



Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 settembre 2009



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005

Indice

Organi Societari	5
Dati di sintesi.....	7
Andamento economico della gestione	8
Andamento finanziario	22
Risorse Umane	23
Commenti ai risultati economico-finanziari	24
Eventi significativi del terzo trimestre 2009.....	30
Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2009	30
Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2009	31
Prevedibile evoluzione della gestione.....	34
Attestazione ai sensi dell'art. 154 bis, comma 2 del D. Lgs 58/98 e successive modifiche	34

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
Renato Colavolpe

Dati di sintesi

Principali dati economici

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	III Trimestre 2009	III Trimestre 2008
- FATTURATO NETTO	2.847,4	2.876,1	999,3	973,7
- MARGINE OPERATIVO LORDO	265,3	219,9	103,7	78,8
- UTILE OPERATIVO NETTO	356,0	674,2	67,5	231,2
- UTILE DEL PERIODO	285,5	640,1	36,3	213,2
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	12,4	23,3	6,7	23,6
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	10,0	22,1	3,6	21,8
SOCIETA'				
- FATTURATO NETTO	618,2	677,5	201,7	219,2
- MARGINE OPERATIVO LORDO	59,9	40,1	18,4	15,2
- UTILE OPERATIVO NETTO	193,3	551,1	(1,1)	175,3
- UTILE DEL PERIODO	228,2	614,2	(0,4)	167,1
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	30,4	79,2	(0,5)	77,7
- UTILE DEL PERIODO /RICAVI (%)	35,9	88,3	(0,2)	74,1

Principali dati finanziari

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	30.09.2009	30.06.2009	31.12.2008
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	1.082,2	1.130,0	1.108,8
- ROI (%) ¹	26,1	32,3	41,6
- ROE (%) ¹	13,1	17,1	24,5
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,7	0,7	0,7
- PFN/PATRIMONIO	(0,4)	(0,4)	(0,4)
SOCIETA'			
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	1.401,1	1.480,3	1.441,2
- ROI (%) ¹	40,6	61,2	86,8
- ROE (%) ¹	11,3	16,8	23,8
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,8	0,9	0,8
- PFN/PATRIMONIO	(0,5)	(0,5)	(0,5)

¹ Indici calcolati utilizzando i dati economici annualizzati e i dati patrimoniali mediati tra inizio e fine periodo.

Andamento economico della gestione

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

Gruppo

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	2.847,4	2.876,1	(28,8)	-1,0%
MOL	265,3	219,9	45,4	+20,6%
<i>MOL %</i>	<i>9,3</i>	<i>7,6</i>	<i>1,7 ppt</i>	

(in milioni di euro)	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	999,3	973,7	25,6	+2,6%
MOL	103,7	78,8	24,9	+31,6%
<i>MOL %</i>	<i>10,4</i>	<i>8,1</i>	<i>2,3 ppt</i>	

I dati a cambi e perimetro costanti sono i seguenti:

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	2.868,0	2.821,2	46,7	+1,7%
MOL	268,8	215,8	53,0	+24,6%
<i>MOL %</i>	<i>9,4</i>	<i>7,6</i>	<i>1,7 ppt</i>	

Il **fatturato netto** è pari a 2.868,0 milioni di euro, in crescita dell'1,7% rispetto all'anno precedente. Tale crescita si ottiene considerando quanto segue:

- impatto sul fatturato 2009 di 49,4 milioni per l'effetto cambio negativo dovuto all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento;
- esclusione dal fatturato 2009 delle attività acquisite in Australia nel corso del terzo trimestre (28,8 milioni di euro), ed esclusione dal fatturato 2008 di Newlat, ceduta nel primo semestre (54,9 milioni di euro – effetto perimetro).

L'andamento positivo del fatturato netto è dovuto essenzialmente all'effetto degli aumenti dei listini prezzi operati in alcuni paesi (soprattutto Canada e Venezuela) per far fronte all'incremento dei fattori produttivi.

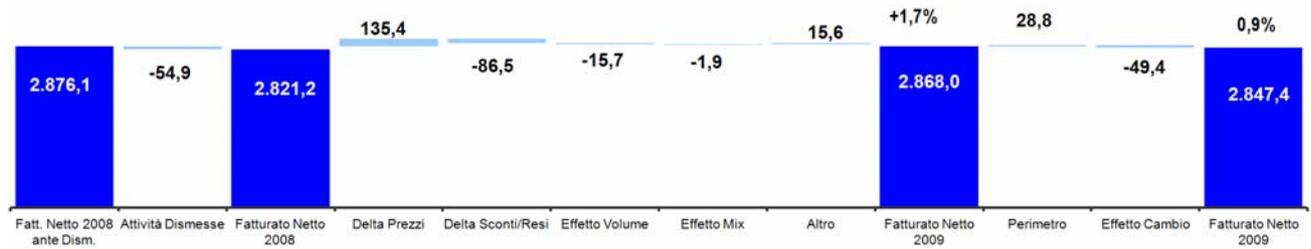
Il **marginale operativo lordo** è pari a 268,8 milioni di euro nel 2009, escludendo l'effetto cambio negativo per un importo pari a 4,3 milioni relativi all'apprezzamento dell'euro rispetto alle valute dei più importanti paesi di riferimento ed il contributo positivo dovuto all'ingresso della nuove attività acquisite (0,9 milioni di euro), mentre i 215,8 milioni dell'anno precedente escludono i 4,2 milioni di euro di Newlat. Il margine operativo lordo così ricalcolato risulta in crescita di 53,0 milioni di euro (+24,6%) rispetto all'anno precedente.

Il Gruppo migliora la redditività sia per il contributo degli aumenti dei listini prezzi impostati nell'anno precedente oltretutto per i risparmi ottenuti sull'acquisto della materia prima latte in diversi paesi in cui Parmalat opera, in particolare in Italia. Gli investimenti pubblicitari risultano in aumento di oltre il 10% rispetto all'analogo periodo 2008, raggiungendo l'importo di 42,3 milioni di euro, coerentemente con la strategia di rafforzamento del sostegno alle marche principali del Gruppo. Prendendo in considerazione l'andamento delle aree geografiche si rileva un recupero di redditività dell'Africa, un buon andamento dell'Australia e un'ottima performance del Venezuela.

Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

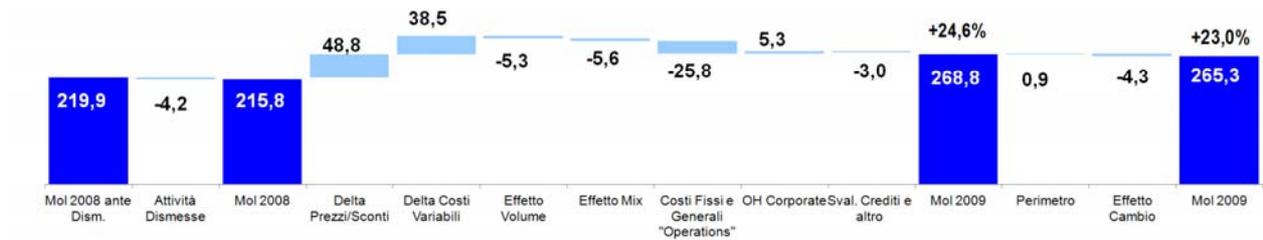
Fatturato Netto progressivo Settembre 2009 vs 2008

(€ ml)



Margine operativo Lordo progressivo Settembre 2009 vs 2008

(€ ml)



Dati Per Area Geografica

<i>(in milioni di euro)</i>						
	Progressivo al 30 settembre 2009			Progressivo al 30 settembre 2008		
Aree	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %
Italia ¹	748,2	88,7	11,9	864,9	81,6	9,4
Altri Europa	100,9	15,6	15,5	123,1	18,3	14,9
Canada	987,1	87,2	8,8	981,4	88,9	9,1
Africa	254,7	13,8	5,4	247,1	9,0	3,6
Australia ²	340,5	30,2	8,9	339,2	13,6	4,0
Centro Sud America	416,8	47,2	11,3	323,0	31,1	9,6
Altro ³	(0,7)	(17,3)	n.s.	(2,5)	(22,5)	n.s.
Gruppo	2.847,4	265,3	9,3	2.876,1	219,9	7,6

