

**EMPOWER  
YOUR KNOWLEDGE**

MILANO | ITALY

## **Il settore lattiero caseario e il contributo di Parmalat al Paese**

**Maurizio Dallocchio, Matteo Vizzaccaro, Giulia Negri,  
Ilaria Cavalleri, Chiara Pirrone, Arianna Pisciella**

# AGENDA

1. INQUADRAMENTO
2. IL SETTORE LATTIERO CASEARIO
3. LA STRATEGIA DI PARMALAT
4. L'IMPATTO DI PARMALAT
5. CONCLUSIONI

---



## 1. Inquadramento

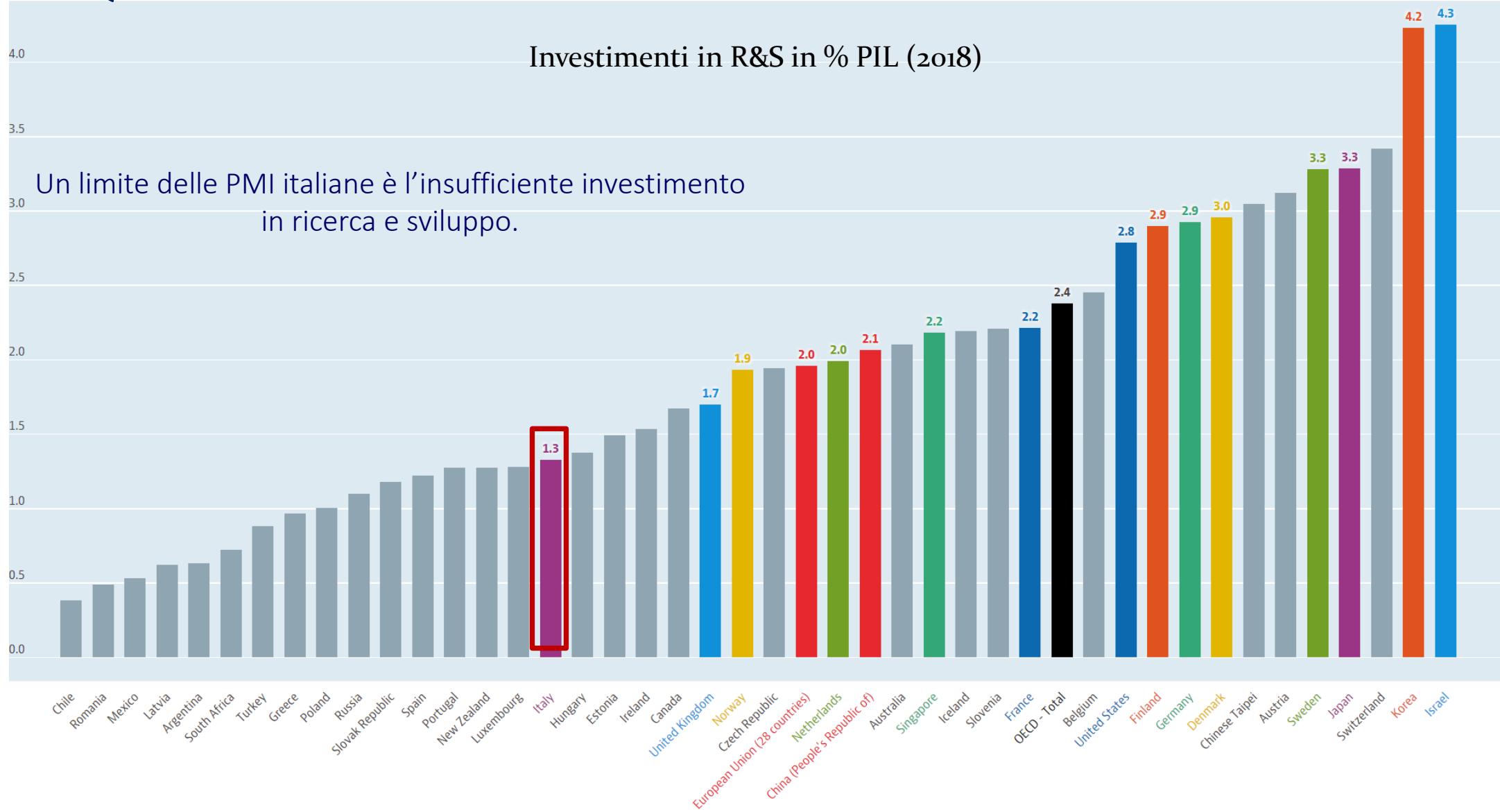
# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO

**PMI**  
**3.813.805 NEL**  
**2010**  
**(-133.840 AL**  
**2018);**  
**Grandi**  
**imprese 3.162**  
**(-100 fra 2010**  
**e 2018)**

	Imprese			Occupazione			Valore aggiunto (Mln eur)		
	Italia		EU-28	Italia		EU-28	Italia		EU-28
	Numero	%	%	Numero	%	%	Numero	%	%
Micro	3.497.783	94,97%	92,98%	6.484.518	45,58%	29,86%	188.493	28,16%	20,90%
Piccole	163.482	4,44%	5,88%	2.903.092	20,41%	20,08%	144.493	21,59%	17,92%
Medie	18.700	0,51%	0,95%	1.808.046	12,71%	16,82%	118.462	17,70%	18,55%
<b>Tot.</b>	<b>3.679.965</b>	<b>99,91%</b>	<b>99,81%</b>	<b>11.195.656</b>	<b>78,70%</b>	<b>66,76%</b>	<b>451.448</b>	<b>67,45%</b>	<b>57,36%</b>
Tot. Comprese Grandi	3.683.127	100,00%	100,00%	14.225.278	100,00%	100,00%	669.323	100,00%	100,00%

