



Relazione trimestrale al 30 settembre 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. Risorse umane

4.3. Fatti di rilievo avvenuti dopo il 30 settembre 2008

4.4. Evoluzione prevedibile della gestione

5. Prospetti contabili e commenti

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 nove mesi 2008 ed ai primi nove mesi 2007.

Le informazioni patrimoniali sono fornite con riferimento al 30 settembre 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 trimestrale non è sottoposta a revisione contabile.

2. DATI DI SINTESI

	Progressivo al 30 settembre		
	2008	2007	var. %
Dati economici (in Euro /.000)			
Ricavi netti prodotti *	735.145	683.361	7,6
Margine operativo lordo (EBITDA)	57.128	49.432	15,6
Risultato operativo (EBIT)	33.625	21.586	55,8
Utile/Perdita di competenza	-2.337	-11.480	-
Dati economici (in percentuale su Ricavi netti prodotti)			
Margine operativo lordo (EBITDA)	7,8%	7,2%	
Risultato operativo (EBIT)	4,6%	3,2%	
Utile / Perdita di competenza	-0,3%	-1,7%	
Dati per azione (in Euro)			
Utile / Perdita per azione	-0,030	-0,145	

* netto costi promozionali

	Puntuale al	30/09/2008	31/12/2007	var. %
Dati patrimoniali e finanziari (dati in Euro /.000)				
Capitale investito netto		242.857	258.634	-6,1
Indebitamento finanziario netto		119.577	130.518	-8,4
Patrimonio netto (incluse quote di terzi)		123.280	128.116	-3,8

	Progressivo al	30/09/2008	31/12/2007
Dati patrimoniali e finanziari (dati in Euro /.000)			
Cash Flow della gestione reddituale		22.745	32.514
Investimenti netti		13.974	3.217

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	2,74%
	78.969.373	100,0%

Granarolo S.p.A. - Il 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. - Il Collegio Sindacale

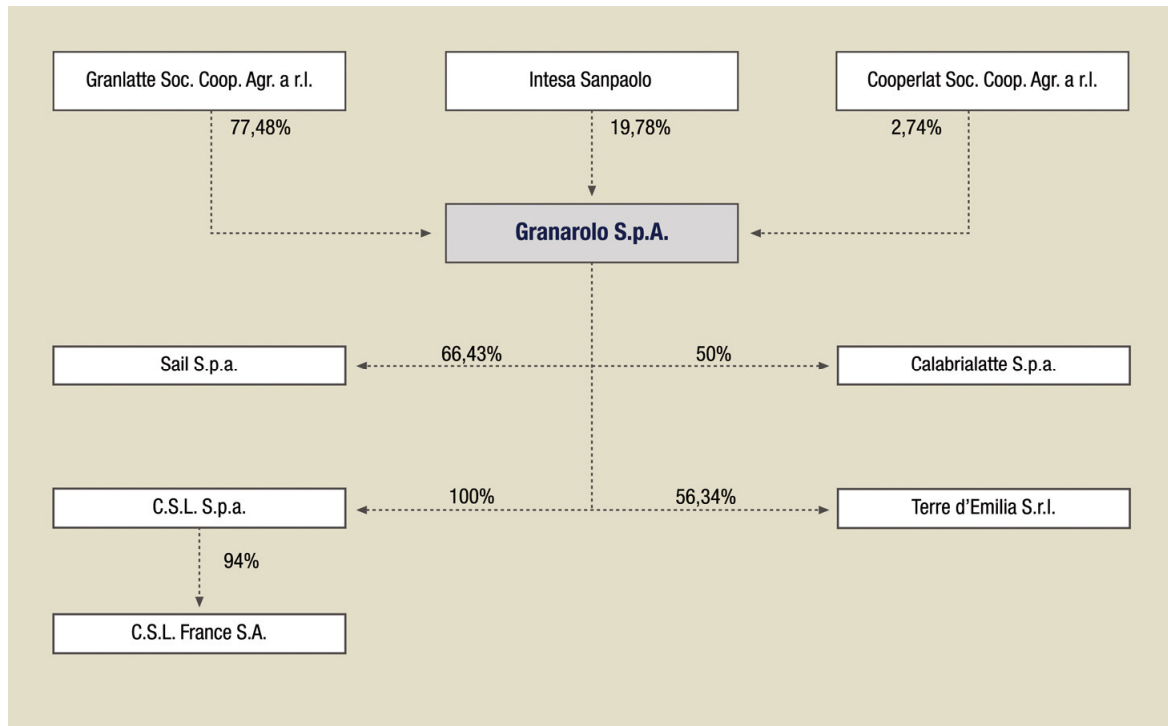
Roberto Chiusoli *Presidente*
Chiara Ragazzi *Sindaco effettivo*
Franco Colombo *Sindaco effettivo*

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.lli Merlo Srl in liquidazione e concordato preventivo