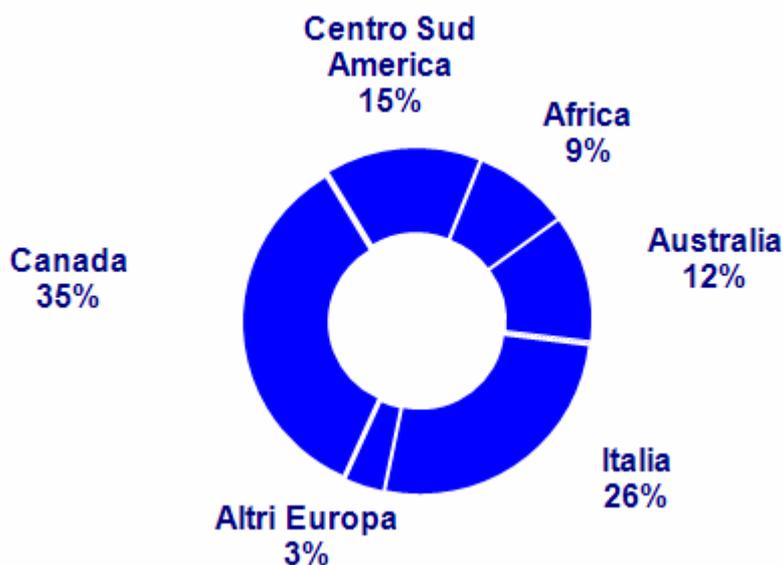
Le Aree rappresentano il dato consolidato dei paesi

1. I dati relativi al 2008 includono ricavi netti per 54,9 milioni di euro e margine operativo lordo per 4,2 milioni di euro relativi a Newlat, ceduta nel primo semestre 2008

2. I dati relativi al 2009 includono ricavi netti per 28,8 milioni di euro e margine operativo lordo per 0,9 milioni di euro relativi all'acquisizione delle nuove attività

3. 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	Progressivo al 30 settembre 2009			Progressivo al 30 settembre 2008		
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %
Latte ¹	1.674,6	137,6	8,2	1.702,7	115,0	6,8
Bevande Base Frutta ²	244,9	48,5	19,8	211,7	39,4	18,6
Derivati del Latte ³	878,1	92,1	10,5	909,4	82,1	9,0
Altro ⁴	49,8	(12,9)	(25,8)	52,3	(16,6)	(31,7)
Gruppo	2.847,4	265,3	9,3	2.876,1	219,9	7,6

1 Include latte, panne e besciamelle

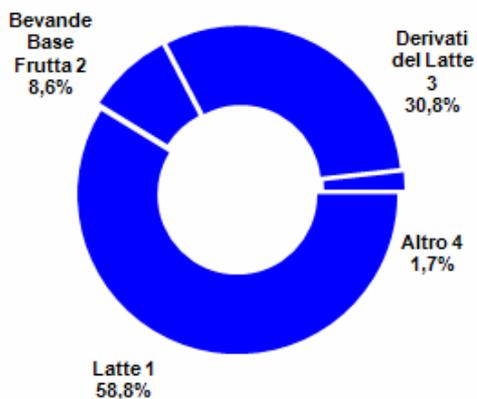
2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

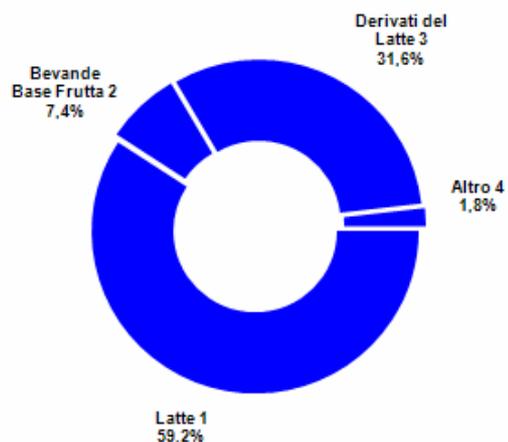
4 Include altri prodotti ed i costi della Capogruppo

Fatturato Netto Per divisione Prodotto

Progressivo al 30 settembre 2009



Progressivo al 30 settembre 2008



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 nove mesi del 2009 i costi per Capex risultano pari a 53,2 milioni di euro. Di seguito i principali investimenti.

- **Canada (16,9 milioni).** Nuovo impianto per il trattamento del siero del latte, miglioramento delle linee produttive di latte puro filtrato, ricostruzione degli impianti e del fabbricato distrutti da un incendio a Victoriaville, aumento della capacità produttiva ed automazione delle linee di confezionamento, sostituzione di linee di riempimento delle confezioni di latte.
- **Italia (13,7 milioni).** Miglioramento servizi degli stabilimenti, implementazione sistema di controllo performances ed efficienze delle linee produttive, ottimizzazione linee bottiglie HDPE per il latte UHT.
- **Centro e Sud America (8,8 milioni).** In **Colombia**, completamento dei lavori di potenziamento dello stabilimento, ripristino assets ed aggiornamento tecnologico applicato ai processi produttivi. In **Venezuela**, aumento della capacità produttiva nell'area UHT, ampliamento delle celle frigorifere nelle aree di spedizione e cremeria, ampliamento della capacità di raccolta del latte crudo, ripristino di assets ed ampliamento degli stabilimenti .
- **Australia (5,4 milioni).** Nuovo sistema di miscelazione ingredienti, installazione di soffiatrici per bottiglie in plastica, miglioramento qualitativo dei depositi, messa in produzione di confezionatrici per lo yogurt e per la crema dessert, nuovo centro di distribuzione.

Italia

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	748,2	864,9	(116,7)	-13,5%
MOL	88,7	81,6	7,1	+8,8%
<i>MOL %</i>	<i>11,9</i>	<i>9,4</i>	<i>2,4 ppt</i>	

(in milioni di euro)	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	242,5	265,0	(22,5)	-8,5%
MOL	27,0	25,6	1,4	+5,3%
<i>MOL %</i>	<i>11,1</i>	<i>9,7</i>	<i>1,5 ppt</i>	

Nel corso dell'anno 2008 sono avvenute due importanti cessioni: Newlat (maggio 2008) ed alcuni marchi della categoria formaggi (Ala, Polenghi e Optimus), ceduti a fine dicembre 2008. Escludendo tali cessioni, il fatturato netto 2008 passa da 864,9 a 808,6 milioni di euro.

A perimetro omogeneo il fatturato netto risulta in diminuzione del 7,5% principalmente a seguito di:

- mancato aumento dei listini nel 2009, con l'effetto di trascinamento dei prezzi dal 2008 più che compensato dall'utilizzo della leva commerciale attraverso una politica di sconti e promozioni attuata nel corso dei primi nove mesi, al fine di mantenere quote e volumi in un mercato in contrazione;
- calo dei volumi, in particolare nel mercato del latte fresco su tutti i canali di vendita anche per la forte crescita delle *private label* nel canale della distribuzione moderna. In tale contesto Parmalat è riuscita a contenere parzialmente la contrazione dei volumi del latte fresco, grazie all'ottimo andamento di Blu Premium.

Mercati e Prodotti

Il clima di recessione ha portato il mercato ad una forte focalizzazione sulla leva del prezzo. Nonostante l'inflazione sia in forte calo, il consumatore si orienta in misura crescente su prodotti di primo prezzo, *private label* e prodotti in promozione.

Il mercato del latte UHT, nel progressivo a settembre 2009, registra un trend negativo (-1,3% a volume), a seguito dell'andamento dei prodotti basici, principalmente latte intero UHT, nonostante l'aumento della leva promozionale.

