



## COMUNICATO STAMPA

### IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA IL PRIMO RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 31 MARZO 2015

- INCREMENTO DELLA MARGINALITA' E DEL FATTURATO
- CONFERMATA LA *GUIDANCE* PER L'INTERO ANNO

- Fatturato netto in crescita del 13,8% a perimetro e cambi correnti (+7,3% a perimetro e cambi costanti);
- Margine Operativo Lordo in aumento del 6,9% a perimetro e cambi correnti (+21,5% a perimetro e cambi costanti);
- Buon andamento delle aree Africa, Europa ed America Latina, in quest'ultima si è aggiunta la nuova acquisizione in Brasile (*LBR*) che sconta, come previsto, i costi di riorganizzazione e di rilancio;
- Utile netto di Gruppo in diminuzione, a causa principalmente dei minori proventi finanziari netti e di maggiori imposte;
- *Guidance* 2015: confermate le stime di crescita già previste per fatturato netto ed EBITDA sia a tassi di cambio e perimetro costanti ed escluso l'effetto dell'iperinflazione sia considerando le acquisizioni effettuate.

Principali dati economico finanziari consolidati di Gruppo			
Valori in mln di euro	Primo trimestre 2015	Primo trimestre 2014	Var. %
Fatturato netto	1.357,8	1.192,8	+13,8%
<i>Fatturato netto a perimetro e cambi costanti ed esclusi effetti iperinflazione</i>	1.277,5	1.190,1	+7,3%
Margine operativo lordo	81,7	76,4	+6,9%
<i>Margine operativo lordo a perimetro e cambi costanti ed esclusi effetti iperinflazione</i>	97,7	80,4	+21,5%
Utile di Gruppo	19,0	47,7	-60,2%
<i>Utile di Gruppo a perimetro e cambi costanti</i>	21,5	47,7	-54,9%
Valori in mln di euro	31/03/2015	31/12/2014	Var. %
Disponibilità Finanziarie Nette	929,0	1.119,1	-17,0%



Parmalat S.p.A. comunica che in data odierna si è tenuto, con la presidenza della Dott.ssa Gabriella Chersicla, il Consiglio di Amministrazione della Società che ha approvato il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015.

## Gruppo

Nel corso del primo trimestre 2015, l'economia globale ha mostrato una moderata crescita guidata dalle economie più avanzate.

Nello stesso periodo, l'andamento del mercato della materia prima latte è stato diverso nelle principali aree in cui il Gruppo opera con prezzi medi in rialzo rispetto all'anno precedente nelle aree Africa ed America Latina e in calo in Europa e Nord America.

In dettaglio, **il fatturato netto** si attesta a 1.357,8 milioni di euro, in aumento di 165,1 milioni (+13,8%) rispetto ai 1.192,8 milioni dei primi tre mesi del 2014. La variazione a tassi di cambio costanti e a perimetro omogeneo - ottenuto escludendo il contributo del gruppo *Harvey Fresh* acquisito in Australia nel secondo trimestre 2014 ed i risultati delle attività acquisite nel primo trimestre 2015 in Brasile, *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial* (LBR), in Italia (*Latterie Friulane*) e in Australia (*Longwarry*) - ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, risulta in crescita di 87,4 milioni (+7,3%). Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento dei listini prezzo e delle vendite dei prodotti a più alta redditività.

Il **marginale operativo lordo** è pari a 81,7 milioni di euro, in aumento di 5,2 milioni (+6,9%) rispetto ai 76,4 milioni dei primi tre mesi del 2014. A tassi di cambio costanti e a perimetro omogeneo ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, la variazione risulta in crescita di 17,3 milioni (+21,5%). Tale incremento è dovuto al continuo miglioramento dell'efficienza operativa e all'ottimizzazione dell'utilizzo della leva promozionale nei mercati in cui il prezzo di acquisto della materia prima latte è risultato in calo.

Di seguito, si evidenziano i risultati delle principali aree geografiche.

