

CENTRALE DEL LATTE DI TORINO & C. S.p.A.

PRESENTAZIONE AGLI ANALISTI

Italian Stock Market Opportunities

Milano, 18 settembre 2013



SALADS & FRUITS



AGENDA

- 1. Il gruppo**
- 2. Il mercato**
- 3. Dati economico-finanziari**
- 4. Il titolo**

RELATORI

LUIGI LUZZATI

Presidente del CDA di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

RICCARDO POZZOLI

Vice Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

NICOLA CODISPOTI

Amministratore Delegato di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

VITTORIO VAUDAGNOTTI

Direttore finanziario di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

1. Il Gruppo



1. Il Gruppo

MISSION

1) *Produrre e commercializzare prodotti di alta qualità nei segmenti del:*

 *Latte fresco, a lunga durata (ESL) e a lunga conservazione (UHT)*

 *IV Gamma (insalata)*

 *Yogurt e probiotico*

 *Panna fresca, a lunga durata (ESL) e a lunga conservazione (UHT)*

2) *Sviluppare e rafforzare il proprio ruolo di polo interregionale collocato tra i grandi gruppi di riferimento ed il gran numero di operatori di piccole dimensioni*

1. Il Gruppo

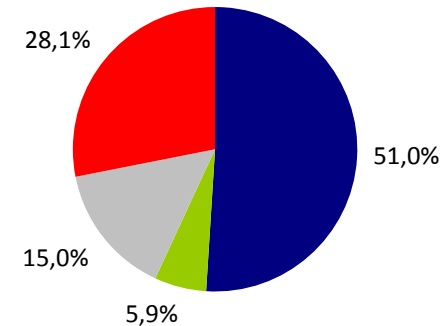
LA CAPOGRUPPO

- ✓ Dal 1950 la Centrale è il latte a Torino.
- ✓ Una **quotidiana storia di sviluppo** che ha visto crescere l'azienda in due direzioni:
 - da una parte arrivando a coprire in maniera capillare il mercato torinese del latte;
 - dall'altra ampliando le tradizionali aree geografiche di distribuzione.
- ✓ La cura rigorosa della produzione, la coerente diversificazione della gamma dei prodotti, una distribuzione attenta ed efficace sono gli strumenti con cui la Centrale si è guadagnata in questi anni la sua **posizione di leadership e di prestigio**, risultato di un patrimonio di fiducia e familiarità accumulato in tanti anni di "fresco" rapporto con Torino.



GLI AZIONISTI

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.



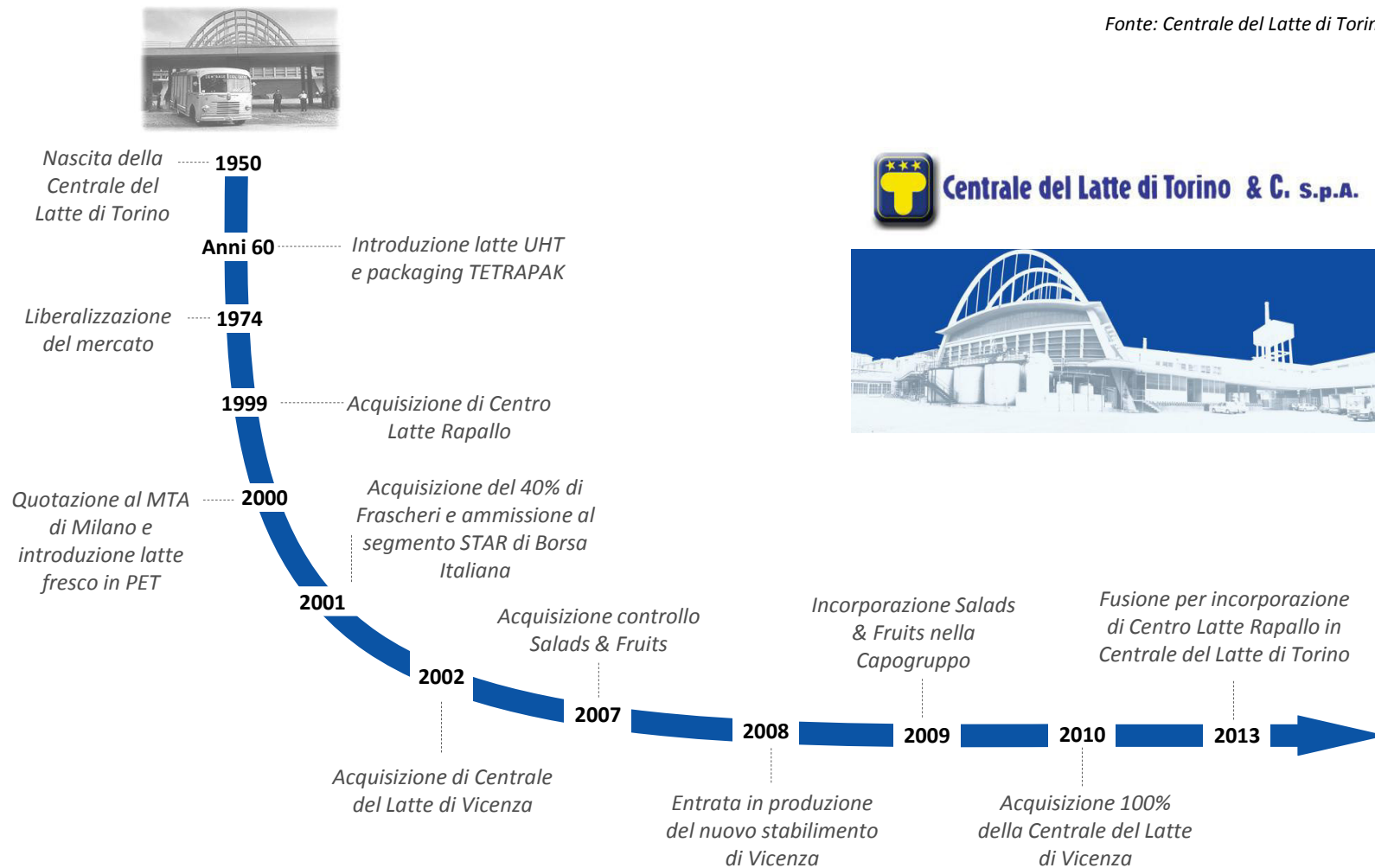
Numero azionisti al 31 luglio 2013: 2.244

- Finanziaria Centrale del Latte di Torino S.p.A.
- Lavia S.S.
- B & E Equities S.p.A.
- Flottante