Il segmento Alta Digeribilità risulta in aumento a volume (+11,3%), mentre i latti funzionali fanno registrare un trend negativo (-10,8% a volume).

Parmalat cresce a volume (+1,2%) nel canale moderno e conferma la propria leadership nel mercato del latte UHT con una quota a valore pari al 35,1%, grazie principalmente al contributo dei latti basici. Nel segmento Alta Digeribilità, Zymil, prodotto leader, registra volumi in crescita del 6,9%.

Il mercato del latte pastorizzato nel progressivo a settembre registra un trend leggermente positivo solamente nella distribuzione moderna (+0,7% a volume). Le *private label* aumentano la loro quota, arrivando nel mese di settembre al 19,4% sul canale moderno, grazie alla leva prezzo.

Parmalat limita la perdita di quota di mercato grazie al risultato di "Blu Premium" che ha raggiunto una quota a volume del 4,4%.

Il mercato dei succhi di frutta presenta un forte recupero soprattutto nei mesi estivi, ripristinando i volumi dell'anno precedente. Parmalat con il brand Santal rafforza ulteriormente la leadership di mercato a seguito della crescita dell'8% dei volumi.

Il mercato dello yogurt registra una leggera crescita, con un trend positivo dei prodotti funzionali ed una ridotta contrazione del segmento basico. Parmalat registra una diminuzione dei volumi di vendita dovuta principalmente all'aggressività dei concorrenti.

Anche per la SBU Italia nel corso del 2009 sono aumentati gli investimenti pubblicitari, passati da 10,9 a 13,4 milioni di euro, che hanno riguardato sia i marchi "ombrello" Parmalat e Santal oltrechè i marchi locali.

Materia prima latte

Nel corso del 2009 si è registrata una complessiva diminuzione dei prezzi del latte rispetto ai livelli eccezionalmente elevati del 2008.

Altri Europa

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	100,9	123,1	(22,2)	-18,1%
MOL	15,6	18,3	(2,7)	-14,9%
<i>MOL %</i>	<i>15,5</i>	<i>14,9</i>	<i>0,6 ppt</i>	

(in milioni di euro)	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	33,0	41,3	(8,3)	-20,1%
MOL	5,0	7,4	(2,4)	-32,4%
<i>MOL %</i>	<i>15,2</i>	<i>17,9</i>	<i>-2,8 ppt</i>	

Russia

La valuta locale (Rublo) si è svalutata del 21,2% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto sul fatturato è pari a -10,3 milioni di euro; sul Mol è pari a -1,9 milioni.

A fronte di prezzi mediamente in crescita rispetto all'anno precedente, i volumi venduti risultano complessivamente in calo del 14,9%. Nello specifico i volumi del latte UHT, che con gli aromatizzati rappresentano quantitativamente il 33% del venduto, risultano in calo rispetto al 2008; anche le bevande a base frutta risultano in diminuzione. Il calo delle vendite è sia causato da una contrazione dei consumi sia riconducibile a un contenimento delle vendite a distributori regionali in forte crisi di liquidità.

Nonostante il calo dei volumi e del fatturato, la SBU ha mantenuto alta la redditività, migliorandola rispetto all'anno precedente grazie al contenimento dei costi per materia prima latte.

Il latte in Russia risulta una risorsa scarsa e il prezzo è fortemente condizionato dalla disponibilità sul mercato domestico e dal mercato internazionale. Nel corso dei primi nove mesi del 2009 si è registrata una decisa contrazione del prezzo, dovuta sia al calo dei consumi che ad una maggiore disponibilità sul mercato della materia prima latte.

Portogallo

Il fatturato netto dei primi nove mesi 2009, pari a 45,2 milioni di euro, risulta in calo del 7,4% rispetto all'anno precedente mentre i volumi sono in aumento del 4,4%. Nonostante lo scenario si mantenga difficile a causa dello scarso potere d'acquisto da parte dei consumatori, l'attenta politica sui prezzi di vendita, favorita dalla sensibile riduzione dei costi della materia prima, ha contribuito alla tenuta dei volumi. Il margine operativo lordo è in leggera crescita.

Il mercato del latte in Portogallo è concentrato su un forte leader di marca e una rilevante e crescente presenza delle *private label* che determinano una contrazione dei margini. In tale contesto Parmalat sta concentrandosi sui prodotti ad alto valore aggiunto come il latte aromatizzato, panna e besciamella.

Romania

La valuta locale (Nuovo LEU) si svaluta di 16,2% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -1,2 milioni di euro; sul Mol è pari a -0,1 milioni. I volumi delle bevande a base frutta, che rappresentano la quasi totalità del venduto, risultano in calo del 23,7% rispetto al 2008. La SBU presenta una redditività percentuale in calo rispetto all'anno precedente sia a causa dell'aumento dei costi delle materie prime ed imballi dovuti alla forte svalutazione della moneta locale che all'aggressività dei *competitors*.

Canada

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	987,1	981,4	5,7	+0,6%
MOL	87,2	88,9	(1,7)	-1,9%
<i>MOL %</i>	<i>8,8</i>	<i>9,1</i>	<i>-0,2 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	348,5	344,0	4,5	+1,3%
MOL	36,1	31,6	4,5	+14,2%
<i>MOL %</i>	<i>10,4</i>	<i>9,2</i>	<i>1,2 ppt</i>	

La valuta canadese si svaluta di 2,9% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -28,6 milioni di euro mentre sul Mol è pari a -2,5 milioni.

Di seguito si dà evidenza dei risultati della consociata in valuta locale.

<i>(Val Loc ml)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.572,8	1.519,6	53,2	+3,5%
MOL	138,9	137,6	1,3	+0,9%
<i>MOL %</i>	<i>8,8</i>	<i>9,1</i>	<i>-0,2 ppt</i>	

<i>(Val Loc ml)</i>	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	547,8	537,9	9,9	+1,8%
MOL	56,9	49,4	7,5	+15,2%
<i>MOL %</i>	<i>10,4</i>	<i>9,2</i>	<i>1,2 ppt</i>	

Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, si è riscontrato un aumento dei volumi e dei prezzi di vendita a fronte dei quali si è verificato un maggior sforzo promozionale; si riscontra altresì un aumento dei costi variabili e fissi industriali. Il margine operativo lordo risulta in linea rispetto all'anno precedente.

I volumi venduti risultano in aumento del 3,0% rispetto all'anno precedente. Nello specifico il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 59% del venduto, risulta in aumento del 4,2%. I volumi dei formaggi risultano in linea con l'anno precedente mentre i volumi di vendita dello yogurt sono in calo del 2,9%.

Mercati e Prodotti

La congiuntura economica negativa del paese si riflette sul clima di fiducia dei consumatori e sugli atteggiamenti di acquisto orientandoli verso prodotti a prezzo più contenuto. Nel mercato "dairy" in cui opera la consociata, si rileva una sostanziale stabilità dei consumi di latte e formaggi mentre continua la crescita del consumo di yogurt. In questo contesto Parmalat detiene il secondo posto nel mercato del latte su base nazionale grazie anche al buon andamento del segmento delattosati supportato da investimenti pubblicitari.

Nel mercato degli yogurt al cucchiaio Parmalat Canada mantiene la seconda posizione nelle regioni anglofone. Nei formaggi, a livello nazionale, Parmalat perde leggermente quota di mercato per la maggiore

pressione competitiva ed il più intenso ricorso ad attività promozionali da parte del principale concorrente; nei formaggi snack, Parmalat mantiene la propria leadership assoluta.

Materie Prime e Packaging

Il mercato canadese della materia prima latte è caratterizzato da una regolamentazione del prezzo d'acquisto. Nel corso del 2009 il costo d'acquisto della materia prima latte per uso industriale, utilizzato prevalentemente per i formaggi, il burro e gli yogurt, ha registrato un incremento di circa l'1%.

