

FERRARINI SPA A SOCIO UNICO

Sede in VIA BELLOMBRA 1/4A -40136 BOLOGNA (BO)
Capitale sociale Euro 25.000.000,00 i.v.

Relazione sulla gestione relativa al bilancio consolidato al 31/12/2015

Signori Azionisti,

l'esercizio chiuso al 31/12/2015 riporta un risultato positivo pari a Euro 4.664.299.

Il suddetto risultato è stato conseguito dopo aver effettuato:

- Ammortamenti sulle immobilizzazioni immateriali per Euro 4.326.634;
- Ammortamenti sulle immobilizzazioni materiali per Euro 5.011.998;
- Accantonamenti per imposte differite e correnti per Euro 2.154.321.

Condizioni operative e sviluppo dell'attività

Il bilancio consolidato al 31 Dicembre 2015 di FERRARINI s.p.a., è stato redatto in osservanza delle disposizioni in materia previste dal Codice Civile, come modificate dal Decreto Legislativo 127/91, dal Decreto Legislativo 6/2003, nonché dalle successive disposizioni di legge, integrative e modificative.

Al fine di adempiere al dettato dell'art. 2428 C.C. in materia di Relazione sulla Gestione e di redigere un preciso documento in ordine all'attività sociale svolta, che possa altresì essere utile per una migliore interpretazione del bilancio, abbiamo ritenuto opportuno articolare la presente relazione in distinti punti.

L'analisi dell'andamento della gestione risulta significativa se effettuata in rapporto allo scenario nazionale ed internazionale nell'ambito del quale si è svolta l'attività aziendale.

Prima di passare a illustrarvi i fatti più salienti della gestione, vi diamo quindi una breve presentazione del contesto economico nel quale abbiamo operato.

Andamento dell'economia nazionale ed internazionale

A livello globale, l'anno 2015 ha evidenziato andamenti diversi rispetto al 2014 per quanto concerne le aree macroeconomiche. Si è assistito ad una significativa contrazione nei mercati dell'America Latina e della Russia, ad una stabilità, ancorché con crescita del prodotto interno lordo di oltre il 6%, della Cina, e ad un leggero miglioramento nella zona Euro.

L'impatto, a livello mondiale, dell'economia cinese è stato superiore a quello inizialmente previsto in termini di deterioramento della fiducia, minor import e calo dei prezzi delle materie prime. Per altro, la caduta del prezzo del petrolio non ha generato un effetto compensativo in termini di maggiori consumi nelle economie che lo importano, con il risultato che l'effetto recessivo delle economie che lo estraggono e lo esportano continua a manifestare un andamento deflattivo.

La difficile situazione del mercato è stata accompagnata da un deterioramento delle condizioni finanziarie delle grandi imprese nei mercati emergenti le quali, essendosi indebitate principalmente in dollari USA, scontano ora l'apprezzamento di questa moneta e la stretta monetaria avviata a fine anno negli USA.

Sull'economia cinese hanno pesato fattori strutturali, come le deboli esportazioni, la sovra capacità produttiva, il mercato immobiliare con una offerta decisamente superiore alla domanda, elevati livelli dell'indebitamento sia delle imprese che dei privati e un rallentamento degli investimenti.

L'indirizzo assunto dalla economia cinese sembra rappresentare la premessa per un incremento, anche nei prossimi anni, del prodotto interno lordo, anche se non più con incrementi annuali a due cifre e quindi con minore import di materie prime, di semilavorati e di beni di consumo.

L'economia degli Stati Uniti d'America ha continuato a dare sintomi positivi con un aumento del Pil di circa il 2%, con una riduzione della disoccupazione che si attesta al 5% della forza lavoro, e con un incremento dell'attività manifatturiera. La banca centrale (FED) è intervenuta a fine anno apportando un modesto incremento del tasso di interesse, che ha momentaneamente generato un effetto negativo, con rallentamento dell'economia, contrazione dei consumi interni e degli investimenti, sia privati sia delle imprese.

La Russia, a causa dell'embargo economico messo in atto dall'Europa e dagli Stati Uniti per la politica attuata in Ucraina, ha avuto un improvviso e forte rallentamento dell'attività produttiva, delle importazioni, sia di materie prime che di prodotti finiti, e una forte svalutazione della moneta sia nei riguardi del dollaro USA che dell'Euro, il tutto accompagnato dalla riduzione dei prezzi del petrolio e del gas metano.

I Paesi emergenti, in particolare quelli dell'Africa, hanno assistito ad una brusca frenata delle loro economie, in particolare per la crisi delle fonti energetiche, che, per effetto dell'eccessiva offerta, ha fatto scendere i prezzi ai livelli di 15 anni fa, con conseguente rallentamento delle esportazioni e carenza di disponibilità finanziarie da destinare agli investimenti e ai consumi.

L'area dell'Eurozona conferma una ripresa dell'economia, accompagnata però da andamenti al ribasso o dalla stagnazione. Si è assistito, nel 2015, ad un aumento degli occupati, in particolare in Germania, Spagna, Portogallo e Irlanda, mentre in Italia l'aumento è stato più contenuto, nonostante l'introduzione di nuove norme agevolative in tema di lavoro.

In Europa l'andamento economico ha visto una crescita del prodotto interno lordo dell'1,5%, rispetto al 2014, con livelli più accentuati in Spagna e Germania; mentre l'Italia e la Francia hanno espresso livelli più bassi rispetto alla media dell'Eurozona. L'economia europea risente ancora, in modo significativo, del basso tasso di inflazione che, nonostante l'intensa attività finanziaria messa in atto dalla Banca Centrale Europea, è ben lungi dall'obiettivo del 2% annuo programmato.

Le tensioni di carattere geopolitico, dovute soprattutto alla persistente instabilità nel Medio Oriente e nell'Africa settentrionale, potrebbero generare un rallentamento del processo di crescita in atto.

In questo contesto così complesso ed articolato, l'Italia ha manifestato una crescita dell'economia, con un aumento del Pil dello 0,7%, dopo tre anni negativi.

