



Resoconto Intermedio di Gestione

al 30 settembre 2010



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005

Indice

ORGANI SOCIETARI.....	5
DATI DI SINTESI.....	7
ANDAMENTO ECONOMICO DELLA GESTIONE.....	8
ANDAMENTO FINANZIARIO	29
RISORSE UMANE	30
COMMENTI AI RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	31
EVENTI SIGNIFICATIVI DEL TERZO TRIMESTRE 2010	37
FATTI AVVENUTI DOPO IL 30 SETTEMBRE 2010	37
PREVEDIBILE EVOLUZIONE DELLA GESTIONE	40
ATTESTAZIONE AI SENSI DELL'ART. 154 BIS, COMMA 2 DEL D. LGS 58/98 E SUCCESSIVE MODIFICHE.....	40

Organi Societari

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
Renato Colavolpe

Dati di sintesi

Principali dati economici

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	Progressivo al 30 settembre 2010	Progressivo al 30 settembre 2009	III Trimestre 2010	III Trimestre 2009
- FATTURATO NETTO	3.117,0	2.847,4	1.090,8	999,3
- MARGINE OPERATIVO LORDO	265,0	265,3	90,5	103,7
- UTILE OPERATIVO NETTO	253,3	356,0	76,6	67,5
- UTILE DEL PERIODO	200,8	285,5	52,2	36,3
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	8,0	12,4	7,0	6,7
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	6,4	10,0	4,7	3,6
SOCIETA'				
- FATTURATO NETTO	607,1	618,2	210,1	201,7
- MARGINE OPERATIVO LORDO	57,1	59,9	20,2	18,4
- UTILE OPERATIVO NETTO	62,6	193,3	17,9	(1,1)
- UTILE DEL PERIODO	90,2	228,2	12,5	(0,4)
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	9,9	30,4	8,2	(0,5)
- UTILE DEL PERIODO /RICAVI (%)	14,2	35,9	5,7	(0,2)

Principali dati finanziari

(importi in milioni di euro)

GRUPPO	30.09.2010	30.06.2010	31.12.2009
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	1.349,3	1.297,6	1.384,6
- ROI (%) ¹	17,3	17,9	37,1
- ROE (%) ¹	8,1	9,0	17,1
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,7	0,7	0,7
- PFN/PATRIMONIO	(0,4)	(0,4)	(0,4)
SOCIETA'			
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	1.382,7	1.380,1	1.486,8
- ROI (%) ¹	13,0	14,0	63,6
- ROE (%) ¹	4,3	5,5	13,4
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,9	0,9	0,9
- PFN/PATRIMONIO	(0,5)	(0,5)	(0,5)

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. Nell'esposizione degli scostamenti e delle incidenze percentuali possono visualizzarsi differenze apparenti dovute esclusivamente all'effetto degli arrotondamenti.

Gruppo

Il contesto macroeconomico globale continua ad essere caratterizzato da una ripresa lenta e a due velocità; la crescita dei paesi emergenti appare sostenuta, mentre la ripresa di gran parte delle economie avanzate è limitata, anche a causa dei problemi dell'indebitamento di alcuni Paesi.

In tale contesto, il Gruppo, che pure opera in un mercato tendenzialmente anticiclico, ha registrato un andamento migliore nei Paesi non europei, ulteriormente sostenuto da un effetto cambio traslativo favorevole. Fa eccezione il Venezuela che soffre di problemi economico-finanziari e iperinflattivi.

Infine, anche in mercati con crescita più sostenuta permane la forte attenzione da parte dei consumatori al rapporto fra prezzo e qualità percepita del prodotto, che impone strategie commerciali particolarmente accorte.

Il Gruppo Parmalat mostra nei primi nove mesi del 2010 un aumento del fatturato netto e un margine operativo lordo in linea rispetto all'anno precedente.

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	3.117,0	2.847,4	269,7	+9,5%
MOL	265,0	265,3	(0,3)	-0,1%
<i>MOL %</i>	<i>8,5</i>	<i>9,3</i>	<i>-0,8 ppt</i>	

(in milioni di euro)	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.090,8	999,3	91,5	+9,2%
MOL	90,5	103,7	(13,2)	-12,8%
<i>MOL %</i>	<i>8,3</i>	<i>10,4</i>	<i>-2,1 ppt</i>	

Il fatturato netto, rispetto all'analogo periodo 2010, presenta un incremento (+9,5%) soprattutto per i seguenti fattori:

- la buona performance di Canada e Australia anche grazie al consolidamento delle attività di Parmalat Food Products, acquisite nel luglio 2009 (delta perimetro);
- l'effetto cambio che presenta due fenomeni sostanziali: l'indebolimento dell'euro nei confronti di quasi tutte le valute dei principali Paesi, che ha avuto impatto positivo sui risultati economici, e la svalutazione del bolivar venezuelano, che in parte ne ha ridotto il beneficio;
- l'andamento negativo dei volumi, soprattutto in Venezuela, la scelta di razionalizzazione del portafoglio prodotti a minor margine in Sud Africa (latte UHT prodotto per le *private label*, succhi di frutta freschi e latte pastorizzato), nonché il calo dei volumi in particolare nelle bevande a base frutta in Italia essenzialmente per i fattori climatici, compensano parzialmente il *trend* positivo sopra esposto.

Il margine operativo lordo risulta pari a 265,0 milioni di euro, in linea con i 265,3 milioni dei primi nove mesi 2009.

Il Gruppo continua a registrare una forte pressione competitiva da parte dei concorrenti e delle marche private, ma mantiene la redditività anche grazie agli aumenti dei listini prezzi e nonostante il maggior utilizzo della leva commerciale e di quella pubblicitaria.

I dati a cambi e perimetro costanti sono i seguenti:

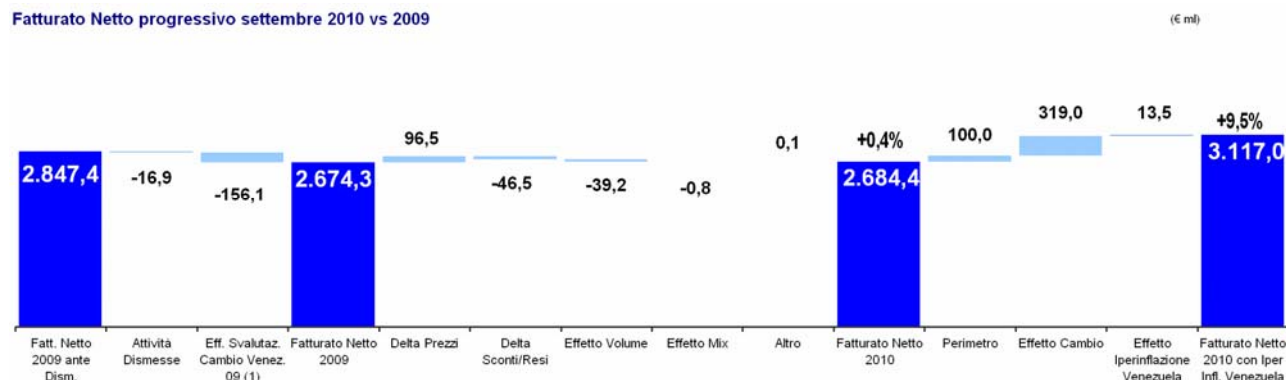
(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	2.684,4	2.674,3	10,1	+0,4%
MOL	234,5	243,9	(9,4)	-3,8%
MOL %	8,7	9,1	-0,4 ppt	

Il perimetro costante si ottiene escludendo le attività acquisite in Australia nel corso del terzo trimestre 2009 e non considerando, nel 2009, il contributo del Nicaragua le cui attività operative sono state cedute alla fine dell'anno; inoltre i dati 2009 sono stati ricalcolati considerando l'effetto dovuto all'adeguamento del tasso ufficiale avvenuto in data 8 gennaio 2010 a seguito dell'intervento del Governo venezuelano che ha deciso la svalutazione del cambio di riferimento portandolo da 2,15 a 4,30 bolivar fuerte (VEF) per dollaro statunitense.

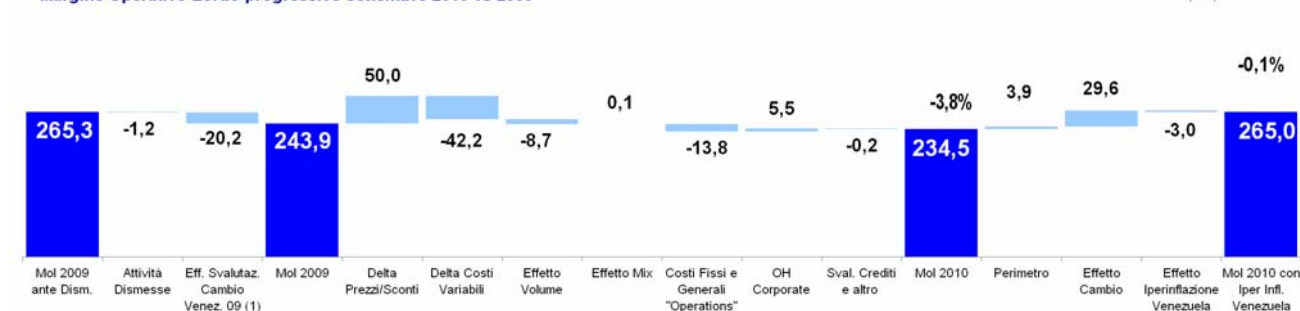
La tabella a dati costanti non include l'effetto della contabilità per inflazione del Venezuela. A seguito dell'alta inflazione che in Venezuela ha superato la soglia del 100% negli ultimi tre anni, i dati per l'anno 2010 recepiscono gli aggiustamenti contabili previsti dall'International Accounting Standard 29, che disciplina la rideterminazione dei valori di bilancio con l'eccezione dei valori monetari applicando un indice generale dei prezzi, per i paesi ad alta inflazione.

Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

Fatturato Netto progressivo settembre 2010 vs 2009



Margine Operativo Lordo progressivo settembre 2010 vs 2009



(1) Dati 2009 ricalcolati recependo gli effetti della svalutazione del Bolivar Fuerte verso il dollaro (4,3 VEF = 1 US\$) intervenuta l'8 gennaio 2010

Dati per Area Geografica

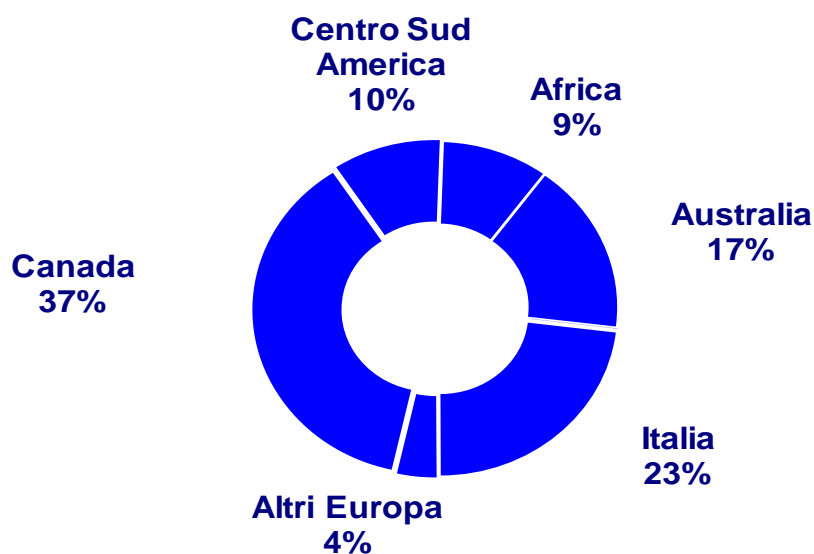
(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010			Progressivo al 30 Settembre 2009		
Aree	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %
Italia	717,0	74,3	10,4	748,2	88,7	11,9
Altri Europa	111,3	9,9	8,9	100,9	15,6	15,5
Canada	1.162,2	106,5	9,2	987,1	87,2	8,8
Africa	298,2	25,6	8,6	254,7	13,8	5,4
Australia ¹	524,3	46,0	8,8	340,5	30,2	8,9
Centro Sud America	304,9	14,5	4,8	416,8	47,2	11,3
Altro ²	(0,9)	(11,9)	n.s.	(0,7)	(17,3)	n.s.
Gruppo	3.117,0	265,0	8,5	2.847,4	265,3	9,3

Le Aree rappresentano il dato consolidato dei paesi

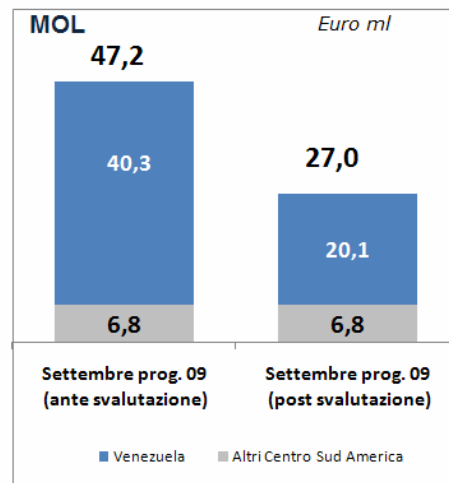
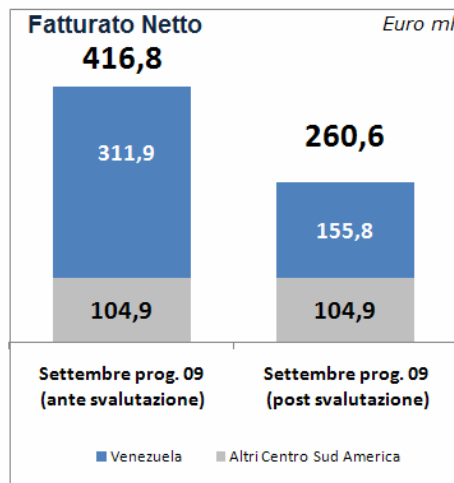
1. I dati relativi al 2010 includono ricavi netti per 140,2 milioni di euro e margine operativo lordo per 4,8 milioni di euro relativi all'acquisizione delle nuove attività, avvenuta nel corso del terzo trimestre 2009

2. Include i costi della Capogruppo, altre società minori ed elisioni fra aree

Fatturato Netto per Area



I dati progressivi al 30 Settembre 2009 del Centro Sud America contengono il Venezuela valutato a cambio storico (ante svalutazione). La tabella sottostante mostra l'area centro sud America con i dati Venezuela 2009 ricalcolati considerando l'effetto svalutazione del cambio.



Dati Per Divisione Prodotto

<i>(in milioni di euro)</i>						
Divisioni	Progressivo al 30 Settembre 2010			Progressivo al 30 Settembre 2009		
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %
Latte ¹	1.851,6	134,4	7,3	1.671,7	137,3	8,2
Bevande Base Frutta ²	195,9	29,2	14,9	244,9	48,5	19,8
Derivati del Latte ³	992,6	111,4	11,2	878,1	92,1	10,5
Altro ⁴	76,9	(10,0)	(13,0)	52,7	(12,6)	(23,8)
Gruppo	3.117,0	265,0	8,5	2.847,4	265,3	9,3

1 Include latte, panne e besciamelle

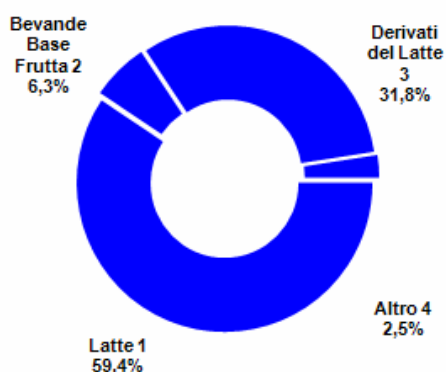
2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

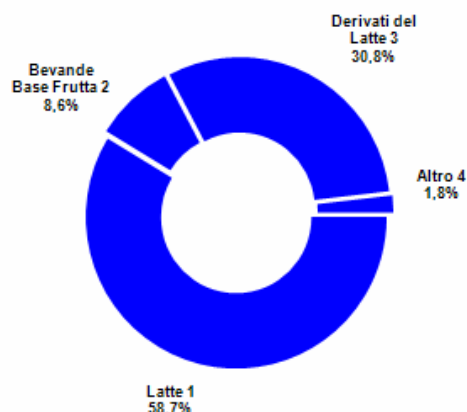
4 Include altri prodotti, effetti Iperinflazione Venezuela e costi della Capogruppo

Fatturato Netto per divisione Prodotto

Progressivo al 30 Settembre 2010



Progressivo al 30 Settembre 2009



1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggi

4 Include altri prodotti ed effetti Iperinflazione Venezuela

La seguente tabella mostra i dati progressivi al 30 settembre 2009 considerando l'effetto svalutazione del cambio del Venezuela:

<i>(in milioni di euro)</i>						
Divisioni	Progressivo al 30 Settembre 2010			Progressivo al 30 Settembre 2009 (post Svalutazione Venezuela)		
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %
Latte ¹	1.851,6	134,4	7,3	1.602,9	143,6	9,0
Bevande Base Frutta ²	195,9	29,2	14,9	190,3	28,9	15,2
Derivati del Latte ³	992,6	111,4	11,2	845,4	86,5	10,2
Altro ⁴	76,9	(10,0)	(13,0)	52,6	(13,9)	(26,5)
Gruppo	3.117,0	265,0	8,5	2.691,2	245,1	9,1

Investimenti

Nei primi nove mesi del 2010 gli investimenti risultano pari a 85 milioni di euro. Di seguito i principali investimenti.

