



Resoconto Intermedio di Gestione

al 31 marzo 2015



Società quotata alla Borsa Italiana dal 6 ottobre 2005

Indice

Organi Societari	4
Dati di sintesi	5
Andamento economico della gestione.....	6
Andamento finanziario	22
Acquisizioni	24
Risorse Umane.....	26
Investimenti.....	27
Commenti ai risultati economico-finanziari	28
Eventi significativi del primo trimestre 2015.....	34
Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2015.....	35
Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015	36
Prevedibile evoluzione della gestione	39

Organi Societari

Consiglio di Amministrazione

Presidente Gabriella Chersicla^a

Amministratore Delegato
e Direttore Generale Yvon Guérin

Consiglieri
Patrice Gassenbach
Laura Gualtieri^{(i) (2) (3)}
Paolo Francesco Lazzati^{(i) (1) (2)}
Umberto Mosetti^{(i) (1) (2) (3)}
Riccardo Perotta^{(i) (1)}
Antonio Sala⁽³⁾

- (i) Amministratore indipendente
- (1) Componente del Comitato per il Controllo Interno, la Gestione dei Rischi e per la Corporate Governance
- (2) Componente del Comitato per le Nomine e la Remunerazione
- (3) Componente del Comitato per il Contenzioso

Collegio Sindacale

Presidente Michele Rutigliano

Sindaci Effettivi
Giorgio Loli
Alessandra Stabilini

Parmalat S.p.A. – Società soggetta a direzione e coordinamento di B.S.A. S.A.



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

Dati di sintesi

Principali dati economici

<i>(importi in milioni di euro)</i>			
GRUPPO	I Trimestre 2015	I Trimestre 2014	Var.
- FATTURATO NETTO	1.357,8	1.192,8	+13,8%
- MARGINE OPERATIVO LORDO	81,7	76,4	+6,9%
- UTILE OPERATIVO NETTO	46,8	46,9	-0,2%
- UTILE DEL PERIODO	19,4	48,4	-59,9%
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	3,4	3,9	-0,5
- UTILE DEL PERIODO/RICAVI (%)	1,4	4,0	-2,6
SOCIETA'			
- FATTURATO NETTO	211,7	209,6	+1,0%
- MARGINE OPERATIVO LORDO	16,4	12,5	+31,2%
- UTILE OPERATIVO NETTO	8,9	1,8	+394,4%
- UTILE DEL PERIODO	15,2	4,2	+261,9%
- UTILE OPERATIVO NETTO/RICAVI (%)	4,1	0,8	+3,3
- UTILE DEL PERIODO /RICAVI (%)	6,9	1,9	+5,0

Principali dati finanziari

<i>(importi in milioni di euro)</i>		
GRUPPO	31.03.2015	31.12.2014
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	929,0	1.119,1
- ROI (%) ¹	8,3	15,5
- ROE (%) ¹	2,3	6,5
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,7	0,7
- PFN/PATRIMONIO	(0,3)	(0,3)
SOCIETA'		
- DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	777,2	758,8
- ROI (%) ¹	5,7	8,5
- ROE (%) ¹	2,0	2,0
- PATRIMONIO/ATTIVO	0,9	0,9
- PFN/PATRIMONIO	(0,3)	(0,3)

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

Andamento economico della gestione

NOTA: I dati sono rappresentati in milioni di euro e in valuta locale. Nell'esposizione degli scostamenti e delle incidenze percentuali possono visualizzarsi differenze apparenti dovute esclusivamente all'effetto degli arrotondamenti.

Ricavi e redditività

L'economia globale nel primo trimestre 2015 ha segnato una moderata crescita che continua ad essere guidata dalle economie avanzate, Stati Uniti in particolare. Il trimestre, segnato dal calo del prezzo del petrolio e dalle forti oscillazioni sui mercati valutari, ha visto l'avvio di un bilanciamento dei presupposti per la crescita dai Paesi esportatori di petrolio a quelli più marcatamente importatori, favoriti dal calo delle quotazioni del greggio.

Il fatturato netto dei primi tre mesi 2015 si attesta a 1.357,8 milioni di euro (+13,8%), mentre il margine operativo lordo risulta pari a 81,7 milioni di euro (+6,9%) a seguito dei buoni risultati ottenuti nelle aree America Latina, Africa ed Europa.

Nei primi tre mesi dell'anno, il mercato della materia prima latte si è mostrato particolarmente dinamico in tutte le principali aree in cui il Gruppo opera, con prezzi medi di acquisto risultati in rialzo, rispetto all'anno precedente, nelle aree Africa ed America Latina, e in calo in Europa e Nord America.

I risultati del Gruppo risentono in maniera attenuata dell'effetto cambio di conversione in quanto l'effetto negativo determinato dalla svalutazione del bolivares in Venezuela è compensato dal rafforzamento delle altre principali valute in cui il Gruppo opera.

Gruppo

Di seguito si sintetizzano i dati del Gruppo 2015 comparati con il primo trimestre dell'anno precedente:

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.357,8	1.192,8	165,1	+13,8%
MOL	81,7	76,4	5,2	+6,9%
<i>MOL %</i>	<i>6,0</i>	<i>6,4</i>	<i>-0,4 ppt</i>	

Il fatturato netto pari a 1.357,8 risulta in aumento del 13,8% rispetto all'anno precedente ed il margine operativo lordo, pari 81,7 milioni di euro, è in aumento di 5,2 milioni di euro (+6,9%) rispetto ai 76,4 milioni dell'anno 2014.

Nella tabella seguente si espongono i dati del Gruppo a perimetro omogeneo e a cambi costanti, esclusi gli effetti dell'iperinflazione Venezuela; il perimetro omogeneo è ottenuto escludendo il contributo del gruppo *Harvey Fresh* acquisito in Australia nel secondo trimestre 2014 ed i risultati delle attività acquisite nel primo trimestre 2015 in Brasile, *Lácteos Brasil S.A. – Em Recuperação Judicial (LBR)*, in Italia (*Latterie Friulane*) e in Australia (*Longwarry*):

<i>Tassi di cambio costanti (importi in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	1.277,5	1.190,1	87,4	+7,3%
MOL	97,7	80,4	17,3	+21,5%
<i>MOL %</i>	<i>7,6</i>	<i>6,8</i>	<i>0,9 ppt</i>	

Perimetro omogeneo, cambi costanti ed esclusi effetti iperinflazione

Il fatturato netto risulta in aumento del 7,3%, con un contributo particolarmente significativo delle aree America Latina, Africa e Australia; nelle Aree Europa e Nord America si è registrata una contrazione del fatturato dovuta principalmente alla riduzione dei prezzi medi di vendita conseguente ad un calo dei costi della materia prima latte rispetto al trimestre dell'anno precedente.

Il margine operativo lordo, in termini omogenei, risulta in aumento del 21,5% sempre grazie al buon andamento ottenuto nelle aree America Latina, Africa ed Europa che ha compensato la modesta crescita in Australia e in Nord America.

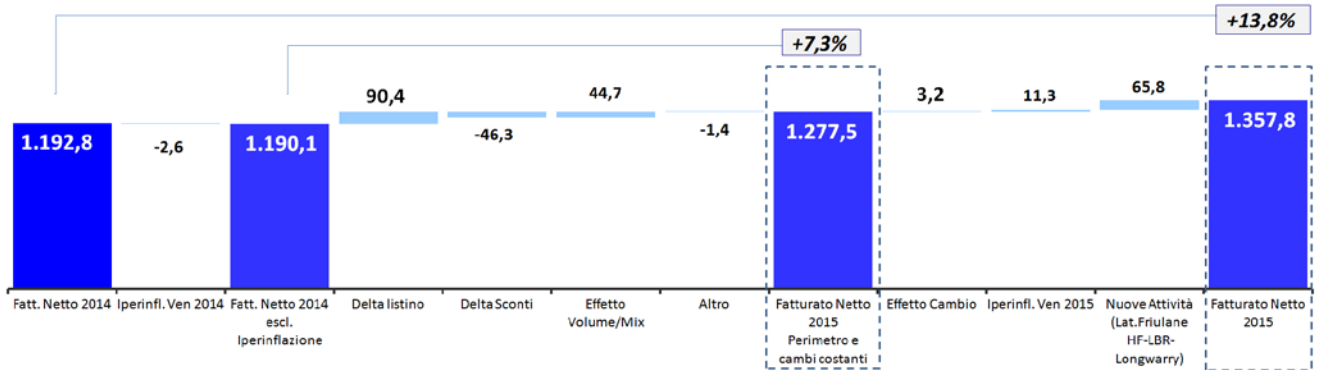
Il Gruppo, in termini omogenei, incrementa la marginalità nei primi mesi 2015, grazie al continuo miglioramento dell'efficienza operativa e all'ottimizzazione dell'utilizzo della leva promozionale nei mercati in cui il prezzo di acquisto della materia prima latte è risultato in calo.

Like for Like Fatturato Netto e Margine Operativo Lordo

Vengono di seguito presentate le principali variabili che hanno determinato l'evoluzione del fatturato netto e del margine operativo lordo 2015 rispetto all'anno precedente.

