



Interim Management Statement

al 31 marzo 2016



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005

Indice

Organi Societari	4
Dati di sintesi	5
Andamento economico della gestione.....	6
Andamento finanziario	18
Acquisizioni	20
Risorse Umane.....	23
Investimenti.....	24
Commenti ai risultati economico-finanziari	25
Eventi significativi del primo trimestre 2016.....	28
Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2016.....	30
Principi per la predisposizione dell'Interim Management Statement al 31 marzo 2016.....	31
Prevedibile evoluzione della gestione	35

Organi Societari

(situazione aggiornata alla data di approvazione del presente Interim Management Statement)

Consiglio di Amministrazione

Presidente	Gabriella Chersicla ¹
Amministratore Delegato e Direttore Generale	Yvon Guérin
Consiglieri	Pier Giuseppe Biandrino ²³ Nicolò Dubini ²³⁴ Angela Gamba ²³⁴ Patrice Gassenbach Umberto Mosetti ² Michel Peslier Elena Vasco ²⁴

Collegio Sindacale

Presidente	Marco Pedretti
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 approvato dal Comitato per la *Corporate Governance*. 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 Controllo e Rischi.

⁴ Componente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione.

Dati di sintesi

Principali dati economici

<i>(importi in milioni di euro)</i>			Variazione a cambi e perimetro	
GRUPPO	I Trimestre 2016	I Trimestre 2015	correnti (incluso Venezuela)	costanti (escluso Venezuela)
- FATTURATO NETTO	1.401,6	1.357,8	3,2%	0,7%
- MARGINE OPERATIVO LORDO	77,5	81,7	(5,1%)	16,1%
- UTILE OPERATIVO NETTO	38,8	46,8	(17,1%)	22,6%
- UTILE DEL PERIODO	13,5	19,4	(30,4%)	49,7%
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	2,7	3,4	(0,7)	0,7
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	1,0	1,4	(0,4)	0,7

Principali dati finanziari

<i>(importi in milioni di euro)</i>		
GRUPPO	31.03.2016	31.12.2015
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	197,9	301,1
- ROI (%) ¹	5,6	11,6
- ROE (%) ¹	1,8	4,7
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,6	0,6
- PFN/PATRIMONIO	(0,1)	(0,1)

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

L'economia globale nel primo trimestre 2016 ha avuto un andamento incerto, conseguenza non solo del riassetto cinese e del contesto di basso prezzo del petrolio e delle commodity, ma anche delle notevoli tensioni geopolitiche e dei consistenti fenomeni ridistributivi tra settori economici, tra aree geografiche e tra singole economie.

Gruppo

Di seguito si sintetizzano i dati del Gruppo del primo trimestre 2016 comparati con l'anno precedente:

(importi in milioni di euro)	I trimestre		Variazione	Variaz.%
	2016	2015		
Fatturato Netto	1.401,6	1.357,8	43,8	+3,2%
MOL	77,5	81,7	-4,2	-5,1%
<i>MOL %</i>	<i>5,5</i>	<i>6,0</i>	<i>-0,5 ppt</i>	

Il fatturato netto pari a 1.401,6 milioni di euro risulta in aumento del 3,2% rispetto all'anno precedente mentre il margine operativo lordo, pari a 77,5 milioni di euro, è in diminuzione del 5,1% rispetto agli 81,7 milioni dell'anno 2015, principalmente a seguito dell'effetto determinato dalla svalutazione della valuta venezuelana nei confronti dell'euro.

Il consolidamento della consociata Venezuela infatti, rispetto al primo trimestre dell'anno precedente, ha comportato a cambi correnti ed incluso iperinflazione, un impatto negativo sul fatturato e sul margine operativo lordo del Gruppo pari rispettivamente a 115,2 milioni di euro e 12,7 milioni di euro.

Nel periodo si segnala un buon andamento della redditività negli Stati Uniti e nelle aree Australia ed Europa.

Ai fini di una migliore comprensione dell'andamento del Gruppo rispetto all'anno precedente, alcune analisi, oltre ai cambi e perimetri costanti escludono i risultati della consociata venezuelana, vista l'incertezza che caratterizza la situazione del paese, accompagnata da una forte svalutazione della valuta locale.

A cambi costanti e perimetro omogeneo, ottenuto escludendo i risultati delle attività acquisite nel corso del 2015 in Brasile (*Elebat*), Messico (*Gruppo Esmeralda*) e in Australia (Longwarry) e nel corso del primo trimestre 2016 (Parmalat Australia YD), l'andamento del Gruppo si presenta in miglioramento sia a livello di fatturato netto che di redditività come si evince nella tabella riportata di seguito:

Tassi di cambio costanti ed escluso Venezuela

(importi in milioni di euro)	I trimestre		Variazione	Variaz.%
	2016	2015		
Fatturato Netto	1.223,8	1.214,7	9,1	+0,7%
MOL	85,7	73,9	11,9	+16,1%
<i>MOL %</i>	<i>7,0</i>	<i>6,1</i>	<i>0,9 ppt</i>	

Perimetro omogeneo, cambi costanti ed escluso Venezuela

Il fatturato netto risulta in aumento dello 0,7%, con un contributo positivo delle aree Nord America, in particolare Stati Uniti, e Africa; in altre aree, nonostante un aumento dei volumi di vendita, il maggior utilizzo della leva commerciale, in contesti in cui le materie prime sono risultate in calo, ha fatto registrare una contrazione del fatturato netto di vendita.

Il margine operativo lordo, in termini omogenei, risulta in crescita del 16,1%, grazie soprattutto al miglioramento registrato negli Stati Uniti, in Europa e Australia.

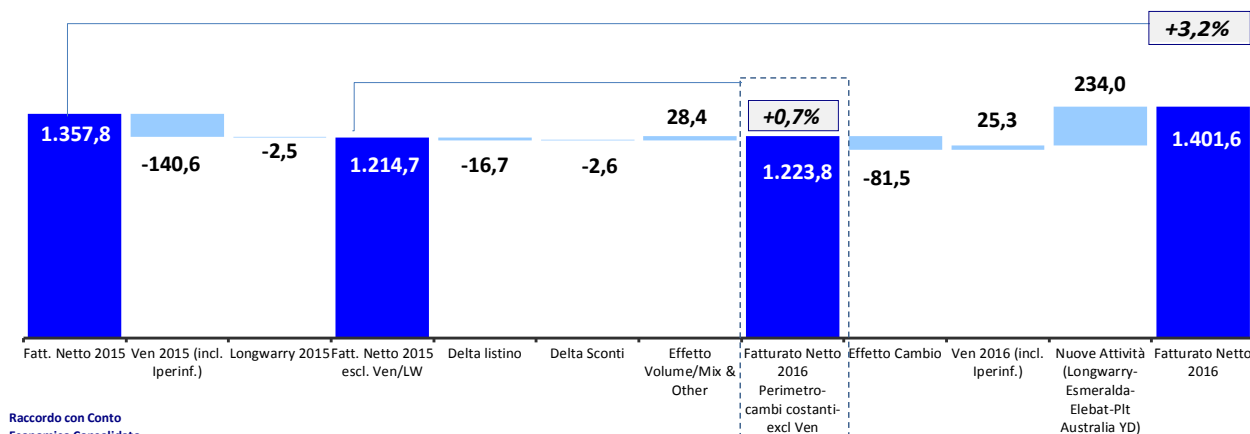
L'incremento della redditività del Gruppo nel corso del primo trimestre 2016, beneficia del continuo miglioramento dell'efficienza operativa, dell'ottimizzazione della leva promozionale e del contenimento dei costi di struttura.

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 nel primo trimestre 2016 rispetto all'anno precedente.

Fatturato Netto I trimestre 2016 vs 2015

(€ ml)



Raccordo con Conto

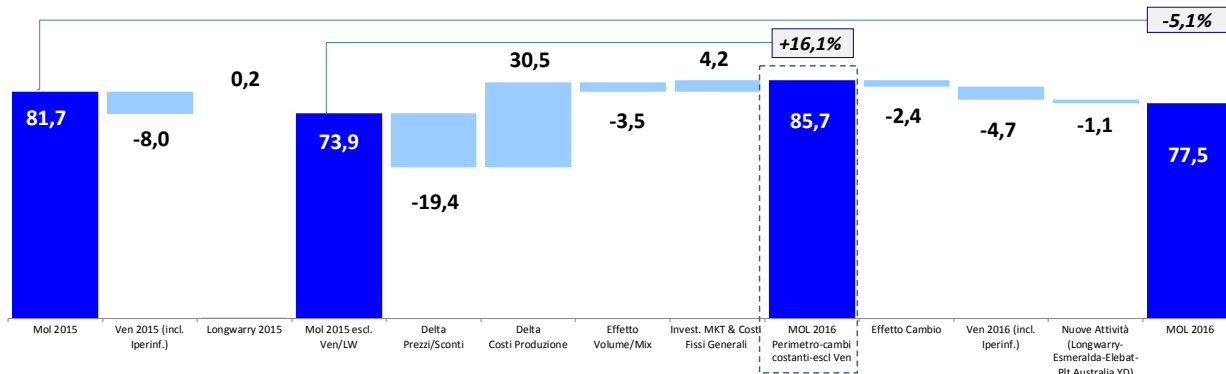
Economico Consolidato

Fatt. Netto 2015	1.357,8
D Perimetro	231,5
D Venezuela	(115,2)
D Business	9,1
Effetto Cambio 16	(81,5)
Fatt. Netto 2016	1.401,6

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2016 (234 eur ml) e Longwarry 2015 (2,5 eur ml)
 Differenza tra il risultato Venezuela 2016 inclusa Iperinf. (25,3 eur ml) e risultato 2015 (140,6 eur ml)

Margine Operativo Lordo I trimestre 2016 vs 2015

(€ ml)



Raccordo con Conto

Economico Consolidato

MOL 2015	81,7
D Perimetro	(0,9)
D Venezuela	(12,7)
D Business	11,9
Effetto Cambio 16	(2,4)
MOL 2016	77,5

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2016 (-1,1 eur ml) e Longwarry 2015 (-0,2)
 Differenza tra il risultato Venezuela 2016 inclusa Iperinf. (-4,7 eur ml) e risultato 2015 (8,0 eur ml)

Considerando i dati proforma relativi alle acquisizioni del 2015, come previsto nella *guidance*, l'incremento del fatturato nel periodo è pari a +0,6% e quello del margine operativo lordo è pari a +25%, a cambi costanti.

