



Relazione trimestrale al
30 settembre 2007



Missione

Parmalat è un gruppo alimentare italiano a strategia multinazionale al servizio del benessere dei suoi consumatori nel mondo, il cui obiettivo finale è la creazione di valore per tutti i propri azionisti nel rispetto dell'etica degli affari e l'assolvimento di una funzione sociale, contribuendo alla crescita professionale dei dipendenti e collaboratori e trasferendo elementi di progresso economico e civile alle Comunità in cui opera.

Vogliamo affermare Parmalat come uno dei principali operatori mondiali nel settore degli "alimenti funzionali ad alto valore aggiunto" per la corretta nutrizione ed il benessere dei consumatori, raggiungendo un'importante leadership in alcune selezionate categorie di prodotto ed in alcuni paesi ad elevato potenziale per il Gruppo.

Le categorie chiave per il Gruppo saranno il Latte con i suoi derivati e le Bevande Frutta, alimenti di valore insostituibile nell'alimentazione quotidiana.



I Paesi di attività

con presenza diretta

Europa

Italia, Portogallo, Romania, Russia

Resto del Mondo

Australia, Botswana, Canada,
Colombia, Cuba, Ecuador, Mozambico, Nicaragua, Paraguay,
Sud Africa, Swaziland, Venezuela, Zambia

con presenza tramite licenza

Brasile, Cile, Cina, Messico, Repubblica Dominicana,
Stati Uniti d'America, Ungheria, Uruguay

Sommario

Organi Sociali.....	5
Dati di sintesi	7
Andamento economico della gestione.....	8
Andamento finanziario	21
Risorse Umane.....	23
Commenti ai risultati economico-finanziari.....	24
Principi di consolidamento, criteri di valutazione e area di consolidamento	32
Eventi significativi del terzo trimestre 2007.....	32
Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2007	33
Prevedibile evoluzione della gestione.....	33
Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari (art. 154 bis comma 2, TUF).....	33

Organi Sociali

Consiglio di Amministrazione

Presidente Raffaele Picella

Amministratore Delegato Enrico Bondi

Consiglieri
Piergiorgio Alberti (i)
Massimo Confortini (i) (3)
Marco De Benedetti (i) (2)
Andrea Guerra (i) (2)
Vittorio Mincato (i) (3)
Erder Mingoli (i)
Marzio Saà (i) (1)
Carlo Secchi (i) (1) (2)
Ferdinando Superti Furga (i) (1) (3)

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

Collegio Sindacale

Presidente Alessandro Dolcetti

Sindaci Effettivi
Enzio Bermani
Mario Magenes

Dati di sintesi

Principali dati economici

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	Progressivo al 30.09.2007	Progressivo al 30.09.2006 RESTATED PRO- FORMA ¹	III TRIMESTRE 2007	III TRIMESTRE 2006
- FATTURATO NETTO	2.797,4	2.654,1	987,1	892,3
- MARGINE OPERATIVO LORDO	254,1	246,7	90,9	89,2
- UTILE OPERATIVO NETTO	339,6	215,8	56,0	128,8
- UTILE DEL PERIODO	276,9	101,4	32,6	84,4
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI TOTALI NETTI (%)	12,1	8,1	5,6	14,3
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI TOTALI NETTI (%)	9,8	3,8	3,3	9,4
- COPERTURA INTERESSI (%)	ns	4,9	ns	4,8
SOCIETA'				
- FATTURATO NETTO	646,1	637,2	219,2	209,5
- MARGINE OPERATIVO LORDO	52,5	50,7	17,6	18,7
- UTILE OPERATIVO NETTO	186,6	72,2	(3,9)	79,3
- UTILE DEL PERIODO	199,4	67,7	1,2	65,7
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI TOTALI NETTI (%)	28,1	10,9	(1,7)	36,3
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI TOTALI NETTI (%)	30,1	10,2	0,5	30,1
- COPERTURA INTERESSI (%)	ns	ns	ns	ns

Principali dati finanziari

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	30.09.2007	31.12.2006	30.06.2007
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	327,6	(170,0)	58,9
- ROI (%) (*)	21,6	13,6	25,6
- ROE (%) (*)	16,9	9,9	22,6
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,6	0,5	0,6
- PFN/PATRIMONIO	(0,1)	0,1	(0,0)
- FLUSSO DA ATTIVITA' OPERATIVE PER AZIONE	0,04	0,05	0,03
SOCIETA'			
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	785,7	341,4	570,2
- ROI (%) (*)	29,5	14,5	39,9
- ROE (%) (*)	13,1	6,7	19,5
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,8	0,8	0,8
- PFN/PATRIMONIO	(0,4)	(0,2)	(0,3)
- FLUSSO DA ATTIVITA' OPERATIVE PER AZIONE	0,006	(0,0)	0,06

(*) Indici calcolati utilizzando i dati economici annualizzati e i dati patrimoniali mediati tra inizio e fine periodo.

¹ A partire dal bilancio del 31 dicembre 2006 la società e il Gruppo hanno modificato la classificazione di alcuni costi promozionali relativi alla grande distribuzione. Tale cambiamento si è reso necessario per fornire una rappresentazione più aderente a quanto previsto dalla *best practice* di settore. L'effetto di tali riclassifiche è stato quello di rilevare alcuni costi promozionali, precedentemente iscritti tra le spese commerciali, a riduzione dei ricavi per vendite di beni. Si è pertanto proceduto a riclassificare le relative voci del conto economico dei primi nove mesi 2006. Inoltre, a seguito della cessione di tutte le attività spagnole e del ramo di azienda di Boschi Luigi & Figli S.p.A. sono stati rideterminati i dati relativi ai primi nove mesi del 2006 riclassificando tutte le voci di conto economico relative a tali entità, all'interno della voce "Risultato netto da attività destinate ad essere cedute".

Andamento economico della gestione

NOTA: I dati sono rappresentati in milioni di euro. Nell'esposizione degli scostamenti possono visualizzarsi differenze dovute esclusivamente all'effetto degli arrotondamenti

a) Gruppo

I ricavi a Settembre si attestano a 2.797,4 € ml; la variazione verso l'anno precedente è pari a +5,4%.

Il margine operativo lordo (Mol) si attesta a 254,1 € ml, in aumento di 7,4 € ml rispetto all'anno precedente; in termini percentuali sul fatturato, la redditività è pari al 9,1%.

L'andamento del periodo è condizionato dalla minore marginalità della consociata venezuelana oltre che dall'aumento del prezzo della materia prima latte. Ciò è conseguenza di un calo dell'offerta determinato sia da condizioni climatiche sfavorevoli che dallo spostamento, in alcune aree, verso processi di trasformazione della materia prima in latte in polvere.

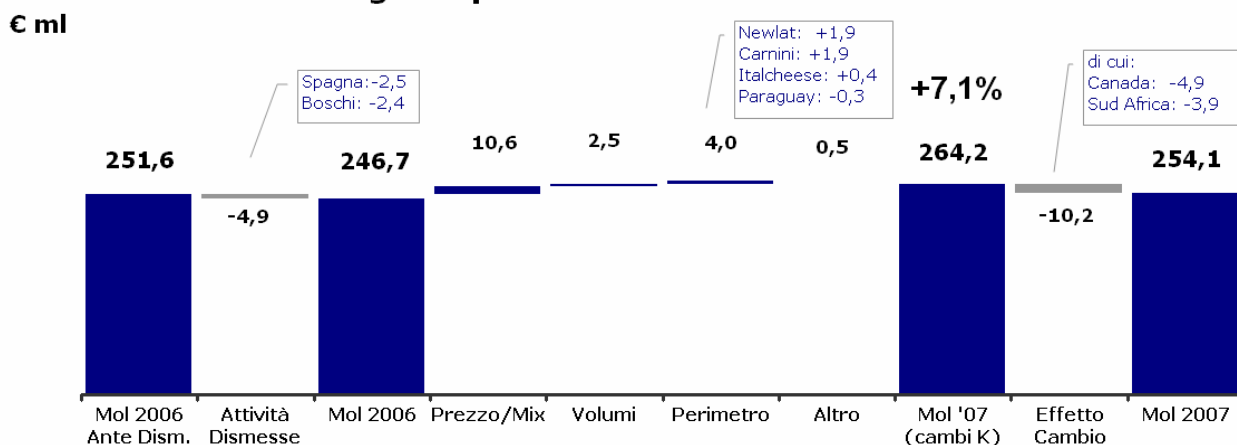
L'effetto cambio di conversione (rispetto al cambio medio del periodo equivalente 2006), ha un impatto sul Fatturato Netto pari a -103,2 € ml (3,9% del Fatturato), mentre sul Margine Operativo Lordo è pari a -10,2 € ml (pari al 4,1% del Mol). Gran parte di tale scostamento è dovuto all'apprezzamento dell'Euro verso le valute Canadese e Sudafricana.