4. RELAZIONE DEGLI AMMINISTRATORI

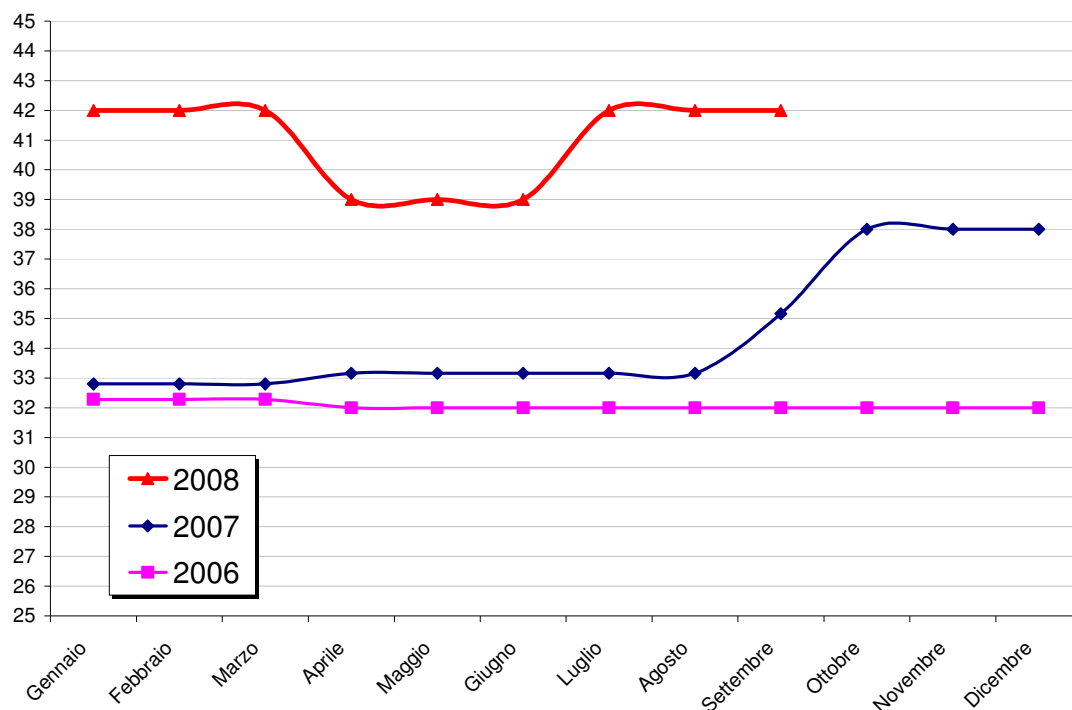
4.1 Scenario

L'aggiornamento a settembre del prezzo del latte in Italia riportato dalla CLAL, in assenza di un Accordo Regionale firmato da tutte le Industrie di trasformazione e le Organizzazioni dei produttori di latte, mostra una crescita determinata dal recepimento dell'unico Accordo aziendale firmato nel giugno 2008 fra un gruppo di Industrie ed i Produttori di latte che fissa il prezzo del latte per il periodo 1 aprile - 31 dicembre 2008. Tale accordo è stato recentemente modificato, seguendo le recenti evoluzioni del mercato, con la revisione al ribasso dei prezzi per l'ultimo trimestre dell'anno.

La tendenza del mercato "spot" per gli ultimi mesi dell'anno, vede infatti una importante contrazione dei prezzi, influenzata anche dalle significative riduzioni nei listini delle principali commodities legate al latte (polvere e grassi) che si stanno registrando in alcuni paesi esteri, primo fra tutti la Francia.

Il grafico evidenzia il trend del prezzo del latte nel corso dell'anno 2006, anno in cui si sono manifestate oscillazioni estremamente contenute, e degli anni 2007 e 2008, in cui è aumentata in modo considerevole la volatilità dei prezzi.

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 al 30 settembre 2008 del Gruppo Granarolo è caratterizzato dalla crescita del fatturato ottenuta prevalentemente attraverso l'aumento dei prezzi di vendita, avviato a partire dal 2007 e proseguito nei primi mesi del 2008, per fronteggiare l'innalzamento dei costi della materia prima.

Nel periodo, il fatturato del Gruppo si assesta sui 735,1 milioni di euro (al netto di costi promozionali), in incremento del 7,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Anche l'EBITDA 2008, risulta in forte incremento (+15,6%) rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, confermando il trend positivo registrato nel 2007 (+0,7% sul 2006). La buona performance della gestione ordinaria è confermata anche dal +55,8% di incremento nel Risultato Operativo.

Il Risultato Netto si assesta su una perdita di 2,3 milioni di euro, in netto miglioramento rispetto alla perdita di 11,5 milioni di euro registrata nello stesso periodo 2007.

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

Il cash flow generato nel periodo, in linea con l'andamento previsto in sede di budget, ha contribuito al miglioramento dell'indebitamento finanziario insieme all'atteso rimborso di una parte del credito IVA, avvenuto nel mese luglio.

4.2.1 Andamento dei mercati e delle vendite

Latte fresco

Il mercato nei primi nove mesi dell'anno registra una crescita a volume del +2,6% vs. AP e del 10,7% a valore, per effetto dell'incremento prezzi (+7,9%). Da segnalare che nell'ultimo trimestre la crescita è stata solo del +1,1% con un significativo rallentamento verso i trimestri precedenti (nel primo la crescita era stata del 2,7% e nel secondo del 3,9%).

La crescita del mercato è trainata prevalentemente dalla Private Label che, grazie ad una politica di prezzo estremamente aggressiva vs le Marche (index 75 vs mercato), erodono volumi al canale Normal Trade. L'andamento del mercato senza PL è fortemente negativo (-5,5% vs. AP).

I principali Marchi perdono quota di mercato: il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,55 €/litro, si attesta al 27,3% flettendo di 3,2 p.ti; il Gruppo Parmalat, con un prezzo medio di 1,55 €/litro, perde 2,2 punti di quota fermandosi al 21,3%. Di contro, le Private Label, con un prezzo medio 1,10 €/litro, aumentano la quota (+7,4 p.ti) attestandosi al 13,4% del totale mercato.

Il Segmento Alta Qualità, nonostante il lancio delle Private Label ed un prezzo più aggressivo vs la media di mercato, non cresce (+0,4% vs. AP), con un trend del mercato senza Private Label che registra un -8,5%.

Le perdite di quota si distribuiscono pesantemente su tutti i principali competitors: il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,54 €/litro, perde 4,2 p.ti attestandosi al 38,7%; il Gruppo Parmalat, con un prezzo medio di 1,58 €/litro, flette di 2,1 p.ti di quota chiudendo il periodo al 20,3%; le PL con un prezzo medio di 1,13 €/litro guadagnano il 9,2% del mercato (+8,8 punti vs AP).

Il segmento del Parzialmente Scremato cresce del +1,0% vs. AP (mentre senza Private Label registra -5,6%), con flessioni di quota delle Marche: Gruppo Granarolo (con un prezzo medio di 1,51 €/litro) perde quota (25,9%; -2,7 p.ti), il Gruppo Parmalat (con un prezzo medio di 1,56 €/litro) perde quota (21,4%; -2,8 p.ti), le Private Label (con un prezzo medio 1,15 €/litro) si attestano al 6,8% (+ 6,6 p.ti vs. AP)

In continua e forte crescita il segmento Lunga Durata (+29,9% a volume), trainato dalle PL che, grazie alla strategia di pricing aggressiva (1,03 €/litro vs 1,49 €/litro di Granarolo), crescono in quota (54,2%; + 5,1 p.ti) a svantaggio delle Marche; il Gruppo Granarolo, con un prezzo medio di 1,49 €/litro, riduce la sua quota (15,2%; -3,2 p.ti); il Gruppo Parmalat, che a partire da Aprile ha sviluppato una promozione di prezzo (passando da 1,54 a 1,29 €/litro), si attesta al 23,5% di quota (-0,5 p.ti vs. AP).

Fonte: ACNielsen Scantrack Iper+ Super, 39 weeks ending 28-set-08

Latte UHT

Il mercato del Latte UHT progressivo a Settembre 2008, evidenzia una crescita del +1,8% a volume ed una crescita del +11,7% a valore, per l'effetto dell'aumento dei prezzi medi (prezzo medio in incremento del +9,7% vs. AP).