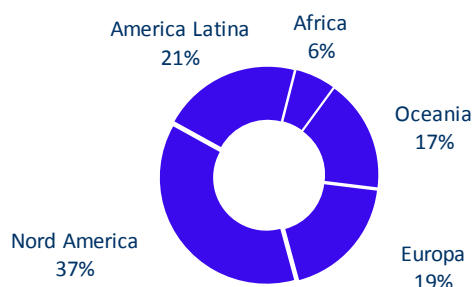
Dati per Area Geografica

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2016	I Trimestre 2015	Delta %
Aree	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Europa	264,4	267,6	-1,2%
Nord America	522,7	529,3	-1,2%
America Latina	293,5	201,9	+45,3%
Africa	84,7	111,6	-24,1%
Oceania	237,6	240,0	-1,0%
Altro ¹	(3,1)	(3,9)	n.s.
Gruppo escl. Iperinflazione	1.399,7	1.346,5	+4,0%
Iperinflazione Venezuela	1,9	11,3	n.s.
Gruppo	1.401,6	1.357,8	+3,2%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

1. Include altre società minori ed elisioni fra aree

Fatturato Netto per Area



Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2015, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed escluso Venezuela:

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2016	I Trimestre 2015	Delta %
Aree	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Europa	267,3	267,6	-0,1%
Nord America	543,3	529,3	+2,7%
America Latina	67,7	72,7	-6,8%
Africa	113,2	111,6	+1,4%
Oceania	235,2	237,4	-0,9%
Altro ¹	(3,0)	(3,9)	n.s.
Gruppo (perimetro/cambi costanti) ²	1.223,8	1.214,7	+0,7%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

1. Include altre società minori ed elisioni fra aree

2. Escluso Venezuela e nuove attività consolidate nel 2015 (Longwarry) e nel corso del 2016 (Elebat, Longwarry, Esmeralda e Parmalat Australia YD)

Dati per Divisione Prodotto

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2016	I Trimestre 2015	Delta %
Divisioni	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Latte ¹	721,1	694,2	+3,9%
Bevande base frutta ²	39,6	88,3	-55,1%
Formaggio e altri prod. freschi ³	612,7	517,6	+18,4%
Altro ⁴	26,3	46,5	-43,5%
Gruppo escl. Iperinflazione	1.399,7	1.346,5	+4,0%
Iperinflazione Venezuela	1,9	11,3	n.s.
Gruppo	1.401,6	1.357,8	+3,2%

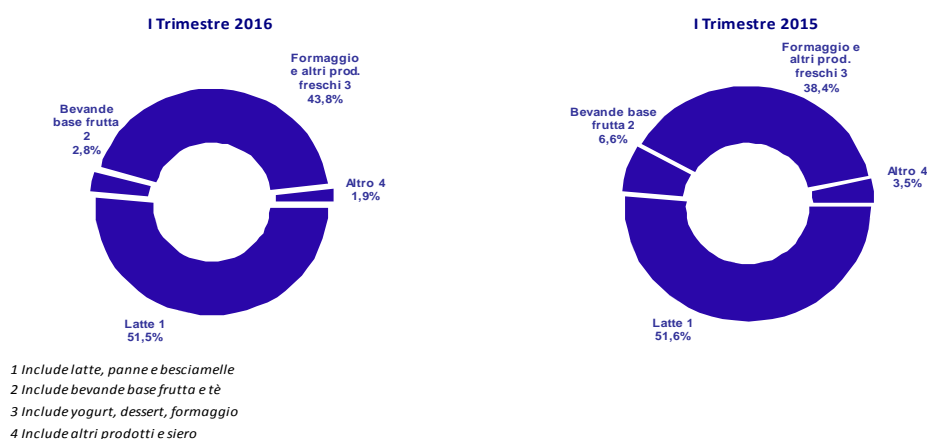
1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti e siero

Fatturato Netto per divisione Prodotto



Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2015, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed escluso Venezuela:

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2016	I Trimestre 2015	Delta %
Divisioni	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Latte ¹	651,0	644,5	+1,0%
Bevande base frutta ²	32,6	34,6	-5,9%
Formaggio e altri prod. freschi ³	515,5	489,4	+5,3%
Altro ⁴	24,7	46,3	-46,6%
Gruppo (perimetro/cambi costanti) ⁵	1.223,8	1.214,7	+0,7%

1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti e siero

5. Escluso Venezuela e nuove attività consolidate nel 2015 (Longwarry) e nel corso del 2016 (Elebat, Longwarry, Esmeralda e Parmalat Australia YD)

Europa

(importi in milioni di euro)	I Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2016	2015		
Fatturato Netto	264,4	267,6	-3,2	-1,2%

L'area include le consociate che operano in Italia, Russia, Portogallo e Romania; il peso dell'Italia sull'area Europa è pari a circa il 90% del fatturato netto.

La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro, ha comportato un impatto negativo sul fatturato pari a circa 3 milioni di euro. I risultati a cambi omogenei mostrano un fatturato in linea con l'anno precedente.

Italia

L'economia italiana risente di un rallentamento della ripresa manifestatosi nella parte finale dell'anno 2015 e che si è continuato ad avvertire nel primo trimestre 2016. Alla competitività garantita dalla debolezza dell'euro si contrappone una bassa domanda esterna, effetto di una fragilità di sistema che vede nella scarsa produttività e nel mercato del credito le sue ragioni fondanti.

Mercati e prodotti

Il mercato del Latte nel suo complesso, nei primi tre mesi del 2016, ha registrato un forte calo dei consumi in entrambi i segmenti principali, Pastorizzato e UHT. Nonostante il difficile contesto, Parmalat non solo ha mantenuto la leadership del settore, ma ha rafforzato la propria quota di mercato, soprattutto grazie alla *performance* del brand *Zymil*.

La Panna UHT ha fatto registrare una decrescita dei consumi, essenzialmente dovuta alla negativa *performance* del suo segmento principale, la panna da cucina. Parmalat, con il brand *Chef*, ottiene risultati positivi rispetto all'andamento del mercato, mantenendo la *leadership* del segmento con una crescita significativa di quota a valore e a volume.

Nei primi tre mesi dell'anno i consumi del segmento Yogurt sono stati leggermente in calo rispetto al periodo analogo del 2015; la consociata è riuscita comunque a mantenere la propria posizione competitiva.

Il mercato delle Bevande a Base Frutta ha mostrato una forte diminuzione dei consumi, rispetto ai primi tre mesi del 2015, confermando un ormai reiterato periodo di difficoltà del mercato. Il brand *Santàl*, con cui Parmalat compete in questo mercato, mantiene la terza posizione competitiva.

I volumi complessivamente venduti risultano in aumento rispetto all'anno precedente a seguito del buon andamento delle vendite del Latte UHT e del Latte Pastorizzato, nonostante il mercato sia risultato in contrazione, grazie alle vendite a marchio "Zymil".

Il fatturato netto della Business Unit risulta sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente registrando nel periodo un maggiore utilizzo della leva promozionale, in particolare nella categoria Latte UHT.

Da segnalare il buon andamento della Panna UHT "Chef", in parte legato al periodo Pasquale anticipato rispetto all'anno precedente, e l'ottima performance di "Zymil" nel Latte UHT e Pastorizzato Microfiltrato che crescono anche grazie agli investimenti in comunicazione.

Russia

I consumi interni continuano a risentire delle sanzioni internazionali e del rallentamento dell'economia causato dall'andamento del prezzo del petrolio e dell'abbassamento dei salari reali. Tuttavia la pressione inflazionistica ha dato segnali di affievolirsi in questo inizio 2016, anche grazie a politiche economiche restrittive ed a un rublo relativamente più stabile.

L'inizio del 2016 ha mostrato una crescita dei consumi per due dei principali mercati in cui la consociata opera, Latte UHT e Panna UHT, dove si registrano *trend* positivi a volume e valore. Al contrario, il comparto delle Bevande a Base Frutta ha registrato un periodo di difficoltà, con un deciso calo dei consumi. Parmalat ha comunque mantenuto le proprie posizioni competitive in tutti i mercati in cui opera.

I risultati della consociata evidenziano volumi sostanzialmente in linea con l'anno precedente, ma un fatturato netto, in valuta locale, in aumento dell'1,9% rispetto all'anno precedente, a seguito dell'adeguamento dei listini in tutte le principali categorie in cui la business unit opera.

Portogallo

Dalla metà del 2015 è in essere un raffreddamento dei positivi segnali che, invece, avevano caratterizzato l'economia portoghese negli ultimi anni; tale contesto, unito ad un alto tasso di disoccupazione, frena la domanda di consumo interna.

I volumi di vendita sono sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente mentre il fatturato netto risulta in calo a seguito del maggior utilizzo della leva promozionale.

Romania

Continua la ripresa economica avviatasi nell'ultimo biennio, nonché i segnali di un deciso aumento della domanda interna, la componente della crescita che maggiormente ha risentito della crisi in passato e che ora beneficia della riduzione dell'IVA sui beni alimentari in vigore a partire dallo scorso anno.

I risultati economici della consociata nel corso del primo trimestre 2016, in continuità con quanto registrato nel corso dell'esercizio 2015, mostrano un miglioramento generale rispetto all'anno precedente, determinato da un incremento dei volumi di vendita e da efficaci attività promozionali in un favorevole contesto di mercato.

