



COMUNICATO STAMPA

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA L'INTERIM MANAGEMENT STATEMENT AL 30 SETTEMBRE 2016

- FORTE IMPATTO NEGATIVO DALLA SVALUTAZIONE DELLE VALUTE LOCALI, IN PARTICOLARE QUELLA VENEZUELANA, NEI CONFRONTI DELL'EURO.

IN QUESTO SCENARIO SFAVOREVOLE, **A CAMBI E PERIMETRO COSTANTI ED ESCLUSO IL VENEZUELA** DATO IL PARTICOLARE CONTESTO, **IL FATTURATO NETTO** AUMENTA DEL 2,4%; **IL MARGINE OPERATIVO LORDO** CRESCE DEL 9,6% (FORTE INCREMENTO NELL'AREA NORD AMERICA, IN PARTICOLARE NEGLI STATI UNITI); IN CRESCITA DEL 24,1% **L'UTILE DEL PERIODO**

- A CAMBI E PERIMETRO CORRENTI E CONSIDERANDO IL VENEZUELA, **IL FATTURATO NETTO** RISULTA IN CALO (-2,4%), MENTRE **IL MARGINE OPERATIVO LORDO E L'UTILE DEL PERIODO** SONO IN LINEA CON L'ANNO PRECEDENTE

- GUIDANCE 2016: MIGLIORATO IL TARGET RELATIVO AL MARGINE OPERATIVO LORDO, FATTURATO PREVISTO IN AUMENTO INTORNO AL 2-3%

Milano, 10 novembre 2016 - Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A., riunitosi oggi sotto la Presidenza di Gabriella Chersicla, ha esaminato ed approvato l'*Interim Management Statement* al 30 settembre 2016 di cui vengono riportate qui di seguito le principali evidenze.

Gruppo

Nei primi nove mesi del 2016, l'economia globale ha registrato una crescita modesta ed un andamento incerto.

Inoltre, nello stesso periodo, si è assistito ad un eccesso di offerta di materia prima latte a livello mondiale, riconducibile in particolare alla cessazione del sistema delle quote latte nell'Unione Europea, che ha mantenuto relativamente bassi i prezzi del latte, pur con significative differenze regionali e con segnali di inversione di tendenza in alcune zone a partire dalla fine del terzo trimestre dell'anno.

Fra i principali Paesi in cui opera il Gruppo, resta fortemente critica la situazione in Venezuela considerata l'incertezza sia economica che politica e l'elevata inflazione dei prezzi al consumo.

In dettaglio, il **fatturato netto** si attesta a 4.632,1 milioni di euro, in diminuzione di 112,4 milioni (-2,4%) rispetto ai 4.744,5 milioni dei primi nove mesi del 2015.

A tassi di cambio costanti e perimetro omogeneo¹ ed escludendo i risultati della consociata venezuelana, la variazione risulta in aumento di 91,4 milioni (+2,4%) con un contributo positivo di tutte le aree in cui il Gruppo opera, ad eccezione dell'Europa.

Il **marginale operativo lordo** è pari a 313,4 milioni di euro, in aumento di 1,2 milioni (+0,4%) rispetto ai 312,2 milioni dei primi nove mesi del 2015, nonostante l'effetto negativo determinato dalla svalutazione della valuta venezuelana nei confronti dell'euro.

A cambi e perimetro costanti ed escludendo il Venezuela, la variazione risulta in aumento di 26,4 milioni (+9,6%) grazie soprattutto all'incremento registrato nell'area Nord America, in particolare negli Stati Uniti. L'incremento della redditività rispetto all'anno precedente è il risultato di interventi di efficienza e dell'utilizzo della leva commerciale, che si sommano al favorevole andamento del costo della materia prima.

¹ Il perimetro omogeneo è ottenuto escludendo i risultati delle attività acquisite in Brasile (*Elebat*), in Messico (*Gruppo Esmeralda*) e in Australia (*Longwarry* e attività relative a yogurt e dairy dessert).



Di seguito, viene presentato l'andamento delle principali aree geografiche.

Europa

Il fatturato netto dell'area Europa si attesta a 797,4 milioni di euro nei primi nove mesi del 2016.

La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro ha comportato un impatto negativo sul fatturato dell'area pari a circa 8,9 milioni di euro.

A cambi costanti, il fatturato netto dell'area risulta in lieve calo rispetto all'anno precedente.

