



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO PARMALAT: INFORMATIVA RELATIVA AL PRIMO TRIMESTRE 2018

- Volumi di vendita in aumento dell'1,3% a perimetro costante ed escluso il Venezuela
- Fatturato netto in linea con l'anno precedente a cambi e perimetro costanti ed escluso il Venezuela; in calo del 7,6% a cambi e perimetro correnti
- **Guidance 2018 confermata**

Milano, 17 maggio 2018 - Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A., riunitosi oggi sotto la Presidenza di Gabriella Chersicla, ha esaminato l'andamento del Gruppo nel primo trimestre 2018.

**Gruppo**

Nel corso del primo trimestre del 2018 il mercato del latte è stato caratterizzato da una diminuzione del costo della materia prima in quasi tutte le aree in cui il Gruppo opera. In tale contesto, Parmalat ha implementato specifiche politiche commerciali volte ad individuare il migliore bilanciamento tra volumi e prezzi.

I **volumi di vendita** del Gruppo, a perimetro costante - ottenuto escludendo i risultati delle attività acquisite nel corso del 2017 (gruppo *La Vaquita* in Cile, *Karoun* negli Stati Uniti d'America e *Silac* in Italia) - ed escluso il Venezuela, mostrano un aumento dell'1,3% riconducibile a tutte le aree geografiche, ad eccezione dell'America Latina.

Il **fatturato netto**, esclusa iperinflazione, si attesta a 1.435,9 milioni di euro, in diminuzione di 117,3 milioni (-7,6%) rispetto al primo trimestre del 2017. A tassi di cambio e perimetro costanti e senza il Venezuela, il fatturato netto risulta in linea con l'anno precedente con una variazione negativa 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 I Trimestre 2018	Fatturato netto I Trimestre 2017	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
<b>DATI PER AREA GEOGRAFICA</b>					
Europa	284,3	267,0	+6,5%	+5,6%	+7,7%
Nord America	513,3	558,0	-8,0%	+1,1%	+6,4%
America Latina	287,6 <sup>3</sup>	362,9 <sup>3</sup>	-20,8%	-13,2%	-7,2%
Africa	109,6	112,4	-2,5%	+2,6%	+2,9%
Oceania	245,6	256,7	-4,3%	+6,4%	+2,6%
Corporate e altro <sup>1</sup>	(4,5)	(3,8)	-20,0%	-20,0%	n.s.
<b>Gruppo escl. Iperinflazione</b>	<b>1.435,9</b>	<b>1.553,2</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-0,3%</b>	<b>+1,3% <sup>4</sup></b>
Iperinflazione Venezuela	7,5	7,1	+6,2%	-	-
<b>Gruppo</b>	<b>1.443,4</b>	<b>1.560,3</b>	<b>-7,5%</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 d'America e Silac in Italia).

3. Esclusa iperinflazione.

4. A perimetro costante (esclusi Cile, Karoun negli Stati Uniti d'America e Silac in Italia) e senza il Venezuela.



## Europa

Le principali categorie in cui Parmalat opera in **Italia** registrano un calo dei consumi. In tale contesto, la controllata incrementa le proprie quote di mercato nelle categorie latte pastorizzato e latte UHT, confermandosi primo *player* in entrambi i segmenti, anche grazie al buon andamento del brand *Zymil*. Inoltre, Parmalat rafforza la leadership nella categoria panna UHT con il marchio *Chef*.

## Nord America

Negli **Stati Uniti d'America**, si è assistito nel corso dei primi tre mesi del 2018 ad una sensibile ripresa dei consumi nel mercato dei formaggi; in tale contesto Parmalat conferma la leadership nei segmenti formaggi a crosta bianca, ricotta e mozzarella da cucina.

L'evoluzione del costo della materia prima ha, invece, condizionato l'attività della controllata nel segmento delle polveri (proteine del serio, ecc.).

In **Canada**, la controllata riduce lievemente la propria quota di mercato nella categoria formaggi e mantiene inalterate le proprie posizioni competitive nelle categorie latte e yogurt.

In un contesto competitivo difficile, Parmalat sta mantenendo i volumi attraverso una riduzione dei prezzi di vendita.

## America Latina

In **Brasile**, la controllata mantiene posizioni di leadership o co-leadership nelle categorie latte UHT e formaggi perseguendo nello sforzo di riposizionamento del proprio portafoglio prodotti.

Nelle altre principali controllate dell'area permane una situazione di contesto e di mercato particolarmente delicata.

## Africa

In **Sud Africa**, Parmalat si conferma primo *player* nel segmento del latte aromatizzato, con un aumento della propria quota a valore (pari al 52%), e mantiene la propria posizione competitiva nel latte bianco. Nella categoria formaggi la controllata conserva la posizione di leadership, mentre nel comparto yogurt mantiene la seconda posizione competitiva.

In **Zambia**, pur in presenza di un recupero dei volumi, permangono difficoltà in ambito industriale e logistico.

## Oceania

In **Australia**, la controllata ha attuato un'attenta politica di prezzo mantenendo la leadership nel latte pastorizzato e la seconda posizione competitiva nei segmenti latte UHT e latte aromatizzato. Nel mercato dei dessert si conferma primo *player*, guadagnando quote di mercato, grazie soprattutto alle performance del brand *Pauls*.

Nel segmento delle polveri Parmalat sta affrontando forti tensioni in conseguenza del trend della materia prima latte.

\* \* \* \* \*



## **Guidance 2018**

La prima parte del 2018 è stata caratterizzata da un calo del costo della materia prima latte. Ciò ha comportato, da un lato, l'adeguamento della valorizzazione dei magazzini e, dall'altro, la revisione dei prezzi di vendita con conseguenti pressioni sui margini al fine di assicurare i volumi di vendita.

Pur in tale contesto, il Gruppo conferma la *guidance* già comunicata in sede di approvazione della relazione di bilancio al 31 dicembre 2017.

\* \* \* \* \*

### **Disclaimer**

*Le previsioni del 2018 si basano, tra l'altro, sull'andamento del primo trimestre 2018 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.*

\* \* \* \* \*

## **Verifica dei requisiti di indipendenza in capo al Presidente del Collegio Sindacale**

Il Collegio Sindacale ha informato il Consiglio di Amministrazione di aver verificato, nella riunione del 14 maggio 2018, in ottemperanza all'art. 8.C.1. del Codice di Autodisciplina, la sussistenza dei requisiti di indipendenza in capo al Presidente del Collegio Sindacale nominato dall'assemblea degli azionisti del 19 aprile scorso, anche sulla base dei criteri previsti dall'art. 3.C.1 del predetto Codice con riferimento all'indipendenza degli Amministratori.

\* \* \* \* \*

## **Pubblicazione del verbale dell'assemblea ordinaria del 19 aprile 2018**

Parmalat S.p.A. comunica che il verbale dell'assemblea ordinaria degli azionisti del 19 aprile 2018 è a disposizione del pubblico presso la sede legale, presso il meccanismo di stoccaggio autorizzato 1Info ([www.1Info.it](http://www.1Info.it)) e sul sito Internet della Società: [www.parmalat.com/it/corporate\\_governance/assemblea\\_azionisti/archivio](http://www.parmalat.com/it/corporate_governance/assemblea_azionisti/archivio).

\* \* \* \* \*

*Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Pierluigi Bonavita dichiara, ai sensi dell'art. 154-bis, comma 2 del TUF, 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  
[I.bertolo@parmalat.net](mailto:I.bertolo@parmalat.net)

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