



# Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 settembre 2014



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005



## Indice

Organi Societari.....	5
Dati di sintesi.....	7
Andamento economico della gestione .....	9
Andamento finanziario .....	26
Acquisizioni .....	28
Risorse Umane .....	29
Investimenti .....	31
Commenti ai risultati economico-finanziari.....	32
Eventi significativi del terzo trimestre 2014 .....	38
Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2014.....	39
Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2014.....	40
Prevedibile evoluzione della gestione .....	43



## Organi Societari

### Consiglio di Amministrazione

Presidente Gabriella Chersicla<sup>(i)</sup>

Consiglieri  
Patrice Gassenbach  
Laura Gualtieri<sup>(i) (2) (3)</sup>  
Paolo Francesco Lazzati<sup>(i) (1) (2)</sup>  
Umberto Mosetti<sup>(i) (1) (2) (3)</sup>  
Riccardo Perotta<sup>(i) (1)</sup>  
Antonio Sala<sup>(3)</sup>

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

### Collegio Sindacale

Presidente Michele Rutigliano

Sindaci Effettivi  
Giorgio Loli  
Alessandra Stabilini

Parmalat S.p.A. – Società soggetta a direzione e coordinamento di B.S.A. S.A.





## Dati di sintesi

### Principali dati economici

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	Progressivo al 30.09.2014	Progressivo al 30.09.2013	III Trimestre 2014	III Trimestre 2013
- FATTURATO NETTO	3.969,8	3.872,5	1.351,9	1.277,7
- MARGINE OPERATIVO LORDO	299,1	292,0	114,6	97,7
- UTILE OPERATIVO NETTO	213,3	190,8	80,6	62,8
- UTILE DEL PERIODO	144,4	161,7	54,4	54,8
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	5,3	4,9	5,9	4,9
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	3,6	4,1	4,0	4,2

SOCIETA'	Progressivo pro forma al 30.09.2013 <sup>1</sup>	III Trimestre 2013 Pro forma <sup>1</sup>		
- FATTURATO NETTO	643,2	633,3	215,0	209,8
- MARGINE OPERATIVO LORDO	47,7	40,5	18,1	14,8
- UTILE OPERATIVO NETTO	34,4	8,6	8,8	4,1
- UTILE DEL PERIODO	55,1	60,1	7,5	9,2
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	5,1	1,3	3,9	1,9
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	8,2	9,0	3,3	4,1

### Principali dati finanziari

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	30.09.2014	30.06.2014	31.12.2013
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	956,1	975,2	1.065,6
- ROI (%) <sup>2</sup>	13,5	12,9	14,6
- ROE (%) <sup>2</sup>	6,1	5,8	7,3
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,7	0,7	0,7
- PFN/PATRIMONIO	(0,3)	(0,3)	(0,3)

SOCIETA'	30.09.2014	30.06.2014	31.12.2013
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	838,0	838,6	855,6
- ROI (%) <sup>2</sup>	8,4	9,4	4,0
- ROE (%) <sup>2</sup>	2,5	3,2	3,7
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,9	0,9	0,9
- PFN/PATRIMONIO	(0,3)	(0,3)	(0,3)

<sup>1</sup> A seguito della fusione per incorporazione di Carnini S.p.A., Latte Sole S.p.A. e Parmalat Distribuzione Alimenti S.r.l. in Parmalat S.p.A., avvenuta a dicembre 2013, i dati economici *pro forma* del 2013, riportati a titolo comparativo, presentano retroattivamente gli effetti della fusione al 30 settembre 2013.

<sup>2</sup> 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 e in valuta locale. Nell'esposizione degli scostamenti e delle incidenze percentuali possono visualizzarsi differenze apparenti dovute esclusivamente all'effetto degli arrotondamenti.

### Ricavi e redditività

L'economia globale nel terzo trimestre 2014 ha confermato un percorso di crescita moderata guidato dalle economie avanzate, Stati Uniti in particolare. Le diverse politiche monetarie condotte nei Paesi occidentali hanno comportato un periodo di forti oscillazioni sui mercati valutari.

Nei primi nove mesi del 2014 il fatturato netto si attesta a 3.969,8 milioni di euro e il margine operativo lordo risulta pari a 299,1 milioni di euro. I risultati del Gruppo risentono in maniera significativa di un effetto cambio particolarmente sfavorevole determinato dalla svalutazione rispetto all'euro delle valute dei principali paesi in cui il Gruppo opera.

A tassi di cambio costanti e a perimetro omogeneo, ovvero escludendo il contributo della società brasiliana Balkis acquisita a fine Luglio 2013 e del gruppo Harvey Fresh acquisito in Australia nel secondo trimestre 2014, il fatturato netto e il margine operativo lordo risultano rispettivamente in aumento del 9,6% e del 13% in particolare per i buoni risultati ottenuti nelle aree America Latina, Africa ed Europa, nonostante l'aumento consistente del costo della materia prima latte nel corso del primo semestre in tutte le aree in cui il Gruppo opera.

La politica commerciale di aumento dei prezzi, iniziata nella seconda parte dell'anno precedente ed in anticipo sui principali concorrenti, ha interessato diverse aree. Gli effetti sono stati un'iniziale contrazione dei volumi e un successivo completo recupero degli aumenti dei costi dei fattori produttivi.

Nel corso del terzo trimestre si è avviata una riduzione del costo della materia prima latte che ha permesso un recupero della redditività in particolare in Europa e Australia; tale situazione si prevede possa consolidarsi nei prossimi mesi.

### Gruppo

Di seguito si sintetizzano i dati del Gruppo, per i primi nove mesi del 2014 comparati con l'anno precedente:

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>3.969,8</b>	<b>3.872,5</b>	<b>97,3</b>	<b>+2,5%</b>
<b>MOL</b>	<b>299,1</b>	<b>292,0</b>	<b>7,1</b>	<b>+2,4%</b>
<i>MOL %</i>	<i>7,5</i>	<i>7,5</i>	<i>-0,0 ppt</i>	

Il fatturato netto pari a 3.969,8 risulta in aumento del 2,5% rispetto all'anno precedente e il margine operativo lordo, pari 299,1 milioni di euro, è in aumento di 7,1 milioni di euro (+2,4%) rispetto ai 292,0 milioni dell'anno 2013.

I risultati del terzo trimestre conseguiti dal Gruppo, a cambi e perimetro correnti, sono rappresentati nella sintesi seguente:

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>1.351,9</b>	<b>1.277,7</b>	<b>74,2</b>	<b>+5,8%</b>
<b>MOL</b>	<b>114,6</b>	<b>97,7</b>	<b>16,9</b>	<b>+17,3%</b>
<i>MOL %</i>	<i>8,5</i>	<i>7,6</i>	<i>0,8 ppt</i>	

Nella tabella seguente si espongono i dati del Gruppo nei primi nove mesi dell'anno a perimetro omogeneo e a cambi costanti, escludendo gli effetti dell'iperinflazione Venezuela; il perimetro omogeneo è ottenuto escludendo il contributo di Balkis ed Harvey Fresh.

Tassi di cambio costanti (importi in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre			
	2014	2013	Variazione	Variaz.%
<b>Fatturato Netto</b>	<b>4.200,8</b>	<b>3.832,4</b>	<b>368,4</b>	<b>+9,6%</b>
<b>MOL</b>	<b>342,1</b>	<b>302,7</b>	<b>39,4</b>	<b>+13,0%</b>
<i>MOL %</i>	<i>8,1</i>	<i>7,9</i>	<i>0,2 ppt</i>	

*Perimetro omogeneo, cambi costanti ed esclusi effetti Iperinflazione*

Il fatturato netto risulta in aumento del 9,6%, con un contributo particolarmente significativo delle aree America Latina, Africa e Nord America; anche in Europa e Australia si è registrato un incremento del fatturato seppur con tassi di crescita inferiori rispetto alle altre aree in cui il Gruppo opera.

Il margine operativo lordo, in termini omogenei, risulta in aumento del 13% grazie al buon andamento ottenuto nelle aree America Latina, Africa ed Europa e nonostante la contrazione registrata in Australia e, in misura minore, in Nord America, principalmente a seguito dell'aumento del costo della materia prima latte.

Di seguito si evidenziano i risultati del terzo trimestre a cambi e perimetro costanti.

Tassi di cambio costanti (importi in milioni di euro)	III Trimestre			
	2014	2013	Variazione	Variaz.%
<b>Fatturato Netto</b>	<b>1.393,1</b>	<b>1.258,0</b>	<b>135,1</b>	<b>+10,7%</b>
<b>MOL</b>	<b>130,4</b>	<b>101,4</b>	<b>29,1</b>	<b>+28,7%</b>
<i>MOL %</i>	<i>9,4</i>	<i>8,1</i>	<i>1,3 ppt</i>	

*Perimetro omogeneo, cambi costanti ed esclusi effetti Iperinflazione*

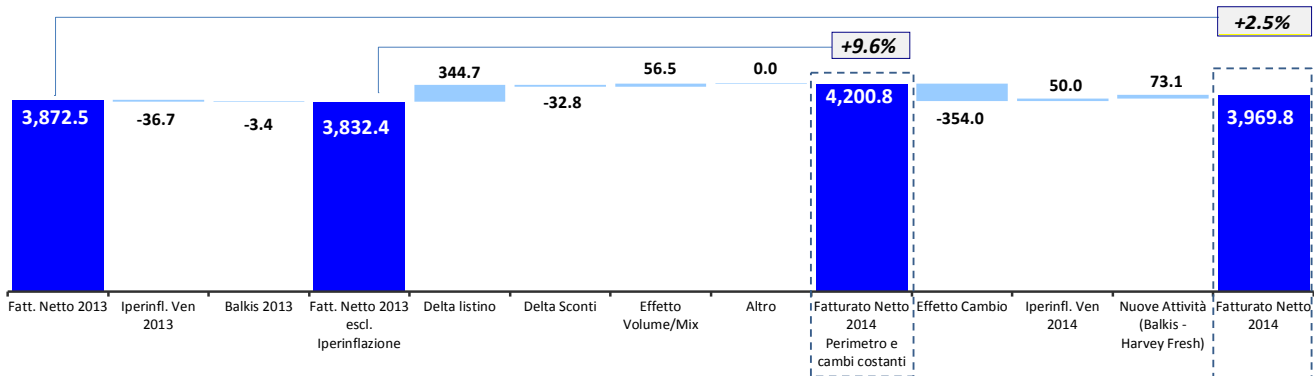
Il terzo trimestre, a cambi e perimetro costanti registra, rispetto all'anno precedente, un aumento del fatturato netto e del margine operativo lordo rispettivamente pari al 10,7% e al 28,7%, grazie alla conferma dei buoni risultati ottenuti nell'area America Latina e al miglioramento della redditività in Europa, Africa e Australia.

## Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

Vengono di seguito presentate le principali variabili che hanno determinato l'evoluzione del fatturato netto e del margine operativo lordo nei primi nove mesi del 2014 rispetto all'anno precedente.