**L'area Europa** include le aziende operanti in Italia, Russia, Portogallo e Romania. Il fatturato netto dell'area si attesta a 267,6 milioni di euro e il margine operativo lordo è pari a 25,2 milioni di euro nel primo trimestre del 2015. La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro, iniziata nell'ultima parte del 2014, ha comportato un impatto negativo sul fatturato e sul margine operativo lordo dell'area, rispettivamente pari a circa 10 milioni di euro e 0,3 milioni di euro.

I risultati dell'area a cambi costanti mostrano un fatturato in calo dell'1,1% e un margine operativo lordo in aumento del 14,7%.

In **Italia** – il cui peso sull'Europa è pari a circa il 90% del fatturato netto - i mercati in cui Parmalat opera sono stati ancora caratterizzati da una generalizzata contrazione dei consumi. Nonostante la sfavorevole situazione, la consociata conferma la propria leadership nelle categorie latte UHT e latte pastorizzato (considerando tutti i canali di vendita) facendo segnare un aumento della quota di mercato. Inoltre, Parmalat rafforza la prima posizione competitiva nella panna UHT incrementando la propria quota grazie all'ottima performance del marchio *Chef*, oltre a confermare le posizioni nelle bevande a base frutta e nello yogurt. Nel primo trimestre dell'anno gli investimenti pubblicitari, a sostegno dei principali brand, sono stati significativamente superiori all'anno precedente.



**L'area Nord America** include le consociate che operano in Canada e negli Stati Uniti d'America. Nei primi tre mesi del 2015 il fatturato netto ammonta a 529,3 milioni di euro ed il margine operativo lordo è pari a 42,2 milioni di euro.

Le significative rivalutazioni delle divise dei due Paesi dell'area, nei confronti dell'euro, hanno comportato un impatto positivo su fatturato e margine operativo lordo rispettivamente pari a circa 61 milioni di euro e 5,1 milioni di euro.

A cambi costanti, il fatturato netto dell'area diminuisce del 7,6%, mentre il margine operativo lordo è in calo del 5,9% rispetto all'anno precedente, a seguito dell'andamento delle vendite in mercati caratterizzati da una forte pressione competitiva, soprattutto in **Canada**, Paese in cui si conferma un continuo calo dei consumi nel mercato latte, mentre si registra un lieve aumento nei comparti dello yogurt e dei formaggi. In tale contesto Parmalat ha incrementato la propria quota nel mercato del latte ed ha mantenuto inalterata la propria posizione nello yogurt in cui, ad inizio anno, ha lanciato un nuovo prodotto nel segmento "greek yoghurt" col marchio *Astros Authentikos*. Nel mercato dei formaggi la consociata conferma la seconda posizione di mercato.

Negli **Stati Uniti d'America** il perimetro di mercato dei formaggi - costituito dai segmenti in cui la consociata opera - è caratterizzato da una ripresa dei consumi e in tale contesto Parmalat mantiene la leadership di categoria. L'azienda conferma la prima posizione competitiva nei segmenti mozzarella da cucina, formaggi a crosta bianca e ricotta e mantiene le proprie posizioni nei comparti mozzarella fresca e snack.

**L'area America Latina** include le consociate operanti in Venezuela, Colombia, Ecuador, Paraguay, Brasile e Messico. Il Gruppo ha rafforzato la propria presenza nell'area attraverso l'acquisizione in Brasile di *LBR* a partire dal mese di gennaio 2015, dopo averne assunto la gestione a partire dal 1° novembre 2014; tale operazione ha consentito di rientrare nel pieno possesso del marchio Parmalat in tutto il territorio brasiliano. Le attività acquisite da *LBR* scontano nei primi mesi dell'anno i costi per riavviare l'operatività parzialmente sospesa durante la procedura concorsuale e, pertanto, fanno registrare nel primo trimestre un margine operativo lordo negativo (-4,4 milioni di euro). Su tali problematiche, che proseguiranno anche nei prossimi mesi, il management sta ponendo in essere le azioni opportune per ripristinare il normale andamento dell'attività e riportare la redditività in linea con le attese.

Nel primo trimestre 2015 il fatturato netto è pari a 213,3 milioni di euro e il margine operativo lordo si attesta a 2,6 milioni di euro.