- **Italia (31,7 milioni).** Miglioramento della qualità e della sicurezza alimentare dei processi produttivi, nuove linee di confezionamento a Collecchio, Albano, Zevio e Roma, miglioramento della sicurezza operativa in rispetto delle normative, adeguamenti igienico sanitari a Ragusa, rinnovo della rete distributiva per la consegna dei prodotti freschi.
L'incremento degli investimenti rispetto a quelli effettuati nel periodo precedente (pari a 13,7 milioni), è stato anche favorito dall'agevolazione fiscale prevista dall'art. 5 D.L. 01/07/2009 n. 78 (Tremonti – Ter) per gli investimenti realizzati fino al 30 giugno 2010.
- **Canada (19,1 milioni).** Incremento produttivo dell'impianto latte a Brampton, degli impianti per la produzione di formaggio a Winchester e Victoriaville, completamento dei lavori di ripristino dello stabilimento di Victoriaville, adeguamenti normativi, miglioramento della logistica primaria e rinnovo della rete distributiva.
- **Australia (18,1 milioni).** Installazione di una nuova linea *drinking yogurt*, consolidamento delle linee di produzione "Dairy products" a Bendigo, incremento capacità produttiva latte conseguente all'incremento dei volumi ed investimenti nell'area commerciale e distributiva.
- **Centro e Sud America (6,7 milioni).**
In **Venezuela (3,7 milioni)**, aumento della capacità produttiva nell'area UHT e yogurt a Miranda, aumento capacità produttiva della cremeria a Quenaca, ampliamento delle celle frigorifere nelle aree di spedizione, ripristino di assets ed ampliamento degli stabilimenti.
In **Colombia (2,6 milioni)**, completamento dei lavori di potenziamento stabilimento di Chia, ripristino assets ed aggiornamento tecnologico applicato ai processi produttivi degli stabilimenti.

Italia

In un contesto di debole ripresa economica, la fiducia e la propensione all'acquisto dei consumatori rimangono basse. I consumi alimentari sono in flessione e in molti mercati si assiste ad una generalizzata diminuzione dei prezzi, per l'aumento delle attività promozionali e lo sviluppo delle *private label* e del canale discount.

Mercati e prodotti

Il mercato del **latte UHT** registra un *trend* leggermente negativo rispetto all'anno precedente a volume (-0,5%), e più marcato a valore (-3%) a causa della crescita della pressione promozionale e delle conseguenti riduzioni di prezzo.

In tale ambito Parmalat mantiene la propria posizione di leader nel mercato con una quota stabile a valore del 34,9%.

Il mercato del **latte pastorizzato** (che include il latte microfiltrato) evidenzia un *trend* negativo (-1,9% a volume) principalmente a causa della riduzione del volume d'affari del canale tradizionale. Il canale moderno registra invece un aumento a volume (+1,5%), con una flessione a valore (-2,5%) a causa di una maggiore competizione sulla leva prezzo che ha coinvolto le marche private e tutti i principali operatori; la quota a valore di Parmalat, in crescita di quasi un punto, si attesta al 25,6% nel canale della distribuzione moderna.

Il mercato dello **yogurt** registra una crescita a volume pari al +5,4% e a valore +2,8% anche grazie al maggior ricorso alla leva promozionale che si mantiene particolarmente alta.

Parmalat ha registrato la riduzione della propria quota di mercato a valore, attualmente pari al 5,7%.

Il mercato delle **bevande base frutta** registra un *trend* particolarmente negativo, rispetto al 2009, sia a volume (-5,6%) che a valore (-4,5%) essenzialmente per condizioni climatiche particolarmente sfavorevoli soprattutto nei mesi di maggio e giugno. Parmalat, con il marchio *Santàl*, registra una lieve flessione della quota di mercato a valore.

Nella tabella che segue sono sintetizzate le quote di mercato della SBU Italia nei principali segmenti in cui è presente:

Prodotti	Quote a valore
Latte UHT	34.9%
Latte pastorizzato ¹	25,6%
Yogurt	5,7%
Bevande frutta	15.4%

Fonte: Nielsen – IRI Tot Italia no Discount al 3 Ottobre 2010

¹Fonte: Nielsen Canale Moderno

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	717,0	748,2	(31,1)	-4,2%
MOL	74,3	88,7	(14,4)	-16,3%
<i>MOL %</i>	<i>10,4</i>	<i>11,9</i>	<i>-1,5 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	238,9	242,5	(3,6)	-1,5%
MOL	24,5	27,0	(2,5)	-9,3%
<i>MOL %</i>	<i>10,2</i>	<i>11,1</i>	<i>-0,9 ppt</i>	

I volumi venduti risultano in calo dell'1,9% rispetto all'anno precedente e nello specifico il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 35% del venduto, risulta sostanzialmente in linea con l'anno precedente così come il latte UHT che rappresenta circa il 42%; le bevande a base frutta risultano in calo del 7,0% per effetto principalmente dei fattori climatici.

Il margine operativo lordo risulta in diminuzione del 16,3% principalmente a seguito di:

- maggiori costi della materia prima latte in parziale riassorbimento attraverso un aumento dei prezzi a partire dal mese di settembre;
- maggiori sconti promozionali nel latte pastorizzato tradizionale per rispondere alle iniziative della concorrenza;
- problematiche tecniche e commerciali della controllata Latte Sole.

Tali risultati sono stati solo in parte compensati da risparmi sui costi fissi.

Il margine operativo lordo include sia i costi imputabili all'incendio avvenuto nella società Centrale del Latte di Roma all'inizio del mese di agosto, che i proventi relativi ai rimborsi assicurativi, al netto delle franchigie (di 750.000 euro).

Altri Europa

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	111,3	100,9	10,5	+10,4%
MOL	9,9	15,6	(5,7)	-36,4%
<i>MOL %</i>	<i>8,9</i>	<i>15,5</i>	<i>-6,6 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	38,8	33,0	5,8	+17,5%
MOL	3,4	5,0	(1,6)	-32,8%
<i>MOL %</i>	<i>8,7</i>	<i>15,2</i>	<i>-6,5 ppt</i>	

Russia

I volumi venduti risultano complessivamente in aumento del 20,1% rispetto allo stesso periodo del 2009. Nello specifico i volumi del latte UHT, che con gli aromatizzati rappresentano quantitativamente il 37% del venduto, risultano in aumento del 37,8% rispetto al 2009; le bevande a base frutta sono in calo del 2,6%.

La redditività della SBU, nonostante l'aumento delle vendite rispetto all'anno precedente, è stata condizionata dalle tensioni sui costi di acquisto della materia prima latte. Tale fenomeno è stato, in parte, compensato dai risparmi ottenuti sugli acquisti in valuta estera di packaging e di ingredienti.

La valuta locale (rublo) si apprezza del 10,2% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto sul fatturato è pari a 6,3 milioni di euro; sul Mol è pari a 0,5 milioni.

Portogallo

Il mercato è influenzato dall'andamento dell'economia del paese e lo scenario si presenta difficile per lo scarso potere d'acquisto da parte dei consumatori; in tale contesto si è assistito ad un rafforzamento delle *private label* che hanno adottato una politica di abbassamento dei prezzi.

Il fatturato netto 2010, pari a 42,9 milioni di euro, risulta in calo del 5,2% rispetto all'anno precedente sia a causa della diminuzione dei prezzi netti di vendita che a seguito della contrazione dei volumi, risultati in calo del 6,6% rispetto all'anno precedente.

Romania

In un contesto di recessione del paese le vendite delle bevande a base frutta della consociata, posizionata su una fascia "*Premium Price*", sono risultate in contrazione dell'8,7% rispetto al 2009.

Nonostante la contrazione sia del fatturato che dei volumi di vendita, la SBU presenta una redditività percentuale in aumento, rispetto all'anno precedente, dovuta sia alla rivalutazione della valuta locale nei confronti dell'euro con effetti positivi sugli acquisti in valuta che alla implementazione dei progetti di riduzione costi.

Canada

Il paese è uscito dalla crisi economica più velocemente rispetto ad altri paesi occidentali grazie da un lato ad una condizione di maggiore solidità finanziaria a livello di settore pubblico, istituzioni finanziarie e famiglie, dall'altro all'effetto espansivo derivante dalla domanda asiatica di materie prime. Negli ultimi mesi l'economia del paese sta subendo un rallentamento in linea con l'economia degli Stati Uniti, principale partner commerciale del Canada.

Il mercato alimentare si presenta estremamente competitivo con forti investimenti pubblicitari da parte dei principali *competitor* e con la sempre più frequente ricerca da parte dei consumatori di prodotti promozionati.

Mercati e prodotti

Il mercato del latte pastorizzato è stabile rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e Parmalat registra un leggero aumento di quota in particolare grazie alle performance molto positive nel segmento "microfiltrato" (40,7% quota volume; +3,8 punti percentuali vs AP) e alla costante crescita nel segmento "alta digeribilità" dove la quota a volume di Parmalat è ora pari a 39,0%.

Nel corso del trimestre è stato ultimato il processo di migrazione di tutti i prodotti premium sotto il *brand* Lactantia e di tutti i prodotti base sotto il *brand* Beatrice che ha portato anche ad una razionalizzazione del portafoglio prodotti.

Nel mercato dei formaggi che risulta in crescita, Parmalat continua a mantenere la propria posizione crescendo nel segmento più importante dei "*natural cheese*" e confermando la posizione di leader in quello degli "*snack cheese*".

In sensibile crescita il consumo di yogurt (+6% nel periodo considerato) e, in tale categoria, Parmalat continua a recuperare quota dopo le perdite di volumi subite nella prima parte del 2010.

In un mercato ad alto tasso di innovazione, Parmalat si è dimostrata molto attiva lanciando nuovi prodotti nel segmento degli yogurt funzionali.