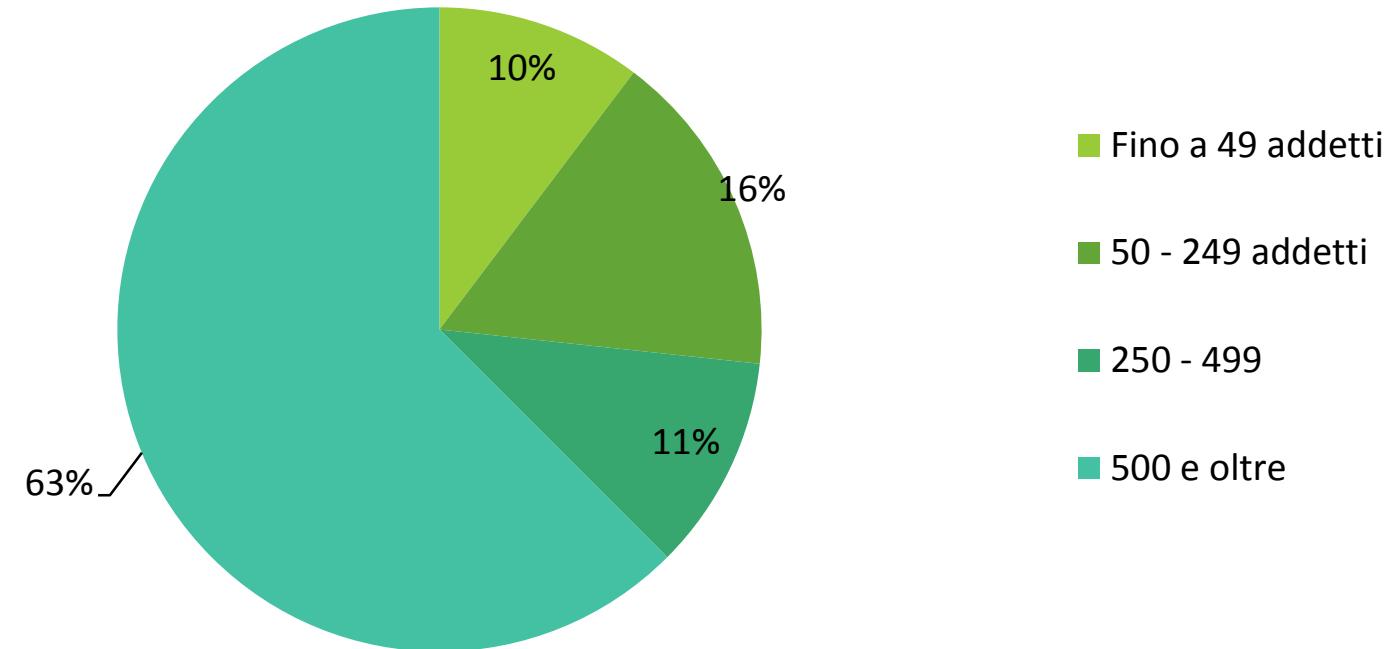
Fonte: Elaborazione su dati Commissione Europea (2018)

# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO



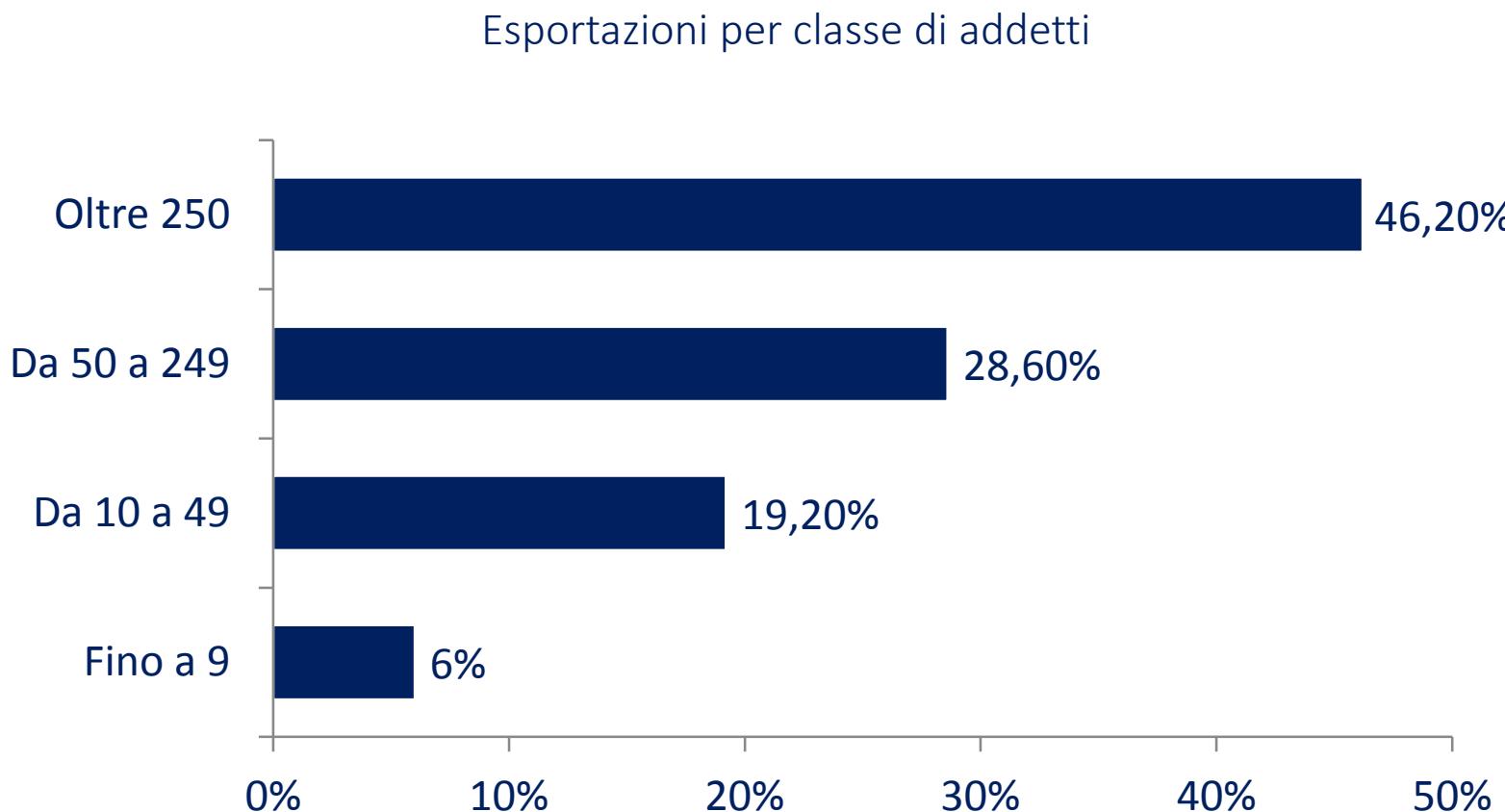
# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO

Spesa in R&S (%) delle imprese italiane per classi di addetti

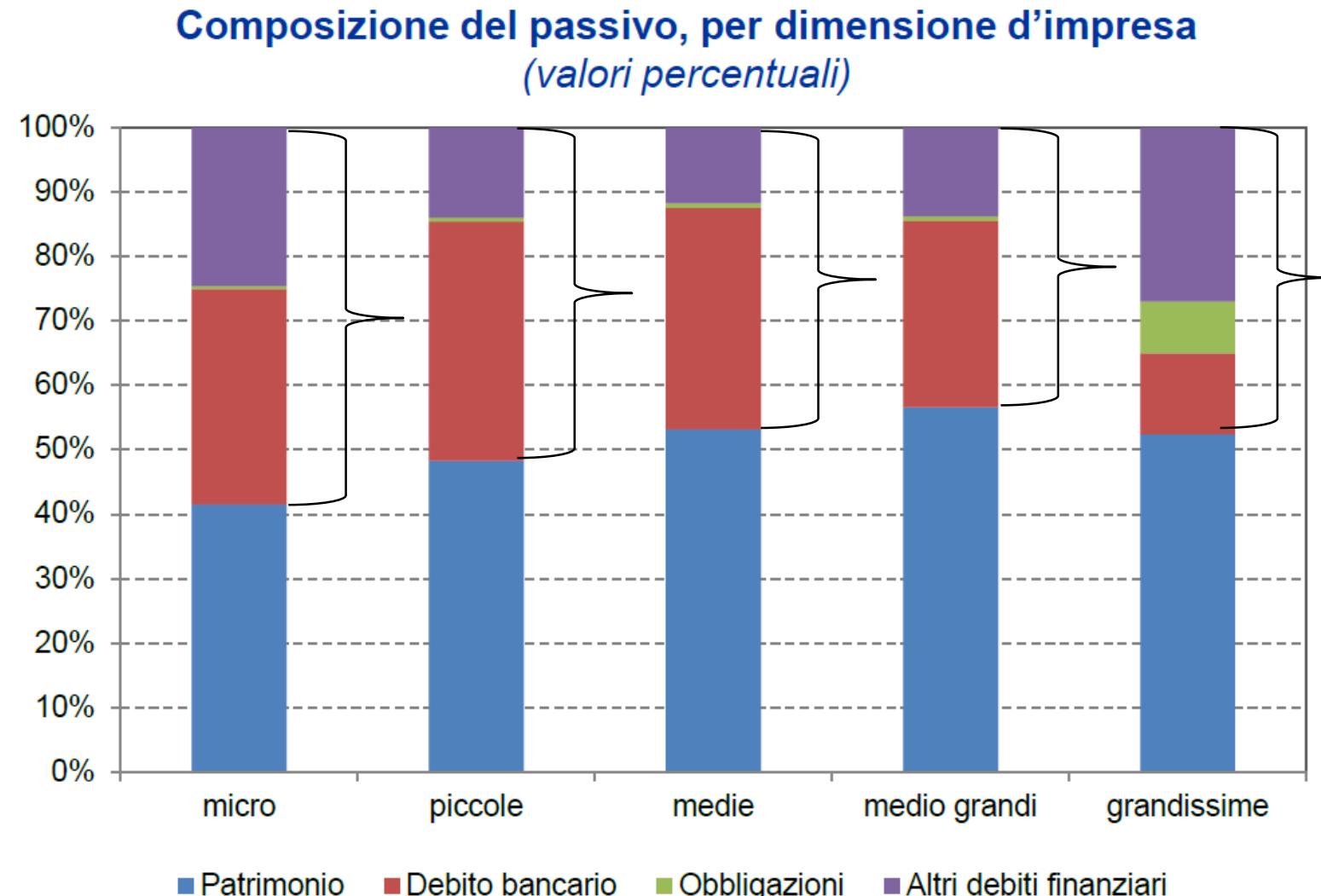


Anche in questo caso uno dei maggiori fattori di influenza è la ridotta dimensione delle imprese.

# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO

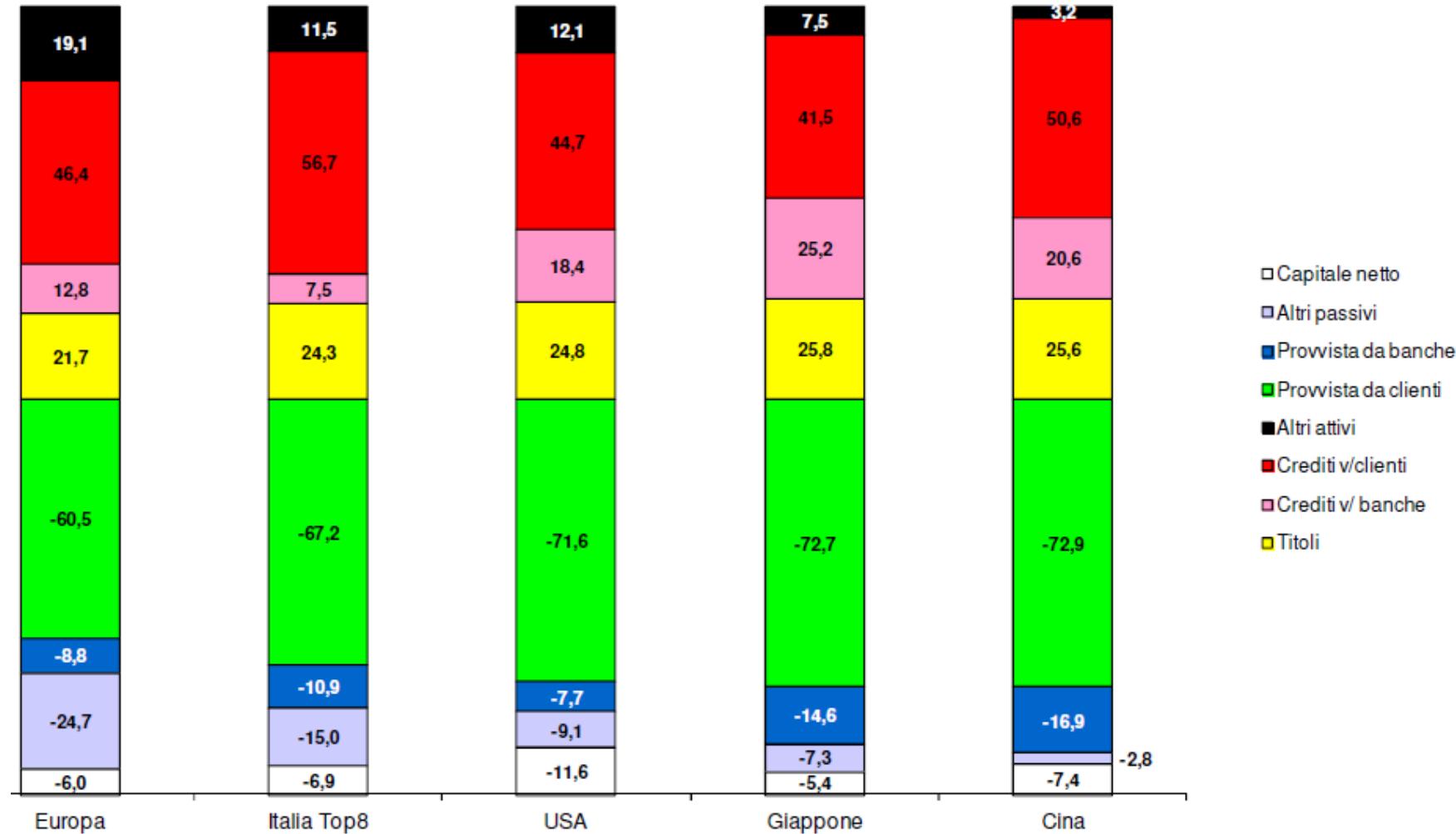


# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO



# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO

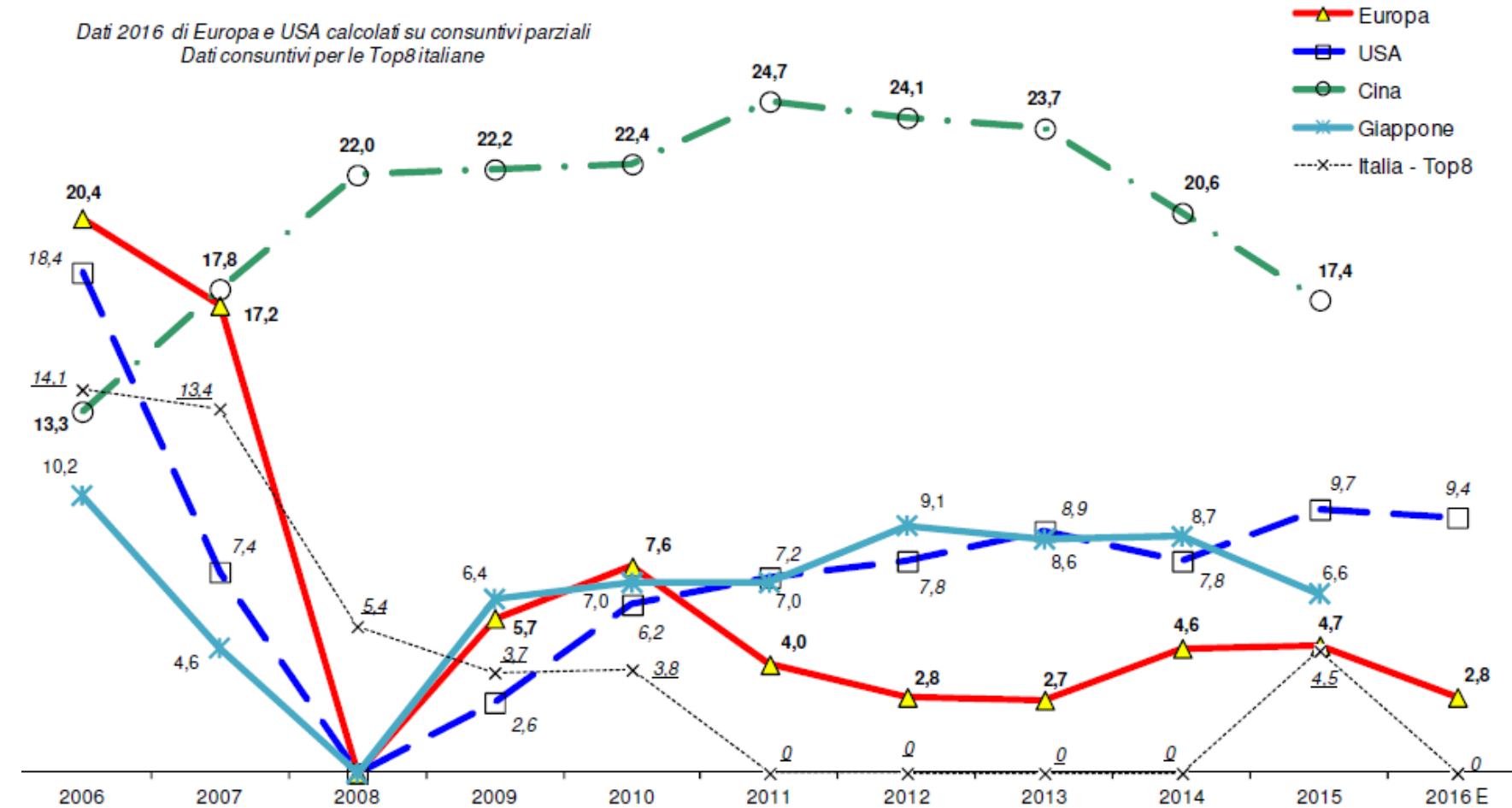
Maggiori banche internazionali: struttura dello stato patrimoniale 2015  
(impieghi % positive; risorse % negative)



Fonte: Mediobanca – Dati cumulativi delle principali banche internazionali (2017).

## INQUADRAMENTO MACROECONOMICO

Maggiori banche internazionali: ROE %



# INQUADRAMENTO MACROECONOMICO



**La dimensione aziendale (contenuta) e la polverizzazione produttiva appaiono come elementi ostativi allo sviluppo. Il contributo all'economia sarebbe molto maggiore se le imprese oggi piccole attivassero un percorso di crescita.**

Due soluzioni:

1. **Diversificazione delle fonti di finanziamento: da finanza Bank-Based a finanza Market-Based, per alleggerire i bilanci delle banche e offrire nuove fonti per finanziare lo sviluppo delle imprese**
2. **Crescere:  
tra le varie strategie di crescita, sfruttare l'effetto «traino» delle grandi imprese presenti in ciascun settore.**



## 2. Inquadramento settoriale

# INQUADRAMENTO SETTORIALE – quadro generale

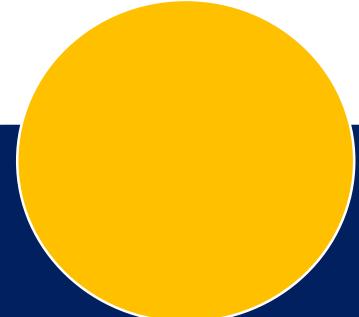
Settore lattiero caseario:

- Caratteristiche strutturali delle imprese e del territorio non facilitano lo sviluppo del settore: i 2/3 delle imprese del settore italiano lattiero-caseario è collocato nelle due classi dimensionali più piccole. Forte discrepanza dimensionale esiste fra parte alta (produttori) e parte bassa (trasformatori) della filiera.
- L'abolizione del sistema delle quote latte (2015) ha causato un incremento di offerta a livello globale ed europeo. Per il prossimo decennio tale incremento è stimato fra l'11% e il 13% (ACGM), con conseguenti effetti (al ribasso) sul prezzo della materia prima proveniente dall'estero.