Africa

<i>(in milioni di euro)</i> ¹	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	254,7	247,1	7,6	+3,1%
MOL	13,8	9,0	4,8	+53,7%
<i>MOL %</i>	<i>5,4</i>	<i>3,6</i>	<i>1,8 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	89,2	87,0	2,2	+2,5%
MOL	7,6	0,4	7,1	<i>n.s.</i>
<i>MOL %</i>	<i>8,5</i>	<i>0,5</i>	<i>8,0 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 1,4% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente. L'impatto cambio sul fatturato è pari a -3,0 milioni di euro; sul Mol è pari a -0,1 milioni di euro.

I volumi venduti della SBU Africa risultano complessivamente in aumento dell'1,2% con il latte UHT, che rappresenta il 50% del totale, sostanzialmente in linea con l'anno precedente.

Le bevande base frutta sono in aumento del 6,2%, mentre i formaggi sono in aumento del 5,2% rispetto allo stesso periodo del 2008. Nella categoria yogurt i volumi sono in calo dell'11,7%.

Si rimanda alla pagina successiva il commento sul Sud Africa, mentre per gli altri paesi dell'area (Zambia, Mozambico, Botswana e Swaziland) si registra una contrazione complessiva dei volumi di vendita, pari a circa il 10%, dovuta principalmente al negativo andamento del Botswana nella divisione latte. A cambi costanti il fatturato netto risulta sostanzialmente in linea con l'anno precedente mentre la redditività è in aumento.

Sud Africa

Di seguito si dà evidenza dei risultati della consociata in valuta locale.

(Val Loc ml)	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	2.631,8	2.514,8	117,0	+4,7%
MOL	117,2	60,1	57,1	+95,0%
<i>MOL %</i>	<i>4,5</i>	<i>2,4</i>	<i>2,1 ppt</i>	

(Val Loc ml)	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	859,2	867,6	(8,4)	-1,0%
MOL	66,7	(9,2)	75,9	n.s.
<i>MOL %</i>	<i>7,8</i>	<i>(1,1)</i>	<i>8,8 ppt</i>	

La forte crisi economica iniziata nel secondo trimestre del 2008 risulta in fase di attenuazione con una conseguente maggiore spinta sui consumi.

Nel corso del terzo trimestre 2009 si registra un recupero in termini di redditività dovuto principalmente all'efficace utilizzo delle leve commerciali. La consociata continua comunque negli interventi tesi al miglioramento dell'efficienza degli stabilimenti e al contenimento dei costi.

I volumi complessivamente venduti nel corso dell'anno risultano in linea con l'anno precedente. Nello specifico quelli del latte UHT, che rappresentano il 52% del totale venduto, risultano in calo del 3,0% principalmente a causa della contrazione delle produzioni per le *private label*. La categoria formaggi mostra volumi in crescita del 5% dovuta principalmente al buon andamento del segmento spalmabili.

Mercato e prodotti

Il mercato del latte UHT registra un buon andamento dei volumi, in particolare nel segmento dei prodotti a basso prezzo (*private label*). Per contro il mercato del latte pastorizzato, nel quale la consociata è sostanzialmente assente, presenta un andamento negativo essenzialmente per aumenti di prezzo.

Il mercato del formaggio nel corso del terzo trimestre ha registrato una decisa crescita, che ha portato il progressivo annuo in aumento del 4,6% a valore rispetto al 2008. In tale contesto, Parmalat Sud Africa consolida la propria leadership di mercato grazie soprattutto alle posizioni dominanti nel segmento degli spalmabili e delle fette confezionate.

Continua il trend favorevole del mercato dello yogurt; la quota di mercato della consociata è in flessione dopo un prolungato periodo di crescita, a causa dell'intensa attività commerciale del principale concorrente. Nel comparto bevande *dairy* si registrano buone performances nel segmento dei lattini aromatizzati, dove si rimane leader di mercato, grazie in particolare ai prodotti a marchio "*Steri Stumpie*".

Materie Prime e Packaging

Nel corso del 2009 si è registrato un trend costante nei volumi acquistati di materia prima latte ed un prezzo medio di acquisto in calo di circa il 10% rispetto al 2008.

Australia

I dati di seguito esposti includono i risultati delle nuove attività acquisite nel corso del terzo trimestre 2009.

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	340,5	339,2	1,3	+0,4%
MOL	30,2	13,6	16,6	+122,0%
<i>MOL %</i>	<i>8,9</i>	<i>4,0</i>	<i>4,9 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	140,3	116,0	24,2	+20,9%
MOL	12,6	10,0	2,6	+26,5%
<i>MOL %</i>	<i>9,0</i>	<i>8,6</i>	<i>0,4 ppt</i>	

La valuta locale (Aus\$) si svaluta di 9,4% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -29,2 milioni di euro; sul Mol è pari a -2,7 milioni.

Non considerando i ricavi relativi alle attività acquisite nel corso del terzo trimestre pari a 52,5 milioni di dollari australiani, il fatturato in valuta locale passa da 565,9 dei primi nove mesi 2008 a 569,3 milioni di dollari australiani nel 2009, con un incremento pari a +0,6%. Da sottolineare il positivo andamento della categoria yogurt grazie al brand Vaalia e alla razionalizzazione del numero di referenze.

I volumi venduti dalla SBU nel 2009 risultano in calo del 3,9% rispetto all'anno precedente ed in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 73% del totale venduto, registra volumi in calo del 5,3% mentre i volumi dello yogurt sono in linea con l'anno precedente.

Sempre a perimetro omogeneo il margine operativo lordo, non considerando l'importo relativo alle attività acquisite nel corso del terzo trimestre pari a 1,6 milioni di dollari australiani, passa da 22,7 dei primi nove mesi 2008 a 53,5 milioni di dollari australiani nel 2009. I miglioramenti ottenuti in termini di redditività sono da ascrivere oltre che ad utilizzo della leva prezzo, ad un'efficienza dei costi variabili e fissi industriali.

Si ricorda che il 2008 era stato penalizzato dagli incrementi di prezzo del latte crudo (*step up*) praticati dalle maggiori Cooperative Australiane per il periodo luglio 2007-giugno 2008.

Mercato e prodotti

Nel segmento "white milk", la forte differenza di prezzo medio tra le Private Label ed i prodotti di marca ha generato perdite di quote di mercato per tutti i principali produttori. Nonostante ciò, Parmalat Australia mantiene la propria posizione di mercato. Si registra una forte crescita in termini di volumi del latte a marchio Zymil.

Il mercato del latte aromatizzato mostra un andamento positivo e Parmalat, nel canale moderno, registra una crescita delle proprie quote sia a valore che a volume.

Il mercato dello yogurt risulta in crescita a volume; Parmalat Australia risente della razionalizzazione del portafoglio prodotti finalizzata al miglioramento dell'efficienza produttiva.

Centro e Sud America

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	416,8	323,0	93,8	+29,0%
MOL	47,2	31,1	16,0	+51,6%
<i>MOL %</i>	<i>11,3</i>	<i>9,6</i>	<i>1,7 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2009	III Trim 2008	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	146,2	120,9	25,3	+20,9%
MOL	20,9	10,3	10,6	+102,3%
<i>MOL %</i>	<i>14,3</i>	<i>8,5</i>	<i>5,7 ppt</i>	

Venezuela

La valuta locale (Bolivar) si apprezza di 10,3% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a 32,2 milioni di euro mentre sul Mol è pari a 4,2 milioni. I volumi complessivamente venduti sono in aumento del 12,4%. In particolare, i volumi delle bevande a base frutta, 48% sul totale dei volumi di vendita, risultano in aumento del 13,5%, quelli del latte pastorizzato dell'11,4% mentre lo yogurt è allineato con i volumi del 2008.

Il deciso incremento in valore assoluto del margine operativo lordo della SBU, rispetto all'anno precedente, è dovuto principalmente al buon risultato delle divisioni bevande base frutta e derivati del latte, ed al ritorno alla commercializzazione del latte in polvere. I costi variabili di produzione, in particolare quelli relativi agli imballi, registrano un aumento significativo; i costi fissi risultano in aumento essenzialmente per effetti inflattivi.