€ ml	Set '06	Set '07	variazione
Fatturato Netto	2.654,1	2.797,4	143,2 +5,4%
MOL	246,7	254,1	7,4
MOL %	9,3	9,1	-0,2 ppt

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.	
Fatturato Netto	892,3	987,1	94,8 +10,6%
MOL	89,2	90,9	1,6
MOL %	10,0	9,2	-0,8 ppt

Margine operativo Lordo Settembre 07 vs 06



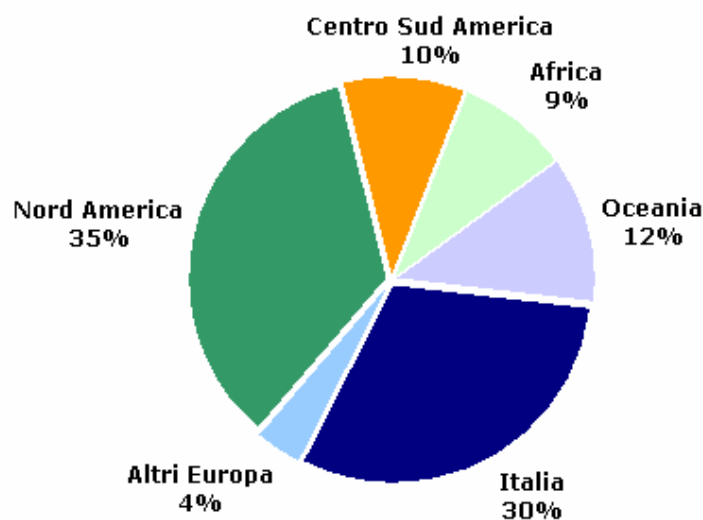
b) Dati per Area geografica

Aree						
2006			30 Settembre	2007		
Fatturato Netto	MOL	Mol %	€ ml	Fatturato Netto	MOL	Mol %
735,1	74,0	10,1	Italia	845,1	81,3	9,6
96,1	14,4	15,0	Altri Europa	110,5	15,8	14,3
998,4	86,7	8,7	Canada	981,8	91,6	9,3
243,9	32,1	13,2	Centro Sud America	283,0	26,8	9,5
255,5	28,5	11,1	Africa	254,7	27,9	11,0
317,4	26,2	8,3	Australia	323,9	24,8	7,7
7,9	(15,1)	n.s.	Altro *	(1,6)	(14,1)	n.s.
2.654,1	246,7	9,3	Gruppo	2.797,4	254,1	9,1

Le Aree rappresentano il dato Consolidato dei paesi

(*) Include Holding, Altre società no core, elisioni extra Area

Fatturato Netto per Area



c) Dati per Divisione Prodotto

€ ml	Settembre '06			Settembre '07		
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %
Latte ⁽¹⁾	1.551,7	127,8	8,2	1.654,7	128,5	7,8
Bevande Base Frutta ⁽²⁾	168,0	24,5	14,6	198,6	39,0	19,7
Derivati del Latte ⁽³⁾	880,9	94,2	10,7	892,9	92,5	10,4
Altro ⁽⁴⁾	53,6	0,2	0,4	51,1	(5,9)	(11,5)
Gruppo	2.654,1	246,7	9,3	2.797,4	254,1	9,1

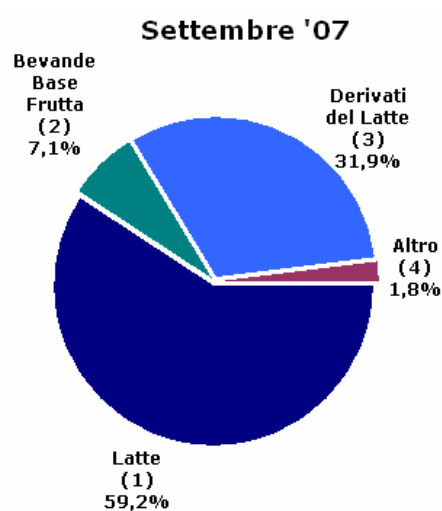
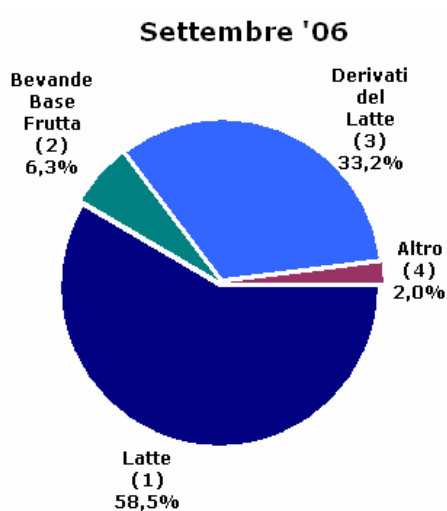
(1) Include Latte, Panne e Besciamelle

(2) Succhi e Tè

(3) Include Yogurt, Dessert, Formaggi

(4) Include Altri prodotti e Holding

Fatturato Netto Per divisione Prodotto



(1) Include Latte, Panne e Besciamelle

(2) Succhi e Tè

(3) Include Yogurt, Dessert, Formaggi

(4) Include Altri prodotti e Holding

d) Investimenti

Nei primi nove mesi del 2007, i costi per Capex risultano pari a 67,8 milioni di euro.

Nel dettaglio, gli investimenti maggiori si sono registrati in Italia (24,2 milioni), Canada (11,9 milioni), Australia (13,9 milioni) e Sud Africa (5,2 milioni).

Capogruppo

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	637,2	646,1	8,9	+1,4%
MOL	50,8	52,5	1,7	
<i>MOL %</i>	<i>8,0</i>	<i>8,1</i>	<i>0,1 ppt</i>	

I ricavi dei primi nove mesi 2007 sono in crescita dell'1,4% rispetto a quelli dell'anno precedente mentre il margine operativo lordo, dopo la svalutazione dell'attivo circolante per 4,5 € ml (dovuta sia alla chiusura dei concessionari che all'adeguamento di alcune posizioni), si attesta a 52,5 € ml contro 50,8 € ml dell'anno precedente (+1,7 € ml).

Le spese di holding a Settembre sono pari a 13,5 € ml contro i 14,5 € ml del 2006.

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	209,5	219,2	9,7	+4,6%
MOL	18,8	17,6	(1,2)	
<i>MOL %</i>	<i>9,0</i>	<i>8,0</i>	<i>-1,0 ppt</i>	

Il terzo trimestre 2007 ha evidenziato ricavi in aumento del 4,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre il margine operativo lordo, penalizzato dall'aumento del costo della materia prima latte, risulta in calo di 1,2 € ml.

I fattori significativi che hanno caratterizzato i primi nove mesi del 2007 sono i seguenti:

- aumento volumi e quote di mercato (in particolare nel mercato del latte UHT e dei succhi);
- miglioramento del mix di vendita per effetto dei maggiori volumi di succhi e latti speciali;
- forte aumento del costo della materia prima latte cui ha fatto seguito un aumento dei listini che avrà pieno effetto solo nel corso dell'ultimo trimestre;
- lancio dei succhi funzionali (Santà 5 colori) ed arricchimento della gamma dei latti funzionali.

Unità d’Affari

Italia

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	735,1	845,1	110,1	+15,0%
MOL	74,0	81,3	7,3	
<i>MOL %</i>	<i>10,1</i>	<i>9,6</i>	<i>-0,4 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	235,9	286,2	50,3	+21,3%
MOL	25,9	25,5	(0,4)	
<i>MOL %</i>	<i>11,0</i>	<i>8,9</i>	<i>-2,1 ppt</i>	

I dati relativi al 2007 beneficiano dell'ingresso nel Gruppo di NewLat e Carnini che rappresentano circa 134,4 € ml di fatturato netto al lordo dell'infragruppo e circa 3,8 € ml di margine operativo lordo. Al fine di permettere la comparazione, sono di seguito illustrati i dati a perimetro costante.

Italia perimetro 2006

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	735,1	753,8	18,8	+2,6%
MOL	74,0	77,5	3,5	
<i>MOL %</i>	<i>10,1</i>	<i>10,3</i>	<i>0,2 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	235,9	254,3	18,4	+7,8%
MOL	25,9	24,9	(0,9)	
<i>MOL %</i>	<i>11,0</i>	<i>9,8</i>	<i>-1,2 ppt</i>	

Il miglioramento del risultato progressivo a Settembre è da attribuirsi principalmente all'aumento dei volumi di vendita, al miglioramento del mix dei prodotti venduti e alla razionalizzazione dei costi che hanno mitigato l'effetto negativo causato dal consistente aumento del costo della materia prima latte (che ha inciso particolarmente sui risultati del terzo trimestre dell'anno) e da svalutazione crediti per 4,5 milioni (0,5 milioni di euro nell'analogo periodo dell'esercizio precedente). Come precedentemente scritto, nel quarto trimestre, sono stati pianificati aumenti dei listini con l'intento di limitare l'effetto negativo dovuto all'aumento della materia prima latte.