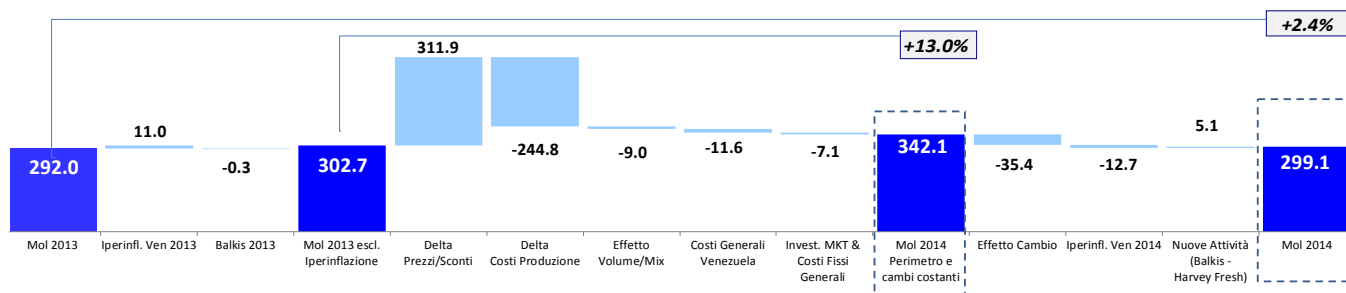
Fatturato Netto Settembre Progressivo 2014 vs 2013

(€ ml)



Margine Operativo Lordo Settembre Progressivo 2014 vs 2013

(€ ml)



Balkis 2013 include i risultati di due mesi (Agosto-Settembre)

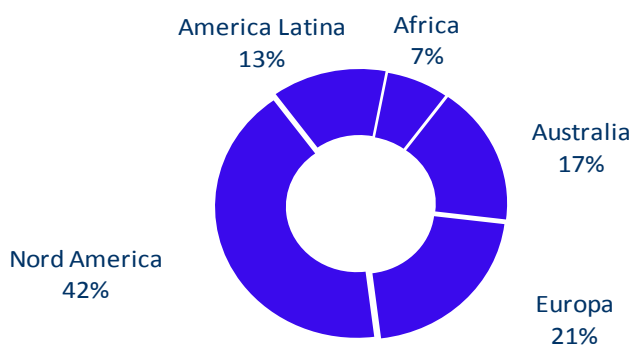
## Dati per Area Geografica

(importi in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2014			Progressivo al 30 Settembre 2013			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
<b>Aree</b>								
<b>Europa</b>	838,3	76,5	9,1	827,9	68,7	8,3	+1,3%	+11,4%
<b>Nord America</b>	1.668,3	133,4	8,0	1.678,9	153,7	9,2	-0,6%	-13,2%
<b>America Latina</b>	513,9	53,0	10,3	420,7	16,1	3,8	+22,2%	+228,7%
<b>Africa</b>	279,9	20,5	7,3	288,8	18,2	6,3	-3,1%	+12,9%
<b>Australia</b>	673,6	26,9	4,0	658,1	47,8	7,3	+2,4%	-43,7%
<b>Altro<sup>1</sup></b>	-4,3	-11,4	n.s.	-1,9	-12,5	n.s.	n.s.	-8,9%
<b>Gruppo</b>	<b>3.969,8</b>	<b>299,1</b>	<b>7,5</b>	<b>3.872,5</b>	<b>292,0</b>	<b>7,5</b>	<b>+2,5%</b>	<b>+2,4%</b>

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

1. Include altre società minori, elisioni fra aree e costi della Capogruppo

### Fatturato Netto per Area



Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2013, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed esclusi gli effetti determinati dall'iperinflazione in Venezuela:

(importi in milioni di euro)	Progressivo al 30 settembre 2014			Progressivo al 30 Settembre 2013			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
<b>Aree</b>								
<b>Europa</b>	851,0	77,5	9,1	827,9	68,7	8,3	+2,8%	+12,8%
<b>Nord America</b>	1.790,8	143,6	8,0	1.678,9	153,7	9,2	+6,7%	-6,6%
<b>America Latina</b>	564,3	83,9	14,9	380,6	26,8	7,0	+48,3%	+212,9%
<b>Africa</b>	323,9	23,8	7,3	288,8	18,2	6,3	+12,2%	+30,8%
<b>Australia</b>	675,2	24,7	3,7	658,1	47,8	7,3	+2,6%	-48,3%
<b>Altro<sup>1</sup></b>	-4,5	-11,4	n.s.	-1,9	-12,5	n.s.	n.s.	-8,9%
<b>Gruppo</b>	<b>4.200,8</b>	<b>342,1</b>	<b>8,1</b>	<b>3.832,4</b>	<b>302,7</b>	<b>7,9</b>	<b>+9,6%</b>	<b>+13,0%</b>

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

1. Include altre società minori, elisioni fra aree e costi della Capogruppo

2. Escluse iperinflazione ed attività acquisite nel terzo trimestre 2013 (Balkis) e nel secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh)

## Dati per Divisione Prodotto

Divisioni	Progressivo al 30 settembre 2014			Progressivo al 30 Settembre 2013			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL
Latte <sup>1</sup>	1.990,7	92,6	4,7	1.988,2	111,6	5,6	+0,1%	-17,0%
Bevande Base Frutta <sup>2</sup>	269,1	55,3	20,5	215,1	19,6	9,1	+25,1%	+182,6%
Derivati del Latte <sup>3</sup>	1.511,0	132,8	8,8	1.501,4	155,0	10,3	+0,6%	-14,3%
Altro <sup>4</sup>	199,0	18,4	9,2	167,8	5,8	3,4	+18,6%	n.s.
<b>Gruppo</b>	<b>3.969,8</b>	<b>299,1</b>	<b>7,5</b>	<b>3.872,5</b>	<b>292,0</b>	<b>7,5</b>	<b>+2,5%</b>	<b>+2,4%</b>

1 Include latte, panne e besciamelle

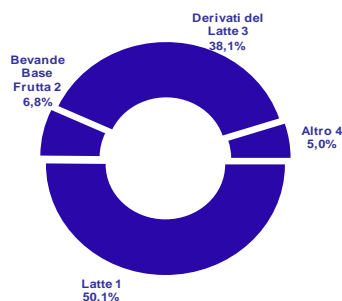
2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

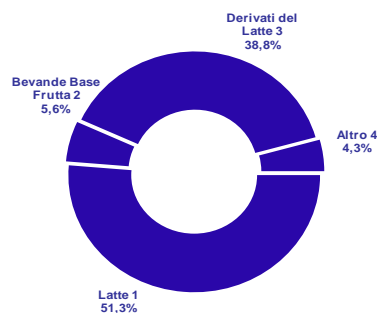
4 Include altri prodotti, Siero, effetti Iperinflazione Venezuela e costi della Capogruppo

## Fatturato Netto per divisione Prodotto

Progressivo al 30 settembre 2014



Progressivo al 30 Settembre 2013



1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

4 Include altri prodotti, Siero ed effetti Iperinflazione Venezuela

Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2013, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed esclusi gli effetti determinati dall'Iperinflazione in Venezuela:

Divisioni	Progressivo al 30 settembre 2014			Progressivo al 30 Settembre 2013			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL
Latte <sup>1</sup>	2.107,6	97,4	4,6	1.988,2	111,6	5,6	+6,0%	-12,8%
Bevande Base Frutta <sup>2</sup>	309,0	66,6	21,6	215,1	19,6	9,1	+43,6%	+240,5%
Derivati del Latte <sup>3</sup>	1.626,2	147,8	9,1	1.498,0	154,7	10,3	+8,6%	-4,5%
Altro <sup>4</sup>	158,0	30,3	19,2	131,1	16,8	12,8	+20,5%	n.s.
<b>Gruppo (perimetro/cambi costanti) <sup>5</sup></b>	<b>4.200,8</b>	<b>342,1</b>	<b>8,1</b>	<b>3.832,4</b>	<b>302,7</b>	<b>7,9</b>	<b>+9,6%</b>	<b>+13,0%</b>

1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

4 Include altri prodotti, Siero e costi della Capogruppo

5. Escluse iperinflazione ed attività acquisite nel terzo trimestre 2013 (Balkis) e nel secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh)

La redditività della divisione Bevande a base Frutta risulta in crescita grazie ai buon risultati ottenuti in particolare nell'area America Latina.

## Europa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>838,3</b>	<b>827,9</b>	<b>10,4</b>	<b>+1,3%</b>
<b>MOL</b>	<b>76,5</b>	<b>68,7</b>	<b>7,9</b>	<b>+11,4%</b>
<i>MOL %</i>	<i>9,1</i>	<i>8,3</i>	<i>0,8 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>277,7</b>	<b>272,4</b>	<b>5,3</b>	<b>+1,9%</b>
<b>MOL</b>	<b>27,8</b>	<b>21,0</b>	<b>6,7</b>	<b>+32,1%</b>
<i>MOL %</i>	<i>10,0</i>	<i>7,7</i>	<i>2,3 ppt</i>	

L'area Europa include le consociate che operano in Italia, Russia, Portogallo e Romania; il peso dell'Italia sull'area Europa è pari a circa l'85% del fatturato netto.

La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro ha comportato un impatto negativo sul fatturato e margine operativo lordo dell'area. I risultati dei primi nove mesi a cambi costanti mostrano un fatturato e un margine operativo lordo in aumento rispettivamente del 2,8% e del 12,8%.

Nel corso del terzo trimestre si è assistito ad una riduzione del costo della materia prima latte, in particolare in Italia e Portogallo, che unitamente alle efficienze industriali e agli effetti di un'attenta politica commerciale hanno permesso un miglioramento della redditività dell'area.

## Italia

Il trimestre conclusosi è stato caratterizzato dal persistere dell'incertezza circa le linee di politica economica con cui contrastare la recessione in corso e l'ulteriore contrazione dei consumi privati. In tale contesto la variabile prezzo, in particolare per i beni alimentari, continua ad orientare in maniera rilevante le scelte da parte delle famiglie.

### Mercati e prodotti

Il mercato del Latte conferma la contrazione dei consumi determinata prevalentemente dal trend negativo del Latte Pastorizzato: tale comparto mostra un deciso calo dei volumi in tutti i canali con un decremento più accentuato in quello tradizionale. Anche il Latte UHT registra un lieve calo dei consumi essenzialmente dovuto al sensibile aumento dei prezzi applicato negli ultimi mesi; in tale contesto Parmalat si conferma leader in entrambe le categorie considerando l'insieme di tutti i canali.

Nella categoria Panna UHT si conferma il moderato aumento dei consumi e Parmalat mantiene la propria leadership grazie anche ad un'efficace attività pubblicitaria.

Il comparto Yogurt mostra andamenti sensibilmente negativi a volume e a valore; Parmalat mantiene stabile la propria posizione competitiva in particolare grazie ai positivi andamenti degli ultimi mesi.

Nei primi nove mesi dell'anno, il comparto delle Bevande a Base Frutta ha continuato a mostrare un pronunciato calo dei consumi, anche a seguito di una stagione estiva non particolarmente favorevole. Parmalat, con il marchio *Santàl*, rafforza la seconda posizione competitiva in particolare grazie ai positivi risultati delle innovazioni introdotte nel corso dell'anno.

Le quote di mercato nei principali segmenti in cui Parmalat è presente sono sintetizzate nella seguente tabella:

Prodotti	Quote a valore 2014	Quote a valore 2013
Latte UHT <sup>1</sup>	29,6%	30,5%
Latte Pastorizzato <sup>2</sup>	21,7%	22,5%
Panna UHT <sup>1</sup>	24,2%	24,3%
Yogurt <sup>1</sup>	4,4%	4,5%
Bevande frutta <sup>3</sup>	11,4%	11,1%

<sup>1</sup>Fonte: Nielsen – Totale Italia dal 1/1/2014 al 28/9/2014

<sup>2</sup>Fonte: Nielsen Canale Moderno dal 1/1/2014 al 28/9/2014

<sup>3</sup>Fonte: IRI – Totale Italia dal 1/1/2014 al 28/9/2014

I volumi complessivamente venduti risultano in linea rispetto all'anno precedente a seguito del buon andamento di Latte UHT e Bevande a Base Frutta, nonostante il calo registrato nelle categorie Latte Pastorizzato e Yogurt.

Il fatturato netto della Business Unit risulta in aumento dell'1,6% rispetto all'anno precedente, grazie anche alla politica commerciale realizzata in particolare nella seconda parte dell'anno 2013.

Il margine operativo lordo del periodo risulta in crescita grazie all'andamento delle vendite ed alla migliore struttura dei costi. Nel corso dei primi nove mesi si registrano inoltre maggiori investimenti pubblicitari a sostegno dei principali brand.

