



Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 settembre 2015



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005

Indice

Organi Societari.....	5
Dati di sintesi.....	7
Andamento economico della gestione	9
Andamento finanziario	27
Acquisizioni	29
Risorse Umane	31
Investimenti	33
Commenti ai risultati economico-finanziari.....	33
Eventi significativi del terzo trimestre 2015	41
Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2015.....	41
Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015.....	42
Prevedibile evoluzione della gestione	46
Glossario.....	48

Organi Societari

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Gabriella Chersicla ¹
Amministratore Delegato e Direttore Generale	Yvon Guérin
Consiglieri	Patrice Gassenbach Laura Gualtieri ^{2 4 5} Paolo Francesco Lazzati ^{2 3 4} Umberto Mosetti ^{2 3 4 5} Riccardo Perotta ^{2 3} Antonio Sala ⁵

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.



¹ La D.ssa Gabriella Chersicla è esponente di rilievo della Società ai sensi del criterio applicativo 3.C.2 del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana. Il Presidente D.ssa Gabriella Chersicla è amministratore indipendente ai sensi dell'art. 3 del Codice di Autodisciplina.

² Amministratore indipendente.

³ Componente del Comitato per il Controllo Interno, la Gestione dei Rischi e per la Corporate Governance.

⁴ Componente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione.

⁵ Componente del Comitato per il Contenzioso.

Dati di sintesi

Principali dati economici

<i>(importi in milioni di euro)</i>						
GRUPPO	Progressivo al 30.9.2015	Progressivo al 30.9.2014	Variazione a cambi e perimetro		III Trimestre 2015	III Trimestre 2014
			correnti (inclusa iperinflazione)	costanti (esclusa iperinflazione)		
- FATTURATO NETTO	4.744,5	3.969,8	19,5%	7,1%	1.781,9	1.351,9
- MARGINE OPERATIVO LORDO	312,2	299,1	4,4%	21,5%	142,8	114,6
- UTILE OPERATIVO NETTO	194,2	213,3	(9,0%)	24,7%	106,8	80,6
- UTILE DEL PERIODO	108,1	144,4	(25,1%)	30,6%	69,6	54,4
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	4,1	5,3	(1,2)	0,9	5,9	5,9
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	2,3	3,6	(1,3)	0,9	3,9	4,0
SOCIETA' CAPOGRUPPO	Progressivo al 30.9.2015	Progressivo al 30.9.2014	correnti	costanti	III Trimestre 2015	III Trimestre 2014
- FATTURATO NETTO	643,3	643,2	0,0%	(3,2%)	216,3	215,0
- MARGINE OPERATIVO LORDO	51,2	47,7	7,3%	7,3%	18,6	18,1
- UTILE OPERATIVO NETTO	36,2	34,4	5,2%	3,2%	17,3	8,8
- UTILE DEL PERIODO	41,0	55,1	(25,6%)	(26,5%)	13,5	7,5
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	5,4	5,1	0,3	0,4	7,7	3,9
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	6,1	8,2	(2,1)	(1,9)	6,0	3,3

Principali dati finanziari

<i>(importi in milioni di euro)</i>			
GRUPPO	30.09.2015	30.06.2015	31.12.2014
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	96,4	730,9	1.119,1
- ROI (%) ¹	10,2	7,5	15,5
- ROE (%) ¹	4,5	2,3	6,5
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,6	0,7	0,7
- PFN/PATRIMONIO	0,0	(0,2)	(0,3)
SOCIETA' CAPOGRUPPO			
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	25,2	43,5	758,8
- ROI (%) ¹	6,4	5,1	8,5
- ROE (%) ¹	1,8	1,8	2,0
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,8	0,8	0,9
- PFN/PATRIMONIO	0,0	(0,2)	(0,3)

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

Andamento economico della gestione

NOTA: I dati sono rappresentati in milioni di euro 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

In un contesto di basso prezzo del petrolio e delle commodity, nonché di forti oscillazioni sui mercati valutari, l'economia globale ha segnato una crescita modesta e discontinua caratterizzata da una tenuta delle economie avanzate ed un indebolimento delle economie produttrici di materie prime originato dal rallentamento dell'economia cinese.

Il calo del prezzo del petrolio sul mercato internazionale ha colpito particolarmente la bilancia dei pagamenti del Venezuela, con ripercussioni sulla tenuta del sistema cambiario e sulla dinamica inflazionistica, che hanno avuto un impatto pesante sui risultati della nostra controllata.

Gli enti preposti (Banca Centrale e Istituto Nazionale di Statistica) hanno interrotto ad inizio anno la pubblicazione dell'indice nazionale dei prezzi al consumo. Ai fini della redazione del presente resoconto è stato pertanto adottato un indice di riferimento basato su dati di consensus di banche ed istituti di ricerca per poter continuare ad applicare il principio di rendicontazione contabile in economie iperinflazionate, necessario per consentire la comprensione dei risultati di gestione.

Un contesto internazionale caratterizzato da un andamento negativo del prezzo non solo del petrolio ma in generale delle commodities ha visto, pur con significative differenze regionali, un abbassamento del costo della materia prima latte. Eventi specifici come la fine delle quote latte a livello di Unione Europea e l'embargo verso la Russia hanno costituito un ulteriore elemento di tendenziale eccesso di offerta rispetto alla domanda di latte.

Questa situazione generalizzata di calo del prezzo del latte ha generato un miglioramento della redditività in alcune aree in cui opera Parmalat, in particolare negli Stati Uniti. E' da osservare però che la riduzione del costo della materia prima se da un lato si è tradotta in un beneficio in termini di costo del prodotto, dall'altro ha indotto una correzione al ribasso dei prezzi di vendita e talvolta l'adeguamento dei valori delle rimanenze al minor costo della materia prima; in alcune controllate si è anche registrato un aumento delle scorte di prodotti finiti e semilavorati con conseguente assorbimento di cassa della gestione operativa.

Infine, il contesto macroeconomico è non favorevole in Brasile dove l'andamento del prodotto interno lordo è previsto negativo per l'anno in corso, la valuta si è fortemente deprezzata nel corso del periodo ed una serie di scandali hanno interessato i livelli più alti della politica, con conseguenze negative sulla fiducia sia interna che internazionale nei confronti del "sistema Paese" Brasile.

Gruppo

Di seguito si sintetizzano i dati del Gruppo 2015 comparati con i primi nove mesi dell'anno precedente:

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz. %
	2015	2014		
Fatturato Netto	4.744,5	3.969,8	774,7	+19,5%
MOL	312,2	299,1	13,2	+4,4%
<i>MOL %</i>	<i>6,6</i>	<i>7,5</i>	<i>-1,0 ppt</i>	

Il fatturato netto pari a 4.744,5 milioni di euro risulta in aumento del 19,5% rispetto all'anno precedente ed il margine operativo lordo, pari 312,2 milioni di euro, è in aumento di 13,2 milioni di euro (+4,4%) rispetto ai 299,1 milioni

dell'anno 2014, nonostante gli effetti negativi determinati dalla contabilizzazione dell'iperinflazione del Venezuela. Nel periodo si segnala un buon andamento della redditività negli Stati Uniti, in Venezuela e nelle aree Australia ed Europa.

Per una migliore comprensione dei risultati sopra esposti si ricorda che i primi nove mesi 2015 vedono il consolidamento dei risultati di alcune recenti acquisizioni. Nei due casi di LBR in Brasile e Latterie Friulane in Italia il Gruppo sta ristrutturando i rami d'azienda in difficoltà al fine di portarli a livelli di redditività in linea con i propri standard. Nei casi Longwarry in Australia e del Gruppo Esmeralda in Messico, caratterizzati da una forte esposizione al prezzo del Latte in polvere (Longwarry) e del Formaggio (Esmeralda), le condizioni di contesto descritte sopra hanno comportato una congiuntura sfavorevole che ha inciso sui risultati del periodo. Inoltre il Gruppo ha completato in Luglio l'acquisto di Elebat, divisione dairy di BRF S.A. ("BRF"), una delle principali società brasiliane operanti nel settore food.

Di seguito si evidenziano i risultati conseguiti dal Gruppo nel corso del terzo trimestre, rispetto all'anno precedente:

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	1.781,9	1.351,9	430,0	+31,8%
MOL	142,8	114,6	28,2	+24,6%
<i>MOL %</i>	<i>8,0</i>	<i>8,5</i>	<i>-0,5 ppt</i>	

Nonostante l'impatto particolarmente negativo nel trimestre, rispetto all'anno precedente, determinato dalla contabilizzazione dell'iperinflazione in Venezuela, i risultati sopra esposti vedono un fatturato netto e un margine operativo in aumento, anche grazie ai risultati delle nuove attività acquisite, in particolare Elebat in Brasile ed Esmeralda in Messico, con stabilimenti produttivi in Uruguay ed Argentina.

Le nuove acquisizioni nel trimestre hanno fatto registrare un recupero di redditività, nonostante il processo di riorganizzazione di alcune realtà produttive sia ancora in perfezionamento, la congiuntura di alcuni paesi come Brasile e Messico non sia favorevole ed un leggero ritardo nell'ingresso dell'acquisizione di Elebat rispetto al piano originario.

Anche a cambi 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 corso del 2015 in Brasile, *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR)* ed *Elebat*, in Italia (*Latterie Friulane*), in Australia (*Longwarry*) e in Messico (*Gruppo Esmeralda*) ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, l'andamento del Gruppo si presenta in sensibile miglioramento sia a livello di fatturato netto che di redditività come si evince nella tabella riportata nel seguito con un contributo rilevante del Venezuela.

<i>Tassi di cambio costanti (importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	4.137,1	3.862,0	275,0	+7,1%
MOL	373,6	307,4	66,2	+21,5%
<i>MOL %</i>	<i>9,0</i>	<i>8,0</i>	<i>1,1 ppt</i>	

Perimetro omogeneo, cambi costanti ed esclusi effetti iperinflazione

Il fatturato netto risulta in aumento del 7,1%, con un contributo particolarmente significativo delle aree America Latina e Africa; nelle Aree Europa e Nord America la contrazione del fatturato è dovuta principalmente alla riduzione dei prezzi medi di vendita conseguente al calo dei costi della materia prima latte rispetto ai primi nove mesi dell'anno precedente.

Il margine operativo lordo, in termini omogenei, risulta in crescita del 21,5%, in aumento in tutte le aree in cui il Gruppo opera ed in particolare in America Latina, Australia e Africa.

L'incremento della redditività del Gruppo nei primi nove mesi del 2015, beneficia del continuo miglioramento dell'efficienza operativa e dell'ottimizzazione della leva promozionale nei mercati in cui il prezzo di acquisto della materia prima latte è risultato in calo.

Di seguito si evidenzia l'andamento del terzo trimestre a cambi e perimetri costanti ed esclusi gli effetti dell'iperinflazione:

Tassi di cambio costanti (importi in milioni di euro)	III Trimestre			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.423,6	1.301,1	122,6	+9,4%
MOL	161,4	115,0	46,4	+40,3%
<i>MOL %</i>	<i>11,3</i>	<i>8,8</i>	<i>2,5 ppt</i>	

Perimetro omogeneo, cambi costanti ed esclusi effetti iperinflazione

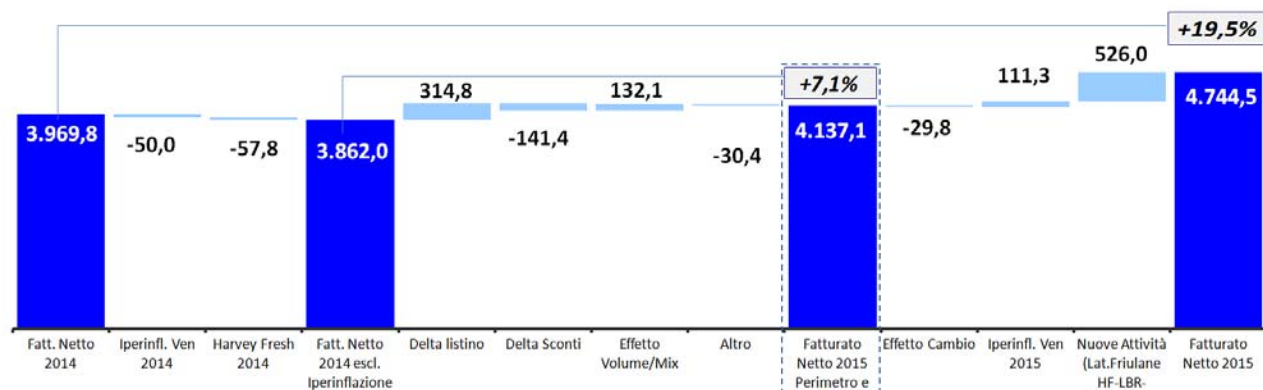
I risultati del trimestre, particolarmente positivi sia in termini di fatturato che di redditività, sono da ascrivere al buon andamento in tutte le aree in cui il Gruppo opera ed in particolare in Venezuela, Australia, Nord America e Italia.