Nord America

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I Trimestre		Variazione	Variaz.%
	2016	2015		
Fatturato Netto	522,7	529,3	-6,6	-1,2%

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

La svalutazione del dollaro canadese nei confronti dell'euro, solo in parte mitigata dalla rivalutazione del dollaro americano, ha comportato un impatto negativo sul fatturato dell'area pari a circa 21 milioni di euro.

Il fatturato netto dell'area Nord America nel corso del primo trimestre 2016, a cambi costanti, è risultato in aumento del 2,7% rispetto all'anno precedente, in particolare grazie al buon andamento della consociata Americana.

Canada

L'economia canadese, colpita dall'andamento del prezzo del petrolio nel 2015, ha comunque segnato una crescita del prodotto interno lordo nel primo trimestre di quest'anno, guidata dal mercato immobiliare, dai consumi interni e dalle esportazioni. Tuttavia non si può ancora parlare di una completa ripresa, in quanto il mercato del lavoro solo parzialmente sembra in grado di riassorbire gli esuberanti creati dal calo di investimenti nel settore energetico.

Mercati e prodotti

Il mercato complessivo del Latte ha mostrato un lieve calo dei consumi, essenzialmente dovuto alle difficoltà del segmento Latte "Basic"; al contrario, il segmento "Premium" vede crescere la propria dimensione a volume e valore. Parmalat, pur soffrendo di un sensibile calo della propria quota determinato dalla perdita di alcuni contratti distributivi, ha comunque confermato la terza posizione competitiva.

Nei primi tre mesi del 2016 si è assistito ad una sensibile crescita dei consumi del comparto Yogurt, in particolare grazie ai buoni risultati del segmento Yogurt al cucchiaino "Greco" e Yogurt "Da bere". Parmalat, grazie al brand Astro, mantiene la quinta posizione di mercato in uno scenario fortemente competitivo.

Nei primi tre mesi dell'anno, il mercato dei Formaggi ha mostrato un andamento dei consumi lievemente negativo, principalmente a causa del segmento "Processed" e, in maniera più contenuta, in quello "Natural". In tale contesto la Business Unit mantiene la seconda posizione competitiva nel totale mercato Formaggi.

La consociata registra un calo dei volumi complessivi, determinato dal negativo andamento della categoria Latte Pastorizzato a seguito del generale calo del mercato. La categoria Formaggi invece, mostra un deciso incremento delle vendite rispetto all'anno precedente.

L'incremento delle vendite di Formaggio, categoria a più alto valore aggiunto, ha permesso di ottenere un fatturato sostanzialmente in linea con l'anno precedente, nonostante il calo delle vendite della categoria Latte Pastorizzato.

Stati Uniti d'America

L'economia americana nel primo trimestre 2016 ha confermato le attese di rallentamento generalizzato, frutto di una contrazione dell'export, anche a seguito dell'apprezzamento del dollaro americano, nonché determinato dalla debolezza dei consumi interni (oltre due terzi del PIL). Segnali contrastanti che non permettono ancora di diradare i dubbi sull'espansione: ai miglioramenti del mercato del lavoro tarda a corrispondere un adeguato rafforzamento dei consumi e dell'inflazione.

Mercato e prodotti

I primi tre mesi del 2016 hanno confermato i trend positivi del mercato dei Formaggi che già avevano caratterizzato il 2015, con sensibili crescite della dimensione a volume e valore considerando il perimetro in cui la consociata opera. A seguito di un'alta pressione competitiva, Parmalat subisce una lieve diminuzione della propria quota a valore, che la porta ad occupare la terza posizione competitiva all'interno del mercato di riferimento.

I segmenti in cui Parmalat è riuscita a confermare la propria posizione di *leader* di mercato sono "*mozzarella da cucina*", "*formaggi a crosta bianca*" e "*ricotta*". Tali segmenti hanno mostrato positivi incrementi dei consumi, e la consociata ha rafforzato sensibilmente la propria *leadership* in ogni comparto.

Nel corso dei primi tre mesi dell'anno, i segmenti più dinamici dell'intero comparto Formaggi sono stati la "*mozzarella fresca*" e i "*formaggi snack*", con crescite a doppia cifra. Parmalat in tali segmenti mostra un sensibile calo delle quote a valore.

Il primo trimestre 2016 ha mostrato andamenti positivi a volume e a valore per i segmenti "*feta*", "*cheddar d'alta gamma*" e "*spalmabili di alta gamma*". Parmalat ha mantenuto inalterata la posizione di mercato in tutti i comparti, mostrando nel segmento "*cheddar d'alta gamma*" un sensibile aumento di quota.

La consociata americana ha registrato volumi di vendita in deciso aumento rispetto all'anno precedente, grazie in particolare al positivo andamento della categoria Formaggi, che rappresenta circa l'80% dei volumi complessivi, ma anche a seguito dell'aumento delle vendite del comparto Ingredienti.

Il fatturato netto di conseguenza, in valuta locale, risulta in aumento del 7,3% nonostante l'adeguamento dei prezzi di vendita determinato da un aumento della pressione promozionale in un contesto in cui la materia prima latte continua a rimanere su livelli particolarmente bassi, in particolare se rapportati ai valori record registrati nel corso dell'anno 2014.

America Latina

Escl. Iperinflazione Venezuela (importi in milioni di euro)	I Trimestre			
	2016	2015	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	293,5	201,9	91,5	+45,3%

L'area America Latina include principalmente le consociate che operano in Brasile, Messico, Venezuela, Colombia, Ecuador e Paraguay. 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 Elebat, Esmeralda e il contributo del Venezuela, mostrano un fatturato in calo del 6,8%.

Brasile

Nel primo trimestre del 2016 è continuata la bassa fiducia del settore privato nelle previsioni di breve termine. A ciò contribuiscono, oltre all'indagine giudiziaria che coinvolge i vertici governativi e che sta avendo decise ripercussioni sul comparto delle infrastrutture e sull'economia tutta, anche l'alternarsi di riforme fiscali di vario indirizzo e la politica monetaria restrittiva.

Il Gruppo ha rafforzato la propria presenza in Brasile, a seguito di importanti acquisizioni avvenute nel corso del 2015.

In data 8 gennaio 2015 ha completato l'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.

A luglio 2015 è stato inoltre completato 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 Brasile Parmalat è presente nei due principali mercati Dairy, Formaggi e Latte UHT; entrambi i comparti hanno confermato trend di consumi positivo, come evidenziato già nel corso dell'anno precedente. All'interno di ciascuna arena competitiva, Parmalat mantiene inalterate le rispettive posizioni di mercato.

I risultati ottenuti nel corso del primo trimestre 2016 continuano a risentire dell'andamento economico sfavorevole del paese, in un contesto di riorganizzazione ancora in corso per normalizzare l'insieme delle attività acquisite al fine di ottenere sinergie ed ottimizzazioni nei processi produttivi e nei mercati di riferimento.

Messico

L'economia messicana ha risentito dei disinvestimenti esteri motivati dal ribilanciamento verso economie più mature e meno esposte al prezzo del petrolio. Il forte deficit commerciale ha contribuito al perseverare di pressioni sul peso messicano il cui andamento, congiuntamente all'inasprimento fiscale, ha gravato sulla crescita della domanda interna di consumi.

Il mercato dei Formaggi, il principale in cui il Gruppo opera, è uno dei più dinamici dell'intero comparto Dairy, con trend di crescita dei consumi. All'interno del contesto competitivo messicano, la consociata detiene la terza posizione di mercato.

Il Gruppo ha rafforzato la propria presenza nel paese, grazie all'acquisizione di una realtà operante nel mercato dei Formaggi (Esmeralda), ed i risultati ottenuti nel corso del primo trimestre 2016 sono positivi.

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 marzo di quest'anno è stata annunciata la nuova riforma del sistema valutario.

In tale contesto i volumi complessivamente venduti dalla consociata risultano in decisa contrazione rispetto all'anno precedente a seguito principalmente del calo delle vendite delle categorie Succhi di Frutta e Latte Pastorizzato. Il fatturato netto, in valuta locale ed escludendo l'effetto della contabilizzazione dell'iperinflazione, risulta in forte aumento rispetto all'anno precedente a seguito dell'adeguamento dei listini all'elevato livello di inflazione.

Colombia

Nonostante l'andamento del prezzo del petrolio abbia frenato l'economia e l'incertezza derivante abbia contribuito all'indebolimento del peso colombiano ed alla conseguente inflazione importata, la Colombia si dimostra tra i Paesi dell'area latino-americana meglio attrezzati 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 del primo trimestre 2016 vedono un fatturato netto in linea rispetto all'anno precedente.

Altri America Latina

In **Ecuador** si registra un fatturato netto, in valuta locale, sostanzialmente in linea con l'anno precedente.

In **Paraguay** si registra un recupero dei volumi di vendita rispetto all'anno precedente, in particolare determinato dall'aumento della categoria Latte UHT; tale incremento ha comportato un beneficio in termini di fatturato.

L'acquisizione del Gruppo Esmeralda ha visto il rafforzamento, oltre che in Messico, anche in **Uruguay** ed **Argentina** con realtà principalmente produttive, presenti quasi esclusivamente nel mercato dei Formaggi.

Africa

(importi in milioni di euro)	I Trimestre			
	2016	2015	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	84,7	111,6	-26,9	-24,1%

L'area Africa include le consociate che operano in Sud Africa, Zambia, Botswana, Swaziland e Mozambico. Il peso del Sud Africa sull'area è pari a circa l'85% del fatturato netto e del margine operativo lordo.

La svalutazione di tutte le valute dell'area nei confronti dell'euro, in particolare rand sudafricano, ha comportato un effetto cambio negativo sui dati consolidati sopra esposti pari a circa 29 milioni di euro sul fatturato netto; i risultati dell'area a cambi costanti mostrano un aumento del fatturato pari all'1,4%.

Il primo trimestre dell'anno dell'area Africa, ha risentito negativamente dell'andamento instabile delle valute locali e dei prezzi internazionali delle materie prime, oltre che dell'andamento economico in Zambia particolarmente sfavorevole.