La ripresa economica presenta però ancora elementi di fragilità e il lieve incremento di fiducia delle famiglie stenta a tradursi in un concreto incremento della domanda. Anche il fatturato dell'industria italiana è tornato a crescere (+0,2%) dopo tre anni, questo dato è frutto però di una flessione del mercato interno (-0,2%) e di un incremento di quello estero (+1,2%). E' opportuno rilevare che l'andamento economico del 2015 ha avuto un maggior incremento all'inizio dell'anno, con successiva contrazione, sia dell'attività produttiva industriale che del Pil, verso la fine dell'anno.

Le previsioni del 2016 e 2017 restano orientate comunque ad un lieve aumento del Pil, ma i dubbi e le preoccupazioni sono decisamente alte.

Il settore alimentare e l'andamento della gestione

Il 2015 è stato un anno ancora molto complesso per i produttori di salumi e per il comparto alimentare in generale, a causa della mancata ripartenza dei consumi. Nonostante la fluidità dei consumi interni nella prima metà dell'anno si è registrato un certo miglioramento del clima di fiducia facendo sperare in una piccola ma significativa inversione di tendenza. In realtà l'aspettativa è in buona parte sfumata nella seconda metà dell'anno, e in particolare dopo l'annuncio contro il consumo delle carni da parte dell'IARC (Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro) del mese di ottobre e l'approssimativa campagna mediatica che ne è seguita.

I prezzi della materia prima contenuti e il buon andamento delle esportazioni hanno continuato a rappresentare i due cardini essenziali per il mantenimento dell'equilibrio del sistema, nonostante il perdurare della crisi e dell'alto tasso di disoccupazione. La domanda estera ha rappresentato il principale traino per il settore nonostante il commercio mondiale abbia visto nel corso dell'anno un deterioramento.

La produzione di salumi, dopo quattro anni di flessioni, è tornata a crescere arrivando a 1,176 milioni di tonnellate, da 1,165 dei dodici mesi precedenti (+0,9%), sulla scia della produzione anche il fatturato ha mostrato un incremento, salendo a 7.875 milioni di euro (+0,7%). Questo andamento ha rispecchiato la moderazione dei prezzi, diminuiti mediamente dello 0,2%, per effetto delle numerose promozioni realizzate per incentivare i consumi.

In merito ai singoli salumi, il 2015 è stato l'anno del **prosciutto cotto**. Grazie al forte stimolo esercitato dall'importante crescita delle esportazioni, in particolare verso la Spagna, la produzione è salita a 288.800

ton (+2,6%) per un valore di 1.937 milioni di euro (+2,4%). Il prosciutto cotto è divenuto così il principale salume prodotto nel 2015 con riferimento ai volumi.

Il 2015 è stato positivo anche per i **prosciutti crudi stagionati**. Dopo due anni particolarmente difficili e penalizzanti per i prodotti a maggiore valore aggiunto, la produzione di prosciutto crudo stagionato ha registrato un incremento del +0,6% in quantità per 286.900 ton e un +0,7% in valore per 2.169 milioni di euro. Fondamentali per questa categoria sono stati i risultati delle esportazioni e la variazione delle scorte.

I prodotti leader del settore, prosciutti crudi e cotti, hanno visto la loro quota complessiva salire al 49% in quantità e al 52,5%, in valore, rispetto al 48,6% e al 52,1% dell'anno precedente.

Trend negativo, invece, per la produzione di **mortadelle**, attestatesi sulle 164.900 ton (-1,5%) per un valore di 660 milioni di euro (-1,6%) e di **wurstel** scesi a 66.200 ton (-5,5%) per un valore di circa 217 milioni di euro (-11,6%). Questi ultimi sono stati senza dubbio i prodotti maggiormente penalizzati dal citato annuncio IARC.

Ancora in crescita, dopo il notevole incremento del 2014, la produzione di **speck**, salita a 32.300 ton (+2,5%) per un valore di 324,8 milioni di euro (+2%), bene anche quella di salame arrivata grazie alla positiva spinta dell'export a **109.100** ton (+0,9%) per un valore di circa 910 milioni di euro (-0,1%).

Risultato positivo per la produzione di **pancetta** (+2,5% per 53.900 ton, ma -1,6% in valore per 239,9 milioni di euro) e per la **coppa** (+1% per 42.200 ton e +0,8% in valore per 325,5 milioni di euro).

La **brisaola**, infine, ha chiuso il 2015 con un +3,5% in quantità per 16.100 ton e un +1,1% in valore per 256,8 milioni di euro.

Nonostante l'incremento della produzione il 2015 ha visto una nuova contrazione dei consumi. Non è bastata la spinta deflattiva sui prezzi e neppure il miglioramento del clima di fiducia a far finalmente ripartire gli acquisti nazionali di salumi.

Come già in precedenza anticipato, per il settore dei salumi il 2015 è stato un anno importante in termini di volumi delle esportazioni, che hanno registrato incrementi significativi nonostante il difficile contesto economico appena descritto.

L'export ha raggiunto quota 165.250 ton (+10,7%) per un fatturato di 1,352 miliardi di euro (+7,1%). Le esportazioni del settore, in termini di fatturato, hanno mostrato un passo più veloce rispetto all'industria alimentare (+6,7%) e decisamente più brillante di quello complessivo del Paese.

La crescita più significativa è quella delle esportazioni verso il mercato UE che ha registrato un +13,2% in quantità per oltre 135.000 tonnellate e un +7,3% in valore per oltre 1 miliardo di euro.

La Spagna ha registrato un +13,2% in quantità e un +12,6% in valore, la Francia ha registrato un +15,6% a quantità per 29.550 ton e un +8,2% a valore per 233 milioni di euro. Crescita a 2 cifre anche per le esportazioni verso il Regno Unito che hanno chiuso con un +19% per 16.050 ton e un +11,7% per 158,8 mln di euro.

Le esportazioni in Germania sono cresciute nel complesso dei dodici mesi del 2015 di un +2,8% in quantità per 32.120 ton e un +3,2% in valore per 289,4 milioni di euro. Risultato positivo in quantità ma cedente in valore per la Croazia (+6,6% per 6.570 ton ma -2,3% per 19,1 milioni di euro), mentre l'export verso l'Austria si è ridotto (-6,6% per 9.560 ton e -7,3% per 67,2 milioni di euro). Molto bene, infine, Belgio, Paesi Bassi e la Svezia che hanno raggiunto in quantità incrementi a due cifre e aumenti molto significativi anche in valore.