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 2015 rispetto all'anno precedente.

Fatturato Netto Settembre Progressivo 2015 vs 2014

(€ ml)



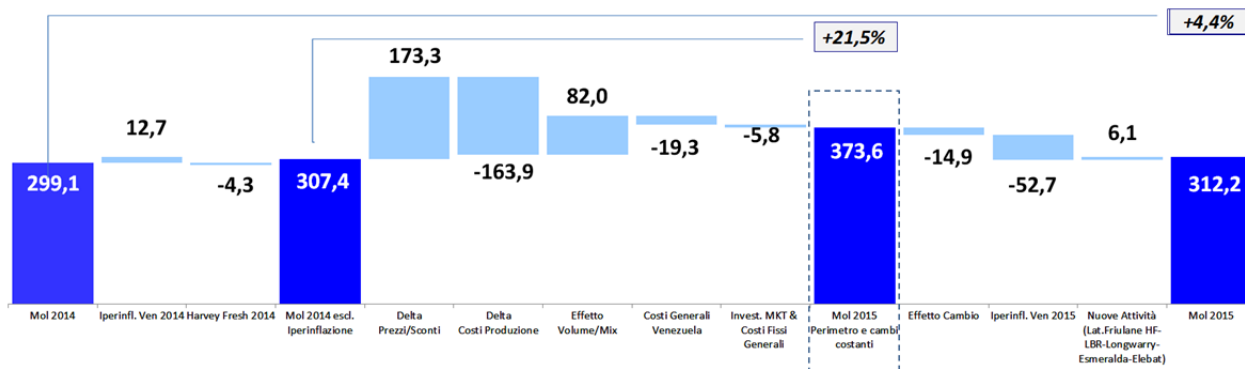
Raccordo con Conto Economico Consolidato Riclassificato:

Fatt. Netto 2014	3.969,8
Δ Perimetro	468,2
Δ Iperinflazione	61,3
Δ Business	275,0
Effetto Cambio 15	(29,8)
Fatt. Netto 2015	4.744,5

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2015 (526 eur ml) ed Harvey Fresh 2014 (57,8 eur ml)
Differenza tra Iperinf. 2015 (111,3 eur ml) ed Iperinf. 2014 (50,0 eur ml)

Margine Operativo Lordo Settembre Progressivo 2015 vs 2014

(€ ml)



Raccordo con Conto Economico Consolidato Riclassificato:

MOL 2014	299,1
Δ Perimetro	1,7
Δ Iperinflazione	(40,0)
Δ Business	66,2
Effetto Cambio 15	(14,9)
MOL 2015	312,2

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2015 (6,1 eur ml) ed Harvey Fresh 2014 (4,3 eur ml)
Differenza tra Iperinf. 2015 (-52,70 eur ml) ed Iperinf. 2014 (-12,7 eur ml)

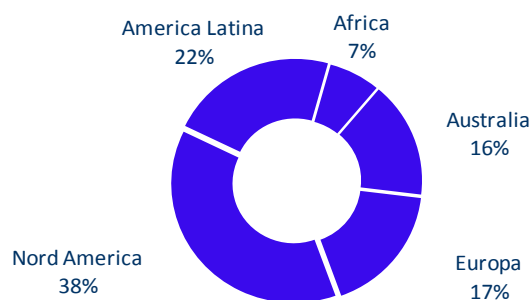
Dati per Area Geografica

(importi in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2015			Progressivo al 30 Settembre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Aree								
Europa	813,9	82,2	10,1	838,3	76,5	9,1	-2,9%	+7,4%
Nord America	1.754,0	152,7	8,7	1.668,3	133,4	8,0	+5,1%	+14,4%
America Latina	1.027,7	84,6	8,2	463,9	65,8	14,2	+121,5%	+28,7%
Africa	316,5	24,6	7,8	279,9	20,5	7,3	+13,1%	+19,7%
Australia	734,7	33,4	4,5	673,6	26,9	4,0	+9,1%	+24,1%
Altro¹	(13,6)	(12,6)	n.s.	(4,3)	(11,4)	n.s.	n.s.	-10,5%
Gruppo escl. Iperinflazione	4.633,2	364,9	7,9	3.919,8	311,8	8,0	+18,2%	+17,0%
Iperinflazione Venezuela	111,3	(52,7)	n.s.	50,0	(12,7)	n.s.	n.s.	n.s.
Gruppo	4.744,5	312,2	6,6	3.969,8	299,1	7,5	+19,5%	+4,4%

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 2014, 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 2015			Progressivo al 30 Settembre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Aree								
Europa	818,1	84,1	10,3	838,3	76,5	9,1	-2,4%	+9,9%
Nord America	1.579,4	136,5	8,6	1.668,3	133,4	8,0	-5,3%	+2,3%
America Latina	840,0	111,5	13,3	463,9	65,8	14,2	+81,1%	+69,6%
Africa	300,7	23,3	7,8	279,9	20,5	7,3	+7,4%	+13,7%
Australia	610,2	30,8	5,0	615,8	22,6	3,7	-0,9%	+36,4%
Altro¹	(11,4)	(12,6)	n.s.	(4,3)	(11,4)	n.s.	n.s.	-10,5%
Gruppo (perimetro/cambi costanti) ²	4.137,1	373,6	9,0	3.862,0	307,4	8,0	+7,1%	+21,5%

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 corso del 2015 (LBR, Elebat, Latterie Friulane, Longwarry ed Esmeralda)

Dati per Divisione Prodotto

(importi in milioni di euro)		Progressivo al 30 Settembre 2015			Progressivo al 30 Settembre 2014			Delta %	
Divisioni	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	
Latte ¹	2.260,6	104,3	4,6	1.990,7	92,6	4,7	+13,6%	+12,6%	
Bevande base frutta ²	337,5	54,5	16,1	269,1	55,3	20,5	+25,4%	-1,5%	
Formaggio e altri prod. freschi ³	1.845,8	195,6	10,6	1.511,0	132,8	8,8	+22,2%	+47,3%	
Altro ⁴	189,2	10,5	5,6	149,1	31,1	20,9	+26,9%	n.s.	
Gruppo escl. Iperinflazione	4.633,2	364,9	7,9	3.919,8	311,8	8,0	+18,2%	+17,0%	
Iperinflazione Venezuela	111,3	(52,7)	n.s.	50,0	(12,7)	n.s.	n.s.	n.s.	
Gruppo	4.744,5	312,2	6,6	3.969,8	299,1	7,5	+19,5%	+4,4%	

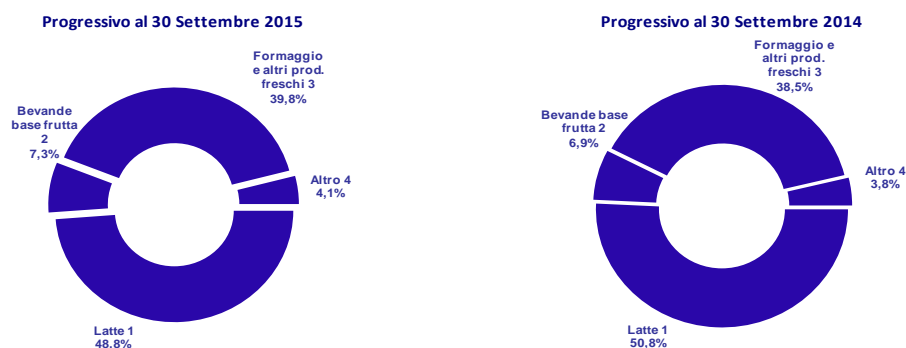
1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti, siero e costi della Capogruppo

Fatturato Netto per divisione Prodotto



1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti e siero

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:

(importi in milioni di euro)		Progressivo al 30 Settembre 2015			Progressivo al 30 Settembre 2014			Delta %	
Divisioni	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	
Latte ¹	2.059,0	109,7	5,3	1.952,2	92,6	4,7	+5,5%	+18,4%	
Bevande base frutta ²	401,7	69,7	17,4	255,1	54,6	21,4	+57,5%	+27,6%	
Formaggio e altri prod. freschi ³	1.565,2	185,1	11,8	1.505,7	132,8	8,8	+4,0%	+39,5%	
Altro ⁴	111,2	9,1	8,2	149,1	27,5	18,4	-25,4%	n.s.	
Gruppo (perimetro/cambi costanti) ⁵	4.137,1	373,6	9,0	3.862,0	307,4	8,0	+7,1%	+21,5%	

1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti, siero e costi della Capogruppo

5 Escluse iperinflazione ed attività acquisite nel secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh) e nel corso del 2015 (LBR, Elebat, Latterie Friulane, Longwarry ed Esmeralda)

Europa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	813,9	838,3	-24,5	-2,9%
MOL	82,2	76,5	5,7	+7,4%
<i>MOL %</i>	<i>10,1</i>	<i>9,1</i>	<i>1,0 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	270,7	277,7	-7,1	-2,5%
MOL	29,0	27,8	1,2	+4,5%
<i>MOL %</i>	<i>10,7</i>	<i>10,0</i>	<i>0,7 ppt</i>	

L'area include le consociate che operano in Italia, Russia, Portogallo e Romania.

La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro, iniziata nell'ultima parte dell'anno precedente, ha comportato un impatto negativo sul fatturato e sul margine operativo lordo dell'area, rispettivamente pari a circa 25 milioni di euro e 1,9 milioni di euro. I risultati a cambi e perimetro omogenei mostrano un fatturato in calo del 2,4% e un margine operativo lordo in aumento del 9,9%.

Il miglioramento della redditività dell'area è principalmente determinato dall'ottimizzazione della gestione operativa.

Italia

L'economia italiana prova ad emergere dalla prolungata recessione. Nel periodo si sono registrati alcuni segnali di inversione nel *sentiment* degli operatori economici stimolata dalla competitività dell'euro, da una ripresa più solida nell'area europea.

Mercati e prodotti

Continua a perdurare il momento di grande difficoltà del comparto Latte, che vede andamenti sensibilmente negativi sia a volume che a valore. In particolare, è il Latte pastorizzato a far registrare il calo dei consumi più accentuato, anche a seguito della notevole difficoltà del canale tradizionale. Anche il Latte UHT mostra un'accelerazione del calo dei consumi specie a partire dal secondo trimestre dell'anno in corso. In tale non favorevole situazione di mercato, Parmalat vede aumentare la propria quota a valore in entrambe le categorie rafforzando la propria leadership nella categoria Latte UHT, così come la seconda posizione competitiva nel comparto Pastorizzato (la prima se si considerano tutti i canali).

Nonostante il mercato della Panna UHT mostri una sensibile contrazione dei consumi, essenzialmente dovuta alla negativa performance del segmento "Panna da Cucina", Parmalat, grazie ai buoni risultati del marchio *Chef*, ha aumentato sensibilmente la propria quota a valore, rafforzando ulteriormente la leadership di categoria.

I primi nove mesi del 2015 hanno fatto registrare consumi degli Yogurt in ripresa, invertendo il trend dei periodi precedenti grazie ai segmenti "Yogurt Greco" e "Yogurt di Soia". Parmalat vede diminuire lievemente la propria quota a valore ma mantiene inalterata la propria posizione competitiva.

La categoria delle Bevande base frutta vede un'inversione dell'andamento di mercato negativo degli anni passati e ciò grazie alle favorevoli condizioni meteorologiche della scorsa estate: i primi nove mesi dell'anno mostrano infatti crescita sia volume che a valore. In tale situazione di mercato Parmalat si conferma seconda forza dell'arena competitiva.

I volumi complessivamente venduti risultano in aumento rispetto all'anno precedente a seguito del buon andamento del Latte UHT; le Bevande base frutta e il Latte pastorizzato sono in linea con l'anno precedente.

Il fatturato netto della Business Unit, nonostante la crescita dei volumi venduti, mostra una lieve diminuzione rispetto all'anno precedente a seguito di un maggiore utilizzo della leva promozionale, in particolare nella categoria Latte UHT. Da segnalare il buon andamento della Panna UHT e della Besciamella *Chef* che crescono anche grazie agli investimenti in comunicazione e l'ottima performance di *Zymil* nel Latte UHT e Pastorizzato microfiltrato.

Il margine operativo lordo risulta in crescita rispetto ai primi nove mesi 2014 a seguito dell'ottimizzazione dei costi operativi.

Russia

I consumi interni hanno risentito delle sanzioni internazionali, del rallentamento dell'economia causato dall'andamento del prezzo del petrolio e dell'abbassamento dei salari reali. Gli interventi sui prezzi di prodotti "socialmente importanti" hanno contribuito ad attenuare gli effetti sul livello dell'inflazione altrimenti derivanti dalle oscillazioni del tasso di cambio del rublo.