1. Il Gruppo

LA STORIA

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

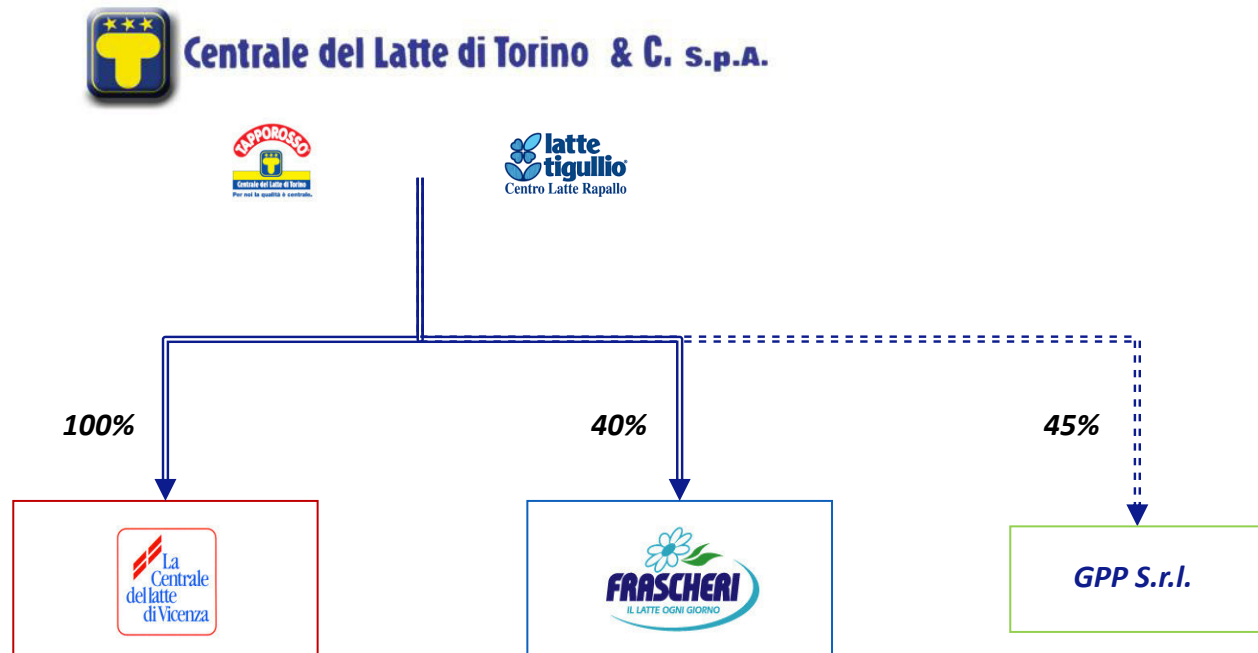


1. Il Gruppo



LA STRUTTURA

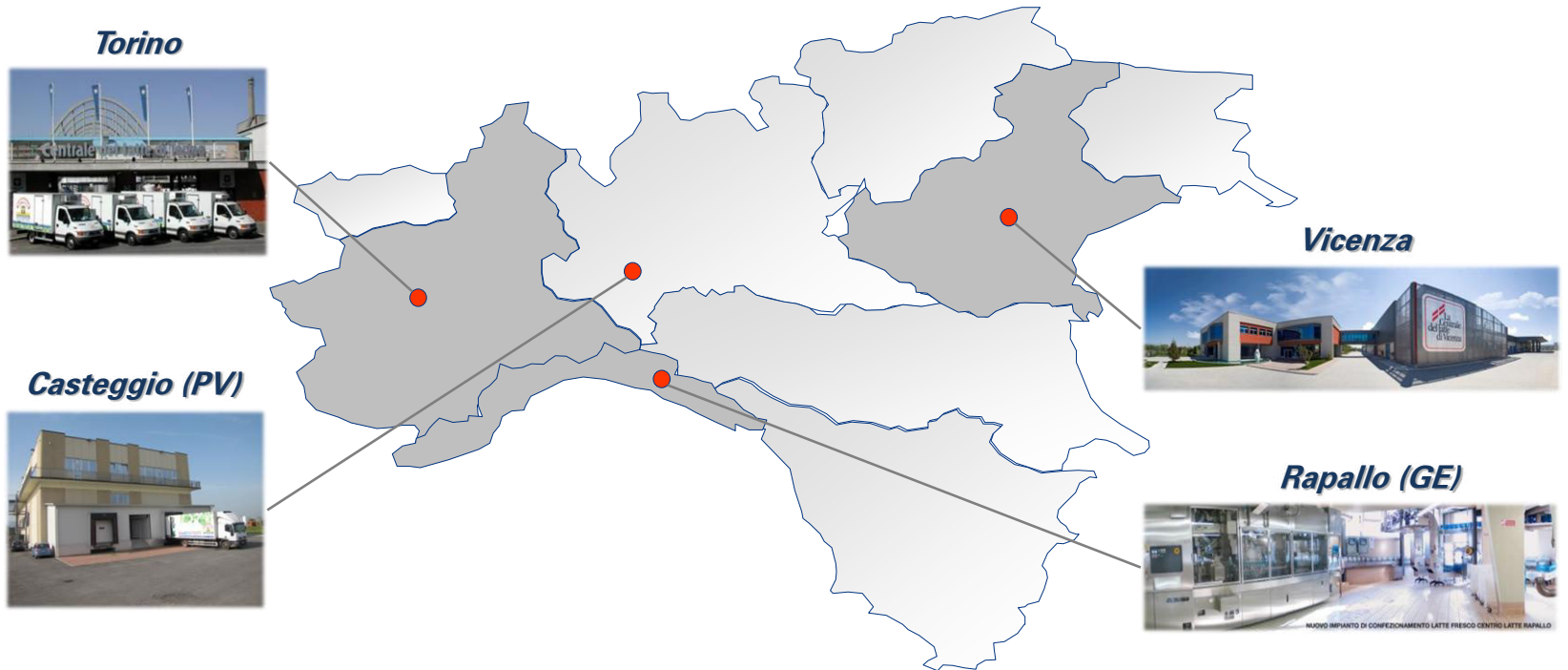
Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.



- ▶ La struttura rappresenta la situazione post fusione per incorporazione di Centro Latte Rapallo S.p.A. in Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.
- ▶ Dal 1° aprile 2013 l'attività produttiva e commerciale a Rapallo prosegue nell'ambito dell'unità operativa CLR - Latte Tigullio.
- ▶ Dal 1° gennaio 2013 la partecipazione nella Frasccheri S.p.A. è consolidata con il metodo del Patrimonio Netto.

1. Il Gruppo

UN POLO INTERREGIONALE



1. Il Gruppo

UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI

LATTE FRESCO, A LUNGA DURATA (ESL) E A LUNGA CONSERVAZIONE (UHT)

64% dei ricavi 1H13



YOGURT E DESSERT

9% dei ricavi 1H13¹



¹Il valore % fa riferimento solo agli Yogurt

1. Il Gruppo

ALTRI PRODOTTI

INSALATE IV GAMMA

5% dei ricavi 1H13



FORMAGGI ¹



PANNA

4% dei ricavi 1H13



PASTA FRESCA E PESTO ¹



UOVA ¹



SALUMI ¹



¹Totale altri prodotti: 19% dei ricavi 1h13

1. Il Gruppo

PRINCIPALI NOVITA' DEL GRUPPO

BEVANDA A BASE DI SOIA



- **Obiettivo:** presidiare mercati molto dinamici relativi a prodotti alternativi al latte.
- **Mercato:** di nicchia (7,7% a valore del totale latte UHT in Piemonte e Valle d'Aosta, Veneto e Liguria) ma in forte crescita (9,8% a volume; Fonte IRI: AT Feb '13).
- **Canali coinvolti:** GDO, Tradizionale e Concessionari.
- **Shelf life:** 12 mesi.
- **Lancio:** maggio 2013.
- **Caratteristiche del prodotto:** il prodotto incontra le esigenze di coloro che sono intolleranti al latte vaccino o che sono allergici alle proteine del latte, nonché di coloro che sono vegetariani/vegani attraverso un gusto che avvicina i consumatori al sapore del latte vaccino. Il prodotto beneficia delle conoscenze tecnologiche relative alle produzioni UHT di Centrale del Latte e si caratterizza per un mix di prodotto innovativo:
 1. Soia 100% Italiana – No OGM,
 2. calcio algale (20%, decisamente superiore vs. la media del mercato),
 3. Vitamine: B2 (per il sistema nervoso) – D2 (per il sistema immunitario) - B12 (per ridurre la stanchezza).



1. Il Gruppo

PRINCIPALI NOVITA' DEL GRUPPO

PANNA FRESCA E A LUNGA CONSERVAZIONE (UHT) E LATTE A LUNGA CONSERVAZIONE (UHT) IN FORMATI SPECIALI



- ▶ **Nuova linea** (FBR Elpo) per confezionamento sterile in buste.
- ▶ **Obiettivo:** rafforzare il nostro ruolo di player di riferimento nel canale pasticceria/gelaterie.
- ▶ **Lancio:** giugno 2013.
- ▶ **Canali coinvolti:** professionale.
- ▶ **Formati:** 5/10 litri-kg.
- ▶ **Caratteristiche distinte:** packaging innovativo (busta stand-up in poliaccoppiato alluminato), facile da trasportare e versare, consente un utilizzo completo del prodotto.