I dati includono l'iperinflazione del Venezuela e un effetto cambio negativo pari a circa 72 milioni di euro sul fatturato e 9,8 milioni di euro sul margine operativo lordo, determinato principalmente dal deprezzamento del bolivar venezuelano nei confronti dell'euro.

I risultati a cambi costanti e perimetro omogeneo (escludendo *LBR*) e senza gli effetti dell'iperinflazione, mostrano un fatturato e un margine operativo lordo rispettivamente in crescita del 79% e del 120%.

In **Venezuela**, in un contesto che rimane incerto sia dal punto di vista economico che politico, la consociata registra un aumento significativo delle vendite di latte pastorizzato e di yogurt, mentre rimangono stabili i volumi di vendita delle bevande a base frutta.

Nell'**area Africa** - che comprende le consociate operanti in Sud Africa, Zambia, Botswana, Swaziland e Mozambico - nei primi tre mesi del 2015 il fatturato netto si attesta a 111,6 milioni di euro e il margine operativo lordo ammonta a 8,5 milioni di euro.

I dati includono un effetto cambio positivo pari a circa 11,4 milioni di euro sul fatturato e 0,8 milioni di euro sul margine operativo lordo, principalmente determinati dall'apprezzamento del rand sudafricano nei confronti dell'euro.

I risultati dell'area a cambi costanti registrano un fatturato in aumento del 15,8% e un margine operativo lordo in crescita del 37,4%. Il buon andamento dell'area è determinato da un incremento dei volumi di vendita favorito anche da maggiori disponibilità di materia prima latte rispetto all'anno precedente.

In **Sud Africa** Parmalat mantiene saldamente la leadership nel mercato del latte aromatizzato, grazie al marchio *Steri Stumpie*, e rafforza la prima posizione competitiva nei formaggi con un



sensibile aumento della propria quota anche grazie agli investimenti pubblicitari effettuati. Nel segmento del latte UHT e dello yogurt, la consociata mantiene la seconda posizione competitiva.

In **Australia**, il fatturato netto è pari a 240 milioni di euro e il margine operativo lordo del periodo si attesta a 7,1 milioni di euro.

L'apprezzamento della valuta locale, rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente, ha determinato un impatto positivo su fatturato e margine operativo lordo, rispettivamente pari a circa 13 milioni di euro e 0,4 milioni di euro.

A cambi e perimetro omogenei, escludendo le nuove attività *Harvey Fresh* e *Longwarry*, il fatturato netto risulta in aumento del 4,7%, mentre il margine operativo lordo è in diminuzione del 15,1% rispetto al primo trimestre 2014, principalmente a seguito di maggiori investimenti pubblicitari. L'azienda continua nel suo programma di miglioramento dell'efficienza industriale e di contenimento dei costi di distribuzione.

Parmalat si conferma leader nel mercato del latte pastorizzato e mantiene inalterate le proprie posizioni competitive nello yogurt e nel latte aromatizzato, grazie alla buona performance del marchio *Oak*. Nel segmento dei dessert la consociata incrementa sensibilmente la propria quota conquistando la leadership di categoria.

**L'utile operativo netto del Gruppo** è pari a 46,8 milioni di euro, in linea rispetto ai 46,9 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti, l'utile operativo netto risulta in aumento di 3,7 milioni. Tale incremento è principalmente dovuto al miglioramento della gestione industriale.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 34,7 milioni (29,2 milioni nei primi tre mesi del 2014). Tale variazione è principalmente riconducibile al consolidamento nel corso del periodo delle nuove realtà acquisite.

**L'utile del Gruppo** è pari a 19 milioni di euro, in diminuzione di 28,7 milioni rispetto ai 47,7 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti, l'utile del Gruppo risulta in diminuzione di 26,2 milioni.

Tale riduzione è principalmente riconducibile a minori proventi finanziari netti, per effetto di un maggior onere da iperinflazione e di una diminuzione dei rendimenti sulla liquidità investita e a maggiori imposte di periodo, dovute principalmente ad un migliore risultato industriale in Venezuela e a componenti reddituali non ricorrenti quali imposte differite e imposte su proventi da riparti fallimentari.