Continua lo sviluppo del segmento Alta Digeribilità (+8,9% a volume) e del Parzialmente Scremato (+2,7% a volume), mentre flettono l'Intero (-1,3% a volume), lo Scremato (-0,2%) e i Funzionali (-4,9%).

Il Gruppo Granarolo continua a crescere in quota a volume (19,7%; +0,3 p.ti), grazie al buon andamento nel segmento Parzialmente Scremato (22,7%; +0,6 p.ti), mentre presenta una quota in flessione nel segmento Intero (10,7%; -1,4 p.ti), nel segmento Scremato (7,0%; -0,3 p.ti) e nell'Alta Digeribilità (26,6%; -1,0 p.ti).

Il principale competitor, Parmalat, cresce in termini di quota a volume (28,3%; +0,5 p.ti), grazie allo sviluppo nei segmenti Alta Digeribilità (69,1%; +0,5 p.ti), Parzialmente Scremato (22,6%; +0,5 p.ti) e Funzionali (97,7%; +0,5 p.ti), mentre è sostanzialmente stabile nel segmento Intero (20,8%; -0,1 p.ti) e flette nel segmento Scremato (25,3%; -0,8 p.ti).

Anche nel mercato del Latte UHT va sottolineata la crescita delle Marche Private (20,5%; +1,5 p.ti), sviluppata su tutti i segmenti base: P.S. (19,8%; +1,5 p.ti), Intero (27,7%; +2,2 p.ti) e Scremato (49,0%; +3,2 p.ti).

Fonte: ACNielsen Scantrack Iper+ Super, 39 weeks ending 28-set-08

Nel Progressivo a Settembre 2008, gli investimenti in comunicazione del mondo del Latte registrano una crescita del 13,7% vs. AP, con un +18,6% sul Latte UHT ed un +10,9% sul Latte Fresco. Il Gruppo Granarolo ha una quota del totale investimenti del 46,6%, il Gruppo Parmalat del 35,8%, mentre gli altri competitor valgono il 17,6%.

Fonte: Adex e Auditel - Abbattimenti: Nielsen (Settembre non definitivo)

Yogurt

Il mercato dello Yogurt registra nel progressivo a Settembre 2008 una crescita a volume del 1,0% e a valore del 6,6% vs. AP.

La crescita continua ad essere trainata dal Probiotico al Cucchiaino (+15,3% a volume e +21,3% a valore vs. AP), mentre il Probiotico Bere rallenta fino a fermarsi (-0,9% a volume e +1,4% a valore vs. AP). Da maggio il segmento si contrae mese su mese vs AP, sia a volume che a valore, e il trend resta negativo anche senza considerare l'effetto negativo causato dal crollo di Danone Essensis. Il segmento Anticolessterolo evidenzia una contrazione a volume (-3,1% vs. AP) mentre è in leggera crescita a valore (+0,7% vs. AP). L'Intero conferma l'inversione di trend, già avviata nel 2007 grazie anche ai lanci di Yomo (Desiderio e Di Stagione), e cresce del +0,4% a volume e del +7,3% a valore vs. AP. Il segmento Magro è invece in calo a volume (-2,8%), mentre inverte il trend a valore con una crescita del +0,4% 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 9,8%, mentre quella valore al 10,4%. Questa contrazione è dovuta soprattutto alla flessione nei Magri (4,5% quota valore; -1,8 p.ti vs. AP). Negli Interi (24,9% quota valore; -0,3 p.ti vs. AP) si registra una chiara ripresa a volume a partire da Giugno e in particolare nel mese di Settembre grazie a Omogeneo, con il nuovo posizionamento "Yomo 100% naturale". Supportato dalla campagna ADV e dalle promozioni, Omogeneo raggiunge a Settembre il 12,0% quota volume (+0,2 p.ti vs. AP) e il 16,2% a valore (+0,2 p.ti vs. AP). Questo consente al Gruppo Granarolo di

confermare la leadership a valore negli Interi anche nel mese di Settembre davanti a Muller (25,7% quota valore, + 2,1 p.ti vs. Muller) con una quota valore nel progressivo uguale a quella del competitor. Nel segmento Probiotico Bere, Yomo è pressoché stabile (3,3% quota valore; -0,1 p.ti vs. AP) ma registra un trend positivo ed incoraggiante. Le rotazioni per referenza di Yomo Rinforzo Plus (rilanciato a Febbraio 2008) sono infatti in continua crescita, trainate dalle rotazioni di base (relative ai volumi non promozionati) che nell'ultimo trimestre crescono del +11,3% vs AP.

Il leader Danone registra quote stabili (quota volume 28,8%; +0.2 p.ti vs. AP / quota valore 37,8%; +0,4 p.ti vs. AP), con andamenti però molto diversi nei segmenti di mercato dove compete: in forte perdita nel Magro (29,3% quota volume; -3,7 p.ti vs. AP / 37,4% quota valore; -3,8 p.ti vs. AP), in crescita con Activia, Danacol e Actimel.

Il trend positivo di Actimel (+2,4 p.ti quota vol e +4,2 p.ti quota valore) è riconducibile al lancio di 4 nuove referenze, mentre le referenze esistenti registrano un calo dei volumi a doppia cifra. Essensis, non più supportato da investimenti ADV, perde quota fino ad arrivare al 1,1% volume e 1,6% valore nei Probiotici Bere.

Il business complessivo di Müller (Interi+Magri+Bi-comp) cala del -5,8% vs. AP a volume mentre cresce a valore del +6,6% vs. AP (15,1% quota volume; -1,1 p.ti vs. AP / 14,5% quota valore; stabile vs. AP) grazie al forte aumento del prezzo medio (+13,1%, il più alto del mercato yogurt) e al fortissimo incremento degli investimenti ADV (14,6 mio euro, il 70% in più vs. AP). Performance particolarmente negative sul core business Intero (-9,3% a volume vs. AP), con quote in costante contrazione (23,0% valore; -1,6 p.ti vs. AP/ 24,9% valore; -0,7 p.ti vs. AP). In crescita invece nel Magro (+26,1% a volume e +43,0% a valore), grazie al recente lancio di "Müller 0,1% Fiori". Infine, in calo nel Bi-compartimento (-5,5% volume vs. AP).