Colombia

La valuta locale (Peso) si svaluta di 7,0% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a -5,2 milioni di euro mentre sul Mol è pari a -0,4 milioni. I volumi complessivamente venduti sono in calo dell'11,0% rispetto all'anno precedente ed in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta il 77% dei volumi venduti, risulta in calo del 10,0%. I volumi del latte UHT sono in calo del 15,0% rispetto al 2008.

Il mercato colombiano registra un calo dei consumi a seguito anche della crisi economica ed in particolare la contrazione dei volumi e della redditività della categoria latte pastorizzato ha inciso negativamente sui risultati della SBU. Tale andamento è stato inoltre accentuato dalla necessità di ritirare dal mercato alcuni prodotti a seguito di problematiche qualitative riscontrate nel mese di febbraio. Nel corso del primo semestre si è giunti comunque a normalizzare la situazione.

Andamento finanziario

La posizione finanziaria del Gruppo passa 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 1.082,2 milioni di euro al 30 settembre 2009, registrando un effetto cambio negativo pari a 12,2 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 148,1 milioni di euro al 30 settembre 2009.

La generazione di cassa dalle attività operative è stata pari a 108,6 milioni di euro.

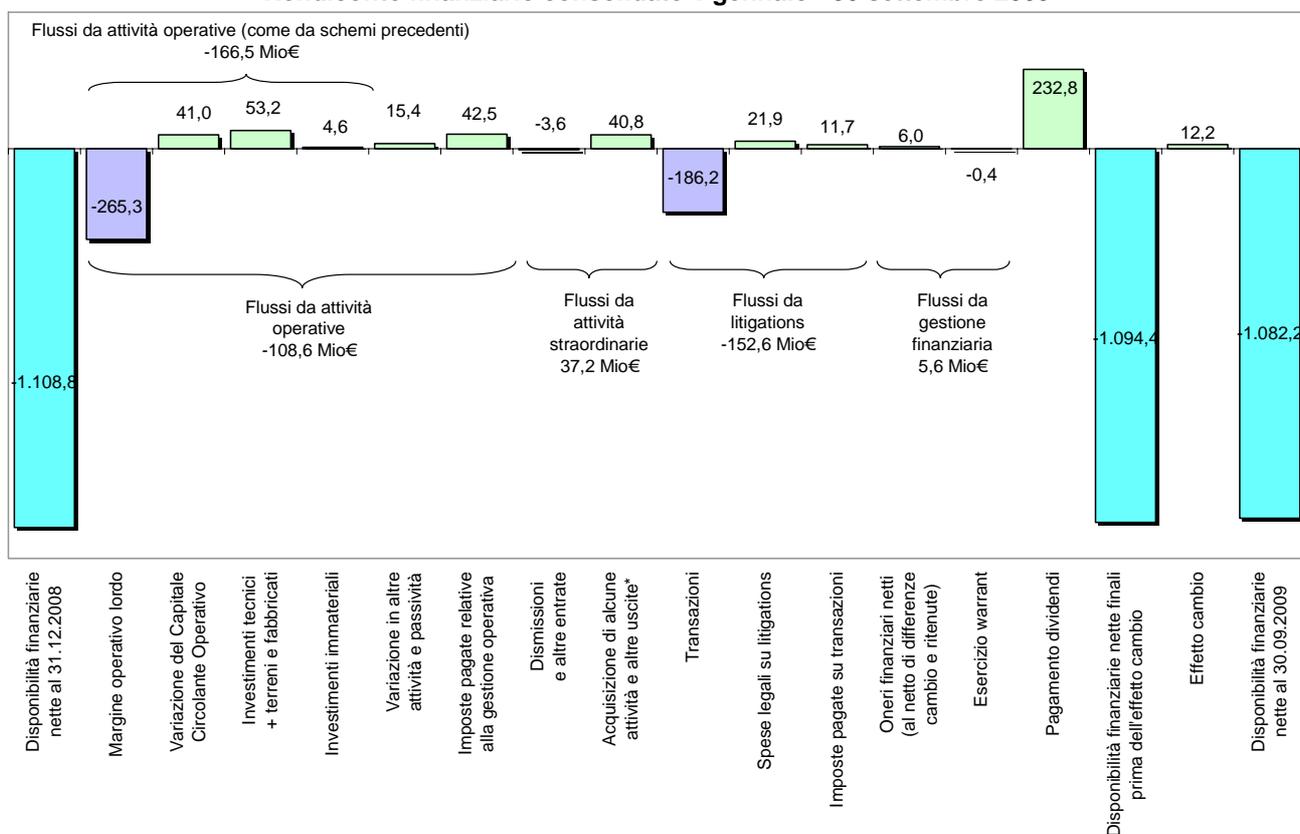
I flussi da attività non ricorrenti sono stati pari a 37,2 milioni di euro, per effetto prevalentemente dell'acquisto di alcune attività di produzione e lavorazione del latte fresco da National Foods.

I flussi da *litigation* sono stati pari a 152,6 milioni di euro: a fronte di esborsi per spese legali di 21,9 milioni di euro e di imposte pagate sulle transazioni di 11,7 milioni di euro, si sono registrati incassi per 186,2 milioni di euro derivanti dagli accordi transattivi raggiunti 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 S.p.A. per 10,0 milioni di euro, con il Gruppo Banco Popolare per 24,2 milioni di euro, con MPS S.p.A. (quale società incorporante Banca Antonveneta S.p.A.) per 19,0 milioni di euro, con il Gruppo Banca CARIGE per 5,4 milioni di euro, con Banca C.R. Firenze (Gruppo Intesa Sanpaolo) per 10,4 milioni di euro, con Centro Factoring S.p.A. per 5,2 milioni di euro, con Cassa di Risparmio della Spezia S.p.A. per 4,4 milioni di euro, con Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio Soc. Coop. per 4,2 milioni di euro, con Banca BCC di Bene Vagienna per 0,5 milioni di euro.

I flussi relativi alla gestione finanziaria sono stati pari a 5,6 milioni di euro.

Infine, oltre al già menzionato effetto cambio negativo per 12,2 milioni di euro, sono stati pagati dividendi per 232,8 milioni di euro.

Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 30 settembre 2009



*1) Acquisizione di alcune attività di produzione e lavorazione del latte fresco da National Foods per 36,2 mln; 2) altri minori per 4,6 mln.

Risorse Umane

Organico del Gruppo

Di seguito la sintesi della distribuzione, per area geografica, del personale del Gruppo al 30 settembre 2009 rapportata al 30 giugno 2009 e al 31 dicembre 2008.

Totale dipendenti per area geografica			
Aree	30.09.2009	30.06.2009	31.12.2008
Italia	2.228	2.254	2.343
Altri Europa	1.377	1.392	1.404
Canada	2.897	3.002	2.971
Africa	2.367	2.355	2.238
Australia	1.466	1.460	1.462
Centro Sud America	3.703	3.714	3.750
Totale	14.038	14.177	14.168

Nel terzo trimestre dell'esercizio 2009 si registra una diminuzione di organici pari a 139 risorse rispetto al trimestre precedente. Il decremento più significativo si registra nella BU Canada ed è dovuto prevalentemente alla scadenza di contratti a termine non rinnovati.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto, a cambi e perimetro costanti, risulta pari a 2.868,0 milioni di euro, in crescita di 46,8 milioni (+1,7%) rispetto ai 2.821,2 milioni dei primi nove mesi del 2008. L'andamento positivo del fatturato netto è dovuto essenzialmente all'effetto degli aumenti dei listini prezzi operati in alcuni paesi per far fronte all'incremento dei fattori produttivi.

Il margine operativo lordo, a cambi e perimetro costanti, risulta pari a 268,8 milioni di euro, in crescita di 53,0 milioni (+24,6%) rispetto ai 215,8 milioni dei primi nove mesi del 2008.