Mercati e Prodotti

Nel mercato si evidenzia la crescita delle "private label" anche in mercati che fino a poco tempo fa erano caratterizzati dalla presenza dei soli produttori di marca, come ad esempio il latte fresco.

Il mercato del latte è sostanzialmente maturo, con tassi di crescita bassissimi o addirittura negativi, mentre i mercati dei succhi di frutta e dello yogurt fanno registrare delle performance positive, accompagnate da un aumento dei prezzi medi di vendita.

Nel segmento del latte UHT, le vendite di latti speciali stanno aumentando rispetto al totale delle vendite, mentre nel latte fresco, si registra un aumento sensibile delle vendite dei prodotti funzionali.

Nel segmento delle bevande a base frutta, nel mese di giugno è stata lanciata la nuova linea Santal 5 colori, che ha portato un beneficio in termini di vendite nel corso dell'anno.

Materie prime e packaging

Nei corso del 2007 il mercato italiano del latte e di tutti i suoi derivati è stato condizionato dall'aumento della domanda mondiale di latte in polvere e dai problemi di cessazione dei sussidi UE, dai fenomeni di siccità nei principali paesi produttori (Nuova Zelanda e Australia), dall'introduzione di dazi all'esportazione in Argentina e dalla sospensione delle esportazioni da parte dell'India. La crescente domanda dei paesi emergenti si è quindi rivolta al mercato europeo e, una volta terminate le scorte di latte in polvere, ha generato un aumento incontrollato dei prezzi di approvvigionamento del latte crudo con un forte orientamento a trasformarlo in polvere per assicurarsi una maggiore redditività.

L'Italia, che importa circa il 40% del proprio fabbisogno di latte, è fortemente condizionata da queste turbolenze internazionali che non sono destinate a esaurirsi nel breve periodo.

Assetto produttivo

La SBU Italia conta 15 siti produttivi. Di questi, 9 fanno capo a Parmalat Spa e sono destinati principalmente alla produzione di latte, succhi di frutta e yogurt, 1 fa capo a Centrale del Latte di Roma ed è destinato principalmente alla produzione di latte pastorizzato, latte UHT e yogurt e 2 fanno capo a Latte Sole Spa che li destina principalmente alla produzione di latte UHT, latte pastorizzato, formaggi e panna. Altri 2 siti fanno capo a Newlat mentre uno a Carnini.

Altre Europa

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	96,1	110,5	14,5	+15,1%
MOL	14,4	15,8	1,4	
<i>MOL %</i>	<i>15,0</i>	<i>14,3</i>	<i>-0,7 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	33,8	38,1	4,3	+12,8%
MOL	5,3	4,7	(0,6)	
<i>MOL %</i>	<i>15,7</i>	<i>12,4</i>	<i>-3,4 ppt</i>	

Russia

I volumi venduti risultano complessivamente in aumento del 25,3% rispetto allo stesso periodo del 2006. Nello specifico i volumi del latte UHT, che rappresenta quantitativamente il 34% del venduto, sono in aumento del 25,2% rispetto al 2006; il latte pastorizzato risulta in aumento del 6,8% rispetto all'anno precedente; i succhi di frutta risultano in aumento del 36,1% rispetto allo stesso periodo di confronto.

Prosegue la tendenza in atto dal 2006 con il miglioramento della maggior parte delle categorie e con l'ampliamento della copertura territoriale grazie alla modernizzazione ed al potenziamento delle strutture produttive e distributive e allo sviluppo di nuovi contatti con la grande distribuzione.

Il latte in Russia è una risorsa scarsa e il prezzo, legato alla disponibilità sul mercato locale e all'andamento del mercato internazionale, è in forte crescita; anche il prezzo dei concentrati di frutta è in aumento a causa della scarsa reperibilità per le condizioni meteorologiche avverse nei paesi produttori e per la crescente domanda sui mercati internazionali.

Portogallo

I volumi complessivi venduti sono in calo del 1,4% rispetto all'anno precedente. Nello specifico i volumi dei succhi di frutta risultano in calo del 17,3%, il latte UHT, che rappresenta quantitativamente il 58% del totale venduto, è in aumento del 7,1%, mentre l'andamento dei volumi venduti della panna UHT risultano in calo del 7,9% rispetto all'anno precedente.

Il mercato sta sperimentando una certa contrazione dei consumi, impattando le vendite di tutti gli operatori. L'aumento dei costi delle materie prime è stato solo parzialmente recuperato attraverso l'aumento dei listini. Con una strategia orientata allo sviluppo dei prodotti funzionali, la Parmalat Portogallo ha lanciato, in Gennaio, 4 nuovi lattini ad alta qualità e ad elevato valore nutrizionale, come rafforzamento della gamma "Ucal São Lourenço".

Romania

I volumi dei succhi di frutta, che rappresentano il 92% del venduto, risultano in aumento del 40,4% rispetto allo stesso periodo del 2006.

Da agosto è iniziata la commercializzazione di Zymil e Latte Sviluppo (particolarmente adatto ai bambini e ragazzi dai 4 ai 12 anni), importati dall'Italia al fine di posizionarsi come leader di innovazione tra i prodotti funzionali.

A seguito dell'ingresso nell'Unione Europea e della conseguente caduta dei dazi doganali, molte materie prime sono risultate essere meno costose rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fatta eccezione per il concentrato all'arancia che ha avuto un aumento di prezzo anche sul mercato internazionale).

Canada

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	998,4	981,8	(16,6)	-1,7%
MOL	86,7	91,6	5,0	
<i>MOL %</i>	<i>8,7</i>	<i>9,3</i>	<i>0,7 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.	variazione	
Fatturato Netto	350,8	356,7	5,9	+1,7%
MOL	32,5	33,9	1,4	
<i>MOL %</i>	<i>9,3</i>	<i>9,5</i>	<i>0,2 ppt</i>	

La rivalutazione dell'euro rispetto al dollaro canadese determina un impatto sul fatturato, per i primi nove mesi, pari a -52,4 € ml mentre sul Mol per -4,9 € ml.

Per una migliore comprensione dell'evoluzione dei dati economici della partecipata, si riportano di seguito i dati espressi in valuta locale.

Valuta locale ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	1.406,9	1.457,5	50,6	+3,6%
MOL	122,1	136,0	13,9	
<i>MOL %</i>	<i>8,7</i>	<i>9,3</i>	<i>0,7 ppt</i>	

III Trim

Valuta locale ml	a.p.	a.c.	variazione	
Fatturato Netto	500,5	514,7	14,3	+2,8%
MOL	46,3	49,0	2,6	
<i>MOL %</i>	<i>9,3</i>	<i>9,5</i>	<i>0,3 ppt</i>	

I volumi venduti risultano in linea con l'anno precedente. Nello specifico il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 57% del venduto, risulta in calo del 2,2%.

I volumi dei formaggi risultano in aumento del 10,0% rispetto allo stesso periodo del 2006 mentre i quantitativi di yogurt sono in calo del 3,4%. Tale calo è imputabile sia alla pressione concorrenziale che ad uno spostamento della domanda verso prodotti a marchi della grande distribuzione.

Lo sforzo pubblicitario è concentrato sulla categoria yogurt e sui lattici a maggior valore aggiunto (Premium).

Mercati e Prodotti

Lo scenario dei prodotti di interesse del Gruppo vede:

- un'industria lattiera regolata con limitazioni/tariffe sui latticini importati;
- i prezzi del latte crudo regolamentati e con mancanza di rifornimenti alternativi;
- un numero limitato di fornitori su numerose categorie di imballaggi e ingredienti

Riguardo ai canali distributivi, il mercato è dominato da quattro grandi operatori (LCL, Metro, Sobey's, Safeway), alcuni dei quali integrati verticalmente coi produttori.

I consumatori si stanno orientando verso prodotti innovativi, legati alla salute e al benessere; il segmento che ha più beneficiato di questo trend di mercato è quello dello yogurt nel quale si registra l'aumento della concorrenza tra i principali competitor e la crescita delle private label.

Il miglioramento generale dei risultati del 2007 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è dovuto in gran parte al cambio del mix di vendita, alle iniziative aggressive di marketing, al nuovo packaging e all'aumento dei prezzi di vendita per far fronte all'aumento dei costi delle materie prime. Si registrano, inoltre, delle riduzioni dei costi ottenute grazie all'ottimizzazione delle ricette, del packaging e all'ottimizzazione dei processi.