Perdura la crisi dei consumi che caratterizza alcuni fra i principali mercati *food* in Russia. In particolare, il Latte UHT e le Bevande base frutta, che sono i più importanti comparti in cui opera la Consociata, mostrano i cali più sostanziali. All'interno di tale difficile contesto di mercato, Parmalat mantiene inalterata la posizione competitiva in entrambe le categorie.

I risultati della consociata evidenziano volumi leggermente in calo e un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari all'8,2% rispetto all'anno precedente, a seguito degli incrementi dei prezzi in tutte le principali categorie in cui la business unit opera. Il margine operativo lordo risulta in crescita rispetto all'anno precedente nonostante i maggiori costi sostenuti per l'acquisto della materia prima latte e gli effetti determinati dalla svalutazione della valuta locale sulle materie prime e imballi importati.

Portogallo

Positivi segnali per l'economia portoghese provengono dal risanamento della finanza pubblica. L'alto tasso di disoccupazione ed il processo di *deleveraging* delle famiglie, tuttavia, pongono ancora freni alla domanda di consumo interna.

I principali mercati in cui opera la consociata (Latte aromatizzato e Panna UHT) mostrano andamenti contrastanti, infatti al sensibile calo dei consumi del primo si oppone una lieve crescita a volume del secondo. Parmalat conferma la propria posizione competitiva nelle rispettive categorie, entrambe dominate dalle private label.

I volumi di vendita sono in aumento rispetto all'anno precedente mentre il fatturato netto risulta in calo a seguito del maggior utilizzo della leva promozionale; la redditività della consociata è in crescita, in particolare grazie ai minori prezzi di acquisto della materia prima latte.

Romania

L'anno 2015 fino a questo momento ha visto un consolidarsi della ripresa economica avviata nel 2014 con un aumento della domanda interna, la componente che maggiormente ha risentito della crisi negli anni scorsi.

La consociata opera essenzialmente nel mercato delle Bevande a Base Frutta, un comparto che nel corso dei primi nove mesi del 2015 ha mostrato una notevole crescita dei consumi, essenzialmente dovuta al segmento degli *"Still Drink"*. Parmalat, con il marchio *Santàl*, mantiene inalterata la propria posizione di competitiva, nonostante un calo della propria quota a valore.

I risultati economici della consociata, nei primi nove mesi dell'anno, mostrano un miglioramento generale rispetto all'anno precedente, determinato da un deciso incremento dei volumi di vendita e dal contenimento dei costi di struttura.

Nord America

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	1.754,0	1.668,3	85,7	+5,1%
MOL	152,7	133,4	19,2	+14,4%
<i>MOL %</i>	<i>8,7</i>	<i>8,0</i>	<i>0,7 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	581,5	566,1	15,3	+2,7%
MOL	56,7	50,6	6,1	+12,1%
<i>MOL %</i>	<i>9,8</i>	<i>8,9</i>	<i>0,8 ppt</i>	

L'area Nord America include le consociate che operano in USA e Canada, quest'ultima con un peso sul fatturato e sul margine operativo lordo pari a circa il 60% dell'area.

Le significative rivalutazioni del dollaro americano e del dollaro canadese nei confronti dell'euro, hanno comportato un impatto positivo sul fatturato e margine operativo lordo rispettivamente pari a circa 175 milioni di euro e 16,2 milioni di euro.

Il fatturato netto dell'area Nord America nei primi nove mesi dell'anno, a cambi costanti, risulta in calo del 5,3%, mentre il margine operativo lordo è in aumento del 2,3% rispetto all'anno precedente.

Canada

L'economia canadese, colpita dall'andamento del prezzo del petrolio, ha segnato un calo dei consumi interni. Il bilancio di famiglie e aziende, però, ha anche beneficiato del calo dei costi energetici. L'indebolimento della moneta nei confronti del dollaro statunitense ha causato un'inflazione importata dagli Stati Uniti, principale partner commerciale.

Mercati e prodotti

Nel corso della prima parte dell'anno si è confermato il continuo calo dei consumi del mercato Latte, che già aveva caratterizzato il comparto durante l'intero corso del 2014. Tale contrazione è dovuta al negativo andamento di entrambe le categorie che compongono il mercato e cioè il "Premium Milk" e, in particolare, il "Base Milk" suo principale segmento. Nonostante la difficile situazione di mercato, Parmalat ha saputo incrementare la propria quota a valore, rafforzando la terza posizione competitiva.

Il comparto Yogurt ha mostrato un leggero aumento dei consumi, che si riflette anche nella positiva crescita della sua dimensione a valore. Le buone performance dei segmenti "Drinkable Yoghurt" e "Spoonable Greek Yoghurt" sono i principali motori che hanno stimolato lo sviluppo della domanda; in quest'ultimo segmento è stato lanciato un nuovo prodotto, *Astro Athentikos*, con risultati incoraggianti. Parmalat nel mercato dello Yogurt mantiene inalterata la propria posizione competitiva.

Nel corso del 2015, il mercato dei Formaggi ha mostrato un sensibile calo dei consumi, risultato delle negative performance dei suoi segmenti principali, "Natural" e "Process". Al contrario, l'altro importante segmento in cui opera ed è leader la consociata, quello degli "Snack", mostra un aumento dei volumi. All'interno del totale comparto Formaggi la Business Unit mantiene pressoché inalterata la propria quota a valore, confermando la seconda posizione di mercato.

La consociata registra un calo dei volumi e del fatturato netto, in valuta locale, a seguito principalmente del negativo andamento della categoria Latte Pastorizzato, comunque inferiore alla contrazione generale del mercato.

Nonostante una diminuzione del prezzo medio d'acquisto dei fattori produttivi, rispetto all'anno precedente, il margine operativo lordo risulta in contrazione principalmente a seguito dell'andamento delle vendite in mercati caratterizzati da una forte pressione competitiva.

Stati Uniti d'America

L'economia degli Stati Uniti d'America continua a guidare la ripresa dei Paesi avanzati. I consumi interni, vero motore dell'economia americana, si confermano supportati da buoni indicatori dell'attività industriale, del reddito disponibile, del mercato del lavoro ed immobiliare.

Mercati e prodotti

Nell'arco dei primi nove mesi dell'anno, il comparto del Formaggio (riferito al perimetro di mercato delle sole categorie in cui il Gruppo opera) mostra consumi in crescita, che supportano il positivo aumento di mercato a valore. Tra i segmenti più dinamici vale la pena menzionare quello del *"Formaggio Snack"* e *"Mozzarella Fresca"*, i quali hanno dato spinta all'intera categoria. In tale situazione di mercato, nonostante una riduzione di quota a valore, Parmalat mantiene la propria posizione competitiva.

I segmenti in cui la consociata è riuscita a confermare la propria leadership sono la *"Mozzarella da Cucina"*, *"Ricotta"* e *"Formaggio a Crosta Bianca"*. Quest'ultimo si è particolarmente distinto per il positivo andamento di mercato, fra i più dinamici dell'intero comparto Formaggio; al contrario, *"Mozzarella da Cucina"* e *"Ricotta"* hanno fatto registrare sensibili cali di consumo.

"Mozzarella Fresca" e *"Formaggio Snack"* sono le categorie che hanno mostrato la più significativa crescita della domanda, che ha portato di conseguenza anche un sensibile aumento delle rispettive dimensioni a valore. Nonostante il lieve calo della quota in entrambe le categoria competitive, la consociata mantiene inalterata la propria posizione di mercato.

I primi nove mesi dell'anno hanno evidenziato andamenti contrastanti per alcuni dei segmenti *premium* in cui la Consociata opera: i *"Cheddar d'Alta Gamma"* hanno fatto registrare positive performance a volume e valore, mentre gli *"Spalmabili d'Alta Gamma"* hanno mostrato un sensibile calo dei consumi. In entrambi i mercati la Business Unit accusa una riduzione della propria quota a valore.

Segnali positivi arrivano dal segmento *"Feta"*, dove a fronte di un mercato abbastanza dinamico anche Parmalat mostra un miglioramento della propria performance, rafforzando la seconda posizione competitiva.

La consociata americana ha registrato volumi di vendita complessivamente in aumento rispetto all'anno precedente, grazie al positivo andamento della categoria Formaggi, che rappresenta circa il 70% dei volumi complessivi.

Il fatturato netto, in valuta locale, risulta in calo dell'11% a seguito della riduzione dei prezzi medi di vendita determinata da un adeguamento dei listini netti al minor costo della materia prima rispetto ai livelli record dell'anno precedente.

La redditività della consociata americana risulta in crescita, grazie alle favorevoli condizioni di approvvigionamento della materia prima latte e all'aumento delle vendite in particolare del comparto Formaggio.

America Latina

<i>Escl. Iperinflazione</i> <i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	1.027,7	463,9	563,8	+121,5%
MOL	84,6	65,8	18,9	+28,7%
<i>MOL %</i>	<i>8,2</i>	<i>14,2</i>	<i>-5,9 ppt</i>	

<i>Escl. Iperinflazione</i> <i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	559,1	140,6	418,6	+297,8%
MOL	54,9	15,7	39,3	+250,8%
<i>MOL %</i>	<i>9,8</i>	<i>11,1</i>	<i>-1,3 ppt</i>	

L'area America Latina include principalmente le consociate che operano in Venezuela, Colombia, Ecuador, Paraguay, Messico e Brasile. Il Gruppo ha rafforzato la propria presenza in Brasile attraverso l'acquisizione di LBR (gennaio 2015) e di Elebat (luglio 2015) ed in Messico, Uruguay ed Argentina attraverso l'acquisizione del Gruppo Esmeralda nel corso del secondo trimestre 2015; nell'area sono presenti inoltre società commerciali in Uruguay, Perù e Bolivia.

I risultati a cambi costanti e perimetro omogeneo (escludendo LBR, Elebat ed Esmeralda) e senza gli effetti dell'iperinflazione, mostrano un fatturato e un margine operativo lordo rispettivamente in crescita dell'81,1% e del 69,6%. L'effetto cambio negativo, determinato principalmente dal deprezzamento del Bolivar venezuelano nei confronti dell'euro, risulta pari a circa 198 milioni di euro sul fatturato e 31 milioni di euro sul margine operativo lordo.

Venezuela

L'incertezza economica e politica, unitamente all'inflazione dei prezzi al consumo, sono gli elementi principali di un quadro che permane volatile e che, per gli operatori economici nazionali ed esteri, è complicato dalla scarsa disponibilità di valuta a cui la riforma del sistema valutario attuata a febbraio non pare ancora aver dato risposta.

In tale contesto i volumi complessivamente venduti dalla consociata risultano in linea rispetto all'anno precedente. Il fatturato netto, in valuta locale ed escludendo l'effetto iperinflazione, è in aumento del 115% rispetto all'anno precedente a seguito dell'adeguamento dei listini all'elevato livello di inflazione.

Il margine operativo lordo, esclusi gli effetti determinati dalla contabilizzazione dell'iperinflazione, risulta in crescita rispetto all'anno precedente grazie al miglioramento del mix di vendita e all'adeguamento dei prezzi delle principali categorie prodotto.

Colombia

Nonostante l'atteso rallentamento della crescita economica causato dall'andamento del prezzo del petrolio, l'economia colombiana si dimostra tra le meglio attrezzate dell'area latino-americana a contrastare le turbolenze internazionali, grazie alle riserve accumulate negli anni passati, ed al suo posizionamento all'interno di numerosi trattati commerciali.

In un contesto particolarmente competitivo caratterizzato dall'aumento della pressione promozionale nei principali mercati in cui la consociata opera, i risultati dei primi nove mesi vedono un fatturato netto in calo del 5,7% a seguito della contrazione dei volumi di vendita in particolare nella categoria Latte in polvere.

Il margine operativo lordo risulta in contrazione rispetto all'anno precedente anche a causa dell'andamento negativo del mercato del Latte in polvere, caratterizzato da un aumento delle importazioni provenienti in particolare da USA e Cile ad un prezzo internazionale particolarmente basso.

Altri Paesi dell'America Latina

Il fatturato netto degli altri paesi dell'area risulta in aumento rispetto all'anno precedente, anche per effetto delle acquisizioni delle società brasiliane LBR ed Elebat e del Gruppo Esmeralda in Messico.

