



**Relazione semestrale
al 30 giugno 2008**

INDICE

- 1. Criteri di redazione**
- 2. Dati di sintesi**
- 3. Il Gruppo Granarolo**
- 4. Relazione degli Amministratori**
 - 4.1. Scenario
 - 4.2. Sintesi della gestione
 - 4.2.1. Andamento dei mercati e delle vendite
 - 4.2.2. Rapporti con parti correlate
 - 4.3. Fatti di rilievo avvenuti dopo il 30 giugno 2008
 - 4.4. Evoluzione prevedibile della gestione
- 5. Prospetti contabili consolidati**
 - 5.1. Prospetti contabili consolidati
 - 5.2. Commento ai prospetti contabili consolidati
- 6. Prospetti contabili della capogruppo Granarolo SpA**

1. CRITERI DI REDAZIONE

Le informazioni economiche sono fornite con riferimento ai primi sei mesi 2008 ed ai primi sei mesi 2007.

Le informazioni patrimoniali sono fornite con riferimento al 30 giugno 2008 ed al 31 dicembre 2007.

I principi contabili di riferimento ed i criteri di consolidamento sono in linea con quelli adottati per la predisposizione del bilancio consolidato del Gruppo Granarolo al 31 dicembre 2007.

Le informazioni economiche e patrimoniali sono state riclassificate a fini gestionali allo scopo di fornire una migliore comprensione dell'andamento del Gruppo.

La relazione semestrale non è sottoposta a revisione contabile.

2. DATI DI SINTESI

	Progressivo al 30 giugno		
	2008	2007	var. %
Dati economici (in Euro / .000)			
Ricavi netti prodotti *	509.495	457.500	11,4
Margine operativo lordo (EBITDA)	39.887	36.377	9,7
Risultato operativo (EBIT)	23.565	19.536	20,6
Utile/Perdita di competenza	-985	-5.198	-
Dati economici (in percentuale su Ricavi netti prodotti)			
Margine operativo lordo (EBITDA)	7,8%	8,0%	
Risultato operativo (EBIT)	4,6%	4,3%	
Utile / Perdita di competenza	-0,2%	-1,1%	
Dati per azione (in Euro)			
Utile / Perdita per azione	-0,012	-0,066	

** netto costi promozionali*

	Puntuale al	30/06/2008	31/12/2007	var. %
Dati patrimoniali e finanziari (dati in Euro / .000)				
Capitale investito netto		260.297	258.634	0,6
Indebitamento finanziario netto		135.807	130.518	4,1
Patrimonio netto (incluse quote di terzi)		124.489	128.116	-2,8

	Progressivo al	30/06/2008	31/12/2007
Dati patrimoniali e finanziari (dati in Euro / .000)			
Cash Flow della gestione reddituale		15.920	32.514
Investimenti netti		2.681	-3.217

Dati consolidati al 30 giugno 2008

3. IL GRUPPO GRANAROLO

Granarolo S.p.A. – Composizione azionaria

	n. azioni	%
Granlatte Soc.Coop. Agricola	61.187.560	77,48%
Intesa Sanpaolo	15.622.172	19,78%
Cooperlat Soc.Coop. Agricola	2.159.641	2,73%
	78.969.373	100,0%

Granarolo S.p.A. - II Consiglio di Amministrazione

Luciano Sita – *Presidente*
 Bruno Altini – *Vice Presidente vicario*
 Giampiero Calzolari – *Vice Presidente*
 Alessandro Cocchi
 Danio Federici
 Ettore Ghidoni *
 Giovanni La Croce *
 Amedeo Nodari
 Angelo Perrone
 Pierpaolo Pierobon *
 Domenico Scali

** membro del Comitato di controllo interno e del Comitato per i compensi*

Il Consiglio è stato nominato dall'Assemblea dei soci del 18 maggio 2007 e resterà in carica fino alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio 2009.

Granarolo S.p.A. - II Collegio Sindacale

Roberto Chiusoli *Presidente*
 Chiara Ragazzi *Sindaco effettivo*
 Franco Colombo *Sindaco effettivo*

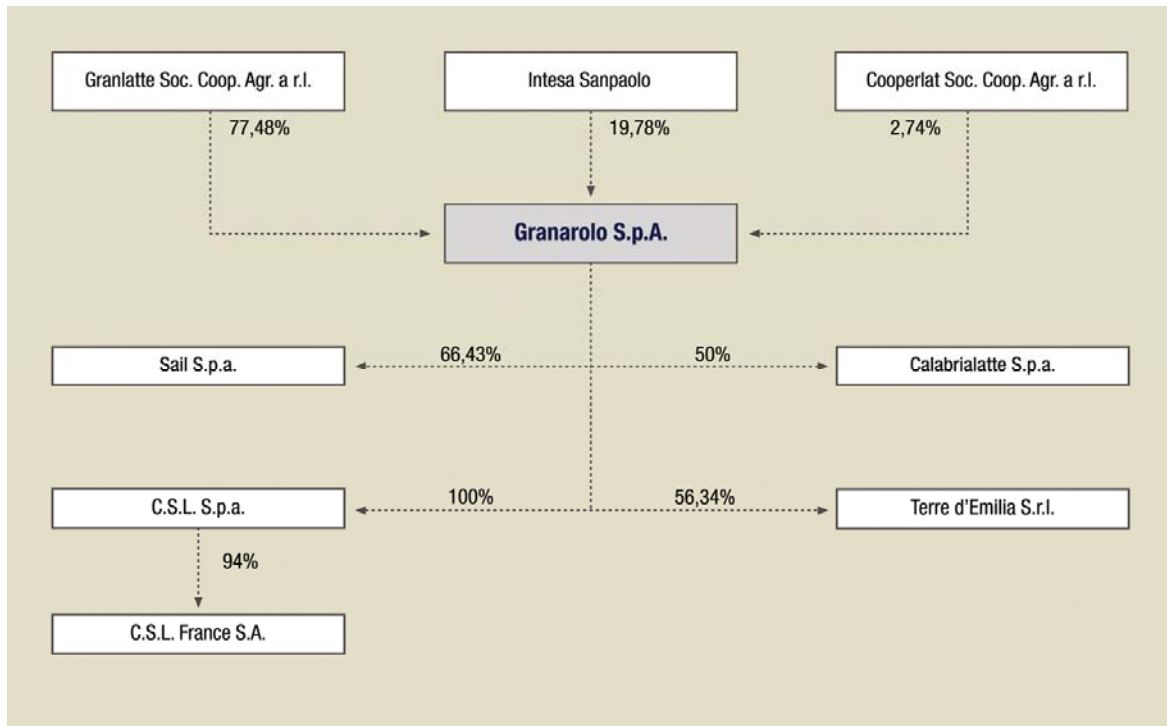
Enzo Grimandi *Sindaco supplente*
 Paolo Foschini *Sindaco supplente*

Il Collegio Sindacale è stato nominato dall'Assemblea dei soci del 27 aprile 2006 e resterà in carica fino alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio 2008.

Granarolo S.p.A. – La Società di Revisione

Reconta Ernst & Young S.p.A.

Gruppo Granarolo – Area di consolidamento



Non ci sono variazioni nell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2007.