Oltre a difendere la propria forte posizione in Ontario, Parmalat continua ad aumentare la penetrazione nel Quebec.

Prodotti	Quote a valore
Latte Pastorizzato	20,1%
Yogurt	13,1%
Formaggi Snack	38,0%
Formaggi "Natural"	16,5%

Fonte: ACNielsen, MarketTrack, National Grocery Banner+Drug+Mass Merch

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.162,2	987,1	175,1	+17,7%
MOL	106,5	87,2	19,4	+22,2%
<i>MOL %</i>	<i>9,2</i>	<i>8,8</i>	<i>0,3 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in milioni di val loc)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.584,1	1.572,8	11,3	+0,7%
MOL	145,2	138,9	6,3	+4,6%
<i>MOL %</i>	<i>9,2</i>	<i>8,8</i>	<i>0,3 ppt</i>	

La valuta canadese si apprezza del 14,5% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a 168,0 milioni di euro mentre sul Mol è pari a 15,4 milioni.

Di seguito si evidenziano i risultati relativi all'andamento del terzo trimestre:

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	413,0	348,5	64,6	+18,5%
MOL	41,7	36,1	5,7	+15,7%
<i>MOL %</i>	<i>10,1</i>	<i>10,4</i>	<i>-0,2 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in milioni di val loc)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	555,0	547,8	7,2	+1,3%
MOL	56,2	56,9	(0,7)	-1,2%
<i>MOL %</i>	<i>10,1</i>	<i>10,4</i>	<i>-0,3 ppt</i>	

I volumi venduti nei primi nove mesi dell'anno risultano in linea con l'anno precedente e nello specifico il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 58% del venduto, risulta in linea con l'anno precedente. I volumi dei formaggi risultano in aumento del 2,3% rispetto al 2009 mentre quelli dello yogurt sono in aumento del 3,5%; il mantenimento dei volumi in un ambiente competitivo difficile è stato raggiunto grazie a maggiori investimenti promo-pubblicitari principalmente sulla categoria yogurt.

Africa

<i>(in milioni di euro)</i> ¹	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	298,2	254,7	43,5	+17,1%
MOL	25,6	13,8	11,9	+86,4%
<i>MOL %</i>	<i>8,6</i>	<i>5,4</i>	<i>3,2 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	106,2	89,2	17,0	+19,0%
MOL	8,4	7,6	0,8	+11,1%
<i>MOL %</i>	<i>7,9</i>	<i>8,5</i>	<i>-0,6 ppt</i>	

1) I dati sono riportati in euro in quanto consolidano le valute dei paesi: Sud Africa, Mozambico, Bostwana Zambia e Swaziland

Sud Africa

I segnali di miglioramento delle condizioni economiche hanno determinato un parziale recupero del clima di fiducia da parte dei consumatori.

Il mercato del formaggio registra un calo a volume (-4% vs. AP) ed un aumento a valore (+8,8%) rispetto all'anno precedente. In tale contesto, Parmalat Sud Africa rafforza la propria quota a volume mantenendo costante quella a valore, nonostante la crescente offerta di prodotti a basso prezzo sul mercato.

Continua il *trend* favorevole del mercato dello yogurt (+8,4% a volume) mentre la consociata conferma la perdita di quota di mercato registrata nel primo semestre.

Il mercato del latte UHT mostra una flessione dei volumi (-2,5%) anche per l'aumento dei prezzi registrato nel periodo (+9%). La consociata perde quota a valore nei confronti del 2009 che era stato caratterizzato da una particolare spinta promozionale.

Prodotti	Quote a valore
Latte UHT	18,9%
Yogurt	15,2%
Formaggi	38,0%
Bevande base frutta	5,2%

Fonte: Synovate (Settembre 2010)

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	254,9	221,4	33,5	+15,2%
MOL	22,8	9,9	12,9	+130,9%
<i>MOL %</i>	<i>8,9</i>	<i>4,5</i>	<i>4,5 ppt</i>	

Dati in valuta locale

(in milioni di val loc)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	2.503,7	2.631,8	(128,1)	-4,9%
MOL	223,6	117,2	106,4	+90,7%
<i>MOL %</i>	<i>8,9</i>	<i>4,5</i>	<i>4,5 ppt</i>	

Di seguito si evidenziano i risultati relativi all'andamento del terzo trimestre:

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	90,1	76,7	13,4	+17,4%
MOL	7,1	5,7	1,4	+23,9%
<i>MOL %</i>	<i>7,9</i>	<i>7,5</i>	<i>0,4 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in milioni di val loc)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	854,6	859,2	(4,5)	-0,5%
MOL	67,0	66,7	0,3	+0,4%
<i>MOL %</i>	<i>7,8</i>	<i>7,8</i>	<i>0,1 ppt</i>	

I volumi complessivamente venduti nei primi nove mesi risultano in calo del 21,1% rispetto all'anno precedente anche a causa della dismissione di alcune produzioni per conto delle *private label* e all'uscita da alcune categorie non remunerative quali i succhi freschi e il latte pastorizzato.

La consociata ha ottenuto importanti miglioramenti in termini di marginalità, grazie alla strategia di razionalizzazione delle produzioni per le *private label* e di focalizzazione sui *brand* maggiormente profittevoli, sui quali è stata applicata una politica di prezzo più remunerativa.

La valuta locale rand si è apprezzata del 17,4% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente. L'impatto cambio sul fatturato è pari a 44,3 milioni di euro; sul Mol è pari a 4,0 milioni.

Altri Africa

Il fatturato netto si attesta a 52,9 milioni di euro in aumento di 11,4 euro milioni rispetto all'anno precedente; il margine operativo lordo è pari a 2,9 milioni di euro in diminuzione di 1,0 milioni di euro rispetto al 2009.

I volumi degli altri paesi africani (Swaziland, Mozambico, Botswana e Zambia) sono risultati complessivamente in aumento rispetto all'anno precedente, con l'unica eccezione del Mozambico; il fatturato netto, a cambi costanti, risulta in crescita per tutti i paesi.

In **Zambia**, paese nel quale Parmalat detiene posizioni di assoluta leadership nel mercato del latte con un fatturato di 24,4 milioni di euro, si registrano risultati positivi sia in termini di volumi (+18,1%) che di fatturato netto.

In **Mozambico** la consociata, leader di mercato nelle bevande a base frutta, presenta un fatturato netto pari a 8,1 milioni in crescita, nonostante la contrazione dei volumi venduti. La svalutazione della moneta locale nei confronti del rand sudafricano ha comportato un aumento delle materie prime e del packaging.

In **Botswana**, si registrano volumi di vendita in aumento del 2% rispetto all'anno precedente e fatturato netto, pari a 13,6 milioni di euro, in aumento.

In **Swaziland** si registra sia un aumento dei volumi di vendita che del fatturato netto che si attesta a 7,0 milioni di euro principalmente grazie al mantenimento della posizione sul mercato.

Australia

L'economia australiana registra nei primi nove mesi del 2010 un andamento positivo, anche grazie al volano esercitato dall'economia della Cina, forte importatore di *commodities* di cui l'Australia è ricca. In tale contesto il livello di disoccupazione è particolarmente ridotto e la fiducia dei consumatori è elevata.

Mercato e prodotti

Il mercato del latte pastorizzato registra una moderata crescita (+1,2%) e nonostante il costante aumento della quota di mercato delle *private label*, Parmalat rinforza la propria posizione grazie all'allargamento distributivo in territori in cui prima non era presente e alle buone performance di alcuni prodotti.

Il mercato del latte aromatizzato continua a crescere e Parmalat, nel canale moderno, segue l'andamento del mercato sia per quanto riguarda la quota a valore che la quota a volume; inoltre è ancora in atto il piano di penetrazione in New South Wales e in South Australia che comincia a dare buoni risultati.

Continua il *trend* positivo del mercato dello yogurt nel quale Parmalat mantiene salda la sua posizione grazie soprattutto all'ottima performance del marchio Vaalia che si conferma leader nel segmento degli yogurt funzionali. Parmalat si dimostra molto attiva sul mercato lanciando nuovi prodotti nel segmento degli yogurt funzionali liquidi.

Il mercato dei dessert risulta in aumento rispetto all'anno precedente e anche Parmalat registra un aumento di quota sia a valore che a volume.

Prodotti	Quote a valore
Latte Pastorizzato "Bianco"	22,0%
Latte Aromatizzato	24,1%
Yogurt	13,3%
Dessert	16,2%

Fonte: Aztec Grocery Data

La tabella che segue espone i dati consolidati relativi a Parmalat Australia e a Parmalat Food Products (fatturato netto 2010 pari a 140,2 milioni di euro e margine operativo lordo per 4,8 milioni di euro):

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	524,3	340,5	183,8	+54,0%
MOL	46,0	30,2	15,7	+52,1%
MOL %	8,8	8,9	-0,1 ppt	

Dati in valuta locale

(in milioni di val loc)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	769,1	621,3	147,8	+23,8%
MOL	67,4	55,1	12,3	+22,2%
MOL %	8,8	8,9	-0,1 ppt	

Di seguito si evidenziano i risultati relativi all'andamento del terzo trimestre:

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	182,5	140,3	42,3	+30,2%
MOL	13,2	12,6	0,6	+5,0%
<i>MOL %</i>	<i>7,2</i>	<i>9,0</i>	<i>-1,7 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in milioni di val loc)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	261,3	245,1	16,2	+6,6%
MOL	18,8	22,0	(3,2)	-14,7%
<i>MOL %</i>	<i>7,2</i>	<i>9,0</i>	<i>-1,8 ppt</i>	

Il miglioramento del margine operativo lordo, nei primi nove mesi dell'anno, è dovuto essenzialmente a una diminuzione del costo della materia prima rispetto all'anno precedente e ai buoni risultati nei prodotti ad alta redditività quali latte aromatizzato e yogurt.