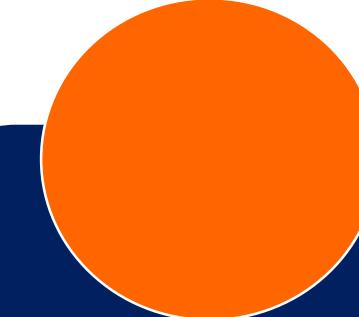


# INQUADRAMENTO SETTORIALE – Italia

## EFFETTO DIMENSIONE: POLVERIZZAZIONE



Squilibrio domanda e offerta: 1:20  
in termini di numerosità  
(1.500 acquirenti si rivolgono a 30.000 offerenti latte)



Il mercato italiano è caratterizzato da una forte oscillazione del prezzo del latte (in Lombardia, il costo netto di produzione del latte oscilla tra 30 e 60 €/100kg; media: 43 €/100kg)

*«I costi di produzione aziendali, variano prevalentemente in funzione della dimensione aziendale, diminuendo all'aumentare della produzione annua e del numero dei capi» (AGCM).*

# INQUADRAMENTO SETTORIALE – Italia

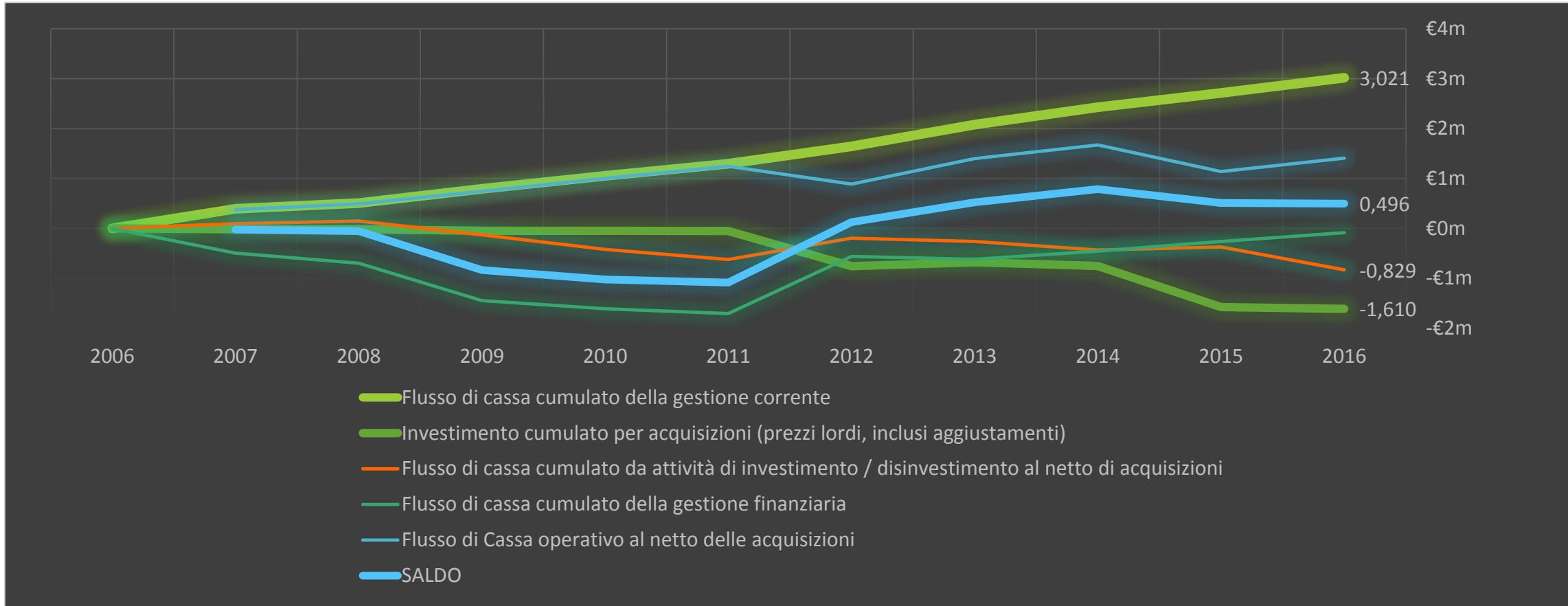
- ✓ *La dimensione è un fattore cruciale per lo sviluppo dei settori in generale e di quello lattiero-caseario in particolare.*
- ✓ *La presenza di operatori con massa critica rilevante e maggiore produttività è fondamentale per creare valore «indotto» nel resto della filiera: la crescita di questi operatori comporta la crescita delle imprese ad essi «collegate», con un effetto traino fondamentale per la creazione di valore per il Sistema Italia.*
- ✓ *La stima dell'impatto economico e sociale di Parmalat è stata svolta in tale prospettiva, nella piena consapevolezza che lo sviluppo del settore risiede nella complementarietà delle parti che lo compongono.*

Tema della crescita riconosciuto anche a livello comunitario: per favorire l'aggregazione degli operatori sono previste organizzazioni di produttori (OP) con obiettivo di concentrazione dell'offerta. In particolare, nei confronti delle organizzazioni di produttori che aggregano una percentuale dell'offerta di ciascun Paese non superiore al 33%: deroga dall'applicazione delle norme sulle intese restrittive della concorrenza.



3. La strategia di Parmalat  
Investimenti

## FLUSSI DI CASSA



\* La somma di investimenti per acquisizioni (linea verde grassetto) e investimenti al netto acquisizioni (linea rossa) rappresenta il totale dei flussi relativi all'area investimenti