Le seguenti società sono state escluse dal consolidamento ai sensi dell'art. 28 c. 2 D.Lgs. n. 127/1991:

1. Sitia Yomo Spa in liquidazione e concordato preventivo
2. Caseificio Pasquale Pettinicchio Srl in liquidazione e concordato preventivo
3. Caseificio F.Ili Merlo Srl in liquidazione e concordato preventivo

4. RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI

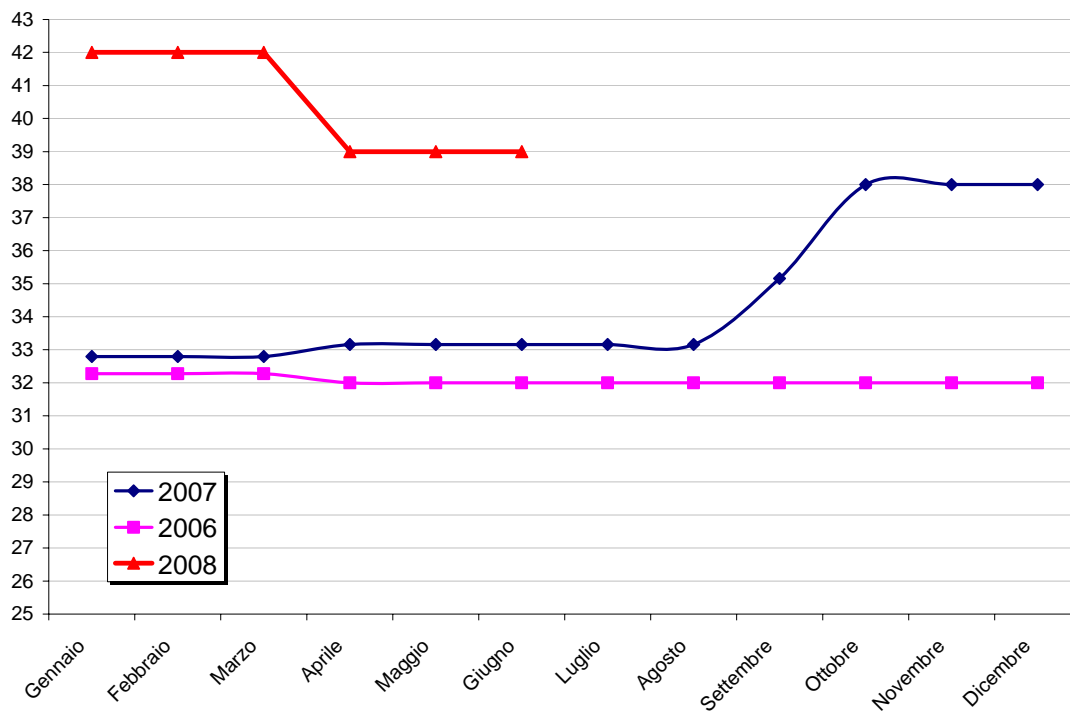
4.1 Scenario

Il prezzo del latte in Italia è fissato sulla base di accordi locali, per lo più regionali. Nel primo trimestre 2008, in Italia, il prezzo del latte alla stalla è stato regolato dall'accordo sottoscritto il 12 settembre 2007 da Assolatte, Coldiretti Confagricoltura e CIA della Lombardia. Tale accordo fissava per il periodo 1° gennaio – 31 marzo 2008 un prezzo del latte alla stalla di 42 centesimi per litro.

Nel corso del mese di aprile sono state avviate trattative per la definizione di un prezzo per il periodo successivo al 31 marzo 2008, che non hanno tuttavia portato alla fissazione di un prezzo di mercato. La stima del prezzo medio di mercato del latte alla stalla nel secondo trimestre 2008, indica un prezzo medio di 39 centesimi per litro.

Il grafico evidenzia il trend del prezzo del latte nel corso degli anni 2006, anno in cui si sono manifestate oscillazioni estremamente contenute, 2007 e 2008, anni in cui si è avuto l'effetto del già citato incremento.

Andamento del prezzo del latte alla stalla – Regione Lombardia



Dati in euro per 100 lt (iva esclusa)
Fonte CLAL

4.2 Sintesi della gestione

L'andamento del primo semestre 2008 del Gruppo Granarolo, è caratterizzato da un sostenuto tasso di crescita del fatturato ottenuto prevalentemente dall'aumento dei prezzi di vendita posto in atto nel 2007, ed in parte nei primi mesi del 2008, per fronteggiare l'innalzamento dei costi della materia prima.

Nel periodo, il fatturato del Gruppo si assesta sui 509,5 milioni di euro (al netto di costi promozionali), in incremento del 11,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Anche l'EBITDA del primo semestre del 2008, risulta in forte incremento (+9,7%) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, rafforzando il trend positivo registrato nel 2007 (+0,7% sul 2006). La buona performance della gestione ordinaria è confermata anche dal +20,6% di incremento nel Risultato Operativo.

Il Risultato Netto si assesta su una perdita di 0,9 milioni di euro, in netto miglioramento rispetto alla perdita di 5,2 milioni di euro registrata nel primo semestre 2007.

Il risultato del periodo, da una parte, è penalizzato dall'aumento degli oneri finanziari, e degli oneri straordinari, mentre sono in riduzione le imposte.

Nonostante il cash flow generato nel periodo risulti in linea con l'andamento previsto in sede di budget, l'effetto del mancato rimborso del credito IVA contribuisce a generare, per il primo semestre 2008, un innalzamento dell'indebitamento finanziario.

Si prevede che il rimborso di parte del credito IVA avvenuto a luglio 2008, come evidenziato di seguito, unitamente a quelli attesi nel terzo trimestre, possano contribuire positivamente alla diminuzione della posizione finanziaria.

In data 30 giugno 2008 è stato stipulato l'atto di cessione del ramo aziendale della divisione gastronomia, relativo all'esercizio dell'attività di lavorazione, produzione e vendita di prodotti gastronomici nello stabilimento di Caresanablot.

Il ramo ceduto comprendeva l'immobile, gli impianti, il marchio "Vogliazzi", i contratti in essere con clienti e fornitori, i rapporti di lavoro, il magazzino, oltre al contratto di leasing e al contratto di finanziamento ipotecario specificatamente riferibili al ramo.

4.2.1 Andamento dei mercati e delle vendite

Latte fresco

Il primo semestre del 2008 ha visto concretizzarsi due fenomeni che cambieranno in modo strutturale il mercato del latte fresco dei prossimi anni: il primo, più importante, è l'entrata della Private Label nel Latte di Alta Qualità a 6 giorni, ed il secondo, è la crescita dei prezzi al pubblico di tutte le Marche del fresco (a seguito del riversamento al pubblico dei maggiori costi delle materie prime) che hanno superato 1,50€ al litro. L'entrata delle principali catene (Coop, Conad ed Esselunga) nel segmento Alta Qualità con un prezzo aggressivo pari a 1,15 €/litro ha causato una perdita di volumi immediata e consistente per tutti i principali player in proporzione alla loro quota di mercato.

Nel periodo, il mercato registra una crescita a volume del 3,3% ed a valore del 12,6% rispetto all'anno precedente, trainata prevalentemente dalle Private Label (il resto del mercato senza Private Label registrerebbe un andamento negativo di -3,8% vs. AP). Inoltre, il prezzo aggressivo praticato dalla PL nella Distribuzione Moderna sta impattando negativamente sui volumi di vendita del Normal Trade che non riesce ad arginare la fuga di consumatori attratti dai prezzi bassi praticati dalla PL in GDO.