La crescita dell'export verso i mercati extra UE si è assestata a un +0,7% in quantità per 30.250 ton e un +6,8% in valore per 302,1 milioni di euro. Gli Stati Uniti rappresentano oramai il primo mercato di riferimento extra UE con 8.750 ton (+18,9%) per oltre 105,8 milioni di euro (+22%). Un risultato questo davvero notevole soprattutto se si considera che per buona parte dell'anno sono rimaste in vigore negli USA misure restrittive nei confronti dei nostri salumi.

Il 2015 ha evidenziato un importante consolidamento anche dell'export verso il Canada (+41% a quantità e +52,2% a valore) e verso Hong Kong (+26,9% e +21,5%).

Il mercato svizzero dopo l'iniziale raffreddamento degli scambi, dovuto alla crisi generata sull'economia elvetica dalla rivalutazione del franco, ha ripreso vigore nel corso dell'anno e le spedizioni nel complesso dei dodici mesi sono rimaste stabili in quantità (4.740 ton -0,3%) con un discreto incremento in valore (+3,6% per 74,2 milioni di euro).

Hanno chiuso il 2015 con una flessione le spedizioni verso Giappone, Brasile Repubblica Sudafricana e Federazione Russa, il cui risultato è stato ovviamente condizionato dall'embargo.

Per quanto riguarda le tipologie di prodotti è stata molto significativa la crescita del prosciutto cotto che si assesta a +44,5% in quantità per circa 20.400 ton e +23,5% in valore per 121,3 milioni di euro.

Le esportazioni di prosciutti crudi stagionati (con e senza osso - assieme a coppe, culatelli e speck) hanno evidenziato un +8,8 % in quantità per oltre 68.430 ton e un +7,7% in valore per 711 milioni di euro. Risultato positivo anche per le esportazioni di mortadella e würstel che hanno chiuso l'anno con un +3,3% in quantità per 34.740 ton circa e un +2,4% in valore per 123,4 milioni di euro. Le esportazioni di salami sono arrivate a quota 28.170 ton (+10,3%) per circa 264 milioni di euro (+3,9%). Vivaci, soprattutto con riferimento alle quantità, gli scambi con la UE28: +10,5% in quantità e +2,9% in valore.

Il settore dei Formaggi Dop

Le produzioni nazionali di Formaggi hanno registrato, anche nell'anno 2015, un ulteriore incremento raggiungendo il valore di 1.017.270 Tons (+ 3,6%). La produzione 2015 del Parmigiano-Reggiano ha fatto registrare un lieve incremento, pari al +0,15%, raggiungendo una produzione di n. 3.302.608 forme. La produzione del Grana Padano ha invece registrato nel 2015 una lieve riduzione pari al -0,79%, assestandosi su una produzione di n. 4.801.929 forme.

Per quanto riguarda sempre i formaggi grana DOP - Parmigiano Reggiano e Grana Padano – si è confermato anche nel 2015 il trend di espansione nei mercati esteri, con un aumento in termini di volumi di oltre il 7%. L'aumento delle esportazioni di formaggio porzionato e forme intere si attesta, in Europa, ad oltre il 3% nonostante il blocco delle importazioni imposto dalla Russia e il calo della domanda registrato in Svizzera. La crescita dell'export verso i mercati extra europei è dovuto, in buona parte, alla crescita delle esportazioni dirette verso Stati Uniti (+28,3%) e Canada (+10,2%) che è stato sostenuto anche dal deprezzamento dell'euro rispetto al dollaro. Anche l'Asia ha confermato tassi di crescita interessanti nonostante l'incremento piuttosto contenuto delle spedizioni dirette in Giappone. Il mercato nazionale ha registrato invece una flessione degli acquisti di formaggi duri del 2,3% a volume. Resta in controtendenza rispetto alle altre DOP, il Parmigiano Reggiano che ha avuto una ripresa in quantità pari al 3,1% ma con una flessione dei prezzi medi più consistente rispetto agli altri formaggi duri che hanno subito una contrazione media dei prezzi del 3%.

Il prezzo di mercato all'ingrosso del Parmigiano-Reggiano, nel 2015, è risultato in forte decrescita, infatti, il prezzo medio dello stagionato 12-15 mesi è stato di 7,52 €/Kg (riduzione del 7,99% rispetto al 2014), mentre quello dello stagionato fino a 24 mesi è stato di 9,47 €/Kg (riduzione del 7,10% rispetto al 2014).

Anche i prezzi del Grana Padano hanno avuto una dinamica simile a quella del Parmigiano-Reggiano, facendo registrare una decrescita su base annuale. Il prezzo medio del Grana Padano, stagionatura 9 mesi, è stato di circa 6,50 €/Kg (riduzione del 5,45% rispetto al 2014) e quello dello stagionato 12-15 mesi è sceso a circa 7,40 €/kg (-4,89%).

I RISULTATI DI FERRARINI.

Nel 2015 le vendite di prosciutto Cotto Ferrarini hanno registrato una sostanziale stabilità, sia a quantità che a valore, il che ha consentito a Ferrarini s.p.a. di confermarsi *Leader* a livello Nazionale nel *Brand's Retail Index* riguardante il Prosciutto Cotto Taglio senza polifosfati, con una *Brand share* del 9,1% nel canale Grande Distribuzione Organizzata (Iper + Super+Superette) e con una quota di circa il 12,2% nel canale tradizionale.

Per quanto riguarda il posizionamento al pubblico Ferrarini conferma un ottimo posizionamento competitivo al crescere della fascia di prezzo, segno di un riconoscimento della qualità del prodotto. In particolare Ferrarini, con una quota di circa il 27,4% a volume, mantiene la *leadership* nella fascia di prezzo 17,00-19,00 €/kg.

Le vendite dei prodotti affettati a libero servizio, hanno registrato una sostanziale stabilità, con una prevalenza dell'affettato della famiglia prosciutti cotti affettati con una quota del 41,13% del totale e dell'affettato della famiglia prosciutto crudo e di Parma pari al 44% del totale. Il 95% della gamma Affettati Ferrarini è rappresentata da salumi prodotti e stagionati negli stabilimenti del Gruppo Ferrarini-Vismara e rappresenta il naturale completamento della gamma più tradizionale dei salumi al taglio.