## Russia

L'incertezza e le sanzioni economiche imposte da Unione Europea e Stati Uniti d'America, a causa del conflitto con l'Ucraina, continuano a frenare l'economia. Il forte aumento del tasso d'inflazione è riconducibile alla debolezza del rublo russo anziché alla crescita della domanda interna, che risulta invece attenuata a seguito di un rallentamento dei salari reali e da un innalzamento dei tassi d'interesse.

In tale contesto tutti i principali mercati in cui opera la consociata (Latte UHT, Bevande a Base Frutta e in particolare Latte Aromatizzato) hanno evidenziato un rallentamento della crescita rispetto agli ultimi anni; Parmalat è stata comunque in grado di mantenere invariata la propria posizione competitiva.

I risultati della consociata evidenziano un aumento del fatturato netto e del margine operativo lordo, nonostante il significativo aumento del prezzo della materia prima latte, conseguente soprattutto ad una contrazione dell'offerta ed il peggioramento dei costi dei fattori produttivi importati determinato dalla svalutazione del rublo.

## Portogallo

I segnali positivi in termini di crescita, occupazione ed esportazioni manifestati ad inizio del periodo hanno avuto un'inversione negli ultimi mesi.

Nei principali segmenti in cui la consociata opera, Latte Aromatizzato e Bevande a Base Frutta, si confermano le rispettive posizioni competitive grazie ai risultati dei marchi *UCAL* e *Santàl*.

Il fatturato netto risulta in crescita rispetto all'anno precedente in particolare grazie all'aumento dei volumi di vendita, registrato nella categoria Latte UHT; la redditività, in deciso miglioramento rispetto all'anno precedente beneficia, oltre che dell'andamento positivo delle vendite, anche della riorganizzazione interna della struttura.

## Romania

I primi nove mesi dell'anno confermano l'ulteriore contrazione dei consumi di tutti i segmenti che compongono il mercato delle Bevande a Base Frutta, unico comparto in cui la consociata opera. In tale difficile situazione di mercato, Parmalat mantiene la propria posizione competitiva.

La redditività della consociata risulta in aumento rispetto all'anno precedente a seguito del recente adeguamento dei listini di vendita e grazie alle efficienze industriali realizzate.



## Nord America

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>1.668,3</b>	<b>1.678,9</b>	<b>-10,6</b>	<b>-0,6%</b>
<b>MOL</b>	<b>133,4</b>	<b>153,7</b>	<b>-20,2</b>	<b>-13,2%</b>
<i>MOL %</i>	<i>8,0</i>	<i>9,2</i>	<i>-1,2 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>566,1</b>	<b>556,5</b>	<b>9,6</b>	<b>+1,7%</b>
<b>MOL</b>	<b>50,6</b>	<b>52,6</b>	<b>-2,0</b>	<b>-3,8%</b>
<i>MOL %</i>	<i>8,9</i>	<i>9,4</i>	<i>-0,5 ppt</i>	

L'area Nord America include le consociate operanti in USA e in Canada, quest'ultima con un peso sul fatturato e sul margine operativo lordo pari a circa il 65% dell'area.

Il fatturato netto dei primi nove mesi dell'anno dell'area Nord America, a cambi costanti, risulta in crescita del 6,7% mentre il margine operativo lordo è in calo del 6,6% rispetto all'anno precedente principalmente a seguito del forte aumento del costo della materia prima latte negli Stati Uniti.

Nell'ultimo trimestre l'area Nord America beneficia del piano di efficienze industriali e degli effetti di una gestione commerciale volta a contrastare gli alti costi della materia prima latte pur in presenza di uno scenario particolarmente competitivo. Al netto dell'effetto cambio del periodo, il margine operativo lordo risulta sostanzialmente in linea con il terzo trimestre dell'anno precedente.

## Canada

L'andamento economico positivo del Paese è stato fin qui discontinuo e non ha beneficiato appieno della ripresa negli Stati Uniti; gli elevati livelli di indebitamento delle famiglie continuano ad aumentarne la propensione al risparmio a discapito della disponibilità a consumare.

### Mercato e prodotti

Continuano le difficoltà del comparto Latte, con un calo dei consumi sui due principali segmenti che lo compongono, "Latte di Base" e "Latte Premium". Nonostante la difficile situazione di mercato, Parmalat mantiene stabile la quota a valore così come la terza posizione competitiva.

Il mercato dello Yogurt ha mostrato una sostanziale stabilità dei consumi, nonostante il segmento "Yogurt da Bere" continui a registrare un andamento negativo; Parmalat, in un mercato particolarmente competitivo, mantiene la quarta posizione a livello nazionale.

Nei primi nove mesi dell'anno il mercato dei Formaggi ha registrato un calo dei consumi soprattutto a seguito dell'andamento negativo dei segmenti "Process" e "Snack". In tale contesto, la consociata mantiene la seconda posizione competitiva a livello nazionale.

Nella seguente tabella si indicano le quote di mercato nei principali segmenti:

Prodotti	Quote a valore 2014	Quote a valore 2013
Latte	16,9%	16,9%
Yogurt al cucchiaino	11,9%	12,7%
Yogurt da bere	5,9%	6,8%
Formaggio "Snack"	38,1%	35,8%
Formaggio "Natural"	13,0%	15,0%
Formaggio "Processed"	18,7%	19,3%

Fonte: ACNielsen, MarketTrack, National Grocery Banner+Drug+Mass Merch, dal 1/1/2014 al 20/9/2014

La consociata registra volumi di vendita in linea con l'anno precedente e un fatturato netto, in valuta locale, in aumento del 2,4% grazie ad un'attenta politica commerciale e al positivo andamento delle vendite della categoria Formaggi, nonostante la contrazione del mercato.

Il margine operativo lordo risulta in contrazione rispetto all'anno precedente a seguito dei maggiori costi dei fattori produttivi non completamente recuperati attraverso l'adeguamento dei listini di vendita a causa della forte pressione competitiva.

## Stati Uniti d'America

L'economia degli Stati Uniti d'America continua a guidare la ripresa dei paesi avanzati. Nel terzo trimestre i principali indicatori di attività industriale, consumi e mercato del lavoro hanno confermato la crescente solidità della ripresa dell'economia americana.

### Mercato e prodotti

Nei primi nove mesi dell'anno, il mercato del Formaggio, considerando il perimetro della categoria nella quale Parmalat opera, mostra un lieve calo dei consumi, mentre a valore registra una sensibile crescita rispetto all'anno precedente in particolare grazie ai positivi trend dei segmenti "Mozzarella Fresca", "Cheddar d'alta gamma" e "Feta". Nell'insieme la consociata conferma la propria posizione di leadership.

La consociata americana conferma la prima posizione competitiva nei comparti "Formaggi a Crosta Bianca" e "Spalmabili di Alta Gamma", che hanno mostrato un sensibile aumento dei consumi nei primi nove mesi del 2014. L'unico segmento che registra un calo dei volumi, dove Parmalat è leader di mercato e aumenta a valore la propria quota, risulta essere quello della "Mozzarella da Cucina", mentre il comparto "Ricotta" rimane stabile e la consociata mantiene la prima posizione di mercato.

I segmenti "Mozzarella Fresca" e "Cheddar d'alta gamma" si dimostrano i comparti più dinamici nel periodo di riferimento, con tassi di crescita molto positivi a valore.

Il segmento "Snack" mostra un sensibile calo dei consumi e la consociata mantiene invariata la propria posizione competitiva.

Nella tabella che segue sono sintetizzate le quote di mercato nei principali segmenti:

<b>Prodotti</b>	<b>Quote a valore 2014</b>	<b>Quote a valore 2013</b>
Totale Formaggio <sup>1</sup>	12,3%	12,9%
Spalmabili di Alta Gamma	32,4%	34,6%
Feta	14,5%	15,7%
Mozzarella fresca	21,4%	23,0%
Formaggi a crosta bianca	41,1%	45,9%
Mozzarella da cucina	17,2%	16,8%
Ricotta	25,7%	28,3%
Cheddar d'Alta Gamma non spalmabili	1,7%	2,4%
Snack	5,6%	5,7%

Fonte: SymphonyIRI Group Market Advantage, Total US Multioutlet – dal 1/1/2014 al 30/09/2014

<sup>(1)</sup> Il perimetro di mercato preso in considerazione include le seguenti categorie: Formaggio Snack, Mozzarella da cucina, Feta, Ricotta, Mozzarella fresca, Formaggio a crosta bianca, Spalmabili di alta gamma e Cheddar d'alta gamma non spalmabili.

La consociata americana ha registrato complessivamente un aumento dei volumi di vendita, rispetto all'anno precedente, soprattutto grazie alla performance positiva della categoria Formaggi.

Il fatturato netto, in valuta locale, risulta in crescita del 16% grazie all'aumento delle vendite e all'adeguamento dei prezzi nei principali canali in cui la consociata opera.

Il margine operativo lordo risulta in lieve calo rispetto all'anno precedente a seguito del significativo aumento del costo d'acquisto della materia prima latte non completamente compensato dall'aumento dei prezzi di vendita.

## America Latina

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>513,9</b>	<b>420,7</b>	<b>93,2</b>	<b>+22,2%</b>
<b>MOL</b>	<b>53,0</b>	<b>16,1</b>	<b>36,9</b>	<b>+228,7%</b>
<i>MOL %</i>	<i>10,3</i>	<i>3,8</i>	<i>6,5 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>161,8</b>	<b>148,9</b>	<b>12,9</b>	<b>+8,7%</b>
<b>MOL</b>	<b>12,7</b>	<b>5,2</b>	<b>7,5</b>	<b>+143,6%</b>
<i>MOL %</i>	<i>7,9</i>	<i>3,5</i>	<i>4,3 ppt</i>	

L'area America Latina include le consociate operanti in Venezuela, Colombia, Ecuador, Paraguay, Messico e Brasile. Il Gruppo ha inoltre rafforzato la propria presenza in Brasile attraverso l'acquisizione di una nuova società nel corso del terzo trimestre 2013 (Balkis) e la costituzione di società commerciali in Uruguay, Perù e Bolivia.

I dati sopra esposti includono l'iperinflazione del Venezuela e un effetto cambio negativo, per i primi nove mesi, pari a circa 134 milioni di euro sul fatturato e 15,3 milioni di euro sul margine operativo lordo, determinato principalmente dal deprezzamento del Bolivar venezuelano nei confronti dell'euro. I risultati economici del terzo trimestre della consociata venezuelana sono stati convertiti applicando il tasso di cambio SICAD (tasso di cambio vigente al 30 settembre pari a 12,00 VEF/USD); questo ha comportato un ulteriore effetto negativo di conversione.

I risultati a cambi costanti e perimetro omogeneo (esclusa Balkis acquisita nel terzo trimestre 2013) e senza gli effetti dell'iperinflazione, mostrano un fatturato e un margine operativo lordo rispettivamente in crescita del 48,3% e del 212,9%.

## Venezuela

L'incertezza politica che ha caratterizzato i primi nove mesi del 2014, unitamente alla notevole inflazione dei prezzi al consumo, sono gli elementi principali di un quadro macro-economico che permane assai incerto e che, per gli operatori economici nazionali ed esteri, è complicato dalla riforma del sistema valutario attuata a marzo dal governo venezuelano.

Il mercato delle Bevande a Base Frutta conferma il calo dei consumi determinato dalla *performance* negativa del segmento Pastorizzato, mentre continua la crescita del comparto Bevande UHT. In tale scenario Parmalat detiene la seconda posizione nel mercato complessivo delle Bevande a Base Frutta.

Nella prima parte dell'anno si è verificato un netto incremento dei consumi di Yogurt, in particolare grazie ai buoni risultati dei segmenti "Daily Pleasure" e "Light"; in tale contesto, Parmalat conferma la terza posizione di mercato.

I volumi complessivamente venduti dalla consociata risultano in crescita rispetto all'anno precedente; in particolare l'andamento delle categorie mostra un significativo aumento delle vendite delle Bevande a base Frutta e una contrazione di Latte in Polvere e Formaggi.