In dettaglio, a Totale Mercato tutti i principali Marchi perdono posizioni: il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,54 €/litro, si attesta al 28% flettendo di 2,5 p.ti; il Gruppo Parmalat, con un prezzo medio di 1,56 €/litro, perde 2,1 punti di quota fermandosi al 21,6%. Di contro, le Private Label, con un prezzo medio 1,09 €/litro, aumentano la quota (+6,4 p.ti) attestandosi al 12,4% del totale mercato. Continua la crescita del segmento di Basso Prezzo, con un prezzo medio 0,81 €/litro, che guadagna quota (3,1%; +0,4 p.ti).

Il Segmento dell'Alta Qualità è quello più toccato dai due fenomeni di cui sopra e cresce a volume del 2,3% vs. AP, anche in questo caso trainato dalle Private Label (il segmento senza le PL registra -5,4% vs. AP).

Le perdite di quota si distribuiscono pesantemente su tutti i principali competitors: il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,54 €/litro, perde 3,3 p.ti attestandosi al 39,7%, il Gruppo Parmalat, con un prezzo medio di 1,58 €/litro, flette di 2,0 p.ti quota chiudendo il periodo al 20,5%, mentre le PL guadagnano l'8% del mercato (+7,5 punti vs AP)

Anche il segmento del Parzialmente Scremato, grazie al lancio di alcune PL, a volume cresce dello 1,2% vs. AP (mentre senza Private Label registra -3,9%), con flessioni di quota delle Marche: Gruppo Granarolo (con un prezzo medio di 1,50 €/litro) perde quota (26,7%; -2,1 p.ti), il Gruppo Parmalat (con un prezzo medio di 1,55 €/litro) perde quota (22,1%; -2,3 p.ti), le Private Label (con un prezzo medio 1,15 €/litro) si attestano al 5,2% (+ 5,0 p.ti vs. AP)

Infine, il segmento Lunga Durata a volume registra un +28,5% trainato dalle PL che, anche in questo segmento, hanno praticato una strategia di pricing bassa (1,09 €/litro) e che crescono in quota (55,6%; + 6,1 p.ti) a svantaggio delle Marche; il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,48 €/litro, riduce la sua quota (15,8%; -2,0 p.ti) mentre il Gruppo Parmalat, con un prezzo medio di 1,39 €/litro, flette di 2,3 p.ti chiudendo il periodo a 21,5%.

Fonte: ACNielsen Scantrack Iper+ Super, 26 weeks ending 29-giu-08

Latte UHT

Il mercato del Latte UHT evidenzia nel periodo una crescita del +2,9% a volume e del +13,5% a valore, per l'effetto dell' aumento dei prezzi medi (prezzo medio in incremento del +10,3% vs. periodo corrispondente). Il forte aumento del prezzo medio dell'UHT si distribuisce uniformemente sia sulle Marche che sulle Private del mercato UHT.

Continua lo sviluppo del segmento Alta Digeribilità (+10,2% a volume), crescono il Parzialmente Scremato (+3,9% a volume) e lo Scremato (+1,1% a volume), mantiene la sostanziale stabilità l'Intero (+0,1% a volume) mentre continua la flessione dei Funzionali (-6,3%), per effetto del calo di alcuni Marchi di latte funzionale del gruppo Parmalat (Phisical e Jeunesse)

Il Gruppo Granarolo cresce in termini di quota a volume (20,1%; +0,9 p.ti), grazie all'andamento positivo nel segmento Parzialmente Scremato (23,3%; +1,3 p.ti), mentre presenta una quota in flessione nel segmento Intero (10,9%; -1,2 p.ti) e nell'Alta Digeribilità (26,7%; -0,8 p.ti). Sostanzialmente stabile la quota nello Scremato (7,0%; -0,2 p.ti).

Il principale competitor, Parmalat, cresce in termini di quota (28,2%; +0,6 p.ti), grazie alla crescita nei segmenti Parzialmente Scremato (22,4%; +0,8 p.ti), Alta Digeribilità (69,0%; +0,3 p.ti) e nei Funzionali (97,8%; +0,8 p.ti); in particolare per questi ultimi, grazie anche agli investimenti in comunicazione sui marchi Zymil, Omega 3 e Fibresse.

Anche in questo mercato, va segnalata la crescita delle Marche Private (20,5%; +1,6 p.ti)

Fonte: ACNielsen Scantrack Iper+ Super, 26 weeks ending 29-giu-08

Yogurt

Il mercato dello Yogurt registra nel primo semestre 2008 una crescita a volume del 1,2% e a valore del 6,9% rispetto all'anno precedente.

La crescita continua ad essere trainata dai segmenti Funzionali, in particolare il Probiotico al Cucchiaino (+11,0% a volume e +19,3% a valore vs. AP) e il Probiotico Bere (+1,7% a volume e +4,4% a valore vs. AP). In trend negativo il segmento Anticolesterolo che evidenzia contrazioni sia a volume (-6,3% vs. AP) che a valore (-2,1% vs. AP). Il segmento Intero, conferma l'inversione di trend, già avviata nel 2007 grazie anche ai lanci di Yomo (Desiderio e Di Stagione), e cresce del +0,9% a volume e del +7,6% a valore vs. AP. Il segmento Magro è invece in calo a volume (-2,7%), mentre inverte il trend a valore con una crescita del +0,6% vs. AP, grazie all'aumento del prezzo medio e al lancio di Muller 0.1 Fiori.

Il Gruppo Granarolo perde 0,6 p.ti di quota volume e 0,8 p.ti quota valore vs. AP. La quota volume si assesta al 9,9%, mentre quella valore al 10,4%. Questa contrazione è dovuta soprattutto alla flessione nei Magri (4,6% quota valore; -2,0 p.ti vs. AP), mentre è pressoché stabile nel Probiotico Bere (3,3% quota valore; -0,1 p.ti vs. AP). Negli Interi (25,0% quota valore; -0,2 p.ti vs. AP) si registra una chiara ripresa a volumi nell'ultimo trimestre e in particolare nel mese di Giugno grazie a Yomo 100% naturale, supportato dalla nuova campagna ADV e da forti promozioni. ISO raggiunge a Giugno il 13,9% quota volume (+3,0 p.ti vs. AP) e il 17,9% a valore (+2,6 p.ti vs. AP). Questo consente al

Gruppo Granarolo di raggiungere a Giugno la leadership negli Interi davanti a Muller (26,5% quota valore, + 2,4 p.ti vs. Muller).

Il leader Danone registra quote stabili (quota volume 28,8%; -0.3 p.ti vs. AP / quota valore 37,9%; +0,2 p.ti vs. AP), con andamenti però molto diversi nei segmenti di mercato dove compete: in forte perdita nel Magro (vendite volume -14,3% vs. AP; vendite valore -8,2% vs. AP), in crescita con Activia, Danacol e Actimel. Il trend positivo di Actimel (+1,4 p.ti quota vol e +3,5 p.ti quota valore) è riconducibile al lancio di 4 nuove referenze. Essensis, non più supportato da investimenti ADV, perde quota fino ad arrivare al 1,2% volume e 1,9% valore nei Probiotici Bere.