Il Gruppo continua a registrare una forte pressione competitiva da parte delle marche private ma migliora la redditività grazie agli aumenti dei listini prezzi impostati nell'anno precedente e ai risparmi ottenuti sull'acquisto della materia prima latte in diversi paesi in cui Parmalat opera, in particolare in Italia. La leva pubblicitaria sta assumendo un peso sempre più significativo nella politica commerciale del Gruppo. L'attività di innovazione e rinnovamento si è focalizzata nei segmenti di mercato più profittevoli quali formaggi, lattini aromatizzati e dessert; la divisione bevande a base frutta rafforza la propria posizione competitiva nei principali mercati.

L'utile operativo netto è pari a 356,0 milioni di euro, in diminuzione rispetto ai 674,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2008. Sull'utile operativo incidono in misura rilevante, oltre che il margine operativo lordo (265,3 milioni), i proventi da azioni revocatorie e risarcitorie per 186,5 milioni (667,6 milioni nei primi nove mesi del 2008) e le spese legali su *litigations* per 9,0 milioni (42,0 milioni nei primi nove mesi del 2008).

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 71,6 milioni (171,2 milioni nei primi nove mesi del 2008 di cui relativi a *impairment test* 102,1 milioni).

L'utile del Gruppo è pari a 283,4 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 638,0 milioni di euro dei primi nove mesi del 2008, di 354,6 milioni di euro. Tale decremento è sostanzialmente riconducibile ai proventi da azioni revocatorie e risarcitorie che hanno contribuito al risultato, al netto dell'effetto fiscale, per 183,7 milioni di euro (639,5 milioni nei primi nove mesi del 2008).

Il capitale circolante operativo è pari a 410,5 milioni di euro, in aumento rispetto ai 329,2 milioni di euro del 31 dicembre 2008, di 81,3 milioni di euro. Tale incremento è principalmente dovuto: alle maggiori importazioni di latte in polvere e concentrati di frutta effettuati dalla controllata venezuelana per sostenere la domanda e fronteggiare i vincoli alle importazioni esistenti nel paese; ai minori debiti commerciali della Parmalat S.p.A. per effetto della diminuzione del prezzo di acquisto della materia prima latte e delle spese legali per *litigations* sostenute nel periodo.

Il capitale investito netto è pari a 1.896,3 milioni di euro, in aumento rispetto ai 1.733,3 milioni di euro del 31 dicembre 2008, di 163,0 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 passano da 1.108,8 milioni del 31 dicembre 2008 a 1.082,2 milioni al 30 settembre 2009. Le cause principali di tale variazione sono: il flusso di cassa da attività operative per 108,6 milioni di euro; i flussi da attività non ricorrenti per 37,2 milioni di euro per effetto prevalentemente dell'acquisto di alcune attività di produzione e lavorazione del latte fresco da National Foods; i flussi da *litigations* per 152,6 milioni di euro, di cui 186,2 milioni relativi agli incassi transattivi raggiunti nel corso del periodo, 21,9 milioni relativi al pagamento di spese legali per la coltivazione delle cause e 11,7 milioni relativi al pagamento di imposte sulle transazioni; i flussi relativi alla gestione finanziaria per 5,6 milioni di euro; il pagamento di dividendi per 232,8 milioni di euro (di cui quelli erogati dalla Capogruppo per saldo 2008 e anni precedenti ammontano a 162,3 milioni e per acconto 2009 a 68,9 milioni); la conversione dell'indebitamento netto delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 12,2 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 2.952,3 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.817,2 milioni del 31 dicembre 2008, di 135,1 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile di Gruppo per 283,4 milioni di euro, della conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 87,2 milioni di euro, in parte compensato dal saldo dei dividendi 2008 (162,5 milioni) deliberati dall'Assemblea Ordinaria in data 9 aprile 2009 e dall'acconto 2009 (69,8 milioni) approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 30 luglio 2009.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008
RICAVI	2.866,3	2.895,5
Fatturato netto	2.847,4	2.876,1
Altri ricavi	18,9	19,4
COSTI OPERATIVI	(2.589,0)	(2.666,9)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(2.248,8)	(2.326,3)
Costo del lavoro	(340,2)	(340,6)
Sub totale	277,3	228,6
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(12,0)	(8,7)
MARGINE OPERATIVO LORDO	265,3	219,9
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni ¹	(71,6)	(171,2)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(9,0)	(42,0)
- Altri proventi e oneri	171,3	667,5
UTILE OPERATIVO NETTO	356,0	674,2
Proventi finanziari	24,1	53,0
Oneri finanziari	(22,9)	(34,5)
Differenze cambio attive/(passive) nette	(0,3)	4,0
Altri proventi e oneri su partecipazioni	3,2	(0,8)
UTILE ANTE IMPOSTE	360,1	695,9
Imposte sul reddito del periodo	(74,6)	(55,8)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	285,5	640,1
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	285,5	640,1
(Utile)/perdita di terzi	(2,1)	(2,1)
Utile/(perdita) di gruppo	283,4	638,0
Attività in funzionamento:		
Utile/(Perdita) per azione base	0,1670	0,3835
Utile/(Perdita) per azione diluito	0,1642	0,3746

¹ di cui svalutazioni immobilizzazioni pari a 0 nei primi nove mesi del 2009 e 102,1 milioni nei primi nove mesi del 2008

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2009	31.12.2008
IMMOBILIZZAZIONI	1.837,9	1.698,7
Immateriali	1.044,7	999,2
Materiali	723,1	646,3
Finanziarie	16,0	8,4
Attività per imposte anticipate	54,1	44,8
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,1	8,1
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	444,8	379,7
Rimanenze	377,2	333,6
Crediti Commerciali	471,9	465,5
Debiti Commerciali (-)	(438,6)	(469,9)
Capitale circolante operativo	410,5	329,2
Altre Attività	217,1	246,2
Altre Passività (-)	(182,8)	(195,7)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.282,8	2.086,5
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(99,1)	(87,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(280,2)	(256,4)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(7,2)	(9,7)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.896,3	1.733,3
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	2.978,5	2.842,1
Capitale sociale	1.703,1	1.687,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	177,9	193,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	857,7	393,5
Acconto sul dividendo	(69,8)	(130,0)
Utile del periodo	283,4	673,1
Patrimonio netto di terzi	26,2	24,9
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(1.082,2)	(1.108,8)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	486,2	492,6
Debiti finanziari v/so partecipate	6,0	6,2
Altre attività finanziarie (-)	(393,7)	(706,4)
Disponibilità (-)	(1.180,7)	(901,2)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.896,3	1.733,3

Parmalat S.p.A.

Il fatturato netto è pari a 618,2 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 677,5 milioni di euro dei primi nove mesi del 2008, di 59,3 milioni di euro (-8,8%); escludendo dal conteggio il fatturato sviluppato nel 2008 dalla struttura di Lodi ceduta dal 1° gennaio (pari a 13,0 milioni di euro), la diminuzione effettiva è di 46,3 milioni di euro, pari al 7,0%.

Il margine operativo lordo è pari a 59,9 milioni di euro, in aumento di 19,8 milioni di euro rispetto ai 40,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2008 (+49,4%). La redditività percentuale è pari al 9,7%, e si confronta con il 5,9% dello stesso periodo del 2008. Il miglioramento è conseguenza della crescita di 22,7 milioni di euro nel primo margine (principalmente per l'andamento dei prezzi delle materie prime); a parziale compensazione di tale aumento si è registrato un aumento degli accantonamenti per svalutazioni crediti per 2,9 milioni di euro. Gli investimenti pubblicitari sono stati pari a 12 milioni di euro, con un incremento del 20% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente.

L'utile operativo netto è pari a 193,3 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 551,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2008, di 357,8 milioni di euro. Tale variazione è principalmente dovuta al minor volume di accordi transattivi conclusi nel periodo (186,5 milioni di euro nei primi nove mesi del 2009 contro i 667,6 milioni di euro dello stesso periodo del 2008), a fronte tuttavia di minori spese legali su *litigations* (9,0 milioni di euro contro 42,0 milioni nei primi nove mesi del 2008); nello stesso periodo, infine, si sono avuti minori svalutazioni (impairment) di assets per 48,0 milioni di euro e maggiori ammortamenti per 3,7 milioni di euro.

