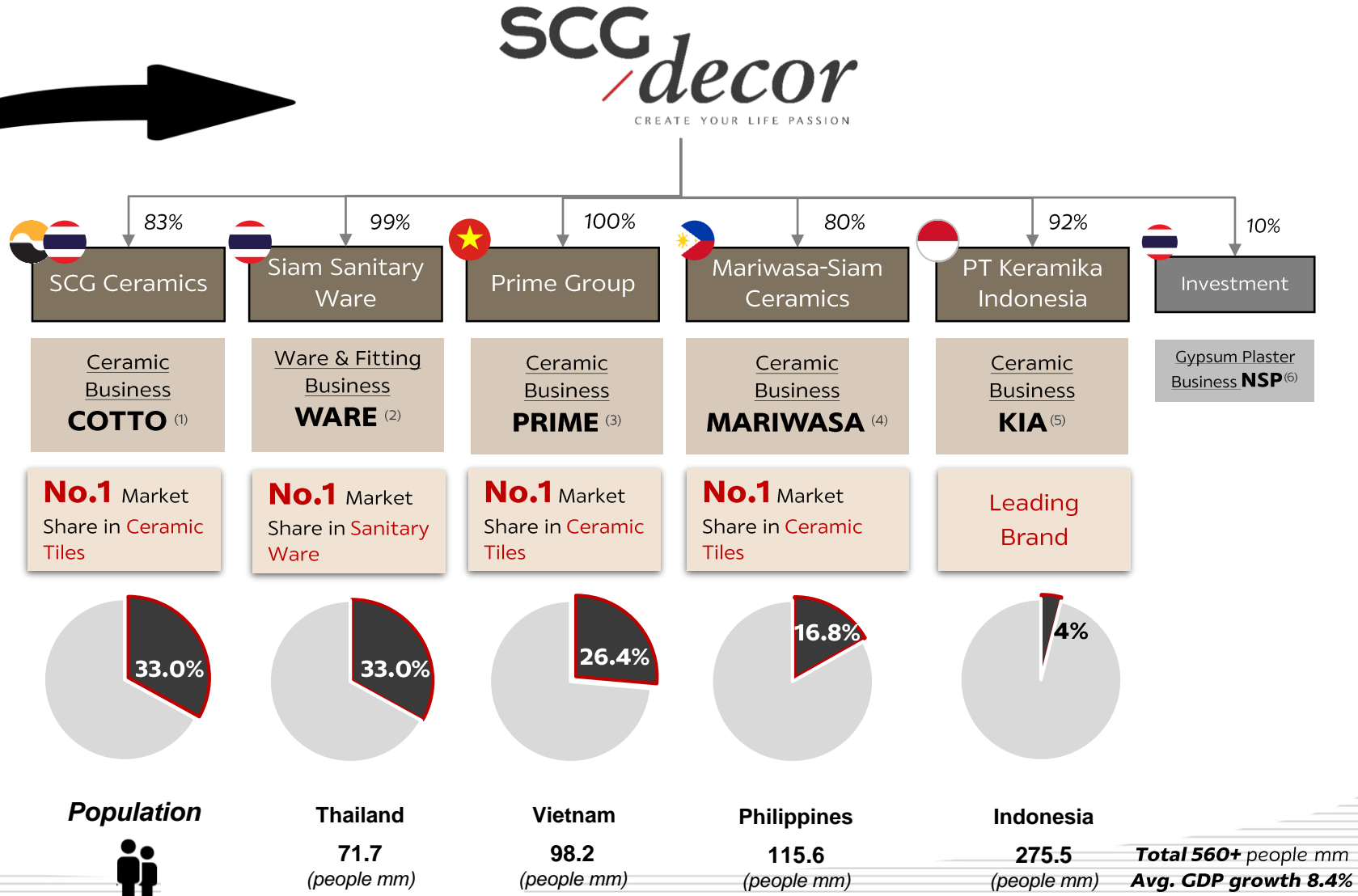
IV. Market Outlook and Company Update

Market Outlook :

- Thailand economy is expected to recover from **tourism industry recovery**.
- **Low-rise housing project**, will continue to grow in **Bangkok Metropolitan Region and upcountry**.
- **Consumers' purchasing power in the mid-to-low income segment** is expected to remain **slow down**.
- Natural gas price is expected to **remain high volatile in Q2/23** before **dropping gradually in H2/23**.
- **Export market is expected to slow down** due to uncertainties situation and the fluctuation of exchange rate.