La Ferrarini ha quindi consolidato il proprio posizionamento di mercato e, in un contesto molto complesso e competitivo, è riuscita a presidiare senza particolari problemi la propria quota di mercato.

Nel 2015 le vendite di Parmigiano Reggiano Dop e di Grana Padano Dop, indirizzate soprattutto al canale del dettaglio specializzato, Italiano ed Estero, al canale Food Service e a quello industriale, si sono

mantenute stabili a livello di quantità e prezzo medio. La diffusione tra il pubblico della consapevolezza che il Parmigiano Reggiano prodotto e venduto da Ferrarini è di ottima qualità ha permesso di mantenere un prezzo al pubblico tra i più alti del settore.

Ferrarini s.p.a. è stata la prima Azienda certificata del comprensorio del Parmigiano-Reggiano a dare il via alla commercializzazione di Parmigiano Reggiano ogm free, fornendo garanzie al consumatore riguardo al fatto che siano stati effettuati specifici controlli nell'intera filiera di produzione del Parmigiano Reggiano ed in particolare fornendo garanzie con riferimento al fatto che è stato utilizzato latte proveniente da allevamenti con alimentazione non basata su mais e soia geneticamente modificati (limite massimo di contaminazione accidentale 0,9%).

LE INIZIATIVE FONDAMENTALI.

In un quadro di forte complessità, nel corso del 2015, la Ferrarini s.p.a. ha ritenuto opportuno indirizzare le proprie forze principalmente nelle seguenti iniziative strategiche:

Migliore utilizzo capacità produttiva: Nel primo trimestre dell'anno 2015 è stato stipulato un importante contratto di stagionatura e disossatura con uno dei principali leader del mercato europeo delle carni suine e bovine. Questo contratto permette al gruppo Ferrarini di poter organizzare la produzione con grande flessibilità produttiva e di ottimizzare l'utilizzo degli impianti degli stabilimenti di Lesignano de' Bagni su base settimanale. La produzione viene infatti programmata non più mensilmente, ma in base a programmi settimanali concordati con un limitato numero di fornitori selezionato. Il significativo aumento delle quantità in stagionatura ha permesso un miglior assorbimento dei costi fissi di produzione e una migliore organizzazione del personale.

Durante il primo trimestre dell'anno 2015 si è anche intervenuti sul processo di produzione della Latteria di Puianello sostituendo alcune attrezzature ormai obsolete e modificando il mix produttivo così da realizzare in caldaia una migliore resa qualitativa e quantitativa.

Nell'ottica di valorizzare l'efficienza degli stabilimenti Ferrarini divisione cotti, nel secondo trimestre 2015, è stato siglato un importante contratto di produzione di prosciutti cotti che ha permesso di aumentare del 30% la produzione nello stabilimento di Sierakow (Pl), realizzando una significativa riduzione nella incidenza dei costi fissi e un conseguente aumento dei margini di profitto.

EXPO MILANO

Ferrarini spa ha partecipato all'Esposizione Universale di Milano 2015 con un importante padiglione collocato in una posizione strategica tra il "Padiglione Italia" e "l'albero della vita". Durante i 184 giorni della manifestazione più di 20 milioni di persone hanno visitato i vari padiglioni e partecipato ad eventi e allo spettacolo dell'Albero della Vita visitando e degustando i vari prodotti della gamma Ferrarini presso "Casa Ferrarini". Gli obiettivi principali che il Gruppo si è posto ed ha realizzato con "Casa Ferrarini" sono: comunicare ai consumatori i valori di una corretta educazione alimentare e di benessere, principi che sono parte integrante dell'ampia gamma dei prodotti Ferrarini; presentare un format di un punto vendita che permette di coniugare informazione al consumatore, eleganza espositiva e facilità di gestione. Un nuovo punto di incontro tra la tradizione, i consumatori di oggi e di domani i cosiddetti "millennials" che oggi rappresentano solo il 15% del mercato, ma che raddoppieranno nei prossimi 5 anni. Tra gli eventi organizzati si segnala un importante Workshop denominato "Protein4life" realizzato in coordinamento con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e con il Dipartimento di geriatria del Policlinico Gemelli di Roma. Tale evento ha avuto come oggetto lo studio degli stili di vita, della performance fisica e delle abitudini alimentari dei visitatori di "Casa Ferrarini". Sono stati coinvolti circa 3.000 visitatori a cui è stata consegnata una "pagella" che dà i voti in tre materie: comportamenti, stili di vita, forza fisica. Dall'equipe medica del Policlinico universitario A. Gemelli presente a Expo i partecipanti allo screening gratuito hanno poi ricevuto suggerimenti in merito al consumo giornaliero raccomandato di proteine.

Nel corso del mese di settembre 2015 a Expo presso "Casa Ferrarini" si è tenuta anche un'iniziativa di educazione alimentare "Imparare a mangiare" in collaborazione con una importante realtà reggiana *Reggio Children*, Centro Internazionale per la difesa e la promozione dei diritti e delle potenzialità dei bambini e delle bambine. A turno gruppi di bambini e bambine provenienti da scuole e nidi d'infanzia di Reggio Emilia, accompagnati dai genitori e dagli insegnanti sono stati i protagonisti dell'"Atelier dei Sapori" un laboratorio interattivo di educazione al gusto e al benessere. In generale gli eventi organizzati negli show-

rooms e sulla Terrazza di Casa Ferrarini e l'alto numero di visitatori sia italiani che stranieri, hanno permesso al Gruppo Ferrarini di aumentare la notorietà del marchio e la presenza sui più importanti media nazionali e internazionali. Tanto è vero che a fine Expo la notorietà del marchio Ferrarini sui centri d'acquisto è passata dal 72% all'80%.