**Le disponibilità finanziarie nette** sono pari a 929 milioni di euro, in diminuzione di 190,1 milioni rispetto ai 1.119,1 milioni del 31 dicembre 2014. Le cause principali di tale variazione sono riconducibili all'assorbimento di cassa sia da attività operative per 100 milioni in relazione alla stagionalità del *business*, che da attività straordinarie per 129,3 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione di alcune unità produttive di *Lácteos Brasil S.A.*, dell'acquisizione della società australiana *Longwarry Food Park Pty Ltd* e del ramo di azienda di *Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A.*. Tale diminuzione è stata in parte compensata dalla generazione di cassa della gestione finanziaria per 21,5 milioni e dall'effetto cambio positivo per 17,8 milioni.

## **PARMALAT S.p.A.**

**L'utile del periodo** è pari a 15,2 milioni di euro, in aumento di 11 milioni rispetto ai 4,2 milioni di euro del marzo 2014. La variazione è principalmente determinata dall'aumento dell'utile operativo netto e dai maggiori dividendi e proventi da partecipate (7,5 milioni di euro, contro 0,6 milioni di euro dei primi tre mesi del 2014) che portano anche ad un contenimento del carico fiscale.



**Le disponibilità finanziarie nette** sono passate da 758,8 milioni di euro al 31 dicembre 2014 a 777,2 milioni di euro del 31 marzo 2015, con un aumento di 18,4 milioni di euro. Le poste principali che contribuiscono alla variazione del periodo sono: l'incasso di dividendi, la diminuzione del capitale d'esercizio netto e gli incassi per warrant esercitati (1,6 milioni di euro), oltre al carico del debito finanziario di 5,7 milioni di euro di Latterie Friulane (poi integralmente estinto).

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

\*\*\*\*\*

## **Prevedibile evoluzione della gestione**

Lo scenario economico globale conferma nel primo trimestre 2015 una moderata crescita, guidata dalle economie avanzate, Stati Uniti in particolare.

Rimane un margine di incertezza per quanto riguarda il livello dei costi delle materie prime e il mantenimento dei prezzi di vendita, sottoposti a notevoli pressioni sul mercato. Queste situazioni di instabilità e l'andamento dell'economia in alcune aree dove il Gruppo opera concentrano le aspettative di crescita soprattutto nel secondo semestre dell'anno in corso.

In tale contesto il Gruppo conferma gli obiettivi di crescita di fatturato e margine operativo lordo.

## **Guidance 2015**

Per il 2015, a tassi di cambio e perimetro costanti ed escluso l'effetto dell'iperinflazione, Parmalat stima un fatturato netto ed un margine operativo lordo in crescita intorno a livelli del 3-5%.

E' previsto inoltre un ulteriore aumento del fatturato di circa l'8-10% e del margine operativo lordo di circa il 3-5%, grazie alle acquisizioni perfezionate nel primo trimestre 2015 (in particolare, *Latterie Friulane* in Italia, *Longwarry* in Australia e *LBR* in Brasile), a quella realizzata nel mese di aprile (*Esmeralda* in Messico) e a quella prevista nel prosieguo dell'anno (*BRF – divisione dairy* in Brasile).

\*\*\*\*\*

## **Disclaimer**

*Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), in particolare nella sezione intitolata "Prevedibile evoluzione della gestione". Le previsioni del 2015 si basano, tra l'altro, sull'andamento del primo trimestre 2015 e sui trend successivi. 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.*

\*\*\*\*\*

## **Conference call con la comunità finanziaria**

I dati relativi al primo resoconto intermedio di gestione verranno presentati alla comunità finanziaria in data odierna alle ore 16.00 (CET) – 15.00 (GMT) attraverso conference call. Al termine della presentazione seguirà una sessione di Q&A.