In **Italia** - il cui peso sull'Europa è pari a circa il 90% del fatturato netto - i mercati in cui Parmalat opera registrano trend negativi dei consumi. Nonostante il difficile contesto, la consociata mantiene la leadership nel settore latte incrementando la propria quota di mercato nel latte UHT soprattutto grazie al marchio *Zymil*. Nella categoria panna UHT rafforza la prima posizione competitiva grazie all'ottima performance del marchio *Chef*.

Nord America

Nei primi nove mesi del 2016 il fatturato netto dell'area Nord America ammonta a 1.746 milioni di euro.

La svalutazione del dollaro canadese nei confronti dell'euro ha comportato un impatto negativo sul fatturato dell'area pari a circa 55 milioni di euro; l'andamento del dollaro americano è risultato mediamente stabile nei due periodi di confronto.

A cambi costanti, il fatturato netto dell'area è in aumento del 2,7% rispetto ai primi nove mesi dell'anno precedente.

Negli **Stati Uniti d'America**, la consociata registra volumi di vendita in deciso aumento grazie al positivo andamento della categoria formaggi (che rappresenta circa l'80% dei volumi complessivi) e all'aumento delle vendite del comparto ingredienti. In un contesto caratterizzato da un progressivo aumento dei consumi nel mercato dei formaggi, considerando il perimetro in cui la consociata opera, Parmalat rafforza la propria leadership nei segmenti mozzarella da cucina, formaggi a crosta bianca e ricotta e conferma le proprie posizioni competitive negli altri comparti in cui è presente (mozzarella fresca, formaggi snack, feta, cheddar d'alta gamma e spalmabili di alta gamma).

In **Canada**, Parmalat conferma la seconda posizione competitiva nel comparto formaggi, registrando volumi di vendita in aumento rispetto all'anno precedente. Inoltre, la consociata mantiene inalterate le proprie posizioni nel mercato del latte e in quello dello yogurt, grazie al brand *Astro*.

America Latina

L'area America Latina include le consociate operanti in Brasile, Messico, Venezuela, Colombia, Ecuador, Paraguay e altre minori. 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 con l'acquisizione del *Gruppo Esmeralda* nel corso del secondo trimestre del 2015.

Nel primi nove mesi del 2016, il fatturato netto dell'area è pari a 1.015,9 milioni di euro.

A cambi costanti e perimetro omogeneo (escludendo *Elebat*, *Esmeralda* e l'impatto del Venezuela), il fatturato netto dell'area è in aumento del 7,5% rispetto all'anno precedente.

In **Brasile**, nonostante l'economia continui a risentire degli effetti della recessione, si intravedono segnali positivi di ripresa della valuta locale. Il fatturato conseguito dalla consociata nei primi nove mesi dell'anno, pur in un contesto di riorganizzazione delle attività ancora in corso (a seguito delle acquisizioni effettuate nel corso del 2015), mostra un incremento significativo, ma già nei prossimi mesi si prevede un rallentamento della crescita. Parmalat è presente, mantenendo le proprie posizioni competitive, nei due più grandi mercati *dairy* del Paese, ovvero quello dei formaggi e del latte UHT, entrambi caratterizzati da un trend positivo dei consumi.



In **Messico**, dove è in corso una riorganizzazione delle attività di produzione e della struttura di vendita, il mercato dei formaggi, principale categoria di riferimento della consociata, registra un aumento in termini di volumi.

In **Venezuela** la situazione resta fortemente critica, sia dal punto di vista economico che politico, e la consociata registra una decisa contrazione dei volumi di vendita.

Africa

Nell'area Africa il fatturato netto si attesta a 280,1 milioni di euro nei primi nove mesi del 2016. La svalutazione di tutte le valute locali dell'area, in particolare rand sudafricano nei confronti dell'euro, ha comportato un effetto cambio negativo pari a circa 65 milioni di euro sul fatturato netto.

A cambi costanti, il fatturato netto dell'area è in aumento del 9,2% rispetto all'anno precedente.

In **Sud Africa** - il cui peso sull'area è pari a circa l'85% - Parmalat si conferma leader di categoria nel latte aromatizzato e nel comparto dei formaggi, grazie alla buona performance del marchio *Parmalat*. Inoltre, la consociata si rafforza come secondo *player* nel segmento dello yogurt e mantiene la seconda posizione competitiva nel latte UHT.

Oceania

In Oceania il fatturato netto è pari a 762,3 milioni di euro nei primi nove mesi del 2016.