Le acquisizioni in Messico e Brasile presentano interessanti prospettive di crescita; il Gruppo, a seguito del completamento delle procedure oggetto di clausole sospensive, avvenuto in data 8 gennaio 2015, ha rafforzato la propria presenza in Brasile, grazie all'acquisizione di alcune unità produttive, comprensive di marchi, personale ed uffici amministrativi della società *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR)*, assoggettata ad una procedura concorsuale di diritto brasiliano. L'operazione, che ha per oggetto un portafoglio di attività nel settore del Latte UHT e dei Formaggi locali, ha consentito al Gruppo Parmalat di rientrare nel pieno possesso della licenza esclusiva del marchio *Parmalat* in tutto il territorio brasiliano.

In Luglio 2015 è stato inoltre completato in Brasile l'acquisto di *Elebat Alimentos S.A.* della divisione dairy di *BRF S.A.* ("BRF"), una delle principali società brasiliane operanti nel settore food. Nel corso della stessa operazione è stato perfezionato anche l'acquisto di *Nutrifont Alimentos S.A.*, società operante nel mercato degli alimenti nutrizionali ad alto valore aggiunto.

In Messico il Gruppo vede rafforzata la propria presenza nell'area dal secondo trimestre dell'anno, grazie all'acquisizione di società operanti nel mercato dei formaggi (Esmeralda), presenti anche in Argentina e Uruguay.

In **Messico** l'economia messicana beneficia dell'effetto traino apportato dagli Stati Uniti, suo principale partner commerciale, nonché di significativi investimenti stranieri, segnatamente nel comparto automobilistico. L'indebolimento del peso messicano e l'inasprimento fiscale hanno, invece, gravato sulla crescita della domanda interna per consumi.

La consociata, impegnata nel rafforzamento della propria struttura, mostra comunque risultati positivi nel periodo, nonostante la congiuntura sfavorevole.

In **Brasile** il periodo è stato caratterizzato da una bassa fiducia del settore privato nelle previsioni di breve termine. Su ciò hanno gravato, oltre allo scandalo che ha colpito la compagnia petrolifera di bandiera e che sta avendo decise ripercussioni sul comparto delle infrastrutture e sull'economia tutta, anche le riforme fiscali e la politica monetaria restrittiva promosse dal governo.

I risultati delle nuove attività acquisite in Brasile ad inizio anno ("LBR"), hanno risentito delle sopra citate condizioni negative, oltre che delle difficoltà nel riavviare le produzioni parzialmente sospese durante la procedura concorsuale e, pertanto, fanno registrare nei primi nove mesi dell'anno un margine operativo lordo leggermente negativo. Grazie alle azioni che il management sta ponendo in essere per assicurare la piena operatività un recupero della redditività graduale è in essere a partire dal terzo trimestre, con aspettativa di miglioramento ulteriore nella ultima parte dell'anno.

In **Ecuador** si registra un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari al 3,6% determinato principalmente dall'aumento dei volumi nella categoria Yogurt e dall'incremento dei prezzi di vendita.

In **Paraguay** si registra un deciso calo del fatturato netto rispetto all'anno precedente determinato principalmente dalla contrazione delle vendite di latte.

Africa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	316,5	279,9	36,6	+13,1%
MOL	24,6	20,5	4,0	+19,7%
<i>MOL %</i>	<i>7,8</i>	<i>7,3</i>	<i>0,4 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2015	2014		
Fatturato Netto	99,5	100,8	-1,4	-1,4%
MOL	7,9	7,3	0,6	+8,7%
<i>MOL %</i>	<i>8,0</i>	<i>7,2</i>	<i>0,7 ppt</i>	

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

I dati sopra esposti, espressi in euro, includono un effetto cambio positivo pari a circa 16 milioni di euro sul fatturato e 1,2 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 mostrano un aumento del fatturato e del margine operativo lordo rispettivamente pari al 7,4% e al 13,7%.

Il buon andamento dell'area Africa, rispetto all'anno precedente, è determinato da un incremento dei volumi di vendita favorito anche da maggiori disponibilità di materia prima latte.

Sud Africa

Nel periodo si è avuta una consistente crescita dei consumi rispetto all'anno scorso. Il buon andamento del settore minerario, ancorché messo a rischio dal recente andamento delle esportazioni, unito al basso costo del petrolio hanno fornito stimolo al reddito disponibile. A questo si è aggiunta l'assenza di scioperi su base nazionale che avevano invece minato l'andamento economico nel recente passato.

Mercato e prodotti

Nei primi nove mesi dell'anno il comparto Latte UHT ha mostrato un consistente aumento dei consumi, sia a volume che a valore. In una categoria in cui le private label detengono circa metà del valore del comparto, Parmalat vede aumentare la propria quota, al contempo rafforzando la seconda posizione competitiva e riducendo il *gap* rispetto al leader di categoria.

Le performance del comparto Latte aromatizzato continua ad essere parte delle categorie più dinamiche del mondo *dairy* in Sud Africa. La consociata mantiene saldamente confermata la prima posizione di mercato, in particolare grazie alla marca *Steri Stumpie* che detiene oltre la metà del totale mercato a valore.

Il mercato dei formaggi ha registrato una interessante crescita a valore, in particolare grazie ai positivi andamenti dei segmenti "*Hard Cheese*", "*Processed Cheese*" e "*Feta*", fra i più dinamici del mercato. Parmalat rafforza la leadership di categoria a seguito di un lieve aumento della quota a valore.

Il 2015 si conferma un anno particolarmente positivo per la categoria Yogurt, che, dopo un persistente calo dei consumi degli anni precedenti, torna a mostrare andamenti positivi a volume e valore. Parmalat mantiene la seconda posizione competitiva.

Il fatturato netto è in aumento del 8,6%, in valuta locale, a seguito del buon andamento delle vendite (+4,4%) rispetto all'anno precedente, in particolare nelle categorie Latte UHT e Formaggio; tale incremento beneficia delle aumentate disponibilità della materia prima, rispetto all'anno 2014, caratterizzato da una significativa scarsità di latte.

Il margine operativo lordo del periodo, nonostante l'incremento del costo di acquisto della materia prima latte, è risultato in miglioramento rispetto all'anno precedente grazie al buon andamento delle vendite, all'aumento dei prezzi impostato nell'anno precedente e all'ottimizzazione dei costi di distribuzione. Inoltre, il rafforzamento del rand nei confronti dell'euro ha comportato minori costi di acquisto per gli ingredienti e gli imballi importati.

Zambia

In Zambia, seconda realtà dell'area africana, si registrano volumi in diminuzione rispetto all'anno precedente e un fatturato netto, in valuta locale, in aumento dell'1,5%. La redditività della consociata è risultata in aumento, nonostante le significative interruzioni nell'approvvigionamento energetico e alla situazione economica del paese che ha risentito negativamente del calo del prezzo del rame.

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 alla positiva performance del Botswana determinata dal buon andamento delle vendite di Latte UHT in un mercato Dairy in crescita nel paese. I risultati in Mozambico hanno risentito negativamente delle critiche condizioni economiche del Paese.

Australia

Prosegue il ribilanciamento dell'economia verso la domanda interna, in particolare consumi privati, a fronte della riduzione degli investimenti in infrastrutture nel comparto estrattivo, colpito dal rallentamento dell'export di risorse minerarie verso la Cina.

Mercato e prodotti

Il comparto del Latte pastorizzato ha mostrato un andamento piuttosto stazionario, a seguito della compensazione al suo interno tra i cali dei prodotti *branded* e gli aumenti delle private label. Queste ultime dominano il contesto competitivo, e la loro crescita continua a indebolire le aziende di marca. Parmalat, nonostante una lieve perdita di quota a valore, conferma la prima posizione di mercato.

Continua il trend positivo per il mercato del Latte aromatizzato, in crescita sia a volume che a valore anche in virtù dell'alta pressione promozionale da parte dei principali attori della categoria. Grazie alla buona performance del marchio *Oak*, Parmalat ha ridotto sensibilmente il *gap* verso il leader di mercato, confermando quindi la seconda posizione competitiva.

Se il mercato dello Yogurt nel suo complesso mostra un 2015 segnato da un netto calo dei consumi, il segmento "*Greek Yoghurt*" conferma invece i trend di crescita molto positivi già mostrati nell'anno precedente. Parmalat mantiene stabile la terza posizione di mercato pur registrando una riduzione di quota a valore.

I primi nove mesi del 2015 hanno confermato una situazione particolarmente negativa per il mercato dei Dessert, che presenta un calo sensibile dei consumi. Nonostante la difficile situazione del mercato, la consociata incrementa la propria quota a valore rafforzando la leadership di categoria grazie alla buona performance del marchio *Pauls*.

Di seguito si evidenziano i risultati 2015 comparati con l'anno precedente; i dati includono il contributo delle nuove attività acquisite nel corso del secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh) e nel primo trimestre 2015 (Longwarry):

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	734,7	673,6	61,1	+9,1%
MOL	33,4	26,9	6,5	+24,1%
<i>MOL %</i>	<i>4,5</i>	<i>4,0</i>	<i>0,5 ppt</i>	

<i>(importi in milioni di euro)</i>	III Trimestre			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	230,2	247,3	-17,1	-6,9%
MOL	22,1	19,5	2,6	+13,4%
<i>MOL %</i>	<i>9,6</i>	<i>7,9</i>	<i>1,7 ppt</i>	

L'apprezzamento della valuta locale, rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente, ha determinato un impatto positivo sul fatturato pari a circa 5,5 milioni di euro, mentre sul margine operativo lordo è pari a 0,3 milioni di euro.

Il fatturato netto, a cambi e perimetro omogenei, risulta sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente mentre i volumi crescono del 3,1% in particolare a seguito del buon andamento della categoria Latte aromatizzato e alla crescita delle vendite di Latte UHT in particolare nel canale export.

La redditività della consociata risulta in crescita, rispetto ai primi nove mesi 2014, grazie ai minori costi di acquisto della materia prima latte e al contenimento dei costi di struttura e di distribuzione.

Andamento finanziario

Struttura della posizione finanziaria netta del gruppo e delle principali società

La liquidità del Gruppo è pari a 469,2 milioni di euro; di questi, 190,2 milioni di euro sono in Parmalat S.p.A. Alla data del 30 settembre, tale liquidità è interamente depositata a vista e a breve termine presso controparti appartenenti a primari Gruppi Bancari. 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 verso banche ed istituti finanziari a livello di gruppo ammontano a 6,2 milioni di euro, di cui 3,3 milioni di competenza di Parmalat S.p.A., in calo rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente sia per la riduzione dei tassi d'interesse che per il minor saldo di liquidità. Nel corso dei primi nove mesi del 2015 Parmalat S.p.A. non ha mai utilizzato lo strumento del cash pooling in essere con B.S.A. Finances S.n.c..

Ad oggi la Capogruppo Parmalat S.p.A. ha effettuato due tiraggi per complessivi 180 milioni di euro a valere sul finanziamento a medio-lungo termine da 500 milioni di euro sottoscritto il 28 aprile. Tali tiraggi hanno parzialmente finanziato l'acquisizione della società brasiliana Elebat Alimentos S.A., completata in data 1 luglio e supportato le attività delle società acquisite in America Latina.

Variazione della posizione finanziaria netta

Le disponibilità finanziarie nette del Gruppo passano da 1.119,1 milioni di euro al 31 dicembre 2014 a 96,4 milioni di euro al 30 settembre 2015, registrando un effetto cambio positivo pari a 18,1 milioni di euro e pagamento di dividendi per 30,5 milioni di euro.

L'attività operativa ha comportato un utilizzo di cassa per 144,1 milioni di euro, a fronte di una generazione pari a 19,9 milioni di euro nello stesso periodo del 2014.

Escludendo l'utilizzo di cassa delle nuove acquisizioni, pari a 74,8 milioni di euro circa derivante dal fisiologico investimento in capitale circolante iniziale delle consociate brasiliane e messicane, ed escludendo altresì l'impatto sul margine operativo lordo della contabilizzazione dell'iperinflazione in Venezuela, che ha natura contabile e non finanziaria ed è pari a 52,7 milioni di euro nel 2015 (12,7 milioni di euro nel 2014), il flusso da attività operative per il periodo risulterebbe negativo per 16,6 milioni di euro (in termini omogenei positivo per 32,6 milioni di euro nel 2014).

