



Resoconto intermedio di gestione

al 31 marzo 2009

Missione

Parmalat è un gruppo alimentare italiano a strategia multinazionale al servizio del benessere dei suoi consumatori nel mondo, il cui obiettivo finale è la creazione di valore per tutti i propri azionisti nel rispetto dell'etica degli affari e l'assolvimento di una funzione sociale, contribuendo alla crescita professionale dei dipendenti e collaboratori e trasferendo elementi di progresso economico e civile alle Comunità in cui opera.

Vogliamo affermare Parmalat come uno dei principali operatori mondiali nel settore degli "alimenti funzionali ad alto valore aggiunto" per la corretta nutrizione ed il benessere dei consumatori, raggiungendo un'importante leadership in alcune selezionate categorie di prodotto ed in alcuni paesi ad elevato potenziale per il Gruppo.

Le categorie chiave per il Gruppo saranno il Latte con i suoi derivati e le Bevande Frutta, alimenti di valore insostituibile nell'alimentazione quotidiana.



I Paesi di attività

con presenza diretta

Europa

Italia, Portogallo, Romania, Russia

Resto del Mondo

Australia, Botswana, Canada,
Colombia, Cuba, Ecuador, Mozambico, Nicaragua, Paraguay,
Sud Africa, Swaziland, Venezuela, Zambia

con presenza tramite licenza

Brasile, Cile, Cina, Messico, Repubblica Dominicana,
Spagna, Stati Uniti d'America, Ungheria, Uruguay

Sommario

Organi Societari	5
Dati di sintesi	7
Andamento economico della gestione.....	8
Andamento finanziario	19
Risorse Umane.....	20
Commenti ai risultati economico-finanziari.....	21
Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009	27
Eventi significativi del primo trimestre 2009	29
Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2009	29
Prevedibile evoluzione della gestione.....	30
Attestazione ai sensi dell'art. 154 <i>bis</i> , comma 2 del D. Lgs 58/98 e successive modifiche	30

Organi Societari

Consiglio di Amministrazione

Presidente Raffaele Picella

Amministratore Delegato Enrico Bondi

Consiglieri
Piergiorgio Alberti (i)
Massimo Confortini (i) (3)
Marco De Benedetti (i) (2)
Andrea Guerra (i) (2)
Vittorio Mincato (i) (3)
Erder Mingoli (i)
Marzio Saà (i) (1)
Carlo Secchi (i) (1) (2)
Ferdinando Superti Furga (i) (1) (3)

(i) Amministratore indipendente
(1) Componente del Comitato per il Controllo Interno e la Corporate Governance
(2) Componente del Comitato per le Nomine e le Remunerazioni
(3) Componente del Comitato per il Contenzioso

Collegio Sindacale

Presidente Alessandro Dolcetti

Sindaci Effettivi
Enzio Bermani
Mario Magenes

Dati di sintesi

Principali dati economici

<i>(in milioni di euro)</i>		
GRUPPO	I Trimestre 2009	I Trimestre 2008
- Fatturato netto	899,4	926,9
- Margine operativo lordo	72,4	63,9
- Utile operativo netto	192,4	106,8
- Utile del periodo	177,3	90,8
- Utile operativo netto/ricavi (%)	21,3	11,5
- Utile del periodo/ricavi (%)	19,6	9,7
- Copertura interessi (%)	n.s.	n.s.
SOCIETA'		
- Fatturato netto	207,0	227,0
- Margine operativo lordo	18,3	7,8
- Utile operativo netto	153,8	69,5
- Utile del periodo	177,8	106,4
- Utile operativo netto/ricavi (%)	72,4	29,9
- Utile del periodo/ricavi (%)	83,7	45,8
- Copertura interessi (%)	n.s.	n.s.

Principali dati finanziari

<i>(in milioni di euro)</i>		
GRUPPO	31.03.2009	31.12.2008
- Disponibilità finanziarie nette	1.244,2	1.108,8
- ROI (%) ¹	43,9	41,6
- ROE (%) ¹	24,2	24,5
- Patrimonio/attivo	0,7	0,7
- Pfn/patrimonio	(0,4)	(0,4)
SOCIETA'		
- Disponibilità finanziarie nette	1.592,0	1.441,2
- ROI (%) ¹	97,0	86,8
- ROE (%) ¹	25,5	23,8
- Patrimonio/attivo	0,8	0,8
- Pfn/patrimonio	(0,6)	(0,5)

¹ Indici calcolati utilizzando i dati economici annualizzati e i dati patrimoniali mediati tra inizio e fine periodo. Il ROI tiene conto dei fatti non ricorrenti.

Andamento economico della gestione

NOTA: I dati sono rappresentati in milioni di euro. Nell'esposizione degli scostamenti possono visualizzarsi differenze dovute esclusivamente all'effetto degli arrotondamenti

Gruppo

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	899,4	926,9	(27,5)	-3,0%
MOL	72,4	63,9	8,5	
<i>MOL %</i>	<i>8,1</i>	<i>6,9</i>	<i>1,2 ppt</i>	

Il fatturato netto è pari a 942,1 milioni di euro escludendo l'importo di 42,7 milioni relativi all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento.

Tale dato risulta in crescita di 48,2 milioni di euro (+5,4%) rispetto ai 893,9 milioni dell'analogo periodo dell'anno precedente che escludono i 33,0 milioni di euro di Newlat ceduta nel primo semestre 2008. Tenendo conto dell'effetto cambio, il fatturato netto risulta in crescita del +0,6%. L'andamento positivo del fatturato netto è dovuto essenzialmente ad un aumento dei listini prezzi per far fronte all'incremento dei fattori produttivi e ad un effetto volume/mix positivo.

Il margine operativo lordo è pari a 74,3 milioni di euro, escludendo l'importo di 1,9 milioni relativi all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento,

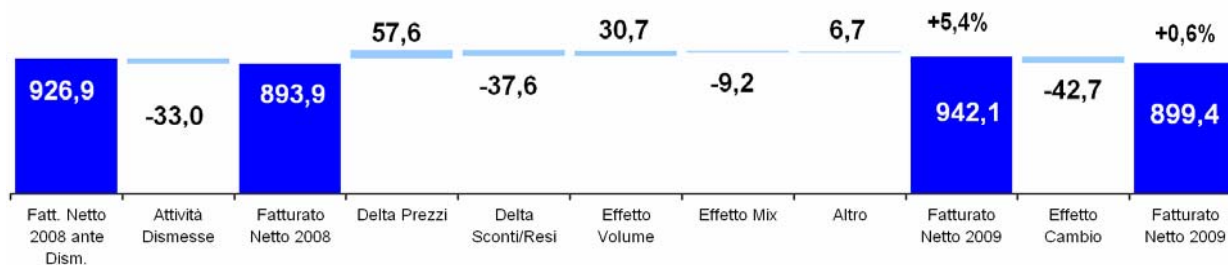
Tale dato risulta in crescita di 12,9 milioni di euro (+21,1%) rispetto ai 61,4 milioni dell'anno precedente che escludono i 2,5 milioni di euro di Newlat ceduta nel primo semestre 2008. Tenendo conto dell'effetto cambio, il margine operativo lordo è in aumento del 18,0%.