L'utile del periodo è pari a 228,2 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 614,2 milioni di euro del settembre 2008, di 386,0 milioni di euro. Ad esso contribuiscono, oltre alla sopra citata variazione nell'ammontare degli accordi transattivi conclusi, 22,9 milioni di euro di proventi finanziari netti (48,0 milioni a settembre 2008) e 33,8 milioni di euro di proventi da partecipazioni (35,1 milioni a settembre 2008), principalmente rappresentati da dividendi deliberati da società del gruppo e terze.

Il capitale investito netto è pari a 1.289,3 milioni di euro, aumentato di 35,4 milioni di euro rispetto ai 1.253,9 milioni di euro del 31 dicembre 2008. La variazione comprende l'incremento del saldo tra crediti e debiti diversi (18,8 milioni di euro), conseguenza principalmente del versamento di imposte in acconto per 12,7 milioni di euro, mentre la variazione positiva del capitale circolante operativo (7,4 milioni di euro) ha in parte compensato l'incremento di immobilizzazioni (24,2 milioni di euro) dovuto soprattutto all'acquisizione attuata sul mercato australiano.

Le disponibilità finanziarie nette sono diminuite nel corso del periodo, passando da una posizione di 1.441,2 milioni di euro ad una di 1.401,1 milioni di euro (-40,1 milioni di euro), principalmente per effetto dell'incasso delle transazioni concluse con istituti creditizi (186,1 milioni di euro) e del pagamento dei dividendi (saldo 2008 e acconto 2009) per 231,2 milioni di euro.

Il patrimonio netto è pari a 2.690,4 milioni di euro, sostanzialmente invariato rispetto ai 2.695,1 milioni del 31 dicembre 2008; le componenti della variazione patrimoniale sono: l'utile netto di periodo pari a 228,2 milioni di euro, i dividendi deliberati (saldo 2008 ed acconto 2009) per 232,3 milioni di euro (dei quali pagati 231,2 milioni di euro) e ulteriori pagamenti di dividendi da riserva apposta ad opponenti aventi diritto per 0,6 milioni di euro.

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2009	Progressivo al 30 settembre 2008
RICAVI	635,5	696,0
Fatturato netto	618,2	677,5
Altri ricavi	17,3	18,5
COSTI OPERATIVI	(569,4)	(651,8)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(492,9)	(568,9)
Costo del lavoro	(76,5)	(83,7)
Subtotale	66,1	43,4
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(6,2)	(3,3)
MARGINE OPERATIVO LORDO	59,9	40,1
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(29,9)	(74,2)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie	(9,0)	(42,0)
- Accantonamento per società partecipate	(12,8)	(53,1)
- Altri proventi e oneri	185,1	680,3
UTILE OPERATIVO NETTO	193,3	551,1
Proventi finanziari	23,4	48,8
Oneri finanziari	(0,9)	(1,1)
Differenze cambio attive/(passive) nette	0,4	0,3
Altri proventi e oneri su partecipazioni	33,8	35,1
UTILE ANTE IMPOSTE	250,0	634,2
Imposte sul reddito del periodo	(21,8)	(20,0)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	228,2	614,2
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	228,2	614,2

Parmalat S.p.A.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2009	31.12.2008
IMMOBILIZZAZIONI	1.382,0	1.353,7
Immateriali	389,8	401,5
Materiali	152,4	153,8
Finanziarie	809,0	773,2
Attività per imposte anticipate	30,8	25,2
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	-	4,1
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	139,0	127,6
Rimanenze	36,3	39,7
Crediti Commerciali	175,4	224,0
Debiti Commerciali (-)	(160,6)	(205,2)
Capitale circolante operativo	51,1	58,5
Altre Attività	155,3	169,3
Altre Passività (-)	(67,4)	(100,2)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	1.521,0	1.485,4
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(27,5)	(27,7)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(198,5)	(196,1)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(5,7)	(7,7)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.289,3	1.253,9
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	2.690,4	2.695,1
Capitale sociale	1.703,1	1.687,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e insinuazioni tardive	177,9	193,3
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	651,0	329,0
Acconto sul dividendo	(69,8)	(130,0)
Utile del periodo	228,2	615,4
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(1.401,1)	(1.441,2)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	10,9	5,9
Crediti finanziari verso partecipate	(25,8)	(17,3)
Altre attività finanziarie (-)	(379,2)	(679,2)
Disponibilità (-)	(1.007,0)	(750,6)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.289,3	1.253,9

Eventi significativi del terzo trimestre 2009

Transazioni

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

- in data 6 luglio 2009 con Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio Soc. Coop. per un importo complessivo di 4,2 milioni di euro;
- in data 6 luglio 2009 con Banca di Credito Cooperativo di Bene Vagienna per un importo complessivo di 0,5 milioni di euro;
- in data 28 luglio 2009 con Bank of America per un importo complessivo di 98,5 milioni di dollari (transazione soggetta all'approvazione di un *contribution bar order* da parte del Tribunale Federale di New York).

In data 3 settembre 2009, inoltre, il Tribunale irlandese ha approvato l'accordo transattivo tra Parmalat S.p.A. ed Eurofood IFSC Limited (in Liquidazione). Esso prevede che, a fronte dell'emissione, da parte di Parmalat S.p.A., di 9 milioni di sue azioni, Eurofood rinunci a tutte le azioni pendenti nei confronti di Parmalat S.p.A., nonché ceda a Parmalat S.p.A. tutti i diritti e le pretese verso Parmalat de Venezuela e Indulac, inclusa la pretesa per un finanziamento di 80 milioni di USD e relativi interessi. Si è in attesa del perfezionamento dell'accordo.

Acquisizione di alcune attività nel settore del latte fresco da National Foods

In data 27 luglio 2009 è stato completato il trasferimento da National Foods delle attività di produzione e lavorazione del latte fresco localizzate in New South Wales (NSW) e in South Australia (SA) in base all'accordo siglato il 20 maggio 2009, approvato dalla Commissione Australiana dell'Autorità della Concorrenza e del Mercato.

Giudizio sommario concesso a Grant Thornton

In data 18 settembre 2009 il tribunale federale distrettuale di New York ha concesso giudizio sommario a Grant Thornton LLP e a Grant Thornton International rigettando l'azione intentata da Parmalat contro la società di revisione. Parmalat ha interposto appello.

Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2009

Transazione con Bank of America

In data 2 ottobre 2009 è stata completata la transazione con Bank of America in seguito all'emissione del *contribution bar order* da parte del Tribunale Federale di New York in data 22/23 settembre. La transazione ha comportato:

- l'incasso di 73,5 milioni di US\$, pari a 50,3 milioni di euro;
- il trasferimento a Parmalat S.p.A., per un controvalore di 20 milioni di US\$, delle pretese su un finanziamento di originari 45 milioni di US\$ concesso a Indulac;
- il riconoscimento con incasso differito di ulteriori 5 milioni di US\$ (3,4 milioni di euro);
- la proventizzazione pro-quota del fondo "Adeguamento Equity Venezuela" pari a 19,2 milioni di euro.

L'effetto totale al lordo delle imposte risulta pari a circa 86,6 milioni di euro, cui vanno detratti costi legali per 5,9 milioni di US\$ (3,9 milioni di euro); l'effetto netto risulta pari a 60,0 milioni di euro.

Parmatour – progetto di riparto parziale

Il 5 settembre scorso Parmatour S.p.A. in Amministrazione Straordinaria ha comunicato il deposito di un "progetto di riparto parziale" presso il Tribunale di Parma. L'importo di competenza di Parmalat S.p.A. è stato indicato in circa 49 milioni di euro.

Successivamente al deposito del decreto di esecutività del "progetto di riparto parziale" da parte del Giudice delegato, si avrà il perfezionamento dell'operazione con l'incasso dell'importo di cui sopra.

Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2009

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 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 30 settembre 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.

I principi contabili ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2009 ed adottati dalla Commissione Europea sono i seguenti:

IFRS 8 – Settori operativi. Tale principio sostituisce lo *IAS 14* e richiede alla società di basare le informazioni riportate nell'informativa di settore sugli elementi che il management dell'Alta Direzione utilizza per prendere le proprie decisioni operative, quindi richiede l'identificazione dei segmenti operativi sulla base della reportistica interna che è regolarmente rivista dal management al fine dell'allocazione delle risorse ai diversi segmenti e al fine delle analisi di performance. L'adozione di tale principio non ha prodotto alcun effetto dal punto di vista della valutazione delle poste di bilancio, ma solo l'incremento nel numero dei settori presentati.

Modifiche allo IAS 1 – Presentazione del bilancio. La nuova versione del principio richiede che la società presenti in un prospetto delle variazioni di patrimonio netto tutte le variazioni generate da transazioni con i soci. Tutte le transazioni generate con soggetti terzi ("*comprehensive income*") devono invece essere esposte in un unico prospetto dei *comprehensive income* oppure in due separati prospetti (conto economico e prospetto dei *comprehensive income*). L'adozione di tale principio non ha prodotto alcun effetto dal punto di vista della valutazione delle poste di bilancio.

Modifiche allo IAS 23 – Oneri finanziari. La nuova versione del principio richiede la capitalizzazione degli oneri finanziari sostenuti per l'acquisizione, costruzione o produzione di un bene (c.d. *qualifying asset*) per il quale è richiesto un rilevante periodo di tempo prima di essere pronto per l'uso previsto o la vendita. E' stata pertanto eliminata la possibilità di rilevare tali oneri a conto economico per competenza. L'adozione di tale principio non ha prodotto alcun impatto all'interno del Gruppo.

IFRIC 13 – Programmi di fidelizzazione della clientela. Regola il trattamento contabile dell'obbligazione connessa ai diritti a premi riconosciuti ai clienti nell'ambito dei programmi di fidelizzazione della clientela. Tale interpretazione è caratterizzata dai seguenti elementi:

- i punti premio offerti alla clientela sono considerati un elemento identificabile separatamente dalla vendita originaria del prodotto o servizio a cui sono associati e rappresentano quindi un diritto che il cliente ha implicitamente pagato;
- la parte del corrispettivo allocato ai punti premio deve essere valorizzata con riferimento al loro *fair value* (cioè al valore per il quale i punti premio potrebbero essere venduti separatamente) e contabilizzata come ricavo da differire fino al momento in cui l'impresa adempirà alla sua obbligazione.

L'impatto derivante dall'applicazione di detta interpretazione sul bilancio consolidato non è risultato significativo.

I seguenti principi contabili ed interpretazioni adottati dalla Commissione Europea disciplinano invece fattispecie e casistiche non presenti all'interno del Gruppo:

- *Modifiche all'IFRS 2 – Pagamenti basati su azioni (applicabile dal 1 gennaio 2009)*
- *Modifiche minori agli IFRS ("Miglioramenti agli IFRS") (applicabile dal 1 gennaio 2009)*

- *IFRIC 15 – Contratti per la costruzione di beni immobili (applicabile dal 1 gennaio 2010)*
- *IFRIC 16 – Copertura di una partecipazione in un'impresa estera (applicabile dal 1 gennaio 2010).*

Il Gruppo ha adottato in via anticipata, con effetto 1° gennaio 2009, la versione aggiornata dell'*IFRS 3 - Aggregazioni aziendali* e dello *IAS 27 - Bilancio consolidato e separato*. La nuova versione dell'*IFRS 3* prevede tra l'altro l'imputazione a conto economico dei costi accessori connessi con l'operazione di *business combination*, la rilevazione a conto economico delle modifiche dei corrispettivi potenziali ("*contingent consideration*") nonché la facoltà di rilevare l'intero ammontare del *goodwill* derivante dall'operazione considerando, pertanto, anche la quota attribuibile alle interessenze di minoranza ("*full goodwill method*"). Le nuove disposizioni inoltre modificano l'attuale criterio di rilevazione delle acquisizioni in fasi successive prevedendo l'imputazione a conto economico della differenza tra il *fair value* alla data di acquisizione del controllo delle attività nette precedentemente detenute e il relativo valore di iscrizione.

La nuova versione dello *IAS 27* prevede tra l'altro che gli effetti derivanti dall'acquisizione (cessione) di quote di partecipazioni successivamente all'assunzione del controllo e che non determinano una perdita del controllo stesso, sono rilevati a patrimonio netto. Nel caso in cui la cessione delle quote di partecipazioni detenute determinino la perdita del controllo, la partecipazione mantenuta è adeguata al relativo *fair value* e la rivalutazione concorre alla formazione della plusvalenza (minusvalenza) derivante dall'operazione di cessione.

Si precisa inoltre che, fatta eccezione per la versione aggiornata dell'*IFRS 3* e dello *IAS 27*, non sono stati adottati in via anticipata i principi contabili omologati dall'Unione Europea ma che entreranno in vigore dopo il 30 settembre 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 30 settembre 2009 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 6 novembre 2009.

Aggregazioni aziendali

In data 20 maggio 2009 è stato sottoscritto un accordo vincolante per l'acquisto di alcune attività di produzione e lavorazione del latte fresco da National Foods localizzate in New South Wales e in South Australia. In base a tale accordo, Parmalat Food Products Pty Ltd, società interamente controllata da Parmalat S.p.A., ha acquistato un portafoglio di attività nel settore del latte fresco in queste regioni, inclusi gli impianti di produzione di Lidcombe e Clarence Gardens, licenze di commercializzare marchi e reti di distribuzione nelle zone di New South Wales, South Australia e Australian Capital Territory.

L'acquisto è stato approvato dalla Commissione Australiana dell'Autorità della Concorrenza e del Mercato in data 26 giugno 2009. Il trasferimento delle attività è stato completato in data 27 luglio 2009.

L'acquisizione ha comportato un pagamento cassa di 63 milioni di dollari australiani, con aggiustamenti e assunzione di certi obblighi.

Al 30 settembre 2009, i costi correlati all'acquisizione sono stati pari a 5,7 milioni di dollari australiani e sono stati classificati alla voce "Altri proventi e oneri" del conto economico consolidato.

L'allocazione del prezzo pagato alle attività e passività acquisite è stata effettuata su basi provvisorie tenuto conto dei tempi tecnici necessari alla loro valutazione.

Area di consolidamento

Oltre alla sopra citata Parmalat Food Products Pty Ltd, le variazioni di area di consolidamento intervenute nel corso del terzo trimestre del 2009 rispetto al bilancio consolidato al 30 giugno 2009 sono le seguenti:

- in data 19 agosto 2009 la società Parmalat International SA in liquidazione è stata cancellata dal registro delle imprese;
- in data 25 settembre 2009 la società Lactantia Limited è stata cancellata dal registro delle imprese.

Prevedibile evoluzione della gestione

Nonostante la difficile crisi economica mondiale, il Gruppo Parmalat sta consolidando i risultati attesi per l'esercizio 2009, in particolare grazie a:

- il completo recupero di redditività della SBU australiana che beneficia inoltre, a partire da agosto, dei risultati delle attività acquisite nel corso del terzo trimestre 2009;
- il miglioramento dei risultati della SBU Italia, in particolare grazie alla riduzione del costo della materia prima, oltreché all'utilizzo della leva commerciale tesa a contrastare la flessione dei volumi;
- il raggiungimento dei risultati positivi da parte della consociata sudafricana a seguito delle azioni di ristrutturazione industriale, riorganizzazione e supporto finanziario;
- l'ottima performance della consociata venezuelana.

Anche le risultanze preliminari del quarto trimestre ci permettono di prevedere ricavi netti in crescita tra l'1% e il 2% e un EBITDA pari a circa 350 milioni di euro.

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