Le principali categorie di prodotti della SBU sono:

- Latte. Parmalat si posiziona tra i primi 3 top players di mercato con una forte crescita nel segmento "premium" grazie ad una buona performance dei latti funzionali (Omega3, Calcium e Lactaid), alla forte campagna pubblicitaria televisiva e promozionale e al lancio del nuovo prodotto Vitalità.
- Yogurt. La SBU canadese è leader di mercato nell'English Canada con il marchio Astro. I buoni risultati sono dovuti principalmente al supporto aggressivo di marketing legato al lancio di Astro BioBest Omega3, al rilancio di Astro Fat Free Zero e all'ottima performance degli altri yogurt funzionali.
- Formaggio. In un settore che evidenzia l'entrata di nuovi concorrenti e l'aumento della pressione concorrenziale, la SBU è leader di mercato negli "snack cheese" ed il secondo attore nei formaggi naturali.

Assetto produttivo

La SBU Canada conta 19 stabilimenti produttivi e 5 centri distributivi, oltre a strutture di co-packing. La produzione di yogurt è concentrata negli stabilimenti di Rakely, Niagara on the Lake e Lethbridge; il latte viene prodotto negli stabilimenti di Montreal, St. Hyacinthe, Brampton, Sudbury, Winnipeg, Calgary e Thunderbay; infine, negli stabilimenti di Belleville, Grunthal, Laverlochere, Marieville, Mitchell, St. Claude, Thornloe, Victoriaville e Winchester, vengono prodotti i formaggi, il burro, il latte in polvere e altri ingredienti in polvere a base latte.

Centro e Sud America

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	243,9	283,0	39,1	+16,0%
MOL	32,1	26,8	(5,3)	
<i>MOL %</i>	<i>13,2</i>	<i>9,5</i>	<i>-3,7 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	82,8	103,6	20,8	+25,1%
MOL	9,4	11,2	1,8	
<i>MOL %</i>	<i>11,4</i>	<i>10,8</i>	<i>-0,5 ppt</i>	

Venezuela

I volumi complessivamente venduti sono in aumento del 2,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

La redditività della SBU è in calo rispetto al 2006 a causa dell'aumento del costo del latte crudo, della regolamentazione del prezzo di vendita del latte (in polvere e liquido) e dell'incidenza dei costi fissi industriali dei 2 stabilimenti (Barquisimeto e Machiques), la cui cessione era prevista per inizio 2007. I succhi risultano essere ad oggi il motore trainante della consociata.

Colombia

I volumi complessivamente venduti sono in calo del 6,4% rispetto all'anno precedente; la SBU ha sofferto della scarsità di latte crudo dovuta principalmente al problema della siccità. A causa di questa situazione la SBU colombiana e gli altri principali player di mercato hanno dovuto aumentare i prezzi dei propri prodotti al di sopra del tasso di inflazione.

Nicaragua

I volumi complessivamente venduti nel corso del 2007 sono in calo del 15,7% rispetto all'anno precedente. Parmalat Centroamerica, che ha una posizione di leadership nel Latte pastorizzato, Panna pastorizzata e Succhi di frutta, ha sofferto dell'ingresso di nuovi attori nel mercato che hanno fatto salire la domanda di latte crudo. A questo si sono aggiunte le avverse condizioni climatiche che hanno causato un calo delle disponibilità e un aumento prezzo della materia prima latte.

Africa

La SBU Africa è composta da Sud Africa, che rappresenta più dell'80% dei risultati, Mozambico, Botswana, Zambia e Swaziland.

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	255,5	254,7	(0,9)	-0,3%
MOL	28,5	27,9	(0,6)	
<i>MOL %</i>	<i>11,1</i>	<i>11,0</i>	<i>-0,2 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	79,6	86,5	6,8	+8,6%
MOL	9,1	10,0	0,9	
<i>MOL %</i>	<i>11,4</i>	<i>11,5</i>	<i>0,1 ppt</i>	

La valuta dell' unità d'affari africana (Rand – Sud Africa) si svaluta di 16,9% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente. L'impatto cambio del Sudafrica, per i primi nove mesi, sul fatturato è pari a -38,7 €ml; sul Mol è pari a -3,9 €ml.

La tabella seguente mostra i risultati della SBU Africa in Rand.

Sep YTD

Rand ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	2.099,5	2.447,1	347,6	+16,6%
MOL	234,0	268,1	34,1	
<i>MOL %</i>	<i>11,1</i>	<i>11,0</i>	<i>-0,2 ppt</i>	

III Trim

Rand ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	733,4	844,1	110,7	+15,1%
MOL	83,6	97,2	13,7	
<i>MOL %</i>	<i>11,4</i>	<i>11,5</i>	<i>0,1 ppt</i>	

I volumi di vendita consolidati della SBU Africa risultano in aumento del 3,3% rispetto allo stesso periodo del 2006. In particolare, i volumi di vendita del latte UHT, che rappresenta il 52% dei volumi totali della SBU, sono in aumento del 4,9%.

I succhi di frutta (che rappresentano il 13% delle vendite totali) sono in aumento del 10,8%, il latte pastorizzato (6% del totale delle vendite), risulta in calo del 29,9% mentre i formaggi (8% dei volumi totali di vendita) sono in aumento del 5,3% rispetto allo stesso periodo del 2006. Nella categoria yogurt (9% del venduto) i volumi sono in aumento del 17,9% rispetto al 2006.

Il mercato in Africa sta crescendo in maniera decisa su tutte le categorie prodotte. La crescita riguarda non solo il Sud Africa, che rappresenta più dell'80% dei risultati della SBU Africa, ma anche gli altri paesi minori che la compongono (Mozambico, Botswana, Zambia e Swaziland); si ricorda che in questi ultimi paesi, Parmalat risulta essere leader di mercato e vede le sue quote in continua crescita.

La materia prima Latte subisce forti incrementi di prezzo, fenomeno che interessa la maggior parte dei paesi di presenza Parmalat nel mondo.

SudAfrica

I volumi complessivamente venduti risultano in aumento del 3,2% rispetto all'anno precedente. Nello specifico quelli del latte UHT, che rappresentano il 55% del totale venduto, risultano in aumento del 8,8% rispetto all'anno 2006; i buoni risultati realizzati dalla SBU continuano a trarre beneficio dal buon andamento della categoria formaggi che vede volumi in aumento del 6,0% rispetto all'anno precedente.

Nel segmento dei Succhi di Frutta i volumi risultano in aumento del 5,4% rispetto all'anno precedente mentre la categoria Yogurt presenta volumi in aumento del 19,1% rispetto all'anno precedente.

Mercato e prodotti

A fronte dell'aumento del prezzo del latte crudo che si è registrato nel corso del 2007 la consociata ha apportato aumenti dei listini di vendita (dopo 3 anni in cui questi ultimi sono rimasti sostanzialmente invariati). Nei primi mesi del 2007 si è provveduto al lancio di "Parmalat Full Cream" e "Low Fat Milk" per il mercato Horeca.

Anche il segmento dei succhi di frutta ha fatto registrare risultati al di sotto delle aspettative a causa del forte aumento nel costo di alcuni ingredienti.

Nonostante queste difficoltà, Parmalat SA continua ad avere una crescita superiore a quella del mercato.

Materie Prime e Packaging

La materia prima Latte subisce forti incrementi di prezzo, fenomeno che interessa la maggior parte dei paesi di presenza Parmalat nel mondo. Rispetto all'anno precedente sono stati praticati aumenti di prezzo per le categorie latte UHT, yogurt e dessert ed in maniera più accentuata su formaggi, burro e latte in polvere.

Nei prossimi anni, oltre alle difficoltà di approvvigionamento di latte crudo, si prevede un'ulteriore diminuzione della produzione di latte sul mercato africano di circa il 4% annuo che difficilmente potrà essere colmata con le importazioni sia a causa della scarsità della materia prima anche a livello internazionale, sia per il tasso di cambio sfavorevole.

Parmalat SA ha raggiunto un accordo con la principale cooperativa di allevatori del Sud Africa per la fornitura di latte crudo ad un prezzo predeterminato fino al termine del 2007.

Assetto produttivo

La SBU Africa ha 10 siti produttivi, 7 dei quali situati in Sud Africa.

Australia

€ ml	Set '06	Set '07	variazione	
Fatturato Netto	317,4	323,9	6,5	+2,0%
MOL	26,2	24,8	(1,4)	
<i>MOL %</i>	<i>8,3</i>	<i>7,7</i>	<i>-0,6 ppt</i>	

III Trim

€ ml	a.p.	a.c.		
Fatturato Netto	108,2	114,6	6,5	+6,0%
MOL	11,2	10,2	(1,1)	
<i>MOL %</i>	<i>10,4</i>	<i>8,9</i>	<i>-1,5 ppt</i>	

I volumi venduti risultano in calo del 6,5% rispetto allo stesso periodo 2006 ed in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 78% del totale venduto, registra volumi in calo del 8,6% verso lo stesso periodo di confronto.

Il calo dei volumi è imputabile principalmente alla forte concorrenza dei marchi a basso costo; l'ingresso aggressivo sul mercato del latte UHT e Pastorizzato da parte delle Private Label dei maggiori Distributori australiani ha provocato una forte contrazione dei prezzi di vendita.