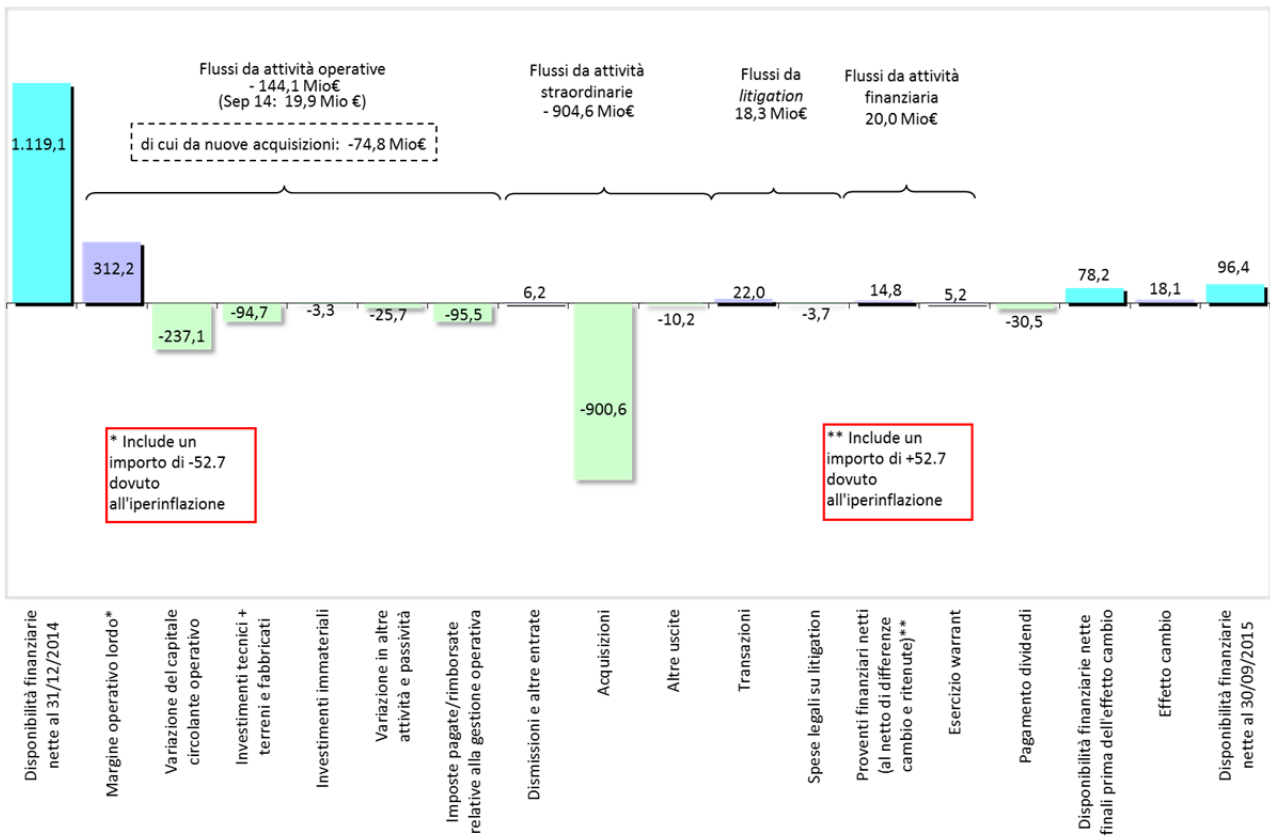
A fronte di un miglioramento della redditività, la differenza di 49,2 milioni di euro fra i due periodi è attribuibile principalmente a maggiori esborsi per imposte in Venezuela e Canada per un totale di circa 54 milioni e ad un maggiore assorbimento per circa 21 milioni da capitale circolante netto, in particolare alla voce "rimanenze", di Canada e Sudafrica, realtà del Gruppo dove l'investimento nei formaggi ha avuto un peso particolarmente rilevante. Nella consociata canadese l'aumento del capitale circolante nel semestre è risultato amplificato dal ridimensionamento rispetto al passato dei programmi di acquisto di burro da parte delle autorità dairy locali.

L'assorbimento di cassa da attività non ricorrenti è stato pari a 904,6 milioni di euro, principalmente riferibile alle acquisizioni di Elebat, Nutrifont e Lácteos Brasil in Brasile, Longwarry in Australia, Latterie Friulane in Italia ed "Esmeralda" in Messico, Uruguay ed Argentina.

I flussi da *litigation* hanno comportato una generazione netta di 18,3 milioni di euro (di cui 22,0 milioni di euro ottenuti da definizione di contenziosi).

I flussi relativi alla gestione finanziaria sono stati pari a 20,0 milioni di euro (di cui 5,2 milioni di euro derivanti dall'esercizio di warrant).

Rendiconto Finanziario Consolidato al 30 settembre 2015



Acquisizioni

Italia: Latterie Friulane

In data 30 dicembre 2014, con decorrenza dal 1° gennaio 2015, Parmalat ha acquistato dal Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A. (Latterie Friulane) un ramo d'azienda avente ad oggetto l'attività di produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti lattiero caseari.

L'operazione è stata conclusa con il trasferimento di un capitale netto pari a circa 5,75 milioni di euro e l'accollo di debiti verso banche per pari importo.

Brasile: asset di LBR

In data 8 gennaio 2015, essendosi completate le procedure oggetto di clausole sospensive previste dagli accordi contrattuali, la proprietà di alcune unità produttive, comprensive di marchi, personale ed uffici amministrativi della società brasiliana *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial* ("LBR") è stata trasferita a *Lactalis do Brazil* a fronte del pagamento del prezzo pari a circa 250 milioni di real. In pari data è stato risolto il contratto di licenza del marchio Parmalat in essere con la stessa LBR. Si ricorda che il Gruppo aveva assunto la gestione delle attività a partire dal 1° novembre 2014.

Australia: Longwarry

In data 30 gennaio 2015, dopo l'approvazione da parte del *FIRB (Foreign Investment Review Board)*, è stata finalizzata l'acquisizione della società *Longwarry Food Park Pty Ltd* a fronte del pagamento del prezzo di 70 milioni di dollari australiani. L'acquisizione è stata interamente finanziata con mezzi propri.

Con questa operazione, il Gruppo Parmalat rafforza ulteriormente la propria posizione nel mercato australiano, espandendo la propria capacità produttiva nel Paese, entra nel mercato del latte in polvere e consolida la propria base di approvvigionamento. Inoltre, migliora la capacità di esportazione di Parmalat Australia.

Messico: acquisizione di un Gruppo di società

In data 30 aprile 2015 è stata sostanzialmente finalizzata l'acquisizione di un gruppo di società operanti prevalentemente in Messico, annunciata il 28 gennaio u.s., a fronte del pagamento del prezzo pari a 105 milioni USD, di cui una parte depositata presso un *escrow account*.

Con questa operazione il Gruppo Parmalat acquisisce attività di produzione e distribuzione di formaggi che occupano, nelle categorie in cui sono presenti, posizioni di leadership nel mercato messicano.

Brasile: Elebat e Nutrifont

In data 1° luglio 2015, in esecuzione del contratto sottoscritto il 5 dicembre 2014, è stato completato l'acquisto della divisione *dairy* di *BRF S.A. ("BRF")*, una delle principali società brasiliane operanti nel settore *food*. L'operazione è stata realizzata attraverso l'acquisto, da parte della controllata *Lactalis do Brasil Ltda*, dell'intero capitale sociale di *Elebat Alimentos S.A. ("Elebat")*, società nella quale *BRF* ha conferito tutti gli asset relativi al *dairy business*, ivi compresi 11 stabilimenti nel territorio brasiliano, e taluni marchi, tra cui *Batavo*, *Elegé*, *Cotochés*, *Santa Rosa* e *DoBon*. Il prezzo concordato tra le parti in circa 700 milioni USD è stato interamente pagato in data 1° luglio 2015 e sarà soggetto ad aggiustamenti sulla base dell'entità dei debiti e del *working capital* di *Elebat* alla data del *closing*. L'acquisizione è stata finanziata con mezzi propri e mediante parziale utilizzo del finanziamento a medio-lungo termine sottoscritto in data 28 aprile 2015.

In data 2 luglio 2015, attraverso il pagamento alla società *Carbery Luxembourg Sarl* del prezzo pari a 45,0 milioni di Reais, *Lactalis do Brasil Ltda* ha acquistato il 50% della società *Nutrifont Alimentos S.A.*. Il restante 50% era già di proprietà dell'acquisita *Elebat*. Con questa operazione l'attività di Parmalat in Brasile comprende pertanto il 100% di una società specializzata nella produzione di ingredienti nutrizionali ad alto valore aggiunto.

Per le acquisizioni qui indicate, come peraltro per quelle completate negli esercizi precedenti e menzionate nelle relative Relazioni e Bilanci, il Gruppo effettua un attento monitoraggio delle garanzie contrattuali previste, al fine di attivare, se necessario, le espresse procedure di indennizzo.

Effetto economico delle acquisizioni sul bilancio consolidato al 30 settembre 2015

Al fine di favorire una migliore comprensione del bilancio consolidato al 30 settembre 2015, si riportano di seguito il Conto Economico delle società acquisite, che determinano una discontinuità tra i primi nove mesi del 2015 rispetto al 2014, ovvero Harvey Fresh (acquisita ad aprile 2014), il ramo di azienda di Latterie Friulane (acquisito a gennaio 2015), le unità produttive di LBR (acquisite a gennaio 2015, dopo averne assunto la gestione a novembre 2014), Longwarry (acquisita a fine gennaio 2015), un gruppo di società operanti prevalentemente in Messico (acquisito a fine aprile 2015) e Elebat e Nutrifont (acquisite a inizio luglio 2015).

	Gruppo Parmalat Progressivo al 30.09.2015	di cui Harvey Fresh ¹ (gennaio-marzo 2015)	di cui ramo di azienda Latterie Friulane (gennaio - settembre 2015)	di cui unità produttive LBR (gennaio-settembre 2015)	di cui Longwarry (febbraio-settembre 2015)	di cui gruppo di società operanti prevalentemente in Messico (maggio-settembre 2015)	di cui Elebat e Nutrifont (luglio - settembre 2015)	Società acquisite Progressivo al 30.09.2015	Società acquisite III Trim. 2015
Ricavi	4.776,3	31,3	20,8	103,1	25,7	67,6	215,6	464,1	308,5
Fatturato netto	4.744,5	31,2	20,8	103,1	25,6	67,3	215,6	463,6	308,4
Altri ricavi	31,8	0,1	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,5	0,1
COSTI OPERATIVI	(4.457,7)	(29,8)	(20,8)	(107,9)	(29,7)	(64,1)	(210,5)	(462,8)	(299,7)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(3.826,0)	(25,8)	(16,7)	(103,2)	(27,7)	(50,1)	(188,0)	(411,5)	(269,9)
Costo del lavoro	(631,7)	(4,0)	(4,1)	(4,7)	(2,0)	(14,0)	(22,5)	(51,3)	(29,8)
Sub totale	318,6	1,5	0,0	(4,8)	(4,0)	3,5	5,1	1,3	8,8
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(6,4)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	(0,1)	(0,1)	(0,1)
MARGINE OPERATIVO LORDO	312,2	1,5	0,0	(4,8)	(4,0)	3,5	5,0	1,2	8,7
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(115,2)							(13,0)	(5,6)
Altri proventi ed oneri	(2,8)							(2,5)	(2,4)
Utile operativo netto	194,2							(14,3)	0,7
Proventi/(Oneri)finanziari netti	(20,3)							(9,2)	(6,4)
Altri proventi e oneri su partecipazioni	1,2							0,0	0,0
Utile ante imposte	175,1							(23,5)	(5,7)
Imposte sul reddito del periodo	(67,0)							1,8	0,2
Utile del periodo	108,1							(21,7)	(5,5)
(Utile)/perdita di terzi	(1,3)							-	-
Utile/(perdita) di gruppo	106,8							(21,7)	(5,5)

Per quanto riguarda Harvey Fresh, acquisita ad aprile 2014, si evidenzia quale discontinuità l'apporto dei dati della società nel primo trimestre del 2015, a perimetro non omogeneo, ai fini comparativi con l'anno precedente.

I primi nove mesi del 2015 vedono inoltre il consolidamento dei risultati di alcune recenti acquisizioni. In due casi, unità produttive di LBR in Brasile e Latterie Friulane in Italia, il Gruppo sta ristrutturando rami d'azienda in difficoltà al fine di portarli a livelli di redditività in linea con i propri standard.

¹ Acquisita ad aprile 2014

In altri due casi, Longwarry in Australia e Gruppo Esmeralda in Messico, caratterizzati da una forte esposizione al prezzo del latte in polvere (Longwarry) e dei formaggi (Esmeralda), i risultati dei primi nove mesi scontano un abbassamento del costo della materia prima latte. I dati includono adeguamenti stock di circa 2,3 milioni di euro in relazione all'adozione del minore valore tra costo e mercato a seguito del declino dei listini di vendita conseguente al calo dei prezzi delle materie prime.

Il terzo trimestre consolida un andamento positivo per il gruppo Esmeralda ed un leggero recupero di redditività delle unità operative LBR, ancora in fase di riorganizzazione. Nel trimestre si ha l'integrazione dell'acquisizione delle società Elebat e Nutrifont, in leggero ritardo rispetto al piano originario (ingresso previsto nel corso del secondo trimestre), con una redditività leggermente in calo, rispetto alle aspettative, dovuta principalmente alla congiuntura sfavorevole in Brasile.