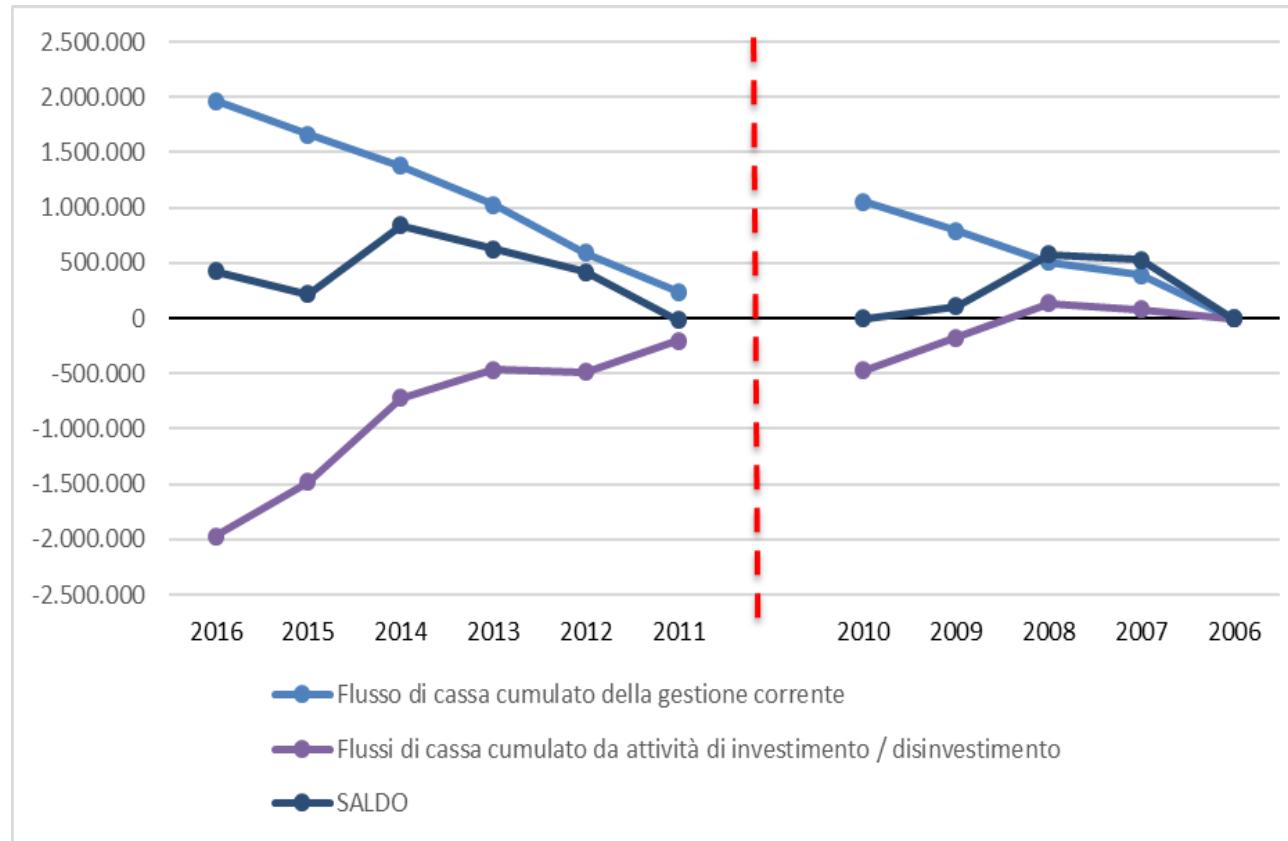
€ 496 m

il saldo cumulato al 2016



Buon equilibrio fra le varie gestioni, con cassa operativa capace di sostenere in modo consistente la redditività dell'azienda

# FLUSSI DI CASSA



*Andamento flussi di cassa operativi:*

- CAGR +4,8% (2011-2016); valore medio € 328 M
- CAGR -13% (2006-2010); valore medio di € 263 M

*Andamento flussi di investimento:*

- assorbimento di cassa medio: € 328 M (2011-2016)
- assorbimento di cassa medio: € 117,5 M (2006-2010)

*Saldo totale di cassa:*

- € 70 M (media 2011-2016)
- € 950K (media 2006-2010) con elevata volatilità.

*Lactalis ha dato impulso alla crescita, incrementando la cassa operativa generata e alimentando gli investimenti, con una strategia industriale votata alla creazione di valore, cercando di ottimizzare il rendimento delle attività.*





**Internazionalizzazione**

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

Fatturato generato all'estero da parte di Gruppo Parmalat

85,9%  
2016



PRESENZA ALL'ESTERO – Bilancio consolidato	2016
Numero paesi con presenza produttiva diretta	23
Numero paesi con presenza tramite licenza	7
Numero siti produttivi	92
Numero partecipate totale	77
Numero partecipate estere	61



## Rapporto con il mercato dei capitali

# RAPPORTO CON IL MERCATO DEI CAPITALI

## *sostenibilità finanziaria*



Stima sintetica del miglior rapporto di indebitamento: quello che minimizza il Costo Medio Ponderato del Capitale (WACC)



Interest Coverage Ratio	D/E	Kd	Ke	WACC
8.50	0.08	2.45%	6.52%	6.12%
6.50	0.09	2.65%	6.54%	6.08%
5.50	0.10	2.85%	6.56%	6.06%
4.25	0.13	2.95%	6.61%	6.00%
3.00	0.17	3.10%	6.69%	5.89%
2.50	0.19	3.45%	6.72%	5.88%
2.25	0.16	4.35%	6.67%	5.99%
2.00	0.17	4.85%	6.68%	6.01%
1.75	0.16	5.60%	6.67%	6.06%
1.50	0.17	6.35%	6.68%	6.09%
1.25	0.17	7.35%	6.69%	6.14%
0.80	0.24	8.35%	6.82%	6.15%
0.65	0.25	9.85%	6.83%	6.27%
0.20	0.65	12.35%	7.57%	6.57%

E una struttura del capitale capace di alimentare essa stessa la crescita...





**ESG**

# Performance ESG settoriali: posizionamento di Parmalat

Società	Sede	Settore	ESG Score	Rank
Danone SA	France	Dry, Condensed, and Evaporated Dairy Product Manufacturing	83	1
Dairy Crest Group PLC	United Kingdom	Fluid Milk Manufacturing	70	2
Muller Wiseman Dairies Ltd	United Kingdom	Fluid Milk Manufacturing	50	3
<b>Parmalat SpA</b>	<b>Italy</b>	<b>Fluid Milk Manufacturing</b>	<b>48</b>	<b>4</b>
Emmi AG	Switzerland	Fluid Milk Manufacturing	47	5
Glanbia PLC	Ireland; Republic of	Fluid Milk Manufacturing	43	6
Vimm-Bill'-Dann Produkty Pitaniya OAO	Russia	Dry, Condensed, and Evaporated Dairy Product Manufacturing	38	7

Environmental Performance	Policy Attive	Rating
<b>Totale</b>	<b>5</b>	
<i>Utilizzo di risorse</i>	4	C+
<i>Emissioni</i>	1	C-
<i>Innovation</i>	0	C

Social Performance	Policy attive	Rating
<b>Totale</b>	<b>20</b>	
<i>Forza lavoro</i>	7	D+
<i>Diritti umani</i>	2	B-
<i>Comunità</i>	6	B+
<i>Responsabilità di prodotto</i>	5	B