Il Gruppo nel corso del 2009 ha registrato, rispetto al primo trimestre 2008, un andamento dei principali fattori produttivi contrastante, con un marcato calo in Italia e aumenti in Canada, Venezuela e Sud Africa. In un contesto caratterizzato dall'aggressività competitiva da parte delle marche private, il Gruppo ha saputo reagire con un'attenta politica dei prezzi ed una crescita delle attività promozionali che ha determinato un effetto positivo sui prodotti di base in risposta al mutato atteggiamento d'acquisto dei consumatori. La redditività migliora anche grazie a un'attenta gestione dei costi di struttura.

Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

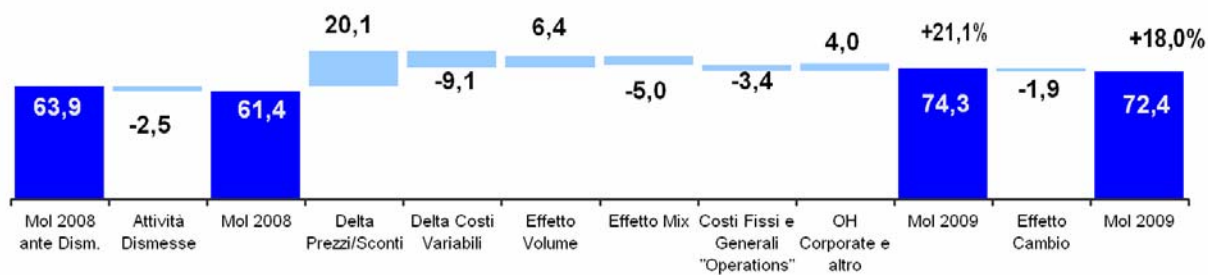
Fatturato Netto Marzo 2009 vs 2008

(€ ml)



Margine operativo Lordo Marzo 2009 vs 2008

(€ ml)



Le variazioni % rappresentano il delta rispetto al periodo precedente a perimetro costante (post dismissione Newlat)

Dati per Area geografica

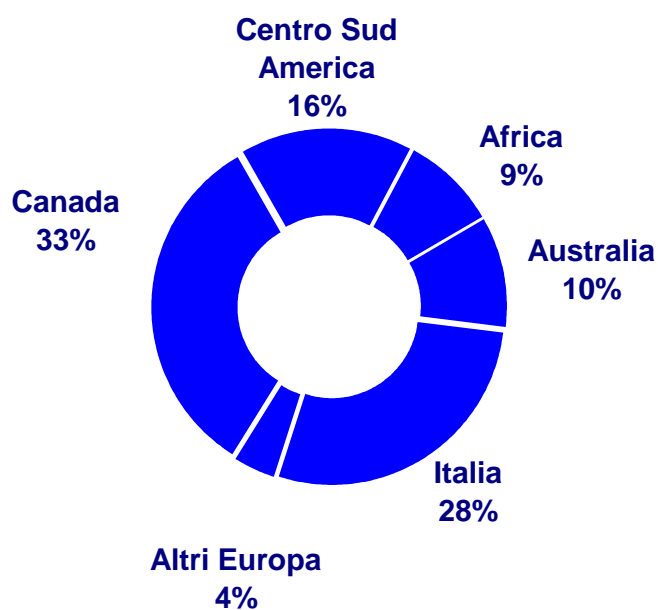
Aree	I Trimestre 2009			I Trimestre 2008		
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %
Italia ¹	252,5	30,0	11,9	302,6	24,7	8,2
Altri Europa	33,6	4,9	14,6	41,2	4,8	11,5
Canada	295,9	20,0	6,8	295,4	23,7	8,0
Africa	79,9	1,2	1,6	81,4	6,6	8,1
Australia	93,1	6,8	7,3	107,5	1,9	1,8
Centro Sud America	144,3	15,5	10,8	100,1	12,2	12,2
Altro ²	(0,0)	(6,1)	n.s.	(1,2)	(10,0)	n.s.
Gruppo	899,4	72,4	8,1	926,9	63,9	6,9

Le Aree rappresentano il dato consolidato dei paesi

1. I dati relativi al 2008 includono ricavi netti per 33,0 milioni di euro e margine operativo lordo per 2,5 milioni di euro relativi a Newlat, ceduta nel primo semestre 2008

2. Include i costi della Capogruppo, altre società minori ed elisioni fra aree

Fatturato Netto per Area



Dati per Divisione Prodotto

<i>(in milioni di euro)</i>						
Divisioni	I Trimestre 2009			I Trimestre 2008		
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %
Latte ¹	546,6	42,1	7,7	561,2	35,7	6,4
Bevande Base Frutta ²	73,2	16,8	22,9	61,7	11,6	18,8
Derivati del Latte ³	260,7	21,5	8,2	286,6	25,3	8,8
Altro ⁴	19,0	(8,0)	(42,0)	17,5	(8,7)	(49,8)
Gruppo	899,4	72,4	8,1	926,9	63,9	6,9

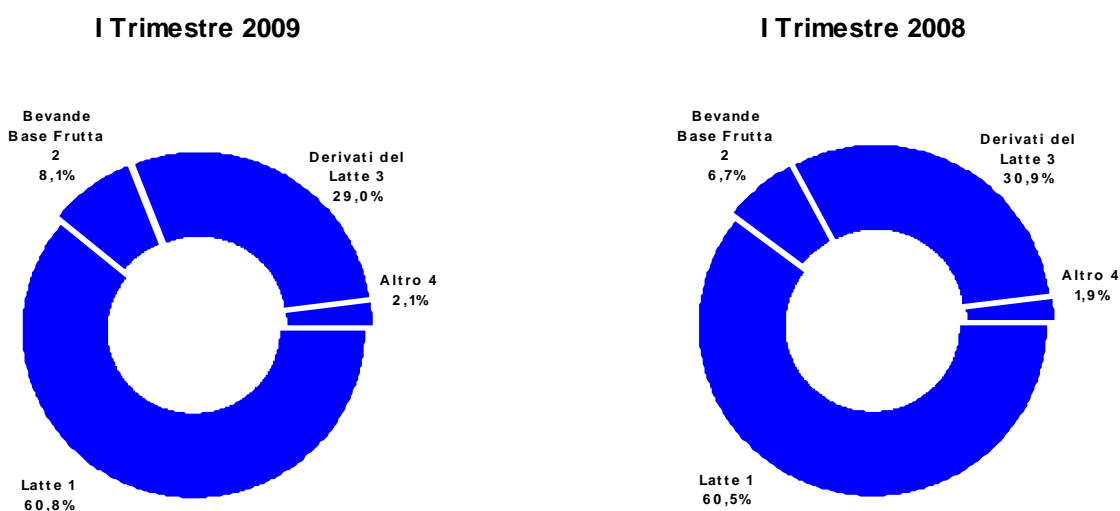
1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

4 Include altri prodotti ed i costi della Capogruppo

Fatturato Netto Per divisione Prodotto



1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

4 Include altri prodotti ed i costi della Capogruppo

Investimenti

Nei primi tre mesi del 2009 i costi per Capex risultano pari a 15,9 milioni di euro. Gli investimenti sono stati principalmente destinati all'incremento della capacità e dell'efficienza produttiva, al ripristino di assets e ad aspetti di "Qualità, Salute e Sicurezza".

I maggiori investimenti si sono registrati in Italia (4,9 milioni), Centro e Sud America (3,6 milioni) e Canada (3,3 milioni).