Il fatturato netto, in valuta locale, è in aumento del 72,2% rispetto all'anno precedente a seguito dell'adeguamento dei listini all'elevato livello di inflazione del Paese e del buon andamento dei volumi di vendita delle Bevande a base Frutta.

Il margine operativo lordo risulta in crescita rispetto all'anno precedente a seguito del miglioramento del mix di vendita e dell'adeguamento dei prezzi, in particolare nella categoria Bevande a base Frutta

## Colombia

La politica economica del governo, mirata a sostenere l'economia attraverso la spesa pubblica in infrastrutture, ha fatto sì che nei primi nove mesi del 2014 perdurasse una solida crescita del prodotto interno lordo ed un miglioramento del livello occupazionale. Questo si è tradotto in un aumento della domanda interna le cui spinte inflazionistiche sono state contenute da una politica restrittiva dei tassi d'interesse da parte della Banca Centrale.

Il mercato del Latte UHT mostra una lieve contrazione di mercato essenzialmente dovuta all'andamento negativo del segmento latte bianco. Nei primi nove mesi dell'anno la consociata ha confermato la quarta posizione competitiva.

Il fatturato netto risulta in crescita del 2,5%, mentre i volumi di vendita mostrano un sensibile calo determinato principalmente dall'andamento delle categorie Latte liquido e Yogurt.

Il margine operativo lordo risulta in diminuzione, rispetto all'anno precedente, per effetto di poste non ricorrenti.

## Altri Paesi dell'America Latina

Il fatturato netto degli altri paesi dell'area (Ecuador, Paraguay, Brasile e Messico), risulta in aumento rispetto all'anno precedente, beneficiando anche dell'acquisizione della società brasiliana Balkis avvenuta a Luglio 2013.

In **Ecuador** si registra un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari al 7,9% determinato principalmente dall'aumento dei volumi e dall'incremento dei prezzi di vendita.

In **Paraguay** si registra un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari al 18,2% rispetto all'anno precedente, determinato principalmente dal miglioramento delle vendite di Latte UHT e Yogurt.

**Messico e Brasile** presentano interessanti prospettive di crescita; il Gruppo attraverso l'acquisizione della società Balkis, principalmente presente nella produzione e distribuzione di Formaggi, ha rafforzato la propria presenza in Brasile.

## Africa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>279,9</b>	<b>288,8</b>	<b>-8,9</b>	<b>-3,1%</b>
<b>MOL</b>	<b>20,5</b>	<b>18,2</b>	<b>2,3</b>	<b>+12,9%</b>
<i>MOL %</i>	<i>7,3</i>	<i>6,3</i>	<i>1,0 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2014	2013		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>100,8</b>	<b>89,4</b>	<b>11,5</b>	<b>+12,8%</b>
<b>MOL</b>	<b>7,3</b>	<b>4,6</b>	<b>2,7</b>	<b>+59,8%</b>
<i>MOL %</i>	<i>7,2</i>	<i>5,1</i>	<i>2,1 ppt</i>	

L'area Africa include le consociate operanti in Sud Africa, Zambia, Botswana, Swaziland e Mozambico. Il peso del Sud Africa sull'area è pari a circa l'80% del fatturato netto e del margine operativo lordo.

I dati sopra esposti nei primi nove mesi, espressi in euro, includono un effetto cambio negativo pari a circa 44 milioni di euro sul fatturato e 3,3 milioni di euro sul margine operativo lordo, principalmente determinati dal deprezzamento del rand sudafricano nei confronti dell'euro.

I risultati dell'area nei primi nove mesi dell'anno, a cambi costanti, registrano un fatturato in aumento del 12,2% e un margine operativo lordo in crescita del 30,8%.

Il buon andamento del terzo trimestre dell'area Africa rispetto all'anno precedente, è determinato da un'attenta politica commerciale e da un miglioramento del mix di vendita oltre che dagli effetti negativi intervenuti nell'anno precedente per gli scioperi in Sud Africa.

### Sud Africa

Nonostante il rand sudafricano abbia mostrato recentemente segnali di rafforzamento nei confronti dell'euro, il complessivo deprezzamento della valuta, anche legato alla relativa debolezza del mercato delle commodity, ha comportato una pressione inflazionistica che agisce da freno alla domanda interna. Fattori interni quali scioperi e black-out energetici complicano il quadro economico.

#### Mercato e prodotti

Il mercato del Latte UHT, pur confermando un positivo trend di crescita dei volumi, registra un rallentamento rispetto ai periodi precedenti. In un contesto competitivo in cui le marche private continuano a crescere, Parmalat mantiene la seconda posizione competitiva.

Il mercato del Latte Aromatizzato mostra una contrazione dei consumi ma la consociata incrementa sensibilmente la propria quota a valore, rafforzando la *leadership* di categoria, grazie ai buoni risultati ottenuti dal *brand Steri Stumpie*.

L'andamento particolarmente positivo dei segmenti *Hard Cheese* e *Processed Cheese* conferma il mercato dei Formaggi come uno dei più dinamici del comparto *Dairy*; la consociata incrementa la quota a valore, rafforzando la *leadership* di categoria.

I consumi del comparto Yogurt risultano in calo rispetto ai primi nove mesi dell'anno precedente ma Parmalat rafforza sensibilmente la seconda posizione competitiva, incrementando la propria quota a valore.

Nella tabella che segue sono riportate le quote di mercato della consociata sudafricana nei principali segmenti in cui è presente:

<b>Prodotti</b>	<b>Quote a valore 2014</b>	<b>Quote a valore 2013</b>
Latte UHT	15,5%	18,8%
Yogurt	19,0%	15,4%
Formaggi	37,1%	35,8%
Latte Aromatizzato	52,0%	50,2%

*Fonte: Aztec Top-end Retail & Wholesale – dal 1/1/2014 al 31/8/2014*

La consociata, a seguito di una carenza di materia prima latte, ha migliorato il mix di vendita favorendo i prodotti a più alto valore aggiunto. In tale contesto i volumi della categoria Latte UHT sono risultati in contrazione mentre i Formaggi mostrano un andamento positivo.

Il fatturato netto è in aumento del 14,3%, in valuta locale, a seguito degli aumenti dei prezzi sulle principali categorie impostati a partire dall'ultimo trimestre del 2013 e grazie al miglioramento del mix di vendita.

Il margine operativo lordo del periodo è risultato in crescita rispetto all'anno precedente grazie agli effetti sopra riportati e alle azioni di contenimento dei costi di struttura che hanno permesso un recupero dei maggiori costi sostenuti per materie prime e per gli imballi importati, resi più costosi a seguito della svalutazione della valuta locale.

## **Zambia**

In Zambia, seconda realtà dell'area africana, si registrano volumi in aumento rispetto all'anno precedente e un fatturato netto, in valuta locale, in crescita dell'8,8% grazie alla focalizzazione sui principali brand e al rialzo dei prezzi di vendita impostato nel corso del 2013.

## **Altri Paesi dell'Africa**

Il fatturato netto e il margine operativo lordo degli altri paesi africani (Swaziland, Mozambico e Botswana), a cambi costanti, risultano complessivamente in aumento in particolare grazie al buon andamento delle vendite in Botswana e Swaziland.

## Australia

Prosegue il ribilanciamento dell'economia verso la domanda interna, in particolare consumi privati, a fronte di un rallentamento dell'export di risorse minerarie verso la Cina. La debolezza della valuta australiana, ad inizio periodo, ha parzialmente controbilanciato questa tendenza favorendo l'export verso altri Paesi e ha comportato una spinta inflattiva sul mercato nazionale.

### Mercato e prodotti

Dopo un periodo di continuo declino dei consumi di Latte Pastorizzato, il mercato sembra essersi stabilizzato in questi primi nove mesi del 2014. Al contrario, l'andamento del mercato a valore, a seguito del progressivo spostamento dei consumatori da prodotti *branded* a marche private, si mostra sensibilmente negativo. In tale contesto altamente competitivo, Parmalat rimane *leader* di categoria.

Il segmento Latte Aromatizzato conferma le significative crescite a volume e a valore mostrate nel corso dell'anno, e Parmalat, grazie in particolare ai buoni risultati del marchio *OAK*, rafforza la seconda posizione competitiva incrementando la propria quota a valore.

I consumi di Yogurt nei primi nove mesi del 2014 sono leggermente aumentati rispetto all'anno precedente mentre a valore il *trend* è decisamente più positivo. La consociata mostra una lieve riduzione di quota pur mantenendo inalterata la propria posizione competitiva.

Nonostante il comparto Dessert risulti in calo, la consociata registra un sensibile aumento delle vendite e della propria quota a valore.

Nella tabella che segue sono sintetizzate le quote di mercato nei principali segmenti in cui Parmalat è presente:

Prodotti	Quote a valore 2014	Quote a valore 2013
Latte Pastorizzato	19,5%	21,2%
Latte Aromatizzato	35,3%	34,2%
Yogurt	14,3%	15,0%
Dessert	31,2%	23,2%

Fonte: Aztec Australia – dal 1/1/2014 al 14/09/2014



Di seguito si evidenziano i risultati dei primi nove mesi del 2014 e del terzo trimestre confrontati con l'anno precedente; i dati includono il contributo delle nuove attività acquisite nel corso del secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh):

<i>(importi in milioni di euro)</i>	<b>Progressivo al 30 Settembre</b>		<b>Variazione</b>	<b>Variaz.%</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>673,6</b>	<b>658,1</b>	<b>15,5</b>	<b>+2,4%</b>
<b>MOL</b>	<b>26,9</b>	<b>47,8</b>	<b>-20,9</b>	<b>-43,7%</b>
<i>MOL %</i>	<i>4,0</i>	<i>7,3</i>	<i>-3,3 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	<b>III Trimestre</b>		<b>Variazione</b>	<b>Variaz.%</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>		
<b>Fatturato Netto</b>	<b>247,3</b>	<b>211,0</b>	<b>36,3</b>	<b>+17,2%</b>
<b>MOL</b>	<b>19,5</b>	<b>16,9</b>	<b>2,5</b>	<b>+15,1%</b>
<i>MOL %</i>	<i>7,9</i>	<i>8,0</i>	<i>-0,1 ppt</i>	

Nel corso del 2014 si è assistito ad un significativo deprezzamento della valuta locale rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto negativo sul fatturato è pari a circa 59,2 milioni di euro e sul margine operativo lordo è pari a 2,2 milioni di euro.

Il fatturato netto ed il margine operativo lordo dei primi nove mesi dell'anno, a cambi e perimetro omogenei, escludendo pertanto le nuove attività di Harvey Fresh, risultano rispettivamente in aumento del 2,6% e in calo del 48,3% rispetto all'anno precedente.

Il calo della redditività dei primi nove mesi dell'anno è determinato principalmente dai maggiori costi di acquisto della materia prima latte e degli altri ingredienti impiegati nei processi produttivi non recuperati attraverso l'aumento dei listini a causa di un mercato fortemente competitivo. In tale contesto si evidenzia un miglioramento dei risultati nel corso del terzo trimestre, grazie anche ad un prezzo della materia prima in diminuzione.

La consociata ha acquisito, nel corso del primo semestre dell'anno, il gruppo Dairy "Harvey Fresh" il cui andamento risulta in linea con le previsioni. A pagina 28 vengono fornite maggiori informazioni sulla società acquisita.

## Andamento finanziario

### Struttura della posizione finanziaria netta del Gruppo

A fronte di una posizione finanziaria netta pari a 956,1 milioni di euro, la liquidità lorda del Gruppo è pari a 1.073,1 milioni di euro; di questi, 718,0 milioni di euro sono in Parmalat S.p.A. Alla data del 30 settembre, tale liquidità è interamente investita in depositi bancari a vista ed a breve termine. L'ammontare residuale è presso le singole società del Gruppo, che la impiegano facendo ricorso a strumenti analoghi a quelli in uso presso la Capogruppo. Gli interessi bancari, in sostanziale parità rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, ammontano a livello di Gruppo a 9,9 milioni di euro ed a 6,3 milioni a livello di Parmalat S.p.A. Nel corso dei primi nove mesi del 2014 Parmalat S.p.A. non ha mai utilizzato il *cash pooling*.

