



## COMUNICATO STAMPA

### GRUPPO PARMALAT: INFORMATIVA RELATIVA AI PRIMI NOVE MESI DEL 2017

- **Volumi di vendita** in calo del 3,7% a perimetro costante ed escluso il Venezuela
- **Fatturato netto** in aumento del 5,5% a cambi e perimetro correnti ed esclusa iperinflazione; in linea con l'anno precedente a cambi e perimetro costanti ed escluso il Venezuela
- **Margine operativo lordo** in calo del 5,8% a cambi e perimetro costanti ed escluso il Venezuela
- **Guidance 2017**: a tassi di cambio e perimetro costanti ed escludendo il Venezuela, confermata la crescita del fatturato netto entro l'1%; variazione negativa dell'EBITDA rispetto all'anno precedente in un range tra il -3% e il -5%

Milano, 9 novembre 2017 - Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A., riunitosi oggi sotto la Presidenza di Gabriella Chersicla, ha esaminato l'andamento del Gruppo nei primi nove mesi del 2017.

#### Gruppo

In un contesto di mercato caratterizzato dall'estrema volatilità dei prezzi della materia prima, i primi nove mesi del 2017 sono stati influenzati da un rialzo del costo del latte a livello mondiale. Tale fattore, unitamente ad uno scenario di mercato altamente competitivo, sia in ambito *retail* che in ambito industriale, ha innescato dinamiche sfavorevoli in alcune aree in cui il Gruppo opera, con significative differenze regionali.

In tale ambito, il Gruppo, già a partire dal primo semestre dell'anno, ha implementato nei diversi mercati in cui opera specifiche politiche commerciali volte ad un adeguamento dei prezzi di vendita per contrastare il citato rialzo del costo dei fattori produttivi.

I **volumi di vendita** del Gruppo, a perimetro costante - ottenuto escludendo i risultati delle attività acquisite nel corso del 2016 (*Parmalat Australia YD*) e del 2017 (Cile, *Karoun* negli Stati Uniti d'America e *Silac* in Italia) - ed escluso il Venezuela, mostrano un calo del 3,7% riconducibile a tutte le aree geografiche e, in particolare, all'America Latina (Brasile) e all'Africa. Inoltre, nel periodo si segnala un generale deterioramento del mix di vendita.

Il **fatturato netto**, esclusa iperinflazione, si attesta a 4.839,2 milioni di euro, in aumento di 250,9 milioni (+5,5%) rispetto ai primi nove mesi del 2016. A tassi di cambio e perimetro costanti e senza il Venezuela, il fatturato netto risulta in linea con l'anno precedente con un contributo positivo delle aree Nord America ed Europa, per le politiche commerciali di rialzo dei prezzi, e con un andamento negativo dell'area America Latina, specialmente in Brasile per la flessione dei volumi.

#### ANDAMENTO DELLE AREE GEOGRAFICHE

importi in milioni di euro (eccetto per valori %)	Fatturato netto progressivo al 30/09/2017	Fatturato netto progressivo al 30/09/2016	Δ % Fatturato netto a cambi e perimetro correnti	Δ % Fatturato netto a cambi e perimetro costanti <sup>2</sup> ed escluso Venezuela	Δ % volumi di vendita a perimetro costante <sup>2</sup> ed escluso Venezuela
<b>DATI PER AREA GEOGRAFICA</b>					
<b>Europa</b>	842,4	797,4	+5,6%	+3,5%	-1,1%
<b>Nord America</b>	1.860,7	1.746,0	+6,6%	+4,3%	-0,2%
<b>Africa</b>	322,3	280,1	+15,1%	+2,3%	-7,3%
<b>Oceania</b>	791,5	762,3	+3,8%	-0,4%	-0,6%
<b>America Latina</b>	1.035,8	1.015,9	+2,0%	-10,5%	-11,8%
<b>Corporate e altro <sup>1</sup></b>	(13,6)	(13,4)	+1,0%	-7,2%	-
<b>Gruppo escl. Iperinflazione</b>	<b>4.839,2</b>	<b>4.588,3</b>	<b>+5,5%</b>	<b>+0,1%</b>	<b>-3,7%</b>
Iperinflazione Venezuela	44,1	43,8	+0,7%	-	-
<b>Gruppo</b>	<b>4.883,3</b>	<b>4.632,1</b>	<b>+5,4%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi

1. Include altre società minori, elisioni tra aree e la Capogruppo.

2. Escluse attività consolidate nel 2017 (Cile, Karoun negli Stati Uniti e Silac in Italia) e nel 2016 (Parmalat Australia YD).



Alla luce dei trend precedentemente descritti, il margine operativo lordo - che all'inizio dell'anno era previsto in progressione ma che già nel corso del primo semestre aveva evidenziato un rallentamento portando ad una revisione della *guidance* in sede di approvazione dei risultati semestrali - ha mostrato un'ulteriore flessione nel terzo trimestre con importanti ricadute sulla previsione per l'intero esercizio.

In questo quadro si segnala che il **margine operativo lordo** nei primi nove mesi dell'anno è pari, esclusa iperinflazione, a 325,4 milioni di euro, in diminuzione di 11,5 milioni (-3,4%) rispetto ai primi nove mesi del 2016. A cambi e perimetro costanti e senza il Venezuela, il margine operativo lordo è in calo del 5,8% rispetto all'anno precedente.