I volumi venduti della categoria Yogurt risultano in aumento dell'1,6% rispetto all'anno precedente grazie soprattutto al buon andamento delle vendite realizzate attraverso il brand "Vaalia" (+10,2%).

La valuta locale (Aus\$) si apprezza di 1,6% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a 5,2 €ml; sul Mol è pari a 0,4 €ml.

Mercato e prodotti

Parmalat Australia continua a focalizzarsi sul mercato domestico per quanto riguarda la commercializzazione del latte pastorizzato, bevande a base latte, yogurt e dessert ed esporta prodotti a lunga conservazione (principalmente latte UHT) nelle regioni Pacifiche dell'Asia.

La consociata australiana sta concentrando la sua produzione su prodotti ad alto valore aggiunto come i latti aromatizzati, i prodotti funzionali e quelli specifici per le intolleranze

L'aumento del costo della materia prima latte ha portato all'incremento dei prezzi dei listini di vendita ma, di conseguenza, al calo della domanda di prodotti finiti; per frequenza e ampiezza gli incrementi dei listini di vendita degli ultimi mesi non hanno precedenti.

Materie Prime e Packaging

L'andamento della SBU Australia è condizionato dal forte incremento di prezzo del latte crudo dovuto alla carenza della materia prima a causa di una forte siccità, concentrata in particolare nell'area del Queensland (regione che rifornisce per il Latte UHT) e alla scarsa reperibilità sul mercato internazionale che genera una forte competizione per assicurarsi il latte disponibile.

Attraverso progetti di approvvigionamento, sono stati ridotti i costi dell'HDPE per bottiglie, dello zucchero e dei cartoni ondulati.

Assetto produttivo

Parmalat Australia conta 6 stabilimenti produttivi dislocati prevalentemente nell'est del Paese. Gli stabilimenti sono:

- Brisbane: produzione latte pastorizzato, latte UHT, Creme e Dessert, Yogurt
- Darwin: produzione latte pastorizzato e succhi di frutta
- Bendigo: produzione latte pastorizzato, succhi di frutta e prodotti fermentati
- Rowille: produzione latte pastorizzato
- Nambour: produzione latte pastorizzato
- Rockhampton: produzione latte pastorizzato e succhi di frutta

Andamento finanziario

Andamento del Gruppo

Alla fine del terzo trimestre 2007 la posizione finanziaria netta del Gruppo è migliorata di 497,6 milioni di euro, passando da una posizione di indebitamento finanziario netto di 170,0 milioni di euro al 31 dicembre 2006 ad una posizione di disponibilità finanziaria netta di 327,6 milioni di euro al 30 settembre 2007, già scontando un effetto cambio negativo pari a 8,6 milioni di euro. I valori di posizione finanziaria netta comprendono l'indebitamento netto delle controllate venezuelane, pari a 150,7 milioni di euro al 31 dicembre 2006 e a 144,8 milioni di euro al 30 settembre 2007.

All'interno della variazione della posizione finanziaria netta i debiti finanziari verso banche ed altri finanziatori si sono ridotti da un valore di 694,2 milioni di euro al 31 dicembre 2006 a un valore di 605,6 milioni di euro al 30 settembre 2007, principalmente in conseguenza di una gestione operativa che genera *cash flow* per il ripagamento dei debiti.

Le disponibilità liquide passano da 529,6 milioni di euro al 31 dicembre 2006 a un valore di 939,5 milioni di euro al 30 settembre 2007. Gran parte di tale liquidità, per un totale di 786,0 milioni di euro al 30.09.2007, è concentrata presso la Capogruppo.

Sul fronte del debito, in data 31.08.2007 la controllata portoghese ha sottoscritto una modifica del proprio contratto di finanziamento sindacato, a seguito della quale il numero di banche aderenti al sindacato passa da cinque a due e lo spread sul tasso d'interesse di riferimento si riduce da 1,5% a 0,875%.

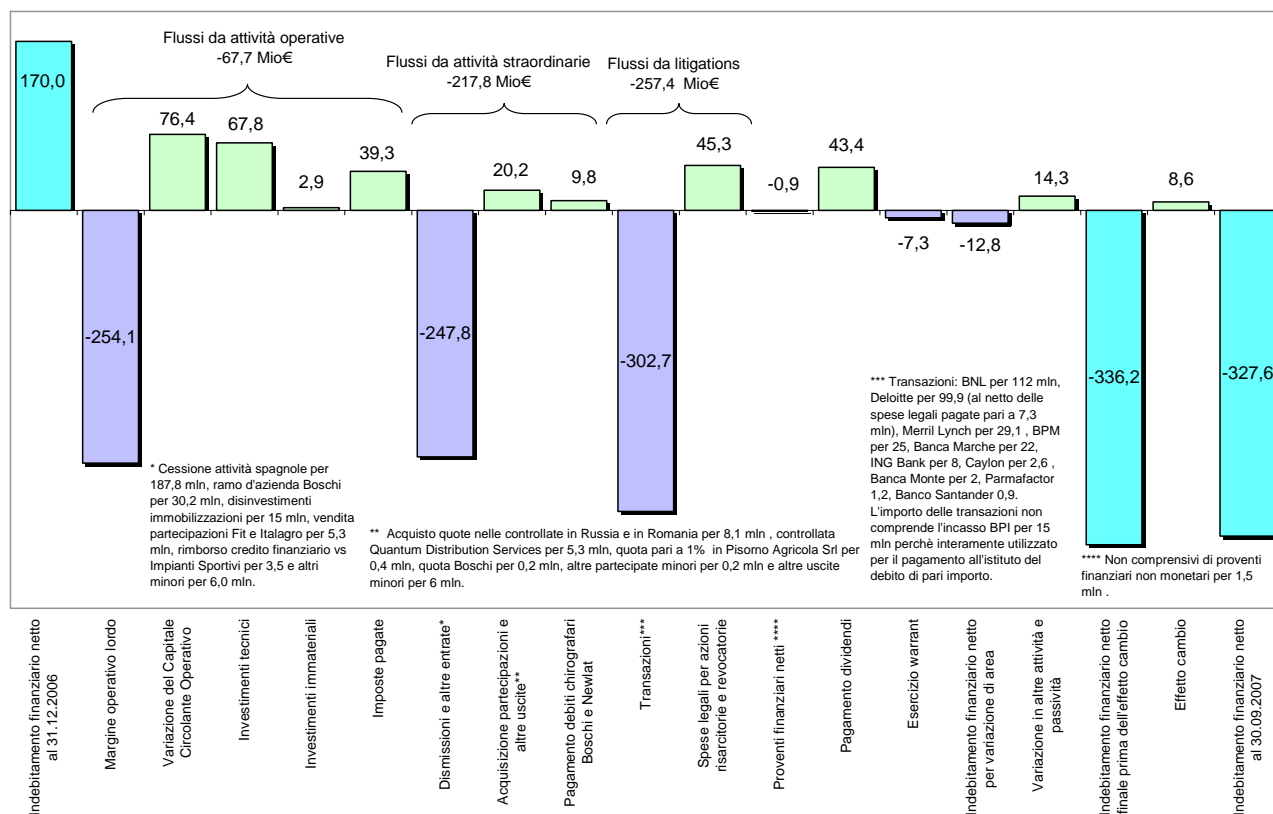
La generazione di cassa dalle attività operative, al netto della variazione del capitale d'esercizio netto, degli investimenti e del pagamento di imposte, è stata pari a 67,7 milioni di euro.

I flussi netti da attività non ricorrenti sono stati pari a 217,8 milioni di euro: comprendono incassi per 247,8 milioni di euro relativi a dismissioni di immobilizzazioni non strategiche di cui 187,8 milioni di euro relativi alla cessione delle attività spagnole, 30,2 milioni di euro derivanti dalla cessione delle attività di Boschi Luigi & Figli S.p.A. e 5,3 milioni di euro relativi alla cessione delle controllate portoghesi FIT e Itlagro.

I flussi da litigations sono stati pari a 257,4 milioni di euro: a fronte di spese legali per 45,3 milioni di euro si sono infatti registrati incassi pari a 302,7 milioni di euro derivanti dagli accordi transattivi raggiunti fra la fine dell'anno 2006 e il terzo trimestre 2007.

Infine si sono registrati proventi finanziari netti per 0,9 milioni di euro, pagamento di dividendi per 43,4 milioni di euro, incassi per 7,3 milioni di euro derivanti dall'esercizio di warrant, variazione di altre attività e passività con un effetto negativo per 14,3 milioni di euro ed un effetto positivo per 12,8 milioni di euro relativo alla variazione del perimetro di consolidamento.

Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 30 settembre 2007



Andamento della Capogruppo

La disponibilità finanziarie nette della Capogruppo passano da un valore di 341,4 milioni di euro al 31 dicembre 2006 a un valore di 785,7 milioni di euro al 30 settembre 2007.

La variazione è dovuta principalmente agli incassi derivanti dagli accordi transattivi di cui sopra.

Risorse Umane

Di seguito si illustra una sintesi della distribuzione, per area geografica, del Personale delle società consolidate integralmente, al 30 settembre 2007 rispetto al 30 giugno 2007 e al 31 dicembre 2006.

Totale dipendenti per area geografica*			
Area	30 settembre 2007	30 giugno 2007	31 dicembre 2006
Italia	2.991	3.032	3.074
Altre Europa	1.371	1.377	1.321
Canada	2.991	3.008	2.961
Centro e Sud America	3.624	3.699	3.730
Africa	2.200	2.180	2.225
Australia	1.448	1.475	1.452
Subtotale	14.625	14.771	14.763
Attività destinate alla vendita	-	277	1.332
Totale	14.625	15.048	16.095

* dipendenti delle società consolidate integralmente

Nel terzo trimestre del 2007, sono proseguiti i processi legati alla riorganizzazione delle strutture in conformità con il Programma di Ristrutturazione del Gruppo.

Questi, insieme alla conclusione delle campagne estive con la conseguente cessazione dei contratti stagionali, hanno determinato, nell'ultimo trimestre, una significativa diminuzione di Personale, rispetto al 30 giugno 2007.

Significativa, in tale contesto, è stata poi la vendita, perfezionatasi nel mese di luglio, del ramo d'azienda della Boschi Luigi e Figli, che contava 277 dipendenti.

Negli altri Paesi del Gruppo Parmalat il Personale è rimasto sostanzialmente invariato, fatta eccezione per il Sud Africa dove, in particolare in Zambia, il lieve incremento è dovuto al potenziamento dei reparti produttivi.

In Centro e Sud America e in particolare in Venezuela, invece, la diminuzione di Personale è dovuta alla prosecuzione dei processi legati alla ristrutturazione e cessione dei due stabilimenti, Machiques e Barquisimeto.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto è pari a 2.797,4 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 2.654,1 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 143,3 milioni di euro (+5,4%). Se si escludono il deprezzamento delle altre valute nei confronti dell'euro (103,2 milioni di euro) e la variazione dell'area di consolidamento, dovuta all'entrata nel Gruppo di Newlat S.p.A., Carnini S.p.A., Quantum Distribution Services PTY Ltd, Parmalat Paraguay SA e altre minori (101,2 milioni di euro) al netto dell'uscita di Italcinese S.p.A. (9,9 milioni di euro), il fatturato netto risulta pari a 2.809,3 milioni di euro, in aumento di 155,2 milioni di euro (+5,8%). Tale miglioramento è dovuto principalmente all'incremento, in Sudafrica, dei volumi di vendita di tutte le categorie prodotto (+3,2%), sostenuto dalla crescita economica del paese e dalla migliore penetrazione nel mercato, all'incremento, in Italia e Venezuela, dei volumi di vendita di succhi e in Canada, dei volumi di vendita dei formaggi (+10,0%).

Il margine operativo lordo è pari a 254,1 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 246,7 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 7,4 milioni di euro (+3,0%). Se si escludono il deprezzamento delle altre valute nei confronti dell'euro (10,2 milioni di euro) e la variazione dell'area di consolidamento, dovuta all'entrata nel Gruppo di Newlat S.p.A., Carnini S.p.A., e altre società minori (3,7 milioni di euro) al netto dell'uscita di Italcinese S.p.A. (-0,4 milioni di euro), il margine operativo lordo risulta pari a 260,2 milioni di euro, in aumento di 13,5 milioni di euro (+5,5%). Tale miglioramento è dovuto principalmente al miglior mix di vendita dei prodotti a più alto valore aggiunto ed alla riduzione dei costi di gestione, nonostante l'aumento, a livello mondiale, del costo di acquisto della materia prima latte solo parzialmente recuperato dall'aumento dei listini prezzi.

L'utile operativo netto è pari a 339,6 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 215,8 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 123,8 milioni di euro. Il risultato dei primi nove mesi del 2007, fatta eccezione per il margine operativo lordo (254,1 milioni di euro), è principalmente dovuto a proventi da azioni revocatorie e risarcitorie per 246 milioni di euro (69,0 milioni di euro nel 2006), a spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie per 43,6 milioni di euro (33,2 milioni di euro nel 2006), ad oneri correlati alle possibili passività insorgenti dal completamento del processo di liquidazione e di dismissione di alcune partecipate per 19 milioni di euro e ad oneri di ristrutturazione per 5,3 milioni di euro (1,8 milioni di euro nel 2007).

L'utile del Gruppo è pari a 276,3 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 97,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 179 milioni di euro. Tale incremento, fatta eccezione per quanto relativo al risultato operativo netto (+123,8 milioni di euro), è principalmente dovuto a minori oneri finanziari netti per 52,8 milioni di euro, per effetto della riduzione del costo medio del debito finanziario, della diminuzione dei debiti finanziari e dell'aumento, nella Capogruppo, della liquidità investita, al maggior risultato delle attività destinate alla vendita per 57,3 milioni di euro, parzialmente compensato, per 47,3 milioni di euro, dalle maggiori imposte correnti calcolate sui proventi da azione risarcitoria verso Deloitte & Touche S.p.A. e Dianthus S.p.A, Merrill Lynch, Graubuendner Kantonalbank.

Il capitale investito netto è pari a 1.980,2 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 2.221,7 milioni di euro del 31 dicembre 2006, di 241,5 milioni di euro. Tale decremento è principalmente dovuto alla cessione delle società spagnole per 165,8 milioni di euro e a minori crediti per transazioni su azioni revocatorie e risarcitorie per 71,7 milioni di euro.

L'indebitamento finanziario netto è migliorato significativamente nel corso dei nove mesi passando, da una posizione di indebitamento di 170 milioni di euro ad una disponibilità di 327,6 milioni di euro, con una variazione, rispetto al 31 dicembre 2006, di 497,6 milioni di euro, principalmente per effetto, dell'incasso del "Credito per transazioni su azioni revocatorie e risarcitorie" vantato nei confronti di Banca Nazionale del Lavoro (112 milioni di euro), dell'incasso di 190,7 milioni di euro in seguito al raggiungimento di accordi transattivi con Deloitte & Touche S.p.A. e Dianthus S.p.A. (99,9 milioni di euro al netto delle spese legali pagate pari a 7,3 milioni), con Merrill Lynch (29,1 milioni di euro), con il Gruppo Banca Popolare di Milano (25 milioni di euro), con Banca delle Marche S.p.A. (22 milioni di euro), con ING Bank (8 milioni di euro), con Caylor (2,6 milioni), con Banca Monte Parma S.p.A. (2 milioni di euro), con Parmafactor S.p.A. (1,2 milioni di euro), con Banco Santander Central Hispano (0,9 milioni di euro), dalla dismissione di attività non strategiche tra cui le società spagnole e il ramo di azienda di Boschi Luigi & Figli S.p.A. per 247,8 milioni di euro, dalla variazione dell'area di consolidamento per effetto principalmente della cessione delle società spagnole per 12,8 milioni di euro e dall'esercizio dei warrant per 7,3 milioni di euro. Tale miglioramento

tuttavia risulta parzialmente compensato dalla distribuzione di dividendi per 43,4 milioni di euro (di cui Capogruppo 41,2 milioni) e dal pagamento delle spese legali per azioni risarcitorie e revocatorie per 45,3 milioni di euro.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 2.279,8 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.014,1 milioni del 31 dicembre 2006, di 265,7 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile del periodo di 276,3 milioni di euro, dell'aumento di capitale di 7,3 milioni di euro e della conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 23,4 milioni di euro. Tale miglioramento risulta parzialmente compensato dalla distribuzione di dividendi per 41,2 milioni di euro.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	30.09.2007	30.09.2006 Restated (*)	30.09.2006
RICAVI TOTALI NETTI	2.816,4	2.676,5	3.002,6
Fatturato Netto	2.797,4	2.654,1	2.979,5
Altri ricavi	19,0	22,4	23,1
COSTI OPERATIVI	(2.553,1)	(2.424,5)	(2.745,3)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(2.220,1)	(2.109,4)	(2.391,5)
Costo del lavoro	(333,0)	(315,1)	(353,8)
Sub totale	263,4	252,0	257,3
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(9,3)	(5,3)	(5,7)
MARGINE OPERATIVO LORDO	254,1	246,7	251,6
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(69,6)	(62,8)	(73,7)
Altri oneri e proventi:			
- Spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie	(43,6)	(33,2)	(33,2)
- Costi di ristrutturazione	(5,3)	(1,9)	(10,9)
- Altri oneri e proventi	204,0	67,0	66,5
UTILE OPERATIVO NETTO	339,6	215,8	200,3
Proventi finanziari	45,8	18,1	20,6
Oneri finanziari ¹	(43,4)	(68,5)	(75,9)
Quota di risultato società valutate a patrimonio netto	(0,3)		
Altri proventi/(oneri) da partecipazioni	3,2	3,0	3,0
UTILE ANTE IMPOSTE	344,9	168,4	148,0
Imposte sul reddito del periodo	(106,0)	(47,7)	(47,1)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	238,9	120,7	100,9
Utile netto da attività destinate ad essere cedute	38,0	(19,3)	0,5
UTILE DEL PERIODO	276,9	101,4	101,4
(Utile)/perdita di terzi	(0,6)	(4,1)	(4,1)
Utile/(perdita) di gruppo	276,3	97,3	97,3
Attività in funzionamento:			
Utile/(Perdita) per azione base	0,1446	0,0714	
Utile/(Perdita) per azione diluito	0,1397	0,0692	