Governance Performance	Policy attive	Rating
<b>Totale</b>	<b>32</b>	
<i>Management</i>	21	A-
<i>Shareholders</i>	11	A-
<i>CSR Strategy</i>	0	D

# L'impatto di Parmalat

# CONTRIBUTO AL PIL

CONTRIBUTO PIL A FATTURATO	2016	2015
CONTRIBUTO AL PIL DIRETTO DI PARMALAT (FATTURATO)	0,057%	0,060%
CONTRIBUTO AL PIL INDIRETTO DI PARMALAT (FATTURATO)	0,034%	0,035%
CONTRIBUTO AL PIL INDOTTO DI PARMALAT (FATTURATO)	0,006%	0,006%
CONTRIBUTO AL PIL TOTALE A FATTURATO	0,098%	0,101%

L'analisi si è articolata lungo tre dimensioni di contribuzione:

- Contributo al PIL Diretto;
- Contributo al PIL Indiretto;
- Contributo al PIL Indotto.

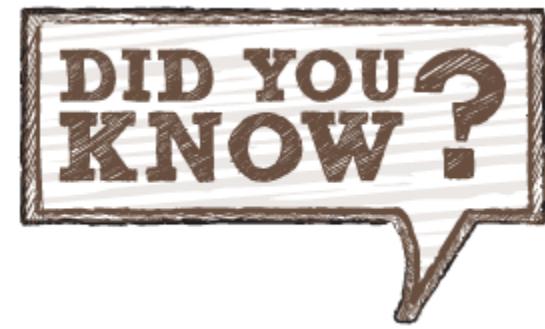
- Il **contributo diretto** mira a calcolare l'apporto di valore *direttamente* riferibile all'azienda per il fatto che questa produce e vende in uno specifico territorio.
- Il **contributo indiretto** calcola il valore aggiunto o il fatturato generato dai fornitori di Parmalat grazie al proprio rapporto di fornitura attivo con l'azienda.
- Il **contributo indotto**, infine, calcola l'apporto di valore generato dai consumi dei dipendenti di Parmalat, dei fornitori di Parmalat e dei dipendenti dei fornitori di Parmalat grazie al rapporto attivo con l'azienda.

## CONTRIBUTO AL PIL

Circa **1 miliardo e 638 milioni di euro** di risorse monetarie apportate all'economia italiana.

## CONTRIBUTO AL PIL

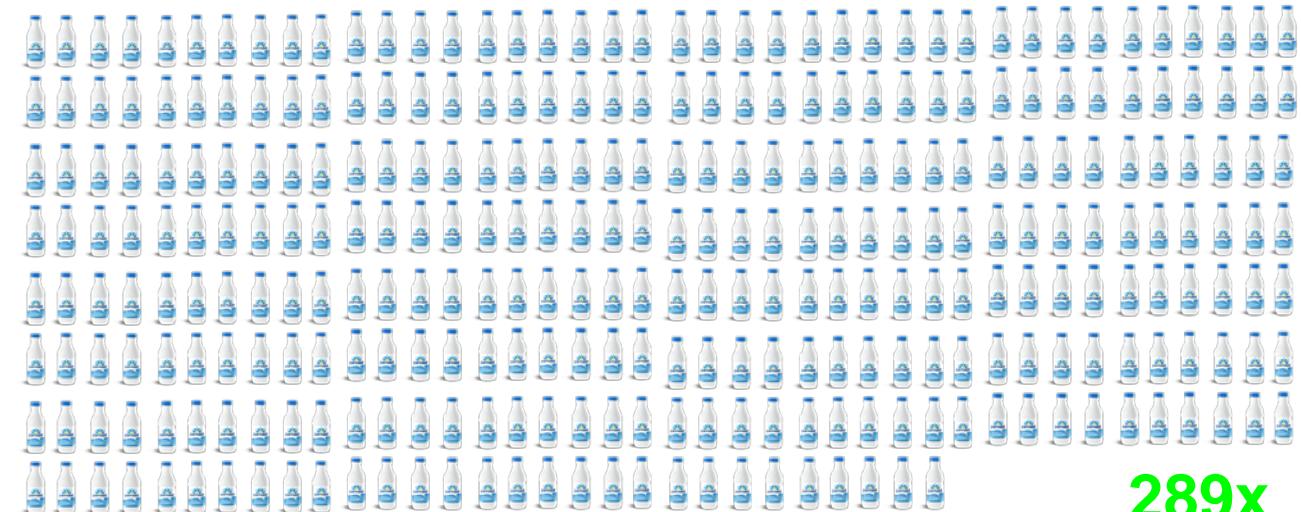
1 miliardo e 638 milioni di euro equivale a ...?



- 👉 Più dell'intero fatturato prodotto nel Comune di **Collecchio** (1 miliardo e 429 milioni)\*

Quante Parmalat ci vogliono per fare...?

- 👉 L'intero fatturato generato dal comune di **Milano**



per un totale di 473 miliardi

**IN REALTA' GENERATO DA 33.039 IMPRESE**

- 👉 Il 19% del valore generato dal settore

# CONTRIBUTO AL PIL – diretto (in base alla percentuale di fatturato regionale)

PIL a Valore aggiunto



PIL a prezzi correnti



■ Regioni in cui l'incidenza di PIL Diretto è maggiore rispetto all'incidenza di PIL nazionale

## CONTRIBUTO AL PIL – indiretto (in base alla percentuale di fornitori presenti in una specifica Regione)

PIL a Valore aggiunto



PIL a prezzi correnti



■ Regioni in cui l'incidenza di PIL Indiretto è maggiore rispetto all'incidenza di PIL nazionale



# CONTRIBUTO AL PIL – indotto (in base al consumo dei dipendenti di Parmalat e dei consumi dei fornitori e dei dipendenti dei fornitori di Parmalat)

PIL a Valore aggiunto



■ Regioni in cui l'incidenza di PIL Indotto è maggiore rispetto all'incidenza di PIL nazionale

PIL a prezzi correnti



\* In verde sono rappresentate le regioni dove il contributo di Parmalat è maggiore rispetto al contributo nazionale sul PIL totale