Unità d’Affari

Italia

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	252,5	302,6	(50,1)	-16,5%
MOL	30,0	24,7	5,3	
<i>MOL %</i>	<i>11,9</i>	<i>8,2</i>	<i>3,7 ppt</i>	

A seguito della cessione della società Newlat avvenuta a maggio 2008, per un confronto maggiormente significativo, di seguito si evidenziano i risultati della SBU Italia escludendo il contributo di Newlat nel 2008.

Italia esclusa Newlat

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	252,5	277,1	(24,6)	-8,9%
MOL	30,0	22,2	7,8	
<i>MOL %</i>	<i>11,9</i>	<i>8,0</i>	<i>3,9 ppt</i>	

I mercati in cui Parmalat opera sono stabili o in leggera flessione: nel primo trimestre 2009 il latte UHT è sostanzialmente stabile, il latte pastorizzato cresce leggermente solo nel canale moderno (+1,9% a volume rispetto all’analogo periodo dell’anno precedente) mentre lo yogurt e i succhi segnano un trend negativo rispettivamente del -2,2% e -3,3% rispetto all’analogo periodo dell’anno precedente.

Parmalat rafforza la propria posizione di leadership nel mercato del latte UHT con un sostanziale aumento della quota di mercato, soprattutto grazie a una attenta politica promozionale e alla performance di Zymil; le vendite a volume risultano in crescita del 2,4% rispetto all’analogo periodo dell’anno precedente.

Nel mercato del latte pastorizzato Parmalat registra una perdita di quota a favore delle marche private ma in misura inferiore rispetto al principale concorrente per la positiva performance del latte microfiltrato Blu Premium. I volumi di Parmalat segnano una flessione; l’aumento delle vendite di latte microfiltrato non riesce a compensare la consistente perdita del latte fresco tradizionale determinata dal forte sviluppo delle marche private.

Sostanzialmente stabile la posizione di mercato di Parmalat nel mercato dello yogurt ed in quello delle bevande a base frutta dove Santal conferma la propria leadership di marca. Le vendite di yogurt e delle bevande a base frutta segnano una flessione del 5,8% che riflette in parte l’andamento negativo del mercato.

L’effetto negativo sui volumi, unitamente a spese promozionali in linea con i trend più recenti ma superiori al primo trimestre 2008, sono stati più che compensati dall’effetto di trascinamento dell’aumento prezzi 2008, da una sensibile riduzione del costo della materia prima latte a da alcune iniziative di contenimento dei costi fissi. La combinazione di questi fattori ha portato al miglioramento del margine operativo lordo di circa 7,8 milioni di euro nel periodo considerato.

Altre Europa

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	33,6	41,2	(7,6)	-18,5%
MOL	4,9	4,8	0,1	
<i>MOL %</i>	<i>14,6</i>	<i>11,5</i>	<i>3,1 ppt</i>	

Portogallo

Il fatturato netto 2009, pari a 14,7 € ml, risulta in calo dell' 11,9% rispetto all'anno scorso; il deterioramento della congiuntura economica ha determinato una generalizzata contrazione dei prezzi sui mercati dei prodotti di base, e un cambiamento dell'atteggiamento dei consumatori penalizzando maggiormente i mercati dei prodotti d'impulso e consumati fuori casa quali i lattini aromatizzati e le bevande a base frutta che costituiscono oltre il 50% del fatturato della consociata.

Il cambiamento del mix verso prodotti a minor valore aggiunto e il riallineamento dei prezzi di vendita a quelli di mercato, sono stati compensati dalle sostanziali riduzioni dei costi della materia prima, consentendo di raggiungere un margine operativo lordo in linea con quello dell'anno precedente.

Russia

La valuta locale (Rublo) svaluta del 22,3% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -3,7 € ml; sul Mol è pari a -0,6 € ml.

<i>(in valuta locale ml)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	734,7	783,6	(48,9)	-6,2%
MOL	127,1	89,5	37,6	
<i>MOL %</i>	<i>17,3</i>	<i>11,4</i>	<i>5,9 ppt</i>	

A fronte di un mercato che vede una generale riduzione dei consumi, in particolare nelle bevande a base frutta, e una forte competitività sui prezzi, la consociata ha mantenuto una politica di posizionamento premium. Ciò ha consentito di conseguire un margine operativo lordo in miglioramento di oltre il 40% in valuta locale rispetto quello dell'analogo periodo dell'anno precedente anche grazie a una diminuzione del costo della materia prima, ma registrando una perdita di volumi sulle principali categorie di prodotto.

Romania

La valuta locale (Nuovo LEU) si svaluta di 15,7% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -0,4 € ml; sul Mol è poco significativo.

<i>(in valuta locale ml)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	10,1	11,0	(0,9)	-8,0%
MOL	1,0	1,9	(0,9)	
<i>MOL %</i>	<i>9,8</i>	<i>17,2</i>	<i>-7,4 ppt</i>	

I volumi delle bevande a base frutta, che rappresentano la quasi totalità del venduto, risultano in calo del 9,7% rispetto al 2008. La SBU presenta una redditività percentuale in calo rispetto all'anno precedente a causa principalmente dell'aumento dei costi delle materie prime prevalentemente di importazione dovuto alla svalutazione della moneta locale.

Canada

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	295,9	295,4	0,6	+0,2%
MOL	20,0	23,7	(3,7)	
<i>MOL %</i>	<i>6,8</i>	<i>8,0</i>	<i>-1,3 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in valuta locale ml)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	479,9	444,2	35,6	+8,0%
MOL	32,5	35,7	(3,1)	
<i>MOL %</i>	<i>6,8</i>	<i>8,0</i>	<i>-1,3 ppt</i>	

La valuta canadese si svaluta di 7,8% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -23,1 €ml mentre sul Mol è pari a -1,6 €ml.

Il mercato dairy canadese presenta ancora tassi di sviluppo interessanti in tutti i comparti, ma si conferma l'orientamento dei consumatori verso prodotti meno costosi.

Nel mercato del latte la consociata migliora la propria posizione di mercato grazie soprattutto all'aumento di quota nel segmento "premium milk" da 32,7% al 35,7% con i prodotti microfiltrati e ad alta digeribilità.

Nel mercato dello yogurt la consociata conquista quote di mercato grazie al lancio dei "drinking yogurt" e all'allargamento distributivo alla regione francofona effettuati all'inizio del 2008. Nell'area anglofona si assiste ad un aumento della pressione competitiva con un maggiore utilizzo dell'attività promozionale a sostegno dei prodotti tradizionali.

Nel mercato dei formaggi la posizione di mercato della controllata è stata condizionata dalla forte pressione promozionale dei concorrenti. Parmalat mantiene la propria leadership nel segmento "Snack" dove ha lanciato un nuovo prodotto destinato al target bambini, mentre nel formaggio "Naturale", ove Parmalat detiene la seconda posizione, mostra una leggera perdita di quota a seguito delle aggressive politiche di prezzo dei concorrenti.

Nella categoria burro, Parmalat è leader a livello nazionale e la crescita supera decisamente quella del mercato.

I volumi di vendita sono in crescita dell'11,5% nei confronti dell'anno precedente: il latte pastorizzato cresce del 14%, lo yogurt dell'8,0%, mentre i formaggi e il burro risultano sostanzialmente stabili.

Rispetto al primo trimestre dell'anno precedente, si è riscontrato un aumento dei volumi e dei prezzi di vendita a fronte dei quali si è verificata una maggiore pressione promozionale e un aumento dei costi variabili e fissi industriali.