Si potrà accedere alla conference call tramite i seguenti numeri telefonici:

- 800 40 80 88 ; +39 06 33 48 68 68 ; +39 06 33 48 50 42

Codice di accesso: \* 0

\*\*\*\*\*



*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 nel presente comunicato stampa corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.*

\*\*\*\*\*

*Il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 sarà messo a disposizione del pubblico nei termini e con le modalità previste dalla normativa vigente. Il documento sarà altresì consultabile sul sito [www.parmalat.com](http://www.parmalat.com) → Investor Relations → bilanci e relazioni.*

\*\*\*\*\*

*La relazione trimestrale non è oggetto di revisione contabile.*

\*\*\*\*\*

*Le tavole di sintesi economica, patrimoniale e finanziaria sono allegare in calce al presente documento.*

\*\*\*\*\*

Parmalat S.p.A.

Milano, 13 maggio 2015



## Dati per Area Geografica

Aree	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Europa	267,6	25,2	9,4	274,9	22,3	8,1	-2,7%	+13,2%
Nord America	529,3	42,2	8,0	506,9	39,5	7,8	+4,4%	+7,0%
America Latina	213,3	2,6	1,2	140,8	7,7	5,5	+51,5%	-66,7%
Africa	111,6	8,5	7,6	86,5	5,6	6,5	+29,0%	+52,5%
Australia	240,0	7,1	2,9	184,5	6,4	3,4	+30,1%	+10,9%
Altro <sup>1</sup>	-3,9	-4,0	n.s.	-0,9	-5,0	n.s.	n.s.	+21,1%
<b>Gruppo</b>	<b>1.357,8</b>	<b>81,7</b>	<b>6,0</b>	<b>1.192,8</b>	<b>76,4</b>	<b>6,4</b>	<b>+13,8%</b>	<b>+6,9%</b>

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2014, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed esclusi gli effetti determinati dall'iperinflazione in Venezuela:

Aree	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Europa	271,8	25,6	9,4	274,9	22,3	8,1	-1,1%	+14,7%
Nord America	468,2	37,1	7,9	506,9	39,5	7,8	-7,6%	-5,9%
America Latina	247,3	25,8	10,5	138,2	11,7	8,5	+79,0%	+120,4%
Africa	100,2	7,7	7,7	86,5	5,6	6,5	+15,8%	+37,4%
Australia	193,2	5,4	2,8	184,5	6,4	3,4	+4,7%	-15,1%
Altro <sup>1</sup>	-3,3	-4,0	n.s.	-0,9	-5,0	n.s.	n.s.	+21,0%
<b>Gruppo</b> (perimetro/cambi costanti) <sup>2</sup>	<b>1.277,5</b>	<b>97,7</b>	<b>7,6</b>	<b>1.190,1</b>	<b>80,4</b>	<b>6,8</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+21,5%</b>

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

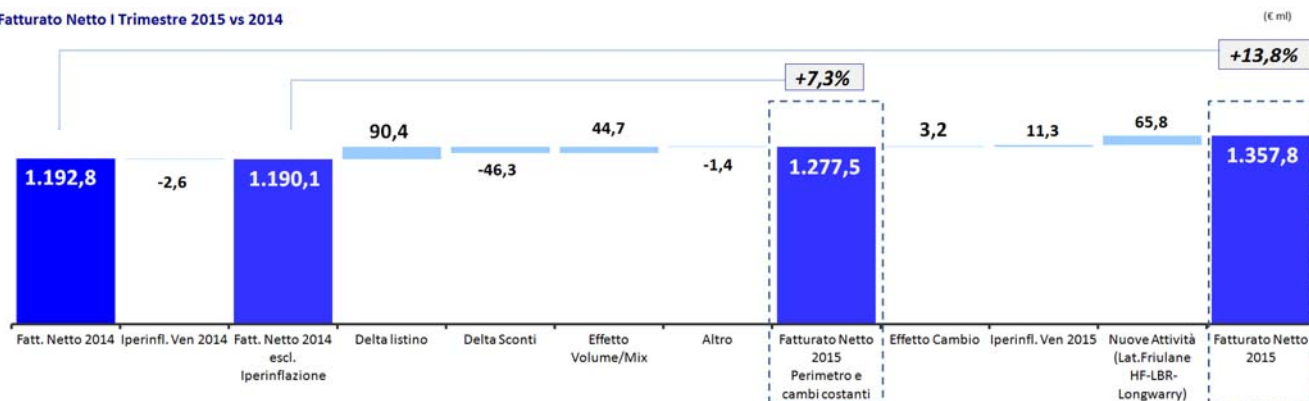
2. Escluse iperinflazione ed attività acquisite nel secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh) e nel primo trimestre 2015 (LBR, Latterie Friulane e Longwarry)