Il business complessivo di Müller (Interi+Magri+ Bi-comp) cala del -3,8% vs. AP a volume mentre cresce a valore (+7,8% vs. AP) grazie al forte aumento del prezzo medio (+12,3%, il più alto del mercato yogurt) e al fortissimo incremento degli investimenti ADV (11,5 mio euro, raddoppiati vs. AP). Performance particolarmente negative sul core business Intero (-7,9% a volume vs. AP), con quote in costante contrazione (23,6% valore; -1,6 p.ti vs. AP; 25,3% valore; -0,5 p.ti vs. AP). In crescita invece nel Magro (+29,7% a volume e +47,1% a valore), grazie al recente lancio di "Müller 0,1% Fiori". Infine, in calo nel Bi-compartimento (-3.0% volume vs. AP).

Nestlé continua a cedere posizioni (3,9% quota valore; -0,3 p.ti vs. AP) a causa della flessione nei Magri (1,4% quota valore; -1,2 p.ti vs. AP), con la cessazione di Sveltesse Benefit e un drastico ridimensionamento dell'assortimento di Sveltesse. Nonostante gli sforzi su LC1, sono negative anche le performances nel Probiotico Bere (12,7% quota valore; - 0,7 p.ti vs. AP).

In questo contesto di crisi economica e forte attenzione al prezzo da parte dei consumatori, si evidenzia la crescita dei "value Brands" (Vipiteno, Parmalat e Mila, ovvero le marche convenienti nel prezzo) e delle Private Labels. Le PL's hanno raggiunto una quota volume di ben il 12,8% (+1,0 p.ti vs. AP), con una crescita particolarmente evidente nei Magri dove hanno ormai una quota volume del 24,7% (+2,4 p.ti vs. AP) a poco più di 5,0 p.ti dal leader Vitasnella. I "value Brands" crescono in particolare nel loro core business degli Interi grazie ad una sempre più aggressiva politica promozionale e di prezzo, aumentando la loro convenienza vs. AP rispetto alle altre Marche: Parmalat raggiunge lo 9,0% quota valore (+0,2 p.ti vs. AP), Vipiteno raggiunge una quota del 10,6% (+1,4 p.ti vs. AP) e Mila una quota vol del 4,3% (stabile vs. AP)

Fonte: IRI, ISLSP ytd 29 Giugno 2008.

Formaggi freschi

Nel primo semestre dell'anno i consumi di formaggi freschi si contraggono (-1,0% vs. AP) per lo scandalo diossina che allontana il consumatore dall'acquisto di mozzarella premium price (volumi mozzarella vaccina tradizionale 1°sem: -8,9% vs. AP, volumi mozzarella di bufala 1° sem: -22,8% vs. AP) e per temperature più basse ad aprile (-3,4 °C vs. AP) e a Maggio (-2,1 °C vs. AP) che ritardano la partenza della stagionalità più favorevole per questo segmento di mercato.

La recessione economica favorisce lo spostamento di consumi da segmenti premium price come lo stracchino (vol 1°sem: -3,5% vs. AP) a quelli low price come la ricotta (vol 1°sem: + 6,3%) e la crescita della quota di mercato delle marche della distribuzione (quota vol 1° sem: 18,9% +2,2 p.ti vs. AP) a scapito di quella del leader Lactalis.

I prezzi medi sono in crescita generalizzata (+9,0% nei freschi confezionati), con accentuazione nei segmenti che utilizzano prevalentemente materia prima nazionale (Mozzarella vaccina tradizionale: +12,2%, Stracchino: +13,6%, Mascarpone: +12,7%), per la significativa crescita del prezzo del latte alla stalla da Settembre 2007, e nella Ricotta (+ 11,6% vs.. AP), trainati dal mix favorevole alle monoporzioni (price index 146 vs. mercato).

Lo scenario competitivo evidenzia una ulteriore battuta d'arresto per il leader Lactalis che perde quota (-2,6 p.ti vs. 07 nel segmento freschi confezionati.), con difficoltà più marcate nei segmenti in cui detiene una posizione di mercato di forte dominanza come nello stracchino (quota vol: 49,6%; -6,2 p.ti vs. AP), dove il trade dà spazio a Latterie Montello (brand Nonno Nanni) che diventa la seconda referenza del mercato, e come nella ricotta (quota vol: 49,1% -3,1% vs. AP), dove Granarolo cresce bene nel segmento delle monoporzioni. Le difficoltà nel conseguimento dei risultati hanno forzato il leader di mercato a fare pesanti investimenti nel secondo trimestre dell'anno sia in termini pubblicitari (ADV su Mozzarella Vallelata e Santa Lucia : 5 Mio €), che promozionali (incremento volumi in promozione sul brand Galbani in tutti i segmenti di mercato).

Contrariamente al leader di mercato, il Gruppo Granarolo riesce a consolidare la sua posizione di primo follower dei freschi, con le seguenti performance nei segmenti:

- Mozzarella: quota vol 6,0% (+0,2 p.ti vs. AP), ma con pesanti perdite su Pettinicchio (-22% a volumi). La marca Granarolo incrementa invece significativamente la sua quota a volume (3,0%, + 0,6 vs. AP) grazie all'incremento di proporzionalità (45,6%, + 7,3 p.ti vs.07) dovuta anche ad attività promozionali in&out su nuovi clienti di ponderata.
- Stracchino: quota vol 9,1% in crescita (+1,0 p.ti vs. AP) grazie allo sviluppo distributivo dello squacquerone Granarolo AQ e dello stracchino Pettinicchio.
- Ricotta: quota vol 11,3% in forte crescita (+2,2 p.ti vs. AP), grazie al lancio delle ricottine Granarolo 100gx2 che a distanza di poco più di un anno, sono diventate la prima referenza del Gruppo per vendite in GD.
- Mascarpone: quota vol 13,3% in crescita (+0,9 p.ti vs. AP) grazie allo sviluppo distributivo del primo trimestre e al miglioramento delle rotazioni di base sostenute anche da azioni di comunicazione on pack.

Fonte: IRI Census Iper+ Super + Libero Servizio. 26 weeks ending 28-giu-08

Burro

Gli acquisti di burro crescono (+3,9% vs.. AP), malgrado il forte incremento dei prezzi al consumo (+19,2% vs.. AP).

Il mercato, strutturalmente frammentato, si avvia ad una lenta concentrazione che avvantaggia nel primo semestre unicamente la marca privata, la quale rafforza la sua leadership raggiungendo una quota a volume del 30,6% (+2,5 p.ti vs. AP), grazie ad un posizionamento di prezzo aggressivo (75 price index vs. Granarolo) che induce alcuni acquirenti ad abbandonare i prodotti di marca (complice anche la situazione economica non brillante)

Granarolo riduce lievemente le sue quote (quota vol: 6,5% -0,3 p.ti vs. AP) per la perdita di rotazioni sulle referenze più indifferenziate (panetto 125g, 250g e 500g), mentre incrementa la quota sui prodotti più distintivi come il Burro Piacere Leggero (1,0% + 0,1 p.ti vs. AP).

Fonte: IRI Census Iper+ Super + Libero Servizio. 26 weeks ending 28-giu-08

Uova

Il mercato delle uova nei primi sei mesi cresce del 7,4% vs. AP a volume, trainato prevalentemente dal segmento "base" delle Uova Fresche (84% del mercato a volume/79% a valore) che cresce di 8,6%; il segmento extrafresco (16% del mercato a volume/21% a valore) registra una crescita più modesta (+1,8%), mentre il segmento Bio evidenzia tassi di crescita a doppia cifra come non si vedevano da tempo (+13,5% a volume vs. AP). L'aumento dei prezzi registrato in tutti i segmenti (+5,2% a totale, +4,1% le extrafresche, +6% le BIO) non sembra aver condizionato negativamente la crescita del mercato.