Sud Africa

Il modesto andamento del settore minerario e l'instabilità del rand hanno contribuito ad indebolire l'economia sudafricana, già caratterizzata da strutturali problemi di approvvigionamento elettrico, elevati tassi d'interesse e limiti sia della domanda interna che delle esportazioni.

Mercato e prodotti

Il latte UHT è un mercato in forte crescita, dove i segmenti principali, Latte Bianco e Aromatizzato, hanno mostrato un aumento dei consumi a doppia cifra. Parmalat ha ottenuto risultati positivi in entrambi i segmenti in questi primi mesi dell'anno rispetto al 2015. Nel Latte Bianco Parmalat risulta secondo *player* con una quota a valore in crescita; nel Latte Aromatizzato Parmalat è *leader* di mercato, grazie al brand *Steri Stumpie*.

La consociata si conferma leader nel mercato dei Formaggi, in forte espansione, in particolare grazie alla buona *performance* nell'emergente segmento dei preconfezionati "*Hard Cheese*". Da segnalare la *leadership* detenuta in un segmento altamente profittevole come quello dei "*Processed Cheese*".

Nei primi tre mesi dell'anno, il mercato Yogurt ha fatto registrare un aumento dei consumi, con conseguente espansione anche della dimensione a valore. Parmalat ha ottenuto performance positive rafforzando la seconda posizione competitiva.

Il fatturato netto della consociata è risultato in aumento dell'1,6%, in valuta locale, a seguito del buon andamento dei volumi di vendita della categoria Formaggi.

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 a seguito dell'adeguamento dei listini all'inflazione crescente nel paese.

Altri Africa

Il fatturato netto degli altri paesi africani (Swaziland, Mozambico e Botswana), a cambi costanti, risulta complessivamente in aumento, rispetto all'anno precedente, in particolare grazie alla positiva performance registrata in Swaziland e Botswana determinata da un incremento dei volumi di vendita.

Oceania

In 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 mostra un andamento di crescita contenuta e la consociata mantiene stabile la propria quota di mercato, rimanendo *leader* di categoria. Nel segmento Latte UHT Parmalat rafforza la propria quota di mercato e consolida la seconda posizione competitiva nonostante una contrazione generale dei consumi.

Il primo trimestre 2016, ha confermato i trend di crescita molto positivi del Latte Aromatizzato e Parmalat si conferma secondo *player* del mercato.

Il mercato dello Yogurt ha mostrato consumi complessivamente stabili, nonostante la generale diminuzione del prezzo medio di categoria. Il segmento "*Greek yogurt*", al contrario, è in rapida ascesa e si conferma il segmento più dinamico dell'intero comparto; la consociata mantiene saldamente nel mercato Yogurt la seconda posizione di mercato anche in considerazione delle nuove attività acquisite da Fonterra.

Nel primo trimestre 2016 continua il calo del mercato dei Dessert a volume e a valore; nonostante il contesto negativo, Parmalat registra crescite importanti e si conferma *leader* in questo mercato con una quota in aumento anche a seguito delle nuove acquisizioni.

Di seguito si evidenziano i risultati 2016 comparati con l'anno precedente; i dati includono il contributo delle nuove attività acquisite nel corso del primo trimestre 2015 (Longwarry) e nel primo trimestre 2016 (Parmalata Australia YD):

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I Trimestre			
	2016	2015	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	237,6	240,0	-2,4	-1,0%

La svalutazione del dollaro australiano, nei confronti dell'euro, ha comportato un effetto cambio negativo sul fatturato netto pari a circa 15 milioni di euro.

Il fatturato netto, a cambi e perimetro omogenei, risulta sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente.

Nel corso del primo trimestre 2015, il Gruppo ha acquisito la società Longwarry Food Park, operante principalmente nel business degli ingredienti, tra cui il Latte in Polvere Intero; nonostante continui il trend non favorevole per il mercato "*Dairy Ingredients*", l'acquisizione risulta essere interessante anche per i benefici ottenuti nell'approvvigionamento delle materie prime latte per l'intera area australiana.

Nel corso del primo trimestre 2016, il Gruppo ha acquistato attività relative a Yogurt e Dessert da Fonterra, comprensivi di due stabilimenti produttivi; ha inoltre sottoscritto accordi con Nestlé grazie ai quali ha acquistato, limitatamente al territorio australiano, il marchio Ski ed ottenuto in licenza alcuni altri *confectionary brands*.

Questo ha permesso di rafforzare la seconda posizione competitiva nel mercato degli Yogurt e consolidare la leadership nel mercato dei Dessert.

Andamento finanziario

Gestione Finanziaria

Struttura della posizione finanziaria netta del gruppo e delle principali società

La liquidità del Gruppo è pari a 581,9 milioni di euro; di questi, 309,8 milioni di euro sono in Parmalat S.p.A. Alla data del 31 marzo, 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 1,7 milioni di euro, di cui 0,6 milioni di competenza di Parmalat S.p.A., in calo rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente principalmente per il minor saldo di liquidità.

Nel corso del trimestre la Capogruppo Parmalat S.p.A. non ha effettuato ulteriori tiraggi a valere sul finanziamento a medio-lungo termine da 500 milioni di euro sottoscritto il 28 aprile 2015, che quindi resta utilizzato per i medesimi complessivi 180 milioni di euro erogati nel 2015 per finanziare la crescita per canali esterni. Il finanziamento può essere ancora utilizzato fino al prossimo mese di luglio.

Variatione della posizione finanziaria netta

Le disponibilità finanziarie nette del Gruppo passano da 301,1 milioni di euro al 31 dicembre 2015 a 197,9 milioni di euro al 31 marzo 2016, registrando pagamento di dividendi per 0,1 milioni di euro ed un effetto cambio negativo pari a 7,5 milioni di euro.

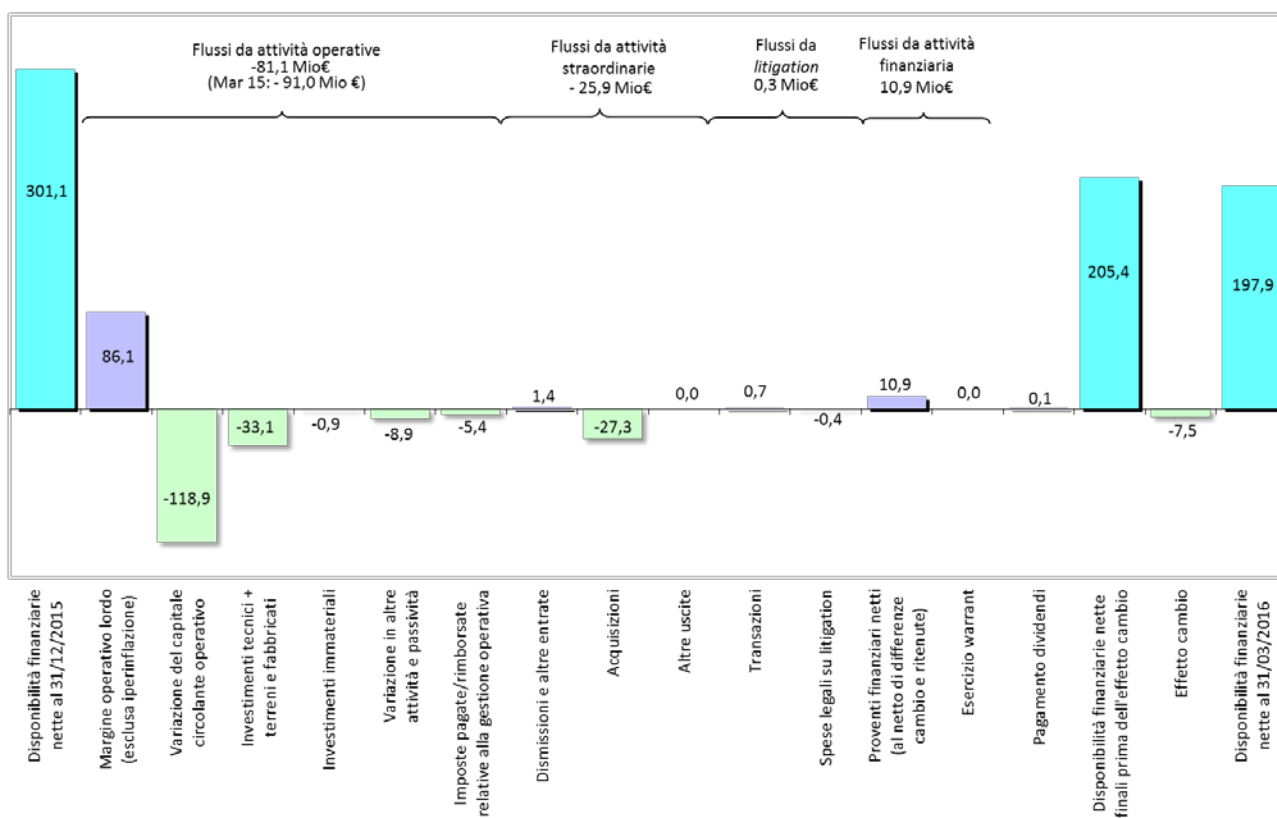
L'attività operativa ha comportato un assorbimento di cassa per 81,1 milioni di euro. Escludendo l'utilizzo di cassa delle nuove acquisizioni, pari a 8,1 milioni di euro circa, l'assorbimento di cassa da attività operative risulterebbe pari a 73,0 milioni di euro, a fronte di un'erosione pari a 91,0 milioni di euro nel primo trimestre 2015.

L'assorbimento di cassa da attività non ricorrenti è stato pari a 25,9 milioni di euro, principalmente riferibile all'acquisizione di marchi Nestlé in Australia e marchi ed altri asset di Fonterra sempre in Australia.

I flussi da *litigations* hanno comportato un *inflow* netto di 0,3 milioni di euro.

I flussi relativi alla gestione finanziaria hanno favorito la posizione finanziaria netta per 10,9 milioni di euro di cui la variazione del mark-to-market dei derivati di copertura su finanziamenti *intercompany* ha rappresentato 16,3 milioni di euro.