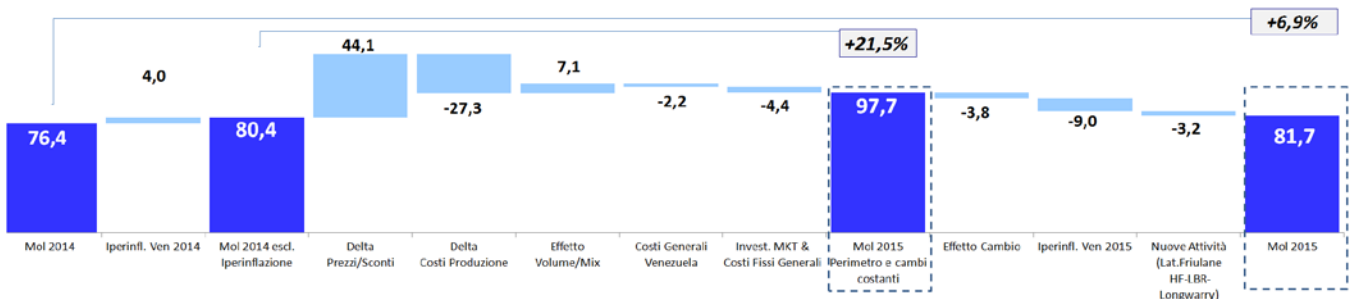
Fatturato Netto I Trimestre 2015 vs 2014

(€ ml)



Margine Operativo Lordo I Trimestre 2015 vs 2014

(€ ml)



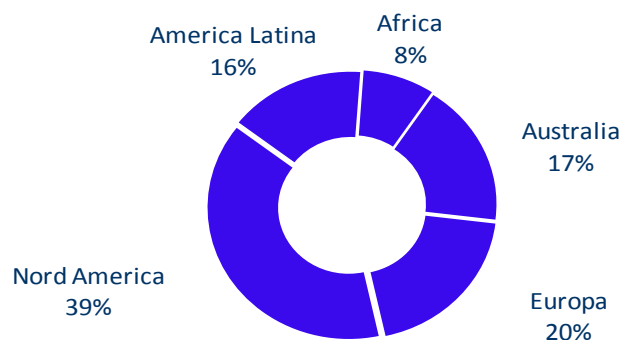
Dati per Area Geografica

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Aree								
Europa	267,6	25,2	9,4	274,9	22,3	8,1	-2,7%	+13,2%
Nord America	529,3	42,2	8,0	506,9	39,5	7,8	+4,4%	+7,0%
America Latina	213,3	2,6	1,2	140,8	7,7	5,5	+51,5%	-66,7%
Africa	111,6	8,5	7,6	86,5	5,6	6,5	+29,0%	+52,5%
Australia	240,0	7,1	2,9	184,5	6,4	3,4	+30,1%	+10,9%
Altro¹	-3,9	-4,0	n.s.	-0,9	-5,0	n.s.	n.s.	+21,1%
Gruppo	1.357,8	81,7	6,0	1.192,8	76,4	6,4	+13,8%	+6,9%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

Fatturato Netto per Area



Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2014, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed esclusi gli effetti determinati dall'iperinflazione in Venezuela:

(importi in milioni di euro)	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL	Mol %	Fatturato Netto	MOL
Aree								
Europa	271,8	25,6	9,4	274,9	22,3	8,1	-1,1%	+14,7%
Nord America	468,2	37,1	7,9	506,9	39,5	7,8	-7,6%	-5,9%
America Latina	247,3	25,8	10,5	138,2	11,7	8,5	+79,0%	+120,4%
Africa	100,2	7,7	7,7	86,5	5,6	6,5	+15,8%	+37,4%
Australia	193,2	5,4	2,8	184,5	6,4	3,4	+4,7%	-15,1%
Altro¹	-3,3	-4,0	n.s.	-0,9	-5,0	n.s.	n.s.	+21,0%
Gruppo	1.277,5	97,7	7,6	1.190,1	80,4	6,8	+7,3%	+21,5%

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

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

2. Escluse iperinflazione ed attività acquisite nel secondo trimestre 2014 (Harvey Fresh) e nel primo trimestre 2015 (LBR, Latterie Friulane e Longwarry)

Dati per Divisione Prodotto

<i>(importi in milioni di euro)</i>								
Divisioni	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL
Latte ¹	694,2	25,5	3,7	609,7	21,4	3,5	+13,9%	+18,9%
Bevande base frutta ²	88,3	13,7	15,5	69,8	8,1	11,6	+26,4%	+68,8%
Formaggio e altri prod. freschi ³	517,6	47,6	9,2	461,1	42,7	9,3	+12,2%	+11,5%
Altro ⁴	57,8	(5,1)	(8,8)	52,2	4,2	8,1	+10,8%	n.s.
Gruppo	1.357,8	81,7	6,0	1.192,8	76,4	6,4	+13,8%	+6,9%

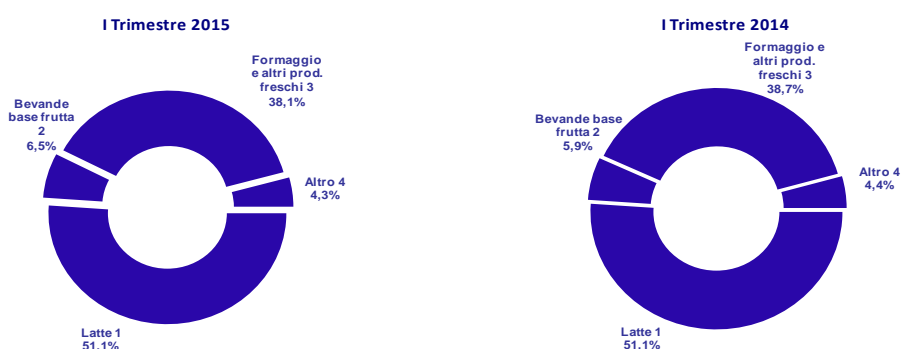
1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti, siero, effetti iperinflazione in Venezuela e costi della Capogruppo

Fatturato Netto per divisione Prodotto



1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti, siero ed effetti iperinflazione in Venezuela

Ai fini di una migliore comparabilità con i dati 2014, di seguito sono sintetizzati i risultati del Gruppo a cambi costanti, perimetro omogeneo ed esclusi gli effetti determinati dall'iperinflazione in Venezuela:

<i>(importi in milioni di euro)</i>								
Divisioni	I Trimestre 2015			I Trimestre 2014			Delta %	
	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL	MOL %	Fatturato Netto	MOL
Latte ¹	658,9	29,4	4,5	609,7	21,4	3,5	+8,1%	+37,2%
Bevande base frutta ²	112,3	19,3	17,2	69,8	8,1	11,6	+60,8%	+137,3%
Formaggio e altri prod. freschi ³	464,8	46,3	10,0	461,1	42,7	9,3	+0,8%	+8,6%
Altro ⁴	41,4	2,6	6,3	49,6	8,2	16,5	-16,4%	n.s.
Gruppo (perimetro/cambi costanti) ⁵	1.277,5	97,7	7,6	1.190,1	80,4	6,8	+7,3%	+21,5%

1 Include latte, panne e besciamelle

2 Include bevande base frutta e tè

3 Include yogurt, dessert, formaggio

4 Include altri prodotti, siero e costi della Capogruppo

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

La redditività della divisione Bevande base frutta risulta in crescita a seguito dei buoni risultati ottenuti in particolare nell'area America Latina.

Europa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	267,6	274,9	-7,4	-2,7%
MOL	25,2	22,3	2,9	+13,2%
<i>MOL %</i>	<i>9,4</i>	<i>8,1</i>	<i>1,3 ppt</i>	

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

La significativa svalutazione del rublo nei confronti dell'euro, iniziata nell'ultima parte dell'anno precedente, ha comportato un impatto negativo sul fatturato e sul margine operativo lordo dell'area, rispettivamente pari a circa 10 milioni di euro e 0,3 milioni di euro. I risultati a cambi costanti mostrano un fatturato in calo dell'1,1% e un margine operativo lordo in aumento del 14,7%.

Il miglioramento della redditività dell'area è da ascrivere in buona parte alla riduzione del costo della materia prima latte, iniziata a partire dal terzo trimestre 2014, in particolare in Italia e Portogallo.

Italia

L'economia italiana prova ad emergere dalla prolungata recessione. Sul finale del trimestre si sono avvertiti i primi segnali di inversione nel *sentiment* degli operatori economici, stimolata dalla competitività dell'euro, da una ripresa più solida nell'area europea e da segnali di riapertura del mercato del credito.

Mercati e prodotti

Nel primo trimestre 2015, come accaduto nel corso dell'anno precedente, continua il trend negativo del mercato del Latte UHT e, in maniera più significativa, Latte pastorizzato a seguito della contrazione del canale Tradizionale. Nonostante la sfavorevole situazione di mercato, Parmalat conferma la propria leadership in entrambe le categorie (considerando tutti i canali di vendita) facendo segnare un aumento della quota di mercato.

Il mercato della Panna UHT mostra una sensibile contrazione dei consumi ma Parmalat, grazie all'ottima *performance* del marchio *Chef* supportata da una riuscita campagna pubblicitaria, ha aumentato sensibilmente la propria quota a valore, rafforzando ulteriormente la leadership di categoria.

Nei primi tre mesi del 2015 il mercato dello Yogurt continua a mostrare andamenti negativi a volume e a valore; in tale contesto la consociata mantiene comunque inalterata la propria posizione competitiva.

La categoria Bevande base frutta, in continuità con l'anno precedente, mostra un andamento negativo della domanda nei primi mesi dell'anno, ad eccezione del canale Discount. In tale difficile situazione di mercato Parmalat si conferma terza forza del settore.

Le quote di mercato nei principali segmenti in cui la consociata è presente sono sintetizzate nella seguente tabella:

Prodotti	Quote a valore 2015	Quote a valore 2014
Latte UHT ¹	30,9%	29,7%
Latte pastorizzato ²	22,7%	21,6%
Panna UHT ¹	26,4%	24,9%
Yogurt ³	4,1%	4,4%
Bevande frutta ³	10,3%	10,8%

¹Fonte: Nielsen – Totale Italia dal 1/1/2015 al 29/03/2015

²Fonte: Nielsen Canale Moderno dal 1/1/2015 al 29/03/2015

³Fonte: IRI – Totale Italia dal 1/1/2015 al 29/03/2015

I volumi complessivamente venduti risultano in aumento rispetto all'anno precedente a seguito del buon andamento del Latte UHT, nonostante il trend negativo del mercato; le Bevande base frutta e il Latte pastorizzato hanno invece registrato una contrazione delle vendite a seguito dell'andamento del mercato.

Il fatturato netto della Business Unit, nonostante una crescita dei volumi venduti, risulta sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente a seguito di un maggiore utilizzo della leva promozionale, in particolare nella categoria Latte UHT.

Il margine operativo lordo del periodo risulta in crescita, rispetto al primo trimestre 2014, a seguito del buon andamento delle vendite e ai minori costi di acquisto delle materie prime, in particolare latte, plastica utilizzata per le bottiglie e zucchero. Nel primo trimestre dell'anno gli investimenti pubblicitari, a sostegno dei principali brand, sono stati significativamente superiori all'anno precedente e la consociata beneficia inoltre dell'ottimizzazione dei costi operativi.