Nestlé continua a cedere posizioni (3,8% quota valore; -0,4 p.ti vs. AP) a causa della flessione nei Magri (1,4% quota valore; -1,3 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 performance nel Probiotico Bere (12,2% quota valore; -1,2 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 12,9% (+0,8 p.ti vs. AP), con una crescita particolarmente evidente nei Magri dove hanno ormai una quota volume del 25,1% (+2,2 p.ti vs. AP) a poco più di 4,0 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 il 9,4% quota valore (+0,8 p.ti vs. AP), Vipiteno raggiunge una quota del 10,8% (+1,2 p.ti vs. AP) e Mila resta al 4,2% (stabile vs. AP)

Fonte: IRI, ISLSP ytd 28 Settembre 2008.

Formaggi freschi

Il progressivo a Settembre evidenzia, contrariamente al primo semestre dell'anno, una ripresa dei consumi dei formaggi freschi (volumi: +0,3% vs AP) grazie alla performance positiva dell'ultimo trimestre (volumi: + 2,6% vs AP), favorita dalla maggiore promozionalità (+ 2,1 p.ti di intensity index) delle aziende leader.

Come in precedenza però si consolida un'evoluzione del mix che penalizza i segmenti premium price come la mozzarella tradizionale (-7,1% vs AP; -4% nell'ultimo trimestre) e lo stracchino (-2,4% vs AP) e favorisce i segmenti low-price come la ricotta (+6,2% vs AP) e la mozzarella busta (+3,5% vs AP nel progressivo; ancora meglio nell'ultimo trimestre: + 8,3% vs AP), che costituiscono una meal solution pratica ed economica per tutta la famiglia.

I prezzi medi confermano crescite importanti (+ 8,4% vs AP), in attenuazione nell'ultimo trimestre per la contro cifra più alta sul finire dell'anno precedente, quando (Settembre 2007) le dinamiche sul costo della materia prima avevano fatto riposizionare ai produttori i listini di vendita. Come in precedenza, i segmenti di mercato in cui i prezzi crescono di più sono quelli che utilizzano prevalentemente materia prima nazionale (Mozzarella vaccina tradizionale: +11,1% vs AP; stracchino: +12% vs AP), o, come la ricotta (+ 11,2% vs AP), quelli che vedono una evoluzione del mix a favore delle monoporzioni.

Gli investimenti pubblicitari si mantengono sui livelli del 2007 (23 Mio € vs AP), malgrado le forti tensioni sulle profittabilità aziendali dell'inizio dell'anno, conseguenti al rialzo delle materie prime.

Da segnalare in controtendenza, il primo investimento pubblicitario di Latterie Montello che è on air sulle reti televisive nazionali da Agosto (2,6 Mio € spesi in due mesi) per affermarsi come leader di qualità nel segmento dello stracchino confezionato e poter continuare a sostenere un posizionamento di prezzo premium (price index 124 nel progressivo a Settembre) anche in questa fase di recessione economica.

Lo scenario competitivo conferma una crescita importante delle Marche Private (quota vol: 19,1%, + 2,3 p.ti vs AP), ancora più accentuata nell'ultimo trimestre (quota vol: 19,6%, + 2,6 p.ti vs AP) per l'ulteriore erosione della capacità di spesa al consumo.

Tutte le aziende di marca subiscono una flessione di quota, ad eccezione del Gruppo Granarolo, che migliora la posizione competitiva (quota vol: 5,6% +0,4 p.ti vs AP) e di Kraft (quota vol: 12,2% +0,5 p.ti vs AP), che però è in difficoltà nell'ultimo trimestre (quota vol: 11,5%, -0,2 p.ti vs AP) malgrado abbia incrementato i prezzi al pubblico meno del mercato (+6,2% vs +8,4% media mercato).

Il leader Lactalis è quello che subisce maggiori perdite (quota vol: 31,4% -2,0 p.ti vs AP), anche se in parziale recupero nell'ultimo trimestre (quota vol: 31,4% -1,3 p.ti vs 3[^]Qrt07) grazie alla promozionalità crescente della mozzarella e della ricotta.

In dettaglio le performance di mercato del Gruppo Granarolo per segmento sono:

- Mozzarella: quota vol 5,8% (+0,1 p.ti vs AP); in crescita nell'ultimo trimestre (quota vol: 5,9%) grazie al mkt test sulla nuova busta Granarolo AQ 100gx3+1.

- Stracchino: quota vol 9,0% (+0,6 p.ti vs AP); in difficoltà nell'ultimo trimestre (quota vol: 9,0% -0,3 p.ti vs AP) per il calo della promozionalità su Pettinicchio;

- Ricotta: quota vol 11,3% (+ 1,8 p.ti vs AP) grazie allo sviluppo delle Ricottine Granarolo 100gx2, che migliorano coperture distributive (DP Set08: 47 + 5 p.ti vs AP) e rotazioni non in promozione.

- Mascarpone: quota vol 12,7% (+0,2 p.ti vs AP), in difficoltà nell'ultimo trimestre (quota vol: 11,3% -1,6 p.ti vs AP) per le difficoltà sul formato da 500g, penalizzato dalla battuta di cassa importante (superiore ai 4 €) e dal delisting temporaneo su un importante cliente (Esselunga) della GD.

- Robiola: quota vol 5,7% (+ 2,8 p.ti vs AP); in crescita nell'ultimo trimestre (quota vol: 6,1% +3,9 p.ti vs AP) per lo sviluppo distributivo (DP Set08: 34; +10 p.ti vs AP) della nuova referenza Granarolo Aq 100gx2.

*Fonte: IRI Census Iper+ Super + Libero Servizio. Dati terminanti al 28-set-08.
Nielsen Media Research per gli investimenti ADV. Dati terminanti a Settembre 2008 (ultimo mese stimato).*

Burro

Sebbene gli acquisti di burro nella Distribuzione Moderna crescano (+ 2,0% vs AP), c'è stata una brusca inversione di tendenza nell'ultimo trimestre (vol: -2,4% vs 3°Trim07), con perdite ancora più significative nei consumi di solo prodotti di marca (vol: -5,9% vs 3°Trim07).

Le difficoltà al consumo, unitamente al cambiamento di scenario sul fronte della materia prima (costo decrescente), stanno rimettendo in discussione le politiche commerciali definite a fine 2007, che vedono in aumento la promozionalità del mercato (int. Idx: 27,6% + 6,7 p.ti vs AP)

Il mercato, strutturalmente frammentato, si avvia ad una lenta concentrazione che avvantaggia nel breve solo la PL, la quale rafforza la sua leadership raggiungendo una quota a volume di 31,1% (+ 2,5 p.ti vs AP), ancora superiore nell'ultimo trimestre (quota vol: 32,1%, +2,5 p.ti vs. AP).