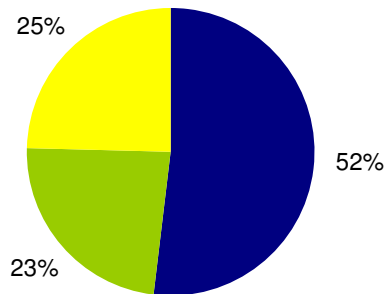


1. Il Gruppo

RICAVI 1H2013 (€ 48,7 mn) SCOMPOSTI PER:

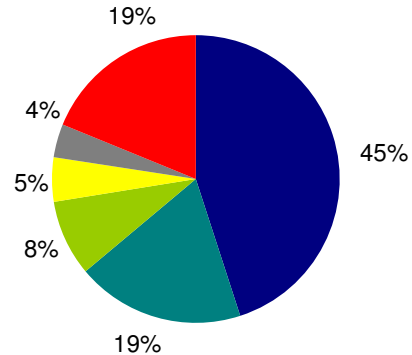
Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Area geografica



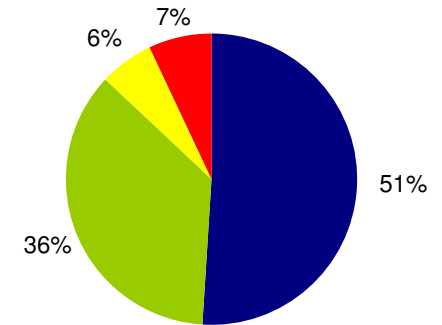
- Piemonte (€ 25,3 mn)
- Liguria (€ 11,4 mn)
- Veneto (€ 12 mn)

Prodotto



- Latte fresco (€ 21,9 mn)
- Latte UHT (€ 9,2 mn)
- Yogurt (€ 4,2 mn)
- Prodotti di IV gamma (€ 2,4 mn)
- Latte e panna sfusi (€ 1,8 mn)
- Altri prodotti confezionati (€ 9,2 mn)

Canale distributivo



- GDO (€ 24,9 mn) ⁽¹⁾
- Tradizionale (€ 17,5 mn) ⁽²⁾
- Marche private (€ 2,9mn)
- Altri (€ 3,4 mn)

⁽¹⁾ Circa 1.550 punti vendita serviti giornalmente

⁽²⁾ Circa 7.000 punti vendita serviti giornalmente

2. Il Mercato



2. Il mercato

DINAMICHE DEL PREZZO DEL LATTE SPOT

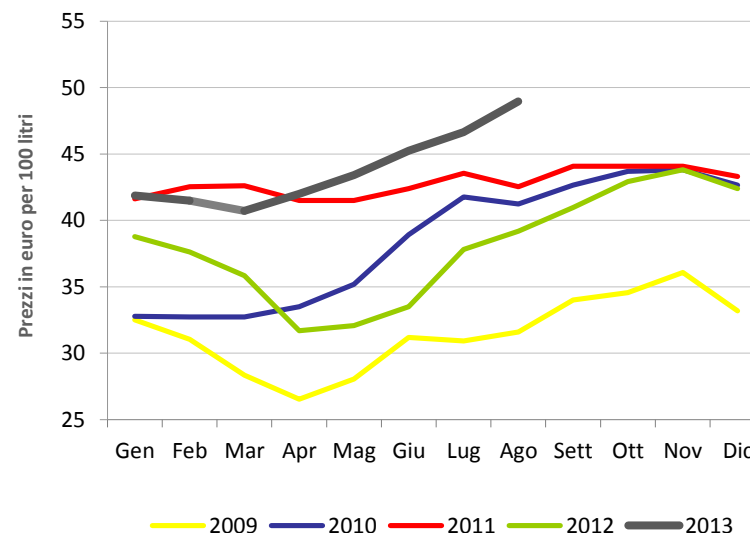
Fonte: Elaborazione dati CLAL su dati CCIAA di Lodi (www.clal.it)



Prezzi medi mensili del latte spot ¹
(2009 – settembre 2013)

Mese di rilevamento	Prezzi in euro per 100 litri				
	2009 media	2010 media	2011 media	2012 media	2013 media
Gennaio	32,51	32,78	41,63	38,79	41,88
Febbraio	31,04	32,73	42,53	37,63	41,50
Marzo	28,36	32,73	42,61	35,83	40,72
Aprile	26,55	33,51	41,50	31,70	42,01
Maggio	28,06	35,18	41,50	32,09	43,43
Giugno	31,19	38,92	42,40	33,51	45,24
Luglio	30,93	41,76	43,56	37,81	46,65
Agosto	31,61	41,24	42,53	39,18	48,97
Settembre	34,02	42,66	44,08	40,98	
Ottobre	34,56	43,69	44,08	42,92	
Novembre	36,09	43,82	44,08	43,82	
Dicembre	33,20	42,66	43,30	42,40	
media annua	31,51	38,47	42,82	38,06	43,80

Andamento dei prezzi mensili del latte spot ¹
(2009 – settembre 2013)



¹ Latte spot sfuso in cisterna, franco arrivo. Prezzi determinati dalla Commissione che fa riferimento alla Camera di Commercio di Lodi. Media tra prezzo mensile minimo e massimo del latte spot.

2. Il mercato

DINAMICHE DEL PREZZO DEL LATTE CRUDO ALLA STALLA

Fonte: Elaborazione CLAL (www.clal.it)

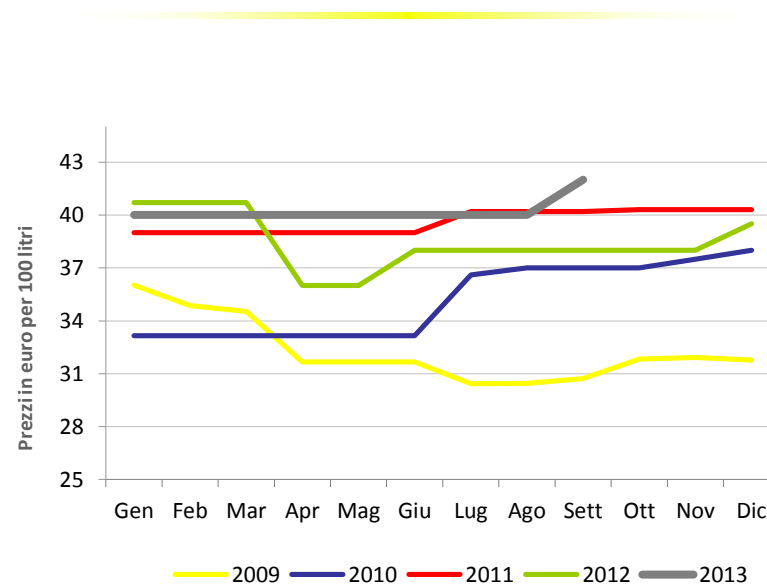


Prezzi mensili del latte crudo alla stalla¹ (2009 - settembre 2013)

Prezzi in euro per 100 litri

Mese di riferimento	2009	2010	2011	2012	2013
Gennaio	36,02	33,16	39,00	40,70 (e)	40,00 (e)
Febbraio	34,87	33,16	39,00	40,70 (e)	40,00 (e)
Marzo	34,54	33,16	39,00	40,70 (e)	40,00 (e)
Aprile	31,66	33,16	39,00	36,00 (e)	40,00 (e)
Maggio	31,66	33,16	39,00	36,00 (e)	40,00 (e)
Giugno	31,66	33,16	39,00	38,00 (e)	40,00 (e)
Luglio	30,43	36,60	40,20	38,00 (e)	40,00 (e)
Agosto	30,45	37,00	40,20	38,00 (e)	40,00 (e)
Settembre	30,73	37,00	40,20	38,00 (e)	42,00 (e)
Ottobre	31,83	37,00	40,30	38,00 (e)	
Novembre	31,93	37,50	40,30	38,00 (e)	
Dicembre	31,78	38,00	40,30	39,50 (e)	
Media annua	32,30	35,17	39,63	38,47	40,22

Andamento del prezzo medio mensile del latte crudo alla stalla¹ (2009 – settembre 2013)



¹ Andamento dei prezzi stipulati nella regione Lombardia. Data la consistenza dei volumi di latte prodotti, i prezzi fissati nella regione Lombardia vengono considerati come punto di riferimento per la contrattazione in altre località.