Il Gruppo Granarolo continua nella sua crescita (+13,1% a vol), sviluppando sia la quota di mercato a volume (4,1%/+0,2 p.ti vs. AP) che a valore (5,7%/+0,5 vs. AP); anche in questo mercato, le PL mettono a segno le crescite più rilevanti (quota volume 40%/+3,2 p.ti vs. AP) a danno dei leader di Marca: Novelli 8,9%(-0,8), Ovopel 5,2% (-0,5) e Eurovo 4,7% (-1,5).

Nel segmento Extrafresco la performance di Granarolo è ancora migliore raggiungendo una quota a volume del 18,9% (+1,9 p.ti); fra i competitors, è ancora la Marca Privata 22,7% (+2,3 p.ti) a segnare lo sviluppo più consistente, mentre Novelli chiude il semestre in leggera crescita (22,1%/+0,5 p.ti).

Nel segmento Bio (5% del mercato a volume vs 95% delle uova convenzionali), Granarolo rimane leader di Marca con una quota a volume del 17% (+2,2 p.ti vs. AP) ed a valore del 19,5 (+3,2p.ti vs. AP); la PL anche in questo segmento consolida la sua leadership (37,5%/+0,5 p.ti) grazie ad un contenimento dei prezzi vs. mercato.

Fonte: ACNielsen Scantrack Distribuzione Moderna, 25 weeks ending 22 giugno-08

4.2.2 Rapporti con parti correlate

Nella tabella sottostante, sono riportati i saldi patrimoniali ed economici riferiti ai rapporti in essere tra Granlatte, Granarolo e le società controllate del Gruppo al 30 giugno 2008.

Rapporti tra Granarolo S.p.A., le Società Controllate e la Controllante GRANLATTE Soc. Coop. Agricola a r.l.

Euro

	GRANLATTE Soc. Coop.Agr. a r.l.		SAIL S.p.a.		CALABRIALATTE S.p.a.		TERRE D'EMILIA S.r.l.		C.S.L. ITALIA S.r.l.		C.S.L. FRANCE S.A.	
	30/06/08	31/12/07	30/06/08	31/12/07	30/06/08	31/12/07	30/06/08	31/12/07	30/06/08	31/12/07	30/06/08	31/12/07
Crediti Commerciali	6.208.218	6.342.247	168.498	205.306	3.273.110	3.745.543	107.315	83.095	261.800	175.596	224.253	14.534
Crediti Finanziari	0	0	0	0	2.389.978	2.587.971	0	0	2.600.000	2.909.870	0	0
Debiti Commerciali	8.099.528	5.372.070	8.846.287	6.500.952	1.567	0	0	0	36.409	313.330	5.642	574
Debiti Finanziari	2.109.770	4.437.943	32.183.775	31.616.081	0	0	0	0	308.267	147.656	0	0
	30/06/08	30/06/07	30/06/08	30/06/07	30/06/08	30/06/07	30/06/08	30/06/07	30/06/08	30/06/07	30/06/08	30/06/07
Ricavi Operativi	149.565	149.982	196.502	285.682	7.405.332	7.528.638	103.188	127.698	345.339	240.096	701.962,02	625.677
Costi Operativi	95.146.962	83.758.875	38.288.637	35.019.788	0	11.370	0	0	112.909	122.552	7.498,50	1.020
Interessi Passivi e Oneri Straord.	90.906	132.872	633.670	417.091	0	414	0	0	2.373	7.851	0,00	0
Interessi Attivi e Proventi Straord.	0	1.000	61	2.896	57.004	66.206	0	0	74.695	72.973	0,00	0
Fidejussioni e Garanzie	0	0	7.858.182	7.858.182	0	0	0	0	0	0	0,00	0

4.3 Fatti di rilievo avvenuti dopo il 30 giugno 2008

In conformità a quanto definito dal piano industriale 2008-2010, Granarolo S.p.A. in data 31 luglio 2008 ha ceduto il ramo di azienda Merlo (produzione formaggi freschi a marchio Merlo).

Il ramo di azienda Merlo, oggetto di cessione, è composto da:

- immobilizzazioni materiali, quali gli impianti e macchinari collocati all'interno dello stabilimento di Terzo (che rimane di proprietà di Granarolo);
- immobilizzazioni immateriali (il marchio "Merlo" e gli altri minor brands);
- rapporti commerciali rivenienti dai contratti attualmente in essere con i clienti, con i distributori e con i fornitori di beni e servizi nell'ambito delle attività del ramo;
- personale facente parte del ramo, il relativo TFR e gli altri debiti relativi al personale;
- magazzino MP e PF.

In data 22 luglio 2008, è stato perfezionato l'acquisto dell'azienda del Gruppo YOMO, a seguito dell'esercizio del diritto di opzione e della stipula con gli organi della Procedura dell'atto di cessione degli assets rimasti all'interno dei rami d'azienda (marchi e impianti) e concessi in affitto a Granarolo.

In conseguenza di ciò, gli importi già versati per l'acquisizione, vale a dire il finanziamento erogato a favore delle società concordatarie unitamente alla partecipazione in Sitia-Yomo, potranno essere imputati ai marchi e agli altri beni aziendali acquisiti.

Nel mese di luglio è stata accreditata parte dei crediti IVA chiesti a rimborso dalle società Granarolo e Sail.

Granarolo ha incassato il credito IVA dell'anno 2006, quello del secondo trimestre 2007 e parte del credito annuale dell'incorporata Area 2003 per un importo complessivo di 24,7 milioni di Euro.

Sail ha incassato il credito IVA dell'anno 2004, oltre a quello del secondo trimestre 2005 e del secondo trimestre 2006 per un importo complessivo di 2,8 milioni di Euro.

4.4 Evoluzione prevedibile della gestione

Le vendite e i margini del mese di luglio 2008 sono inferiori alle previsioni di budget, mantenendo comunque un miglioramento rispetto all'anno precedente.

Si conferma comunque l'obiettivo 2008 di un fatturato, al netto della cessione della Divisione Gastronomia, in incremento del 8 / 9% sull'anno 2007 e di un rapporto EBITDA / Ricavi intorno al 7%.