La svalutazione del dollaro australiano nei confronti dell'euro ha comportato un effetto cambio negativo sul fatturato netto pari a circa 20 milioni di euro.

A cambi e perimetro omogenei - escludendo *Longwarry*, acquisita nel corso del primo trimestre 2015, e le attività relative a yogurt e *dairy* dessert, acquisite attraverso la controllata *Parmalat Australia YD* nel primo trimestre 2016 - il fatturato netto dell'area risulta in crescita dello 0,8% rispetto ai primi nove mesi dell'anno precedente.

Da segnalare che in **Australia** è in atto un processo di riorganizzazione delle attività con l'obiettivo di espandere la presenza nei mercati di riferimento, oltre che di migliorare l'acquisto dei fattori produttivi e ottenere una maggiore efficienza e razionalizzazione dei siti produttivi.

Parmalat mantiene la leadership nella categoria del latte pastorizzato e si conferma secondo *player* del mercato del latte aromatizzato e del latte UHT. Le nuove attività acquisite da *Fonterra* hanno contribuito al consolidamento della leadership della consociata nel mercato dei dessert e della seconda posizione competitiva nel mercato degli yogurt.

L'utile del periodo del Gruppo è pari a 107,5 milioni di euro, sostanzialmente in linea con i primi nove mesi del 2015 (-0,5%), nonostante il forte impatto negativo della svalutazione delle valute locali nei confronti dell'euro.

A cambi e perimetro costanti ed escluso il Venezuela, l'utile del periodo risulta in aumento del 24,1% rispetto all'anno precedente.

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 119 milioni, in diminuzione di 191,8 milioni rispetto ai 310,8 milioni del 31 dicembre 2015. Le cause principali di tale variazione sono: l'assorbimento di cassa da attività operative per 58,2 milioni essenzialmente riconducibile a fattori di stagionalità (91,4 milioni di euro nei primi nove mesi del 2015); l'assorbimento di cassa da attività straordinarie per 46 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione delle attività relative a yogurt e *dairy* dessert in Australia e al pagamento a *BRF S.A.* dell'aggiustamento prezzo sulla posizione finanziaria netta e sul *working capital* di *Elebat Alimentos S.A.*; l'assorbimento di cassa della gestione finanziaria per 47,2 milioni essenzialmente riconducibile all'impiego oltre 12 mesi di parte della liquidità della Capogruppo; il pagamento di dividendi per 33 milioni e l'effetto cambio negativo per 7 milioni.

* * * * *



Guidance 2016

La crescita originariamente prevista per il secondo semestre risulta, in termini di fatturato netto, inferiore rispetto alle attese, in particolare in relazione ad una minore crescita del costo della materia prima rispetto alle previsioni.

Per il 2016, a tassi di cambio costanti, considerando per le nuove acquisizioni dati comparativi 2015 proforma ed escludendo la consociata venezuelana - data la situazione d'incertezza, l'elevata inflazione e la forte svalutazione della valuta locale - Parmalat stima una crescita del fatturato netto di circa il 2-3% e del margine operativo lordo di oltre il 10%.

Permangono delle incertezze nell'area America Latina, con particolare riferimento al Brasile, dovute al difficile contesto macroeconomico. Tali incertezze non si ritiene possano avere un effetto significativo sulla stima di crescita del fatturato netto e del margine operativo lordo consolidati sopra indicata per l'esercizio in corso. Tuttavia, tali incertezze potrebbero avere un riflesso sia sulle stime di crescita di quell'area per i prossimi esercizi, con la conseguente rivisitazione delle attuali previsioni in sede di predisposizione del piano industriale, sia sulla valorizzazione dell'attivo patrimoniale.

Disclaimer

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), in particolare nella sezione intitolata "Guidance 2016". Le previsioni del quarto trimestre 2016 si basano, tra l'altro, sull'andamento del terzo 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.

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 comunicato stampa corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della società.

L'Interim Management Statement al 30 settembre 2016, che non è soggetto a revisione contabile, sarà messo a disposizione del pubblico entro l'11 novembre 2016. Il documento sarà altresì consultabile sul sito www.parmalat.com → Investor Relations → bilanci e relazioni.

Di seguito si allegano le tabelle che includono i principali dati relativi all'andamento economico, finanziario e patrimoniale del Gruppo.