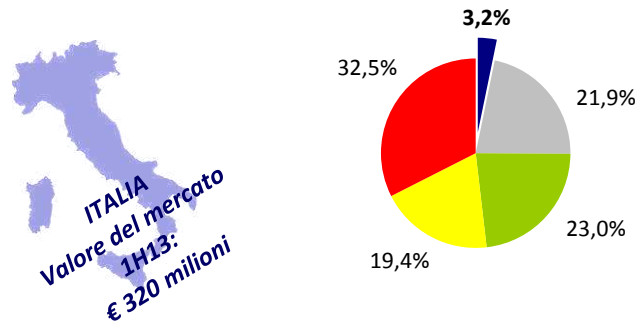
² I prezzi dal mese di gennaio 2012 al mese di settembre 2013 sono "estimated" in quanto frutto di una stima, indicativa di una complessiva tendenza, ricavata da CLAL in base agli accordi di settore e alle notizie più rilevanti di mercato.

2. Il mercato: latte fresco/lunga durata (ESL) Iper + Super

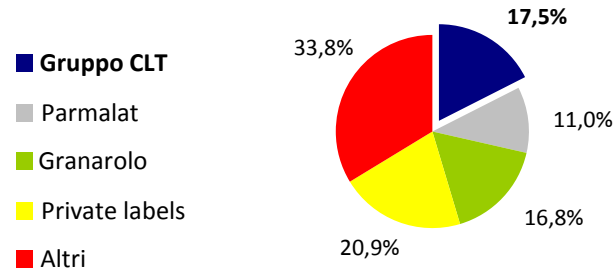
Fonte: IRI Infoscan I+S

QUOTE DI MERCATO A VALORE DEI COMPETITORS (1H13)

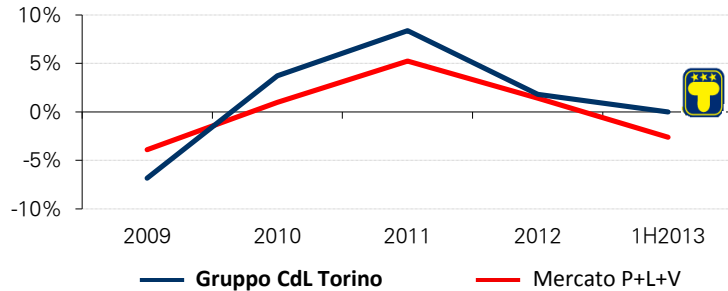
TOTALE ITALIA



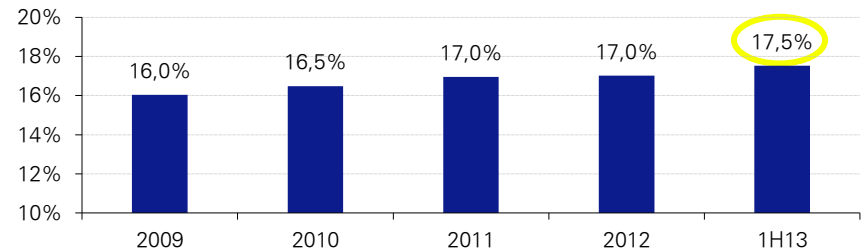
TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (18,4% DEL TOT. ITALIA)



EVOLUZ. VENDITE A VALORE* CLT vs MKT



EVOLUZ. QUOTA DI MERCATO A VALORE* CLT



* Totale mercato Piemonte & Valle d'Aosta, Liguria e Veneto

2. Il mercato: latte fresco/lunga durata (ESL) Iper + Super

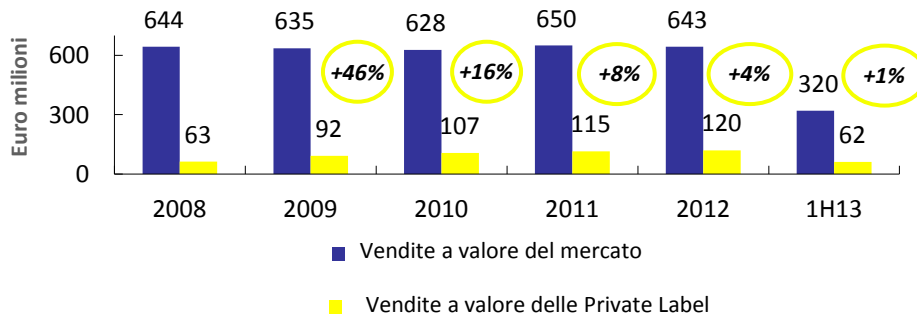
Fonte: IRI Infoscan I+S

EVOLUZIONE VENDITE PRIVATE LABEL NEL MERCATO DEL LATTE FRESCO/LUNGA DURATA

- Le vendite di latte fresco/lunga durata delle Private Label risultano ancora in crescita, sebbene con un trend in rallentamento. Evoluzione quota di mercato a valore: da **4,0%** nel 2006 ad **addirittura 19,4% nel 1H13**.

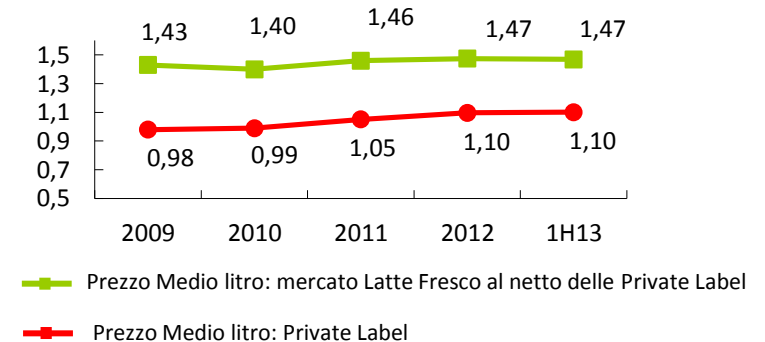
EVOLUZIONE MERCATO ITALIANO

Dati in milioni di Euro, eccetto percentuali



EVOLUZIONE PREZZO MEDIO DI MERCATO IN ITALIA

Dati in Euro

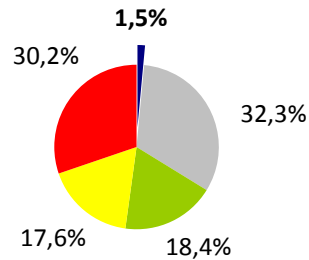


2. Il mercato: latte a lunga conservazione (UHT) Iper + Super

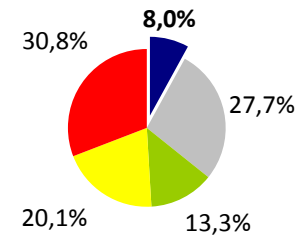
Fonte: IRI Infoscan I+S

QUOTE DI MERCATO A VALORE DEI COMPETITORS (1H13)