L'integrazione di PFP ha consentito un sensibile aumento delle vendite consolidando il ruolo della consociata a livello nazionale. Anche prescindendo dall'acquisizione gli sforzi della consociata si sono orientati allo sviluppo delle categorie a più alto valore aggiunto quali yogurt e latti aromatizzati.

I volumi venduti dalla SBU, escludendo il contributo di PFP, risultano in aumento: in particolare il latte pastorizzato, che rappresenta quantitativamente il 56% del totale venduto, registra volumi in aumento di circa l'1%, mentre il latte aromatizzato risulta in crescita del 2,2%; i volumi dello yogurt sono in aumento del 5,9%.

La valuta locale (Aus\$) si apprezza di 19,6% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio a perimetro costante, sul fatturato è pari a 78,2 milioni di euro; sul Mol è pari a 8,1 milioni.

Centro e Sud America

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	304,9	416,8	(111,9)	-26,8%
MOL	14,5	47,2	(32,6)	-69,2%
<i>MOL %</i>	<i>4,8</i>	<i>11,3</i>	<i>-6,5 ppt</i>	

<i>(in milioni di euro)</i>	III Trim 2010	III Trim 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	111,7	146,2	(34,5)	-23,6%
MOL	3,1	20,9	(17,8)	-85,2%
<i>MOL %</i>	<i>2,8</i>	<i>14,3</i>	<i>-11,5 ppt</i>	

Venezuela

L'andamento dell'economia venezuelana è condizionato sia dai prezzi internazionali del petrolio, prima risorsa del Paese in termini di esportazione e di sostegno all'economia nazionale, che dalla scarsità di energia elettrica, essenzialmente di generazione idroelettrica, che ha pesantemente risentito delle condizioni climatiche locali in particolare nel primo trimestre dell'anno. Alle difficoltà sopra esposte si aggiunge un sistema di controllo valutario particolarmente rigido oltre che la scarsa disponibilità delle imprese ad investire e delle famiglie a consumare.

Mercato e prodotti

Nei primi nove mesi dell'anno i mercati in cui opera la consociata mantengono i *trend* già evidenziati in precedenza, in volume e in valore. Nello specifico i mercati delle bevande a base frutta e del latte in polvere proseguono nella fase di espansione con una variazione positiva nei volumi rispettivamente di +4,6% e +5% rispetto al 2009, mentre i mercati dello yogurt e delle bevande a base latte rimangono caratterizzati da una contrazione dei volumi (-13,7% e -26,8% rispettivamente).

La seguente tabella evidenzia le quote di mercato a valore della consociata nelle principali categorie:

Prodotti	Quote a valore
Bevande a base frutta	19,5%
Bevande a base latte	32,6%
Latte in polvere	17,6%
Yogurt	23,7%

Fonte: ACNielsen; Gennaio 2010 – Settembre 2010

La comparazione con il 2009 è fortemente condizionata dalla svalutazione del bolivar intervenuta l'8 gennaio 2010; i dati della SBU Venezuela sono inoltre influenzati dall'elevato tasso d'inflazione che, nell'ultimo triennio, ha superato la soglia cumulata del 100%, determinando, a partire da dicembre 2009, l'applicazione degli aggiustamenti previsti dallo International Accounting Standard 29 per i paesi ad alta inflazione. I dati rappresentati nella tabella seguente includono per il 2010 gli effetti dell'applicazione dello IAS 29.

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	194,0	311,9	(117,9)	-37,8%
MOL	8,8	40,3	(31,5)	-78,2%
<i>MOL %</i>	<i>4,5</i>	<i>12,9</i>	<i>-8,4 ppt</i>	

Dati in valuta locale

<i>(in milioni di val loc)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.097,5	914,2	183,4	+20,1%
MOL	49,8	118,2	(68,4)	-57,9%
<i>MOL %</i>	<i>4,5</i>	<i>12,9</i>	<i>-8,4 ppt</i>	

I volumi complessivamente venduti sono in calo del 16,2% rispetto al 2009. In particolare, i volumi delle bevande a base frutta, che rappresentano il 46% sul totale dei volumi di vendita, risultano in calo del 19,2%, quelli del latte pastorizzato del 5,0% mentre lo yogurt registra volumi in calo del 25,4% rispetto all'anno precedente. La contrazione dei volumi è dovuta a problemi di produzione nel principale stabilimento sia per la crisi energetica sia per problemi di produttività.

Il decremento in valore assoluto del margine operativo lordo, rispetto all'anno precedente, è dovuto principalmente alla contrazione dei volumi di vendita. I risultati sono inoltre impattati dal forte livello di inflazione che ha comportato un forte incremento dei costi di acquisto di materie prime, ingredienti, packaging e dei costi fissi aziendali.

Svalutazione valuta locale

L'8 gennaio 2010, il Governo venezuelano ha deciso la svalutazione del cambio di riferimento portandolo da 2,15 VEF a 4,30 VEF per dollaro statunitense. Con l'obiettivo di fornire una rappresentazione che meglio tenga conto degli elementi sostanziali sopra indicati, si è proceduto a ricalcolare il fatturato ed il margine operativo lordo della *business unit* per il 2009 utilizzando il tasso di cambio di 4,30 VEF per dollaro statunitense, nuovo tasso di cambio di riferimento.

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 Settembre 2009	2009 Ricalcolato	Variazione
Fatturato Netto	311,9	155,8	(156,1)
MOL	40,3	20,1	(20,2)

Colombia

Il mercato del latte conferma le dinamiche dei volumi opposte tra i due principali segmenti, in quanto si rafforza il *trend* di espansione del latte a lunga conservazione (+14% rispetto al 2009), quest'ultimo sostenuto nella crescita dal prodotto venduto in buste asettiche (+16% rispetto al 2009), a fronte della contrazione del mercato del latte pastorizzato (-13% rispetto al 2009).

Il mercato dello yogurt in Colombia è in fase di sviluppo con un *trend* di volumi in crescita pari a +10% rispetto all'anno precedente ed una maggiore pressione della leva promozionale. In tale contesto la consociata mantiene la propria posizione nel mercato.

Il latte in polvere, da tempo condizionato da importazioni di prodotto a costo ridotto dal Venezuela, conferma il *trend* negativo (-5% rispetto al 2009) in entrambi i segmenti di prodotto, adulti e bambini.

La seguente tabella evidenzia le quote di mercato a valore della consociata nelle principali categorie:

Principali prodotti	Quota a valore
Latte Pastorizzato ¹	5,5%
Latte UHT	7,4%
Latte in polvere	11,0%
Yogurt	3,5%

¹ Fonte: ACNielsen e Fedegan; Gennaio 2010 – Settembre 2010
Fonte: ACNielsen; Gennaio 2010 – Settembre 2010

La consociata, impegnata nel potenziamento della propria presenza distributiva nel canale tradizionale, incrementa i volumi di vendita del 10,6% rispetto all'anno precedente, consolidando la propria posizione di mercato del latte soprattutto nel segmento ad alto valore come il delattosato in buste asettiche sostenuto dalla campagna di rilancio del *brand* Zymil.

(in milioni di euro)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	93,0	74,0	19,0	+25,7%
MOL	5,5	5,8	(0,4)	-6,2%
<i>MOL %</i>	<i>5,9</i>	<i>7,9</i>	<i>-2,0 ppt</i>	

Dati in valuta locale

(in milioni di val loc)	Progressivo al 30 Settembre 2010	Progressivo al 30 Settembre 2009	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	233.793	223.364	10.429	+4,7%
MOL	13.719	17.559	(3.840)	-21,9%
<i>MOL %</i>	<i>5,9</i>	<i>7,9</i>	<i>-2,0 ppt</i>	

La valuta locale (Peso) si apprezza di 16,7% rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente; l'impatto cambio sul fatturato è pari a 15,6 milioni di euro mentre sul Mol è pari a 0,9 milioni.

Altri Centro e Sud America

Il fatturato netto e il margine operativo lordo degli altri paesi del Centro e Sud America sono risultati in calo rispetto all'anno precedente a causa della dismissione delle attività operative del Nicaragua avvenuta nel corso dell'ultimo trimestre 2009.

La SBU **Ecuador** commercializza principalmente latte UHT confezionato in busta di plastica asettica (APP) e latte in polvere. Nonostante il fatturato sia risultato superiore al 2009, la redditività della SBU è risultata in contrazione a seguito principalmente dell'aumento dei costi di approvvigionamento della materia prima latte in conseguenza della forte siccità avuta nel periodo estivo che ha portato ad una carenza di materia prima sul mercato. Il fatturato netto si attesta a 10,8 milioni di euro mentre il Mol risulta pari a 0,5 milioni di euro.