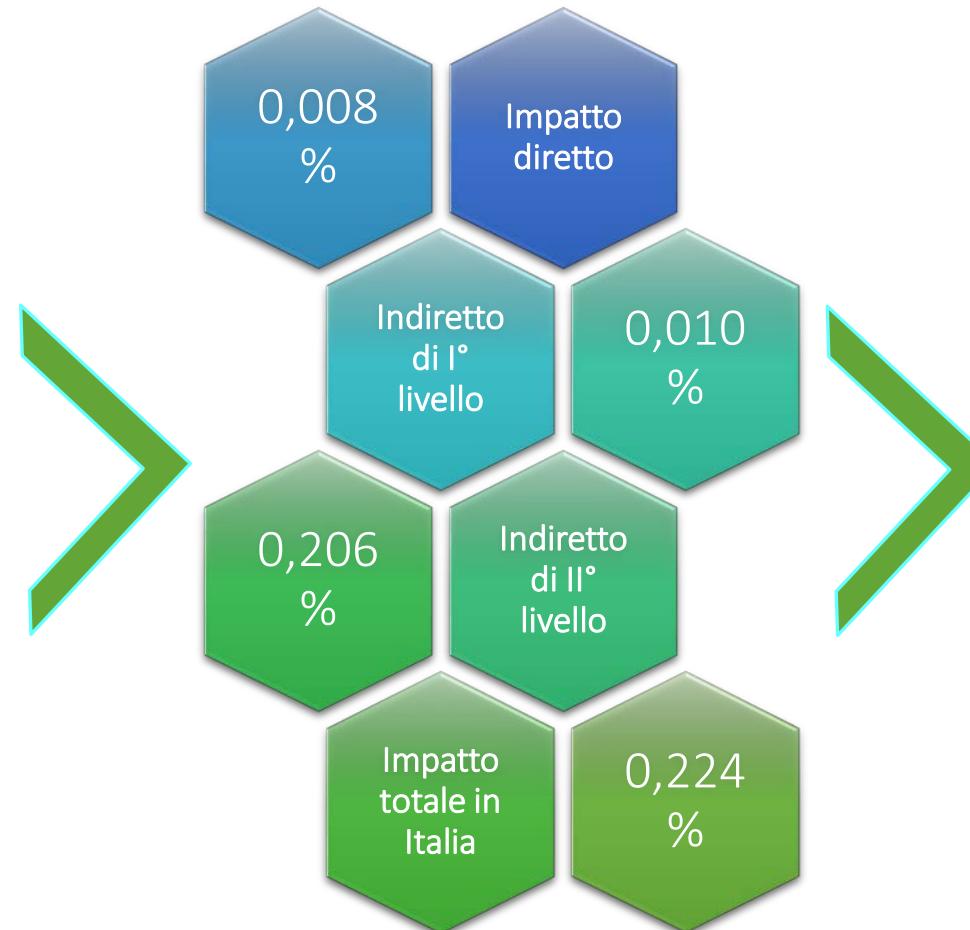
Un indotto importante che consente a molti soggetti di attivare «consumi» grazie alle risorse erogate da Parmalat...



**Contributo occupazionale**

# CONTRIBUTO OCCUPAZIONALE

- Impatto diretto: numero di occupati diretti di Parmalat
- Contributo Indiretto di I° livello: numero di occupati riconducibili ai principali fornitori di Parmalat
- Contributo Indiretto di II° livello: numero degli occupati riconducibili ai fornitori dei principali fornitori di Parmalat.

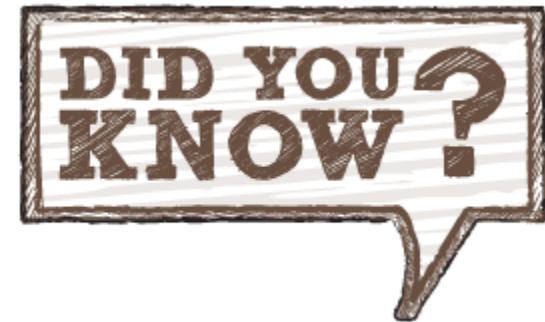


**133.560**  
**le persone**  
impattate  
lavorativamente dalla  
presenza di Parmalat sul  
mercato italiano

## CONTRIBUTO OCCUPAZIONALE

**133.560 persone\*, ovvero....**

- Più della popolazione della Val d'Aosta

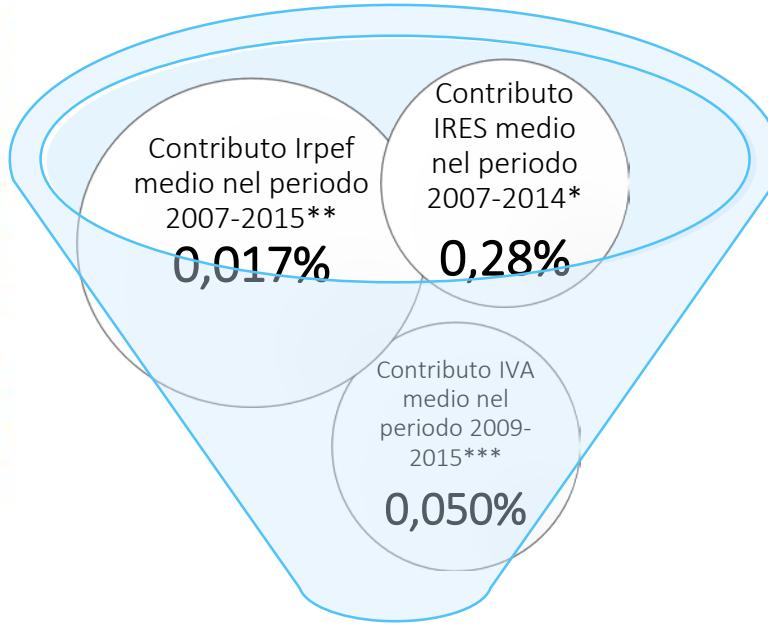


\* Elaborazione su dati Istat (2015): in media il nucleo familiare italiano medio è composto da 2,4 persone



TAX

**Contributo fiscale (IRES, IRPEF, IVA)**



\*Calcolato sul totale delle imposte sul reddito delle società di capitali italiane

\*\* calcolato su Irpef totale pagata in Italia

\*\*\* calcolato su IVA totale versata da società di capitali e enti commerciali

Una contribuzione significativa: il valore generato si riflette in benefici consistenti anche per lo Stato...



## 5. Conclusioni

So what?

Cosa determinerebbe la non-presenza di Parmalat?

- Meno lavoro per 55 mila famiglie
- Minori entrate per lo Stato (-21 % di imposizione societaria e -17% Irpef, a livello settoriale)
- Minore creazione di valore CONDIVISO per l'Italia per 1.638M euro.

L'effetto «traino» può rappresentare il 1° step della fase di crescita di aziende comunque piccole. Può creare il cuscinetto di risorse utili per:

- La ricerca di maggiore efficienza
- L'attivazione di una strategia di crescita maggiormente mirata
- Rivolgersi ai mercati stranieri