Nel 2015 è stata presentata on air anche la nuova campagna pubblicitaria Ferrarini. Testimonial d'eccezione la Famiglia Ferrarini rappresentata da Lisa. Si tratta di una scelta importante per rafforzare la credibilità del messaggio e confermare, con la massima trasparenza, il costante impegno e coinvolgimento nell'attività aziendale. Protagonista dello spot tutto il mondo Ferrarini con i suoi luoghi, i suoi prodotti: Parmigiano Reggiano, Aceto Balsamico, Prosciutto Stagionato, vengono portati a tavola insieme al Prosciutto Cotto di cui da sempre Ferrarini è leader di mercato. Nella nuova comunicazione Ferrarini si trovano tutti gli elementi del suo successo imprenditoriale: la famiglia, la terra con le sue tradizioni, la passione dei collaboratori e la cultura del saper fare prodotti buoni e genuini. Un nuovo modo di parlare al consumatore, diretto ed emozionante, sostenuto da un elemento di continuità con il passato: lo storico claim che accompagna dal 1956 la storia di Ferrarini rivisitato ed ulteriormente rafforzato nel "c'è più gusto a mangiare sano".

Internazionalizzazione:

Tale processo non si basa sulla "pura" vendita all'estero, che potrebbe avvenire con contenuti di marginalità inferiori a quelli dei mercati domestici, ma sulla creazione, nel medio periodo, di strutture proprie nei diversi paesi, capaci di offrire ottimi servizi, superiori a quelli degli operatori locali, nonché di mettere a disposizione formazione e un'ampia gamma di prodotti di ottima qualità. Tale progetto di crescita, ormai attivato da alcuni anni, sta dando buoni risultati ed è considerata la migliore via in grado di garantire nel tempo solide posizioni competitive e di comunicare i valori di Ferrarini ai clienti finali, senza le eventuali "distorsioni" che potrebbero derivare dall'intermediazione di soggetti locali. Nel corso dell'anno 2015 si è cercato di rafforzare ulteriormente la presenza sul mercato Giapponese, di Singapore, Hong Kong e Thailandese e al fine di avere vantaggi gestionali e commerciali sono state collegati i sistemi informativi delle società Asiatiche al sistema centrale della capogruppo Ferrarini spa.

Il successo di Ferrarini all'estero è stato possibile anche perché Ferrarini è uno dei pochi Gruppi Agroalimentari italiani che può presentarsi sui mercati internazionali con una gamma completa composta da Prosciutti Cotti, Prosciutti Stagionati, Formaggi Dop (come Parmigiano Reggiano), Aceto balsamico tradizionale e vini.

Nella strategia di internazionalizzazione rientrano anche la produzione diretta (attuata attraverso la controllata Ferrarini s.p.a.) e la gestione del centro di affettazione in Giappone e la stipula di accordi commerciali volti a conseguire significative sinergie produttive - logistiche nei vari canali distributivi, ma in particolare nell'ambito dei settori *Retail* e *Food Service*.

Lancio di nuovi prodotti e Restyling di confezioni. Linea Casa Ferrarini

Come si è già avuto modo di evidenziare oltre alla nuova linea "Casa Ferrarini" per Expo 2015, Ferrarini spa ha prestato molta attenzione al cosiddetto fattore *wellness* ed è proprio per questo motivo che ha promosso sul mercato il "Prosciutto Cotto linea Buonessere" che si contraddistingue per il tasso ridotto di sodio (meno 25% rispetto ai valori medi INN contenuti generalmente nel prosciutto cotto), la bassissima percentuale di sale (solo lo 0,6%), l'accresciuto tenore di potassio, elemento indispensabile, se bilanciato al sodio, per lo svolgimento delle funzioni cardiache, muscolari e renali. Come in tutti i prosciutti cotti Ferrarini, *Buonessere* significa: senza aggiunta di polifosfati, glutine, lattosio e proteine del latte.

Nel corso dell'anno 2015 Ferrarini ha ulteriormente rafforzato il Club dedicato ai migliori punti vendita denominato "Accademia Ferrarini" selezionando i negozi che si caratterizzano per l'alta qualità e l'attenzione al servizio e che da sempre offrono ai loro clienti le migliori specialità del territorio. Per questa categoria di negozi ha realizzato materiale informativo per il consumatore finale e speciali prodotti premium come il Prosciutto Cotto Master Accademia Ferrarini caratterizzato da una lentissima cottura a vapore e da una salamoia di 21 erbe aromatiche.

Ferrarini ha accettato la sfida di un mercato che oltre a prestare attenzione al fattore *wellness* tende a premiare sempre più i prodotti con un maggior contenuto di servizio, che permettono di conciliare la tradizione con l'innovazione, la freschezza e la fragranza dei salumi affettati con la velocità della vita quotidiana, e proprio per questo è stato ridefinito l'assortimento della gamma di affettati. In particolare è stata ulteriormente promossa la linea istituzionale alto vendente "Ferrarini" che risulta composta dalle seguenti referenze:

- Prosciutto cotto Alta Qualità 100- 120 grammi
- Prosciutto crudo Nostrano 100 gr.
- Prosciutto crudo di Parma 90 gr e 200 grammi confezione Ho.re.ca
- Prosciutto crudo artigiano 90 gr e 200 grammi confezione Ho.re.ca

Nel corso dell'anno 2015 sono state inoltre ulteriormente promosse le seguenti innovative referenze per il mercato internazionale:

- Burro da latte di parmigiano reggiano Dop Filiera Fattorie Ferrarini da 125 grammi fino a 1 kg.

Emissione di un Bond del valore di euro 30 milioni

Nell'ambito di un processo di consolidamento e razionalizzazione degli aspetti finanziari è stata assunta la decisione, nel mese di aprile 2015, di emettere un Bond per complessivi euro 30 milioni. Il Bond emesso è quotato all'extra mot pro, ha una durata di 5 anni e prevede il rimborso bullet dell'intero capitale dopo il quinto anno.

Il bond è stato sottoscritto da quasi cinquanta investitori professionali, italiani ed esteri, ha avuto diversi scambi e il suo corso è sempre stato superiore a 100.

L'emissione del bond ha permesso di allungare la scadenza media dell'indebitamento finanziario a cui si aggiunge il vantaggio del rimborso bullet del bond; così da non avere impatti negativi in termini di flussi finanziari da rimborsare.

Le attività svolte dalle società consolidate

La Società Fertrans S.r.l., posseduta al 95% da Ferrarini s.p.a., ha per oggetto l'attività di gestione dei servizi di logistica e di trasporto c/terzi. L'esercizio si è concluso con un utile di Euro 36.221, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 81.642 e rilevato imposte per Euro 3.002. L'attività sociale è stata regolare nel corso dell'esercizio 2015 e i kg trasportati sono stati in linea con l'esercizio precedente.