Russia

I consumi interni hanno risentito delle sanzioni internazionali, del rallentamento dell'economia causato dall'andamento del prezzo del petrolio e dell'abbassamento dei salari reali. Il discreto recupero del rublo nel trimestre ha contribuito a mantenere il livello dell'inflazione sotto controllo.

Tutti i principali mercati in cui la consociata opera, ad eccezione del comparto Panna dove si registrano trend stabili, hanno risentito di questa situazione di crisi. All'interno di ciascuno di essi, la consociata mantiene comunque inalterata la propria posizione competitiva.

I risultati della consociata evidenziano un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari all'11,2% rispetto all'anno precedente, a seguito degli incrementi dei listini in tutte le principali categorie in cui opera.

Il margine operativo lordo risulta in calo rispetto all'anno precedente a seguito dei maggiori costi sostenuti per l'acquisto della materia prima latte e per gli effetti determinati dalla svalutazione della valuta locale sulle materie prime e imballi importati.

Portogallo

L'economia portoghese ha iniziato un trend di recupero, a seguito del risanamento della finanza pubblica. L'alto tasso di disoccupazione ed il processo di *deleveraging* delle famiglie, tuttavia, pongono ancora freni alla domanda interna.

I mercati in cui opera la consociata che più hanno risentito della crisi sono stati il Latte aromatizzato e le Bevande base frutta; al contrario, il mercato della Panna UHT registra un andamento positivo a volume. In tale contesto in cui le private label rivestono un ruolo sempre maggiore, Parmalat ha mantenuto invariate le proprie posizioni.

Il fatturato netto risulta in calo rispetto all'anno precedente a seguito di minori vendite, in particolare nella categoria Latte UHT e del maggior utilizzo della leva promozionale; nonostante ciò, la redditività del primo trimestre risulta in crescita, in particolare grazie ai minori prezzi di acquisto della materia prima latte rispetto all'anno precedente.

Romania

La consociata opera essenzialmente nel segmento delle Bevande base frutta, comparto che nel corso del primo trimestre 2015 è risultato in crescita, in particolare nel segmento degli *Still Drink*. Parmalat, con il marchio *Santàl*, mantiene inalterata la propria posizione competitiva.

I risultati economici dell'azienda, nel primo trimestre dell'anno, mostrano un miglioramento generale rispetto all'anno precedente, determinato dal deciso incremento dei volumi di vendita e dal contenimento dei costi di struttura.

Nord America

(importi in milioni di euro)	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	529,3	506,9	22,4	+4,4%
MOL	42,2	39,5	2,8	+7,0%
<i>MOL %</i>	<i>8,0</i>	<i>7,8</i>	<i>0,2 ppt</i>	

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

Le significative rivalutazioni del dollaro americano e del dollaro canadese nei confronti dell'euro hanno comportato un impatto positivo su fatturato e margine operativo lordo rispettivamente pari a circa 61 milioni di euro e 5,1 milioni di euro.

Il fatturato netto dell'area Nord America a cambi costanti diminuisce del 7,6%, mentre il margine operativo lordo è in calo del 5,9% rispetto all'anno precedente.

Canada

Nel primo trimestre dell'anno l'economia canadese, fortemente colpita dall'andamento del prezzo del petrolio, ha segnato un calo dei consumi interni. Il bilancio di famiglie e aziende ha però beneficiato del calo dei costi energetici durante un inverno rivelatosi particolarmente rigido. L'indebolimento della moneta ha agevolato l'export ma anche importato inflazione dagli Stati Uniti, principale partner commerciale.

Mercati e prodotti

I primi tre mesi del 2015 confermano il continuo calo dei consumi del mercato del Latte, in linea con quanto avvenuto lo scorso anno, con una contrazione in particolare nel segmento *Premium*. Nonostante la difficile situazione di mercato, Parmalat ha saputo incrementare la propria quota a valore, rafforzando la terza posizione competitiva.

Il comparto Yogurt ha mostrato un leggero aumento dei consumi, grazie alla buona performance del segmento *Drinkable Yoghurt*, nonostante la lieve contrazione del segmento *Spoonable Yoghurt*. All'interno di quest'ultimo si segnala il buon andamento del *Greek Yoghurt*, in cui la consociata ha da poco effettuato il lancio di un nuovo prodotto col marchio *Astro Athentikos*. Parmalat mantiene inalterata la propria posizione nel mercato, nonostante la forte pressione competitiva.

Nei primi mesi del 2015, il mercato del Formaggio ha mostrato un lieve aumento dei consumi a seguito delle sensibili crescite dei segmenti *Natural* e *Snack*. In tale contesto la consociata mantiene pressoché inalterata la propria quota a valore, confermando la seconda posizione di mercato.

Nella seguente tabella si indicano le quote di mercato nei principali segmenti:

Prodotti	Quote a valore 2015	Quote a valore 2014
Latte	20,1%	16,9%
Yogurt al cucchiaino	11,7%	11,9%
Yogurt da bere	4,7%	6,0%
Formaggio <i>Snack</i>	39,5%	39,6%
Formaggio <i>Natural</i>	13,1%	13,1%

Fonte: ACNielsen, MarketTrack, National Grocery Banner+Drug+Mass Merch, dal 1/1/2015 al 7/3/2015

L'azienda registra un calo dei volumi e del fatturato netto, in valuta locale, a seguito principalmente del negativo andamento della categoria Latte Pastorizzato, in linea con la contrazione generale del mercato.

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

Stati Uniti d'America

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

Mercati e prodotti

Il comparto Formaggio, nel perimetro costituito delle categorie in cui il Gruppo opera, mostra un primo trimestre 2015 positivo, caratterizzato da un sensibile aumento dei consumi, in particolare nei segmenti *Snack* e *Mozzarella Fresca*. In tale contesto, nonostante una riduzione di quota a valore, Parmalat mantiene la leadership in entrambe le categorie.

Nei primi tre mesi dell'anno i comparti *Feta* e *Cheddar d'Alta Gamma* hanno mostrato sensibili cali nei consumi ma, nonostante la situazione dei mercati, Parmalat aumenta la propria quota a valore nel segmento *Feta*.

Il mercato degli *Spalmabili d'Alta Gamma* risulta stabile sia a volume che valore; Parmalat registra una sensibile riduzione di quota.

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

Prodotti	Quote a valore 2015	Quote a valore 2014
Totale Formaggio ¹	11,6%	12,7%
Spalmabili d' Alta Gamma	29,5%	32,3%
Feta	15,4%	14,4%
Mozzarella fresca	19,3%	22,0%
Formaggi a crosta bianca	37,6%	41,8%
Mozzarella da cucina	17,9%	17,2%
Ricotta	25,9%	26,0%
Snack	5,0%	5,9%
Cheddar d'Alta Gamma	1,3%	1,7%

Fonte: SymphonyIRI Group Market Advantage, Total US Multioutlet dal 1/1/2015 al 29/03/2015

¹ Il perimetro di mercato preso in considerazione include le seguenti categorie: Formaggio Snack, Mozzarella da cucina, Feta, Ricotta, Mozzarella fresca, Formaggio a crosta bianca, Spalmabili d' Alta Gamma e Cheddar d'Alta Gamma.

La consociata americana ha registrato volumi di vendita complessivamente in linea rispetto all'anno precedente, grazie alla performance positiva della categoria Formaggio, che rappresenta più del 70% del totale, che ha compensato il calo registrato nelle vendite di Ingredienti.

Il fatturato netto, in valuta locale, risulta in calo del 12,4% a seguito della riduzione dei prezzi medi di vendita determinata da un aumento delle pressioni promozionali in un contesto di minori costi di acquisto della materia prima latte.

La redditività della consociata americana risulta in aumento a seguito principalmente dei minori costi d'acquisto della materia prima latte rispetto ai livelli record dell'anno precedente, di cui ha beneficiato soprattutto la divisione retail.

America Latina

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	213,3	140,8	72,5	+51,5%
MOL	2,6	7,7	-5,2	-66,7%
<i>MOL %</i>	<i>1,2</i>	<i>5,5</i>	<i>-4,3 ppt</i>	

L'area America Latina include le consociate che operano in Venezuela, Colombia, Ecuador, Paraguay, Messico e Brasile. Il Gruppo ha rafforzato la propria presenza in Brasile attraverso l'acquisizione di LBR a partire dal mese di gennaio 2015, dopo averne assunto la gestione a partire dal 1° novembre 2014; nell'area operano inoltre società commerciali in Uruguay, Perù e Bolivia.

I dati sopra esposti includono l'iperinflazione del Venezuela e un effetto cambio negativo pari a circa 72 milioni di euro sul fatturato e 9,8 milioni di euro sul margine operativo lordo, determinato principalmente dal deprezzamento del bolivar venezuelano nei confronti dell'euro. I risultati economici del primo trimestre 2015 della consociata venezuelana sono stati convertiti applicando il tasso di cambio SICAD (tasso di cambio vigente al 31 marzo 2015 pari a 12 VEF/USD).

I risultati a cambi costanti e perimetro omogeneo (escludendo LBR) e senza gli effetti dell'iperinflazione, mostrano un fatturato e un margine operativo lordo rispettivamente in crescita del 79% e del 120%.

Venezuela

L'incertezza economica e politica, unitamente all'inflazione dei prezzi al consumo, sono gli elementi principali di un quadro che permane volatile e che per gli operatori economici nazionali ed esteri è complicato dalla riforma del sistema valutario attuata a febbraio dal governo venezuelano.

I volumi complessivamente venduti dalla consociata risultano in crescita rispetto all'anno precedente; in particolare l'andamento delle categorie mostra un significativo aumento delle vendite di Latte pastorizzato e Yogurt mentre i volumi di vendita delle Bevande base frutta risultano stabili.

Il fatturato netto, in valuta locale, è in aumento del 126,4% rispetto all'anno precedente a seguito dell'adeguamento dei listini all'elevato livello di inflazione del paese e del buon andamento dei volumi di vendita sopra menzionato.