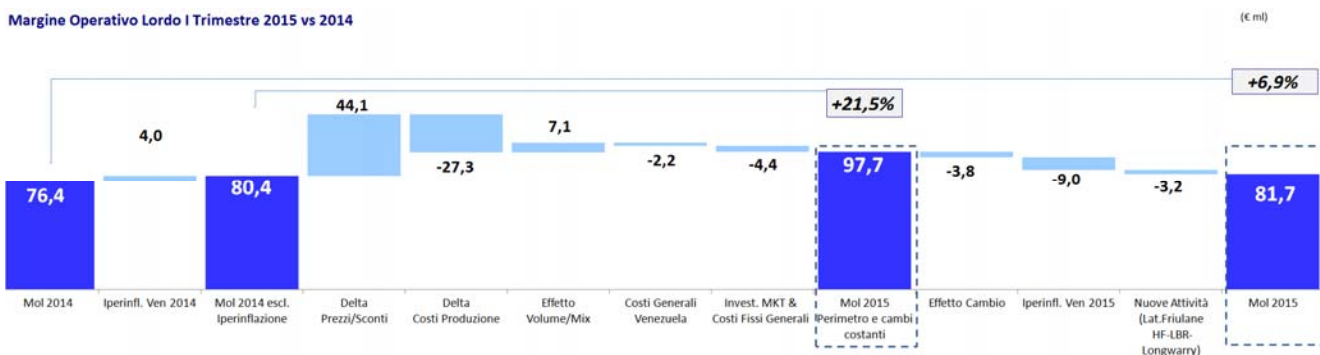
## Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

Vengono di seguito presentate le principali variabili che hanno determinato l'evoluzione del fatturato netto e del margine operativo lordo nei primi tre mesi del 2015 rispetto all'anno precedente.