La SBU **Paraguay** mostra un fatturato netto pari a 7,3 milioni di euro e margine operativo lordo pari a 0,3 milioni di euro, entrambi in crescita rispetto al 2009.

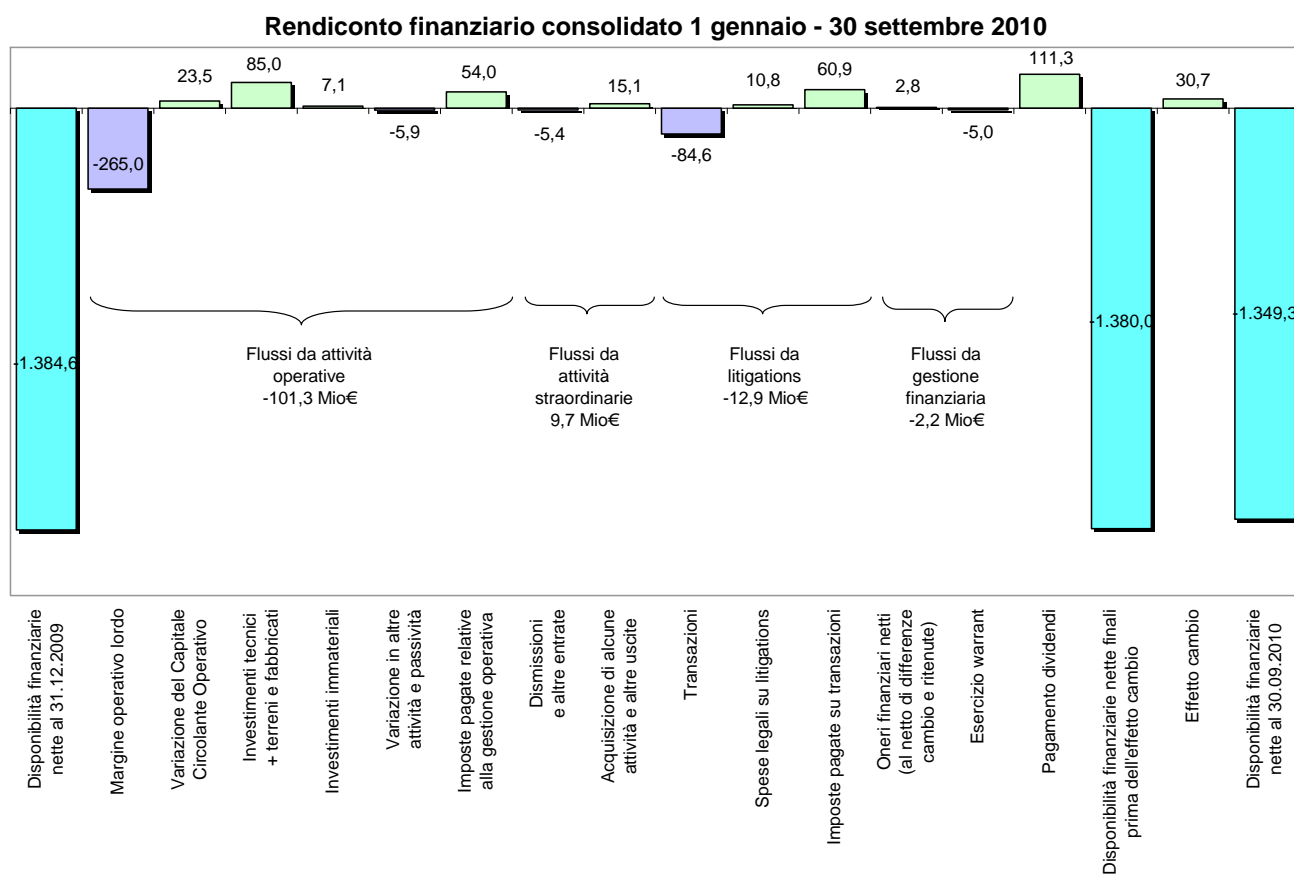
Andamento finanziario

Alla fine di settembre la situazione finanziaria del Gruppo passa da una posizione di disponibilità finanziaria netta di 1.384,6 milioni di euro al 31 dicembre 2009 ad una posizione di disponibilità finanziaria netta di 1.349,3 milioni di euro al 30 settembre 2010, registrando un effetto cambio negativo pari a 30,7 milioni di euro oltre che il pagamento di dividendi per 111,3 milioni di euro.

La generazione di cassa dalle attività operative è stata pari a 101,3 milioni di euro, mentre i flussi da attività non ricorrenti sono stati pari a 9,7 milioni di euro e sono riconducibili prevalentemente all'estinzione anticipata di parte del finanziamento a lungo termine della consociata canadese.

La gestione da *litigation* ha contribuito al miglioramento della posizione finanziaria netta per 12,9 milioni di euro: a fronte del raggiungimento di accordi transattivi per un totale di 84,6 milioni di euro, di cui 24 milioni nel terzo trimestre (6,5 milioni da concessionarie, 13,0 milioni da Parmatour e altri minori), vi sono stati esborsi per spese legali di 10,8 milioni di euro e imposte da transazioni per 60,9 milioni di euro (saldo 2009 e acconto 2010).

I flussi relativi alla gestione finanziaria (esercizio di warrant e di oneri finanziari netti) sono stati pari a 2,2 milioni di euro.



Risorse Umane

Organico del Gruppo

Di seguito la sintesi della distribuzione, per area geografica, del personale del Gruppo al 30 settembre 2010 rapportata al 30 giugno 2010 e al 31 dicembre 2009.

Totale dipendenti per area geografica			
Aree	30.09.2010	30.06.2010	31.12.2009
Italia	2.159	2.158	2.233
Altri Europa	1.420	1.411	1.383
Canada	2.856	2.929	2.919
Africa	2.408	2.357	2.343
Australia	1.751	1.709	1.707
Centro Sud America	3.363	3.368	3.203
Totale	13.957	13.932	13.788

Nel terzo trimestre dell'esercizio 2010, a livello di Gruppo, l'organico si mantiene stabile rispetto al trimestre precedente. Tuttavia si segnala un incremento di 169 unità rispetto alla fine dello scorso esercizio dovuto principalmente all'inserimento di contratti a termine in area sud americana.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto presenta un incremento del 9,5% rispetto ai primi nove mesi del 2009 grazie al consolidamento dell'attività australiana Parmalat Food Products, acquisita nel luglio 2009, all'indebolimento dell'euro nei confronti delle principali valute in cui il Gruppo opera e alla buona *performance* delle consociate australiana e canadese. Tali fattori hanno più che contrastato il calo generale dei volumi in Venezuela e delle bevande a base frutta in Italia e la razionalizzazione del portafoglio prodotti in Sudafrica, che ha portato alla cessazione di alcune produzioni per le *private label* e all'uscita da segmenti molto competitivi quali succhi freschi e il latte pastorizzato.

Il margine operativo lordo risulta pari a 265,0 milioni di euro, in linea rispetto ai 265,3 milioni dei primi nove mesi del 2009.

Il Gruppo continua a registrare una forte pressione competitiva da parte dei concorrenti e delle marche private, ma mantiene la redditività anche grazie agli aumenti dei listini prezzi e al maggior utilizzo della leva commerciale e di quella pubblicitaria.

L'utile operativo netto è pari a 253,3 milioni di euro, in diminuzione rispetto ai 356,0 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009, di 102,7 milioni di euro. Sulla riduzione dell'utile operativo hanno inciso i minori proventi da transazione raggiunti nel corso del periodo.

Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 87,7 milioni (71,6 milioni nei primi nove mesi del 2009).

L'utile del Gruppo è pari a 198,5 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 283,4 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009, di 84,9 milioni di euro. Tale decremento è sostanzialmente riconducibile ai minori proventi da transazioni che hanno contribuito al risultato, al netto dell'effetto fiscale, per 57,3 milioni di euro (183,7 milioni nei primi nove mesi del 2009).

Il capitale circolante operativo è pari a 361,6 milioni di euro, in aumento rispetto ai 343,1 milioni di euro del 31 dicembre 2009, di 18,5 milioni di euro. 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 latte a cui si contrappone, nell'ultima parte dell'anno, un aumento delle vendite. Tale incremento risulta in parte compensato dalla diminuzione dei crediti commerciali della Parmalat S.p.A. per effetto sia dell'aumento delle attività promozionali che della politica di riduzione dei prezzi.

Il capitale investito netto è pari a 2.038,2 milioni di euro, in aumento rispetto ai 1.872,2 milioni di euro del 31 dicembre 2009, di 166,0 milioni di euro. Tale incremento è principalmente dovuto sia alla conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro che al pagamento delle imposte sul reddito (saldo 2009 e acconto 2010).