Le risorse finanziarie del Gruppo restano a disposizione per lo sviluppo del business anche per linee esterne, come descritto nel capitolo "Acquisizioni".

### Variazione della posizione finanziaria netta

Le disponibilità finanziarie nette del Gruppo passano da 1.065,6 milioni di euro al 31 dicembre 2013 a 956,1 milioni di euro al 30 settembre 2014, registrando un effetto cambio negativo pari a 14,1 milioni di euro e pagamento di dividendi per 53,5 milioni di euro.

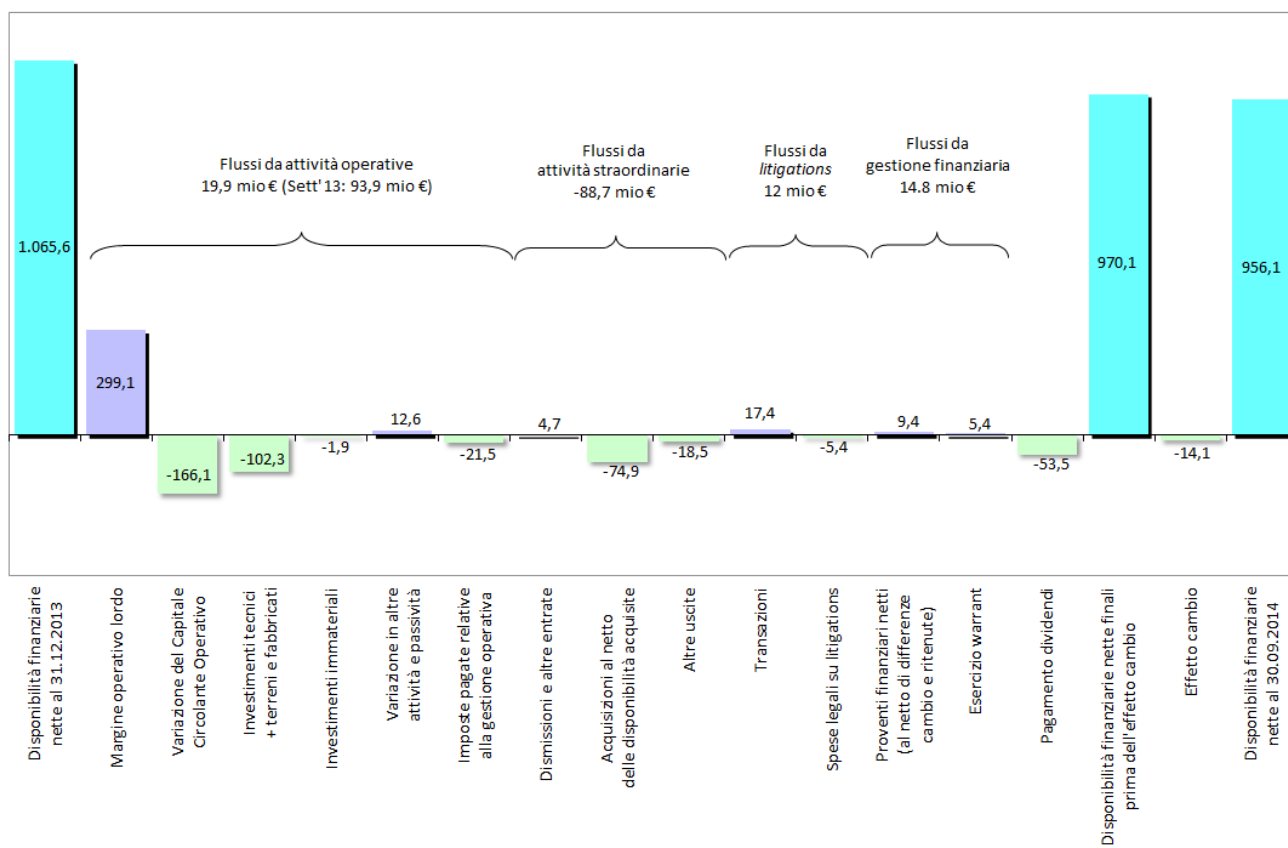
La generazione di cassa dalle attività operative è stata pari a 19,9 milioni di euro. La riduzione rispetto alla generazione registrata nello stesso periodo del 2013 (pari a 93,9 milioni di euro) è da ascrivere principalmente ad una crescita del capitale circolante operativo e ad una ripresa degli esborsi per capex. Il saldo del capitale circolante operativo, in particolare, mentre risulta cresciuto in maniera ridotta rispetto al saldo di un anno fa, risulta cresciuto in maniera più considerevole rispetto alla positiva chiusura del 2013.

L'assorbimento di cassa da attività non ricorrenti è stato pari a 88,7 milioni di euro, principalmente riferibile all'acquisizione in Australia di Harvey Fresh, meglio descritta nel capitolo "Acquisizioni".

I flussi da *litigations* hanno comportato una generazione netta di 12,0 milioni di euro (di cui circa 17,4 milioni di euro ottenuti da definizione di contenziosi).

I flussi relativi alla gestione finanziaria sono stati pari a 14,8 milioni di euro (di cui circa 5,4 milioni di euro derivanti dall'esercizio di warrant).

## Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 30 settembre 2014



## Acquisizioni

### Australia

In data 31 marzo 2014 (“closing date”), Parmalat S.p.A., attraverso la controllata *Parmalat Australia Pty Ltd*, ha acquistato da terzi la società australiana *Harvey Food and Beverage Ltd* (“*Harvey Fresh*”).

La società è stata consolidata a partire dal 1° aprile (“acquisition date”), ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo della società stessa.

A seguito di questa operazione, il Gruppo Parmalat ha rafforzato la propria posizione nel mercato australiano espandendosi nell’ovest del paese e diventando a pieno titolo un *player* nazionale.

Questa acquisizione migliora inoltre la capacità di esportazione del Gruppo Parmalat sui mercati asiatici.

*Harvey Fresh* opera nell’Australia occidentale ed è specializzata nella produzione di latte fresco, UHT e derivati, e rappresenta il secondo produttore nel *Dairy* della regione. Oltre a queste attività *Harvey Fresh* riveste anche un ruolo significativo nel mercato delle bevande a base frutta.

La società impiega oltre 300 persone e possiede due siti produttivi uno dei quali ad *Harvey* e l’altro a *Griffith*.

L’acquisizione ha comportato un esborso complessivo di cassa di 80,6 milioni di euro tra prezzo pagato per l’intero pacchetto azionario (pari a 30,8 milioni di euro) e finanziamenti erogati alla società acquistata (pari a 49,8 milioni di euro).

L’investimento è stato totalmente finanziato con mezzi propri; il contratto contiene le usuali garanzie da parte dei venditori.

### Effetto economico delle acquisizioni sul bilancio consolidato al 30 settembre 2014

Al fine di favorire una migliore comprensione del bilancio consolidato al 30 settembre 2014, si riportano di seguito il Conto Economico al 30 settembre 2014 del Gruppo e delle società acquisite ovvero *Balkis* (acquista a fine luglio 2013) e *Harvey Fresh* (acquisita ad aprile 2014):

(in milioni di euro)	Gruppo Parmalat Progressivo al 30.09.2014	di cui <i>Balkis</i> (gennaio-luglio 2014)	di cui <i>Harvey Fresh</i> (aprile-settembre 2014)
<b>Ricavi</b>	<b>3.994,9</b>	<b>11,5</b>	<b>58,0</b>
Fatturato netto	3.969,8	11,5	57,8
Altri ricavi	25,1	0,0	0,2
<b>COSTI OPERATIVI</b>	<b>(3.691,0)</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(53,7)</b>
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(3.158,7)	(8,3)	(47,2)
Costo del lavoro	(532,3)	(2,3)	(6,5)
<b>Sub totale</b>	<b>303,9</b>	<b>0,9</b>	<b>4,3</b>
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(4,8)	0,0	0,0
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>299,1</b>	<b>0,9</b>	<b>4,3</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(94,7)	(0,4)	(1,7)
Altri proventi ed oneri	8,9	0,0	0,0
<b>Utile operativo netto</b>	<b>213,3</b>	<b>0,5</b>	<b>2,6</b>
Proventi/(Oneri)finanziari netti	1,8	0,0	(1,0)
Altri proventi ed oneri su partecipazioni	0,2	0,0	0,0
<b>Utile ante imposte</b>	<b>215,3</b>	<b>0,5</b>	<b>1,6</b>
Imposte sul reddito del periodo	(70,9)	(0,3)	0,0
<b>Utile del periodo</b>	<b>144,4</b>	<b>0,2</b>	<b>1,6</b>
(Utile)/perdita di terzi	(1,3)	-	-
<b>Utile/(perdita) di gruppo</b>	<b>143,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1,6</b>

### **Brasile: assets di LBR**

L'offerta presentata dalla controllata brasiliana Lactalis do Brazil per acquisire al prezzo di 250 milioni di Reais (circa 83 milioni di Euro) alcune unità produttive, comprensive di marchi, personale ed uffici amministrativi della società brasiliana Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR), assoggettata ad una procedura concorsuale di diritto brasiliano, è stata approvata dall'Assemblea dei Creditori di LBR tenutasi il 21 agosto 2014.

L'operazione, che ha per oggetto un portafoglio di attività nel settore del latte UHT e di formaggi locali con un fatturato proforma nel 2013 pari a circa 580 milioni di reais (circa 190 milioni di euro), consentirà inoltre al Gruppo Parmalat di rientrare nel pieno possesso della licenza esclusiva del marchio "Parmalat" in tutto il territorio brasiliano per la produzione e commercializzazione del latte UHT.

L'operazione è stata quindi ratificata dalla Corte Fallimentare competente e autorizzata dall'autorità antitrust (Brazilian Administrative Council for Economic Defense - CADE).

A partire dal 1° novembre 2014 Lactalis do Brasil ha assunto la gestione delle unità produttive oggetto dell'offerta.

Non appena completate le procedure oggetto di clausole sospensive, la consociata acquisirà la proprietà degli assets e regolerà il prezzo di acquisto.

### **Brasile: divisione dairy di BRF**

In data 4 settembre 2014 Parmalat S.p.A. (Parmalat) e BRF S.A. (BRF), una delle principali società brasiliane operanti nel settore food quotata alla BM&FBOVESPA S.A. (Borsa Valori Brasiliana), hanno sottoscritto, dopo l'approvazione dei rispettivi Consigli di Amministrazione, un accordo vincolante avente ad oggetto le condizioni e i termini essenziali dell'acquisto da parte di Parmalat di 11 stabilimenti della divisione dairy di BRF presenti nel territorio brasiliano e dei relativi assets e marchi.

Il fatturato proforma della divisione dairy di BRF nel 2013 è stato pari a circa 2,6 miliardi di Reais (pari a circa 880 milioni di Euro).

BRF ha concesso a Parmalat un diritto di esclusiva, finalizzato alla definizione di tutti gli accordi contrattuali.

L'operazione, soggetta al verificarsi di alcune condizioni sospensive e all'approvazione delle Autorità competenti, avverrà al prezzo, soggetto a taluni aggiustamenti, di 1,8 miliardi di Reais (pari a circa 610 milioni di euro), "debt and cash free". L'acquisizione sarà interamente finanziata con mezzi propri e si prevede possa essere completata nel corso del primo semestre 2015.

Le annunciate acquisizioni in Brasile implicano per il Gruppo Parmalat un impegno finanziario di circa 700 milioni di euro.

## Risorse Umane

### Organico del Gruppo

Di seguito la sintesi della distribuzione, per area geografica, del personale del Gruppo al 30 settembre 2014 rapportata al 31 dicembre 2013.