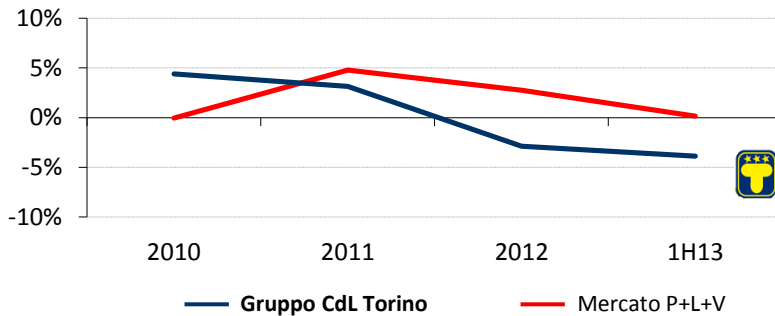
TOTALE ITALIA



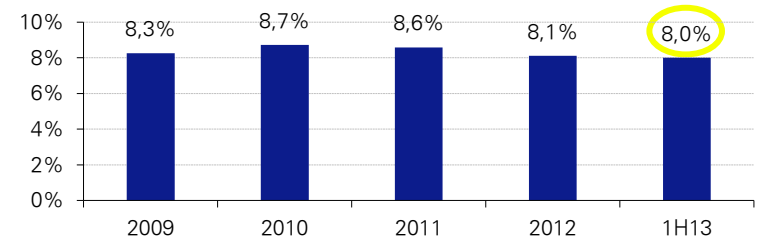
TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (18,4% DEL TOT. ITALIA)



EVOLUZ. VENDITE A VALORE* CLT vs MKT



EVOLUZ. QUOTA DI MERCATO A VALORE* CLT



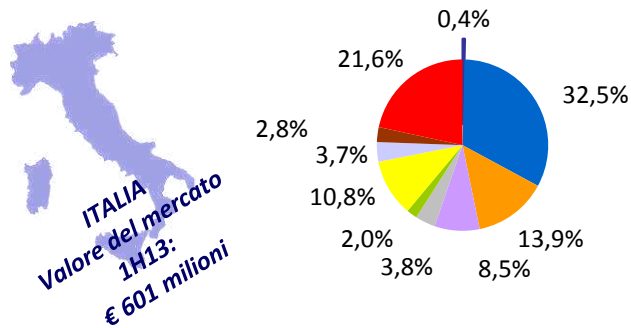
* Totale mercato Piemonte & Valle d'Aosta, Liguria e Veneto

2. Il mercato: yogurt Iper + Super

Fonte: IRI Infoscan I+S

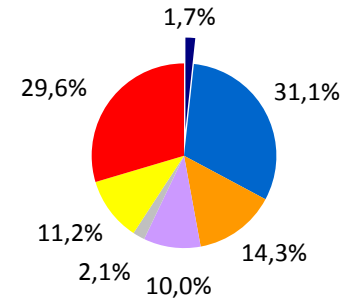
QUOTE DI MERCATO A VALORE DEI COMPETITORS (1H13)

TOTALE ITALIA

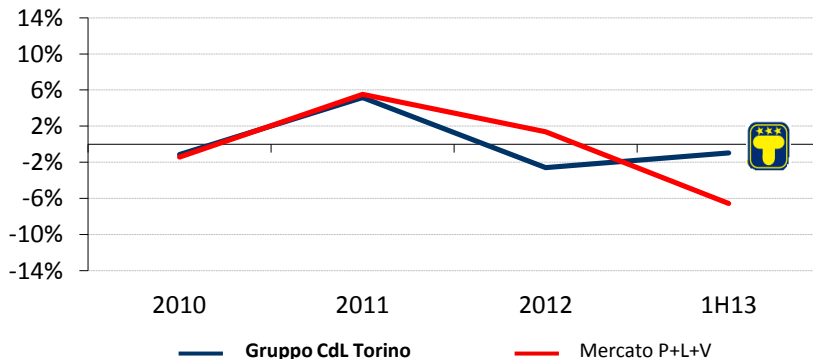


TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (22,1% DEL TOT. ITALIA)

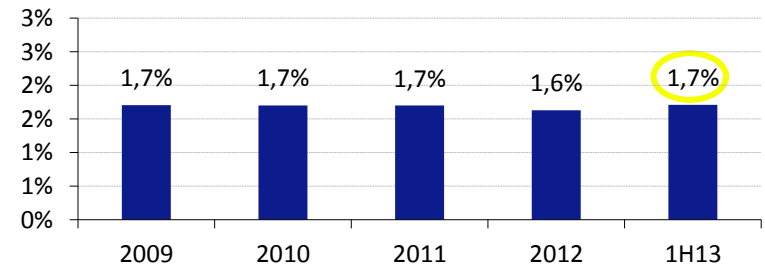
- Gruppo CLT
- Danone
- Muller
- Yomo
- Parmalat
- Granarolo
- Private Label
- Nestlè
- Mila
- Altri



EVOLUZ. VENDITE A VALORE* CLT vs MKT



EVOLUZ. QUOTA DI MERCATO A VALORE* CLT



* Totale mercato Piemonte & Valle d'Aosta, Liguria e Veneto

2. Il mercato

TREND DEL MERCATO 1H13 E LUGLIO-AGOSTO 2013

- ▶ Nel 1° semestre 2013 le vendite nel canale Iper + Super del totale latte fresco/lunga durata (ESL), latte a lunga conservazione (UHT) e Yogurt in Italia risultano **in calo rispetto al 1° semestre 2012 (-4,7%)**. **Luglio e agosto 2013: trend in diminuzione** più contenuto (-3,4%), guidato da una ripresa del latte a lunga conservazione (UHT).

	Tot. Italia		Tot. Piemonte & VdA, Liguria e Veneto	
	1H13	Lug - ago '13	1H13	Lug - ago '13
Tot. Latte Fresco + EsL	-3,2%	-3,2%	-2,6%	-3,9%
Tot. Latte UHT	-2,3%	+1,1%	+0,1%	+1,6%
Tot. Yogurt	-7,2%	-6,5%	-6,6%	-4,6%
Totale Iper + Super	-4,7%	-3,4%	-3,8%	-2,7%

2. Il mercato

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2012/2013

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

- ▶ Il Gruppo ha raggiunto un forte posizionamento nel mercato delle regioni in cui è presente anche grazie ad **elevati investimenti in marketing, comunicazione e PR.**

INVESTIMENTI IN MARKETING

€ 1,6 milioni

(3,1% dei ricavi 1H12)

€ 2 milioni

(4% dei ricavi 1H13)



2. Il mercato

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2012/2013

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.



Partecipazione a **Cibus**, il Salone Internazionale dell'Alimentazione
15° e 16° Edizione



«Porte aperte per i consumatori»



Seminari di formazione per insegnanti e visite guidate

Patrocinati dalle istituzioni locali, MIUR (ufficio scolastico) e FIMP (Federaz. Italiana Medici Pediatri)



Centrale del Latte di Torino
sponsor dal 2006 del **Palio di Asti**



Centrale del Latte sponsor di
Cioccolàto dal 2011

FOCUS SULL'EXPORT



Partecipazione a **FHC China**,
International Exhibition of Food &
Drinks
17° Edizione, 13 -15 novembre 2013



Accordo di distribuzione e
autorizzazione alla
commercializzazione di yogurt in
Russia, in corso

2. Il mercato



PROGRAMMI E STRATEGIE

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Mantenere la leadership di mercato nei segmenti del core-business. Investimenti Marketing / Commerciale rivolti con particolare attenzione ad attività con “ritorno immediato”. Innovazione: focus produzione interna e solo su prodotti del core-business