La Società Latterie di Montagna Matilde di Canossa s.r.l. posseduta al 99,6 % da Ferrarini s.p.a. svolge attività di vendita di Parmigiano Reggiano dop nel canale Dettaglio Specializzato. L'esercizio si è chiuso con un utile di Euro 39.489 dopo aver fatto ammortamenti, accantonamenti per Euro 25.239 e rilevato imposte per euro 18.827.

La Società Le Corti di Filippo Re S.c.r.l. ha lo scopo di sviluppare le vendite dei prodotti agroalimentari a marchio Ferrarini tramite negozi gestiti direttamente. La società ha un capitale sociale di 12.000 Euro ed è posseduta dalla Ferrarini S.p.A. al 70% e per il restante 30% da altre aziende agricole facenti capo alla Famiglia Ferrarini. L'esercizio si è concluso con un utile di Euro 35.661, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamento per Euro 27.212 e rilevato imposte per 18.935.

La società di diritto giapponese Asahi Grant Co. Ltd, posseduta al 45% da Ferrarini Pacific Ltd., consolida la propria quota di circa il 30% del mercato dei Prosciutti Parma interi sul Mercato Giapponese e mantiene posizioni di leader nella commercializzazione di altri prodotti del Made in Italy. I Ricavi derivano principalmente dalla vendita di Prosciutto Crudo (25%) e di affettati freschi (35%), salami (5,5%) e altri salumi (27%). Il fatturato dell'anno 2015 di Asahi Grant è stato di circa 17,4 milioni di Euro, in aumento del 9,7% rispetto all'anno precedente. Si rammenta che Ferrarini s.p.a. ha rinnovato un contratto di call option con diritto di opzione per acquistare un ulteriore 10% del capitale sociale, da esercitarsi entro l'esercizio 2018.

La società Ferrarini Suisse S.A. società interamente posseduta da Ferrarini s.p.a., ha proseguito l'attività di vendita dei prodotti a marchio Ferrarini e Vismara e altri prodotti alimentari sul mercato svizzero, portando il proprio fatturato a circa 8,4 milioni di Euro, in crescita dell'8,3% rispetto all'anno 2014. L'esercizio 2015 si è chiuso con un utile di Euro 275.986, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 16.580 e rilevato imposte per Euro 76.181. I Ricavi derivano principalmente dalla vendita di salumi affettati (35%), formaggi (22,3%) e altri salumi (16%).

La società Latinum Zrt (società di diritto ungherese) ha per oggetto la commercializzazione sul mercato Ungherese, della repubblica Ceca, della Repubblica Slovacca, di varie specialità alimentari italiane. La

Società dispone di una moderna piattaforma situata nel polo logistico-distributivo di Budapest. La società ha un capitale di 62.000.000 di Fiorini Ungheresi detenuto per il 50% da Ferrarini s.p.a. e per il restante 50% da Gruppo Catale kft. Nell'esercizio 2015 è stato sviluppato un fatturato di 7,6 milioni di Euro, in linea con l'anno precedente; l'esercizio si è chiuso con un utile di Euro 160.300 dopo aver stanziato imposte per Euro 12.561. I Ricavi derivano principalmente dalla vendita di pasta e prodotti legati alla panificazione e grocery (88%), formaggio (5%) e salumeria in genere (7%).

La società di diritto Spagnolo Ferrarini Espana S.L., il cui capitale sociale appartiene a Ferrarini s.p.a. per il 95% e a Vismara s.p.a per il restante 5% è dotata di una efficiente e capillare rete di vendita sul territorio spagnolo che le ha consentito di conseguire nell'esercizio 2015 un utile di Euro 459.470, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 13.241. Il fatturato dell'anno 2015 supera quota 12,5 milioni di Euro e deriva principalmente dalla vendita di Prosciutto Cotto di alta qualità (25%), di formaggio Parmigiano Reggiano DOP di Filiera (30%), di affettati freschi (22%) e formaggi vari (14,3%).

Al 31 dicembre 2015 il capitale sociale di Ferrarini sp.z.o.o. appartiene a Ferrarini s.p.a. per il 52,80%, per il 30,5% a Simest S.p.a., per il 13,90% a Vismara S.p.A e per il restante 2,80 % ad Agri-Food Investments s.a., società controllata dalla controllante di Ferrarini s.p.a.. La società opera nel settore della produzione di salumi, da oltre 10 anni, ed è proprietaria di un moderno stabilimento di produzione, dotato delle autorizzazioni necessarie per l'esportazione in Giappone e negli Stati Uniti d'America, oltre che della certificazione BRC. Nel corso dell'anno 2015 ha realizzato un utile di Euro 1.751.311 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 432.747. Nel corso dell'anno 2015 la società ha stipulato un importante contratto di produzione di prosciutto cotto che ha permesso di aumentare i volumi di produzione del 30,4% .

La società di diritto Cinese con sede legale a Hong Kong Ferrarini Pacific Ltd il cui capitale sociale è posseduto direttamente da Ferrarini s.p.a. per il 50,94%,e da Simest spa per il residuo 49,06%, opera sul mercato di Hong Kong sia come subholding che come società operativa nei settori Retail e Deli Counters. Nel 2015 ha realizzato un fatturato di circa 5,7 milioni di Euro che derivano principalmente dalla vendita di Prosciutto Crudi (20%), di formaggio Parmigiano Reggiano DOP di Filiera (6%), altri formaggi (10%), Salami (5%), altri salumi (15%) e di affettati freschi (10%). L'esercizio 2015 si è chiuso con un utile di Euro 180.669 dopo aver rilevato ammortamenti per Euro 111.791 e imposte per 65.142 Euro.

Nel corso dell'ultimo trimestre 2015 Ferrarini Pacific Ltd ha costituito la società di diritto Cinese con sede legale ad Hong Kong Ferrarini Shop Ltd di cui possiede una quota del 95% e che ha come oggetto sociale la gestione e lo sviluppo di format "shop in the shop" a brand Ferrarini e Vismara e "Casa Ferrarini" nelle grandi catene distributive di Hong Kong. La società ha operato per un solo trimestre ed ha realizzato un utile di Euro 53.333.