Fatturato Netto I Trimestre 2015 vs 2014



Margine Operativo Lordo I Trimestre 2015 vs 2014

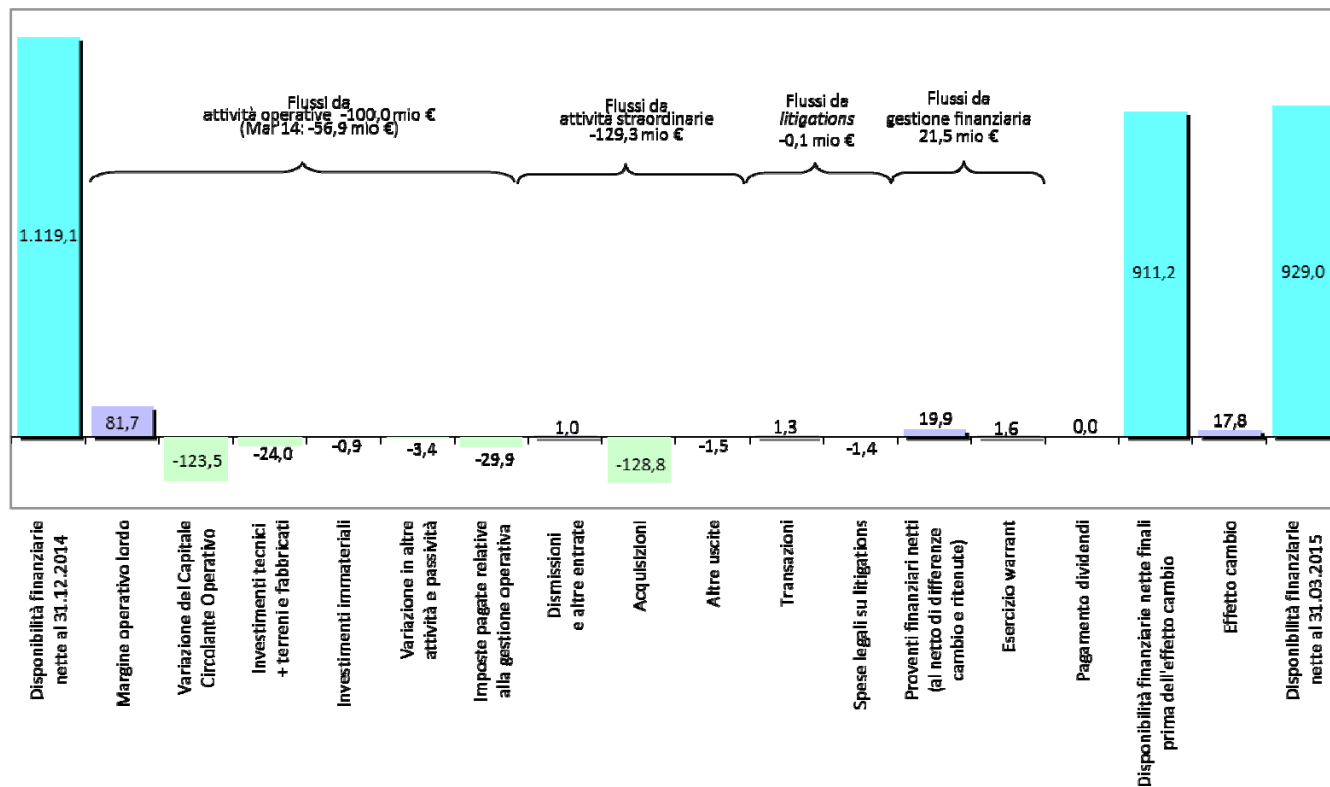






## Rendiconto Finanziario Consolidato

### Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 31 marzo 2015





## Gruppo Parmalat

### CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	I Trimestre 2015	I Trimestre 2014
<b>RICAVI</b>	<b>1.365,6</b>	<b>1.201,0</b>
Fatturato netto	1.357,8	1.192,8
Altri ricavi	7,8	8,2
<b>COSTI OPERATIVI</b>	<b>(1.282,0)</b>	<b>(1.121,9)</b>
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(1.091,7)	(956,9)
Costo del lavoro	(190,3)	(165,0)
<b>Sub totale</b>	<b>83,6</b>	<b>79,1</b>
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(1,9)	(2,7)
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>81,7</b>	<b>76,4</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(34,7)	(29,2)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigation</i>	(0,5)	(0,9)
- Altri proventi e oneri	0,3	0,6
<b>UTILE OPERATIVO NETTO</b>	<b>46,8</b>	<b>46,9</b>
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(3,2)	13,7
Altri proventi ed oneri su partecipazioni	(0,4)	0,0
<b>UTILE ANTE IMPOSTE</b>	<b>43,2</b>	<b>60,6</b>
Imposte sul reddito del periodo	(23,8)	(12,2)
<b>UTILE DEL PERIODO</b>	<b>19,4</b>	<b>48,4</b>
(Utile)/perdita di terzi	(0,4)	(0,7)
Utile/(perdita) di gruppo	19,0	47,7
<b>Attività in funzionamento:</b>		
<b>Utile/(Perdita) per azione base</b>	<b>0,0104</b>	<b>0,0261</b>
<b>Utile/(Perdita) per azione diluito</b>	<b>0,0103</b>	<b>0,0259</b>