Africa

<i>(in milioni di euro)</i> ¹	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	79.9	81.4	(1.4)	-1.8%
MOL	1.2	6.6	(5.3)	
<i>MOL %</i>	<i>1.6</i>	<i>8.1</i>	<i>-6.5 ppt</i>	

¹ I dati sono riportati in euro in quanto consolidano le valute dei Paesi: Sud Africa, Zambia, Mozambico, Botswana e Swaziland

La valuta della principale unità d'affari africana (Rand – Sud Africa) si svaluta del 14,5% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente. L'impatto cambio sul fatturato è pari a -10,2 € ml; sul Mol è poco significativo.

I volumi venduti della SBU Africa risultano in aumento del 15,1%. Il latte UHT, che rappresenta il 49% del totale è in aumento del 13,6% rispetto all'anno precedente.

Le bevande base frutta (che rappresentano il 14% delle vendite totali) sono in aumento del 22,1%, mentre i formaggi (9% dei volumi totali di vendita) sono in aumento del 8,3% rispetto allo stesso periodo del 2008. Nella categoria yogurt (9% del venduto) i volumi sono in calo del 4,3% mentre il latte pastorizzato (6% del totale delle vendite), risulta in aumento del 65,3% rispetto all'anno precedente.

Sud Africa

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	70,0	72,5	(2,5)	-3,4%
MOL	0,1	5,3	(5,1)	
<i>MOL %</i>	<i>0,2</i>	<i>7,3</i>	<i>-7,1 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in valuta locale ml)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	907,4	820,4	87,0	+10,6%
MOL	1,9	60,0	(58,1)	
<i>MOL %</i>	<i>0,2</i>	<i>7,3</i>	<i>-7,1 ppt</i>	

La situazione economica del Paese non ha portato a una riduzione consistente dei consumi nei mercati in cui opera la consociata, quanto piuttosto ad una forte pressione sui prezzi: i consumatori si orientano sempre più verso prodotti e marche a basso prezzo.

Il mercato del latte è cresciuto del 12,5% a volume mentre soltanto del 2,6% a valore con una consistente riduzione del prezzo medio.

Nel mercato del formaggio si assiste a una leggera crescita ma con un trasferimento di consumi verso prodotti a prezzi più bassi.

Anche il mercato dello yogurt mostra una crescita a volume nonostante un aumento rilevante dei prezzi mentre è in diminuzione il mercato delle bevande a base frutta soprattutto nel segmento a lunga conservazione.

Nel mercato del latte la consociata aumenta la quota di mercato dal 9% del primo trimestre 2008 al 13% dell'analogo periodo del 2009, grazie al rilancio nel mercato del latte pastorizzato e alla crescita di quota in quello a lunga conservazione.

Nel mercato del formaggio la consociata ha aumentato la propria quota di mercato dal 37,5 al 39% mentre nel mercato dello yogurt la quota scende dal 22% al 19% nel periodo considerato.

In questo contesto i volumi complessivamente venduti dalla consociata risultano in aumento del 13,9% rispetto all'anno precedente. Nello specifico quelli del latte UHT, che rappresentano il 50% del totale venduto, risultano in aumento del 7,3% cui vanno aggiunti i volumi del latte pastorizzato in forte aumento. Le vendite a volume dei formaggi risultano in aumento del 7,8%, mentre la categoria Yogurt presenta volumi in calo del 6,4% rispetto allo stesso periodo di confronto.

La situazione economica del Paese e la forte pressione competitiva sui prezzi di vendita volta a sostenere i consumi e favorire la riduzione degli stock, hanno determinato la difficoltà a trasferire sui prezzi di vendita i maggiori costi variabili emersi già nel corso del 2008. Nonostante le azioni di ristrutturazione e razionalizzazione intraprese volte alla riduzione dei costi fissi, la marginalità permane sensibilmente inferiore all'anno precedente.

Da segnalare il recupero della situazione finanziaria della controllata già avviato nel corso dell'ultimo trimestre 2008 con l'intervento di sostegno della Capogruppo (11 milioni di euro di aumento di capitale e 10 milioni di finanziamenti a breve termine).

Altri Africa

Il fatturato ed i volumi degli altri paesi africani (Swaziland, Mozambico, Botswana e Zambia) sono risultati in crescita rispetto all'anno precedente.

Lo **Zambia** ha ottenuto nel primo trimestre una buona performance, con volumi di vendita e ricavi in aumento del 10% e 24% rispetto all'anno precedente; la redditività percentuale sui ricavi è risultata in calo. L'economia del paese è fortemente influenzata dalle esportazioni del rame e, un calo del prezzo e della domanda internazionale unito ad un indebolimento della valuta locale nei confronti del dollaro, hanno comportato un rallentamento generale del paese.

La performance del **Mozambico** evidenzia ottimi risultati sia in termini di volumi che di redditività nel confronto con il primo trimestre 2008.

In **Botswana**, nonostante i volumi siano cresciuti del 9% ed il fatturato sia in aumento del 20%, la redditività è stata penalizzata dall'andamento economico del paese fortemente legato all'esportazione dei diamanti; si ricorda che nel corso del 2009 la consociata ha iniziato a produrre i prodotti che in precedenza importava e commercializzava (principalmente latte UHT).

I risultati ottenuti in **Swaziland** sono fortemente positivi con i volumi e il fatturato che crescono rispettivamente del 16% e del 33%. Tale performance è stata ottenuta grazie al miglioramento della penetrazione nel mercato e alle difficoltà dei competitors locali.

Australia

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	93,1	107,5	(14,4)	-13,4%
MOL	6,8	1,9	4,8	
<i>MOL %</i>	<i>7,3</i>	<i>1,8</i>	<i>5,5 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in valuta locale ml)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	183,0	177,7	5,2	+2,9%
MOL	13,3	3,2	10,1	
<i>MOL %</i>	<i>7,3</i>	<i>1,8</i>	<i>5,5 ppt</i>	

La valuta locale (Aus\$) si svaluta di 18,8% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -17,5 € ml; sul Mol è pari a -1,3 € ml.

Il mercato del dairy australiano presenta nel trimestre trend di crescita interessanti soprattutto per gli yogurt (+5,8% a volume rispetto all'analogo periodo del 2008) e per i lattini aromatizzati (+7,1%) mentre il latte registra una crescita del 3,5% penalizzata dalle performances dei prodotti con un prezzo maggiore per i consumatori (lattini funzionali -7,7%).

Nel mercato del latte pastorizzato la consociata, come anche i principali competitors, conferma la perdita di quota a favore delle marche private.

Ancora in crescita la posizione competitiva nel mercato del latte aromatizzato, che riveste una grande rilevanza strategica per la consociata.

In lieve flessione la quota di mercato dello yogurt anche per il mix orientato verso prodotti a prezzo più elevato rispetto alla media di mercato.

In questa situazione i volumi venduti dalla SBU nel 2009 risultano in calo del 3,4% rispetto all'anno precedente ed in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 74% del totale venduto, registra volumi in calo del 6,4%; tal diminuzione è principalmente riconducibile al fenomeno già illustrato in precedenza di sostituzione dei prodotti di marca con quelli delle private labels.