Il Gruppo Granarolo si conferma il secondo player di marca, ma con un trend non positivo (quota a volume: 6,4%; -0,5 p.ti vs AP) particolarmente critico sulle referenze che competono con le marche private nel segmento delle commodity (panetto Granarolo 125g, 250g e 500g). Ancora marginale il contributo dell'innovazione (Burro Piacere leggero e Burro in vaschetta) che ha determinato il rilancio della vaschetta a Settembre 2008.

Fonte: IRI Census Iper+ Super + Libero Servizio. Dati terminanti al 28-set-08

Uova

Nei primi nove mesi dell'anno gli acquisti di uova continuano ad essere in crescita (+7,1% vs AP), trainati dal trend particolarmente positivo (+8,5% vs AP) del segmento più importante del mercato, quello "base" delle uova fresche (80% a valore).

Il segmento "premium price", quello delle uova extrafresche (price index 127 vs tot mkt) invece si consolida (+0,4% a vol), con una battuta d'arresto nell'ultimo trimestre (-3% vs AP).

Sorprendentemente ancora vitale il segmento delle uova biologiche che, malgrado il posizionamento di prezzo elevato (price idx 175 vs mkt), conferma anche nell'ultimo trimestre una crescita sopramedia (+7,7% a volume vs AP).

I prezzi medi crescono (+5,1% vs AP nel progressivo), ma meno dei formaggi freschi e del burro, e si avviano ad una lenta stabilizzazione anche per la tendenza al riassorbimento delle tensioni sulla materia prima (cereali).

Il Gruppo Granarolo consolida la sua posizione competitiva (quota vol: 4,0% + 0,1 p.ti vs AP), ma con difficoltà crescenti da Luglio (quota vol: 3,7% -0,2 p.ti vs AP), per il calo della promozionalità (int idx: 17% - 3 p.ti vs AP) sulle extrafresche e la crescita sopramedia dei prodotti da prezzo.

Le Marche Private rafforzano la loro leadership (quota volume 40% +2,7 p.ti vs AP) a scapito dei principali leaders di marca: Novelli (quota vol: 8,7% -1,0 p.ti vs AP), Ovopel (quota vol: 4,9% -0,6 p.ti vs AP) e Gruppo Eurovo (quota vol: 4,7% -0,8 p.ti vs AP), in recupero nell'ultimo trimestre (+0,8 p.ti vs AP) per la forte copertura promozionale (prezzo medio: -8,8% vs AP), favorita dalle sue relazioni di fornitura con le principali insegne della GD (Eurovo è il principale produttore delle uova a marchio della distribuzione).

Nel segmento Bio (11% del totale marcato a valore), Granarolo consolida la sua leadership di marca (quota vol: 17,2% +2,1 p.ti vs AP) con una crescita di valore sostenuta da prezzo crescenti (0,4 €/pz +7,7% vs AP) a scapito delle Marche Private (quota vol: 47,2%, -0,6 p.ti vs AP), in forti difficoltà nell'ultimo trimestre (quota vol: 45%, -2,8 p.ti vs AP).

Fonte: ACNielsen Scantrack Iper+Super+Libero Servizio. Dati terminanti al 16 Settembre 2008.

4.2.2 Risorse umane

La tavola che segue indica il confronto fra il personale dipendente al 30 settembre 2008 e al 31 dicembre 2007 suddiviso per qualifica professionale e per società di appartenenza.

	30/09/2008	31/12/2007	var.
Dirigenti	47	49	-2
Quadri	86	99	-13
Impiegati	595	679	-84
Operai	860	1.068	-208
Totale	1.588	1.895	-307

	30/09/2008	31/12/2007	var.
Granarolo	1.426	1.732	-306
Sail	88	89	-1
Calabrialatte	22	21	1
AgriOk	0	3	-3
CSL	52	50	2
Totale	1.588	1.895	-307

La diminuzione di personale in Granarolo, è principalmente generata dagli effetti delle cessioni del ramo aziendale Vogliazzi (117 dipendenti), del ramo aziendale Merlo (42 dipendenti) e, in via sussidiaria, dalle uscite conseguenti alla procedura di mobilità avviata nel giugno 2006 e terminata nel giugno 2008.

4.3 Fatti di rilievo avvenuti dopo il 30 settembre 2008

In data 8 ottobre 2008, CSL Spa ha acquistato le quote di minoranza della controllata CSL France SA, portando la partecipazione detenuta al 100% del Capitale.

In data 5 novembre, sono stati incassati 28 milioni di euro relativi a crediti IVA 2007.

In data 12 novembre, Granarolo Spa ha acquistato da un socio di minoranza della società Sail Spa n. 102.309 azioni pari a circa lo 0,5% del Capitale, elevando la quota in suo possesso al 66,9%.

4.4 Evoluzione prevedibile della gestione

Le vendite del mese di ottobre 2008 sono in leggera flessione rispetto alle previsioni, mentre si rileva una sostanziale tenuta dei margini.

Si prevede che il fatturato dell'anno 2008 presenterà un incremento del 5/6% sull'anno 2007, a parità di perimetro, mentre il rapporto EBITDA/Ricavi si attesterà al di sopra del 7%.

5. PROSPETTI CONTABILI E COMMENTI**5.1 Prospetti contabili consolidati****CONTO ECONOMICO***Dati in Euro / .000*

	Progressivo al 30 settembre		
	2008	2007	var. %
Ricavi netti prodotti	755.373	704.197	7,3
Costi promozionali	-20.228	-20.836	-2,9
Ricavi netti prodotti (al netto di costi promoz.)	735.145	683.361	7,6
Altri ricavi (+ / -) var. magazzino	17	-871	-
Totale ricavi	735.162	682.490	7,7
Costi diretti di vendita	-137.311	-122.600	12,0
Ricavi netti dei costi diretti di vendita	597.851	559.890	6,8
Costi diretti di produzione	-453.580	-430.068	5,5
Margine di contribuzione	144.272	129.822	11,1
Pubblicità	-24.473	-22.271	9,9
Costi commerciali indiretti	-22.401	-21.095	6,2
Costo del lavoro indiretto	-28.795	-28.453	1,2
Altri costi di struttura	-13.107	-10.962	19,6
Altri proventi ed oneri	1.632	2.391	-31,8
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	57.128	49.432	15,6
Ammortamento imm. immateriali	-3.377	-6.879	-50,9
Ammortamenti imm. materiali	-17.473	-18.875	-7,4
Accantonamenti e svalutazioni	-2.653	-2.092	26,8
Risultato Operativo (EBIT)	33.625	21.586	55,8
Proventi / (oneri) finanziari	-12.483	-11.198	11,5
Proventi / (oneri) straordinari	-8.935	-5.517	62,0
Ammortamenti marchi	-5.239	-3.770	39,0
Ammortamento avviamento e diff. cons.	-3.298	-3.555	-7,2
Risultato ante imposte	3.670	-2.455	-249,5
Imposte sul reddito	-5.823	-8.959	-35,0
Utile / Perdita	-2.153	-11.413	-
Utile / Perdita di c/terzi	-184	-67	175,7
Utile / Perdita di competenza	-2.337	-11.480	-