Rendiconto Finanziario Consolidato al 31 Marzo 2016



Acquisizioni

Australia: attività relative a yogurt e dairy dessert

In data 16 dicembre 2015 Parmalat Australia Pty Ltd, controllata di Parmalat S.p.A., ha sottoscritto un accordo con Fonterra Brands (Australia) Pty Ltd ("Fonterra") per l'acquisto delle sue attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia, inclusi due stabilimenti produttivi (Tamar Valley, Tasmania e Echuca, Victoria) che impiegano circa 250 persone.

Nell'ultimo esercizio il fatturato proforma delle attività relative a yogurt e dairy dessert di Fonterra è stato pari a circa 95 milioni di Euro. L'enterprise value dell'attività acquisita è pari a circa 10 milioni di Euro.

A completamento dell'acquisizione, in data 22 febbraio 2016 sono stati sottoscritti con Nestlé gli accordi con i quali Parmalat ha acquistato, limitatamente al territorio australiano, il marchio Ski ed ottenuto in licenza alcuni confectionary brands. Il corrispettivo attribuito a Nestlé è stato di circa 16 milioni di euro. L'acquisizione è così perfezionata con il rilevamento delle attività, ivi compresi i marchi Tamar Valley, Soleil, CalciYum e Connoisseur (questi ultimi due in licenza).

Per l'acquisizione qui indicata, 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 31 marzo 2016

Al fine di favorire una migliore comprensione del bilancio consolidato al 31 marzo 2016, si riportano di seguito il Conto Economico al 31 marzo 2016 del Gruppo e delle società acquisite, che determinano una discontinuità tra il primo trimestre 2016 ed il periodo comparativo, ovvero Longwarry (acquisita a fine gennaio 2015), un gruppo di società operanti prevalentemente in Messico (acquisito a fine aprile 2015), Elebat e Nutrifont (acquisite a luglio 2015) e le attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia (acquisite il 22 febbraio 2016):

(in milioni di euro)	Gruppo Parmalat Progressivo al 31.03.2016	di cui				Società acquisite Progressivo al 31.03.2016
		Longwarry ¹ (gennaio 2016)	Gruppo di società operanti prevalentemente in Messico ² (gen - mar 2016)	Elebat e Nutrifont ³ (gennaio- marzo 2016)	attività relative a yogurt e dairy dessert acquisite in Australia (marzo 2016)	
Ricavi	1.412,0	2,0	36,7	180,0	11,4	230,1
Fatturato netto	1.401,6	2,0	36,6	180,0	11,4	230,0
Altri ricavi	10,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
COSTI OPERATIVI	(1.332,1)	(2,1)	(37,2)	(179,6)	(11,5)	(230,4)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(1.141,9)	(1,7)	(29,1)	(161,6)	(9,9)	(202,3)
Costo del lavoro	(190,2)	(0,4)	(8,1)	(18,0)	(1,6)	(28,1)
Sub totale	79,9	(0,1)	(0,5)	0,4	(0,1)	(0,3)
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,4)	0,0	0,0	(0,5)	0,0	(0,5)
MARGINE OPERATIVO LORDO	77,5	(0,1)	(0,5)	(0,1)	(0,1)	(0,8)

¹ Società acquisita in data 30 gennaio 2015

² Gruppo di società acquisito in data 30 aprile 2015

³ Società acquisite in data 1° luglio 2015

Per quanto riguarda Longwarry (acquisita a fine gennaio 2015), il gruppo di società operanti prevalentemente in Messico (acquisito a fine aprile 2015), Elebat e Nutrifont (acquisite a luglio 2015) si evidenzia quale discontinuità l'apporto dei dati delle società nel primo trimestre del 2016, a perimetro non omogeneo, ai fini comparativi con il periodo precedente.

Acquisizione LAG

Con riferimento all'acquisizione LAG, in data 14 marzo 2016, il Comitato per il Controllo Interno, la Gestione dei Rischi e per la Corporate Governance, che svolge anche le funzioni di Comitato per le Operazioni con Parti Correlate (il "Comitato"), ha esaminato il parere reso dal Prof. Mario Massari, esperto aziendalista indipendente incaricato di valutare il lavoro svolto dal Comitato e la ragionevolezza o meno delle ipotesi sottese al business plan fornito dal venditore per la Vendor Due Diligence. Tale parere, esaminato anche dal Consiglio di Amministrazione, ha confermato la ragionevolezza di tali ipotesi.

Il Comitato, al quale il Consiglio, riunitosi già in data 21 marzo scorso, ha più volte richiesto di rilasciare il parere previsto dalla normativa in materia di operazioni con parti correlate, ha ritenuto a maggioranza, nella riunione del 22 marzo 2016, di non procedere al rilascio del parere, ma di rimettere al Consiglio la valutazione circa l'opportunità di subordinare la decisione di avviare o meno eventuali azioni risarcitorie o di indennizzo in base alla rilevante clausola del contratto di acquisto di LAG ad un'ulteriore verifica di natura legale, da eseguire tenendo conto dell'esito del parere del Prof. Massari.

Il Consiglio, nella riunione del 30 marzo scorso, ha aderito all'invito del Comitato ed ha conferito incarico congiunto al Prof. Avv. Giorgio De Nova e al Prof. Avv. Paolo Montalenti. Il parere legale, rilasciato dai suddetti professionisti in data 7 aprile 2016, conclude che "alla luce del parere del Prof. Massari non si configura un'irragionevolezza delle assumptions e quindi non si configurano i presupposti per una pretesa risarcitoria o indennitaria per danni da informazioni prospettiche non ragionevoli (cfr. Clausola 5.24.3) in aggiunta a quanto è già stato oggetto di transazione con il Price Adjustment Agreement".

Nella riunione dell'11 aprile scorso il Comitato ha espresso all'unanimità il parere che non sussistono i presupposti per far valere le garanzie contrattuali nei confronti del venditore. Tuttavia il medesimo Comitato ha ritenuto, a maggioranza, di non voler considerare tale parere ai fini della normativa in materia di operazioni con parti correlate e ha chiesto, sempre a maggioranza, un ulteriore parere legale sul punto, ancorché l'applicazione della relativa procedura fosse stata già deliberata dal Consiglio che ha qualificato la valutazione dell'attivazione della garanzia contrattuale quale operazione con parte correlata di maggiore rilevanza.

Il Consiglio di Amministrazione, riunitosi in data 14 aprile, in assenza del parere richiesto dalla normativa vigente, ha pertanto preso atto di non essere allo stato in condizione di assumere le programmate delibere.

Risorse Umane

Organico del Gruppo

Di seguito la sintesi della distribuzione, per area geografica, del personale del Gruppo al 31 marzo 2016 rapportata al 31 dicembre 2015.

Totale dipendenti per area geografica				
Aree	31 marzo 2016	31 dicembre 2015	Δ	Note (acquisizioni nel 2016)
Europa	3.342	3.350	- 0,2%	
Nord America	4.612	4.630	- 0,4%	
America Latina	13.867	14.220	- 2,5%	
Africa	3.182	3.194	- 0,4%	
Oceania	2.447	2.202	11,1%	stabilimento di Echuca stabilimento di Tamar Valley
Totale	27.450	27.596	- 0,5%	114 129

Al 31 marzo del 2016 si registra una lieve flessione degli organici di Gruppo di 146 unità rispetto alla chiusura dell'esercizio precedente dovuta principalmente ai processi di integrazione e riorganizzazione delle società acquisite nel 2015 in America Latina: Esmeralda (4.195 unità, 184 in meno rispetto al 31 dicembre 2015) in Messico, LBR (1.096 unità, 161 in meno rispetto al 31 dicembre 2015) ed Elebat (5.226 unità, 27 in meno rispetto al 31 dicembre 2015) in Brasile. Si riscontra inoltre un aumento del personale in Oceania a seguito delle acquisizioni degli stabilimenti di Echuca (114 unità) e di Tamar Valley (129 unità).

Investimenti

Dati di sintesi degli investimenti del Gruppo Parmalat al 31 marzo 2016

<i>(in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE 2016		I TRIMESTRE 2015		Delta %
Aree	Valore	% sul totale	Valore	% sul totale	
Europa	2,8	8,5%	4,6	19,0%	-39,1%
Nord America	19,5	59,0%	10,1	42,2%	93,3%
America Latina	5,7	17,3%	1,1	4,7%	419,3%
Africa	1,6	4,9%	3,5	14,7%	-53,7%
Australia	3,5	10,4%	4,7	19,4%	-26,6%
Gruppo	33,1	100,0%	24,0	100,0%	38,0%
Gruppo (perimetro ¹ e cambi costanti)	32,0		24,0		33,3%

¹ Escluso 1 mese Longwarry, Esmeralda, Elebat, Nutrifont e Shaftsbury.

Il Gruppo nel corso dei primi tre mesi del 2016 ha realizzato investimenti per 33,1 milioni di euro, in aumento del 38,0% rispetto all'anno precedente. A perimetro e cambi omogenei gli investimenti risultano in aumento del 33,3% 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:

- Ampliamento magazzino automatico per la gestione dei prodotti finiti a Collecchio (Italia);
- implementazione di una nuova linea della mozzarella a Victoriaville (Canada), con l'introduzione di nuovi e più efficienti processi produttivi;
- avvio dei lavori di costruzione della nuova fabbrica a Winnipeg (Canada);
- ottimizzazione impianto depurazione a Montreal (Canada);
- adeguamento impianti produttivi per nuovo prodotto a Clarence Gardens (Australia).

Gli investimenti tecnici non includono l'acquisto di licenze e l'implementazione di sistemi informativi che, nel 2016, sono stati pari a 0,9 milioni di euro, principalmente effettuati in Canada e Colombia.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto è pari a 1.401,6 milioni di euro, in aumento di 43,8 milioni (+3,2%) rispetto ai 1.357,8 milioni dei primi tre mesi del 2015. A cambi e perimetro costanti ed escludendo le controllate venezuelane, il fatturato netto risulta in aumento di 9,1 milioni (+0,7%). In particolare, nel corso del primo trimestre 2016, si è registrata una crescita del fatturato netto in Nord America ed Africa ed una diminuzione in America Latina ed Oceania.