Il netto miglioramento del margine operativo lordo è stato determinato dall'effetto di "carry over" dei prezzi, dal calo dei costi della materia prima latte rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente (caratterizzato dalle forti tensioni sul prezzo dei derivati del latte sul mercato internazionale con un impatto stimato in circa 7 milioni di AUD) e da alcuni interventi di razionalizzazione industriale.

Centro e Sud America

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trim 2009	I Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	144,3	100,1	44,2	+44,1%
MOL	15,5	12,2	3,3	
<i>MOL %</i>	<i>10,8</i>	<i>12,2</i>	<i>-1,5 ppt</i>	

Venezuela

La valuta locale (Bolivar) si apprezza di 13,2% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a 14,6 € ml mentre sul Mol è pari a 1,8 € ml.

In un mercato caratterizzato dal forte dinamismo, i volumi complessivamente venduti sono in aumento del 25,1%. In particolare, i volumi delle bevande a base frutta, che con il 49% rappresentano il motore trainante della consociata, risultano in aumento del 24% circa; in forte aumento del 24,2% quelli del latte pastorizzato e in polvere necessari a soddisfare la domanda interna.

L'incremento del margine operativo lordo rispetto all'anno precedente pari a oltre il 44% in valuta locale, è dovuto principalmente al buon risultato della divisione bevande a base frutta, anche se la necessità di vendita di prodotti a prezzo regolamentato penalizza il mix prodotti e conseguentemente la marginalità percentuale della consociata.

Colombia

La valuta locale (Peso) si svaluta di 9,9% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -2,2 € ml mentre sul Mol è pari a -0,1 € ml.

I volumi complessivamente venduti sono in calo del 17,2% rispetto all'anno precedente ed in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta il 77% dei volumi venduti, risulta in calo del 16,6%.

Causa le basse barriere all'entrata nel mercato del latte pastorizzato, si è registrato l'ingresso di diversi competitor, che ha comportato una forte pressione sui prezzi di vendita.

L'aumento della pressione competitiva nel mercato dello yogurt, anche a seguito dell'ingresso di un forte competitor internazionale, ha comportato una contrazione sia in termini di volumi che di marginalità per la SBU.

La contrazione dei volumi sulle principali categorie in cui la consociata opera e problemi produttivi evidenziatisi nei primi mesi dell'anno, hanno inciso negativamente sui risultati economici della SBU nel primo trimestre.

Nicaragua

La valuta locale (Cordoba) si apprezza di 8,8% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente. Verso l'anno precedente l'impatto sul fatturato è pari a 0,6 € ml; sul Mol è pari a 0,1 € ml.

Il Nicaragua è il più grande paese del Centro America ma allo stesso tempo quello con meno abitanti e con un tasso di povertà molto elevato. In questo difficile contesto Parmalat Nicaragua detiene una posizione di leadership nei principali mercati Dairy e bevande a base frutta.

La SBU, che nel primo trimestre fa registrare volumi in calo del 19,0% rispetto all'anno precedente, grazie principalmente ad un'attenta politica dei prezzi volta a compensare l'aumento dei costi dei fattori di produzione, fa registrare un miglioramento in termini di redditività rispetto all'anno precedente.

Andamento finanziario

Andamento del Gruppo

Alla fine di marzo la situazione finanziaria del Gruppo è migliorata di 135,4 Mio€, passando da una posizione di disponibilità finanziaria netta di 1.108,8 milioni di euro al 31 dicembre 2008 ad una posizione di disponibilità finanziaria netta di 1.244,2 milioni di euro al 31 marzo 2009, registrando un effetto cambio negativo pari a 12,5 milioni di euro. I valori di posizione finanziaria netta comprendono l'indebitamento netto delle controllate venezuelane, pari a 149,8 milioni di euro al 31 dicembre 2008 e a 152,2 milioni di euro al 31 marzo 2009.

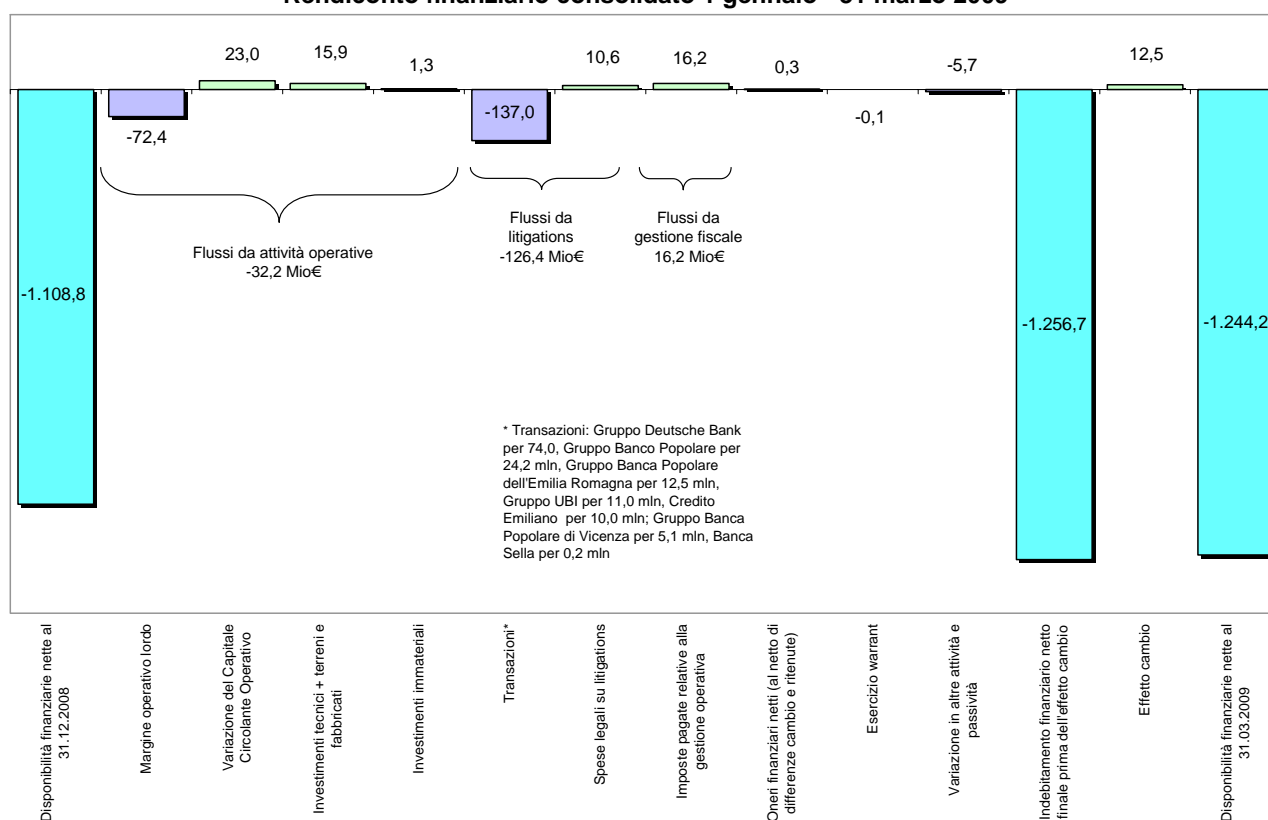
La generazione di cassa dalle attività operative è stata pari a 32,2 milioni di euro.