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

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

STATO PATRIMONIALE

Dati in Euro /.000

	30/09/2008	31/12/2007	var.
Marchi	95.150	48.141	47.010
Avviamento	43.226	46.311	-3.085
Differenze di consolidamento	577	7.873	-7.296
Immobilizzazioni immateriali	13.440	17.463	-4.023
Immobilizzazioni materiali	142.690	150.709	-8.019
Partecipazioni	3.656	5.152	-1.496
Altre immobilizzazioni	32.976	78.784	-45.808
Immobilizzazioni	331.716	354.434	-22.718
Rimanenze di magazzino	33.793	35.728	-1.935
Crediti verso parti correlate	5.932	6.407	-475
Crediti commerciali	93.785	74.790	18.995
Altri crediti	148.893	181.222	-32.329
Partecipazioni	0	17.892	-17.892
Debiti verso parti correlate	-13.217	-12.541	-676
Debiti commerciali	-221.605	-240.430	18.825
Debito fiscale	-3.830	-3.624	-206
Altri debiti	-89.706	-100.759	11.053
Capitale circolante netto	-45.954	-41.314	-4.640
Fondo TFR	-19.968	-24.040	4.072
Fondi per rischi ed oneri	-22.937	-30.445	7.508
Totale fondi	-42.904	-54.485	11.581
Capitale investito netto	242.857	258.634	-15.777
Capitale sociale versato	157.939	157.939	0
Riserve e risultati a nuovo	-41.814	-7.681	-34.134
Utile (perdita) del periodo	-2.337	-31.450	29.113
Patrimonio di terzi	9.492	9.308	184
Patrimonio netto	123.280	128.116	-4.837
Indebitamento finanziario a M/L termine	96.882	118.934	-22.053
Debiti finanziari a breve	60.733	51.807	8.926
Crediti finanziari a breve	-1.172	0	-1.172
Disponibilità e altri titoli	-36.865	-40.223	3.358
Indebitamento finanziario a breve termine	22.695	11.584	11.112
Posizione finanziaria netta	119.577	130.518	-10.941
Mezzi Propri e Indebitamento	242.857	258.634	-15.777

RENDICONTO FINANZIARIO*Dati in Euro /.000*

	Progressivo al	30/09/2008	31/12/2007
Disponibilità finanziarie nette iniziali		-11.584	-1.390
Utile (Perdita)		-2.337	-31.450
Rettifiche voci non influenti sulle disp. finanz.		40.184	74.131
Variazione TFR		-4.072	-1.076
Utilizzi fondi rischi ed oneri		-11.030	-9.091
Cash Flow della gestione reddituale		22.745	32.514
Variazione del capitale circolante netto		1.156	-2.394
Flusso finanziario da attività dell'esercizio		23.901	30.121
Flusso finanziario da attività di investimento		-13.974	-3.217
Flusso finanziario da attività di finanziamento		-21.038	-37.097
Distribuzione di utili		0	0
Disponibilità finanziarie nette finali		-22.695	-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.

I primi 9 mesi del 2008 presentano un incremento rispetto allo stesso periodo del 2007 della voce Ricavi netti prodotti (al lordo dei costi promozionali) di 51,2 milioni di euro (+7,3%), ottenuto principalmente da una crescita dei prezzi medi.

Il segmento del latte presenta una crescita del 8,7%, per un effetto prezzi. I volumi, che segnano una diminuzione nel latte fresco, sono in buona parte bilanciati da un aumento nel latte UHT.

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

Il segmento dei formaggi aumenta principalmente per un effetto prezzo, segnando un incremento del 9,9% verso l'anno precedente. L'incidenza della gastronomia si riduce per effetto della cessione del ramo aziendale avvenuta a giugno.

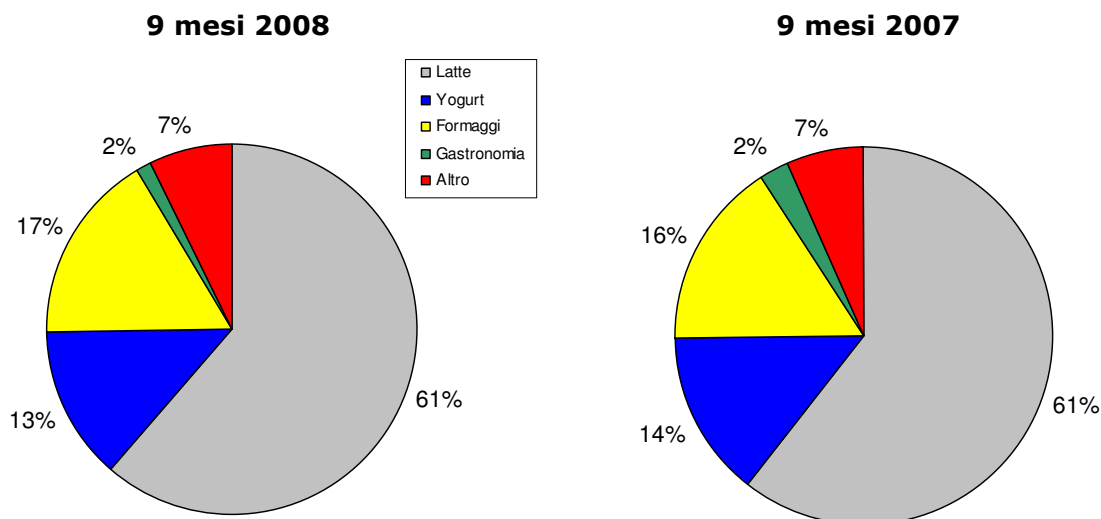
Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 settembre		
	2008	2007	var. %
Latte	464.239	427.160	8,7%
Yogurt	100.172	98.931	1,3%
Formaggi	125.225	113.915	9,9%
Gastronomia	11.698	17.510	-33,2%
Altro	54.039	46.681	15,8%
Ricavi netti prodotti	755.373	704.197	7,3%

Valori al lordo dei costi promozionali

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

Il primo segmento rimane il latte (61% sul totale vendite), i formaggi rimangono al secondo posto (al 17%) con un lieve incremento a scapito dello yogurt (al 13%).