Il margine operativo lordo è pari a 77,5 milioni di euro, in diminuzione di 4,2 milioni (-5,1%) rispetto agli 81,7 milioni dei primi tre mesi del 2015. A cambi e perimetro costanti ed escludendo le controllate venezuelane, il margine operativo lordo risulta in aumento di 11,9 milioni (+16,1%). Tale incremento è dovuto al continuo miglioramento dell'efficienza operativa che ha più che compensato la diminuzione dei listini prezzo, in particolare in Nord America, Europa ed Oceania.

L'utile operativo netto è pari a 38,8 milioni di euro, in diminuzione di 8,0 milioni rispetto ai 46,8 milioni dei primi tre mesi del 2015. A perimetro costante ed escludendo le controllate venezuelane, l'utile operativo netto risulta in aumento di 9,9 milioni.

Tale incremento è principalmente dovuto al miglioramento della gestione industriale.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 37,1 milioni (34,7 milioni nei primi tre mesi del 2015).

L'utile del Gruppo è pari a 13,2 milioni di euro, in diminuzione di 5,8 milioni rispetto ai 19,0 milioni dei primi tre mesi del 2015. A perimetro costante ed escludendo le controllate venezuelane, l'utile del Gruppo risulta in aumento di 8,6 milioni.

Tale incremento è principalmente riconducibile al miglioramento dell'utile operativo netto che ha più che compensato i maggiori oneri finanziari netti registrati nel corso del trimestre.

Il capitale circolante operativo è pari a 482,1 milioni di euro, in aumento di 110,9 milioni rispetto ai 371,2 milioni del 31 dicembre 2015. Tale incremento è principalmente dovuto alle maggiori rimanenze di prodotti finiti nella controllata canadese, per effetto della stagionalità del business che vede, nella prima parte dell'anno, un aumento della produzione di formaggi a cui si contrappone, nell'ultima parte dell'anno, un aumento delle vendite e al consolidamento delle attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia acquistate nel corso del trimestre.

Il capitale investito netto è pari a 2.906,6 milioni di euro, in aumento di 177,2 milioni rispetto ai 2.729,4 del 31 dicembre 2015. Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento del capitale circolante operativo, al consolidamento delle attività acquistate, nel corso del trimestre, da Fonterra Brands (Australia) Pty Ltd e alle differenze cambio da conversione positive dovute principalmente all'apprezzamento del real brasiliano nei confronti dell'euro.

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 197,9 milioni di euro, in diminuzione di 103,2 milioni, rispetto ai 301,1 milioni del 31 dicembre 2015. Le cause principali di tale variazione sono: l'assorbimento di cassa da attività operative per 81,1 milioni, l'assorbimento di cassa da attività straordinarie per 25,9 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione delle attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia e l'effetto cambio negativo per 7,5 milioni. Tale diminuzione è stata in parte compensata dalla generazione di cassa della gestione finanziaria per 10,9 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 3.084,9 milioni di euro, in aumento di 73,9 milioni, rispetto ai 3.011,0 milioni del 31 dicembre 2015, principalmente per effetto delle differenze cambio da conversione in euro dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro e dell'utile di periodo.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 31.03.2016 (A)	<i>Δ Perimetro (marzo 2016 vs marzo 2015) (B)</i>	<i>Δ Venezuela (marzo 2016 vs marzo 2015) (C)</i>	Progressivo al 31.03.2016 pro-forma a cambi correnti (D=A-B-C)	Progressivo al 31.03.2015 (A)
RICAVI	1.412,0	230,1	(115,9)	1.297,8	1.365,6
Fatturato netto	1.401,6	230,0	(115,2)	1.286,8	1.357,8
Altri ricavi	10,4	0,1	(0,7)	11,0	7,8
COSTI OPERATIVI	(1.332,1)	(230,4)	103,0	(1.204,7)	(1.282,0)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(1.141,9)	(202,3)	79,9	(1.019,5)	(1.091,7)
Costo del lavoro	(190,2)	(28,1)	23,1	(185,2)	(190,3)
Sub totale	79,9	(0,3)	(12,9)	93,1	83,6
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(2,4)	(0,5)	0,2	(2,1)	(1,9)
MARGINE OPERATIVO LORDO	77,5	(0,8)	(12,7)	91,0	81,7
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(37,1)	(6,5)	2,0	(32,6)	(34,7)
Altri proventi e oneri:					
- Spese legali su <i>litigations</i>	(0,6)	0,0	0,0	(0,6)	(0,5)
- Altri proventi e oneri	(1,0)	0,0	0,1	(1,1)	0,3
UTILE OPERATIVO NETTO	38,8	(7,3)	(10,6)	56,7	46,8
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(5,5)	(4,0)	5,1	(6,6)	(3,2)
Altri proventi e oneri su partecipazioni	0,0	0,0	0,0	0,0	(0,4)
UTILE ANTE IMPOSTE	33,3	(11,3)	(5,5)	50,1	43,2
Imposte sul reddito	(19,8)	0,6	1,8	(22,2)	(23,8)
UTILE DEL PERIODO	13,5	(10,7)	(3,7)	27,9	19,4
(Utile)/perdita di terzi	(0,3)	0,0	0,0	(0,3)	(0,4)
Utile/(perdita) di gruppo	13,2	(10,7)	(3,7)	27,6	19,0

Attività in funzionamento:

Utile/(Perdita) per azione base (in euro)	0,0072	0,0104
Utile/(Perdita) per azione diluito (in euro)	0,0072	0,0103

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	31.03.2016	31.12.2015
IMMOBILIZZAZIONI	2.873,3	2.795,2
Immateriali	1.367,7	1.338,1
Materiali	1.345,6	1.298,1
Finanziarie	86,3	86,1
Attività per imposte anticipate	73,7	72,9
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	9,3	9,2
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	472,6	369,3
Rimanenze	611,1	587,7
Crediti Commerciali	590,4	539,9
Debiti Commerciali (-)	(719,4)	(756,4)
Capitale circolante operativo	482,1	371,2
Altre Attività	190,7	175,7
Altre Passività (-)	(200,2)	(177,6)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	3.355,2	3.173,7
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(92,1)	(93,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(346,3)	(340,9)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(10,2)	(10,3)
CAPITALE INVESTITO NETTO	2.906,6	2.729,4
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.104,5	3.030,5
Capitale sociale	1.855,1	1.855,1
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	52,9	52,9
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.163,7	957,2
Utile del periodo	13,2	145,8
Patrimonio netto di terzi	19,6	19,5
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(197,9)	(301,1)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	384,0	398,3
Altre attività finanziarie (-)	(213,1)	(165,9)
Disponibilità (-)	(368,8)	(533,5)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	2.906,6	2.729,4

Eventi significativi del primo trimestre 2016

Dimissioni dell'Amministratore Paolo Lazzati

In data 12 gennaio 2016, Parmalat ha comunicato che il dott. Paolo Lazzati, Amministratore Indipendente, ha rassegnato le dimissioni dalla carica per motivi personali e con effetto immediato. Il dott. Paolo Lazzati era Presidente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione e componente del Comitato per il Controllo Interno, la Gestione dei Rischi e per la Corporate Governance.

Dimissioni dell'Amministratore Laura Gualtieri e nomina di Elena Vasco e Nicolò Dubini in sostituzione degli Amministratori dimissionari

Nel corso del Consiglio di Amministrazione della Società tenutosi in data 18 febbraio 2016 l'Amministratore Indipendente Laura Gualtieri ha rassegnato, con effetto immediato, le dimissioni dalle cariche ricoperte per sopravvenuti impegni professionali. Il Consiglio di Amministrazione ha così proceduto a nominare Elena Vasco e Nicolò Dubini, Amministratori della Società, ai sensi dell'art. 2386 c.c. e dell'art. 11 dello Statuto sociale, in sostituzione dei dimissionari Paolo Lazzati e Laura Gualtieri, accertandone i requisiti di indipendenza ai sensi dell'art. 3 del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana e dell'art. 147-ter comma 4 del TUF. Gli Amministratori nominati, tratti dalla lista depositata dall'azionista Sofil S.a.s. in occasione dell'Assemblea del 17 aprile 2014, resteranno in carica fino alla prossima Assemblea.

Completata l'acquisizione da Fonterra delle attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia

In data 16 dicembre 2015 Parmalat Australia Pty Ltd, controllata di Parmalat S.p.A., ha sottoscritto un accordo con Fonterra Brands (Australia) Pty Ltd ("Fonterra") per l'acquisto delle sue attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia, inclusi due stabilimenti produttivi (Tamar Valley, Tasmania e Echuca, Victoria) che impiegano circa 250 persone.

Nell'ultimo esercizio il fatturato proforma delle attività relative a yogurt e dairy dessert di Fonterra è stato pari a circa 95 milioni di Euro. L'enterprise value dell'attività acquisita è pari a circa 10 milioni di Euro.

A completamento dell'acquisizione, in data 22 febbraio 2016 sono stati sottoscritti con Nestlé gli accordi con i quali Parmalat ha acquistato, limitatamente al territorio australiano, il marchio Ski ed ottenuto in licenza alcuni confectionary brands. Il corrispettivo attribuito a Nestlé è stato di circa 16 milioni di euro. L'acquisizione è così perfezionata con il rilevamento delle attività, ivi compresi i marchi Tamar Valley, Soleil, CalciYum e Connoisseur (questi ultimi due in licenza).

Dimissioni del Presidente del Collegio Sindacale

In data 9 marzo 2016 il dott. Michele Rutigliano, Presidente del Collegio Sindacale, ha rassegnato le dimissioni dalla carica con effetto dalla data della prossima Assemblea degli Azionisti per motivi professionali.