La società di diritto Cinese con sede legale a Hong Kong Emporio Gourmet Ltd il cui capitale sociale appartiene a Ferrarini Pacific Ltd per il 52,50%, opera sul mercato di Hong Kong prevalentemente nel settore del Food Service. Nel 2015 ha realizzato un fatturato di circa 3,2 milioni di euro in linea con l'anno precedente, che deriva dalla vendita di un'ampia gamma di specialità alimentari Italiane. Nel corso dell'anno 2015 la società per allinearsi ai principali competitors ha integrato l'attività di commercializzazione con la produzione locale di pane, focacce, pizze e ready meals con ingredienti prodotti da Ferrarini e Vismara. L'esercizio 2015 si è chiuso con un utile di Euro 83.841 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 41.011.

La società di diritto statunitense Ferrarini Usa Inc, il cui capitale sociale appartiene direttamente a Ferrarini s.p.a. per il 100%, nel corso dell'anno 2015, ha sospeso l'attività di commercializzazione nel canale food service e si è concentrata nella gestione del centro di affettazione di San Fernando (CA). L'esercizio 2015 si è chiuso con un perdita di Euro 1.424.

La società di diritto statunitense Ferrarini Food inc, il cui capitale sociale appartiene direttamente a Ferrarini s.p.a. per il 100%, opera sul mercato di Nordamericano nel canale specializzato del Retail e del Food Service. Nel 2015 ha realizzato un fatturato di circa 6,4 milioni di euro composto principalmente della gamma salumi (7%), dal burro (8%) e formaggio italiano non ogm e altri formaggi dop (58%). L'esercizio 2015 si è chiuso con una perdita di Euro -108.449 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 119.978.

Ferrarini Shop s.r.l. il cui capitale sociale appartiene direttamente a Ferrarini s.p.a. per il 100%, opera nel mercato delle vendite al consumatore finale. L'attività è iniziata nel 2013. L'esercizio 2015 si è

chiuso con una perdita di Euro 61.172 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 71.954.

Andamento della gestione

Andamento della gestione nei settori in cui opera la società

Nella tabella che segue sono indicati i risultati conseguenti negli ultimi due esercizi in termini di valore della produzione, margine operativo lordo e Risultato prima delle imposte.

	31/12/2015	31/12/2014
valore della produzione	252.660.845	267.657.591
margine operativo lordo	23.062.818	20.044.865
Risultato prima delle imposte	6.818.620	5.318.818

Principali dati economici

Il conto economico consolidato riclassificato confrontato con quello dell'esercizio precedente è il seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Ricavi netti	256.668.470	255.238.894	1.429.746
Proventi diversi	256.027	750.419	(494.392)
Costi esterni	159.047.111	159.445.277	(398.166)
Costi per servizi e altri costi operativi	47.497.278	50.239.898	(2.742.6199)
Valore Aggiunto	50.380.108	46.304.138	4.075.970
Costo del lavoro	27.317.290	26.259.273	1.058.017
Margine Operativo Lordo	23.062.818	20.044.865	3.017.952
Ammortamenti, svalutazioni ed altri accantonamenti	9.494.632	8.375.180	1.119.451
Risultato Operativo	13.568.186	11.669.685	1.898.501
Proventi e oneri finanziari	(6.346.113)	(6.072.992)	273.121
Risultato Ordinario	7.222.073	5.596.693	1.625.380
Componenti straordinarie nette	(403.453)	(277.875)	125.578
Risultato prima delle imposte	6.818.620	5.318.818	1.499.802
Imposte sul reddito	2.154.321	2.200.637	(46.315)
Risultato netto	4.664.299	3.118.181	1.546.118

I dati esposti risultano allineati rispetto a quelli dell'esercizio precedente. In generale la crescita del fatturato aziendale in Asia e in Europa è stato bilanciato dalla riduzione del fatturato sul mercato degli Stati Uniti dove si è preferito concentrarsi sulle vendite dei prodotti core business, ossia di produzione del Gruppo.

La voce "Costi esterni" include le voci di conto economico "Variazione delle rimanenze" e "Costi per acquisti". Il decremento dell'incidenza di questa voce, dipende, dal decremento dei prezzi di alcune materie prime come le carni, i mangimi per bovine da latte e alcune merci rappresentate da prodotti finiti commercializzati (ad es. il grana padano)

La voce "Costi per servizi e altri costi operativi" include le voci di conto economico "Costi per servizi e godimento beni di terzi" e "Oneri diversi di gestione".

Il decremento di questa voce è, in parte, da imputare al passaggio a "sconto in fattura" o a "netto in fattura" di alcuni compensi precedentemente riconosciuti alla Grande Distribuzione per servizi di comarketing o promo-pubblicitari in genere, ed in parte è dovuta anche, ad una attenta attività di contenimento e razionalizzazione dei costi per servizi nel loro insieme.

L'aumento del Valore aggiunto nel corso dell'anno 2015 è principalmente dovuto ad una ottimizzazione dell'utilizzo della capacità produttiva, con conseguente riduzione dell'incidenza dei costi fissi, ed a un migliore controllo dei costi diretti di vendita.

La voce "Proventi e Oneri finanziari" legata, principalmente, alla struttura dell'indebitamento a breve e a medio-lungo termine del Gruppo è sostanzialmente in linea con l'anno precedente.

I risultati conseguiti in termini di tenuta delle vendite in un mercato regressivo, combinati con i risparmi realizzati sul fronte dei costi hanno consentito di registrare un incremento del valore assoluto del “margine operativo lordo”.

A migliore descrizione della situazione reddituale del Gruppo si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di redditività confrontati con gli stessi indici relativi al bilancio dell’esercizio precedente.