Il margine operativo lordo risulta in crescita rispetto all'anno precedente grazie al miglioramento del mix di vendita e all'adeguamento dei prezzi, in particolare nella categoria Succhi di frutta.

Colombia

Nonostante l'atteso rallentamento della crescita economica causato dal crollo del prezzo del petrolio, l'economia colombiana si sta dimostrando tra le meglio attrezzate dell'area America Latina a contrastare le turbolenze internazionali, grazie alle riserve accumulate negli anni passati ed al suo posizionamento all'interno di numerosi trattati commerciali.

I risultati della consociata vedono un fatturato netto in calo del 6,1%, a seguito della contrazione dei volumi di vendita in particolare nelle categorie Latte liquido e Yogurt e a seguito dell'aumento della pressione promozionale nei principali mercati in cui la consociata opera.

Il margine operativo lordo risulta in diminuzione oltre che per l'andamento delle vendite per maggiori costi dell'energia, il cui prezzo è legato all'andamento del dollaro americano.

Altri America Latina

Il fatturato netto degli altri paesi dell'area (Ecuador, Paraguay, Brasile e Messico), risulta in aumento rispetto all'anno precedente, grazie anche all'acquisizione di alcune unità produttive della società brasiliana LBR.

In **Ecuador** si registra un aumento del fatturato netto, in valuta locale, pari al 12,4% determinato principalmente dall'aumento dei volumi e dall'incremento dei prezzi di vendita.

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

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

In Brasile il trimestre è stato segnato da una bassa fiducia del settore privato nelle previsioni di breve termine. Su ciò ha gravato lo scandalo che ha colpito la compagnia petrolifera di bandiera e che ha avuto ripercussioni anche sul comparto delle infrastrutture e sull'economia nel suo complesso.

I risultati delle nuove attività acquisite in Brasile, nel primo trimestre dell'anno, hanno risentito delle sopra citate condizioni negative, oltre che delle difficoltà nel riavviare le produzioni parzialmente sospese durante la procedura concorsuale e, pertanto, fanno registrare nel primo trimestre un margine operativo lordo leggermente negativo (-4,4 milioni di euro). Su tali problematiche, che proseguiranno anche nei prossimi mesi, il management sta ponendo in essere le azioni opportune per assicurare la piena operatività dell'azienda; un recupero della redditività è previsto nella seconda parte dell'anno.

In Messico il Gruppo è attualmente presente con una società commerciale e vedrà rafforzata la propria posizione nel Paese nel corso dell'anno grazie all'acquisizione di un gruppo di società specializzate nella produzione e distribuzione di formaggio.

Africa

<i>(importi in milioni di euro)</i>	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	111,6	86,5	25,1	+29,0%
MOL	8,5	5,6	2,9	+52,5%
<i>MOL %</i>	<i>7,6</i>	<i>6,5</i>	<i>1,2 ppt</i>	

L'area Africa include le consociate che operano in Sud Africa, Zambia, Botswana, Swaziland e Mozambico. Il peso del Sud Africa sull'area è superiore all'80% del fatturato netto e al 70% del margine operativo lordo.

I dati sopra esposti, espressi in euro, includono un effetto cambio positivo pari a circa 11,4 milioni di euro sul fatturato e 0,8 milioni di euro sul margine operativo lordo, principalmente determinati dall'apprezzamento del rand sudafricano nei confronti dell'euro.

I risultati dell'area a cambi costanti registrano un fatturato in aumento del 15,8% e un margine operativo lordo in crescita del 37,4%.

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

Sud Africa

Nel primo trimestre si è registrata una forte crescita dei consumi rispetto all'anno scorso. Il buon andamento del settore minerario unito al basso costo del petrolio hanno fornito stimolo al reddito disponibile. A questo si è aggiunta l'assenza di scioperi su base nazionale che avevano invece condizionato l'andamento economico nel recente passato.

Mercato e prodotti

Nei primi tre mesi del 2015 il mercato Latte mostra una lieve contrazione dei consumi determinata dall'alto livello dei prezzi medi. In un contesto particolarmente difficile in cui le private label detengono circa metà del valore complessivo, la società aumenta la propria quota e rafforza la seconda posizione competitiva.

Buon andamento del comparto Latte aromatizzato nei primi mesi dell'anno, con positivi risultati a volume ma soprattutto a valore. La società mantiene saldamente la prima posizione di mercato grazie al marchio *Steri Stumpie*.

Il mercato del Formaggio ha registrato un'interessante crescita a valore, in particolare grazie ai positivi andamenti dei segmenti *Hard Cheese*, *Processed Cheese* e *Feta*. Parmalat rafforza la leadership di categoria, con un sensibile aumento della quota a valore, anche grazie agli investimenti pubblicitari.

I primi mesi del 2015 confermano le difficoltà del comparto Yogurt, già evidenziate nel corso dell'anno 2014, a seguito di consumi in calo in particolare nel segmento *Eating Yoghurt*. In tale difficile contesto di mercato, Parmalat mantiene comunque la seconda posizione competitiva.

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

Prodotti	Quote a valore 2015	Quote a valore 2014
Latte UHT	15,2%	14,6%
Yogurt	16,9%	17,4%
Formaggio	37,4%	35,3%
Latte aromatizzato	51,6%	53,1%

Fonte: Aztec, Top-end Retail & Wholesale; dal 1/1/2015 al 28/02/2015

Il fatturato netto, in valuta locale, è in aumento del 18,3% a seguito dell'ottimo andamento delle vendite (+12,5%) rispetto all'anno precedente, in particolare nelle categorie Latte UHT, Yogurt e Formaggio.

Tale incremento beneficia delle migliori condizioni di approvvigionamento della materia prima, rispetto all'anno 2014 caratterizzato da una significativa scarsità di latte.

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

Zambia

In Zambia, seconda realtà dell'area africana, si registrano volumi in crescita rispetto all'anno precedente e un fatturato netto, in valuta locale, in aumento del 9,6% grazie alla focalizzazione sui principali brand ed ai buoni risultati ottenuti dal progetto di distribuzione capillare da poco avviato.

Altri Africa

Il fatturato netto e il margine operativo lordo degli altri paesi africani (Swaziland, Mozambico e Botswana), a cambi costanti, risultano complessivamente in aumento grazie al generalizzato buon andamento delle vendite.

Da segnalare in particolare la positiva performance del Botswana determinata dall'incremento del fatturato del Latte UHT. I risultati in Mozambico risultano particolarmente positivi, rispetto all'anno precedente, nonostante le critiche condizioni del Paese in cui permangono problemi politici e interruzioni nell'approvvigionamento energetico.

Australia

Prosegue il ribilanciamento dell'economia verso la domanda interna, in particolare consumi privati, a fronte di una progressiva riduzione degli investimenti in infrastrutture a supporto del comparto estrattivo ed al rallentamento dell'export di risorse minerarie verso la Cina.

Mercato e prodotti

Il comparto del Latte pastorizzato ha mostrato un positivo primo trimestre 2015, con lievi crescite in termini di volume e valore. In un contesto competitivo dominato dalle private label, Parmalat conferma la prima posizione di mercato.

Il segmento del Latte aromatizzato dimostra di essere una delle categorie più dinamiche registrando, nei primi tre mesi dell'anno, un incremento sia a volume che a valore. Grazie alla buona performance del marchio *Oak*, Parmalat ha mantenuto la seconda posizione della categoria, con una quota di mercato costante, nonostante l'elevata competitività del mercato.

Il mercato dello Yogurt, nel suo complesso, mostra un deciso calo dei consumi nei primi mesi del 2015, nonostante il segmento *Greek Yoghurt* confermi i trend di crescita positivi già evidenziati nell'anno precedente. Parmalat mantiene stabile la terza posizione di mercato pur registrando una sensibile riduzione di quota a valore.

I primi tre mesi del 2015 hanno confermato una situazione particolarmente negativa per il mercato dei Dessert, in particolare in termini di volumi. Nonostante la difficile situazione del mercato, la consociata incrementa sensibilmente la propria quota a valore divenendo leader di categoria.

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

Prodotti	Quote a valore 2015	Quote a valore 2014
Latte pastorizzato	19,8%	20,3%
Latte aromatizzato	35,0%	35,3%
Yogurt	11,8%	14,5%
Dessert	32,1%	28,3%

Fonte: Aztec Australia – dal 1/1/2015 al 22/03/2015

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

(importi in milioni di euro)	I TRIMESTRE			
	2015	2014	Variazione	Variaz.%
Fatturato Netto	240,0	184,5	55,5	+30,1%
MOL	7,1	6,4	0,7	+10,9%
<i>MOL %</i>	<i>2,9</i>	<i>3,4</i>	<i>-0,5 ppt</i>	

L'apprezzamento della valuta locale, rispetto al cambio applicato nello stesso periodo dell'anno precedente, ha determinato un impatto positivo sul fatturato pari a circa 13 milioni di euro, mentre sul margine operativo lordo è pari a 0,4 milioni di euro.

Il fatturato netto e i volumi di vendita, a cambi e perimetro omogenei, escludendo pertanto le nuove attività *Harvey Fresh* e *Longwarry*, risultano rispettivamente in aumento del 4,7% e dell'8,3% in particolare grazie al buon andamento della categoria Latte aromatizzato.

La redditività della consociata risulta invece in diminuzione rispetto al primo trimestre 2014 principalmente a seguito di maggiori investimenti pubblicitari i cui pieni benefici sono previsti nei prossimi mesi. La società continua nel suo programma di miglioramento dell'efficienza industriale e di contenimento dei costi di distribuzione.

Andamento finanziario

Gestione Finanziaria

Struttura della posizione finanziaria netta del gruppo e delle principali società

La liquidità del Gruppo al lordo delle passività finanziarie è pari a 1.104,7 milioni di euro; di questi, 764,7 milioni di euro sono in Parmalat S.p.A. Alla data del 31 marzo tale liquidità è interamente investita in depositi bancari a vista, a breve termine ed assimilati. L'ammontare residuale è presso le singole società del Gruppo, che la impiegano facendo ricorso a strumenti analoghi a quelli in uso presso la Capogruppo. Gli interessi bancari a livello di Gruppo ammontano a 2,5 milioni di euro, di cui 1,5 milioni di competenza di Parmalat S.p.A., con una riduzione rispetto al periodo precedente dovuta al calo dei rendimenti. Nel corso del primo trimestre 2015 Parmalat S.p.A. non ha mai utilizzato il *cash pooling*.