## Europa

Le principali categorie in cui Parmalat opera in **Italia** registrano trend negativi dei consumi. In tale contesto, la controllata conferma la leadership nei segmenti latte UHT e latte pastorizzato (considerando tutti i canali di vendita) e rafforza la prima posizione nella categoria panna UHT con il marchio *Chef*.

Più in dettaglio, a fronte di un calo dei volumi nei comparti latte e bevande a base frutta, il fatturato netto risulta in miglioramento grazie agli effetti della politica commerciale messa in atto per contrastare l'aumento del costo della materia prima latte.

## Nord America

In **Canada**, la controllata rafforza le proprie posizioni di mercato nei segmenti dei formaggi *snack* e *natural slices*. Nelle categorie latte e yogurt, pur registrando un calo dei volumi, mantiene inalterate le proprie posizioni competitive.

Da segnalare che le difficoltà in ambito commerciale, unitamente a criticità industriali e logistiche, hanno condizionato la performance della controllata nel terzo trimestre.

Negli **Stati Uniti d'America**, Parmalat conferma la leadership nei segmenti formaggi a crosta bianca, mozzarella da cucina e ricotta e mantiene inalterate le proprie posizioni negli altri comparti in cui è presente, registrando un trend dei volumi in linea con l'anno precedente.

In tale contesto, la controllata ha messo in atto una politica commerciale volta a contrastare l'incremento del costo della materia prima latte.

## Africa

In **Sud Africa**, Parmalat si conferma primo *player* del mercato del latte aromatizzato con il 50% di quota a valore e conserva la propria posizione competitiva nella categoria formaggi mostrando ottimi risultati nel segmento *processed cheese*. Nel comparto yogurt la controllata mantiene la seconda posizione competitiva.

Si segnala che i volumi della controllata sono in calo, mentre il fatturato netto è in miglioramento quale effetto della politica commerciale messa in atto dal Gruppo.

In tale contesto, la controllata sudafricana nel terzo trimestre registra un rallentamento della crescita, mentre in Zambia permangono le difficoltà in ambito industriale e logistico.

## Oceania

In **Australia**, la controllata è leader di categoria nel latte pastorizzato e nei dessert, detenendo in quest'ultimo comparto una quota a valore di oltre il 50%. Nei segmenti latte aromatizzato e yogurt si conferma secondo *player* del mercato.

Pur confermando le proprie posizioni competitive, la controllata registra volumi di vendita e fatturato netto in lieve calo, a parità di perimetro e cambi costanti.



## America Latina

Nelle principali controllate dell'area il Gruppo sta realizzando una serie di interventi organizzativi sui processi e sui sistemi finalizzati a migliorare l'efficacia e l'efficienza della gestione, i cui effetti non sono ancora pienamente riscontrabili.

Nell'area, in particolare in Brasile, i volumi e il fatturato netto sono in calo.

\* \* \* \* \*

## Prevedibile evoluzione della gestione e *guidance* 2017

Le originarie previsioni del Gruppo vedevano un secondo semestre in significativa accelerazione rispetto alla prima parte dell'anno; tali aspettative, già aggiornate in sede di approvazione della semestrale, alla luce dei risultati dei mesi di agosto e settembre e dei dati preliminari del mese di ottobre, non si stanno realizzando in quanto il Gruppo non è riuscito a compensare pienamente la crescita dei costi dei fattori produttivi, nonostante le politiche commerciali messe in atto già a partire dal primo semestre.

Tale fenomeno ha inciso in maniera significativa sulla performance della *business unit* Canada, Paese che presenta ulteriori criticità in ambito industriale e logistico, pur avendo intrapreso piani di miglioramento.

Infine, con riguardo alle altre aree di presenza del Gruppo, si segnalano specifiche problematiche. Nel continente africano, pur in presenza di un trend positivo in Sud Africa, si assiste ad un rallentamento delle proiezioni di crescita e ad una difficile situazione nella controllata in Zambia. In America Latina permangono ritardi nell'implementazione dei piani previsti in alcune controllate e condizioni di mercato altamente competitive in altre.

Tali situazioni hanno condizionato l'andamento del terzo trimestre e fanno prevedere una ulteriore flessione della redditività attesa a fine anno.

Alla luce di tali tematiche, a tassi di cambio e perimetro costanti ed escludendo gli impatti del Venezuela, si conferma un'evoluzione del fatturato netto contenuta entro l'1%, mentre si prevede una variazione negativa dell'EBITDA rispetto all'anno precedente in un *range* tra il -3% e il -5%.

\* \* \* \* \*

### **Disclaimer**

*Le previsioni del 2017 si basano, tra l'altro, sull'andamento del terzo trimestre 2017 e sul trend del mese di ottobre. L'andamento del Gruppo è influenzato dall'evoluzione di variabili esogene che possono avere impatti non prevedibili sui risultati: tali variabili, che riflettono la peculiarità di ciascun Paese in cui il Gruppo opera, sono legate a fenomeni di natura atmosferica, economica, socio-politica e normativa.*

\* \* \* \* \*

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

\* \* \* \* \*

### **Contatti societari**

Ufficio Stampa  
[external.communication@parmalat.net](mailto:external.communication@parmalat.net)

Investor Relations  
[l.bertolo@parmalat.net](mailto:l.bertolo@parmalat.net)

[www.parmalat.com](http://www.parmalat.com)