I flussi da litigation sono stati pari a 126,4 milioni di euro: a fronte di esborsi per spese legali di 10,6 milioni di euro si sono registrati incassi per 137,0 milioni di euro derivanti dagli accordi transattivi raggiunti nel corso del trimestre con il Gruppo Deutsche Bank per 74,0 milioni di euro, con il Gruppo UBI per 11,0 milioni di euro, con il Gruppo Banca Popolare dell'Emilia Romagna per 12,5 milioni di euro, con il Gruppo Banca Popolare di Vicenza per 5,1 milioni di euro, con Banca Sella per 0,2 milioni di euro, con il Credito Emiliano Spa per 10,0 milioni di euro e con il Gruppo Banco Popolare per 24,2 milioni di euro.

I flussi relativi alla gestione fiscale sono stati pari a 16,2 milioni di euro.

Infine, oltre al già menzionato effetto cambio negativo per 12,5 milioni di euro, si sono registrati oneri finanziari al netto di differenze cambio e ritenute per 0,3 milioni di euro, incassi per 0,1 milioni derivanti dall'esercizio di warrant, riduzione di altre attività e passività per 5,7 milioni di euro.

Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 31 marzo 2009



Risorse Umane

Organico del Gruppo

Di seguito una tavola di sintesi della distribuzione per area geografica del personale di Gruppo in forza al 31 marzo 2009 rispetto a quello in forza al 31 dicembre 2008:

Totale dipendenti per area geografica*		
Area	31 marzo 2009	31 dicembre 2008
Italia	2.216	2.343
Altre Europa	1.420	1.404
Canada	2.956	2.971
Africa	2.295	2.238
Australia	1.483	1.462
Centro e Sud America	3.737	3.750
Totale	14.107	14.168

* dipendenti delle società consolidate integralmente

Nei primi tre mesi dell'esercizio 2009 a livello di Gruppo non si registrano variazioni sostanziali di organico, fatta eccezione per la BU Italia in cui la cessione del ramo d'azienda di Lodi ha portato a una diminuzione di Personale di 93 unità a cui se ne aggiungono 34 dovute prevalentemente alla scadenza di contratti a tempo determinato non rinnovati.

Gestione e Sviluppo Risorse Umane

È proseguita anche nel corso del primo trimestre 2009 l'attività del Comitato per la Gestione delle Risorse Umane di Gruppo, volta a migliorare i processi di gestione e sviluppo delle risorse e a definire politiche e linee guida condivise. Nell'ambito del Comitato sono stati avviati due nuovi progetti: la definizione di un Performance Management Program e di un Induction Program con strutture e contenuti omogenei, pur nel rispetto delle legislazioni locali.

Le attività formative proseguono a seconda delle necessità individuate in ciascun Paese.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto è pari a 942,1 milioni di euro escludendo l'importo di 42,7 milioni relativi all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento.

Tale dato risulta in crescita di 48,2 milioni di euro (+5,4%) rispetto ai 893,9 milioni dell'analogo periodo dell'anno precedente che escludono i 33,0 milioni di euro di Newlat ceduta nel primo semestre 2008. Tenendo conto dell'effetto cambio, il fatturato netto risulta in crescita del +0,6%. L'andamento positivo del fatturato netto è dovuto essenzialmente ad un aumento dei listini prezzi per far fronte all'incremento dei fattori produttivi e ad un effetto volume/mix positivo.

Il margine operativo lordo è pari a 74,3 milioni di euro, escludendo l'importo di 1,9 milioni relativi all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento,

Tale dato risulta in crescita di 12,9 milioni di euro (+21,1%) rispetto ai 61,4 milioni dell'anno precedente che escludono i 2,5 milioni di euro di Newlat ceduta nel primo semestre 2008. Tenendo conto dell'effetto cambio, il margine operativo lordo è in aumento del 18,0%.

Il Gruppo nel corso del 2009 ha registrato, rispetto al primo trimestre 2008, un andamento dei principali fattori produttivi contrastante, con un marcato calo in Italia e aumenti in Canada, Venezuela e Sud Africa. In un contesto caratterizzato dall'aggressività competitiva da parte delle marche private, il Gruppo ha saputo reagire con un'attenta politica dei prezzi ed una crescita delle attività promozionali che ha determinato un effetto positivo sui prodotti di base in risposta al mutato atteggiamento d'acquisto dei consumatori. La redditività migliora anche grazie a un'attenta gestione dei costi di struttura.

L'utile operativo netto è pari a 192,4 milioni di euro, in aumento rispetto ai 106,8 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008. Sull'utile operativo incidono in misura rilevante, oltre che il margine operativo lordo (72,4 milioni), i proventi da azioni revocatorie e risarcitorie per 156 milioni (82,3 milioni nei primi tre mesi del 2008) e le spese legali su *litigations* per 3,9 milioni (12 milioni nei primi tre mesi del 2008).

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 22,6 milioni (23,1 milioni nei primi tre mesi del 2008).

L'utile di Gruppo è pari a 176,3 milioni di euro, in aumento rispetto ai 90,2 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008, di 86,1 milioni di euro. Tale incremento è sostanzialmente riconducibile a quanto precedentemente illustrato nei commenti relativi all'utile operativo netto.

Il capitale circolante operativo è pari a 362,7 milioni di euro, in aumento rispetto ai 329,2 milioni del 31 dicembre 2008 di 33,5 milioni di euro. Tale incremento è principalmente dovuto alle maggiori rimanenze di prodotti finiti nella controllata canadese, per effetto della stagionalità del *business* che vede, nella prima parte dell'anno, un aumento della produzione di latte a cui si contrappone, nella seconda parte dell'anno, un aumento delle vendite.

Il capitale investito netto è pari a 1.777,3 milioni di euro, in diminuzione rispetto ai 1.733,3 milioni di euro del 31 dicembre 2008, di 44,0 milioni di euro. Tale incremento è principalmente dovuto sia alla variazione del capitale circolante operativo che alla conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro.

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 1.244,2 milioni di euro, in aumento di 135,4 milioni rispetto ai 1.108,8 milioni di euro del 31 dicembre 2008. Le cause principali di tale variazione sono: il flusso di cassa da attività operative per 32,2 milioni di euro; i flussi da *litigations* per 126,4 milioni di euro, di cui 137,0 milioni relativi agli incassi transattivi raggiunti nel corso del periodo e 10,6 milioni relativi al pagamento di spese legali per la coltivazione delle cause; i flussi relativi alla gestione fiscale per 16,2 milioni di euro; la conversione dell'indebitamento netto delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 12,5 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 2.995,7 milioni di euro, in aumento rispetto ai 2.817,2 milioni del 31 dicembre 2008, di 178,5 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile di Gruppo per 176,3 milioni di euro.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	I Trimestre 2009	I Trimestre 2008
RICAVI	904,6	932,2
Fatturato netto	899,4	926,9
Altri ricavi	5,2	5,3
COSTI OPERATIVI	(829,8)	(865,5)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(721,0)	(751,0)
Costo del lavoro	(108,8)	(114,5)
Sub totale	74,8	66,7
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,4)	(2,8)
MARGINE OPERATIVO LORDO	72,4	63,9
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(22,6)	(23,1)
Altri oneri e proventi:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(3,9)	(12,0)
- Altri proventi e oneri	146,5	78,0
UTILE OPERATIVO NETTO	192,4	106,8
Proventi finanziari	12,6	17,2
Oneri finanziari	(9,4)	(9,6)
Differenze cambio attive/(passive) nette	(1,8)	(5,0)
Altri proventi e oneri su partecipazioni	0,1	-
UTILE ANTE IMPOSTE	193,9	109,4
Imposte sul reddito del periodo	(16,6)	(18,6)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	177,3	90,8
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	177,3	90,8
(Utile)/perdita di terzi	(1,0)	(0,6)
Utile/(perdita) di gruppo	176,3	90,2
Attività in funzionamento:		
Utile/(Perdita) per azione base	0,1043	0,0545
Utile/(Perdita) per azione diluito	0,1030	0,0529