Le risorse finanziarie del Gruppo restano a disposizione per lo sviluppo del business anche per linee esterne, come descritto nel capitolo "Acquisizioni".

Variazione della posizione finanziaria netta

Le disponibilità finanziarie nette del Gruppo passano da 1.119,1 milioni di euro al 31 dicembre 2014 a 929,0 milioni di euro al 31 marzo 2015, registrando un effetto cambio positivo pari a 17,8 milioni di euro.

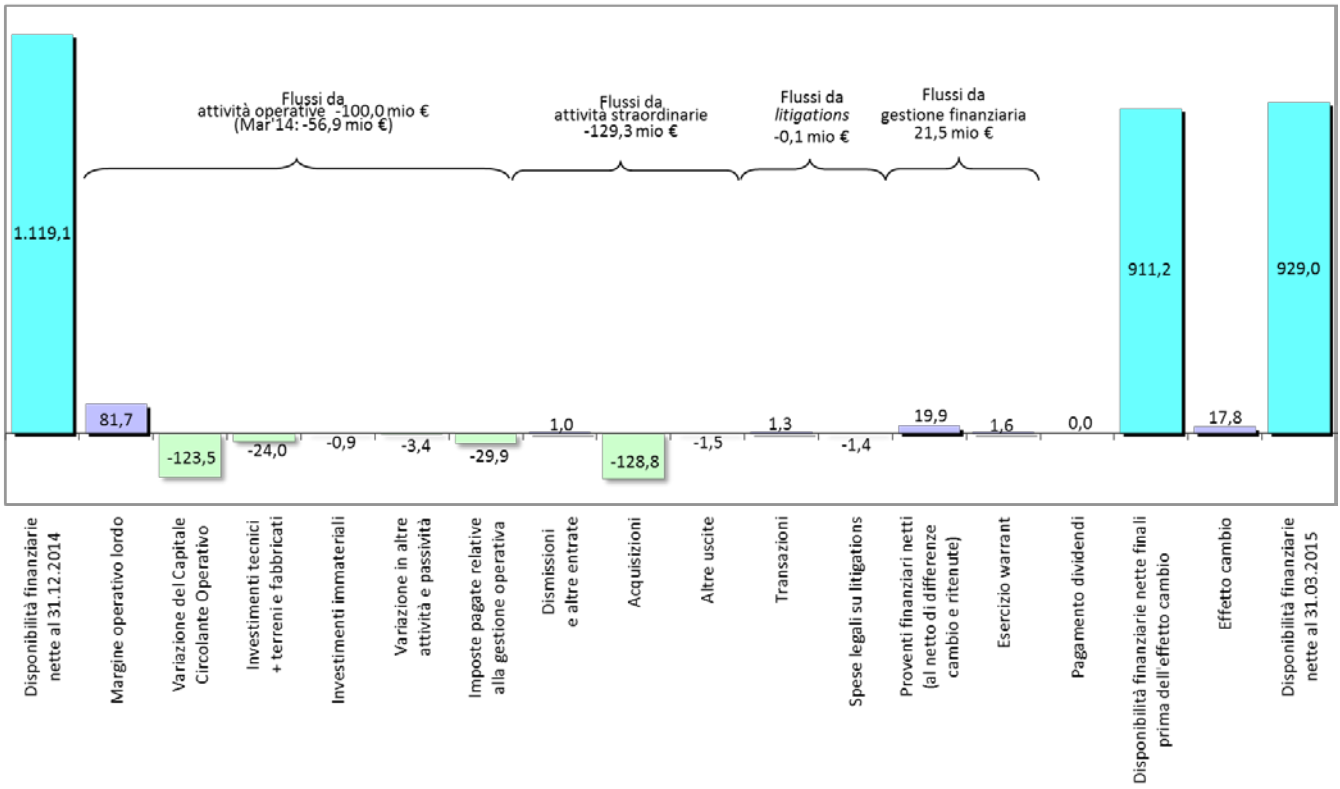
Nel trimestre si è avuto un assorbimento di cassa da parte delle attività operative pari a 100,0 milioni di euro, attribuibile prevalentemente alla stagionalità del business che ha visto nell'ultimo trimestre del 2014 una generazione di cassa pari a 178,5 milioni di euro.

L'assorbimento di cassa da attività non ricorrenti è stato pari a 129,3 milioni di euro, principalmente riferibile alle acquisizioni di *Lácteos Brasil* in Brasile, *Longwarry* in Australia e di Latterie Friulane in Italia. Tutte transazioni meglio descritte nel capitolo "Acquisizioni".

I flussi da *litigation* hanno comportato un utilizzo netto pari a 0,1 milioni di euro.

I flussi relativi alla gestione finanziaria sono stati pari a 21,5 milioni di euro (di cui 1,6 milioni di euro derivanti dall'esercizio di warrant).

Rendiconto finanziario consolidato 1 gennaio - 31 marzo 2015



Acquisizioni

Italia: Latterie Friulane

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

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

Brasile: asset di LBR

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

Australia: Longwarry

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

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

Messico: acquisizione di un Gruppo di società

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

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

Brasile: BRF

In data 22 aprile 2015 l'autorità antitrust brasiliana (CADE) ha approvato l'operazione, che si prevede possa essere finalizzata entro il mese di giugno, una volta completato da parte di BRF il conferimento degli asset relativi al *dairy business* nella Newco oggetto di acquisizione. Al 31 marzo questa implica per il Gruppo Parmalat un impegno finanziario di circa 650 milioni di euro.

Effetto economico delle acquisizioni sul bilancio consolidato al 31 marzo 2015

Al fine di favorire una migliore comprensione del bilancio consolidato al 31 marzo 2015, si riportano di seguito il Conto Economico al 31 marzo 2015 del Gruppo e delle società acquisite ovvero *Harvey Fresh* (acquisita ad aprile 2014), il ramo di azienda di Latterie Friulane (acquisito a gennaio 2015), le unità produttive di LBR (acquisite a gennaio 2015, dopo averne assunto la gestione a novembre 2014) e *Longwarry* (acquisita a fine gennaio 2015):

<i>(in milioni di euro)</i>	Gruppo Parmalat Progressivo al 31.03.2015	di cui <i>Harvey Fresh</i> (gennaio-marzo 2015)	di cui ramo di azienda Latterie Friulane (gennaio-marzo 2015)	di cui unità produttive LBR (gennaio-marzo 2015)	di cui <i>Longwarry</i> (febbraio 2015)¹
Ricavi	1.365,6	31,3	5,5	26,5	2,6
Fatturato netto	1.357,8	31,2	5,5	26,5	2,5
Altri ricavi	7,8	0,1	0,0	0,0	0,1
COSTI OPERATIVI	(1.282,0)	(29,8)	(5,6)	(30,9)	(2,8)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(1.091,7)	(25,8)	(4,2)	(28,6)	(2,7)
Costo del lavoro	(190,3)	(4,0)	(1,4)	(2,3)	(0,1)
Sub totale	83,6	1,5	(0,1)	(4,4)	(0,2)
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(1,9)	0,0	0,0	0,0	0,0
MARGINE OPERATIVO LORDO	81,7	1,5	(0,1)	(4,4)	(0,2)
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(34,7)	(1,1)	(0,3)	(1,0)	(0,2)
Altri proventi ed oneri	(0,2)	0,0	0,0	0,0	0,0
Utile operativo netto	46,8	0,4	(0,4)	(5,4)	(0,4)
Proventi/(Oneri)finanziari netti	(3,2)	(0,5)	0,0	0,0	0,0
Altri proventi ed oneri su partecipazioni	(0,4)	0,0	0,0	0,0	0,0
Utile ante imposte	43,2	(0,1)	(0,4)	(5,4)	(0,4)
Imposte sul reddito del periodo	(23,8)	(0,1)	0,1	0,0	0,0
Utile del periodo	19,4	(0,2)	(0,3)	(5,4)	(0,4)
(Utile)/perdita di terzi	(0,4)	-	-	-	-
Utile/(perdita) di gruppo	19,0	(0,2)	(0,3)	(5,4)	(0,4)

¹ I dati contabili di *Longwarry*, utilizzati nella preparazione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015, hanno data di chiusura 28 febbraio 2015.

Risorse Umane

Organico del Gruppo

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

Totale dipendenti per area geografica		
Aree	31 marzo 2015	31 dicembre 2014
Europa	3.355	3.262
Nord America	4.585	4.596
America Latina	4.849	3.799
Africa	2.690	2.665
Australia	2.160	2.150
Totale	17.639	16.472

Al 31 marzo del 2015 si registra un incremento degli organici di Gruppo di 1.167 unità rispetto alla chiusura dell'esercizio precedente. Tale incremento è dovuto principalmente nella Zona Europa all'acquisizione di Latterie Friulane (Italia, 144 unità), nella Zona America Latina all'acquisizione di LBR (Brasile, 1.031 unità), in Australia all'acquisizione di *Longwarry Food Park* (48 unità).

A perimetro omogeneo, il Gruppo presenta una lieve flessione di 56 unità.

Investimenti

Dati di sintesi degli investimenti del Gruppo Parmalat al 31 marzo 2015

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trimestre 2015		I Trimestre 2014		Delta %
Aree	Valore	% sul totale	Valore	% sul totale	
Europa	4,6	19,0%	3,5	15,0%	30,6%
Nord America	10,1	42,2%	9,4	40,3%	7,6%
America Latina	1,1	4,7%	3,4	14,6%	-66,7%
Africa	3,5	14,7%	3,7	15,9%	-4,9%
Australia	4,7	19,4%	3,3	14,2%	40,9%
Gruppo	24,0	100,0%	23,3	100,0%	2,9%
Gruppo (perimetro e cambi costanti)¹	22,4		23,3		-3,9%

¹ Escluso Harvey Fresh

Il Gruppo nel corso dei primi tre mesi del 2015 ha realizzato investimenti per 24,0 milioni di euro, in aumento del 2,9% rispetto all'anno precedente. A parità di perimetro e cambi costanti gli investimenti risultano in diminuzione del 3,9% rispetto al periodo precedente.