Company update :

- COTTO has **received a notice of the Restructuring plan and Tender offer price 2.40 THB per share** from SCG Decor on **29 March 2023**.
- **30 March 2023**, COTTO Board of Directors has considered the details of Restructuring plan and **approved to propose the delisting to the shareholders' meeting of COTTO**.
- The Extraordinary General Meeting of Shareholders No. 1/2023 to be held at Swissôtel Bangkok Ratchada on **23 May 2023** at 9:00 hours., **to consider and approve the delisting of the Company's shares from the SET** pursuant to the proposal under the Restructuring Plan of SCG Decor.



Remark: (1) SCG Ceramics PCL (2) Siam Sanitary Ware Co., Ltd. (3) Prime Group Joint Stock Company (4) Mariwasa-Siam Ceramics, Inc. (5) PT Keramika Indonesia Assosiasi, Tbk. (6) Noritake SCG Plaster Co., Ltd.



The Future of COTTO : Bigger and Better

COTTO

บริษัทเอสซีซี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน)

SCG *decor*
CREATE YOUR LIFE PASSION

บริษัทเอสซีซี เดคคอร์ จำกัด

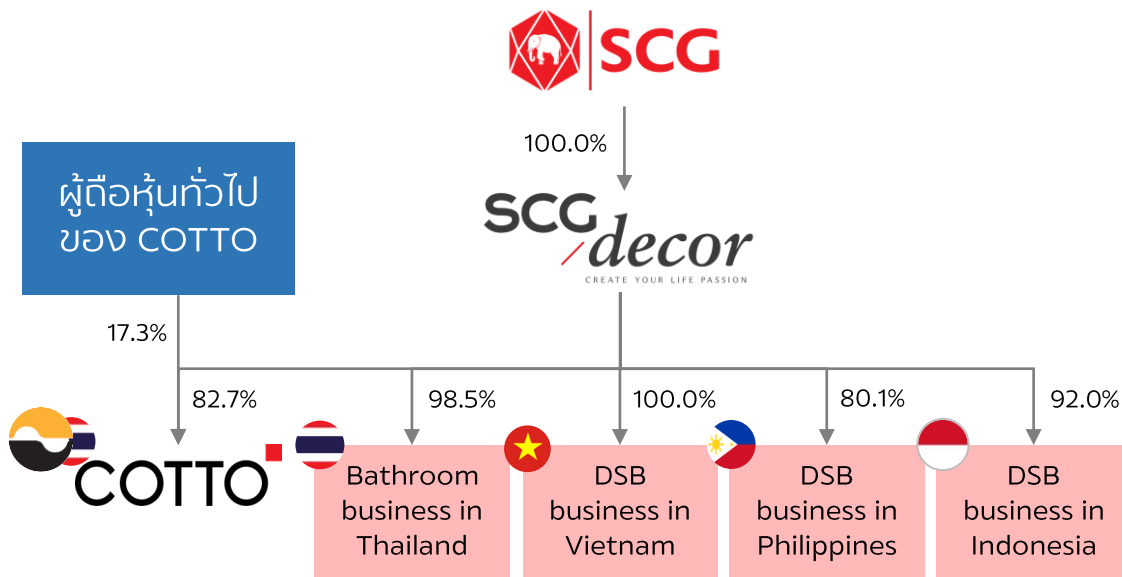
สินค้า	สินค้าสำหรับตกแต่งพื้นผิว			สินค้าสำหรับตกแต่งพื้นผิว และสุขภัณฑ์		
ประเทศหลักที่ประกอบธุรกิจ	ประเทศไทย  71.7 ล้านคน			- ประเทศไทย - ประเทศเวียดนาม - ประเทศฟิลิปปินส์ - ประเทศอินโดนีเซีย  560+ ล้านคน		
รายได้จากการขายและการให้บริการ (ล้านบาท)	Y2020 10,194	Y2021 11,143 (+9.3% y-o-y)	Y2022 13,157 (+18.1% y-o-y)	ขยาย 2.3x →		
EBITDA ปี 22 (ล้านบาท)	1,183			ขยาย 3.2x →		
EBITDA Margin (%)	8.9%			3,731		
สินทรัพย์ทั้งหมด ปี 22 (ล้านบาท)	11,310			ขยาย 3.6x →		
กำลังผลิต	ธุรกิจตกแต่งพื้นผิว ประเทศไทย: 80.0 mm sq.m. / year			ธุรกิจตกแต่งพื้นผิว ประเทศไทย: 80.0 mm sq.m. / year ต่างประเทศ: 107.2 mm sq.m. / year ธุรกิจสุขภัณฑ์ ประเทศไทย: 4.3 mm units / year		
จำนวนร้านเครือข่ายของตัวแทนจำหน่าย	1,200 sub distributors			ขยาย 9.0x →		
จำนวนร้านค้าปลีก	103 stores ⁽¹⁾			142 stores ⁽²⁾		