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	31.03.2009	31.12.2008
IMMOBILIZZAZIONI	1.713,0	1.698,7
Immateriali	1.005,9	999,2
Materiali	650,0	646,3
Finanziarie	8,6	8,4
Attività per imposte anticipate	48,5	44,8
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	4,2	8,1
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	422,0	379,7
Rimanenze	356,8	333,6
Crediti Commerciali	466,0	465,5
Debiti Commerciali (-)	(460,1)	(469,9)
Capitale circolante operativo	362,7	329,2
Altre Attività	262,6	246,2
Altre Passività (-)	(203,3)	(195,7)
CAPITALE INVESTITI DEDOTTO LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.139,2	2.086,5
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(89,5)	(87,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(262,7)	(256,4)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE (-)	(9,7)	(9,7)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.777,3	1.733,3
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.021,5	2.842,1
Capitale sociale	1.692,3	1.687,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	188,5	193,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.068,9	393,5
Acconto sul dividendo	(130,3)	(130,0)
Utile del periodo	176,3	673,1
Patrimonio netto di terzi	25,8	24,9
(DISPONIBILITA') INDEBITAMENTO FINANZIARIE NETTE	(1.244,2)	(1.108,8)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	501,5	492,6
Debiti finanziari v/so partecipate	6,3	6,2
Altre attività finanziarie (-)	(1.105,7)	(706,4)
Disponibilità (-)	(646,3)	(901,2)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.777,3	1.733,3

Parmalat S.p.A.

Il fatturato netto è pari a 207,0 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 227,0 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008, di 20,0 milioni di euro (- 8,8%).

Il margine operativo lordo è pari a 18,3 milioni di euro, in aumento di 10,5 milioni di euro rispetto ai 7,8 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008. La redditività percentuale è pari all'8,8% e si confronta con il 3,4% del primo trimestre 2008.

L'utile operativo netto è pari a 153,8 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 69,5 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008, di 84,3 milioni di euro. Tale variazione è principalmente dovuta al maggior volume di accordi transattivi conclusi nel trimestre (156,0 milioni di euro nei primi tre mesi del 2009 contro 82,3 nel primo trimestre 2008), a minori spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie (3,9 milioni di euro contro 12,0 milioni nel primo trimestre 2008); nello stesso periodo, tuttavia, si sono avuti maggiori ammortamenti per 1,0 milioni di euro.

L'utile del periodo è pari a 177,8 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 106,4 milioni di euro dei primi tre mesi del 2008, di 71,4 milioni di euro. Ad esso contribuiscono 9,7 milioni di euro di proventi finanziari netti (15,1 milioni nel primo trimestre 2008) e 21,6 milioni di proventi da controllate (28,2 milioni nel primo trimestre 2008), rappresentati da dividendi deliberati da società del gruppo.

Il capitale investito netto è pari a 1.280,1 milioni di euro, aumentato di 26,2 milioni di euro rispetto ai 1.253,9 milioni di euro del 31 dicembre 2008.

Le disponibilità finanziarie nette sono migliorate significativamente, nel corso del trimestre, passando da una posizione di 1.441,2 milioni di euro ad una di 1.592,0 milioni di euro (+ 150,8 milioni di euro), principalmente per effetto dell'incasso delle transazioni concluse con numerosi istituti creditizi (137,0 milioni di euro).

Il patrimonio netto è pari a 2.872,1 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.695,1 milioni del 31 dicembre 2008, di 177,0 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile del periodo di 177,8 milioni di euro e del pagamento di dividendi a creditori ammessi con riserva (0,9 milioni di euro).

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	I Trimestre 2009	I Trimestre 2008
RICAVI	212,4	232,3
Fatturato netto	207,0	227,0
Altri ricavi	5,4	5,3
COSTI OPERATIVI	(191,9)	(223,3)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(166,2)	(193,7)
Costo del lavoro	(25,7)	(29,6)
Sub totale	20,5	9,0
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,2)	(1,2)
MARGINE OPERATIVO LORDO	18,3	7,8
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(9,4)	(8,4)
Altri oneri e proventi:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(3,9)	(12,0)
- Accantonamento per società partecipate		(0,3)
- Altri proventi e oneri	148,8	82,4
UTILE OPERATIVO NETTO	153,8	69,5
Proventi finanziari	11,2	15,1
Oneri finanziari	(0,7)	(0,3)
Differenze cambio attive/(passive) nette	(0,8)	0,3
Altri proventi e oneri su partecipazioni	21,6	28,2
UTILE ANTE IMPOSTE	185,1	112,8
Imposte sul reddito del periodo	(7,3)	(6,4)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	177,8	106,4
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	177,8	106,4

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	31.03.2009	31.12.2008
IMMOBILIZZAZIONI	1.351,9	1.353,7
Immateriali	397,9	401,5
Materiali	152,7	153,8
Finanziarie	773,3	773,2
Attività per imposte anticipate	28,0	25,2
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,0	4,1
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	162,9	127,6
Rimanenze	40,7	39,7
Crediti Commerciali	207,6	224,0
Debiti Commerciali (-)	(193,5)	(205,2)
Capitale circolante operativo	54,8	58,5
Altre Attività	214,0	169,3
Altre Passività (-)	(105,9)	(100,2)
CAPITALE INVESTITI DEDOTTO LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	1.514,8	1.485,4
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(27,5)	(27,7)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(199,5)	(196,1)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE (-)	(7,7)	(7,7)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.280,1	1.253,9
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	2.872,1	2.695,1
Capitale sociale	1.692,3	1.687,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	188,5	193,3
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	943,8	329,0
Acconto su dividendo	(130,3)	(130,0)
Utile del periodo	177,8	615,4
(DISPONIBILITA') INDEBITAMENTO FINANZIARIE NETTE	(1.592,0)	(1.441,2)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	5,8	5,9
Debiti finanziari verso partecipate	(18,3)	(17,3)
Altre attività finanziarie (-)	(1.077,1)	(679,2)
Disponibilità (-)	(502,4)	(750,6)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.280,1	1.253,9

Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009 è stato redatto in osservanza di quanto disposto dall'art. 154-ter "Relazioni finanziarie" del Testo Unico della Finanza ("T.U.F."), introdotto dal D.Lgs. n. 195 del 6 novembre 2007 con cui il legislatore italiano ha dato attuazione alla Direttiva 2004/109/CE (c.d. direttiva *Transparency*) in materia di informativa periodica.

Nella predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009 sono stati applicati gli stessi principi contabili adottati nella redazione del bilancio al 31 dicembre 2008 e deve pertanto essere letto congiuntamente a tale bilancio.