<b>Totale dipendenti per area geografica</b>		
<b>Aree</b>	<b>30 settembre 2014</b>	<b>31 dicembre 2013</b>
Europa	3.255	3.363
Nord America	4.596	4.589
America Latina	3.792	3.776
Africa	2.700	2.777
Australia	2.165	1.847
<b>Totale</b>	<b>16.508</b>	<b>16.352</b>

Al 30 settembre del 2014 si registra un incremento degli organici di Gruppo di 156 unità rispetto alla chiusura dell'esercizio precedente. Tale incremento è dovuto principalmente all'acquisizione del gruppo Harvey Fresh in Australia (313 unità). Di contro scendono gli organici nell'area europea, in particolare in Italia a causa di processi di riorganizzazione aziendale e in Russia per il minor utilizzo di contratti a tempo determinato. In diminuzione anche gli organici dell'area Africa soprattutto fra il personale operaio, mentre restano sostanzialmente stabili Nord e Sud America.

## Investimenti

Dati di sintesi degli investimenti del Gruppo Parmalat al 30 settembre 2014

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al		Progressivo al		Delta %
	30 settembre 2014		30 settembre 2013		
Aree	Valore	% sul totale	Valore	% sul totale	
Europa	11,9	11,6%	22,3	25,6%	-46,8%
Nord America	43,4	42,4%	35,0	40,2%	24,0%
America Latina	18,1	17,7%	5,3	6,1%	242,4%
Africa	12,7	12,4%	5,0	5,7%	153,6%
Australia	16,2	15,8%	19,5	22,4%	-16,9%
<b>Gruppo</b>	<b>102,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>87,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>17,5%</b>
<b>Gruppo (perimetro e cambi costanti)<sup>1</sup></b>	<b>107,0</b>		<b>87,1</b>		<b>22,9%</b>

<sup>1</sup> Escluso Harvey Fresh, Balkis, Perù, Bolivia e Uruguay

Il Gruppo nel corso dei primi nove mesi del 2014 ha realizzato investimenti per 102,3 milioni di euro, in aumento del 17,5% rispetto all'anno precedente. A parità di perimetro e cambi costanti l'aumento è del 22,9% rispetto al periodo precedente.

Gli investimenti comprendono molteplici azioni volte al miglioramento dei processi produttivi, dell'efficienza, degli aspetti qualitativi, della sicurezza dell'ambiente di lavoro nonché all'adeguamento alle nuove normative.

I progetti di investimento più significativi sono riferiti a:

- realizzazione di una linea produttiva UHT a Rowville (Australia);
- potenziamento ed ottimizzazione degli asset produttivi del burro a Winchester (Canada);
- potenziamento ed ottimizzazione degli asset produttivi della mozzarella a Victoriaville (Canada);
- potenziamento ed ottimizzazione degli asset produttivi del formaggio a Belleville (Canada);

Gli investimenti tecnici non includono l'acquisto di licenze e l'implementazione di sistemi informativi che, nel 2014, sono stati pari a 1,9 milioni di euro, principalmente effettuati in Italia e Canada.

## Commenti ai risultati economico-finanziari

### Gruppo Parmalat

**Il fatturato netto** è pari a 3.969,8 milioni di euro, in aumento di 97,3 milioni (+2,5%) rispetto ai 3.872,5 milioni dei primi nove mesi del 2013. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il fatturato netto risulta in aumento di 368,4 milioni (+9,6%). Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento dei listini prezzo e agli incrementi di vendite dei prodotti a più alta redditività.

**Il margine operativo lordo** è pari a 299,1 milioni di euro, in aumento di 7,1 milioni (+2,4%) rispetto ai 292,0 milioni dei primi nove mesi del 2013. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il margine operativo lordo risulta in aumento di 39,4 milioni (+13,0%). Tale incremento è dovuto all'aumento dei ricavi in parte compensato dall'aumento del costo della materia prima latte, in particolare in Australia, Nord America ed Europa.

**L'utile operativo netto** è pari a 213,3 milioni di euro, in aumento di 22,5 milioni rispetto ai 190,8 milioni dei primi nove mesi del 2013. A cambi e perimetro costanti, l'aumento risulta pari a 44,6 milioni.

Tale incremento è principalmente dovuto al miglioramento della gestione industriale e al maggior contributo della gestione non ricorrente.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 94,7 milioni (100,4 milioni nei primi nove mesi del 2013).

**L'utile del Gruppo** è pari a 143,1 milioni di euro, in diminuzione di 16,5 milioni rispetto ai 159,6 milioni dei primi nove mesi del 2013. A cambi e perimetro costanti, l'utile del Gruppo risulta in diminuzione di 4,5 milioni.

Tale riduzione è principalmente riconducibile a maggiori imposte di periodo e a minori proventi finanziari netti. Tale decremento è stato in parte compensato dal miglioramento dell'utile operativo netto.

**Il capitale circolante operativo** è pari a 475,7 milioni di euro, in aumento di 159,9 milioni rispetto ai 315,8 milioni del 31 dicembre 2013. 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 formaggi a cui si contrappone, nell'ultima parte dell'anno, un aumento delle vendite; alle maggiori rimanenze di latte in polvere e concentrati di frutta della controllata venezuelana allo scopo di sostenere l'incremento della domanda.

Tale incremento risulta in parte compensato dalle differenze cambio da conversione negative principalmente per l'apprezzamento dell'euro nei confronti del bolivar venezuelano.

**Il capitale investito netto** è pari a 2.250,6 milioni di euro, in aumento di 225,7 milioni rispetto ai 2.024,9 del 31 dicembre 2013. Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento del capitale circolante operativo ed all'acquisizione di *Harvey Food and Beverage Ltd* ed è stato in parte compensato dalle differenze cambio da conversione negative dovute principalmente all'apprezzamento dell'euro nei confronti del bolivar venezuelano.

**Le disponibilità finanziarie nette** sono pari a 956,1 milioni di euro, in diminuzione di 109,5 milioni, rispetto ai 1.065,6 milioni del 31 dicembre 2013. Le cause principali di tale variazione sono: l'assorbimento di cassa da attività straordinarie per 88,7 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione di *Harvey Food and Beverage Ltd*, il pagamento di dividendi di 53,5 milioni e l'effetto cambio negativo di 14,1 milioni. Tale diminuzione è stata in parte compensata dalla generazione di cassa da attività operative di 19,9 milioni, dalla generazione di cassa della gestione finanziaria di 14,8 milioni e dalle entrate nette da *litigation* per 12,0 milioni.

**Il patrimonio netto di Gruppo** è pari a 3.182,9 milioni di euro, in aumento di 116,7 milioni, rispetto ai 3.066,2 milioni del 31 dicembre 2013, principalmente per effetto dell'utile di Gruppo pari a 143,1 milioni, delle differenze cambio da conversione in euro dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 28,4 milioni e dell'esercizio dei *warrant* avvenuto nel corso del periodo pari a 5,4 milioni.

Tale incremento è stato in parte compensato dai dividendi 2013 deliberati dall'Assemblea di Parmalat S.p.A. del 17 aprile 2014 pari a 52,9 milioni.



## Gruppo Parmalat

### CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	<b>Progressivo al 30 settembre 2014</b>	<b>Progressivo al 30 settembre 2013</b>
<b>RICAVI</b>	<b>3.994,9</b>	<b>3.910,1</b>
Fatturato netto	3.969,8	3.872,5
Altri ricavi	25,1	37,6
<b>COSTI OPERATIVI</b>	<b>(3.691,0)</b>	<b>(3.614,5)</b>
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(3.158,7)	(3.087,9)
Costo del lavoro	(532,3)	(526,6)
<b>Sub totale</b>	<b>303,9</b>	<b>295,6</b>
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(4,8)	(3,6)
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>299,1</b>	<b>292,0</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(94,7)	(100,4)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(2,6)	(3,0)
- Altri proventi e oneri	11,5	2,2
<b>UTILE OPERATIVO NETTO</b>	<b>213,3</b>	<b>190,8</b>
Proventi/(Oneri) finanziari netti	1,8	22,4
Altri proventi ed oneri su partecipazioni	0,2	0,5
<b>UTILE ANTE IMPOSTE</b>	<b>215,3</b>	<b>213,7</b>
Imposte sul reddito del periodo	(70,9)	(52,0)
<b>UTILE DEL PERIODO</b>	<b>144,4</b>	<b>161,7</b>
(Utile)/perdita di terzi	(1,3)	(2,1)
Utile/(perdita) di gruppo	143,1	159,6
<b>Attività in funzionamento:</b>		
<b>Utile/(Perdita) per azione base</b>	<b>0,0783</b>	<b>0,0897</b>
<b>Utile/(Perdita) per azione diluito</b>	<b>0,0774</b>	<b>0,0886</b>

## Gruppo Parmalat

### STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	<b>30.09.2014</b>	<b>31.12.2013</b>
<b>IMMOBILIZZAZIONI</b>	<b>2.220,5</b>	<b>2.113,6</b>
Immateriali	1.104,6	1.045,4
Materiali	1.005,6	934,7
Finanziarie	38,5	63,6
Attività per imposte anticipate	71,8	69,9
<b>ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'</b>	<b>7,7</b>	<b>2,4</b>
<b>CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO</b>	<b>488,2</b>	<b>376,3</b>
Rimanenze	549,3	454,1
Crediti Commerciali	504,0	439,9
Debiti Commerciali (-)	(577,6)	(578,2)
<b>Capitale circolante operativo</b>	<b>475,7</b>	<b>315,8</b>
Altre Attività	160,0	184,7
Altre Passività (-)	(147,5)	(124,2)
<b>CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO</b>	<b>2.716,4</b>	<b>2.492,3</b>
<b>FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)</b>	<b>(110,0)</b>	<b>(125,7)</b>
<b>FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)</b>	<b>(345,3)</b>	<b>(335,6)</b>
<b>FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE</b>	<b>(10,5)</b>	<b>(6,1)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>2.250,6</b>	<b>2.024,9</b>
<i>Finanziato da:</i>		
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>3.206,7</b>	<b>3.090,5</b>
Capitale sociale	1.829,5	1.823,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	53,2	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.157,1	968,6
Utile del periodo	143,1	221,0
Patrimonio netto di terzi	23,8	24,3
<b>DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE</b>	<b>(956,1)</b>	<b>(1.065,6)</b>
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	116,8	137,4
Debiti finanziari verso partecipate	0,2	2,2
Altre attività finanziarie (-)	(206,0)	(264,9)
Disponibilità (-)	(867,1)	(940,3)
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>2.250,6</b>	<b>2.024,9</b>

## Parmalat S.p.A.

A seguito della fusione per incorporazione di Carnini S.p.A., Latte Sole S.p.A. e Parmalat Distribuzione Alimenti S.r.l. in Parmalat S.p.A., avvenuta a dicembre 2013, è stato redatto un Conto economico proforma che simula, retroattivamente, gli effetti della fusione al 30 settembre 2013. I raffronti con i dati dei primi nove mesi del 2014 sono pertanto eseguiti con i medesimi dati del conto economico proforma.

**Il fatturato netto** è pari a 643,2 milioni di euro, in aumento dell'1,6% rispetto ai 633,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013.

Escludendo i prodotti non caratteristici (casce, bancale e sfusi) il fatturato netto presenta un aumento del 2,1%.

Tale differenza positiva è conseguenza degli aumenti prezzo attuati a partire dalla seconda parte dello scorso esercizio e della crescita delle produzioni per conto, che portano ad un risultato positivo nonostante la crisi perdurante dei principali mercati in cui la Società opera.

**Il margine operativo lordo** è pari a 47,7 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 40,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2013, di 7,2 milioni di euro. Tale variazione è principalmente determinata dagli effetti di prezzo e mix che hanno inciso sull'aumento del fatturato, dalla diminuzione dei prezzi di zucchero ed alcune materie prime a base frutta che hanno più che compensato l'incremento della materia prima latte (avvenuta nel primo semestre) ed infine dal contenimento dei costi logistici e di alcune componenti dei costi di struttura. Si evidenzia che, a partire dal mese di agosto, il prezzo di acquisto della materia prima latte registra una tendenziale diminuzione.