Costi diretti di vendita

L'incidenza dei costi diretti di vendita sul totale ricavi risulta in aumento rispetto allo stesso periodo del precedente esercizio, passando dal 17,9% al 18,7%.

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

Dati in Euro /.000

	Progressivo al 30 settembre		var. %
	2008	2007	
Contributi e Listing (netto promo)	-70.296	-56.268	24,9
Provvigioni	-51.409	-50.931	0,9
Logistica Primaria	-15.605	-15.401	1,3
Costi diretti di vendita	-137.311	-122.600	12,0

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 settembre	
	2008	2007
Contributi e Listing (netto promo)	9,6%	8,2%
Provvigioni	7,0%	7,5%
Logistica Primaria	2,1%	2,3%
Costi diretti di vendita	18,7%	17,9%

La voce Provvigioni cresce per effetto delle dinamiche di costo del settore logistico, ma diminuisce in termini di peso sui ricavi netti grazie ai processi di razionalizzazione della rete messi in atto e in conseguenza dell'incremento del fatturato.

La Logistica primaria aumenta principalmente per effetto di dinamiche inflattive.

Costi diretti di produzione

L'incidenza dei costi diretti di produzione sul totale ricavi rimane sostanzialmente stabile passando dal 61,7% al 62,9% rispetto allo stesso periodo del 2007.

L'incremento del costo del venduto è determinato dal già citato effetto dell'aumento del prezzo della materia prima oltre 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 settembre		
	2008	2007	var. %
CDV mat. prima e prodotti finiti	-318.547	-291.431	9,3
Personale produttivo	-33.644	-35.139	-4,3
Altri	-101.389	-103.498	-2,0
Costi diretti di produzione	-453.580	-430.068	5,5

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 settembre	
	2008	2007
CDV mat. prima e prodotti finiti	43,3%	42,6%
Personale produttivo	4,6%	5,1%
Ingredienti	13,8%	15,1%
Costi diretti di produzione	61,7%	62,9%

Altri costi operativi

L'incidenza dei costi operativi sul totale ricavi rimane sostanzialmente costante rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente.

Gli Altri costi di struttura sono in aumento per effetto di una diversa attribuzione dei costi comuni, che si è deciso di centralizzare per avere un maggior controllo della spesa, oltre che per l'incremento di costi legati ai canoni di manutenzione per licenze software e dei costi di formazione.

Dati in Euro / .000

	Progressivo al 30 settembre		
	2008	2007	var. %
Pubblicità	-24.473	-22.271	9,9
Costi commerciali indiretti	-22.401	-21.095	6,2
Costo del lavoro indiretto	-28.795	-28.453	1,2
Altri costi di struttura	-13.107	-10.962	19,6
Altri proventi ed oneri	1.632	2.391	-31,8
Altri Costi operativi	-87.144	-80.390	8,4

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 settembre	
	2008	2007
Pubblicità	3,3%	3,3%
Costi commerciali indiretti	3,0%	3,1%
Costo del lavoro indiretto	3,9%	4,2%
Altri costi di struttura	1,8%	1,6%
Altri proventi ed oneri	0,2%	0,3%
Altri Costi operativi	11,9%	11,8%

Proventi e oneri finanziari

Gli oneri finanziari netti nei primi nove mesi dell'anno risultano incrementati del 11,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e si attestano a 12,5 milioni di euro.

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

I tassi medi relativi all'Euribor 6 mesi, dei primi nove mesi del 2008 sono sensibilmente superiori a quelli registrati nello stesso periodo del 2007 e 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%
Luglio	5,15	4,35	18,3%
Agosto	5,16	4,56	13,1%
Settembre	5,20	4,75	9,5%

Tassi medi mensili - Fonte Sole 24 ore

Proventi e oneri straordinari

Le partite straordinarie presentano un saldo negativo di 8,9 milioni di euro (era negativo per 5,5 milioni di euro nei primi nove mesi 2007).

L'incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è da attribuire principalmente alla contabilizzazione delle minusvalenze emerse dalla cessione del ramo divisione gastronomia e della svalutazione della partecipazione in Centrale del latte di Vicenza, oltre alle rettifiche operate su transazioni con clienti di competenza di esercizi precedenti e agli oneri previsti per la definizione dei contenziosi in essere.

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 diminuito di 15,8 milioni di euro rispetto al dato di dicembre 2007.

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

Le immobilizzazioni sono diminuite di 22,7 milioni di euro per l'effetto combinato di

- diminuzione degli ammortamenti
- cessione della divisione gastronomia
- allocazione del valore del finanziamento verso le società in procedura e del valore della partecipazione in Sitia-Yomo sui marchi e sugli impianti costituenti il ramo d'azienda Yomo, acquisito in via definitiva in data 22 luglio 2008.

Il capitale circolante netto è diminuito di 4,6 milioni di euro per effetto delle variazioni di seguito elencate.

L'aumento dei Crediti commerciali deriva dal minor importo di crediti ceduti nel periodo. Gli Altri crediti sono diminuiti per l'effetto combinato del decremento dei depositi legati all'operazione di cartolarizzazione, del decremento dei crediti verso la società di factoring per l'avvenuto incasso del credito IVA chiesto a rimborso e dell'incremento per credito IVA maturato nei primi nove mesi.

Il valore della partecipazione in Sitia-Yomo è stato allocato, come già evidenziato, sui marchi e gli impianti, per effetto dell'acquisto del ramo d'azienda Yomo.

La diminuzione dei Debiti commerciali è determinata da una politica di pagamento più veloce delle forniture.

Il decremento della voce Altri debiti deriva dalla diminuzione dei debiti per leasing, in riferimento ai contratti trasferiti nell'ambito della cessione della divisione gastronomia.

I fondi diminuiscono per effetto dell'utilizzo del Fondo TFR per 8,3 milioni di euro e dell'utilizzo degli altri fondi per 10,8 milioni di euro, bilanciati dagli accantonamenti del periodo.

Indebitamento e mezzi propri

L'andamento del risultato economico del periodo comporta una diminuzione del patrimonio netto di 4,8 milioni di euro.

La posizione finanziaria netta migliora rispetto a dicembre 2007 di 10,9 milioni di euro in conseguenza principalmente del rimborso del Credito IVA.