Relativamente all'applicazione di principi contabili ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2009 ed adottati dall'Unione Europea:

- *IFRS 8 – Settori operativi*
- *Modifiche allo IAS 1 – Presentazione del bilancio*
- *Modifiche allo IAS 23 – Oneri finanziari*
- *IFRIC 13 – Programmi di fidelizzazione della clientela*
- *Modifiche all'IFRS 2 – Pagamenti basati su azioni*
- *Miglioramenti agli IFRS*

non si segnalano effetti significativi sul Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009. Si precisa inoltre che non sono stati adottati in via anticipata i principi contabili omologati dall'Unione Europea ma che entreranno in vigore dopo il 31 marzo 2009.

Lo schema utilizzato per la predisposizione del conto economico e dello stato patrimoniale corrisponde a quello presentato nella Relazione sulla Gestione del bilancio annuale.

La predisposizione del Resoconto intermedio di gestione richiede da parte degli Amministratori l'applicazione di principi e metodologie contabili che, in talune circostanze, si basano su difficili e soggettive valutazioni e stime basate sull'esperienza storica ed assunzioni che vengono di volta in volta considerate ragionevoli e realistiche in funzione delle relative circostanze. L'applicazione di tali stime ed assunzioni influenza gli importi riportati negli schemi di bilancio, quali lo stato patrimoniale e il conto economico, nonché l'informativa fornita. I valori finali delle voci di bilancio per le quali sono state utilizzate le suddette stime ed assunzioni, possono differire da quelli riportati nei bilanci a causa dell'incertezza che caratterizza le assunzioni e le condizioni sulle quali si basano le stime. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi contabilmente nel periodo in cui avviene la revisione di stima, se tale revisione influenza solo il periodo corrente, o anche nei periodi successivi se la revisione influenza il periodo corrente e quelli futuri. Le voci di bilancio che richiedono più di altre una maggiore soggettività da parte degli Amministratori nell'elaborazione delle stime e per le quali una modifica delle condizioni sottostanti le assunzioni utilizzate potrebbe avere un impatto significativo sul Resoconto intermedio sono: l'avviamento, la svalutazione degli attivi immobilizzati, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte differite, il fondo svalutazione crediti, i fondi rischi, i piani pensionistici e altri benefici successivi al rapporto di lavoro e le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive.

La determinazione di eventuali perdite di valore di attività immobilizzate è generalmente effettuata in modo completo solo in sede di redazione del bilancio annuale, allorquando sono disponibili tutte le informazioni eventualmente necessarie, salvo i casi in cui vi siano indicatori di *impairment* che richiedono un'immediata valutazione di eventuali perdite di valore.

Le imposte sul reddito sono riconosciute sulla base della miglior stima dell'aliquota media attesa per l'intero esercizio.

Alcuni dei prodotti del Gruppo sono soggetti a una maggiore stagionalità delle vendite, rispetto ad altri, come conseguenza delle differenti abitudini o modalità di consumo. Tuttavia la ripartizione geografica delle vendite attenua sensibilmente gli effetti legati alla stagionalità.

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 14 maggio 2009.

Area di consolidamento

Nel corso del primo trimestre 2009 non sono intervenute variazioni nell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2008.

Eventi significativi del primo trimestre 2009

Transazioni

Nel corso del primo trimestre del 2009, Parmalat ha concluso con alcuni istituti di credito i seguenti accordi transattivi:

- in data 6 febbraio 2009, con il Gruppo Deutsche Bank per un importo di 74 milioni di euro oltre alla prestazione da parte di Deutsche Bank di servizi di Investment Banking per un valore pari a 2,5 milioni di euro;
- in data 6 febbraio 2009, con il Gruppo UBI (Banca Popolare di Bergamo S.p.A., C.B.I. Factor S.p.A. e Banco di Brescia S.p.A.) per un importo complessivo di 11 milioni di euro;
- in data 6 febbraio 2009, con il Gruppo Banca Popolare di Vicenza (Banca Popolare di Vicenza Soc. Coop. a r. l. e Cassa di Risparmio di Prato S.p.A.) per un importo complessivo di 5,1 milioni di euro;
- in data 6 febbraio 2009, con il Gruppo di banche e società controllate da Banca Popolare dell'Emilia Romagna (Gruppo BPER) per un importo complessivo di 12,5 milioni di euro;
- in data 11 febbraio 2009 con Credito Emiliano S.p.A. per un importo complessivo di 10 milioni di euro.
- in data 18 febbraio 2009, con il Gruppo Banco Popolare per un importo complessivo di 24,2 milioni di euro;
- in data 30 marzo 2009, con MPS S.p.A. quale società incorporante Banca Antonveneta S.p.A. per un importo complessivo di 19 milioni di euro.

Approvazione della transazione con la Class Action

In data 2 marzo 2009, il Tribunale Federale di New York ha approvato la transazione raggiunta fra Parmalat S.p.A. e la "class action" certificando quest'ultima quale comprensiva di tutti i membri in qualunque parte del mondo e per qualsiasi tipo di domanda nei confronti di Parmalat S.p.A. (e Parmalat S.p.A. in Amministrazione Straordinaria). Parmalat distribuirà 10,5 milioni di sue azioni in onnicomprensiva e definitiva soddisfazione di qualsiasi pretesa fatta valere contro di essa dalla "classe", da trasferire entro trenta giorni dalla data dell'ordine definitivo del giudice.

Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2009

Accordo tra Parmalat e il Gruppo Banca Carige

In data 17 aprile 2009 sono stati raggiunti accordi transattivi tra Parmalat S.p.A. e il Gruppo Banca Carige (Banca Carige S.p.A. e Cassa di Risparmio di Savona S.p.A.) per la definizione del contenzioso in essere riferibile al periodo antecedente la dichiarazione di insolvenza del Gruppo Parmalat (dicembre 2003). Per effetto di tali accordi, il Gruppo Banca Carige corrisponderà a Parmalat S.p.A. l'importo di euro 5.400.000, a fronte della rinuncia da parte di Parmalat S.p.A. alle azioni revocatorie già promosse e a qualsiasi azione o pretesa nei confronti del Gruppo Carige.

Il Gruppo Banca Carige rinuncia ad insinuare al passivo delle società in Amministrazione Straordinaria interessate dalla proposta di Concordato il credito derivante dal versamento dell'importo oggetto degli accordi transattivi, nonché ogni eventuale ulteriore credito derivante da pregressi rapporti. Il Gruppo Banca Carige, rinuncia altresì a qualsiasi azione o pretesa nei confronti di Parmalat S.p.A., assuntore del Concordato.

Prevedibile evoluzione della gestione

Non si hanno motivi per modificare la *guidance* che prevede, a cambi costanti, i ricavi netti in crescita del 2-4% ed un EBITDA compreso fra i 310 e i 320 milioni di euro visti i risultati e il contesto di riferimento sia macroeconomico che competitivo.

Attestazione ai sensi dell'art. 154 *bis*, comma 2 del D. Lgs 58/98 e successive modifiche

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Luigi De Angelis, dichiara, ai sensi dell'art. 154 *bis*, comma 2 del Testo Unico della Finanza (D.Lgs 58/1998), che l'informativa contabile contenuta nella presente relazione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

f.to Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari
Dott. Luigi De Angelis

Parmalat S.p.A.

Via delle Nazioni Unite 4
43044 Collecchio (Parma) - Italia
Tel. +39.0521.808.1

www.parmalat.com

Cap. Soc.: 1.692.267.004 euro i.v.
R.E.A. Parma n. 228069
Reg. Imprese Parma n. 04030970968
Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