Note: (1) ร้านคลังเซรามิก จำนวน 100 ร้าน และ ร้าน COTTO LIFE จำนวน 3 สาขา
(2) รวมร้าน CTM จำนวน 19 ร้าน ในประเทศฟิลิปปินส์ และ ร้าน BELANJA จำนวน 20 ร้าน ในประเทศอินโดนีเซีย

Transformation Structure

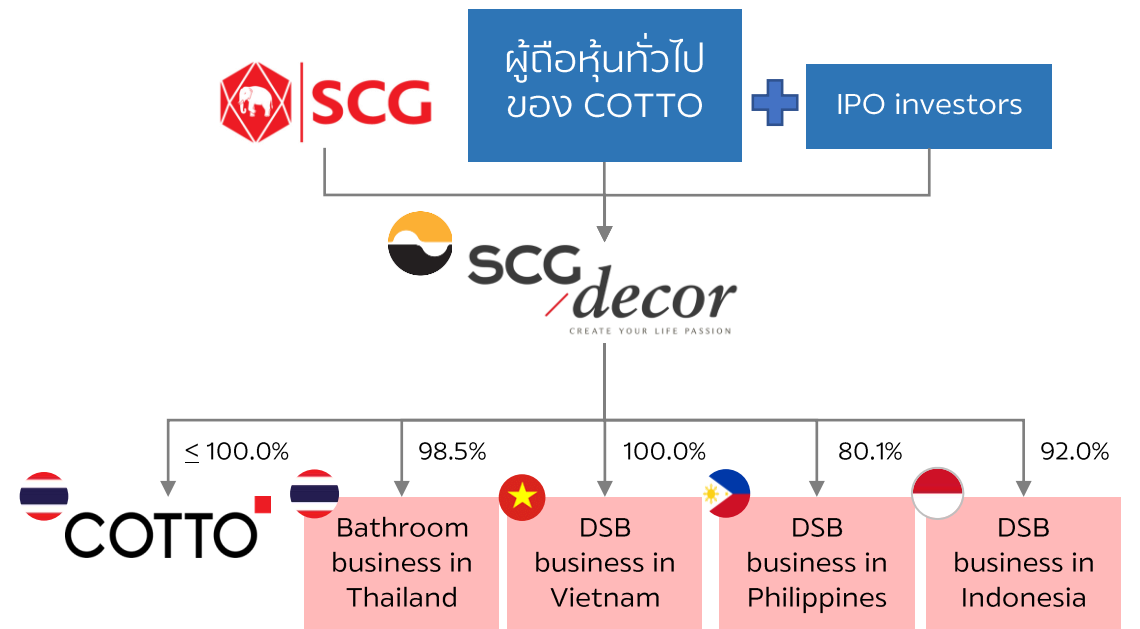
ก่อนปรับโครงสร้าง

Current Shareholding Structure



หลังปรับโครงสร้าง

Shareholding Structure Post-Transformation



Thank you

For any information please contact
Email : Cotto_ir@scg.com