Gli investimenti comprendono molteplici azioni volte al miglioramento dei processi produttivi, dell'efficienza, degli aspetti qualitativi, della sicurezza dell'ambiente di lavoro nonché all'adeguamento alle nuove normative.

I progetti di investimento più significativi sono riferiti a:

- realizzazione impianto di cogenerazione a Collecchio e nuova soffiatrice per bottiglie a Zevio (Italia);
- ottimizzazione impianto produttivo del formaggio a Bonnievale (Sud Africa);
- potenziamento ed ottimizzazione degli asset produttivi della mozzarella a Victoriaville (Canada);
- ottimizzazione processo produttivo formaggio *Shred* nello stabilimento di Nampa (USA).

Gli investimenti tecnici non includono l'acquisto di licenze e l'implementazione di sistemi informativi che, nel 2015, sono stati pari a 0,9 milioni di euro, principalmente effettuati in Italia e Canada.

Commenti ai risultati economico-finanziari

Gruppo Parmalat

Il fatturato netto è pari a 1.357,8 milioni di euro, in aumento di 165,1 milioni (+13,8%) rispetto ai 1.192,8 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il fatturato netto risulta in aumento di 87,4 milioni (+7,3%). Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento dei listini prezzo e agli incrementi di vendite dei prodotti a più alta redditività.

Il margine operativo lordo è pari a 81,7 milioni di euro, in aumento di 5,2 milioni (+6,9%) rispetto ai 76,4 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti ed escludendo gli effetti dell'iperinflazione in Venezuela, il margine operativo lordo risulta in aumento di 17,3 milioni (+21,5%). Tale incremento è dovuto all'aumento dei listini prezzo, al miglioramento del mix di vendita e alla diminuzione del costo della materia prima latte, in particolare in Europa e Nord America.

L'utile operativo netto è pari a 46,8 milioni di euro, in linea rispetto ai 46,9 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti, l'utile operativo netto risulta in aumento di 3,7 milioni. Tale incremento è principalmente dovuto al miglioramento della gestione industriale. Gli ammortamenti e le svalutazioni di immobilizzazioni ammontano a 34,7 milioni (29,2 milioni nei primi tre mesi del 2014). Tale incremento è principalmente riconducibile al consolidamento nel corso del periodo delle nuove realtà acquisite.

L'utile del Gruppo è pari a 19,0 milioni di euro, in diminuzione di 28,7 milioni rispetto ai 47,7 milioni dei primi tre mesi del 2014. A cambi e perimetro costanti, l'utile del Gruppo risulta in diminuzione di 26,2 milioni. Tale riduzione è principalmente riconducibile a minori proventi finanziari netti, per effetto di un maggior onere da iperinflazione e di una diminuzione dei rendimenti sulla liquidità investita e a maggiori imposte di periodo, per effetto principalmente di un migliore risultato industriale in Venezuela e di componenti reddituali non ricorrenti quali imposte differite e imposte su proventi da riparti fallimentari.

Il capitale circolante operativo è pari a 545,9 milioni di euro, in aumento di 167,2 milioni rispetto ai 378,7 milioni del 31 dicembre 2014. Tale incremento è principalmente dovuto: alle maggiori rimanenze di prodotti finiti nella controllata canadese, per effetto della stagionalità del business che vede, nella prima parte dell'anno, un aumento della produzione di formaggi a cui si contrappone, nell'ultima parte dell'anno, un aumento delle vendite; alle maggiori rimanenze di latte in polvere e concentrati di frutta della controllata venezuelana allo scopo di sostenere l'incremento della domanda; alle differenze cambio da conversione positive dovute all'apprezzamento dell'euro nei confronti delle valute dei più importanti paesi di riferimento in cui il Gruppo opera.

Il capitale investito netto è pari a 2.490,7 milioni di euro, in aumento di 367,7 milioni rispetto ai 2.123,0 del 31 dicembre 2014. Tale incremento è principalmente dovuto all'aumento del capitale circolante operativo, all'acquisizione di alcune unità produttive di *Lácteos Brasil S.A.*, all'acquisizione della società australiana *Longwarry Food Park Pty Ltd* e del ramo di azienda di Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A. e alle differenze cambio da conversione positive dovute all'apprezzamento dell'euro nei confronti delle valute dei più importanti paesi di riferimento in cui il Gruppo opera.

Le disponibilità finanziarie nette sono pari a 929,0 milioni di euro, in diminuzione di 190,1 milioni, rispetto ai 1.119,1 milioni del 31 dicembre 2014. Le cause principali di tale variazione sono: l'assorbimento di cassa da attività operative per 100,0 milioni e l'assorbimento di cassa da attività straordinarie per 129,3 milioni, principalmente a seguito dell'acquisizione di alcune unità produttive di *Lácteos Brasil S.A.*, dell'acquisizione della società australiana *Longwarry Food Park Pty Ltd* e del ramo di azienda di Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A.. Tale diminuzione è stata in parte compensata dalla generazione di cassa della gestione finanziaria per 21,5 milioni e dall'effetto cambio positivo per 17,8 milioni.

Il patrimonio netto di Gruppo è pari a 3.396,6 milioni di euro, in aumento di 176,8 milioni, rispetto ai 3.219,8 milioni del 31 dicembre 2014, principalmente per effetto delle differenze cambio da conversione in euro dei bilanci delle imprese operanti in aree diverse dall'euro per 104,9 milioni, della variazione al *fair value*, per 53,2 milioni, di alcuni strumenti derivati perfezionati dal Gruppo e volti a fronteggiare l'esposizione al rischio cambio derivante dalla sottoscrizione di un accordo vincolante per l'acquisto della divisione dairy di BRF S.A. e dell'utile di Gruppo pari a 19,0 milioni.

Gruppo Parmalat

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

(in milioni di euro)

	I Trimestre 2015	I Trimestre 2014
RICAVI	1.365,6	1.201,0
Fatturato netto	1.357,8	1.192,8
Altri ricavi	7,8	8,2
COSTI OPERATIVI	(1.282,0)	(1.121,9)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(1.091,7)	(956,9)
Costo del lavoro	(190,3)	(165,0)
Sub totale	83,6	79,1
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(1,9)	(2,7)
MARGINE OPERATIVO LORDO	81,7	76,4
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(34,7)	(29,2)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigation</i>	(0,5)	(0,9)
- Altri proventi e oneri	0,3	0,6
UTILE OPERATIVO NETTO	46,8	46,9
Proventi/(Oneri) finanziari netti	(3,2)	13,7
Altri proventi ed oneri su partecipazioni	(0,4)	0,0
UTILE ANTE IMPOSTE	43,2	60,6
Imposte sul reddito del periodo	(23,8)	(12,2)
UTILE DEL PERIODO	19,4	48,4
(Utile)/perdita di terzi	(0,4)	(0,7)
Utile/(perdita) di gruppo	19,0	47,7
Attività in funzionamento:		
Utile/(Perdita) per azione base	0,0104	0,0261
Utile/(Perdita) per azione diluito	0,0103	0,0259

Gruppo Parmalat

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	31.03.2015	31.12.2014
IMMOBILIZZAZIONI	2.467,9	2.234,0
Immateriali	1.199,6	1.104,7
Materiali	1.135,2	996,5
Finanziarie	60,2	59,9
Attività per imposte anticipate	72,9	72,9
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	13,1	12,5
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	500,6	336,3
Rimanenze	636,1	534,2
Crediti Commerciali	524,1	487,0
Debiti Commerciali (-)	(614,3)	(642,5)
Capitale circolante operativo	545,9	378,7
Altre Attività	170,9	135,6
Altre Passività (-)	(216,2)	(178,0)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.981,6	2.582,8
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(118,3)	(110,4)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(362,1)	(338,9)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(10,5)	(10,5)
CAPITALE INVESTITO NETTO	2.490,7	2.123,0
<i>Finanziato da:</i>		
PATRIMONIO NETTO	3.419,7	3.242,1
Capitale sociale	1.833,1	1.831,1
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	52,9	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.491,6	1.132,4
Utile del periodo	19,0	203,1
Patrimonio netto di terzi	23,1	22,3
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(929,0)	(1.119,1)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	175,5	132,4
Debiti finanziari verso partecipate	0,2	0,2
Altre attività finanziarie (-)	(93,3)	(94,4)
Disponibilità (-)	(1.011,4)	(1.157,3)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	2.490,7	2.123,0

Parmalat S.p.A.

In data 30 dicembre 2014 Parmalat S.p.A. ha acquistato dal Consorzio Cooperativo Latterie Friulane, con effetto dal 1° gennaio 2015, un ramo d'azienda avente ad oggetto l'attività di produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti lattiero caseari (latte pastorizzato e UHT, yogurt, Montasio, mozzarella, ricotta unitamente ai relativi marchi, impianti e personale). Nel Conto Economico del primo trimestre 2015 sono inclusi gli effetti derivanti dall'acquisizione.

Il fatturato netto è pari a 211,7 milioni di euro, in aumento dell'1,0% rispetto ai 209,6 milioni di euro dei primi tre mesi del 2014, il fatturato prodotto dal ramo "Latterie Friulane" è pari a 5,5 milioni di euro. I volumi di vendita risultano in aumento nonostante la crisi perdurante di alcuni dei principali mercati in cui la Società opera (in particolare i succhi di frutta ed il latte pastorizzato che segna un andamento negativo di oltre il 5%) e l'aumentata pressione promozionale del latte UHT, queste ragioni giustificano anche la diminuzione del fatturato considerato a perimetro costante (-1,6%). Si rilevano buoni segnali dalla panna UHT e dalla besciamella Chef che crescono anche sulla spinta della comunicazione migliorando la loro quota di mercato.

Il margine operativo lordo è pari a 16,4 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 12,5 milioni di euro dello stesso periodo del 2014, di 3,9 milioni di euro (di cui ramo "Latterie Friulane" -0,1 milioni di euro). Tale incremento è principalmente stato determinato dalla diminuzione del costo delle principali materie prime, in particolare latte e plastica. Ulteriori impatti positivi viene anche dalla ottimizzazione dei costi operativi.