## Gruppo Parmalat

### STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	31.03.2015	31.12.2014
<b>IMMOBILIZZAZIONI</b>	<b>2.467,9</b>	<b>2.234,0</b>
Immateriali	1.199,6	1.104,7
Materiali	1.135,2	996,5
Finanziarie	60,2	59,9
Attività per imposte anticipate	72,9	72,9
<b>ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'</b>	<b>13,1</b>	<b>12,5</b>
<b>CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO</b>	<b>500,6</b>	<b>336,3</b>
Rimanenze	636,1	534,2
Crediti Commerciali	524,1	487,0
Debiti Commerciali (-)	(614,3)	(642,5)
<b>Capitale circolante operativo</b>	<b>545,9</b>	<b>378,7</b>
Altre Attività	170,9	135,6
Altre Passività (-)	(216,2)	(178,0)
<b>CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO</b>	<b>2.981,6</b>	<b>2.582,8</b>
<b>FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)</b>	<b>(118,3)</b>	<b>(110,4)</b>
<b>FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)</b>	<b>(362,1)</b>	<b>(338,9)</b>
<b>FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE</b>	<b>(10,5)</b>	<b>(10,5)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>2.490,7</b>	<b>2.123,0</b>
<b>Finanziato da:</b>		
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>3.419,7</b>	<b>3.242,1</b>
Capitale sociale	1.833,1	1.831,1
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	52,9	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.491,6	1.132,4
Utile del periodo	19,0	203,1
Patrimonio netto di terzi	23,1	22,3
<b>DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE</b>	<b>(929,0)</b>	<b>(1.119,1)</b>
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	175,5	132,4
Debiti finanziari verso partecipate	0,2	0,2
Altre attività finanziarie (-)	(93,3)	(94,4)
Disponibilità (-)	(1.011,4)	(1.157,3)
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>2.490,7</b>	<b>2.123,0</b>



## Parmalat S.p.A.

### CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trimestre 2015	I Trimestre 2014
<b>RICAVI</b>	<b>219,5</b>	<b>219,4</b>
Fatturato netto	211,7	209,6
Altri ricavi	7,8	9,8
<b>COSTI OPERATIVI</b>	<b>(202,1)</b>	<b>(204,8)</b>
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(170,8)	(176,3)
Costo del lavoro	(31,3)	(28,5)
<b>Subtotale</b>	<b>17,4</b>	<b>14,6</b>
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(1,0)	(2,1)
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>16,4</b>	<b>12,5</b>
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(7,2)	(7,5)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(0,5)	(0,9)
- Altri proventi e oneri	0,2	(2,3)
<b>UTILE OPERATIVO NETTO</b>	<b>8,9</b>	<b>1,8</b>
Proventi/(Oneri) finanziari netti	3,4	6,8
Altri proventi e oneri su partecipazioni	7,5	0,6
<b>UTILE ANTE IMPOSTE</b>	<b>19,8</b>	<b>9,2</b>
Imposte sul reddito del periodo	(4,6)	(5,0)
<b>UTILE DEL PERIODO</b>	<b>15,2</b>	<b>4,2</b>



## Parmalat S.p.A.

### STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	31.03.2015	31.12.2014
<b>IMMOBILIZZAZIONI</b>	<b>2.466,2</b>	<b>2.452,2</b>
Immateriali	356,1	357,0
Materiali	153,8	143,4
Finanziarie	1.924,6	1.920,2
Attività per imposte anticipate	31,7	31,6
<b>ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO</b>	<b>(21,6)</b>	<b>(12,4)</b>
Rimanenze	49,0	42,9
Crediti Commerciali	121,3	123,3
Debiti Commerciali (-)	(182,9)	(180,9)
<b>Capitale circolante operativo</b>	<b>(12,6)</b>	<b>(14,7)</b>
Altre Attività	46,9	47,8
Altre Passività (-)	(55,9)	(45,5)
<b>CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO</b>	<b>2.444,6</b>	<b>2.439,8</b>
<b>FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)</b>	<b>(28,6)</b>	<b>(26,1)</b>
<b>FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)</b>	<b>(169,9)</b>	<b>(165,7)</b>
<b>FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE</b>	<b>(10,0)</b>	<b>(10,1)</b>
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>2.236,1</b>	<b>2.237,9</b>
<i>Finanziato da:</i>		
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>3.013,3</b>	<b>2.996,7</b>
Capitale sociale	1.833,1	1.831,1
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	52,9	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.112,1	1.051,4
Utile del periodo	15,2	61,0
<b>DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE</b>	<b>(777,2)</b>	<b>(758,8)</b>
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	0,0	0,0
Debiti/(Crediti) finanziari verso partecipate	(12,5)	(10,4)
Altre attività finanziarie (-)	(71,2)	(70,7)
Disponibilità (-)	(693,5)	(677,7)
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>2.236,1</b>	<b>2.237,9</b>