(*) A partire dal bilancio del 31 dicembre 2006 la società e il Gruppo hanno modificato la classificazione di alcuni costi promozionali relativi alla grande distribuzione. Tale cambiamento si è reso necessario per fornire una rappresentazione più aderente a quanto previsto dalla *best practice* di settore. L'effetto di tali riclassifiche è stato quello di rilevare alcuni costi promozionali, precedentemente iscritti tra le spese commerciali, a riduzione dei ricavi per vendite di beni. Si è pertanto proceduto a riclassificare le relative voci del conto economico dei primi nove mesi del 2006. Inoltre, a seguito della cessione di tutte le attività spagnole e del ramo di azienda di Boschi Luigi & Figli S.p.A. sono stati rideterminati i dati relativi ai primi nove mesi del 2006 riclassificando tutte le voci di conto economico relative a tali entità, all'interno della voce "Risultato netto da attività destinate ad essere cedute".

¹ Di cui oneri finanziari del Venezuela 8,2 milioni di euro per il 2007 e 9,0 milioni di euro per il 2006

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2007	31.12.2006
IMMOBILIZZAZIONI	1.994,3	2.158,5
Immateriali	1.271,6	1.290,5
Materiali	667,4	728,1
Finanziarie	10,1	99,3
Attività per imposte anticipate	45,2	40,6
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	3,9	24,2
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	474,0	545,4
Rimanenze	393,6	348,3
Crediti Commerciali	535,0	530,0
Altre Attività	301,8	406,6
Debiti Commerciali (-)	(504,1)	(521,0)
Altre Passività (-)	(252,3)	(218,5)
CAPITALE INVESTITI DEDOTTO LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.472,2	2.728,1
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(118,0)	(122,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(349,6)	(359,5)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(24,4)	(24,8)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.980,2	2.221,7
Finanziato da:		
PATRIMONIO NETTO	2.307,8	2.051,7
Capitale sociale	1.652,0	1.641,5
Riserva per passività convertibili esclusivamente in capitale sociale per opposizioni, passività in contestazione e insinuazioni tardive	221,8	224,9
Altre riserve	33,6	(44,5)
Utile / (Perdita) del periodo precedente	96,1	(0,3)
Utile del periodo	276,3	192,5
Patrimonio netto di terzi	28,0	37,6
(DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE)/INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	(327,6)	170,0
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori ¹	605,6	694,2
Debiti finanziari v/so partecipate	6,3	5,4
Altre attività finanziarie (-)	(727,7)	(207,8)
Disponibilità (-)	(211,8)	(321,8)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.980,2	2.221,7

¹ Di cui relativi al Venezuela 165,0 milioni di euro per il 2007 e 172,5 milioni di euro per il 2006

Parmalat S.p.A.

Il fatturato netto è pari a 646,1 milioni di euro, in aumento dell'1,4% rispetto ai 637,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006.

Il margine operativo lordo è pari a 52,5 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 50,7 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 1,8 milioni di euro. Tale miglioramento è stato ottenuto pur in presenza di una maggior incidenza degli accantonamenti al fondo svalutazione crediti (+ 4,0 milioni di euro).

L'utile operativo netto è pari a 186,6 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 72,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 114,4 milioni di euro. Tale incremento è principalmente dovuto al maggior volume di accordi transattivi raggiunti (246,0 milioni di euro contro 77,9 milioni di euro nei primi nove mesi del 2006), compensato da maggiori spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie per 10,4 milioni di euro, da maggiori stanziamenti su partecipazioni per 14,0 milioni di euro e oneri di ristrutturazione e altri minori per 6 milioni di euro.

Le imposte stanziare per 54,5 milioni di euro (tasso di incidenza del 24,8% sul risultato lordo escluso le attività destinate alla vendita), sono calcolate sul valore complessivo che tiene conto delle risarcitorie Deloitte, Meryll Lynch e parzialmente Graubuendner Kantonalbank completamente soggette a tassazione e delle altre transazioni su revocatorie, per un totale di 102,1 mio euro, che, di contro, non sono soggette ad imposta.

L'utile netto da attività destinate ad essere cedute (pari a 34,1 milioni di euro) deriva principalmente dall'operazione di cessione delle attività spagnole che ha generato una plusvalenza (al netto imposte relative) di circa 32,7 milioni di euro e dal plusvalore realizzato sulla cessione dei Marchi Pomì, Pomito e Pais nell'ambito dell'operazione della cessione delle attività della controllata Boschi (circa 2,3 milioni di euro).

L'utile del periodo è pari a 199,4 milioni di euro, in crescita, rispetto ai 67,7 milioni di euro dei primi nove mesi del 2006, di 131,7 milioni di euro.

L'attivo finanziario netto è migliorato significativamente nel corso del periodo passando, da una disponibilità di 341,4 milioni di euro a 785,7 milioni di euro, con una variazione, rispetto al 31 dicembre 2006, di 444,3 milioni di euro, principalmente correlata all'incasso dei crediti per transazioni su azioni revocatorie e risarcitorie presenti nel bilancio al 31 dicembre 2006 (112,0 milioni di euro), all'incasso di ulteriori transazioni concluse nel corso del 2007 (190,7 milioni di euro) nonché all'incasso del corrispettivo della vendita delle società spagnole (188,0 milioni di euro). Tale miglioramento tuttavia risulta parzialmente compensato dalla distribuzione di dividendi per 41,2 milioni di euro e dall'acquisto, dai soci di minoranza, di azioni delle controllate OAO Belgorodskij Molochnij Kombinat, Parmalat Romania SA e Boschi Luigi & Figli S.p.A. per 8,3 milioni di euro.

Il patrimonio netto della società è pari a 2.116,5 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 1.951,1 milioni del 31 dicembre 2006, di 165,4 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile del periodo di 199,4 milioni di euro, dell'esercizio warrant per 7,4 milioni di euro e della distribuzione di dividendi per 41,2 milioni di euro.

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	30.09.2007	30.09.2006 Restated (*)	30.09.2006
RICAVI TOTALI NETTI	663,2	661,2	780,7
Fatturato netto	646,1	637,2	756,7
Altri ricavi	17,1	24,0	24,0
COSTI OPERATIVI	(605,5)	(610,0)	(729,5)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(530,1)	(531,6)	(651,1)
Costo del lavoro	(75,4)	(78,4)	(78,4)
Sub totale	57,7	51,2	51,2
Svalutazione crediti e altri accantonamenti ¹	(5,2)	(0,5)	(0,5)
MARGINE OPERATIVO LORDO	52,5	50,7	50,7
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(23,8)	(14,3)	(14,3)
Altri oneri e proventi:			
- Spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie	(43,6)	(33,2)	(33,2)
- Costi di ristrutturazione	(1,0)		
- Accantonamento partecipate	(7,9)	(7,3)	(7,3)
- Altri oneri e proventi	210,4	76,4	76,4
UTILE OPERATIVO	186,6	72,2	72,2
Proventi finanziari	26,6	9,1	9,1
Oneri finanziari	(2,5)	(3,7)	(3,7)
Proventi/(Oneri) su partecipazioni	9,1	7,6	7,6
UTILE ANTE IMPOSTE	219,8	85,3	85,3
Imposte sul reddito del periodo	(54,5)	(17,8)	(17,8)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	165,3	67,5	67,5
Utile netto da attività destinate ad essere cedute	34,1	0,3	0,3
UTILE DEL PERIODO	199,4	67,7	67,7

(*) A partire dal bilancio del 31 dicembre 2006 la società e il Gruppo hanno modificato la classificazione di alcuni costi promozionali relativi alla grande distribuzione. Tale cambiamento si è reso necessario per fornire una rappresentazione più aderente a quanto previsto dalla *best practice* di settore.

L'effetto di tali riclassifiche è stato quello di rilevare alcuni costi promozionali, precedentemente iscritti tra le spese commerciali, a riduzione dei ricavi per vendite di beni. Si è pertanto proceduto a riclassificare le relative voci del conto economico dei primi nove mesi del 2006.