- ▶ **Latte fresco & UHT:** consolidare i volumi di vendita e le quote di mercato. In particolare, latte fresco: sostegno promo/pubblicitario in crescita; evoluzione dei prezzi al consumo in funzione di eventuali attività promozionali del mercato.
- ▶ **Latte a lunga durata:** crescita significativa in tale segmento ad alto potenziale (25,5% del totale Latte Fresco/lunga durata a volume e in costante crescita = 4,1%; Fonte IRI Tot. ITA I+S, gen-giu 2013) via produzione diretta nello stabilimento di Torino. Sostegno e promo pubblicitario alla nuova e potenziale referenza: latte Bio. Sviluppo nuovo latte Laben (latte fermentato), specialità multietnica.
- ▶ **Latte Alta Digeribilità:** sostenere la crescita di tale innovativo e profittevole segmento via ulteriore sviluppo principalmente del prodotto a lunga durata, viste le ottime performance in corso.
- ▶ **Yogurt e Probiotico:** efficienza guidata da eccellenza produttiva nello stabilimento di Vicenza (polo ricerca, sviluppo e produzione di yogurt per le aziende del Gruppo). Potenziale crescita guidata da recente nuova linea Yogurt Defilé (fragola, pesca e ananas) e nuove ricette su linea probiotico FloraPlus.
- ▶ **Insalate IV Gamma:** sviluppare la linea a nostro marchio anche tramite il continuo lancio di prodotti innovativi, per il mercato di riferimento, caratterizzati dal localismo dell'origine della materia prima. Importante sostegno promo/pubblicitario. Incrementare la produzione a marchio terzi.
- ▶ **Panna fresca e UHT:** proseguire nel progetto di sviluppo per diventare un player di riferimento nel canale pasticceria/gelaterie. Nuova linea di confezionamento per formati speciali (5/10 litri).
- ▶ **Produzioni a Marchio Terzi:** costante ricerca di partnership commerciali nel latte fresco, UHT e yogurt da parte di Centrale del Latte di Vicenza e insalate di IV gamma da Salads & Fruits (divisione di Centrale del Latte di Torino).
- ▶ **Legame con il territorio:** iniziative di educazione alimentare e sponsorizzazioni sportive, culturali e sociali.
- ▶ **Export:** avvio attività per sviluppo commerciale in Cina e Russia.

3. Dati economico - finanziari



3. Dati economico-finanziari

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

	30-giu-13	%	30-giu-12 Rideterminato	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	48.737	98,3%	50.385	99,3%
Valore della produzione	49.577	100,0%	50.764	100,0%
Servizi	(13.259)	(26,7%)	(13.052)	(25,7%)
Consumi di materie prime	(25.564)	(51,6%)	(26.392)	(52,0%)
Altri costi operativi	(479)	(1,0%)	(649)	(1,3%)
Costi della produzione	(39.303)	(79,3%)	(40.093)	(79,0%)
Costo del personale	(7.475)	(15,1%)	(7.355)	(14,5%)
EBITDA	2.799	5,6%	3.316	6,5%
Ammortamenti e accantonamento	(2.298)	(4,6%)	(2.766)	(5,4%)
EBIT	500	1,0%	550	1,1%
Proventi finanziari	40	0,1%	59	0,1%
Oneri finanziari	(383)	(0,8%)	(659)	(1,3%)
Adeguamento partecipazione in collegata	(68)	(0,1%)	(25)	(0,0%)
Dividendi da collegata	40	0,1%		
Risultato ante imposte	129	0,3%	(75)	(0,1%)
Imposte	(384)	(0,8%)	(298)	(0,6%)
Risultato dopo le imposte	(255)	(0,5%)	(373)	(0,7%)
Utili e perdite di terzi	-	-	-	-
Risultato di gruppo dopo le imposte	(255)	(0,5%)	(373)	(0,7%)
Utile (perdita) netta totale	(255)		(373)	
Utili (perdite) attuariali da piani previdenziali	(283)		(502)	
Effetto fiscale realtivo a altri utili (perdite)	61		108	
Totale altri utili (perdite) complessivi	(222)		(394)	
Utile (perdita) netta complessiva	(477)		(767)	

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Dati in migliaia di Euro

IFRS Riclassificati

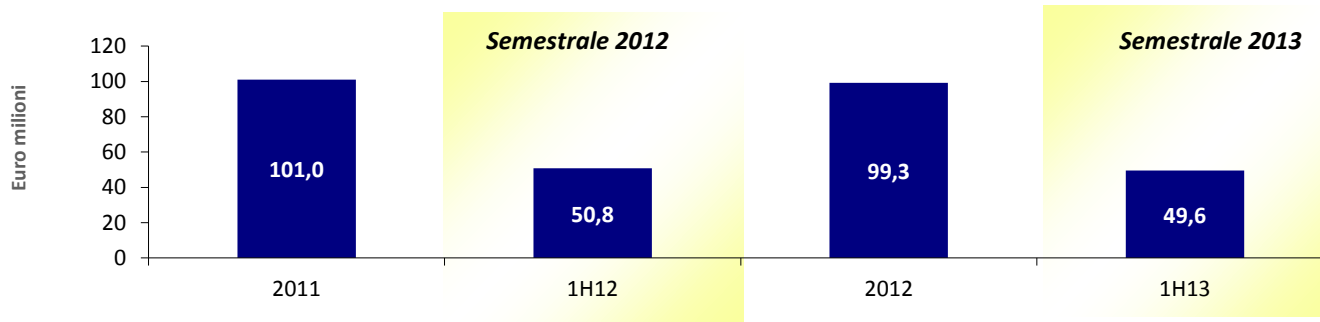
NOTE AI DATI FINANZIARI 1H13

- I prospetti contabili al 30 giugno 2012 e al 31 dicembre 2012 sono stati **riclassificati** dove necessario per rendere **omogeneo il confronto** in relazione a:
 - *Variazione perimetro di consolidamento – partecipazioni in collegata,*
 - *Variazione vita utile marchi Centro Latte Rapallo,*
 - *Applicazione IAS 19 revisionato – Benefici a dipendenti.*

3. Dati economico-finanziari

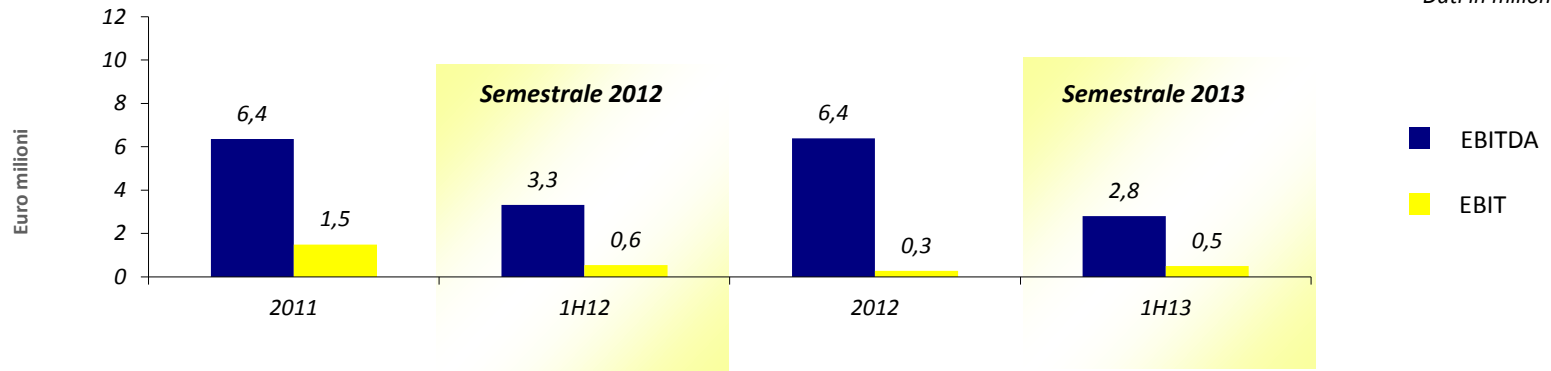
ANDAMENTO DEL VALORE DELLA PRODUZIONE (2011 - 1H13)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



ANDAMENTO EBITDA ed EBIT (2011 - 1H13)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro

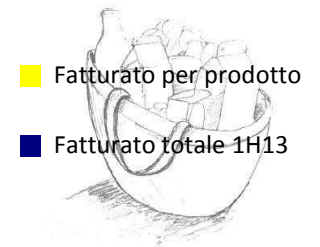
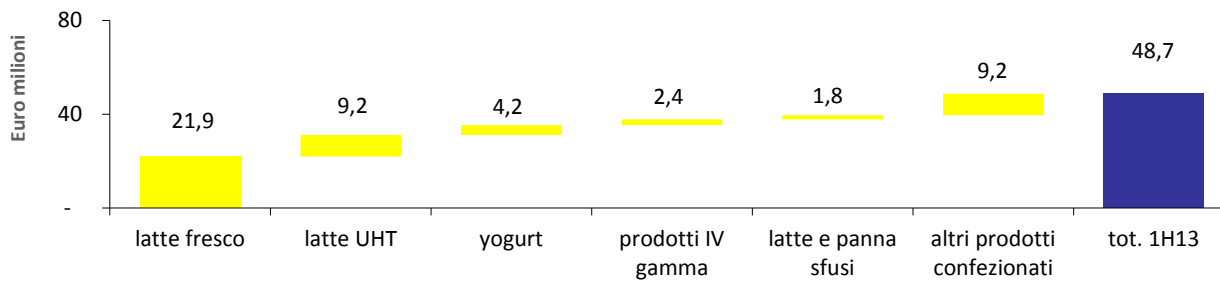


Tutti i valori indicati sono stati rideterminati

3. Dati economico-finanziari

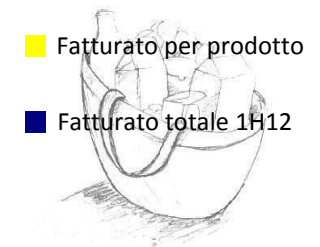
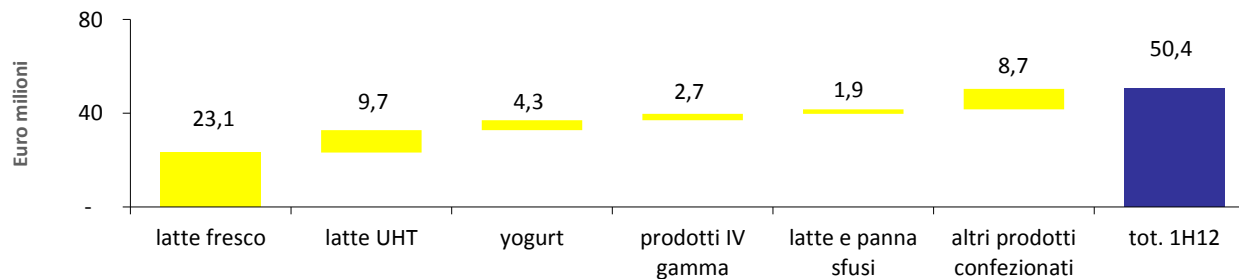
COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO (1H13)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO (1H12)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro

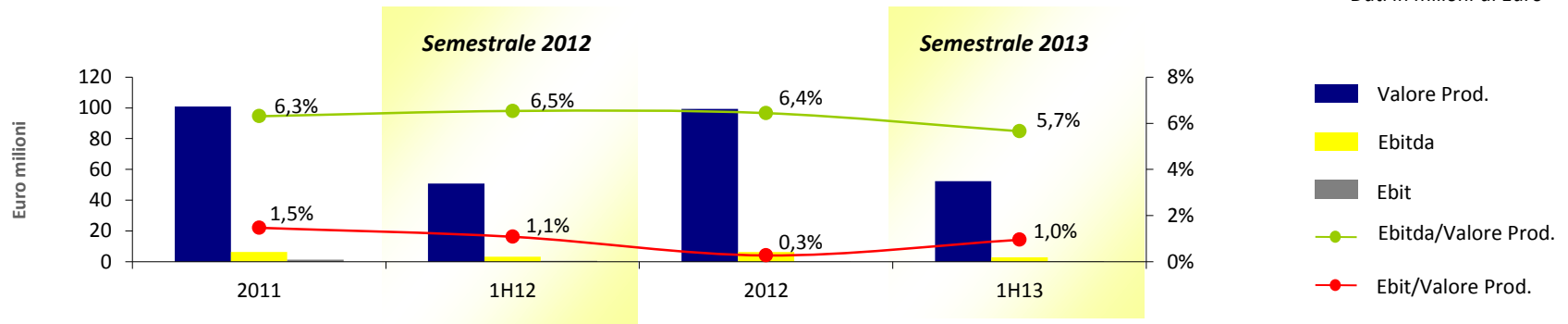


I valori indicati sono stati rideterminati

3. Dati economico-finanziari

EBITDA ed EBIT MARGINS

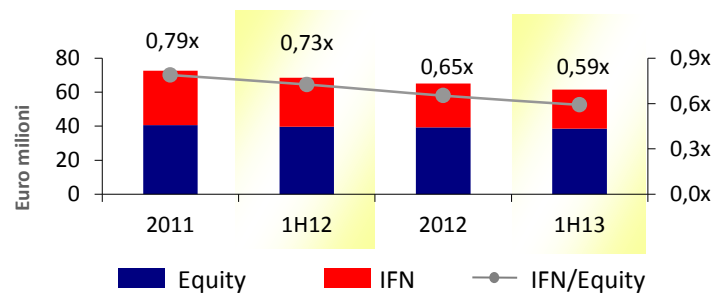
Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



Tutti i valori indicati sono stati rideterminati

IFN/EQUITY

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



EBIT/CAPITALE INVESTITO (Ki)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



3. Dati economico-finanziari

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Dati in migliaia di Euro

IFRS Riclassificati

	30-giu-13	%	31-dic-12 Rideterminato	%	30-giu-12 Rideterminato	%
Immobilizzazioni materiali	11.538	16,4%	11.925	16,2%	12.777	16,6%
Immobilizzazioni immateriali	53.228	75,7%	54.365	73,7%	55.730	72,4%
Immobilizzazioni finanziarie	1.267	1,80%	1.444	1,96%	1.490	1,94%
Attività immobilizzate	66.033	93,9%	67.734	91,9%	69.997	91,0%
Crediti verso clienti	14.433	20,5%	17.980	24,4%	18.159	23,6%
Magazzino	3.446	4,9%	3.575	4,8%	3.617	4,7%
Altre attività	7.907	11,2%	8.286	11,2%	8.354	10,9%
Debiti verso fornitori	(14.494)	(20,6%)	(17.438)	(23,7%)	(17.394)	(22,6%)
Altri debiti	(7.022)	(10,0%)	(6.416)	(8,7%)	(5.795)	(7,5%)
Capitale circolante	4.270	6,1%	5.987	8,1%	6.941	9,0%
TOTALE IMPIEGHI	70.304	100,0%	73.721	100,0%	76.938	100,0%
TFR e altri fondi	8.791	12,5%	8.677	11,8%	8.393	10,9%
Cassa	(7.786)	(11,1%)	(6.235)	(8,5%)	(7.801)	(10,1%)
Debito finanziario	30.646	43,6%	31.912	43,3%	36.639	47,6%
Indebitamento finanziario netto	22.859	32,5%	25.677	34,8%	28.838	37,5%
Capitale sociale e riserve	38.909	55,3%	39.903	54,1%	40.080	52,1%
Utile netto (perdita)	(255)	(0,4%)	(536)	(0,7%)	(373)	(0,5%)
Totale patrimonio netto	38.654	55,0%	39.367	53,4%	39.707	51,6%
Capitale e riserve di terzi	-	-	-	-	-	-
TOTALE FONTI	70.304	100,0%	73.721	100,0%	76.938	100,0%

