



COMUNICATO STAMPA

GRUPPO PARMALAT: INFORMATIVA RELATIVA AI PRIMI NOVE MESI DEL 2018

- Volumi di vendita in aumento dell'1,2% a perimetro costante ed escluso il Venezuela
- Fatturato netto in calo del 6,3% a cambi e perimetro correnti ed esclusa iperinflazione; in linea con l'anno precedente a cambi e perimetro costanti ed escluso il Venezuela
- *Guidance* 2018 confermata

Milano, 30 ottobre 2018 - 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 2018.

Gruppo

Il mercato della materia prima latte è stato caratterizzato dalla volatilità dei prezzi, con una riduzione generalizzata del costo del latte nel primo semestre e una spinta al rialzo del costo dei fattori produttivi nell'ultimo periodo, pur con marcate differenze in alcune aree.

I **volumi di vendita** del Gruppo, a perimetro costante - ottenuto escludendo i risultati delle acquisizioni 2017 (Cile, *Karoun* negli Stati Uniti e *Silac* in Italia) - ed escluso il Venezuela, mostrano un incremento dell'1,2% rispetto ai primi nove mesi del 2017 riconducibile a tutte le aree geografiche, con l'esclusione dell'America Latina in leggero calo.

Il **fatturato netto**, esclusa iperinflazione, si attesta a 4.532,2 milioni di euro, in calo di 307 milioni (-6,3%) rispetto ai primi nove mesi del 2017. A tassi di cambio e perimetro costanti e senza il Venezuela, il fatturato netto risulta in linea con l'anno precedente con un andamento negativo dell'area Nord America.

| ANDAMENTO DELLE AREE GEOGRAFICHE | | | | | |
|--|---|---|--|---|---------------------------|
| importi in milioni di euro (eccetto per valori %) | Fatturato netto progressivo al 30/09/2018 | Fatturato netto progressivo al 30/09/2017 | Δ % Fatturato netto a cambi e perimetro correnti | Δ % Fatturato netto a cambi e perimetro costanti ² ed escluso Venezuela | Δ % volumi di vendita |
| DATI PER AREA GEOGRAFICA | | | | | |
| Europa | 852,1 | 842,4 | +1,2% | +0,7% | +2,8% |
| Nord America | 1.725,3 | 1.860,7 | -7,3% | -2,4% | +1,2% |
| America Latina | 896,6 ³ | 1.035,8 ³ | -13,4% | +0,5% | -2,7% |
| Africa | 319,3 | 322,3 | -0,9% | +4,2% | +7,9% |
| Oceania | 753,7 | 791,5 | -4,8% | +3,2% | +2,1% |
| Corporate e altro ¹ | (14,8) | (13,6) | -8,8% | -8,8% | - |
| Gruppo escl. Iperinflazione | 4.532,2 | 4.839,2 | -6,3% | +0,1% | +1,2% ⁴ |
| Iperinflazione Venezuela | 247,5 | 44,1 | +460,8% | - | - |
| Gruppo | 4.779,7 | 4.883,3 | -2,1% | - | - |

Le aree rappresentano il dato consolidato dei Paesi.

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

2. Escluse nuove attività consolidate nel 2017 (Cile, *Karoun* negli Stati Uniti 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

In **Italia**, i principali mercati in cui Parmalat opera registrano, nei primi nove mesi dell'anno, un calo dei consumi. In tale contesto, la controllata incrementa le proprie quote di mercato nella categoria latte, confermandosi leader nei segmenti latte UHT e latte pastorizzato, grazie al contributo del brand *Zymil*. Nella categoria panna UHT Parmalat rafforza la prima posizione di mercato.

Nord America

In **Canada**, la controllata sta affrontando criticità in varie categorie con perdite di quote di mercato nei segmenti yogurt e formaggio "natural". Inoltre, la difficoltà di compensare l'aumento dei costi dei fattori produttivi con l'adeguamento dei listini genera un impatto negativo in ambito commerciale.

Negli **Stati Uniti d'America**, nel corso dei primi nove mesi del 2018 si è assistito ad un progressivo aumento dei consumi nella categoria formaggi a seguito di un sensibile incremento dell'attività promozionale. Parmalat conferma la propria leadership nei segmenti formaggi a crosta bianca, mozzarella da cucina e ricotta, senza variazioni significative di posizione negli altri comparti in cui è presente.

America Latina

In **Brasile**, nonostante un calo dei volumi, la controllata si conferma leader del mercato del latte UHT e mantiene la seconda posizione nel segmento formaggi.

In **Messico**, in un mercato dei formaggi che registra un andamento positivo, la controllata presenta una contrazione dei volumi.

Africa

In **Sud Africa**, la categoria latte UHT mostra un andamento positivo con un incremento dei volumi; in tale situazione, Parmalat si conferma primo *player* nel segmento del latte aromatizzato e conserva la seconda posizione competitiva nel latte bianco. Nel mercato dei formaggi la controllata mantiene la leadership e nel comparto yogurt rafforza la seconda posizione.

Oceania

In **Australia**, Parmalat presenta forti difficoltà nei segmenti di mercato in cui opera, in particolare con una perdita di quote nel latte pastorizzato e nello yogurt. In ambito commerciale si registrano impatti negativi in relazione al bilanciamento tra variazione dei costi della materia prima e adeguamento dei listini.

* * * * *



Prevedibile evoluzione della gestione

I primi nove mesi dell'anno hanno confermato le forti difficoltà che il Gruppo sta affrontando in alcuni dei principali mercati in cui opera, in particolare in Australia, Canada e in alcune realtà minori, quali Messico e Zambia.

In tale contesto sono stati implementati importanti interventi organizzativi e definiti piani di azione nelle aree acquisto materia prima, industriale, commerciale e logistica, mirati a contrastare le principali criticità.

La prima parte dell'anno è stata, inoltre, condizionata dai risultati del segmento dei prodotti in polvere e da eventi non ricorrenti, quali gli scioperi e l'impatto negativo stagionale legato alla valorizzazione del magazzino in Canada.

Guidance 2018

In un contesto di volatilità della materia prima e di conseguenti tensioni in ambito commerciale legate ai necessari adeguamenti dei prezzi di vendita, unitamente ad alcuni elementi negativi anche di natura non ricorrente, si conferma una flessione, rispetto all'anno precedente, del fatturato netto nell'intorno del -1% e dell'EBITDA tra -3% e 0% a causa delle difficoltà in particolare in Canada e Australia.

* * * * *

Disclaimer

Le previsioni del 2018 si basano - tra l'altro - sull'andamento del terzo trimestre 2018 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 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

Investor Relations
l.bertolo@parmalat.net

www.parmalat.com