Dimissioni dei Consiglieri di Amministrazione non indipendenti espressione dell'azionista di maggioranza

In data 10 marzo 2016 il Consigliere Antonio Sala ha rassegnato le proprie dimissioni con effetto dall'approvazione del bilancio 2015 da parte dell'Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2016.

Il Consigliere dimissionario ha dichiarato che, in un quadro in cui Parmalat ha conseguito ancora una volta risultati in crescita e dimostrato una propensione a scelte industriali impegnative, ha ritenuto di dover rassegnare le sue dimissioni a fronte del continuo riproporsi di contrapposizioni in seno al Consiglio di Amministrazione. A suo giudizio, tali contrapposizioni non facilitano l'operare dello stesso sui fronti strategici e gestionali ove il Gruppo è maggiormente impegnato, date le complesse situazioni dei Paesi e dei mercati in cui è presente.

Yvon Guérin e Patrice Gassenbach si sono associati all'iniziativa, rassegnando a loro volta le dimissioni da Consiglieri con effetto dalla medesima data. Ciò ha determinato, ai sensi dell'art. 11, comma 17 dello statuto sociale, la decadenza dell'intero Consiglio di Amministrazione a far data dall'Assemblea del 29 aprile 2016, che ha pertanto proceduto alla nomina del nuovo organo amministrativo.

Convocazione dell'Assemblea degli Azionisti

Il Consiglio del 10 marzo 2016 ha deliberato di convocare per il giorno 29 aprile 2016 in un'unica convocazione, l'Assemblea Straordinaria e Ordinaria. L'avviso di convocazione e la documentazione relativa agli argomenti all'ordine del giorno, sono stati messi a disposizione del pubblico nei termini previsti dalla normativa vigente, presso la sede della società, presso il meccanismo di stoccaggio 1Info (www.1Info.it) e sul sito Internet della Società.

L'Assemblea del 29 aprile 2016 ha sostituito l'Assemblea indicata nel calendario societario per la data del 21 aprile 2016.

Parmalat/Tetrapak International S.A.

Nell'azione revocatoria promossa nel 2004 nei confronti di Tetra Pak International S.A. ("Tetra Pak") - avente ad oggetto la richiesta di restituzione dell'importo di circa 15,1 milioni di euro, oltre interessi e rivalutazione, relativamente al pagamento eseguito da Parmalat Finance Corporation B.V. a favore di Tetra Pak nel c.d. "periodo sospetto" anteriore alla dichiarazione di insolvenza, a titolo di restituzione di un finanziamento concesso da Tetra Pak a favore di Parmalat Finance Corporation B.V. con garanzia da parte di Parmalat S.p.A. - con sentenza depositata in data 15 marzo 2016, la Corte di appello di Bologna ha confermato la sentenza di primo grado, condannando altresì Tetra Pak al pagamento delle spese legali del grado di giudizio.

Parmalat tramite i propri legali ha richiesto a Tetra Pak il pagamento dell'importo riconosciuto a suo favore.

Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2016

Assemblea Straordinaria e Ordinaria degli Azionisti Parmalat S.p.A.

L'Assemblea degli Azionisti di Parmalat S.p.A riunitasi in data 29 aprile 2016, in unica convocazione, ha approvato, in sede straordinaria, di modificare, i seguenti articoli dello statuto sociale:

- art. 2 ("Sede"),
- art. 11 ("Consiglio di Amministrazione"),
- art. 13 ("Doveri degli Amministratori"),
- art. 14 ("Presidente del Consiglio di Amministrazione") e
- art. 18 ("Comitati").

L'Assemblea, in sede ordinaria, ha poi approvato il bilancio relativo all'esercizio 2015 e l'adozione di un Piano di incentivazione monetario triennale 2016-2018 per il Top Management del Gruppo Parmalat. Ha inoltre proceduto alla nomina del Consiglio di Amministrazione, del Presidente del Collegio Sindacale e del Sindaco supplente.

L'Assemblea ha altresì deliberato in merito ai compensi da attribuire al Consiglio di Amministrazione.

Verifica dei requisiti di indipendenza in capo agli Amministratori indipendenti, nomina Amministratore Delegato e costituzione dei Comitati interni

Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A., riunitosi in data 9 maggio 2016 sotto la Presidenza di Gabriella Chersicla, ha valutato l'indipendenza dei propri Amministratori nominati dall'Assemblea degli Azionisti del 29 aprile 2016. Sulla base delle dichiarazioni rese dagli Amministratori e delle informazioni a disposizione della società, sono risultati in possesso dei requisiti di indipendenza di cui all'art. 148, comma 3, del D.Lgs. 58/1998, all'art. 3 del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana e all'art. 37 del Regolamento Mercati adottato da Consob con Delibera n. 16191 del 29 ottobre 2007 e successive modifiche ed integrazioni i Consiglieri: Pier Giuseppe Biandrino, Nicolò Dubini, Angela Gamba, Umberto Mosetti e Elena Vasco.

Gabriella Chersicla è risultata indipendente ai sensi dell'art. 148, comma 3 del TUF.

Si segnala, inoltre, che il Collegio Sindacale, in ottemperanza all'art. 8.C.1. del Codice di Autodisciplina, ha verificato in capo a tutti i suoi componenti la sussistenza dei requisiti di indipendenza anche sulla base dei criteri previsti dall'art. 3.C.1 dal predetto Codice con riferimento all'indipendenza degli Amministratori e ne ha informato il Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio ha nominato Yvon Guérin - già Direttore Generale e Consigliere di Amministrazione - Amministratore Delegato della Società, attribuendogli i relativi poteri per l'esercizio della carica, nonché Amministratore incaricato del Sistema di Controllo Interno.

Sono stati nominati, inoltre, i componenti dei Comitati Interni.

In particolare, per il "Comitato Controllo e Rischi" sono stati nominati i Signori: Pier Giuseppe Biandrino (indipendente), con funzioni di Presidente, Nicolò Dubini (indipendente) e Angela Gamba (indipendente). Il Comitato Controllo e Rischi svolge, in conformità con quanto previsto dalla Procedura per la disciplina delle Operazioni con Parti Correlate, anche le funzioni di Comitato per le Operazioni con Parti Correlate. Per il "Comitato per le nomine e la remunerazione" sono stati nominati i Signori: Elena Vasco (indipendente), con funzioni di Presidente, Nicolò Dubini (indipendente) e Angela Gamba (indipendente). Il Consiglio ha infine approvato i regolamenti dei Comitati.

Il Consiglio ha preso atto dell'entrata in vigore del D. Lgs. 25/2016 che dà attuazione alla nuova direttiva Transparency (direttiva 2013/50/CE) ed ha deliberato di pubblicare su base volontaria un Interim Management Statement fornendo l'informativa relativa all'andamento del Gruppo ed al fatturato per area geografica e per divisione prodotto, riservandosi, per il futuro, di rivedere tale scelta anche alla luce dell'evoluzione regolamentare in materia.

Il Consiglio ha altresì modificato il calendario finanziario prevedendo di approvare l'Interim Management Statement in data 24 maggio 2016 (in luogo del 13 maggio 2016).

Principi per la predisposizione dell'Interim Management Statement al 31 marzo 2016

Alla luce delle novità introdotte dal Decreto Legislativo n. 25 del 15 febbraio 2016, in attuazione della Direttiva 2013/50/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2013, è stato abolito, a far data dal 18 marzo 2016, l'obbligo di pubblicazione dei resoconti intermedi di gestione.

Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat tuttavia, in continuità con il passato ed in una situazione in cui il quadro normativo è mutato assai di recente e potenzialmente non ancora definitivo, ha deciso di pubblicare su base volontaria un Interim Management Statement al 31 marzo 2016. Tale scelta non vincola comunque la società per il futuro ed è pertanto suscettibile di essere rivista anche alla luce dell'evoluzione della disciplina regolamentare. Sarà cura della società dare adeguata informazione rispetto alle proprie successive scelte al riguardo.

Nella predisposizione dell'Interim Management Statement al 31 marzo 2016 sono stati applicati gli stessi principi di consolidamento e gli stessi criteri di valutazione adottati nella redazione del bilancio al 31 dicembre 2015, a cui si fa rinvio, nonché le nuove disposizioni IFRS in vigore dal 1° gennaio 2016 di seguito riportate.

I principi contabili, le modifiche ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2016 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° febbraio 2015 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° febbraio 2015. Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche agli IFRS – Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2010 - 2012 (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° febbraio 2015 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*. Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche allo IAS 16 e allo IAS 41 – Agricoltura: piante fruttifere (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

L'emendamento stabilisce che le piante che sono utilizzate esclusivamente per la coltivazione di prodotti agricoli nel corso di vari esercizi, note come piante fruttifere, devono essere soggette allo stesso trattamento contabile riservato ad immobili, impianti e macchinari a norma dello IAS 16 in quanto il "funzionamento" è simile a quello della produzione manifatturiera. Pertanto, tali attività biologiche in accordo allo IAS 16 potranno essere valutate al costo e non più obbligatoriamente al *fair value* al netto dei costi di vendita in accordo allo IAS 41.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche all'IFRS 11 – Contabilizzazione delle acquisizioni di interessenze in attività a controllo congiunto (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

La modifica fornisce chiarimenti in merito alla contabilizzazione dell'acquisizione di interessenze in una *joint venture* la cui attività costituisca un business nell'accezione prevista dall'IFRS 3. La modifica richiede che per questa fattispecie si applichino i principi riportati dall'IFRS 3.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche allo IAS 16 e allo IAS 38 – Chiarimento sui metodi di ammortamento accettabili (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

Le modifiche allo IAS 16 stabiliscono che i criteri di ammortamento determinati in base ai ricavi non sono appropriati, in quanto, secondo l'emendamento, i ricavi generati da un'attività che include l'utilizzo dell'attività oggetto di ammortamento generalmente riflettono fattori diversi dal solo consumo dei benefici economici dell'attività stessa.