Contatti societari

Ufficio Stampa
external.communication@parmalat.net

Investor Relations
l.bertolo@parmalat.net

www.parmalat.com



Dati per Area Geografica

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2016	Progressivo al 30 Settembre 2015	Delta %
Aree	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Europa	797,4	813,9	-2,0%
Nord America	1.746,0	1.754,0	-0,5%
America Latina	1.015,9	1.027,7	-1,1%
Africa	280,1	316,5	-11,5%
Oceania	762,3	734,8	+3,8%
Altro ¹	(13,4)	(13,7)	n.s.
Gruppo escl. Iperinflazione	4.588,3	4.633,2	-1,0%
Iperinflazione Venezuela	43,8	111,3	n.s.
Gruppo	4.632,1	4.744,5	-2,4%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

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

<i>(importi in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2016	Progressivo al 30 Settembre 2015	Delta %
Aree	Fatturato Netto	Fatturato Netto	Fatturato Netto
Europa	806,4	813,9	-0,9%
Nord America	1.800,6	1.754,0	+2,7%
America Latina	244,1	227,1	+7,5%
Africa	345,5	316,5	+9,2%
Oceania	725,8	719,7	+0,8%
Altro ¹	(13,5)	(13,7)	n.s.
Gruppo <i>(perimetro/cambi costanti) ²</i>	3.908,9	3.817,5	+2,4%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

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

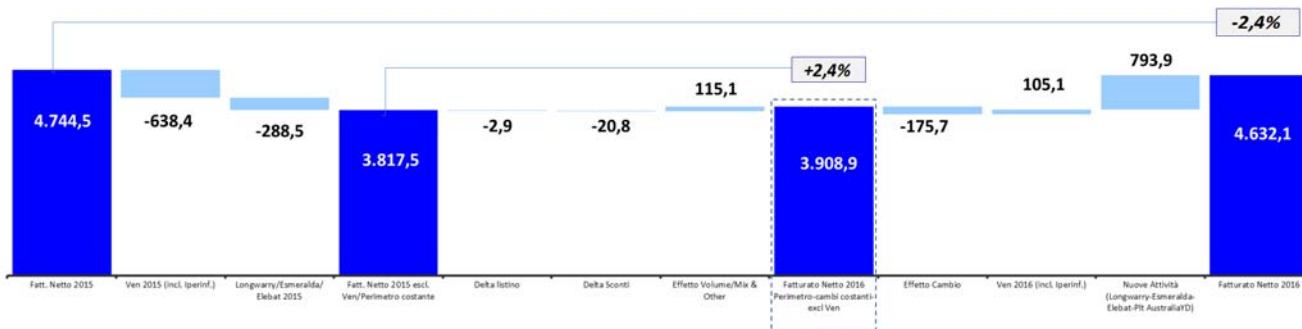


Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

Vengono di seguito presentate le principali variabili che hanno determinato l'evoluzione del fatturato netto e del margine operativo lordo nei primi nove mesi del 2016 rispetto all'anno precedente.

Fatturato Netto Progressivo Settembre 2016 vs 2015

(€ ml)



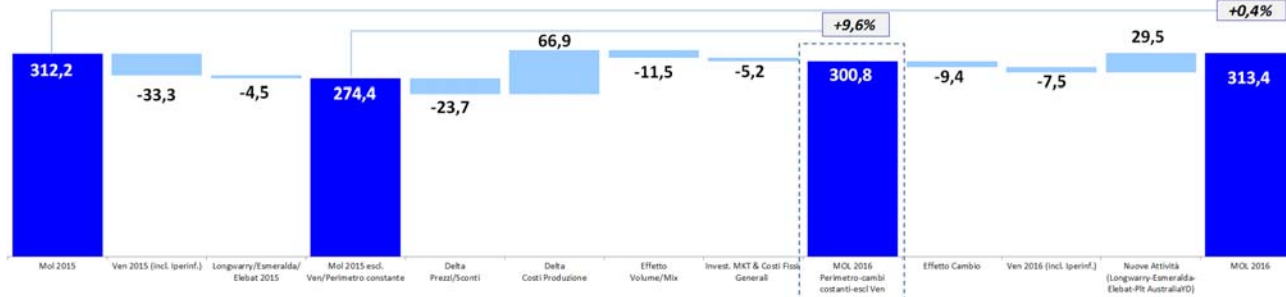
Raccordo con Conto Economico Consolidato Riclassificato:

Fatt. Netto 2015	4.744,5
Δ Perimetro	505,4
Δ Venezuela	(533,3)
Δ Business	91,4
Effetto Cambio 16	(175,7)
Fatt. Netto 2016	4.632,1