**L'utile operativo netto** è pari a 34,4 milioni di euro, in aumento, rispetto agli 8,6 milioni di euro di settembre 2013, di 25,8 milioni di euro. A tale risultato contribuiscono principalmente l'aumento del margine operativo lordo ed i maggiori proventi netti non ricorrenti registrati nel periodo rispetto al precedente anno; sono stati inoltre accantonati oneri per il piano di ristrutturazione del personale, concordato con le organizzazioni sindacali, per circa 4,0 milioni di euro.

**L'utile del periodo** è pari a 55,1 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 60,1 milioni di euro del settembre 2013, di 5,0 milioni di euro. La variazione è principalmente determinata dall'aumento dell'utile operativo netto compensato dai minori dividendi da partecipate (23,3 milioni di euro, contro 46,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2013) e dall'aumentato carico fiscale dovuto alla mutata composizione del risultato ante imposte, con maggiori utili tassabili rispetto al carico di imposta sui dividendi.

**Il capitale investito netto** è pari a 2.141,1 milioni di euro, in aumento rispetto ai 2.117,3 milioni di euro del 31 dicembre 2013, di 23,8 milioni di euro. La variazione è principalmente riconducibile: all'aumento delle immobilizzazioni (+41,2 milioni di euro) per l'erogazione di un finanziamento a società controllata in relazione all'acquisto di Harvey Food and Beverage Ltd, alla diminuzione del capitale d'esercizio netto (-14,0 milioni di euro) e all'aumento complessivo dei fondi per circa 6,0 milioni di euro.

**Le disponibilità finanziarie nette** sono passate da 855,6 milioni di euro al 31 dicembre 2013 a 838,0 milioni di euro del 30 settembre 2014, con una diminuzione di 17,6 milioni di euro. Le poste principali che contribuiscono alla variazione del periodo sono: il pagamento di dividendi (52,8 milioni di euro), l'erogazione del finanziamento a m/l termine a società controllata australiana finalizzato all'acquisto di Harvey Food and Beverage Ltd (50,0 milioni di euro), l'incasso di dividendi da partecipate (23,2 milioni di euro), l'incasso da *litigations* (16,3 milioni di euro), rimborsi IVA (50,0 milioni di euro, interessi inclusi) e corrispettivi per warrant esercitati (5,4 milioni di euro).

Le disponibilità e le attività finanziarie sono impiegate a breve termine presso istituti di credito italiani.

**Il patrimonio netto** della società è pari a 2.979,1 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.972,9 milioni del 31 dicembre 2013 di 6,2 milioni di euro per effetto dell'utile di periodo, dell'esercizio di warrant avvenuto tra gennaio e settembre, al netto della destinazione a dividendi del risultato 2013.

## Parmalat S.p.A.

### CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2014	Progressivo al 30 settembre 2013 <i>proforma</i> <sup>1</sup>	Progressivo al 30 settembre 2013 Pubblicato
<b>RICAVI</b>	<b>671,3</b>	<b>665,6</b>	<b>609,0</b>
Fatturato netto	643,2	633,3	576,9
Altri ricavi	28,1	32,3	32,1
<b>COSTI OPERATIVI</b>	<b>(620,8)</b>	<b>(622,5)</b>	<b>(566,5)</b>
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(535,8)	(539,6)	(491,6)
Costo del lavoro	(85,0)	(82,9)	(74,9)
<b>Subtotale</b>	<b>50,5</b>	<b>43,1</b>	<b>42,5</b>
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,8)	(2,6)	(2,1)
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>47,7</b>	<b>40,5</b>	<b>40,4</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(22,5)	(24,6)	(21,8)
Altri proventi e oneri:			
- Spese legali su <i>litigations</i>	(2,6)	(3,0)	(3,0)
- Altri proventi e oneri	11,8	(4,3)	(4,6)
<b>UTILE OPERATIVO NETTO</b>	<b>34,4</b>	<b>8,6</b>	<b>11,0</b>
Proventi/(Oneri) finanziari netti	16,4	16,3	16,5
Altri proventi e oneri su partecipazioni	23,3	46,3	46,5
<b>UTILE ANTE IMPOSTE</b>	<b>74,1</b>	<b>71,2</b>	<b>74,0</b>
Imposte sul reddito del periodo	(19,0)	(11,1)	(11,0)
<b>UTILE DEL PERIODO</b>	<b>55,1</b>	<b>60,1</b>	<b>63,0</b>

<sup>1</sup> A seguito della fusione per incorporazione di Carnini S.p.A., Latte Sole S.p.A. e Parmalat Distribuzione Alimenti S.r.l. in Parmalat S.p.A., avvenuta a dicembre 2013, è stato redatto un Conto economico *proforma* che simula, retroattivamente, gli effetti della fusione al 30 settembre 2013.

## Parmalat S.p.A.

### STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	<b>30.09.2014</b>	<b>31.12.2013</b>
<b>IMMOBILIZZAZIONI</b>	<b>2.331,6</b>	<b>2.290,4</b>
Immateriali	357,6	361,6
Materiali	145,6	158,8
Finanziarie	1.795,1	1.734,0
Attività per imposte anticipate	33,3	36,0
<b>ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'</b>	<b>2,6</b>	<b>0,0</b>
<b>CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO</b>	<b>16,4</b>	<b>30,4</b>
Rimanenze	48,2	46,9
Crediti Commerciali	138,2	139,3
Debiti Commerciali (-)	(184,7)	(207,4)
<b>Capitale circolante operativo</b>	<b>1,7</b>	<b>(21,2)</b>
Altre Attività	57,5	94,7
Altre Passività (-)	(42,8)	(43,1)
<b>CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO</b>	<b>2.350,6</b>	<b>2.320,8</b>
<b>FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)</b>	<b>(26,4)</b>	<b>(26,0)</b>
<b>FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)</b>	<b>(173,0)</b>	<b>(171,8)</b>
<b>FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE</b>	<b>(10,1)</b>	<b>(5,7)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>2.141,1</b>	<b>2.117,3</b>
<i>Finanziato da:</i>		
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>2.979,1</b>	<b>2.972,9</b>
Capitale sociale	1.829,5	1.823,4
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	53,2	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.041,3	986,8
Utile del periodo	55,1	109,5
<b>DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE</b>	<b>(838,0)</b>	<b>(855,6)</b>
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	0,0	0,2
Debiti/(Crediti) finanziari verso partecipate	(120,0)	(106,7)
Altre attività finanziarie (-)	(180,4)	(235,5)
Disponibilità (-)	(537,6)	(513,6)
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>2.141,1</b>	<b>2.117,3</b>

## Eventi significativi del terzo trimestre 2014

### **Approvata dall'Assemblea dei Creditori di Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR), dall'autorità antitrust e dalla Corte Fallimentare competente l'offerta per alcuni assets della società brasiliana**

L'offerta presentata dalla controllata brasiliana Lactalis do Brazil per acquisire al prezzo di 250 milioni di Reais (circa 83 milioni di Euro) alcune unità produttive, comprensive di marchi, personale ed uffici amministrativi della società brasiliana Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR), assoggettata ad una procedura concorsuale di diritto brasiliano, è stata approvata dall'Assemblea dei Creditori di LBR tenutasi il 21 agosto 2014.

L'operazione, che ha per oggetto un portafoglio di attività nel settore del latte UHT e di formaggi locali con un fatturato proforma nel 2013 pari a circa 580 milioni di reais (circa 190 milioni di euro), consentirà al Gruppo Parmalat di rientrare nel pieno possesso della licenza esclusiva del marchio "Parmalat" in tutto il territorio brasiliano per la produzione e commercializzazione del latte UHT.

L'operazione è stata quindi ratificata dalla Corte Fallimentare competente e autorizzata dall'autorità antitrust (Brazilian Administrative Council for Economic Defense - CADE).

### **Sottoscritto accordo con BRF per l'acquisto della divisione dairy**

In data 4 settembre 2014 Parmalat S.p.A. (Parmalat) e BRF S.A. (BRF), una delle principali società brasiliane operanti nel settore food quotata alla BM&FBOVESPA S.A. (Borsa Valori Brasiliana), hanno sottoscritto, dopo l'approvazione dei rispettivi Consigli di Amministrazione, un accordo vincolante avente ad oggetto le condizioni e i termini essenziali dell'acquisto da parte di Parmalat di 11 stabilimenti della divisione dairy di BRF presenti nel territorio brasiliano e dei relativi assets e marchi.

Il fatturato proforma della divisione dairy di BRF nel 2013 è stato pari a circa 2,6 miliardi di Reais (pari a circa 880 milioni di Euro).

BRF ha concesso a Parmalat un diritto di esclusiva, finalizzato alla definizione di tutti gli accordi contrattuali.

L'operazione, soggetta al verificarsi di alcune condizioni sospensive e all'approvazione delle Autorità competenti, avverrà al prezzo, soggetto a taluni aggiustamenti, di 1,8 miliardi di Reais (pari a circa 610 milioni di euro), "debt and cash free". L'acquisizione sarà interamente finanziata con mezzi propri.

### **Citibank**

Con ordinanza del 18 luglio 2014, comunicata in data 29 agosto 2014, la Corte d'appello di Bologna ha dichiarato "efficace nella Repubblica Italiana la sentenza della Superior Court of New Jersey...del 27 ottobre 2008..." che ha riconosciuto a favore di Citibank N.A. la somma di US\$ 431.318.828,84 (US\$ 364.228.023 in sorte capitale e US\$ 67.090.801,84 a titolo di interessi).

L'ordinanza è stata pronunciata all'esito di un procedimento di delibazione instaurato da Citibank N.A. nei confronti di Parmalat Finanziaria S.p.A. in A.S., Parmalat S.p.A. in A.S. e altre otto società del gruppo in amministrazione straordinaria.

L'ordinanza, notificata a Parmalat in data 19 settembre 2014, formerà oggetto di impugnazione avanti la Corte di Cassazione nei termini di legge.

Per richiedere l'ammissione del proprio credito, Citibank dovrà presentare domande di insinuazione tardiva al passivo avanti al Tribunale Fallimentare di Parma, nei confronti delle quali le procedure di A.S. interessate proporranno opposizione; nessun procedimento risulta allo stato avviato.

Secondo la prospettazione avversaria, contestata in toto da Parmalat, Citibank potrebbe promuovere insinuazioni tardive di credito nei confronti di ciascuna delle società in amministrazione straordinaria nei confronti delle quali è stata pronunciata l'ordinanza, facendo valere un'asserita responsabilità solidale delle stesse, così ottenendo, in applicazione dei relativi *recovery ratios*<sup>1</sup>, recuperi percentuali dei propri crediti concorsuali, fino al ristoro della totalità del proprio credito.

<sup>1</sup> Parmalat Finanziaria S.p.A. in A.S. (*recovery ratio* 5,72%), Parmalat S.p.A. in A.S. (*recovery ratio* 6,94%), Centro Latte Centallo S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 64,82%), Contal S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 7,06%), Eurolat S.p.A. in A.S. (*recovery ratio* 100%), Geslat S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 28,22%), Lactis S.p.A. in A.S. (*recovery ratio* 100%), Newco S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 14,04%), Panna Elena C.P.C. S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 75,70%) e Parmengineering S.r.l. in A.S. (*recovery ratio* 4,90%)

Ai sensi del Concordato, Parmalat sarà tenuta alla soddisfazione delle pretese di Citibank soltanto laddove i crediti che dovessero essere insinuati siano definitivamente accertati da un provvedimento definitivo, ovvero riconosciuti in forza di un accordo transattivo.

In tali casi il credito di Citibank verrebbe comunque soddisfatto con l'assegnazione di azioni Parmalat secondo le corrispondenti percentuali di recupero previste nel Concordato.