Le modifiche allo IAS 38 introducono una presunzione relativa, secondo cui un criterio di ammortamento basato sui ricavi è considerato di norma inappropriato per le medesime ragioni stabilite dalle modifiche introdotte allo IAS 16. Nel caso delle attività immateriali questa presunzione può essere peraltro superata, ma solamente in limitate e specifiche circostanze.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche agli IFRS – Ciclo annuale di miglioramenti agli IFRS 2012 – 2014 (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

Tra gli altri, i temi più rilevanti trattati in tali emendamenti sono i seguenti:

- nello IAS 19 viene chiarito che il tasso di attualizzazione di un'obbligazione per piani a benefici definiti deve essere determinato sulla base degli "high-quality corporate bonds or governments bonds" identificati nella stessa valuta utilizzata per pagare i benefici;
- nell'IFRS 7 viene chiarito che, con riferimento alle compensazioni ("offsetting") delle attività e passività finanziarie, le informazioni integrative sono obbligatorie solo con il bilancio annuale. Viene inoltre chiarito che un'entità che ha trasferito delle attività finanziarie e le ha eliminate integralmente dalla propria situazione patrimoniale-finanziaria è obbligata a fornire le informazioni integrative con riferimento al suo "coinvolgimento residuo", qualora abbia sottoscritto dei contratti di servizio che evidenziano un'interessenza dell'entità nella futura performance delle attività finanziarie trasferite;
- nell'IFRS 5 viene chiarito che non vi sono impatti contabili se un'entità, cambiando il proprio piano di dismissione, riclassifica un'attività o un gruppo in dismissione da/a "posseduti per la vendita" a/da "posseduti per la distribuzione". Tale cambiamento nel piano di dismissione viene considerato come una continuazione del piano originario.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche allo IAS 1 – Iniziativa di informativa (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

L'emendamento fornisce chiarimenti in merito ad elementi di informativa che possono essere percepiti come impedimenti ad una chiara ed intellegibile redazione di bilanci.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

Modifiche allo IAS 27 – Metodo del patrimonio netto nel bilancio separato (applicabile per i periodi contabili che avranno inizio il 1° gennaio 2016 o in data successiva).

L'emendamento introduce l'opzione di utilizzare nel bilancio separato di un'entità il metodo del patrimonio netto per la valutazione delle partecipazioni in società controllate, in società a controllo congiunto e in società collegate. Di conseguenza, a seguito dell'introduzione della modifica, un'entità potrà rilevare tali partecipazioni nel proprio bilancio separato alternativamente al costo, o secondo quanto previsto dall'IFRS 9 o utilizzando il metodo del patrimonio netto.

Alla data del presente Interim Management Statement l'adozione di tali modifiche non ha avuto alcun impatto all'interno del Gruppo.

La predisposizione dell'Interim Management Statement 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 sull'Interim Management Statement sono: l'avviamento, i marchi a vita utile non definita, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte correnti e differite, il fondo svalutazione crediti, i fondi per rischi ed oneri (in particolare a fronte dei contenziosi in essere), i fondi relativi al personale, le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive, le aggregazioni aziendali e gli strumenti derivati. Per le principali assunzioni adottate e le fonti utilizzate nell'effettuazione delle stime, si rimanda a quanto illustrato nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2015.

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.

L'Interim Management Statement al 31 marzo 2016 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Interim Management Statement è stata autorizzata dagli Amministratori in data 24 maggio 2016.

Area di consolidamento

Nel corso del primo trimestre 2016 la variazione più significativa nell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2015 ha riguardato l'acquisto da Fonterra Brands (Australia) Pty Ltd delle attività relative a yogurt e dairy dessert in Australia, ivi compresi i marchi Tamar Valley, Soleil, CalciYum e Connoisseur (questi ultimi due in licenza), due stabilimenti produttivi (Tamar Valley, Tasmania e Echuca, Victoria) e la sottoscrizione con Nestlè di accordi con i quali è stato acquisito, limitatamente al territorio australiano, il marchio Ski ed ottenuto in licenza alcuni confectionary brands.

Le attività acquisite sono state consolidate a partire dal 22 febbraio 2016, ovvero dalla data in cui il Gruppo ha effettivamente ottenuto il controllo delle stesse.

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

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. Al 31 dicembre 2015 l'adeguamento dei valori di bilancio non espressi in unità di misura corrente era stato effettuato utilizzando un tasso di inflazione che approssimava l'indice nazionale del prezzo al consumo ("INPC") pubblicato dal Banco Central de Venezuela il 18 febbraio 2016. Alla data di predisposizione dell'Interim Management Statement, in assenza di un dato pubblicato dal Banco Central de Venezuela, l'indice inflattivo dei primi tre mesi del 2016 è stato stimato sulla base dell'inflazione media riscontrata dal Banco Central de Venezuela nel quarto trimestre 2015. L'indice stimato alla data di riferimento dell'Interim Management Statement è stato pari a 3.245,5, con una variazione rispetto all'anno precedente pari a 190,5% (86,4% nel 2015). La variazione dell'indice invece rispetto al 31 dicembre 2015 è stata pari al 34,6% (22,9% nel primo trimestre 2015).

In data 9 marzo 2016 sono state pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale venezuelana le seguenti modifiche al sistema cambiario che sono entrate in vigore il giorno successivo 10 marzo:

- viene elevato il "*cambio protegido*" (cosiddetto *DIPRO*) da 6,30 VEF/USD a 10,00 VEF/USD, riservato per i beni di primaria necessità, incluso il settore alimentare;
- viene mantenuto il sistema *SICAD* basato su aste a chiamata da parte della banca centrale. L'ultima asta *SICAD*, convocata ad agosto 2015 e riservata anche al settore agricolo, aveva stabilito un tasso di cambio pari a 13,50 VEF/USD a partire dal 1° settembre e tutt'ora in vigore;
- è stato introdotto il "*cambio complementario flotante de mercado*" (cosiddetto *DICOM*), che a tendere sostituirà il già esistente *SIMADI* come sistema in cui persone fisiche e persone giuridiche possono scambiarsi valuta per il tramite di istituzioni internazionali autorizzate. Il tasso *DICOM/SIMADI* si fissava in 215,3 VEF/USD il giorno 10 marzo. Al 31 marzo 2016 tale tasso di cambio risultava pari a 272,9 VEF/USD.

Alla data di stesura del presente Interim Management Statement circa il 92% delle transazioni in valuta risultano svolte tramite i due "sistemi amministrati" (*DIPRO* e *SICAD*) mentre il restante 8% delle transazioni si svolgono tramite *DICOM/SIMADI*.

Le controllate venezuelane, pur prevedendo in base alla normativa di continuare ad avere accesso all'acquisto di valuta al tasso di cambio *DIPRO*, hanno proceduto nel corso del primo trimestre 2016 all'acquisto di dollari tramite *SIMADI* per complessivi 154mila dollari circa. 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.

Sulla base delle evidenze documentali disponibili ed in un contesto di notevole incertezza caratterizzato da continui cambiamenti al sistema cambiario, si è ritenuto opportuno procedere ad una conversione dei saldi patrimoniali ed economici delle controllate venezuelane, applicando il tasso *DICOM/SIMADI* in quanto ritenuto maggiormente rappresentativo delle condizioni operative riscontrate nel periodo.

Tale tasso è, alla data del 31 marzo 2016, il tasso di cambio ritenuto applicabile ad eventuali futuri pagamenti dei dividendi ed al rientro del capitale.

E' possibile tuttavia 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

Nella prima parte del 2016 si conferma il *trend* di sovrapproduzione di materia prima, con conseguente calo del costo, nella maggior parte dei Paesi dove il Gruppo opera.

In tale contesto, le priorità delle controllate storiche del Gruppo saranno l'attenta politica di prezzo, ponendo particolare attenzione alle dinamiche con i *retailer* e ai maggiori concorrenti; il mantenimento del focus sull'efficienza del sistema industriale anche attraverso un forte impegno di aggiornamento tecnologico e il miglioramento della capacità di innovazione nei prodotti.

Per le realtà di recente acquisizione in America Latina e Australia che risentono delle specifiche criticità dei mercati di riferimento, la priorità è rappresentata dai processi di riorganizzazione finalizzati alla loro integrazione, all'allineamento agli standard qualitativi del Gruppo e al raggiungimento dei risultati attesi.

Guidance 2016

Nel 2016 il Gruppo Parmalat avvia una nuova fase di crescita in continuità con gli obiettivi strategici già da tempo definiti.

Per il 2016, a tassi di cambio costanti, considerando per le nuove acquisizioni dati comparativi 2015 proforma ed escludendo - data l'incertezza che caratterizza la situazione del Paese accompagnata da una forte svalutazione della valuta locale - la consociata venezuelana, Parmalat stima una crescita del fatturato netto di circa il 5% e del margine operativo lordo di circa il 10%.

In particolare si prevede un primo semestre con una congiuntura economica nei Paesi dove il Gruppo opera non particolarmente favorevole, mentre la crescita sarà concentrata soprattutto nel secondo semestre, quando si potranno cogliere i risultati attesi relativi al piano di efficienze in atto e ai processi riorganizzativi in corso per quanto riguarda le nuove acquisizioni.

Disclaimer

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), in particolare nella sezione intitolata "Prevedibile evoluzione della gestione". Le previsioni del 2016 si basano, tra l'altro, sull'andamento del primo trimestre 2016 e sui trend successivi. L'andamento del Gruppo è influenzato dall'evoluzione di variabili esogene che possono avere impatti non prevedibili sui risultati: tali variabili, che riflettono la peculiarità di ciascun Paese in cui il Gruppo opera, sono legate a fenomeni di natura atmosferica, economica, socio-politica e normativa.

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

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

f.to Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari
Dott. Pierluigi Bonavita

Parmalat S.p.A.

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

Sede Legale: Via Nino Bixio, 31 20129 Milano

Sede Amministrativa: Via delle Nazioni Unite 4

43044 Collecchio (Parma) - Italia

Tel. +39.0521.808.1

www.parmalat.com

Cap. Soc.: 1.855.082.338 euro i.v.

R.E.A. Milano n. 1790186

Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