L'utile operativo netto è pari a 8,9 milioni di euro (di cui ramo "Latterie Friulane" -0,4 milioni di euro), in aumento, rispetto agli 1,8 milioni di euro di marzo 2014, di 7,1 milioni di euro. A tale risultato contribuiscono principalmente l'aumento del margine operativo lordo ed i maggiori proventi netti non ricorrenti registrati nel periodo rispetto al precedente anno.

L'utile del periodo è pari a 15,2 milioni di euro (di cui ramo "Latterie Friulane" -0,3 milioni di euro), in aumento, rispetto ai 4,2 milioni di euro del marzo 2014, di 11,0 milioni di euro. La variazione è principalmente determinata dall'aumento dell'utile operativo netto e dai maggiori dividendi e proventi da partecipate (7,5 milioni di euro, contro 0,6 milioni di euro dei primi tre mesi del 2014) che portano anche ad un contenimento del carico fiscale.

Il capitale investito netto è pari a 2.236,1 milioni di euro, in sostanziale stabilità rispetto ai 2.237,9 milioni di euro del 31 dicembre 2014.

Le disponibilità finanziarie nette sono passate da 758,8 milioni di euro al 31 dicembre 2014 a 777,2 milioni di euro del 31 marzo 2015, con un aumento di 18,4 milioni di euro. Le poste principali che contribuiscono alla variazione del periodo sono: l'incasso di dividendi, la diminuzione del capitale d'esercizio netto e gli incassi per warrant esercitati (1,6 milioni di euro), oltre al carico del debito finanziario di 5,7 milioni di euro di Latterie Friulane (poi integralmente estinto). Le disponibilità e le attività finanziarie sono impiegate a breve termine presso istituti di credito italiani.

Il patrimonio netto della società è pari a 3.013,3 milioni di euro, in aumento, rispetto ai 2.996,7 milioni del 31 dicembre 2014 di 16,6 milioni di euro per effetto dell'utile di periodo e dell'esercizio di warrant avvenuto nel trimestre.

Parmalat S.p.A.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	I Trimestre 2015	I Trimestre 2014
RICAVI	219,5	219,4
Fatturato netto	211,7	209,6
Altri ricavi	7,8	9,8
COSTI OPERATIVI	(202,1)	(204,8)
Acquisti, prestazioni servizi e costi diversi	(170,8)	(176,3)
Costo del lavoro	(31,3)	(28,5)
Subtotale	17,4	14,6
Svalutazione crediti e altri accantonamenti	(1,0)	(2,1)
MARGINE OPERATIVO LORDO	16,4	12,5
Ammortamenti e svalutazioni immobilizzazioni	(7,2)	(7,5)
Altri proventi e oneri:		
- Spese legali su <i>litigation</i>	(0,5)	(0,9)
- Altri proventi e oneri	0,2	(2,3)
UTILE OPERATIVO NETTO	8,9	1,8
Proventi/(Oneri) finanziari netti	3,4	6,8
Altri proventi e oneri su partecipazioni	7,5	0,6
UTILE ANTE IMPOSTE	19,8	9,2
Imposte sul reddito del periodo	(4,6)	(5,0)
UTILE DEL PERIODO	15,2	4,2

Parmalat S.p.A.

STATO PATRIMONIALE RICLASSIFICATO

<i>(in milioni di euro)</i>	31.03.2015	31.12.2014
IMMOBILIZZAZIONI	2.466,2	2.452,2
Immateriali	356,1	357,0
Materiali	153,8	143,4
Finanziarie	1.924,6	1.920,2
Attività per imposte anticipate	31,7	31,6
ATTIVITA' DESTINATE ALLA VENDITA AL NETTO DELLE RELATIVE PASSIVITA'	0,0	0,0
CAPITALE D'ESERCIZIO NETTO	(21,6)	(12,4)
Rimanenze	49,0	42,9
Crediti Commerciali	121,3	123,3
Debiti Commerciali (-)	(182,9)	(180,9)
Capitale circolante operativo	(12,6)	(14,7)
Altre Attività	46,9	47,8
Altre Passività (-)	(55,9)	(45,5)
CAPITALE INVESTITO DEDOTTE LE PASSIVITA' D'ESERCIZIO	2.444,6	2.439,8
FONDI RELATIVI AL PERSONALE (-)	(28,6)	(26,1)
FONDI PER RISCHI ED ONERI (-)	(169,9)	(165,7)
FONDO PER DEBITI IN CONTESTAZIONE PER PRIVILEGIO E PREDEDUZIONE	(10,0)	(10,1)
CAPITALE INVESTITO NETTO	2.236,1	2.237,9
Finanziato da:		
PATRIMONIO NETTO	3.013,3	2.996,7
Capitale sociale	1.833,1	1.831,1
Riserva convertibile in capitale sociale per opposizioni e per insinuazioni tardive	52,9	53,2
Altre riserve e risultati di periodi precedenti	1.112,1	1.051,4
Utile del periodo	15,2	61,0
DISPONIBILITA' FINANZIARIE NETTE	(777,2)	(758,8)
Debiti finanziari verso banche e altri finanziatori	0,0	0,0
Debiti/(Crediti) finanziari verso partecipate	(12,5)	(10,4)
Altre attività finanziarie (-)	(71,2)	(70,7)
Disponibilità (-)	(693,5)	(677,7)
TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO	2.236,1	2.237,9

Eventi significativi del primo trimestre 2015

Trasferimento degli asset di LBR e pagamento del relativo prezzo

Essendosi completate le procedure oggetto di clausole sospensive previste dagli accordi contrattuali, in data 8 gennaio 2015 la proprietà degli asset di LBR oggetto di acquisizione è stata trasferita a *Lactalis do Brazil* a fronte del pagamento del prezzo pari a 250 milioni di reais. In pari data è stato risolto il contratto di licenza del marchio *Parmalat* in essere con la stessa LBR.

Accordi sindacali in relazione all'acquisizione del ramo d'azienda ex Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A.

Il 15 gennaio 2015 Parmalat, a seguito dell'avvenuta acquisizione del ramo d'azienda ex Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.C.A., ha sottoscritto con le Organizzazioni Sindacali presso il Ministero del Lavoro, un accordo con il quale subentra nel Piano di Riorganizzazione, a suo tempo presentato dal Consorzio Latterie Friulane, in particolare per quanto riguarda modi, tempi e criteri per l'accesso alla CIGS ed alla Mobilità.

Il 27 gennaio 2015 Parmalat ha sottoscritto con le Organizzazioni Sindacali, presso Confindustria Udine, un accordo di mobilità per 89 unità a sostegno del Piano di Riorganizzazione delle attività ex Latterie Friulane.

L'accordo prevede, in primo luogo, l'uscita dei volontari e di coloro che sono già in possesso dei requisiti pensionistici o che li matureranno durante la mobilità e riconosce al personale collocato in mobilità sostegni economici sotto forma di incentivi all'esodo. L'azienda si è altresì impegnata a valutare la possibilità di ricollocare il personale in esubero presso altri siti del Gruppo e a valutare la possibilità di proporre part time verticali.

Closing Longwarry

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

Assemblea straordinaria degli azionisti

In data 27 febbraio 2015 si è tenuta l'Assemblea Straordinaria degli Azionisti, che ha deliberato (i) di prorogare il termine per la sottoscrizione dell'aumento del capitale sociale di cui all'articolo 5, lettera b) dello statuto sociale riservato ai creditori oppositori e tardivi, (ii) di conferire delega al Consiglio di Amministrazione per la sua esecuzione e (iii) di conferire delega al Consiglio di Amministrazione per regolare l'assegnazione dei warrant successivamente al 1° gennaio 2016, il tutto ai fini dell'adempimento delle previsioni del Concordato Parmalat in tema di assegnazione di azioni e warrant.

Procedimento Citibank

Nel procedimento penale avanti il Tribunale di Parma nei confronti di dirigenti e dipendenti di Citigroup per bancarotta fraudolenta, nel quale Parmalat S.p.A. in A.S. era costituita parte civile e talune società del gruppo Citibank rivestivano la qualifica di responsabile civile rispetto alle attività poste in essere dai loro dipendenti, all'udienza del 5 marzo 2015 il Tribunale, a seguito dell'istanza di applicazione della pena ("patteggiamento") presentata da tutti gli imputati, ha emesso sentenza accettando l'accordo proposto dalle parti.

Il patteggiamento non consente che il Giudice si pronunci sulle richieste risarcitorie avanzate dalle parti civili, e dunque la decisione non contiene alcuna statuizione sul risarcimento del danno. La società farà valere le proprie pretese risarcitorie in sede civile.

Fatti avvenuti dopo il 31 marzo 2015

Assemblea Ordinaria degli Azionisti

In data 16 aprile 2015 si è tenuta l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti di Parmalat S.p.A. riunitasi, in unica convocazione. L'Assemblea ha approvato il bilancio relativo all'esercizio 2014, che si è chiuso con un utile di 61,0 milioni di euro (a livello consolidato, l'utile di Gruppo è stato pari a 203,1 milioni di euro) e ha deliberato di distribuire un dividendo di 0,016 euro per azione ordinaria avente diritto. Il dividendo sarà messo in pagamento il 20 maggio 2015, con data di "stacco" cedola in Borsa il 18 maggio 2015 (alle azioni registrate nei conti alla data del 19 maggio 2015 - record date).

L'Assemblea ha deliberato di aumentare il numero degli Amministratori da 7 a 8 e di nominare un nuovo Amministratore nella persona dell'Ing. Yvon Guérin, attuale Direttore Generale della Società, come proposto dal Consiglio di Amministrazione nella Relazione Illustrativa all'Assemblea. La nomina è finalizzata a consentire al Consiglio di Amministrazione di attribuire allo stesso anche la carica di Amministratore Delegato con relativi poteri.

L'Ing. Guérin resterà in carica fino alla scadenza del mandato conferito al Consiglio di Amministrazione ossia fino all'assemblea di approvazione bilancio al 31.12.2016.