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA*Dati in Euro / .000*

	30/09/2008	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	-59.929	-36.739	-23.189
Debiti verso altri finanziatori	-804	-15.068	14.264
DEBITI FINANZIARI A BREVE TERMINE	-60.733	-51.807	-8.926
Crediti finanziari a lungo	3.514	0	3.514
CREDITI FINANZIARI A M/L TERMINE	3.514	0	3.514
Titoli	3.570	4.043	-473
Disponibilità liquide	33.295	36.180	-2.885
Crediti finanziari a breve	1.172	0	1.172
TITOLI E DISPONIBILITA' LIQUIDE	38.037	40.223	-2.186
Posizione finanziaria netta	-119.577	-130.518	10.941

Securitization

Granarolo ha sottoscritto con Société Générale nel mese di dicembre 2003 un accordo quadro per la cessione periodica di crediti commerciali.

Secondo quanto definito nell'accordo quadro, Granarolo può cedere pro-soluto con frequenza quindicinale i crediti commerciali in bonis via via generati che rispondono ai requisiti richiesti. Granarolo agisce poi in qualità di Servicer, gestendo direttamente l'incasso dei crediti ceduti.

La cessione, liquidata al valore nominale, comporta la costituzione dei due depositi costituiti a garanzia del programma, che variano in funzione dell'ammontare del portafoglio ceduto complessivo, della qualità dei crediti ceduti e dei tempi di incasso. I depositi sono contabilizzati tra i crediti dell'attivo circolante alla voce crediti verso altri.

Il programma comporta, oltre ai costi iniziali di strutturazione, il pagamento degli oneri finanziari sostenuti dal veicolo per l'emissione dei titoli, che genera la liquidità da utilizzarsi per l'acquisto dei crediti commerciali.

L'ammontare degli oneri generati nell'esercizio, contabilizzati tra gli altri oneri finanziari, è aumentato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente a causa dell'incremento dei tassi di interesse.

Per l'attività di Servicer Granarolo riceve un compenso contabilizzato tra gli altri ricavi e proventi.

Riportiamo di seguito i principali valori patrimoniali ed economici generati dall'operazione.

SECURITIZATION

Dati in Euro /.000

	30/09/2008	30/09/2007	var.
Crediti ceduti	566.908	587.446	-20.538
Crediti ceduti non ancora incassati	145.780	176.007	-30.227
Crediti verso altri - Depositi	78.292	88.468	-10.176
Debiti verso altri - Incassi per conto	33.600	35.446	-1.846
Altri ricavi - ricavi delle prestazioni di servizi	750	614	136
Oneri finanziari	4.458	3.715	743

6. PROSPETTI CONTABILI DELLA CAPOGRUPPO GRANAROLO SpA**CONTO ECONOMICO Granarolo SpA***Dati in Euro / .000*

	Progressivo al 30 settembre		
	2008	2007	var. %
Ricavi netti prodotti	729.331	679.274	7,4
Costi promozionali	-19.633	-20.323	-3,4
Ricavi netti prodotti (al netto di costi promoz.)	709.697	658.951	7,7
Altri ricavi (+ / -) var. magazzino	-164	-894	-81,6
Totale ricavi	709.533	658.057	7,8
Costi diretti di vendita	-129.328	-115.340	12,1
Ricavi netti dei costi diretti di vendita	580.205	542.717	6,9
Costi diretti di produzione	-443.103	-421.800	5,1
Margine di contribuzione	137.103	120.918	13,4
Pubblicità	-24.227	-21.835	11,0
Costi commerciali indiretti	-21.215	-19.289	10,0
Costo del lavoro indiretto	-24.587	-24.384	0,8
Altri costi di struttura	-21.517	-20.124	6,9
Altri proventi ed oneri	1.672	2.477	-32,5
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	47.229	37.763	25,1
Ammortamento imm. immateriali	-3.258	-6.772	-51,9
Ammortamenti imm. materiali	-13.658	-14.776	-7,6
Accantonamenti e svalutazioni	-1.847	-1.276	44,8
Risultato Operativo (EBIT)	28.465	14.940	90,5
Proventi / (oneri) finanziari	-12.757	-10.960	16,4
Proventi / (oneri) straordinari	-8.737	-4.945	76,7
Ammortamenti marchi	-4.916	-4.004	22,8
Ammortamento avviamento	-2.817	-2.957	-4,7
Risultato ante imposte	-762	-7.927	-90,4
Imposte sul reddito	-4.412	-6.680	-
Utile / Perdita	-5.174	-14.607	-

Dati in percentuale su Ricavi netti prodotti

	Progressivo al 30 settembre	
	2008	2007
Margine di contribuzione	19,3%	18,4%
Margine Operativo Lordo (EBITDA)	6,7%	5,7%
Risultato Operativo (EBIT)	4,0%	2,3%
Risultato ante imposte	-0,1%	-1,2%
Utile / Perdita	-0,7%	-2,2%

STATO PATRIMONIALE Granarolo SpA

Dati in Euro /.000

	30/09/2008	31/12/2007	var.
Marchi	92.537	49.630	42.907
Avviamento	38.086	43.211	-5.125
Immobilizzazioni immateriali	13.142	17.060	-3.919
Immobilizzazioni materiali	102.474	106.649	-4.174
Partecipazioni	3.647	5.144	-1.497
Partecipazioni in controllate	34.343	34.343	
Altre immobilizzazioni	31.813	75.890	-44.077
Immobilizzazioni	316.041	331.927	-15.886
Rimanenze di magazzino	31.454	33.560	-2.106
Crediti verso parti correlate	11.802	13.960	-2.158
Crediti commerciali	79.038	60.692	18.346
Altri crediti	145.633	175.918	-30.284
Partecipazioni	0	17.892	-17.892
Debiti verso parti correlate	-49.209	-49.790	581
Debiti commerciali	-205.845	-222.949	17.104
Debito fiscale	-3.158	-3.017	-141
Altri debiti	-67.452	-73.142	5.690
Capitale circolante netto	-57.737	-46.876	-10.861
Fondo TFR	-17.313	-21.313	4.000
Fondi per rischi ed oneri	-19.247	-26.744	7.497
Totale fondi	-36.559	-48.056	11.497
Capitale investito netto	221.745	236.995	-15.250
Capitale sociale versato	157.939	157.939	0
Riserve e risultati a nuovo	-47.300	-12.993	-34.308
Utile (perdita) del periodo	-5.174	-34.308	29.134
Patrimonio di terzi			0
Patrimonio netto	105.464	110.638	-5.174
Indebitamento finanziario a M/L termine	92.750	114.286	-21.536
Debiti finanziari a breve	58.945	50.283	8.663
Crediti finanziari a breve	-1.172	0	-1.172
Disponibilità e altri titoli	-34.243	-38.213	3.970
Indebitamento finanziario a breve termine	23.530	12.070	11.460
Posizione finanziaria netta	116.281	126.356	-10.076
Mezzi Propri e Indebitamento	221.745	236.995	-15.250



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