¹ di cui 1,9 milioni per chiusura delle concessionarie

Parmalat S.p.A.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2007	31.12.2006
IMMOBILIZZAZIONI	1.468,4	1.605,4
Immateriali	472,8	483,6
Materiali	141,7	138,0
Finanziarie	828,1	964,5
Attività per imposte anticipate	25,8	19,3
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,0	7,5
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	173,8	269,4
Rimanenze	43,2	36,1
Crediti Commerciali	233,6	225,7
Altre Attività	217,8	298,5
Debiti Commerciali (-)	(202,6)	(204,0)
Altre Passività (-)	(118,2)	(86,9)
CAPITALE INVESTITI DEDOTTO LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	1.642,2	1.882,3
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(37,1)	(40,6)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(251,9)	(209,2)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(22,4)	(22,8)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.330,8	1.609,7
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	2.116,5	1.951,1
Capitale sociale	1.652,0	1.641,5
Riserva per passività convertibili esclusivamente in capitale sociale per opposizioni, passività in contestazione e insinuazioni tardive	221,8	224,9
Altre riserve	43,3	(11,6)
Utile / (Perdita) del periodo precedente		(29,3)
Utile del periodo	199,4	125,6
(DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE)/INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	(785,7)	(341,4)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	11,5	12,5
Crediti (-) e debiti finanziari (+) verso Società del Gruppo	(11,2)	(7,1)
Altre attività finanziarie (-)	(725,4)	(206,0)
Disponibilità (-)	(60,6)	(140,8)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.330,8	1.609,7

Principi di consolidamento, criteri di valutazione e area di consolidamento

La relazione trimestrale consolidata del Gruppo Parmalat al 30 settembre 2007 è stata redatta secondo quanto disposto dal Regolamento Consob n. 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche, in conformità ai criteri di valutazione e di misurazione stabiliti dagli *International Financial Reporting Standards (IFRS)* emanati dall'*International Accounting Standard Board (IASB)* e adottati dalla Commissione Europea secondo la procedura di cui all'art. 6 del Regolamento (CE) n. 1606/2002 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 19 luglio 2002.

La Situazione Contabile Consolidata al 30 settembre 2007 non è sottoposta a revisione contabile.

Con riferimento all'area di consolidamento non risultano variazioni significative nel terzo trimestre 2007 rispetto alla situazione indicata al 30 giugno 2007.

Eventi significativi del terzo trimestre 2007

Cessione delle attività di Boschi Luigi & Figli S.p.A.

Boschi Luigi & Figli S.p.A., controllata di Parmalat, ha firmato, in data 21 maggio 2007, un contratto per il trasferimento del proprio ramo di azienda, avente ad oggetto le attività operative. Boschi opera nel settore della produzione, della trasformazione ed del confezionamento di prodotti a base di pomodoro, succhi di frutta e bevande a base di tè.

Il fatturato di Boschi per l'anno 2006 ammonta a circa euro 104 milioni.

Acquirente delle attività operative è una società di recente costituzione, partecipata da CIO (Consorzio Interregionale Ortofrutticolo) e Consorzio Casalasco.

Il prezzo pattuito è pari ad 30.180.000,00 euro di cui Boschi ha incassato, alla firma, una caparra confirmatoria pari a 1.509.000,00 euro.

Il nullaosta dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato rappresenta la condizione per l'efficacia e quindi per l'esecuzione dell'operazione.

Successivamente all'ottenimento del predetto nullaosta, nel mese di luglio, Boschi ha incassato il saldo del prezzo pattuito. Con il prezzo incassato potrà essere data piena esecuzione al concordato Boschi.

Cessione dei marchi Pomì, Pomito e Pais

Nel contesto della cessione delle attività operative da parte della controllata Boschi Luigi & Figli S.p.A., Parmalat ha firmato, in data 21 maggio 2007, un contratto per la cessione dei marchi Pomì, Pomito e Pais, a società di recente costituzione, partecipata da CIO (Consorzio Interregionale Ortofrutticolo) e da Consorzio Casalasco. Il prezzo pattuito per la cessione è pari a 2.320.000,00 euro di cui Parmalat ha incassato, alla firma, un acconto pari a 116.000,00 euro.

Il trasferimento dei marchi è avvenuto contestualmente al trasferimento del ramo d'azienda di proprietà di Boschi Luigi & Figli S.p.A. in quanto le due operazioni sono inscindibilmente collegate. Al momento del trasferimento, Parmalat ha incassato il saldo del prezzo.

Decisione della Corte d'Appello in relazione alla domanda di contribuzione presentata da Grant Thornton nei confronti di Parmalat in Amministrazione Straordinaria

La Corte di Appello del Secondo Circuito degli Stati Uniti ha in data 23 luglio confermato la decisione del tribunale distrettuale in base alla quale Grant Thornton International e Grant Thornton LLP ("Grant Thornton") sono autorizzate a presentare domanda di regresso nei confronti di Parmalat S.p.A. in A.S., in relazione alle domande presentate contro Grant Thornton dagli attori nella causa Parmalat Securities Litigation. La Corte ha specificato che l'esecutorietà di una eventuale sentenza spetterebbe comunque ai tribunali italiani.

Parmalat S.p.A. (Assuntore) ha peraltro precisato che si tratta di eventuali obbligazioni da lei, in ogni caso, non assunte nel Concordato.

Accordo di transazione tra Parmalat e Graubuendner Kantonalbank (“GKB”)

La causa per restituzione e risarcimento danni promossa dalla Parmalat S.p.A. nei confronti di Graubuendner Kantonalbank (Svizzera) è stata risolta transattivamente con pagamento da parte di GKB di Euro 20.750.000.

L'accordo transattivo è relativo a contestazioni sollevate da Parmalat con riferimento a pagamenti eseguiti prima del dicembre 2003 dal Gruppo Parmalat nell'ambito di talune operazioni finanziarie poste in essere tra Parmalat ora in Amministrazione Straordinaria e vari soggetti, italiani ed esteri, con il tramite di un ex dipendente della GKB nonché a pretese risarcitorie concernenti l'asserito concorso di GKB in operazioni finanziarie organizzate da Bank of America.

Parmalat rinuncia all'azione promossa innanzi al Tribunale di Parma e ad ogni altra iniziativa nei confronti della GKB, mentre le parti si sono riservate ogni iniziativa nei confronti di tutti coloro che non sono parte di questa transazione.

Accordo di transazione tra Parmalat e Calyon (già Credit Agricole Indosuez, S.A.)

La causa revocatoria fallimentare promossa dalla Parmalat S.p.A. nei confronti di Calyon (già Credit Agricole Indosuez, S.A.) è stata risolta transattivamente con pagamento da parte di Calyon di circa 2,63 milioni di euro e rinuncia della stessa all'insinuazione allo stato passivo, spese compensate.

Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2007

Contenzioso negli Stati Uniti contro Citibank

In data 2 ottobre 2007 il Tribunale di Bergen County, New Jersey, ha nuovamente respinto l'istanza di rigetto promossa da Citibank della causa iniziata da Parmalat S.p.A. contro Citibank e ha fissato la data del dibattimento che inizierà il 5 maggio 2008.

Accordo di transazione tra Parmalat e Banca IFIS S.p.A.

Nel mese di ottobre 2007, Parmalat S.p.A. ha raggiunto un accordo transattivo con Banca IFIS S.p.A. volto a dirimere tutte le pretese aventi origine da operazioni effettuate nel periodo antecedente l'ammissione di Parmalat S.p.A. alla procedura di Amministrazione Straordinaria. In esecuzione di tale accordo ed a fronte della rinuncia all'azione revocatoria fallimentare nonché ad ogni altra pretesa, anche se non ancora azionata, Banca IFIS corrisponderà la somma di 2 milioni di euro, con rinuncia all'insinuazione al passivo del credito riveniente da tale restituzione.

Prevedibile evoluzione della gestione

L'evoluzione dei primi nove mesi dell'anno risulta in linea con le previsioni, nonostante l'andamento non favorevole del Venezuela, e l'incremento del costo di acquisto del latte.

Si prevede tuttora che, su base annua, l'incremento dell'EBITDA sia di circa il 7 – 10% rispetto all'esercizio precedente.

Dichiarazione del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari (art. 154 bis comma 2, TUF)

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Luigi De Angelis, 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
Dott. Luigi De Angelis



Sede: Via O. Grassi 26, Collecchio (PR), Italia
Tel.: 0521 / 8081
Cap. Soc.: 1.651.997.435 euro i.v.
R.E.A. Parma n. 228069
Reg. Imprese Parma n. 04030970968
Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

Contatti societari:
E-mail: affari.societari@parmalat.net

Investor Relation:
E-mail: c.girelli@parmalat.net