Il Consiglio e il management hanno attivato una serie di presidi sull'andamento delle nuove acquisizioni ed in particolare di quelle brasiliane al fine di garantire la massima efficacia negli interventi di recupero della performance industriale.

Acquisizione LAG

Con riferimento all'acquisizione LAG, il Consiglio di Amministrazione, in relazione alla garanzia contrattuale resa dal venditore sull'accuratezza delle informazioni anche prospettive contenute nel *business plan*, acquisiti i pareri dei due esperti indipendenti incaricati, Prof. Giorgio De Nova e Prof. Paolo Montalenti, prosegue nelle valutazioni sugli eventuali rimedi da esperire a tutela degli interessi della società seguendo, ove necessario, le applicabili procedure per le operazioni con parti correlate.

Risorse Umane

Organico del Gruppo

Di seguito la sintesi della distribuzione, per area geografica, del personale del Gruppo al 30 settembre 2015 rapportata al 31 dicembre 2014.

Totale dipendenti per area geografica					
Aree	30 settembre 2015	31 dicembre 2014	Δ	Note	
Europa	3.372	3.262	3,4%	<i>di cui Latterie Friulane (Italia)</i>	133
Nord America	4.647	4.596	1,1%		
America Latina	14.554	3.799	283,1%	<i>di cui Esmeralda (Messico, Uruguay, Argentina)</i> <i>LBR (Brasile)</i> <i>e Elebat (Brasile)</i>	4.363 1.308 5.512
Africa	3.158	2.665	18,5%		
Australia	2.183	2.150	1,5%	<i>di cui Longwarry Food Park</i>	50
Totale	27.914	16.472	69,5%		

A far data dal 1° luglio 2015 è entrata nel perimetro del Gruppo la società Elebat (Brasile) con un organico di 5.512 unità.

Rispetto al 31 dicembre 2014, si riscontra un incremento degli organici in Africa a seguito della stabilizzazione del personale operaio dovuta alla nuova normativa entrata in vigore in Sud Africa.

Investimenti

Dati di sintesi degli investimenti del Gruppo Parmalat al 30 settembre 2015

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30.9.2015		Progressivo al 30.9.2014		Delta %
Aree	Valore	% sul totale	Valore	% sul totale	
Europa	20,4	21,6%	11,9	11,6%	71,8%
Nord America	40,9	43,2%	43,4	42,4%	-5,8%
America Latina	9,4	9,9%	18,1	17,7%	-48,0%
Africa	9,4	15,4%	12,7	12,4%	-26,2%
Australia	14,5	9,9%	16,2	15,8%	-10,3%
Gruppo	94,7	100,0%	102,3	100,0%	-7,5%
Gruppo (perimetro e cambi costanti)¹	84,7		102,3		-17,2%

¹ Escluso 3mesi Harvey Fresh, UPI LBR, Esmeralda, Longwarry, Elebat e Nutrifont

Il Gruppo nel corso dei primi nove mesi del 2015 ha realizzato investimenti per 94,7 milioni di euro, in diminuzione del 7,5% rispetto all'anno precedente. A perimetro e cambi omogenei gli investimenti risultano in diminuzione del 17,2% 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 impianto di cogenerazione a Collecchio e trigenerazione a Zevio (Italia);
- nuova soffiatrice per bottiglie a Zevio (Italia);
- ottimizzazione impianto produttivo del formaggio a Bonnievale (Sud Africa);
- potenziamento ed ottimizzazione degli asset produttivi della mozzarella a Victoriaville (Canada);
- ottimizzazione processo produttivo formaggio "Shred" nello stabilimento di Nampa (USA).
- potenziamento ed ottimizzazione del sito produttivo a Lidcombe (Australia).

Gli investimenti tecnici non includono l'acquisto di licenze e l'implementazione di sistemi informativi che, nel 2015, sono stati pari a 3,3 milioni di euro, principalmente effettuati in Canada, Italia e Colombia.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Per favorire una migliore comprensione dei fenomeni che hanno caratterizzato i primi nove mesi, i dati del 2015 sono rappresentati con evidenza delle peculiari discontinuità. In particolare:

- delta perimetro dovuto alle acquisizioni;
- delta effetto dell'iperinflazione in Venezuela;
- dati primi nove mesi omogenei.

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto è pari a 4.744,5 milioni di euro, in aumento di 774,7 milioni (+19,5%) rispetto ai 3.969,8 milioni dei primi nove mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il fatturato netto risulta in aumento di 275,0 milioni (+7,1%). Tale incremento è principalmente dovuto al contributo particolarmente significativo delle aree America Latina e Africa.

Il margine operativo lordo è pari a 312,2 milioni di euro, in aumento di 13,2 milioni (+4,4%) rispetto ai 299,1 milioni dei primi nove mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il margine operativo lordo risulta in aumento di 66,2 milioni (+21,5%). Tale incremento è dovuto al continuo miglioramento dell'efficienza operativa e all'ottimizzazione della leva promozionale.

L'utile operativo netto è pari a 194,2 milioni di euro, in diminuzione di 19,1 milioni rispetto ai 213,3 milioni dei primi nove mesi del 2014. A perimetro costante ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, l'utile operativo netto risulta in aumento di 38,7 milioni.

Tale incremento è principalmente dovuto al miglioramento della gestione industriale ed è stato solo in parte compensato dal minor contributo della gestione non ricorrente.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 115,2 milioni (94,7 milioni nei primi nove mesi del 2014). Tale incremento è principalmente riconducibile alle acquisizioni avvenute nel periodo.

L'utile del Gruppo è pari a 106,8 milioni di euro, in diminuzione di 36,3 milioni rispetto agli 143,1 milioni dei primi nove mesi del 2014. A perimetro costante ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, l'utile del Gruppo risulta in aumento di 32,5 milioni.

Tale incremento è principalmente riconducibile al miglioramento della gestione industriale ed è stato solo in parte compensato dal minor contributo della gestione non ricorrente e dai minori proventi finanziari netti per effetto di una diminuzione delle disponibilità nette e dei rendimenti sulla liquidità investita.

Il capitale circolante operativo è pari a 650,2 milioni di euro, in aumento di 271,5 milioni rispetto ai 378,7 milioni del 31 dicembre 2014. Tale incremento è principalmente dovuto: alle maggiori rimanenze nelle controllate canadese e sudafricana, per effetto sia dell'aumento dei volumi di latte crudo sia della stagionalità del *business* che vede, in particolare per il Canada, nella prima parte dell'anno, un aumento della produzione di formaggi a cui si contrappone, nell'ultima parte dell'anno, un aumento delle vendite; a maggiori investimenti nelle scorte di formaggio in Canada e Sudafrica rispetto al passato; all'aumento a valore delle rimanenze, nelle controllate venezuelane, per effetto dell'inflazione registrata nel periodo; alle acquisizioni concluse nel corso del periodo.

Il capitale investito netto è pari a 3.043,2 milioni di euro, in aumento di 920,2 milioni rispetto ai 2.123,0 del 31 dicembre 2014. Tale incremento è principalmente dovuto alle acquisizioni concluse nel corso del periodo e all'aumento del capitale circolante operativo, solo in parte compensato dalle differenze cambio da conversione negative dovute all'apprezzamento dell'euro nei confronti delle valute dei più importanti Paesi di riferimento in cui il Gruppo opera.

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 96,4 milioni di euro, in diminuzione di 1.022,7 milioni, rispetto ai 1.119,1 milioni del 31 dicembre 2014. Le cause principali di tale variazione sono: l'assorbimento di cassa da attività straordinarie per 904,6 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione delle società brasiliane Elebat e Nutrifont, di alcune unità produttive di *Lácteos Brasil S.A.*, dell'acquisizione della società australiana *Longwarry Food Park Pty Ltd*, del gruppo di

società operanti prevalentemente in Messico e del ramo di azienda di Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A.; l'assorbimento di cassa da attività operative per 144,1 milioni, di cui 74,8 milioni relativi alle nuove acquisizioni; il pagamento di dividendi per 30,5 milioni.

Tale diminuzione è stata in parte compensata dalla generazione di cassa della gestione finanziaria per 20,0 milioni e dalle entrate nette da litigation per 18,3 milioni e dall'effetto cambio positivo per 18,1 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 3.118,5 milioni di euro, in diminuzione di 101,3 milioni, rispetto ai 3.219,8 milioni del 31 dicembre 2014, principalmente per effetto delle differenze cambio da conversione in euro dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 193,7 milioni e dai dividendi 2014 deliberati dall'Assemblea del 16 aprile 2015 pari a 29,3 milioni di euro.

Tale decremento è stato in parte compensato dall'utile di Gruppo pari a 106,8 milioni di euro e dall'esercizio dei warrant avvenuto nel corso del periodo pari a 5,2 milioni di euro.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

	Progressivo al 30.9. 2015 (A)	Δ Perimetro (settembre 2015 vs settembre 2014) (B)	Δ Iperinflazione (settembre 2015 vs settembre 2014) (C)	Progressivo al 30.9.2015 pro-forma a cambi correnti (D=A-B-C)	Progressivo al 30.9.2014
<i>(in milioni di euro)</i>					
RICAVI	4.776,3	464,1	61,9	4.250,3	3.994,9
Fatturato netto	4.744,5	463,6	61,3	4.219,6	3.969,8
Altri ricavi	31,8	0,5	0,6	30,7	25,1
COSTI OPERATIVI	(4.457,7)	(462,8)	(101,8)	(3.893,1)	(3.691,0)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(3.826,0)	(411,5)	(92,1)	(3.322,4)	(3.158,7)
Costo del lavoro	(631,7)	(51,3)	(9,7)	(570,7)	(532,3)
Sub totale	318,6	1,3	(39,9)	357,2	303,9
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(6,4)	(0,1)	(0,0)	(6,3)	(4,8)
MARGINE OPERATIVO LORDO	312,2	1,2	(39,9)	350,9	299,1
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(115,2)	(13,0)	(2,7)	(99,5)	(94,7)
Altri proventi e oneri:					
- Spese legali su <i>litigation</i>	(2,5)	0,0	0,0	(2,5)	(2,6)
- Altri proventi e oneri	(0,3)	(2,5)	(0,9)	3,1	11,5
UTILE OPERATIVO NETTO	194,2	(14,3)	(43,5)	252,0	213,3
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(20,3)	(9,2)	(3,4)	(7,7)	1,8
Altri proventi e oneri su partecipazioni	1,2	0,0	0,0	1,2	0,2
UTILE ANTE IMPOSTE	175,1	(23,5)	(46,9)	245,5	215,3
Imposte sul reddito del periodo	(67,0)	1,8	(0,7)	(68,1)	(70,9)
UTILE DEL PERIODO	108,1	(21,7)	(47,6)	177,4	144,4
(Utile)/perdita di terzi	(1,3)	0,0	0,5	(1,8)	(1,3)
Utile/(perdita) di gruppo	106,8	(21,7)	(47,1)	175,6	143,1
Attività in funzionamento:					
Utile/(Perdita) per azione base (in euro)	0,0582				0,0783
Utile/(Perdita) per azione diluito (in euro)	0,0577				0,0774

Nota: riferirsi al Glossario in calce alla Resoconto intermedio di gestione per le definizioni delle varie voci di conto economico

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	30.09.2015	31.12.2014
IMMOBILIZZAZIONI	2.840,7	2.234,0
Immateriali	1.412,5	1.104,7
Materiali	1.272,5	996,5
Finanziarie	62,2	59,9
Attività per imposte anticipate	93,5	72,9
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	11,5	12,5
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	670,9	336,3
Rimanenze	740,6	534,2
Crediti Commerciali	582,8	487,0
Debiti Commerciali (-)	(673,2)	(642,5)
Capitale circolante operativo	650,2	378,7
Altre Attività	218,7	135,6
Altre Passività (-)	(198,0)	(178,0)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	3.523,1	2.582,8
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(116,7)	(110,4)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(352,8)	(338,9)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(10,4)	(10,5)
CAPITALE INVESTITO NETTO	3.043,2	2.123,0
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.139,6	3.242,1
Capitale sociale	1.836,7	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	1.122,1	1.132,4
Utile del periodo	106,8	203,1
Patrimonio netto di terzi	21,1	22,3
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(96,4)	(1.119,1)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	372,8	132,4
Debiti finanziari verso partecipate	0,0	0,2
Altre attività finanziarie (-)	(96,5)	(94,4)
Disponibilità (-)	(372,7)	(1.157,3)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	3.043,2	2.123,0

Nota: riferirsi al Glossario in calce alla Resoconto intermedio di gestione per le definizioni delle voci di stato patrimoniale

Parmalat S.p.A.