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 1.349,3 milioni, in diminuzione di 35,3 milioni rispetto ai 1.384,6 del 31 dicembre 2009. Le cause principali di tale variazione sono: il flusso di cassa da attività operative per 101,3 milioni di euro; l'assorbimento di cassa per attività non ricorrenti per 9,7 milioni di euro, per effetto prevalentemente dell'estinzione anticipata di parte di un finanziamento della consociata canadese; i flussi da *litigations* per 12,9 milioni di euro, di cui 84,6 milioni relativi agli accordi transattivi raggiunti nel corso del periodo, 10,8 milioni relativi al pagamento di spese legali per la coltivazione delle cause e 60,9 milioni relativi al pagamento di imposte sulle transazioni; i flussi relativi alla gestione finanziaria per 2,2 milioni di euro; il pagamento di dividendi per 111,3 milioni di euro (di cui 109,8 milioni quelli erogati dalla Capogruppo per saldo 2009); la conversione dell'indebitamento netto delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 30,7 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 3.362,1 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 3.232,3 milioni del 31 dicembre 2009, di 129,8 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile di Gruppo per 198,5 milioni di euro, della conversione dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 34,5 milioni di euro, in parte compensati dal saldo dei dividendi 2009 (108,9 milioni) deliberati dall'Assemblea Ordinaria in data 1 aprile 2010.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2010	Progressivo al 30 settembre 2009
RICAVI	3.153,9	2.866,3
Fatturato netto	3.117,0	2.847,4
Altri ricavi	36,9	18,9
COSTI OPERATIVI	(2.876,3)	(2.589,0)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(2.483,9)	(2.248,8)
Costo del lavoro	(392,4)	(340,2)
Sub totale	277,6	277,3
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(12,6)	(12,0)
MARGINE OPERATIVO LORDO	265,0	265,3
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(87,7)	(71,6)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigations</i>	(7,8)	(9,0)
- Altri proventi e oneri	83,8	171,3
UTILE OPERATIVO NETTO	253,3	356,0
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(2,6)	0,9
Quota di risultato società valutate a Patrimonio Netto	(0,7)	-
Altri proventi e oneri su partecipazioni	0,3	3,2
UTILE ANTE IMPOSTE	250,3	360,1
Imposte sul reddito del periodo	(49,5)	(74,6)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	200,8	285,5
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	200,8	285,5
(Utile)/perdita di terzi	(2,3)	(2,1)
Utile/(perdita) di gruppo	198,5	283,4
Attività in funzionamento:		
Utile/(Perdita) per azione base	0,1149	0,1670
Utile/(Perdita) per azione diluito	0,1126	0,1642

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2010	31.12.2009
IMMOBILIZZAZIONI	1.984,9	1.900,1
Immateriali	1.104,0	1.063,5
Materiali	809,4	774,0
Finanziarie	12,7	11,4
Attività per imposte anticipate	58,8	51,2
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,5	1,0
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	415,5	352,9
Rimanenze	387,3	376,1
Crediti Commerciali	454,6	459,9
Debiti Commerciali (-)	(480,3)	(492,9)
Capitale circolante operativo	361,6	343,1
Altre Attività	233,0	211,8
Altre Passività (-)	(179,1)	(202,0)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.400,9	2.254,0
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(94,8)	(92,6)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(262,3)	(282,6)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(5,6)	(6,6)
CAPITALE INVESTITO NETTO	2.038,2	1.872,2
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.387,5	3.256,8
Capitale sociale	1.732,6	1.712,6
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	153,8	168,8
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.277,2	901,7
Acconto sul dividendo	-	(69,8)
Utile del periodo	198,5	519,0
Patrimonio netto di terzi	25,4	24,5
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(1.349,3)	(1.384,6)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	211,5	254,4
Debiti finanziari v/so partecipate	4,5	6,0
Altre attività finanziarie (-)	(1.170,1)	(1.216,8)
Disponibilità (-)	(395,2)	(428,2)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	2.038,2	1.872,2

Parmalat S.p.A.

Il fatturato netto è pari a 607,1 milioni di euro, con una diminuzione dell'1,8% rispetto ai 618,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009. La diminuzione del fatturato è conseguenza della politica di sconti/promozioni e taglio prezzo per aumentare la competitività e fronteggiare l'aggressività dei *competitor* in particolare sul latte pastorizzato tradizionale. I volumi si sono contratti anche per le bevande a base frutta sia per effetto dei fattori climatici stagionali di periodo che per l'aggressività dei concorrenti.

Il margine operativo lordo è pari a 57,1 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 59,9 milioni di euro dello stesso periodo del 2009, di 2,8 milioni di euro (-4,7%). Tale variazione è dovuta a una diminuzione assoluta di 1,0 milioni di euro del margine ante svalutazioni crediti e altri accantonamenti (con un'incidenza sostanzialmente invariata sul fatturato nonostante il maggior costo d'acquisto della materia prima latte). Il sostegno ai volumi di vendita è stato perseguito con l'incremento degli investimenti in comunicazione e con un maggior ricorso alla leva promozionale sui prodotti.

Nel periodo è inoltre stato aumentato l'accantonamento per svalutazioni crediti per 1,8 milioni di euro.

L'utile operativo netto è pari a 62,6 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 193,3 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009, di 130,7 milioni di euro. Tale risultato è principalmente correlato al minor volume di transazioni concluse con istituti di credito e altri creditori, pari a 68,5 milioni di euro a settembre 2010 contro 186,5 milioni di euro negli stessi mesi del 2009.

L'utile del periodo è pari a 90,2 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 228,2 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009, di 138,0 milioni di euro. La variazione è principalmente determinata dagli accordi transattivi sopra citati che hanno contribuito al risultato (al netto degli effetti fiscali connessi) per circa 47,0 milioni di euro (nello stesso periodo dello scorso anno l'apporto fu pari a circa 183,6 milioni di euro). Il resto della diminuzione è dovuto soprattutto agli effetti dei minori introiti da proventi finanziari netti (-13,1 milioni di euro), parzialmente compensato dai maggiori dividendi percepiti da partecipate (42,4 milioni di euro, da 33,8 milioni di euro dei primi nove mesi del 2009).

Il capitale investito netto è pari a 1.439,1 milioni di euro, in aumento rispetto ai 1.348,7 milioni di euro del 31 dicembre 2009, di 90,4 milioni di euro. Contribuisce a tale variazione il pagamento delle imposte (saldo 2009 e primo acconto 2010) per circa 64 milioni di euro (parzialmente ridotto dalla variazione delle imposte correnti e differite del periodo, pari a 12,8 milioni di euro) e il rilascio/riclassifica di fondi rischi relativi, in primo luogo, ad accantonamenti precedentemente effettuati su partecipazioni per circa 52 milioni di euro; per contro, il capitale circolante operativo aumenta di 1,7 milioni di euro circa, mentre un ulteriore effetto di diminuzione è dovuto alla dinamica del credito netto IVA, incassato per un importo di circa 13,6 milioni di euro superiore a quello maturato nel periodo.

Le disponibilità finanziarie nette sono passate da 1.486,8 milioni di euro al 31 dicembre 2009 a 1.382,7 milioni di euro del 30 settembre 2010, con una diminuzione di 104,1 milioni di euro.

La variazione è principalmente dovuta al pagamento di dividendi agli azionisti per circa 109,8 milioni di euro.

Il patrimonio netto della società è pari a 2.821,8 milioni di euro, in diminuzione, rispetto ai 2.835,5 milioni del 31 dicembre 2009, di 13,7 milioni di euro principalmente per effetto dell'utile del periodo compensato dalla distribuzione del dividendo 2009 e dall'esercizio di warrant avvenuto nel periodo fino al 30 settembre 2010.

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	Progressivo al 30 settembre 2010	Progressivo al 30 settembre 2009
RICAVI	636,5	635,5
Fatturato netto	607,1	618,2
Altri ricavi	29,4	17,3
COSTI OPERATIVI	(571,4)	(569,4)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(491,5)	(492,9)
Costo del lavoro	(79,9)	(76,5)
Subtotale	65,1	66,1
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(8,0)	(6,2)
MARGINE OPERATIVO LORDO	57,1	59,9
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(32,4)	(29,9)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali per azioni revocatorie e risarcitorie	(7,8)	(9,0)
- Accantonamento per società partecipate	(15,2)	(12,8)
- Altri proventi e oneri	60,9	185,1
UTILE OPERATIVO NETTO	62,6	193,3
Proventi/(Oneri) finanziari netti	9,8	22,9
Altri proventi e oneri su partecipazioni	42,4	33,8
UTILE ANTE IMPOSTE	114,8	250,0
Imposte sul reddito del periodo	(24,6)	(21,8)
UTILE NETTO DERIVANTE DALLE ATTIVITA' IN FUNZIONAMENTO	90,2	228,2
Utile (perdita) netto da attività destinate ad essere cedute	-	-
UTILE DEL PERIODO	90,2	228,2

Parmalat S.p.A.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	30.09.2010	31.12.2009
IMMOBILIZZAZIONI	1.395,0	1.396,6
Immateriali	378,5	388,9
Materiali	154,1	151,7
Finanziarie	823,8	823,9
Attività per imposte anticipate	38,6	32,1
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,0	0,0
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	140,1	91,1
Rimanenze	42,7	37,1
Crediti Commerciali	170,7	180,0
Debiti Commerciali (-)	(172,7)	(179,1)
Capitale circolante operativo	40,7	38,0
Altre Attività	172,4	140,2
Altre Passività (-)	(73,0)	(87,1)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	1.535,1	1.487,7
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(26,1)	(26,8)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(64,8)	(107,1)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(5,1)	(5,1)
CAPITALE INVESTITO NETTO	1.439,1	1.348,7
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	2.821,8	2.835,5
Capitale sociale	1.732,6	1.712,6
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e insinuazioni tardive	153,8	168,9
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	845,2	651,0
Acconto sul dividendo	0	(69,8)
Utile del periodo	90,2	372,8
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(1.382,7)	(1.486,8)
Debiti finanziari v/so banche e altri finanziatori	6,2	9,2
Crediti finanziari verso partecipate	(11,9)	(25,5)
Altre attività finanziarie (-)	(1.161,3)	(1.188,1)
Disponibilità (-)	(215,7)	(282,4)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	1.439,1	1.348,7

Eventi significativi del terzo trimestre 2010

Incendio alla Centrale del Latte di Roma

Nella serata del 6 agosto 2010 è divampato un incendio nello stabilimento della Centrale del Latte di Roma. A causa dei danni subiti, la produzione è stata fermata e dislocata principalmente presso lo stabilimento di Piana di Monte Verna. In ogni caso la società ha in essere polizze assicurative a copertura dei danni.