L'aumento di capitale deliberato in data 1 marzo 2005, come modificato da ultimo con delibera del 31 maggio 2012, e riservato ai creditori tardivi contempla, in via prudenziale, l'emissione di azioni a copertura del rischio connesso alle pretese di Citibank. Qualora, a fronte di insinuazioni tardive che dovessero essere promosse da Citibank, l'attuale importo dell'aumento di capitale riservato ai creditori tardivi dovesse risultare non adeguato, Parmalat dovrà proporre all'assemblea di incrementarne l'importo, vincolando a tal fine parte delle "Altre riserve e risultati di periodi precedenti".

Il procedimento penale per bancarotta fraudolenta nei confronti di dirigenti e dipendenti del gruppo bancario a cui appartiene Citibank N.A., pendente presso il Tribunale di Parma e nel quale Parmalat S.p.A. in A.S., Parmalat Finanziaria S.p.A. in A.S. e Parmalat Finance Corporation B.V. in A.S., si sono costituite parte civile e hanno citato la banca in qualità di responsabile civile rispetto alle attività poste in essere dai suoi dipendenti, è attualmente nella fase dell'istruttoria dibattimentale. In particolare, sono attualmente in corso gli interrogatori degli imputati, che rappresentano la fase finale dell'assunzione delle prove; secondo l'attuale calendario e fatta salva l'ammissione di ulteriori mezzi di prova, l'istruttoria dibattimentale dovrebbe esaurirsi entro la fine di novembre. La fase successiva è quella delle discussioni finali e della conseguente decisione della causa attesa, sulla base di quanto rappresentato dai legali che assistono la società, nel corso del primo semestre 2015.

## **Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2014**

### **Assunzione della gestione delle unità produttive LBR**

A partire dal 1° novembre 2014 Lactalis do Brasil ha assunto la gestione delle unità produttive oggetto dell'offerta.

Non appena completate le procedure oggetto di clausole sospensive, la consociata acquisirà la proprietà degli assets e regolerà il prezzo di acquisto.

## Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2014

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2014 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 2014 sono stati applicati gli stessi principi di consolidamento e gli stessi criteri di valutazione adottati nella redazione del bilancio al 31 dicembre 2013, a cui si fa rinvio, nonché le nuove disposizioni IFRS in vigore dal 1° gennaio 2014 di seguito riportate.

I principi contabili, le modifiche ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2014 ed adottati dalla Commissione Europea sono i seguenti:

*IFRS 10 – Bilancio consolidato (applicabile per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Il nuovo principio sostituisce il *SIC-12 Consolidamento – Società a destinazione specifica (società veicolo)* e parti dello *IAS 27 – Bilancio consolidato e separato*, il quale è stato ridenominato *Bilancio separato* e disciplina il trattamento contabile delle partecipazioni nel bilancio separato. Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione del nuovo principio non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

*IFRS 11 – Accordi a controllo congiunto (applicabile per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Il nuovo principio sostituisce lo *IAS 31 – Partecipazioni in Joint Venture* ed il *SIC-13 – Imprese a controllo congiunto – Conferimenti in natura da parte dei partecipanti al controllo*. A seguito dell'emanazione del principio, lo *IAS 28 – Partecipazioni in imprese collegate* è stato emendato per comprendere nel suo ambito di applicazione, dalla data di efficacia del principio, anche le partecipazioni in imprese a controllo congiunto. Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione del nuovo principio non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

*IFRS 12 – Informativa sulle partecipazioni in altre entità (applicabile per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tale principio non ha prodotto alcun effetto dal punto di vista della valutazione delle poste di bilancio.

*Modifiche a IFRS 10, IFRS 11 e IFRS 12 (applicabili per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

*Modifiche allo IAS 32 – Strumenti finanziari: Esposizione in bilancio – Compensazione di attività e passività finanziarie (applicabili per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tale versione rivista non ha prodotto alcun effetto all'interno del Gruppo dal punto di vista della valutazione delle poste di bilancio.

*Modifiche allo IAS 36 – Riduzione di valore delle attività (applicabili per i periodi che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tale versione rivista non ha prodotto alcun effetto all'interno del Gruppo dal punto di vista della valutazione delle poste di bilancio.

*Modifiche allo IAS 39 – Strumenti finanziari: Rilevazione e valutazione. Novazione di derivati e continuazione della contabilizzazione di copertura (applicabili per i periodi contabili che hanno inizio il 1° gennaio 2014 o in data successiva).* Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tale versione rivista non ha avuto alcun impatto all'interno de Gruppo.

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 complesse e soggettive valutazioni e stime tratte dall'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 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 che effettivamente saranno realizzati, 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, i marchi a vita utile non definita, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte correnti differite, il fondo svalutazione crediti, i fondi per rischi ed oneri (in particolare a fronte dei contenziosi in essere), i fondi relativi al personale e le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive. Per le principali assunzioni adottate e le fonti utilizzate nell'effettuazione delle stime, si rimanda a quanto illustrato nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2013.

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 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 2014 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 07 novembre 2014.

## Area di consolidamento

Nel corso del terzo trimestre 2014 non sono intervenute variazioni significative nell'area di consolidamento rispetto al 30 giugno 2014.

La società Harvey Food and Beverage Limited, acquisita in data 31 marzo 2014 ("*closing date*"), è stata consolidata a partire dal 1° aprile ("*acquisition date*"), ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo della società.

## Venezuela

I dati economici e patrimoniali delle consociate venezuelane espressi in valuta locale sono condizionati dall'elevato tasso d'inflazione che, nell'ultimo triennio, ha superato la soglia cumulata del 100%, determinando l'applicazione dello *IAS 29 – Rendicontazione contabile in economie iperinflazionate*. Il principio prevede che il bilancio di un'entità, la cui valuta funzionale sia quella di un'economia iperinflazionata, deve essere esposto nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio. I valori dello stato patrimoniale non ancora espressi nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio sono rideterminati applicando un indice generale dei prezzi. Tutte le voci del conto economico devono essere espresse nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio, applicando la variazione dell'indice generale dei prezzi intervenuta dalla data alla quale i ricavi e i costi sono stati registrati inizialmente nel bilancio. Il ricalcolo dei valori di bilancio è stato effettuato utilizzando l'indice nazionale del prezzo al consumo (INPC). L'indice alla data di riferimento del Resoconto intermedio di gestione è stato pari a 719,7 (442,3 a settembre 2013) mentre la variazione dell'indice rispetto all'anno precedente è stata pari a 62,71%.

Con l'avvio il 24 marzo del *Sistema Cambiario Alternativo de Divisas* (cosiddetto *SICAD II*), basato su un meccanismo d'asta giornaliera, in aggiunta al *Sistema Complementario de Administracion de Divisas* (cosiddetto *SICAD*) basato su un meccanismo d'asta settimanale, i primi nove mesi del 2014 hanno visto il sistema valutario venezuelano connotarsi per la contemporanea presenza di un tasso di cambio ufficiale (cosiddetto *CENCOEX*) di 6,30 VEF/USD cui si affiancano rispettivamente un tasso di cambio implicito derivante dai risultati delle aste gestite secondo il sistema *SICAD* (con tasso di cambio vigente al 30 settembre pari a 12,00 VEF/USD) ed un nuovo tasso implicito derivante dalle aste gestite tramite *SICAD II* (con tasso di cambio vigente al 30 settembre pari a 49,99 VEF/USD).

Le controllate venezuelane, pur continuando ad avere accesso anche nel terzo trimestre 2014 all'acquisto di valuta al tasso di cambio ufficiale, hanno partecipato, a marzo, alla prima asta *SICAD* indetta per operatori del settore *dairy*. Tale tasso di cambio, seppur meno favorevole, ha consentito alla controllata di ottenere più velocemente la valuta necessaria a regolare gli scambi commerciali. In tale occasione il tasso di cambio di aggiudicazione è stato pari a 10,70 per un ammontare complessivo di 2,1 milioni di dollari.

Sulla base delle evidenze documentali disponibili, si è ritenuto opportuno procedere ad una conversione dei saldi patrimoniali al 30 settembre e dei saldi economici relativi al terzo trimestre delle controllate venezuelane, applicando il tasso *SICAD* in quanto ritenuto rappresentativo delle condizioni operative riscontrate nel periodo.

Tale tasso è, alla data del 30 settembre, il tasso di cambio applicabile ai futuri pagamenti dei dividendi ed al rientro del capitale.

In precedenza, Parmalat aveva utilizzato il tasso di cambio ufficiale di 6,30 VEF/USD per convertire sia i dati economici sia i dati patrimoniali delle consociate ai fini del proprio bilancio consolidato di Gruppo.

Questo cambiamento ha comportato al 30 settembre una riduzione del contributo delle controllate al patrimonio netto consolidato di 110 milioni di euro mentre sul fatturato netto e sul margine operativo lordo una riduzione rispettivamente di 88 e di 10 milioni di euro.

L'eventuale cambiamento del tasso di cambio da 6,30 VEF/USD a *SICAD II* avrebbe invece comportato una riduzione del contributo delle controllate al patrimonio netto consolidato di 203 milioni di euro mentre sul fatturato netto e sul margine operativo lordo una riduzione rispettivamente di 176 e di 19 milioni.

Poiché il tasso di cambio *SICAD* e' basato su aste periodiche, e' possibile che subisca variazioni rilevanti nei futuri trimestri che potrebbero avere un ulteriore effetto significativo sui saldi contabili della controllata venezuelana nonché sul bilancio consolidato di Parmalat.

E' anche possibile che significative variazioni nel tasso di cambio, così come altri sviluppi ad esse collegati nel paese, possano avere un ulteriore impatto sulle attività della controllata nel futuro, che potrebbero inoltre determinare un riflesso significativo sul bilancio consolidato di Parmalat.

## Prevedibile evoluzione della gestione

Il perdurare di situazioni economiche sfavorevoli, determinate dagli elevati costi delle materie prime e dalle forti pressioni competitive nelle aree di presenza, ha caratterizzato il primo semestre durante il quale il Gruppo Parmalat ha progressivamente migliorato la marginalità, grazie ad efficienze operative ed adeguamenti dei listini.

Il terzo trimestre è stato caratterizzato dall'aumento dei ricavi e del margine operativo lordo, beneficiando delle azioni strategiche intraprese, quali aumenti mirati di prezzo, azioni di marketing e rafforzamento nelle aree geografiche chiave, che si accompagnano ad iniziative volte ad un continuo miglioramento dell'efficienza operativa.

Il trend delle materie prime, in calo a partire dal terzo trimestre dell'anno e le dinamiche commerciali influenzate dai principali concorrenti e dalle politiche di prezzo e di prodotto perseguite dalle catene distributive, introducono elevati livelli di variabilità nei risultati delle diverse aree.

### Guidance 2014

In tale contesto, per il 2014, a tassi di cambio e perimetro costanti ed escluso l'effetto dell'iperinflazione, Parmalat stima un fatturato netto e un EBITDA in crescita in misura superiore al 5%.

#### **Disclaimer**

*Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), in particolare nella sezione intitolata "Prevedibile evoluzione della gestione". Le previsioni del quarto trimestre 2014 si basano, tra l'altro, sull'andamento del terzo trimestre 2014 e sui trend del mese di ottobre. L'andamento del Gruppo è influenzato dall'evoluzione di variabili esogene che possono avere impatti non prevedibili sui risultati: tali variabili, che riflettono la peculiarità di ciascun Paese in cui il Gruppo opera, sono legate a fenomeni di natura atmosferica, economica, socio-politica e normativa.*

## **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, Pierluigi Bonavita, 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. Pierluigi Bonavita

## **Parmalat S.p.A.**

Società soggetta a direzione e coordinamento di B.S.A. S.A.

Via delle Nazioni Unite 4

43044 Collecchio (Parma) - Italia

Tel. +39.0521.808.1

[www.parmalat.com](http://www.parmalat.com)

Cap. Soc.: 1.829.468.134 euro i.v.

R.E.A. Parma n. 228069

Reg. Imprese Parma n. 04030970968

Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