Con effetto dal 1° gennaio 2015, Parmalat S.p.A. ha acquistato dal Consorzio Cooperativo Latterie Friulane un ramo d'azienda avente ad oggetto l'attività di produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti lattiero caseari (latte pastorizzato e UHT, yogurt, Montasio, mozzarella, ricotta unitamente ai relativi marchi, impianti e personale). Nella situazione economico-finanziaria al 30 settembre 2015 sono inclusi gli effetti derivanti da tale acquisizione.

Il fatturato netto è pari a 643,3 milioni di euro, che si confronta con i 643,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2014; il fatturato prodotto dal ramo "Latterie Friulane" è pari a 20,8 milioni di euro. Nonostante la crisi perdurante di alcuni dei principali mercati in cui la Società opera, i volumi di vendita risultano in aumento, influenzati anche dall'aumentata pressione promozionale (conseguente alla riduzione del costo della materia prima) sul latte UHT e sui succhi di frutta; l'aumento della pressione promozionale, e quindi i minori prezzi di vendita, spiega la diminuzione del fatturato considerato a perimetro costante (-3,2%). Si rileva il buon andamento della panna UHT che cresce, anche sulla spinta della comunicazione, migliorando la quota di mercato e l'ottima performance di Zymil sia UHT che microfiltrato che cresce di oltre il 10%.

Il margine operativo lordo è pari a 51,2 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 47,7 milioni di euro dello stesso periodo del 2014, di 3,5 milioni di euro (di cui ramo "Latterie Friulane" 0,0 milioni di euro). Tale incremento è principalmente stato determinato dall'ottimizzazione dei costi operativi.

L'utile operativo netto è pari a 36,2 milioni di euro (di cui ramo "Latterie Friulane" -0,7 milioni di euro), in aumento, rispetto ai 34,4 milioni di euro del settembre 2014, di 1,8 milioni di euro. L'incremento è principalmente determinato dal miglior margine operativo lordo del periodo, in parte attenuato dal minor importo di Altri proventi e oneri.

L'utile del periodo è pari a 41,0 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 55,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2014, di 14,1 milioni di euro. La variazione è principalmente determinata dal decremento dei proventi finanziari netti (da 16,4 milioni di euro a 9,0 milioni di euro sia per minori giacenze che per la flessione dei tassi di interesse) e dai minori dividendi e proventi da partecipate (11,3 milioni di euro, contro 23,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2014).

Il capitale investito netto è pari a 2.992,0 milioni di euro, contro i 2.237,9 milioni di euro del 31 dicembre 2014. L'incremento, pari a 754,1 milioni di euro, è principalmente riferito al supporto finanziario fornito a controllate estere e finalizzato al completamento delle acquisizioni in America Latina (operazione Esmeralda e la divisione dairy di BRF).

Le disponibilità finanziarie nette sono passate da 758,8 milioni di euro al 31 dicembre 2014 a 25,2 milioni di euro del 30 settembre 2015, con una diminuzione di 733,6 milioni di euro. La variazione è principalmente dovuta a quanto già sopra accennato relativamente agli investimenti effettuati in partecipazioni e recepisce anche il parziale tiraggio (circa 180 milioni di euro) del finanziamento stipulato nel corso del secondo trimestre 2015, come già esposto nel comunicato stampa del 28 aprile 2015.

Le disponibilità e le attività finanziarie residue sono depositate a vista e a breve termine presso controparti appartenenti a primari gruppi bancari.

Il patrimonio netto della società è pari a 3.017,2 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.996,7 milioni del 31 dicembre 2014 di 20,5 milioni di euro per effetto dell'utile di periodo e dell'esercizio di warrant avvenuto nel periodo ed al netto dell'assegnazione agli azionisti del dividendo sull'esercizio 2014.

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2015	<i>di cui Latterie Friulane</i>	Progressivo al 30 settembre 2014
RICAVI	668,0	20,8	671,3
Fatturato netto	643,3	20,8	643,2
Altri ricavi	24,7	0,0	28,1
COSTI OPERATIVI	(614,0)	(20,8)	(620,8)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(523,4)	(16,7)	(535,8)
Costo del lavoro	(90,6)	(4,1)	(85,0)
Subtotale	54,0	0,0	50,5
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,8)	0,0	(2,8)
MARGINE OPERATIVO LORDO	51,2	0,0	47,7
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(21,2)	(0,7)	(22,5)
Altri proventi e oneri:			
- Spese legali su <i>litigation</i>	(2,5)	0,0	(2,6)
- Altri proventi e oneri	8,7	0,0	11,8
UTILE OPERATIVO NETTO	36,2	(0,7)	34,4
Proventi/(Oneri) finanziari netti	9,0	0,0	16,4
Altri proventi e oneri su partecipazioni	11,3		23,3
UTILE ANTE IMPOSTE	56,5	(0,7)	74,1
Imposte sul reddito del periodo	(15,5)	0,2	(19,0)
UTILE DEL PERIODO	41,0	(0,5)	55,1

Parmalat S.p.A.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2015	31.12.2014
IMMOBILIZZAZIONI	3.220,5	2.452,2
Immateriali	356,0	357,0
Materiali	157,4	143,4
Finanziarie	2.675,8	1.920,2
Attività per imposte anticipate	31,3	31,6
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,0	0,0
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	(11,6)	(12,4)
Rimanenze	45,5	42,9
Crediti Commerciali	127,2	123,3
Debiti Commerciali (-)	(187,0)	(180,9)
Capitale circolante operativo	(14,3)	(14,7)
Altre Attività	50,6	47,8
Altre Passività (-)	(47,9)	(45,5)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	3.208,9	2.439,8
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(26,8)	(26,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(180,1)	(165,7)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(10,0)	(10,1)
CAPITALE INVESTITO NETTO	2.992,0	2.237,9
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.017,2	2.996,7
Capitale sociale	1.836,7	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	1.086,6	1.051,4
Utile del periodo	41,0	61,0
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(25,2)	(758,8)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	178,1	0,0
Debiti/(Crediti) finanziari verso partecipate	(13,1)	(10,4)
Altre attività finanziarie (-)	(72,1)	(70,7)
Disponibilità (-)	(118,1)	(677,7)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	2.992,0	2.237,9

Eventi significativi del terzo trimestre 2015

Closing acquisizione in Brasile

In data 1° luglio 2015, in esecuzione del contratto sottoscritto il 5 dicembre 2014, è stato completato l'acquisto della divisione dairy di BRF S.A. (BRF), una delle principali società brasiliane operanti nel settore food. L'operazione è stata realizzata attraverso l'acquisto, da parte della controllata Lactalis do Brasil Ltda, dell'intero capitale sociale di Elebat Alimentos S.A. (Elebat), società nella quale BRF ha conferito tutti gli asset relativi al dairy business, ivi compresi 11 stabilimenti nel territorio brasiliano, e taluni marchi, tra cui Batavo, Elegé, Cotochés, Santa Rosa e DoBon. Il fatturato proforma della divisione dairy di BRF è stato pari a circa 2,7 miliardi di Reais (circa 865 milioni di euro) nel 2014 (2,6 miliardi di Reais nel 2013). Il prezzo concordato tra le parti in circa 700 milioni USD è stato interamente pagato in data 1° luglio 2015 e sarà soggetto ad aggiustamenti sulla base dell'entità dei debiti e del working capital di Elebat alla data del closing. L'acquisizione è stata finanziata con mezzi propri e mediante parziale utilizzo del finanziamento a medio-lungo termine sottoscritto in data 28 aprile 2015.

In data 2 luglio 2015, attraverso il pagamento alla società Carbery Luxembourg Sarl del prezzo pari a 45,0 milioni di Reais, Lactalis do Brasil Ltda ha acquistato il 50% della società Nutrifont Alimentos S.A., il restante 50% essendo già di proprietà dell'acquisita Elebat. Con questa operazione l'attività di Parmalat in Brasile comprende pertanto il 100% di una società specializzata nella produzione di ingredienti nutrizionali ad alto valore aggiunto.

Accordo transattivo con Standard & Poor's

In data 30 luglio 2015 Parmalat S.p.A., Parmalat Finanziaria S.p.A. in amministrazione straordinaria e Parmalat S.p.A. in amministrazione straordinaria da una parte, e The McGraw-Hill Companies (Standard & Poor's Credit Market Services) S.r.l., McGraw-Hill (France) S.a.s. e Standard & Poor's Credit Market Services France S.a.s. dall'altra parte, hanno definito in via transattiva l'azione risarcitoria, pendente presso la Corte d'Appello di Milano, avviata nel 2005 dal Commissario Straordinario Dr. Enrico Bondi, volta al riconoscimento di danni per oltre 4 miliardi di euro in relazione al *rating* attribuito da Standard & Poor's al vecchio gruppo Parmalat nel periodo anteriore al dissesto.

Per effetto dell'accordo transattivo Standard & Poor's ha corrisposto a Parmalat la somma di 14,5 milioni di euro a fronte della rinuncia alla prosecuzione del contenzioso pendente e ad ogni ulteriore richiesta risarcitoria.

Chiusura Fondazione Creditori Parmalat

In data 24 settembre 2015 la Fondazione Creditori Parmalat è stata posta in liquidazione volontaria, essendo trascorso il termine decennale statutariamente previsto e non rilevandosi ulteriore attività che la stessa sia chiamata a svolgere, potendo i creditori Parmalat, i cui crediti chirografari siano stati definitivamente accertati, rivolgersi direttamente a Parmalat S.p.A., in luogo della Fondazione, per far valere i diritti loro riconosciuti, in conformità alle previsioni concordatarie.

Il liquidatore (Dr. Enrico Bondi), ha già provveduto al trasferimento a Parmalat S.p.A. del residuo attivo, ammontante ad Euro 1.109.084 in data 28 settembre 2015.

Non sono risultate ulteriori posizioni attive/passive passibili di essere trasferite in sede di liquidazione ad eccezione di residuali posizioni debitorie.

Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2015

Accordo transattivo con J.P. Morgan

In data 29 ottobre 2015 Parmalat S.p.A. ("Parmalat") ha definito in via transattiva tutti i procedimenti giudiziari pendenti nei confronti di alcune società del gruppo JP Morgan Chase & Co, ivi inclusa JPMorgan Chase Bank (collettivamente "JP Morgan"), derivanti dal dissesto del vecchio gruppo Parmalat, manifestatosi nel dicembre 2003.

JP Morgan riconoscerà a Parmalat, senza che ciò costituisca ammissione di responsabilità, l'importo complessivo di 42,9 milioni di euro, ad integrale e definitiva tacitazione delle pretese avanzate nei suoi confronti.

Accordo transattivo tra Parmalat e Grant Thornton

In data 30 ottobre 2015 Parmalat S.p.A. e il Commissario Straordinario del precedente Gruppo Parmalat (collettivamente, Parmalat), da una parte, e Grant Thornton International Inc., Grant Thornton International Ltd. e

Grant Thornton LLP, dall'altra parte, hanno raggiunto un accordo transattivo con il quale è stato definito il giudizio promosso da Parmalat, attualmente pendente avanti la Illinois Appellate Court, First District, e hanno risolto ogni pretesa e controversia connessa o correlata al giudizio.

La controversia, promossa nel 2004 dal Commissario Straordinario, aveva ad oggetto le attività di audit svolte dalla società italiana allora denominata Grant Thornton S.p.A. – appartenente al network Grant Thornton International Inc. – nel periodo antecedente l'emersione dell'insolvenza del precedente Gruppo Parmalat. In origine il giudizio era stato promosso anche nei confronti di Deloitte Touche Tohmatsu e di alcune affiliate della stessa, ma tale controversia è stata definita nel 2007 per mezzo di un accordo transattivo. Le richieste risarcitorie ammontavano originariamente a circa 10 miliardi di dollari.

La trattazione della causa è stata rigettata dapprima dalla U.S. District Court for the Southern District of New York e successivamente dalla U.S. District Court for the Northern District of Illinois. All'esito dei giudizi di appello riguardanti questioni giurisdizionali, la causa è stata trasferita avanti la Cook County Circuit Court, Illinois, che nel marzo 2015 ha rigettato le richieste di Parmalat. Il Commissario Straordinario ha proposto appello contro il provvedimento di rigetto.

L'accordo prevede il pagamento di 4,4 milioni di dollari statunitensi da parte di Grant Thornton International Inc. a favore di Parmalat ed il reciproco riconoscimento che né l'accordo, né il pagamento possano essere considerati come un'ammissione di responsabilità. L'accordo prevede inoltre una piena e totale liberatoria a favore di Grant Thornton International Inc., Grant Thornton International Ltd. e Grant Thornton LLP. L'accordo, infine, preclude ogni ulteriore richiesta o pretesa, di qualsiasi natura, nei confronti di Grant Thornton International Inc., Grant Thornton International Ltd. o Grant Thornton LLP in ogni caso correlata alle questioni derivanti dalle attività sopra menzionate o dal giudizio.

Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2015 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 2015 sono stati applicati gli stessi principi di consolidamento e gli stessi criteri di valutazione adottati nella redazione del bilancio al 31 dicembre 2014, a cui si fa rinvio, nonché le nuove disposizioni IFRS in vigore dal 1° gennaio 2015 di seguito riportate.

I principi contabili, le modifiche ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2015 ed adottati dalla Commissione Europea sono i seguenti:

Modifiche allo IAS 19 – Piani a benefici definiti: contributi dei dipendenti (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° luglio 2014 o in data successiva). Tali emendamenti riguardano la semplificazione del trattamento contabile delle contribuzioni ai piani a benefici definiti da parte dei dipendenti o di terzi in casi specifici. Gli emendamenti sono applicabili, in modo retroattivo, per gli esercizi che hanno inizio il o dopo il 1° luglio 2014. Alla data della presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione del di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche agli IFRS – Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2010 - 2012 e agli IFRS 2011 – 2013 (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° luglio 2014 o in data successiva). Tra gli altri, i temi più rilevanti trattati in tali emendamenti sono: la definizione di condizioni di maturazione nell'*IFRS 2 – Pagamenti basati su azioni*, l'informativa sulle stime e giudizi utilizzati nel raggruppamento dei segmenti operativi nell'*IFRS 8 – Segmenti operativi*, l'identificazione e l'informativa di una transazione con parte correlata che sorge quando una società di servizi fornisce il servizio di gestione dei dirigenti con responsabilità strategiche alla società che redige il bilancio nello *IAS 24 – Informativa sulle parti correlate*, l'esclusione dall'ambito di applicazione dell'*IFRS 3 – Aggregazioni aziendali*, di tutti i tipi di accordi a controllo congiunto, e alcuni chiarimenti sulle eccezioni all'applicazione dell'*IFRS 13 – Misurazione del*

fair value. Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del 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 di gestione sono: l'avviamento, i marchi a vita utile non definita, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte correnti e differite, il fondo svalutazione crediti, il fondo per rischi ed oneri (in particolare a fronte dei contenziosi in essere), i fondi relativi al personale, le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive e le aggregazioni aziendali. Per le principali assunzioni adottate e le fonti utilizzate nell'effettuazione delle stime, si rimanda a quanto illustrato nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2014.

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 2015 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 10 novembre 2015.

Area di consolidamento

Nel corso dei primi nove mesi del 2015 le variazioni più significative nell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2014 hanno riguardato:

- l'acquisto da terzi del ramo di azienda avente ad oggetto l'attività di produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti caseari dal Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A..

Il ramo di azienda è stato consolidato a partire dal 1° gennaio 2015, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo del ramo di azienda stesso.

- l'acquisto da terzi di alcune unità produttive, comprensive di marchi, personale ed uffici amministrativi della società brasiliana *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial*, assoggettata ad una procedura concorsuale di diritto brasiliano.

Il Gruppo, nell'ottica di favorire una ripresa del *business*, aveva assunto la gestione di tali unità produttive a partire dal 1° novembre 2014 e fino all'8 gennaio 2015, data in cui, a seguito del completamento delle procedure oggetto di clausole sospensive previste dagli accordi contrattuali, è stata perfezionata l'acquisizione.

- l'acquisto da terzi della società australiana *Longwarry Food Park Pty Ltd* ("Longwarry") operante nello stato di Victoria e specializzata nella produzione di latte (in polvere, fresco e UHT) e formaggi spalmabili.

La società è stata consolidata a partire dal 30 gennaio 2015, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo della società stessa.

- l'acquisto da terzi di un gruppo di società operanti prevalentemente in Messico e specializzate nella produzione e distribuzione di formaggi.

Il gruppo di società è stato consolidato a partire dal 30 aprile 2015, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo delle società stesse.

- l'acquisto da terzi della divisione *dairy* di *BRF S.A.* ("BRF"), una delle principali società brasiliane operanti nel settore *food*. L'operazione è stata realizzata attraverso l'acquisto, da parte della controllata *Lactalis do Brasil Ltda*, dell'intero capitale sociale di *Elebat Alimentos S.A.* ("Elebat"), società nella quale *BRF* ha conferito tutti gli asset relativi al *dairy business*, ivi compresi 11 stabilimenti nel territorio brasiliano, e taluni marchi, tra cui *Batavo*, *Elegé*, *Cotochés*, *Santa Rosa* e *DoBon*.

La società è stata consolidata a partire dal 1° luglio 2015, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo della società stessa.

- l'acquisto da terzi del 50% della società brasiliana *Nutrifont Alimentos S.A.*, specializzata nella produzione di ingredienti nutrizionali ad alto valore aggiunto. Il restante 50% era già di proprietà dell'acquisita *Elebat*.

La società è stata consolidata a partire dal 2 luglio 2015, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo della società stessa.

Con riferimento a tali acquisizioni, il Gruppo procederà all'identificazione del *fair value* delle attività acquisite, delle passività e delle passività potenziali assunte nelle tempistiche previste dall'*IFRS 3*.

La differenza tra il prezzo pagato ed il *fair value* delle attività nette acquisite è stata attribuita in via preliminare ad avviamento.

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.

Fino al 31 dicembre 2014 l'adeguamento dei valori di bilancio non espressi in unità di misura corrente era stato effettuato utilizzando l'indice nazionale del prezzo al consumo (INPC) pubblicato dalla Banca Centrale Venezuelana ("BCV"). A partire dal 1° gennaio 2015 la BCV ha interrotto la pubblicazione di tale indice e conseguentemente il contesto informativo si caratterizza per la presenza di una notevole pluralità e variabilità di stime circa l'indice inflattivo del Paese fornite da diversi operatori di mercato. Pertanto, alla data di riferimento del presente Resoconto intermedio di gestione, le controllate venezuelane hanno stimato l'indice inflattivo del Paese prendendo a riferimento primari studi internazionali che tenessero in considerazione il medesimo paniere di beni utilizzato negli anni precedenti dalla BCV per il calcolo dell'INPC. L'indice inflattivo alla data di riferimento del Resoconto intermedio di gestione è stato pari a 1.518,4 (725,4 a settembre 2014) con una variazione rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente pari a 109,3%; la variazione dell'indice invece rispetto al 31 dicembre 2014 è stata pari all'82,5% (45,6% invece la variazione nei primi nove mesi del 2014). L'effetto iperinflattivo sul margine operativo lordo e sul risultato netto, rispetto a settembre 2014, è stato negativo rispettivamente di 39,9 milioni di euro e di 47,6 milioni di euro.

In data 10 febbraio 2015 le autorità venezuelane hanno annunciato le seguenti modifiche al sistema cambiario:

- viene mantenuto il tasso ufficiale di 6,30 VEF/USD e confermato il suo utilizzo per i beni di primaria necessità, incluso il settore dairy;

- i due preesistenti sistemi d'asta *SICAD* e *SICAD II* sono stati accorpati in un unico sistema *SICAD* ancora basato su aste a chiamata da parte della banca centrale. Dopo la prima asta *SICAD* dell'anno tenutasi in giugno, ad agosto è stata convocata la seconda asta *SICAD*, riservata al settore agricolo. Il comunicato di chiusura asta ha stabilito un tasso di cambio, in vigore a partire dal 1° settembre, pari a 13,5 VEF/USD;

- è stato introdotto il *Sistema Marginal de Divisas* (cosiddetto *SIMADI*), in cui le persone fisiche e giuridiche possono scambiarsi valuta per il tramite di circa 3.800 sportelli che intermediano la domanda e l'offerta di valuta. Il *SIMADI* è entrato in funzione il 12 febbraio 2015, con un tasso di cambio di 170 VEF/USD. Al 30 settembre 2015 tale tasso di cambio risulta pari a 199,4 VEF/USD.

Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, secondo le stime fornite dalla Banca Centrale Venezuelana, il 94,0% delle transazioni in valuta risultano svolte tramite i due "sistemi amministrati" (tasso ufficiale e tasso *SICAD*), mentre il restante 6,0% delle transazioni si sono svolte tramite *SIMADI*.

Le controllate venezuelane, pur continuando ad avere accesso all'acquisto di valuta al tasso di cambio ufficiale, hanno proceduto nell'arco del semestre all'acquisto di dollari tramite aste *SIMADI* per circa 172 mila dollari. Il tasso di cambio così ottenuto, seppur meno favorevole, ha consentito di ottenere più velocemente la valuta necessaria a regolare alcuni scambi con controparti commerciali.

Pur in un contesto di notevole incertezza, si è ritenuto opportuno procedere ad una conversione dei saldi patrimoniali ed economici delle controllate venezuelane, applicando il tasso *SICAD* in quanto, ad oggi, ancora ritenuto maggiormente rappresentativo delle condizioni operative riscontrate nel periodo.

Tale tasso è, alla data del 30 settembre 2015, il tasso di cambio applicabile ai futuri pagamenti dei dividendi ed al rientro del capitale.

L'eventuale cambiamento del tasso di cambio da *SICAD* (13,5 VEF/USD) a *SIMADI* (199,4 VEF/USD) avrebbe comportato al 30 settembre una riduzione del contributo delle controllate venezuelane al patrimonio netto consolidato e alle disponibilità finanziarie nette rispettivamente di 227 e di 39 milioni di euro mentre sul fatturato netto e sul margine operativo lordo una riduzione rispettivamente di 599 e di 31 milioni di euro.

E' possibile che significative variazioni nel tasso e nel sistema di cambio, così come altri sviluppi ad esse collegati nel Paese, possano avere un ulteriore impatto sulle attività delle controllate nel futuro, con un riflesso anche sul bilancio consolidato di Parmalat.

Prevedibile evoluzione della gestione

L'economia globale nei primi nove mesi del 2015 è caratterizzata da una leggera crescita, con un progressivo indebolimento delle economie emergenti, produttrici di materie prime, a causa principalmente del rallentamento dell'economia cinese.

Nel contesto internazionale di un andamento negativo dei prezzi delle commodity, si assiste ad un calo generalizzato del costo della materia prima latte, accompagnato in alcune aree dove il Gruppo opera da un eccesso di offerta.

Le realtà recentemente acquisite in America Latina e Australia risentono delle criticità nei mercati di riferimento e sono coinvolte nel complesso processo riorganizzativo per allinearle agli standard del Gruppo.

In tale difficile contesto si confermano globalmente le stime di crescita, con un positivo andamento delle realtà a perimetro costante, ed un leggero rallentamento dei risultati relativi alle nuove acquisizioni rispetto ai piani originari.

Guidance 2015

Per il 2015 il Gruppo Parmalat conferma una crescita di fatturato netto superiore al 10% e del margine operativo lordo superiore al 6%.

La crescita è riferita a tassi di cambio costanti, escluso l'effetto dell'iperinflazione e comprende l'apporto delle nuove acquisizioni.

Disclaimer

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

Glossario

“Altre attività”	La voce include le altre attività correnti.
“Altre passività”	La voce include le altre passività correnti e i debiti per imposte sul reddito.
“Disponibilità finanziarie nette”	Sono costituite dal debito finanziario lordo ridotto delle “Disponibilità” (cassa e altre disponibilità liquide equivalenti) e delle “Altre attività finanziarie” correnti.
“Fondi per rischi e oneri”	La voce include anche le passività per imposte differite.
“Immobilizzazioni finanziarie”	Include le voci partecipazioni e altre attività finanziarie non correnti.
“Immobilizzazioni immateriali”	Include le attività inserite nel prospetto della Situazione Patrimoniale - Finanziaria consolidata nelle voci avviamento, marchi a vita utile non definita e altre attività immateriali.
“Margine operativo lordo”	Rappresenta la differenza tra i ricavi netti consolidati ed i costi operativi al lordo dei costi di natura non monetaria relativi ad ammortamenti e svalutazioni (al netto di eventuali ripristini di valore) di attività non correnti.
“Utile operativo netto”	E' ottenuto sottraendo dal “Margine operativo lordo” i costi di natura non monetaria relativi ad ammortamenti e svalutazioni (al netto di eventuali ripristini di valore) di attività non correnti e sommando l'effetto netto degli “Altri proventi e oneri”, ossia di quei proventi ed oneri derivanti da operazioni che non si ripetono frequentemente nella gestione ordinaria del business, quali ad esempio, i proventi da azioni revocatorie e risarcitorie, le spese legali su <i>litigation</i> ed eventuali altri proventi ed oneri non ricorrenti.

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

Cap. Soc.: 1.836.720.383 euro i.v.

R.E.A. Parma n. 228069

Reg. Imprese Parma n. 04030970968

Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