Fatti avvenuti dopo il 30 settembre 2010

Centrale Latte Roma

La V Sezione del Consiglio di Stato con sentenza n. 7599/2010 ha dichiarato inammissibili o improcedibili i ricorsi presentati per la revocazione della sentenza n. 1156/2010 (tra cui quello N.R.G. 3947/2010 proposto da Parmalat) - con cui la stessa Sezione del Consiglio di Stato aveva dichiarato la nullità dell'atto di cessione in favore di Cirio della partecipazione azionaria del Comune di Roma nella Centrale del Latte, nonché del successivo atto di transazione, conseguente alla cessione delle azioni prima del quinquennio da parte di Cirio in favore di Eurolat, sorprendentemente pronunciandosi in aperto contrasto con quanto disposto da altra precedente sentenza dello stesso Consiglio di Stato (sentenza n. 5845/2008).

Avverso la medesima sentenza n. 1156/2010 pende ancora ricorso in Cassazione per motivi attinenti la giurisdizione che, per il caso di accoglimento, determinerebbero l'annullamento della sentenza impugnata.

In ogni caso, rileviamo con favore che la sentenza n. 7599/2010 ha chiarito che l'accertata nullità degli atti non ha anche determinato alcun automatico effetto di riacquisizione da parte del Comune di Roma della disponibilità delle azioni della Centrale del Latte.

Allo stato è quindi confermato che la richiesta di riconsegna del pacchetto di controllo della Centrale del Latte di Roma S.p.A. da parte del Comune di Roma non può essere avanzata - richiesta che, comunque, non avrebbe fondamento, dal momento in cui l'atto di acquisto delle azioni da parte di Parmalat S.p.A. è ormai intangibile perché avvenuto sul presupposto della delibera di aumento di capitale di Eurolat, non più impugnabile ai sensi dell'art. 2379 ter c.c., nonché ai sensi e per gli effetti del disposto dell'art. 1994 c.c..

Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010 è stato redatto in osservanza di quanto disposto dall'art. 154-ter "Relazioni finanziarie" del Testo Unico della Finanza ("T.U.F."), introdotto dal D.Lgs. n. 195 del 6 novembre 2007 con cui il legislatore italiano ha dato attuazione alla Direttiva 2004/109/CE (c.d. direttiva *Transparency*) in materia di informativa periodica.

Nella predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010 sono stati applicati gli stessi principi contabili adottati nella redazione del bilancio al 31 dicembre 2009 e deve pertanto essere letto congiuntamente a tale bilancio.

I principi contabili ed interpretazioni recentemente emanati, in vigore dal 1° gennaio 2010 ed adottati dalla Commissione Europea sono i seguenti:

Modifiche all'IFRS 1 – Prima adozione degli International Financial Reporting Standard

Modifiche all'IFRS 2 – Pagamenti basati su azioni

Modifiche all'IFRS 5 – Attività non correnti possedute per la vendita e attività operative cessate

Modifiche allo IAS 39 – Strumenti finanziari: Rilevazione e valutazione

Modifiche all'IFRIC 9 – Rideterminazione del valore dei derivati incorporati

Modifiche minori agli IFRS ("Miglioramenti agli IFRS" - anno di emissione 2009)

IFRIC 17 – Distribuzione ai soci di attività non rappresentate da disponibilità liquide

IFRIC 18 – Cessione di attività da parte della clientela

Tali principi contabili ed interpretazioni disciplinano tuttavia fattispecie e casistiche non presenti o non significative all'interno del Gruppo alla data del presente Resoconto intermedio di gestione.

Lo schema utilizzato per la predisposizione del conto economico e della situazione patrimoniale - finanziaria corrisponde a quello presentato nella Relazione sulla Gestione del bilancio annuale.

La predisposizione del Resoconto intermedio di gestione richiede da parte degli Amministratori l'applicazione di principi e metodologie contabili che, in talune circostanze, si basano su difficili e soggettive valutazioni e stime basate sull'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, quali la situazione patrimoniale – finanziaria e il conto economico, 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 riportati nei bilanci 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. Le voci di bilancio che richiedono più di altre una maggiore soggettività da parte degli Amministratori nell'elaborazione delle stime e per le quali una modifica delle condizioni sottostanti le assunzioni utilizzate potrebbe avere un impatto significativo sul Resoconto intermedio sono: l'avviamento, la svalutazione degli attivi immobilizzati, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte differite, il fondo svalutazione crediti, i fondi rischi, i piani pensionistici e altri benefici successivi al rapporto di lavoro e le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive.

La determinazione di eventuali perdite di valore di attività immobilizzate è generalmente effettuata in modo completo solo in sede di redazione del bilancio annuale, allorquando sono disponibili tutte le informazioni eventualmente necessarie, salvo i casi in cui vi siano indicatori di *impairment* che richiedono un'immediata valutazione di eventuali perdite di valore.

Le imposte sul reddito sono riconosciute sulla base della miglior stima dell'aliquota attesa per l'intero esercizio.

Alcuni dei prodotti del Gruppo sono soggetti a una maggiore stagionalità delle vendite, rispetto ad altri, come conseguenza delle differenti abitudini o modalità di consumo. Tuttavia la ripartizione geografica delle vendite attenua sensibilmente gli effetti legati alla stagionalità.

Il Resoconto intermedio di gestione al 30 settembre 2010 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 11 novembre 2010.

Area di consolidamento

Nel corso del terzo trimestre 2010 non sono intervenute variazioni significative nell'area di consolidamento rispetto al 30 giugno 2010.

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, a partire dal 2009, 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. Il ricalcolo dei valori di bilancio è stato effettuato utilizzando l'indice nazionale del prezzo al consumo (INPC). L'indice medio progressivo a settembre è stato pari a 1,078 mentre la variazione dell'indice rispetto all'anno precedente è stata pari a 1,212.

In data 8 gennaio 2010 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Venezuelana il "*Convenio Cambiario Nr. 14*", che modifica il regime cambiario, fissato per legge, fra la valuta locale (bolivar fuerte) e la divisa degli Stati Uniti d'America.

Il tasso di cambio, fissato a partire dal 2005 su un livello di 2,15 bolivares per 1 dollaro statunitense (2,15 VEF/US\$), viene sostituito con un sistema misto di cambi, secondo il quale, in sintesi, l'autorità valutaria locale CADIVI (Comisión de Administración de Divisas) riconoscerà un cambio di 2,60 VEF/US\$ per le importazioni relative ad un numero limitato di categorie merceologiche (ad esempio alimenti e farmaci), mentre per tutte le altre operazioni il cambio sarà di 4,3 VEF/US\$.

In data 4 giugno 2010 è stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Venezuelana il "*Convenio Cambiario Nr. 18*", che introduce un nuovo sistema per la negoziazione di titoli denominati in valuta straniera, il cosiddetto SITME (Sistema de Transacciones con Títulos en Moneda Extranjera). Tale regolamento garantisce alla Banca Centrale (Banco Central de Venezuela) la competenza esclusiva per la regolazione della negoziazione, in moneta locale e attraverso il SITME, di titoli di qualunque emittente denominati in valuta estera. La negoziazione di tali titoli, che è soggetta a limiti quantitativi mensili, costituisce per i residenti una modalità di reperimento di divisa aggiuntiva rispetto a quanto ottenibile dall'autorità valutaria CADIVI.

Per convertire i dati economici e patrimoniali delle consociate, Parmalat, ai fini del proprio bilancio consolidato di Gruppo al 30 settembre 2010, utilizza il tasso di cambio di 4,30 VEF per 1 dollaro statunitense.

Prevedibile evoluzione della gestione

Guidance 2010

Tenuto conto della volatilità dei fatti esogeni (cambi, Venezuela, situazione globale) si conferma la *guidance* di 365 milioni di euro di EBITDA.

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

Parmalat S.p.A.

Via delle Nazioni Unite 4
43044 Collecchio (Parma) - Italia
Tel. +39.0521.808.1

www.parmalat.com

Cap. Soc.: 1.732.636.856 euro i.v.
R.E.A. Parma n. 228069
Reg. Imprese Parma n. 04030970968
Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