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2016 (793,9 eur ml) e Longwarry/Esmeralda/Elebat 2015 (299 eur ml)
Differenza tra il risultato Venezuela 2016 inclusa Iperinf. (105,1 eur ml) e risultato 2015 (638,4 eur ml)

Margine Operativo Lordo Progressivo Settembre 2016 vs 2015

(€ ml)



Raccordo con Conto Economico Consolidato Riclassificato:

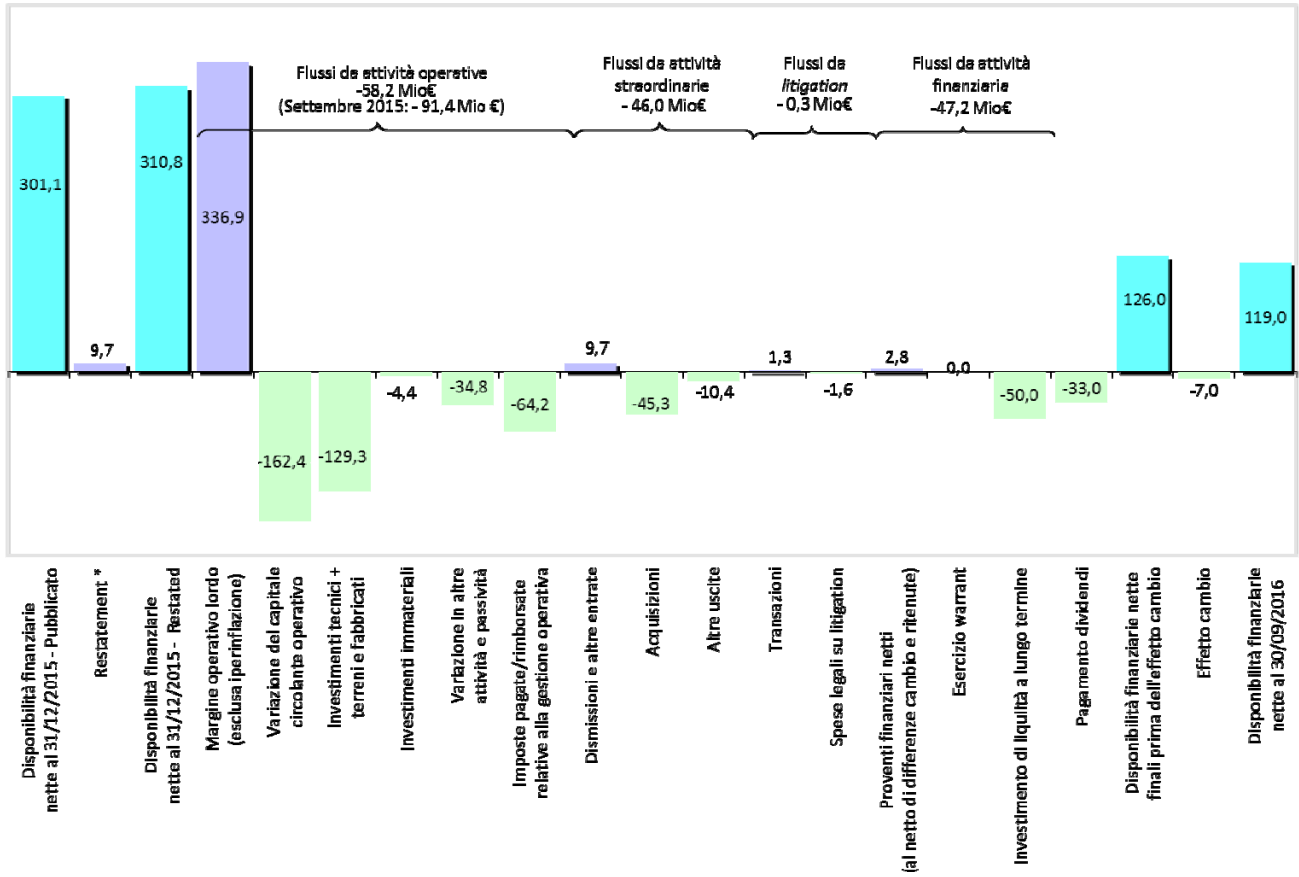
MOL 2015	312,2
Δ Perimetro	25,0
Δ Venezuela	(40,8)
Δ Business	26,4
Effetto Cambio 16	(9,4)
MOL 2016	313,4

Differenza tra il risultato delle nuove attività 2016 (29,5 eur ml) e Longwarry/Esmeralda/Elebat 2015 (4,5 eur ml)
Differenza tra il risultato Venezuela 2016 inclusa Iperinf. (-7,5 eur ml) e risultato 2015 (33,3 eur ml)



Rendiconto Finanziario Consolidato

Rendiconto Finanziario Consolidato al 30 Settembre 2016



* Il valore è stato rideterminato a seguito della definizione, nel corso del 2016, dell'aggiustamento prezzo sull'acquisizione di *Esmeralda* (Messico).



Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30.09.2016 (A)	Δ Perimetro (settembre 2016 vs settembre 2015) (B)	Δ Venezuela (settembre 2016 vs settembre 2015) (C)	Progressivo al 30.09.2016 pro-forma a cambi correnti (D=A-B-C)	Progressivo al 30.09.2015
RICAVI	4.657,7	506,1	(540,0)	4.691,6	4.776,3
Fatturato netto	4.632,1	505,8	(533,3)	4.659,6	4.744,5
Altri ricavi	25,6	0,3	(6,7)	32,0	31,8
COSTI OPERATIVI	(4.338,1)	(497,7)	498,4	(4.338,8)	(4.457,7)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(3.735,5)	(438,3)	410,8	(3.708,0)	(3.826,0)
Costo del lavoro	(602,6)	(59,4)	87,6	(630,8)	(631,7)
Sub totale	319,6	8,4	(41,6)	352,8	318,6
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(6,2)	(0,6)	0,8	(6,4)	(6,4)
MARGINE OPERATIVO LORDO	313,4	7,8	(40,8)	346,4	312,2
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(122,5)	(14,0)	7,3	(115,8)	(115,2)
Altri proventi e oneri:					
- Spese legali su <i>litigations</i>	(1,8)	0,0	0,0	(1,8)	(2,5)
- Altri proventi e oneri	(5,6)	0,0	0,1	(5,7)	(0,3)
UTILE OPERATIVO NETTO	183,5	(6,2)	(33,4)	223,1	194,2
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(5,6)	(4,4)	12,7	(13,9)	(20,3)
Altri proventi e oneri su partecipazioni	0,1	0,0	0,0	0,1	1,2
UTILE ANTE IMPOSTE	178,0	(10,6)	(20,7)	209,3	175,1
Imposte sul reddito	(70,5)	(1,5)	9,1	(78,1)	(67,0)
UTILE DEL PERIODO	107,5	(12,1)	(11,6)	131,2	108,1

(Utile)/perdita di terzi	(0,7)	0,0	0,1	(0,8)	(1,3)
Utile/(perdita) di gruppo	106,8	(12,1)	(11,5)	130,4	106,8

Attività in funzionamento:

Utile/(Perdita) per azione base (in euro)	0,0575				0,0582
Utile/(Perdita) per azione diluito (in euro)	0,0575				0,0577



Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	30.09.2016	31.12.2015 <i>Restated</i> ⁽¹⁾
IMMOBILIZZAZIONI	3.006,9	2.797,3
Immateriali	1.380,0	1.333,9
Materiali	1.405,5	1.303,8
Finanziarie	148,1	86,1
Attività per imposte anticipate	73,3	73,5
ATTIVITA' NON CORRENTI POSSEDUTE PER LA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	9,4	9,2
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	598,8	368,0
Rimanenze	685,9	587,7
Crediti Commerciali	617,5	539,9
Debiti Commerciali (-)	(746,4)	(756,5)
Capitale circolante operativo	557,0	371,1
Altre Attività	231,5	175,7
Altre Passività (-)	(189,7)	(178,8)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	3.615,1	3.174,5
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(115,2)	(93,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(361,3)	(352,8)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE (-)	(10,0)	(10,3)
CAPITALE INVESTITO NETTO	3.128,6	2.718,3
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.247,6	3.029,1
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	1.213,6	957,3
Utile del periodo	106,8	144,3
Patrimonio netto di terzi	19,2	19,5
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(119,0)	(310,8)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	731,4	398,3
Altre attività finanziarie (-)	(287,3)	(175,6)
Disponibilità (-)	(563,1)	(533,5)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	3.128,6	2.718,3

⁽¹⁾ Come previsto dall'*IFRS 3*, con il completamento avvenuto nel corso del 2016 della *Purchase Price Allocation*, i saldi patrimoniali al 31 dicembre 2015 sono stati rideterminati per tenere conto, alla data di acquisizione, del *fair value* definitivo delle attività e passività acquisite.