L'informativa sulle caratteristiche personali e professionali dell'ing. Guérin è disponibile sul sito internet. http://www.parmalat.com/it/il_gruppo/management/.

Il Consiglio di Amministrazione nomina l'Amministratore Delegato

In data 16 aprile 2015 il Consiglio di Amministrazione ha nominato l'Ing. Yvon Guérin, Direttore Generale e dalla medesima data Consigliere di Amministrazione, Amministratore Delegato della Società, attribuendogli i relativi poteri per l'esercizio della carica.

Sulla base di quanto dichiarato dall'Ing. Guérin, si comunica che egli non detiene azioni della Società.

Il Consiglio di Amministrazione ha infine approvato la Procedura per la disciplina delle decisioni influenzate nell'ambito dell'attività di direzione e coordinamento ed aggiornato, sentito il parere favorevole del competente Comitato, le soglie di rilevanza per l'esclusione dall'ordinary course of business delle operazioni con parti correlate di cui all'art. 8, lett. c.) della Procedura per la disciplina delle operazioni con parti correlate.

Sottoscrizione contratto di finanziamento con pool di banche

In data 28 aprile 2015, Parmalat S.p.A. ha sottoscritto un contratto di finanziamento a medio-lungo termine per un ammontare di 500 milioni di Euro con un pool di banche composto da UniCredit S.p.A., Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., Cariparma Crédit Agricole, Crédit Agricole Corporate and Investment Bank Milan branch in qualità di Mandated Lead Arrangers. Il Gruppo UniCredit è stato nominato Banca Agente del pool.

La linea di credito verrà erogata a fronte di una o più richieste di utilizzo da presentare entro nove mesi dalla data odierna e non è assistita da garanzie. Il tasso di interesse è indicizzato all'euribor maggiorato di un margine in linea con le attuali migliori condizioni di mercato. La scadenza è prevista nell'aprile del 2020.

La linea di credito assicura, unitamente ai mezzi propri disponibili, il supporto finanziario necessario per proseguire nel processo di crescita del Gruppo.

Acquisizione di un gruppo di società operanti in Messico

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

Principi per la predisposizione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015

Il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 è stato redatto in osservanza di quanto disposto dall'art. 154-ter "Relazioni finanziarie" del Testo Unico della Finanza ("T.U.F."), introdotto dal D.Lgs. n. 195 del 6 novembre 2007 con cui il legislatore italiano ha dato attuazione alla Direttiva 2004/109/CE (c.d. direttiva *Transparency*) in materia di informativa periodica.

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

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

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

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

La predisposizione del Resoconto intermedio di gestione richiede da parte degli Amministratori l'applicazione di principi e metodologie contabili che, in talune circostanze, si basano su complesse e soggettive valutazioni e stime tratte dall'esperienza storica ed assunzioni che vengono di volta in volta considerate ragionevoli e realistiche in funzione delle relative circostanze. L'applicazione di tali stime ed assunzioni influenza gli importi riportati negli schemi di bilancio nonché l'informativa fornita. I valori finali delle voci di bilancio per le quali sono state utilizzate le suddette stime ed assunzioni, possono differire da quelli che effettivamente saranno realizzati, a causa dell'incertezza che caratterizza le assunzioni e le condizioni sulle quali si basano le stime. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi contabilmente nel periodo in cui avviene la revisione di stima, se tale revisione influenza solo il periodo corrente, o anche nei periodi successivi se la revisione influenza il periodo corrente e quelli futuri. Le voci di bilancio che richiedono più di altre una maggiore soggettività da parte degli Amministratori nell'elaborazione delle stime e per le quali una modifica delle condizioni sottostanti le assunzioni utilizzate potrebbe avere un impatto significativo sul Resoconto intermedio sono: l'avviamento, i marchi a vita utile non definita, l'ammortamento delle immobilizzazioni, le imposte correnti e differite, il fondo svalutazione crediti, i fondi per rischi ed oneri (in particolare a fronte dei contenziosi in essere), i fondi relativi al personale, le riserve per opposizioni e insinuazioni tardive e le aggregazioni aziendali. Per le principali assunzioni adottate e le fonti utilizzate nell'effettuazione delle stime, si rimanda a quanto illustrato nel bilancio consolidato al 31 dicembre 2014.

La determinazione di eventuali perdite di valore di attività immobilizzate è generalmente effettuata in modo completo solo in sede di redazione del bilancio annuale, allorché 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 31 marzo 2015 non è sottoposto a revisione contabile.

La pubblicazione del presente Resoconto intermedio di gestione è stata autorizzata dagli Amministratori in data 13 maggio 2015.

Area di consolidamento

Nel corso del primo trimestre 2015 le variazioni più significative nell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2014 hanno riguardato:

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

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

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

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

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

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

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

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

Venezuela

I dati economici e patrimoniali delle consociate venezuelane espressi in valuta locale sono condizionati dall'elevato tasso d'inflazione che, nell'ultimo triennio, ha superato la soglia cumulata del 100%, determinando l'applicazione dello *IAS 29 – Rendicontazione contabile in economie iperinflazionate*. Il principio prevede che il bilancio di un'entità, la cui valuta funzionale sia quella di un'economia iperinflazionata, deve essere esposto nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio. I valori dello stato patrimoniale non ancora espressi nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio sono rideterminati applicando un indice generale dei prezzi. Tutte le voci del conto economico devono essere espresse nell'unità di misura corrente alla data di riferimento del bilancio, applicando la variazione dell'indice generale dei prezzi intervenuta dalla data alla quale i ricavi e i costi sono stati registrati inizialmente nel bilancio. Il ricalcolo dei valori di bilancio è stato effettuato utilizzando l'indice nazionale del prezzo al consumo (INPC). L'indice alla data di riferimento del Resoconto intermedio di gestione è stato pari a 1.022,2 (548,3 a marzo 2014) mentre la variazione dell'indice rispetto all'anno precedente è stata pari a 86,4%.

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

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

- i due preesistenti sistemi d'asta *SICAD* e *SICAD II* sono stati accorpati in un unico sistema *SICAD* ancora basato su aste a chiamata da parte della banca centrale. Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione non risulta ufficialmente indetta alcuna nuova asta *SICAD* e pertanto il tasso di cambio di riferimento risulta pari a 12,00 VEF/USD ovvero quello fissato nell'ultima asta pubblicata, la n. 26 di fine settembre 2014;

- è stato introdotto il *Sistema Marginal de Divisas* (cosiddetto *SIMADI*), in cui le persone fisiche e giuridiche possono scambiarsi valuta per il tramite di circa 3.800 sportelli che intermediano la domanda e l'offerta di valuta. Il *SIMADI* è entrato in funzione il 12 febbraio 2015, con un tasso di cambio di 170 VEF/USD. Al 31 marzo 2015 tale tasso di cambio risulta pari a 193 VEF/USD.

Alla data del presente Resoconto intermedio di gestione, il 99,0% delle transazioni in valuta risultano svolte tramite i due "sistemi amministrati", mentre il restante 1,0% delle transazioni si sono svolte tramite *SIMADI*.

Sulla base delle evidenze documentali disponibili, si è ritenuto opportuno procedere ad una conversione dei saldi patrimoniali ed economici delle controllate venezuelane, applicando il tasso *SICAD* in quanto ritenuto rappresentativo delle condizioni operative riscontrate nel periodo.

Tale tasso è, alla data del 31 marzo 2015, il tasso di cambio applicabile ai futuri pagamenti dei dividendi ed al rientro del capitale.

L'eventuale cambiamento del tasso di cambio da *SICAD* (12,00 VEF/USD) a *SIMADI* (193 VEF/USD) avrebbe comportato al 31 marzo una riduzione del contributo delle controllate venezuelane al patrimonio netto consolidato di 182 milioni di euro mentre sul fatturato netto e sul margine operativo lordo una riduzione rispettivamente di 131 e di 7,5 milioni di euro.

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

Prevedibile evoluzione della gestione

Lo scenario economico globale conferma nel primo trimestre 2015 una moderata crescita, guidata dalle economie avanzate, Stati Uniti in particolare.

Rimane un margine di incertezza per quanto riguarda il livello dei costi delle materie prime e il mantenimento dei prezzi di vendita, sottoposti a notevoli pressioni sul mercato. Queste situazioni di instabilità e l'andamento dell'economia in alcune aree dove il Gruppo opera concentrano le aspettative di crescita soprattutto nel secondo semestre dell'anno in corso.

Tra le realtà recentemente acquisite, *LBR* e *Longwarry* risentono di alcune criticità emerse nei rispettivi mercati di riferimento.

In tale contesto il Gruppo conferma gli obiettivi di crescita di fatturato e margine operativo lordo.

Guidance 2015

Per il 2015, a tassi di cambio e perimetro costanti ed escluso l'effetto dell'iperinflazione, Parmalat stima un fatturato netto ed un margine operativo lordo in crescita intorno a livelli del 3-5%.

E' previsto inoltre un ulteriore aumento del fatturato di circa l'8-10% e del margine operativo lordo di circa il 3-5%, grazie alle acquisizioni perfezionate nel primo trimestre 2015 (in particolare, *Latterie Friulane* in Italia, *Longwarry* in Australia e *LBR* in Brasile), a quella realizzata nel mese di aprile (*Esmeralda* in Messico) e a quella prevista nel prosieguo dell'anno (*BRF - divisione dairy* in Brasile).

Disclaimer

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statements"), in particolare nella sezione intitolata "Prevedibile evoluzione della gestione". Le previsioni del 2015 si basano, tra l'altro, sull'andamento del primo trimestre 2015 e sui trend successivi. L'andamento del Gruppo è influenzato dall'evoluzione di variabili esogene che possono avere impatti non prevedibili sui risultati: tali variabili, che riflettono la peculiarità di ciascun Paese in cui il Gruppo opera, sono legate a fenomeni di natura atmosferica, economica, socio-politica e normativa.

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

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

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

Parmalat S.p.A.

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

Via delle Nazioni Unite 4

43044 Collecchio (Parma) - Italia

Tel. +39.0521.808.1

www.parmalat.com

Cap. Soc.: 1.833.062.336 euro i.v.

R.E.A. Parma n. 228069

Reg. Imprese Parma n. 04030970968

Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