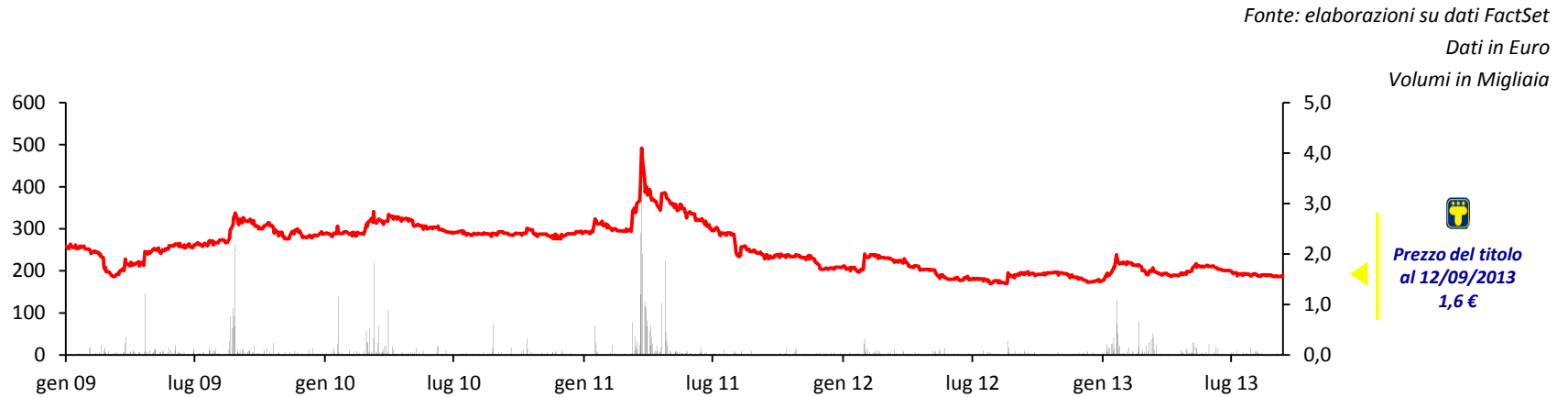
NOTE AI DATI FINANZIARI 1H13

- Negli ultimi 12 mesi Centrale del Latte ha progressivamente ridotto l'indebitamento finanziario netto complessivo grazie ai flussi di cassa generati dalla gestione operativa.

4. Il Titolo

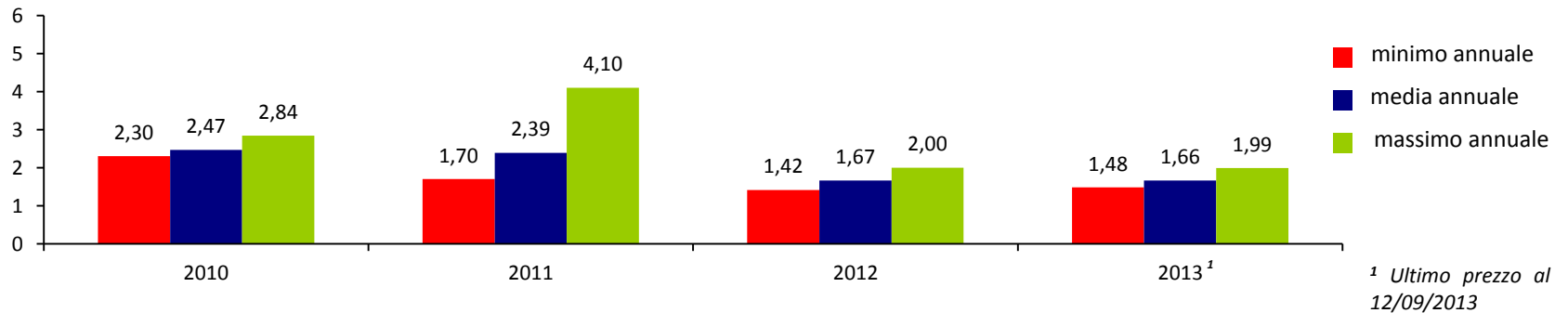
4. Il Titolo

ANDAMENTO DEL TITOLO 2009 - 2013 YTD



ANALISI ANNUALE DEL PREZZO PER AZIONE 2010 - 2013 YTD

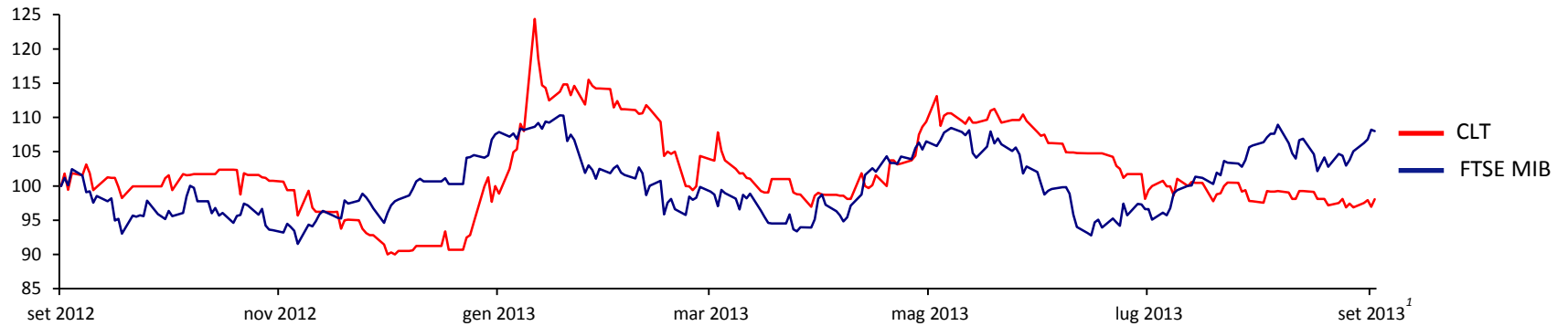
Fonte: elaborazioni su dati FactSet
Dati in Euro



4. Il Titolo

ANDAMENTO DEL TITOLO vs. INDICE FTSE MIB LTM

Fonte: elaborazioni su dati FactSet

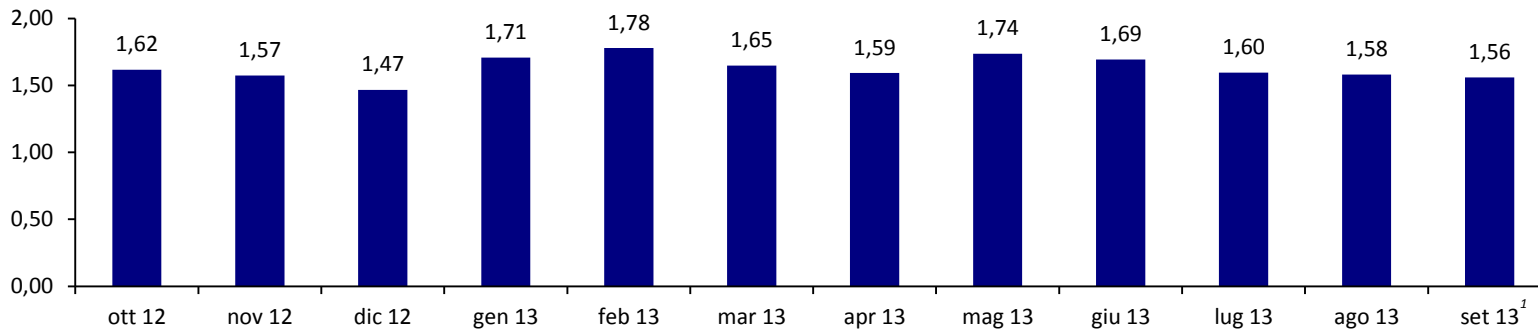


¹ Ultimo prezzo al 12/09/2013

Dati in Euro, prezzi su base 100

ANALISI DEL PREZZO PER AZIONE MENSILE MEDIO LTM

Fonte: elaborazioni su dati FactSet, prezzi medi mensili per azione



¹ Ultimo prezzo al 12/09/2013

INDIRIZZI E PERSONE DI RIFERIMENTO

La Società



Centrale del Latte di Torino & C. s.p.A.

Via Filadelfia, 220
10137 Torino
www.centralelatte.torino.it

Luigi Luzzati

Vittorio Vaudagnotti

Presidente

Investor Relator

Tel. +39 011 3240215

Fax. +39 011 3240300

vaudagnotti@centralelatte.torino.it

Lo Specialist



BANCA INTERMOBILIARE
DI INVESTIMENTI E GESTIONI

Via Gramsci, 7
10121 Torino
www.bancaintermobiliare.com

Andrea Andreis

Analista

Tel. +39 011 0828 651

Fax. +39 011 0828 866

andrea.andreis@bancaintermobiliare.com