5. PROSPETTI CONTABILI CONSOLIDATI

5.1 Prospetti contabili consolidati

CONTO ECONOMICO

Dati in Euro / .000

	Progressivo al 30 giugno		
	2008	2007	var. %
Ricavi netti prodotti	522.692	471.548	10,8
<i>Costi promozionali</i>	<i>-13.198</i>	<i>-14.048</i>	<i>-6,1</i>
Ricavi netti prodotti <i>(al netto di costi promoz.)</i>	509.495	457.500	11,4
Altri ricavi (+ / -) var. magazzino	-655	-681	-3,9
Totale ricavi	508.840	456.819	11,4
Costi diretti di vendita	-94.352	-78.576	20,1
Ricavi netti dei costi diretti di vendita	414.489	378.243	9,6
Costi diretti di produzione	-314.072	-281.584	11,5
Margine di contribuzione	100.417	96.659	3,9
Pubblicità	-17.511	-17.346	1,0
Costi commerciali indiretti	-15.083	-17.067	-11,6
Costo del lavoro indiretto	-19.854	-19.422	2,2
Altri costi di struttura	-9.174	-8.284	10,7
Altri proventi ed oneri	1.093	1.836	-40,5
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	39.887	36.377	9,7
Ammortamento imm. immateriali	-2.629	-3.285	-20,0
Ammortamenti imm. materiali	-11.732	-12.189	-3,8
Accantonamenti e svalutazioni	-1.961	-1.367	43,5
Risultato Operativo (EBIT)	23.565	19.536	20,6
Proventi / (oneri) finanziari	-8.545	-7.563	13,0
Proventi / (oneri) straordinari	-7.230	-4.449	62,5
Ammortamenti marchi	-2.185	-2.536	-13,8
Ammortamento avviamento e diff. cons.	-2.199	-2.519	-12,7
Risultato ante imposte	3.406	2.469	38,0
Imposte sul reddito	-4.350	-7.581	-42,6
Utile / Perdita	-943	-5.112	-
Utile / Perdita di c/terzi	-42	-86	-51,2
Utile / Perdita di competenza	-985	-5.198	-

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 giugno	
	2008	2007
Margine di contribuzione	19,7%	21,1%
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	7,8%	8,0%
Risultato Operativo (EBIT)	4,6%	4,3%
Risultato ante imposte	0,7%	0,5%
Utile / Perdita di competenza	-0,2%	-1,1%

STATO PATRIMONIALE

Dati in Euro /.000

	30/06/2008	31/12/2007	var.
Marchi	45.982	48.141	-2.159
Avviamento	44.254	46.311	-2.056
Differenze di consolidamento	653	7.873	-7.220
Immobilizzazioni immateriali	15.274	17.463	-2.189
Immobilizzazioni materiali	135.705	150.709	-15.004
Partecipazioni	3.664	5.152	-1.489
Altre immobilizzazioni	79.808	78.784	1.025
Immobilizzazioni	325.341	354.434	-29.093
Rimanenze di magazzino	33.336	35.728	-2.391
Crediti verso parti correlate	6.242	6.407	-165
Crediti commerciali	98.153	74.790	23.363
Altri crediti	176.300	181.222	-4.922
Partecipazioni	17.302	17.892	-590
Debiti verso parti correlate	-12.938	-12.541	-397
Debiti commerciali	-244.501	-240.430	-4.071
Debito fiscale	-5.939	-3.624	-2.315
Altri debiti	-87.204	-100.759	13.555
Capitale circolante netto	-19.249	-41.314	22.065
Fondo TFR	-21.155	-24.040	2.884
Fondi per rischi ed oneri	-24.639	-30.445	5.806
Totale fondi	-45.794	-54.485	8.691
Capitale investito netto	260.297	258.634	1.662
Capitale sociale versato	157.939	157.939	0
Riserve e risultati a nuovo	-41.814	-7.681	-34.134
Utile (perdita) del periodo	-985	-31.450	30.465
Patrimonio di terzi	9.350	9.308	42
Patrimonio netto	124.489	128.116	-3.627
Indebitamento finanziario a M/L termine	96.882	118.934	-22.053
Debiti finanziari a breve	74.464	51.807	22.657
Crediti finanziari a breve	-1.172	0	-1.172
Disponibilità e altri titoli	-34.367	-40.223	5.857
Indebitamento finanziario a breve termine	38.926	11.584	27.342
Posizione finanziaria netta	135.807	130.518	5.289
Mezzi Propri e Indebitamento	260.297	258.634	1.662

RENDICONTO FINANZIARIO*Dati in Euro /.000*

	Progressivo al	30/06/2008	31/12/2007
Disponibilità finanziarie nette iniziali		-11.584	-1.390
Utile (Perdita)		-985	-31.450
Rettifiche voci non influenti sulle disp. finanz.		28.498	74.131
Variazione TFR		-2.884	-1.076
Utilizzi fondi rischi ed oneri		-8.709	-9.091
Cash Flow della gestione reddituale		15.920	32.514
Variazione del capitale circolante netto		-24.763	-2.394
Flusso finanziario da attività dell'esercizio		-8.843	30.121
Flusso finanziario da attività di investimento		2.681	-3.217
Flusso finanziario da attività di finanziamento		-21.181	-37.097
Distribuzione di utili		0	0
Disponibilità finanziarie nette finali		-38.926	-11.584

5.2 Commento ai prospetti consolidati

I dati economici progressivi fanno riferimento a periodi omogenei.

Ricavi netti prodotti

Riportiamo di seguito il dettaglio del fatturato al lordo dei costi promozionali sviluppato nel periodo dalle principali aree di business, confrontato con il dato dello stesso periodo dell'anno precedente.

Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 giugno		var. %
	2008	2007	
Latte	320.753	287.368	11,6%
Yogurt	67.868	67.108	1,1%
Formaggi	83.864	73.684	13,8%
Gastronomia	11.711	11.335	3,3%
Altro	38.497	32.053	20,1%
Ricavi netti prodotti	522.692	471.548	10,8%

Valori al lordo dei costi promozionali

Il primo semestre del 2008 presenta un incremento rispetto allo stesso periodo del 2007 della voce Ricavi netti prodotti (al lordo dei costi promozionali) di 51,2 milioni di euro (+10,9%), ottenuto principalmente da una crescita dei prezzi medi.

Il segmento del latte presenta una crescita del 11,6%, trainata dal già citato effetto prezzo. I volumi segnano una diminuzione nel latte fresco, ampiamente bilanciata da un aumento nel latte UHT con un effetto congiunto positivo per il segmento latte.

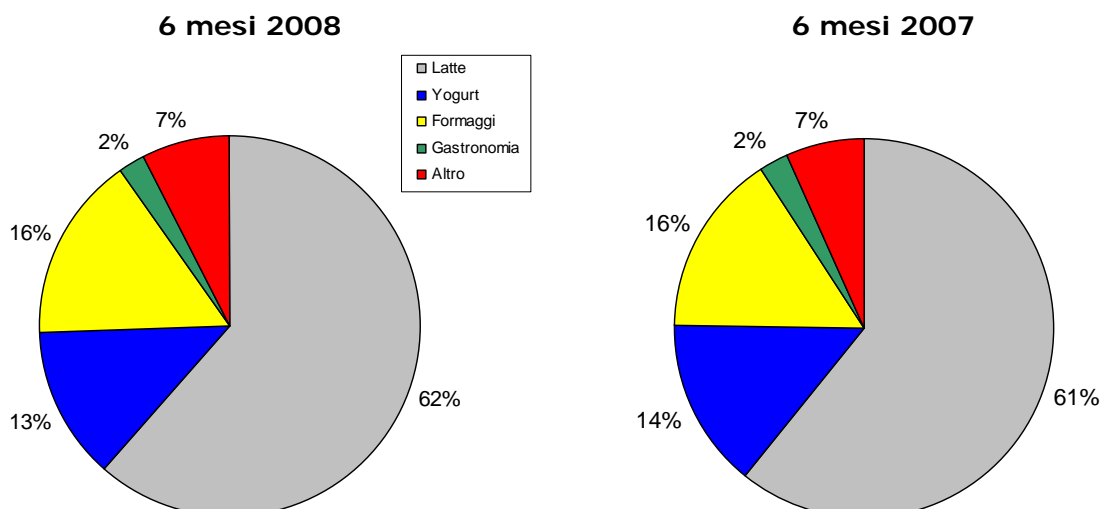
Il segmento dello yogurt riporta una lieve crescita guidata da un buon incremento dei prezzi medi e da una contrazione nei volumi.

Il segmento dei formaggi aumenta principalmente per un effetto prezzo segnando un incremento del 13,8% verso l'anno precedente.

La gastronomia aumenta principalmente a causa di un effetto volumi.

L'incidenza percentuale dei vari segmenti di business è sostanzialmente stabile.

Il primo segmento rimane il latte, con un lieve incremento a scapito dello yogurt, mentre i formaggi rimangono al secondo posto con un 16% di incidenza sulle vendite totali.



L'incidenza dei costi diretti di vendita sul totale ricavi risulta in aumento rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio, passando dal 17,2% al 18,5%.

Dati in Euro / .000

	Progressivo al 30 giugno		var. %
	2008	2007	
Contributi e Listing (<i>netto promo</i>)	-49.048	-37.056	32,4
Provvigioni	-34.846	-31.237	11,6
Logistica Primaria	-10.458	-10.283	1,7
Costi diretti di vendita	-94.352	-78.576	20,1

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 giugno	
	2008	2007
Contributi e Listing (<i>netto promo</i>)	9,6%	8,1%
Provvigioni	6,8%	6,8%
Logistica Primaria	2,1%	2,2%
Costi diretti di vendita	18,5%	17,2%

La voce Contributi e listing cresce sia in termini assoluti che percentuali sul fatturato per effetto del trascinarsi generato dall'aumento dei listini, per effetto dell'aumento delle richieste da parte delle principali insegne e per effetto dell'incremento del peso del fatturato verso la Grande Distribuzione Organizzata.

La voce Provvigioni cresce per effetto della riclassifica delle provvigioni riconosciute agli agenti con deposito che nel 2007 riportavano un valore di 2,6 milioni di euro, classificate nei Costi indiretti commerciali. Al netto di tale riclassifica, le Provvigioni diminuiscono in termini di peso sui ricavi netti a causa di processi di razionalizzazione della rete.

La Logistica primaria aumenta principalmente per effetto di dinamiche inflattive, ma riduce il peso della voce sul totale ricavi.

Costi diretti di produzione

L'incidenza dei costi diretti di produzione sul totale ricavi rimane stabile al 61,6% rispetto allo stesso periodo del 2007.

L'incremento del costo del venduto è determinato sia dal già citato effetto dell'aumento del prezzo della materia prima che dall'incremento di alcuni prodotti finiti d'acquisto.

Il personale produttivo e gli ingredienti aumentano per dinamiche inflattive, ma diminuisce il loro peso percentuale sui Ricavi netti prodotti.

Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 giugno		
	2008	2007	var. %
CDV mat. prima e prodotti finiti	-218.856	-189.459	15,5
Personale produttivo	-24.677	-23.325	5,8
Altri	-70.540	-68.800	2,5
Costi diretti di produzione	-314.072	-281.584	11,5

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 giugno	
	2008	2007
CDV mat. prima e prodotti finiti	43,0%	41,4%
Personale produttivo	4,8%	5,1%
Ingredienti	13,8%	15,0%
Costi diretti di produzione	61,6%	61,6%

Altri costi operativi

L'incidenza dei costi operativi sul totale ricavi diminuisce e passa dal 13,2% al 11,9% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

La riduzione nei Costi commerciali indiretti è conseguente alla già menzionata riclassifica delle provvigioni riconosciute agli agenti con deposito per 2,6 milioni di euro.

Gli Atri costi di struttura sono in questa prima fase dell'esercizio in aumento per l'incremento di costi legati ai canoni di manutenzione per licenze software e per costi di formazione.

Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 giugno		
	2008	2007	var. %
Pubblicità	-17.511	-17.346	1,0
Costi commerciali indiretti	-15.083	-17.067	-11,6
Costo del lavoro indiretto	-19.854	-19.422	2,2
Altri costi di struttura	-9.174	-8.284	10,8
Altri proventi ed oneri	1.093	1.836	-40,5
Altri Costi operativi	-60.529	-60.282	0,4

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 giugno	
	2008	2007
Pubblicità	3,4%	3,8%
Costi commerciali indiretti	3,0%	3,7%
Costo del lavoro indiretto	3,9%	4,2%
Altri costi di struttura	1,8%	1,8%
Altri proventi ed oneri	0,2%	0,4%
Altri Costi operativi	11,9%	13,2%

Ammortamenti

Nel 2008 si registra un decremento degli ammortamenti materiali, degli ammortamenti immateriali e degli Ammortamenti su marchi e avviamenti; questa riduzione è conseguente alla cessione del ramo gastronomia avvenuta in data 30 giugno che ha comportato la dismissione degli asset collegati. Nel semestre, l'effetto economico della dismissione sugli ammortamenti materiali e immateriali è pari a 0,6 milioni di euro, sugli ammortamenti per marchi e avviamento è pari a 0,5 milioni di euro

Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari netti nei primi sei mesi dell'anno risultano incrementati del 13% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e si attestano sul valore di 8,5 milioni di euro.

L'incremento della voce deriva principalmente dal sensibile aumento dei tassi di interesse riscontrato nel primo semestre 2008.

I tassi medi relativi all'Euribor 6 mesi, dei primi sei mesi del 2008 sono sensibilmente superiori a quelli registrati nello stesso periodo del 2007, le operazioni di copertura messe in atto da Granarolo hanno contribuito solo parzialmente a limitare gli impatti sugli oneri finanziari.

ANDAMENTO TASSI DI INTERESSE		6m/360	
EURIBOR 6m/360	Y2008	Y2007	var. %
Gennaio	4,50	3,88	15,9%
Febbraio	4,36	3,94	10,6%
Marzo	4,59	3,99	15,1%
Aprile	4,80	4,09	17,4%
Maggio	4,89	4,19	16,8%
Giugno	5,07	4,28	18,5%

Tassi medi mensili - Fonte Sole 24 ore

Proventi e oneri straordinari

Le partite straordinarie presentano un saldo negativo di 7,2 milioni di euro (era negativo per 4,4 milioni di euro nei primi sei mesi 2007).

L'incremento è da imputare alla contabilizzazione delle minusvalenze emerse dalla cessione del ramo divisione gastronomia e della svalutazione della partecipazione in Centrale del latte di Vicenza. La rilevazione delle minusvalenze è conseguente alla registrazione dei minori ammortamenti calcolati sugli assets oggetto di cessione del ramo d'azienda.

Imposte sul reddito

La riduzione delle imposte è dovuta, per la parte corrente, principalmente alla riduzione delle aliquote Ires e Irap entrata in vigore da inizio anno e per la parte di fiscalità differita al minor reversal di differite attive conseguente al mancato stanziamento di imposte anticipate, da parte della controllante Granarolo, nel bilancio chiuso al 31 dicembre 2007.

La situazione patrimoniale e finanziaria

Capitale investito netto

Il Capitale investito è aumentato di 1,7 milioni di euro rispetto al dato di dicembre 2007.

Tale incremento è il risultato della sommatoria del decremento delle immobilizzazioni, dell'aumento del capitale circolante netto e della diminuzione dei fondi.

Le immobilizzazioni sono diminuite di 29 milioni di euro per effetto degli ammortamenti, pari a 18,7 milioni di euro, e dell'operazione di cessione della Divisione Gastronomia, bilanciati dai nuovi investimenti.

Il capitale circolante netto è aumentato di 22 milioni di euro per effetto delle variazioni di seguito elencate.

L'aumento dei crediti commerciali è legato sia all'aumento di fatturato che al minore importo dei crediti ceduti nel periodo.

Il decremento della voce Altri debiti, in cui sono registrati gli incassi per conto di Société Générale, deriva dal trasferimento degli incassi avvenuto nei giorni immediatamente precedenti la chiusura del semestre.

I fondi diminuiscono per effetto dell'utilizzo del Fondo TFR per 2,8 milioni di euro, del fondo oneri consumer collection per 4,6 milioni di euro e del fondo oneri personale per 3 milioni di euro.

Indebitamento e mezzi propri

La diminuzione del patrimonio netto è stata determinata, oltre che dal risultato economico negativo del periodo (0,9 milioni di euro), dall'annullamento della parte di riserva di consolidamento relativa alla divisione gastronomia, ceduta al 30 giugno 2008.

La posizione finanziaria netta peggiora, rispetto a dicembre 2007, di 5,2 milioni di euro a causa principalmente del mancato rimborso di una parte del credito IVA, beneficiando comunque della riscossione del prezzo per la vendita del ramo della divisione gastronomia.

A differenza di quanto avvenuto negli ultimi anni, il rimborso del credito IVA non è avvenuto entro il primo semestre, bensì, come già evidenziato, a luglio 2008, generando un mancato flusso di cassa di circa 25 milioni di euro.

Il credito IVA al 30 giugno 2008 ha pertanto raggiunto la considerevole cifra di 90 milioni di euro, comprendendo il credito IVA di 14,4 milioni di euro ceduto alla società di factoring e non ancora incassato alla fine del primo semestre.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

Dati in Euro /.000

	30/06/2008	31/12/2007	var.
Debiti verso banche	-96.264	-114.286	18.022
Debiti verso altri finanziatori	-4.132	-4.648	516
DEBITI FINANZIARI A M/L TERMINE	-100.396	-118.934	18.539
Obbligazioni	0	0	0
Debiti verso banche	-58.997	-36.739	-22.258
Debiti verso altri finanziatori	-15.467	-15.068	-400
DEBITI FINANZIARI A BREVE TERMINE	-74.464	-51.807	-22.657
Crediti finanziari a lungo	3.514	0	3.514
CREDITI FINANZIARI A M/L TERMINE	3.514	0	3.514
Titoli	3.769	4.043	-275
Disponibilità liquide	30.598	36.180	-5.582
Crediti finanziari a breve	1.172	0	1.172
TITOLI E DISPONIBILITA' LIQUIDE	35.539	40.223	-4.685
Posizione finanziaria netta	-135.807	-130.518	-5.289

6. PROSPETTI CONTABILI DELLA CAPOGRUPPO GRANAROLO SpA

CONTO ECONOMICO Granarolo SpA

Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 giugno		var. %
	2008	2007	
Ricavi netti prodotti	505.745	455.071	11,1
<i>Costi promozionali</i>	<i>-12.933</i>	<i>-13.465</i>	<i>-4,0</i>
Ricavi netti prodotti <i>(al netto di costi promoz.)</i>	492.812	441.605	11,6
Altri ricavi (+ / -) var. magazzino	-741	-652	13,6
Totale ricavi	492.071	440.953	11,6
Costi diretti di vendita	-88.662	-74.070	19,7
Ricavi netti dei costi diretti di vendita	403.409	366.883	10,0
Costi diretti di produzione	-309.356	-277.230	11,6
Margine di contribuzione	94.053	89.653	4,9
Pubblicità	-17.374	-16.986	2,3
Costi commerciali indiretti	-14.403	-16.286	-11,6
Costo del lavoro indiretto	-16.932	-16.238	4,3
Altri costi di struttura	-14.792	-14.277	3,6
Altri proventi ed oneri	1.125	2.568	-56,2
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	31.677	28.433	11,4
Ammortamento imm. immateriali	-2.554	-3.177	-19,6
Ammortamenti imm. materiali	-9.332	-9.124	2,3
Accantonamenti e svalutazioni	-1.399	-979	42,8
Risultato Operativo (EBIT)	18.393	15.152	21,4
Proventi / (oneri) finanziari	-8.535	-7.564	12,8
Proventi / (oneri) straordinari	-7.141	-4.036	76,9
Ammortamenti marchi	-1.969	-2.693	-26,9
Ammortamento avviamento	-1.878	-1.971	-4,7
Risultato ante imposte	-1.131	-1.112	1,7
Imposte sul reddito	-3.009	-5.702	-
Utile / Perdita	-4.140	-6.814	-

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 giugno	
	2008	2007
Margine di contribuzione	19,1%	20,3%
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	6,4%	6,4%
Risultato Operativo (EBIT)	3,7%	3,4%
Risultato ante imposte	-0,2%	-0,3%
Utile / Perdita	-0,8%	-1,5%

STATO PATRIMONIALE Granarolo SpA

Dati in Euro /.000

	30/06/2008	31/12/2007	var.
Marchi	43.262	49.630	-6.368
Avviamento	39.025	43.211	-4.186
Immobilizzazioni immateriali	14.925	17.060	-2.136
Immobilizzazioni materiali	94.349	106.649	-12.299
Partecipazioni	3.655	5.144	-1.489
Altre immobilizzazioni	76.094	75.890	205
Immobilizzazioni	305.654	331.927	-26.273
Rimanenze di magazzino	31.073	33.560	-2.487
Crediti verso parti correlate	13.309	13.960	-651
Crediti commerciali	85.028	60.692	24.336
Altri crediti	172.232	175.918	-3.686
Partecipazioni	17.302	17.892	-590
Debiti verso parti correlate	-52.199	-49.790	-2.409
Debiti commerciali	-224.365	-222.949	-1.415
Debito fiscale	-5.240	-3.017	-2.223
Altri debiti	-63.731	-73.142	9.411
Capitale circolante netto	-26.591	-46.876	20.285
Fondo TFR	-18.440	-21.313	2.872
Fondi per rischi ed oneri	-20.989	-26.744	5.755
Totale fondi	-39.430	-48.056	8.627
Capitale investito netto	239.634	236.995	2.639
Capitale sociale versato	157.939	157.939	0
Riserve e risultati a nuovo	-47.300	-12.993	-34.308
Utile (perdita) del periodo	-4.140	-34.308	30.168
Patrimonio di terzi	0	0	0
Patrimonio netto	106.498	110.638	-4.140
Indebitamento finanziario a M/L termine	92.750	114.286	-21.536
Debiti finanziari a breve	73.609	50.283	23.326
Crediti finanziari a breve	-1.172	0	-1.172
Disponibilità e altri titoli	-32.052	-38.213	6.161
Indebitamento finanziario a breve termine	40.385	12.070	28.315
Posizione finanziaria netta	133.135	126.356	6.779
Mezzi Propri e Indebitamento	239.634	236.995	2.639



Granarolo S.p.A.

Via Cadriano 27/2 - 40127 Bologna
Tel. + 39.051.4162.311 - Fax + 39.051.6380.902
C.F. 01660360601 - P.I. 04119190371

Capitale sociale € 157.938.746 i.v.
Registro Imprese di Bologna n. 59100 – R.E.A. n. 341290

www.granarolo.it

investor.relations@granarolo.it