	31/12/2015	31/12/2014
Ebitda	23.062.818	20.044.865
Ebitda/Fatturato	8,99%	7,85%
Ebit	13.568.186	11.669.685
Ebit/Fatturato	5,29%	4,57%
R.O.I.	3,87%	3,49%
Utile d’es./Fatturato	1,85%	1,16%
Tax Ratio	31,59%	41,37%

- **EBITDA:** acronimo di “*earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*” è un margine reddituale che misura l'utile di un'azienda prima degli interessi, delle imposte, delle componenti straordinarie, delle svalutazioni e degli ammortamenti. E' quindi un indicatore di redditività che evidenzia il reddito di un'azienda basato solo sulla sua gestione caratteristica al lordo, quindi, di interessi (gestione finanziaria), tasse (gestione fiscale), deprezzamento di beni e ammortamenti. L’EBITDA permette di identificare chiaramente se la società è in grado di generare ricchezza tramite la gestione operativa: se tutte le transazioni economiche dell'azienda (ricavi e costi operativi) avvenissero "per contanti" la cassa aziendale si incrementerebbe di un ammontare pari al suo EBITDA, parte del quale poi servirebbe per pagare gli interessi eventuali ed il carico fiscale. Viene espresso in valori assoluti od in percentuale sul fatturato.
- **EBIT:** acronimo di “*earnings before interest and taxes*”. La funzione informativa dell'EBIT si esplica prevalentemente nell'esprimere il reddito che l'azienda è in grado di generare, prima della remunerazione del capitale investito in azienda. Nella formulazione degli indici di bilancio è utilizzato per ottenere il ROI (Return on Investment, dato da EBIT / Capitale Investito Netto), espressione, appunto, della redditività dei capitali complessivamente investiti in azienda, a prescindere dalla loro provenienza. Viene espresso in valori assoluti od in percentuale sul totale dei ricavi delle vendite e delle prestazioni.
- **ROI:** indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti utilizzate: esprime, cioè, quanto rende il capitale (inteso sia come mezzi propri che di terzi) investito in azienda. Questo indice non è influenzato dagli oneri/proventi finanziari in quanto non ricompresi. La misura soddisfacente è la percentuale equivalente al tasso rappresentativo del costo del denaro. Quanto più supera il tasso medio tanto più la redditività è buona.
- **Utile d’esercizio/Fatturato:** misura in forma percentuale quanto dei ricavi delle vendite e delle prestazioni rimane disponibile per la remunerazione del capitale proprio (patrimonio netto) investito in azienda.
- **Tax ratio:** determina l’incidenza delle imposte sul reddito sul risultato economico prima delle imposte. La riduzione del tax ratio rispetto all’esercizio precedente trova spiegazione nelle modifiche apportate dalla Legge di Stabilità 2015 in merito alla possibilità di dedurre il costo del lavoro dall’imponibile IRAP. Tale modifica ha infatti determinato una riduzione del costo IRAP per circa 400.000 euro.

Principali dati patrimoniali

Lo stato patrimoniale consolidato riclassificato confrontato con quello dell’esercizio precedente è il seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Immobilizzazioni immateriali nette	25.792.663	18.276.603	7.516.059
Immobilizzazioni materiali nette	179.043.948	166.683.195	12.360.755
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni	9.081.552	11.086.313	(2.004.760)

finanziarie			
Crediti oltre esercizio	1.898.099	1.758.271	139.828
Capitale immobilizzato	215.816.262	197.804.381	18.011.883
Rimanenze di magazzino	71.111.770	73.202.892	(2.091.123)
Crediti verso Clienti	53.850.003	60.065.868	(6.215.865)
Altri crediti	13.282.996	8.571.378	4.711.618
Ratei e risconti attivi	2.701.816	2.727.369	(25.553)
Attività d'esercizio a breve termine	140.946.586	144.567.506	(3.620.922)
Totale	356.762.848	342.371.887	14.390.961
Debiti verso fornitori	53.781.542	58.333.173	(4.551.631)
Debiti tributari e previdenziali	5.896.853	5.234.764	662.088
Altri debiti	4.729.943	4.055.763	674.180
Ratei e risconti passivi	888.499	425.010	463.485
Passività d'esercizio a breve termine	65.296.837	68.048.710	(2.751.878)
Capitale d'esercizio netto	75.649.749	76.518.797	(869.044)
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	3.679.713	3.797.389	(117.676)
Debiti tributari e previdenziali (oltre 12 mesi)	425.555	0	425.555
Passività a medio lungo termine	4.105.268	3.797.389	307.879
Patrimonio netto	144.605.353	137.756.275	6.849.078
Finanz. Attivi a medio lungo Termine	(6.603.704)	(8.205.311)	(-1,601.612)
Posizione finanz. a medio lungo termine	93.716.618	56.744.996	36.971.622
Posizione finanz netta a breve termine	49.038.771	76.024.517	(26.985.745)
Posizione finanz netta totale	136.151.685	124.564.196	(11.587.489)
Capitale investito netto totale	350.159.143	334.166.575	15.992.568

La struttura patrimoniale al 31/12/2015 è caratterizzata da un **capitale investito netto** di 350,1 milioni di euro, a fronte di un patrimonio netto di 144,6 milioni di euro (pari al 41,30% del capitale investito netto era il 41,22% al 31 dicembre 2014).

Nel corso dell'esercizio 2015, l'unico socio ELLE-EFFE s.a. ha effettuato un versamento in conto capitale di Euro 1.000.000, rafforzando ulteriormente la solidità patrimoniale della Società capogruppo Ferrarini s.p.a..

A migliore descrizione della solidità patrimoniale della società si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di bilancio attinenti sia alle modalità di finanziamento degli impieghi a medio/lungo termine che alla composizione delle fonti di finanziamento, confrontati con gli stessi indici relativi al bilancio dell'esercizio precedente

	31/12/2015	31/12/2014
Mezzi propri / (posizione finanziaria netta+Mezzi propri)	51,51%	52,51%
Pos. Fin. Netta/(Pos. Fin. Netta + Mezzi Propri)	48,49%	47,49%
Mezzi Propri / Immobilizzazioni	0,67	0,70
Capitale Circolante / Mezzi Propri	0,52	0,56
Indice di rotazione fatturato su scorte	3,61	3,49

- **Mezzi propri su Posizione Finanziaria Netta+Mezzi Propri:** identifica in termini percentuali in che misura il capitale di rischio (ovvero la somma di capitale sociale, delle riserve degli utili non distribuiti e di eventuali perdite riportate a nuovo), partecipa al capitale investito in azienda.
- **Posizione Finanziaria Netta su Posizione Finanziaria Netta+Mezzi Propri:** identifica in termini percentuali in che misura l'azienda fa ricorso al capitale di terzi per finanziare l'attività d'impresa.

- **Mezzi propri su immobilizzazioni:** è il rapporto tra il capitale di rischio ed il valore delle immobilizzazioni. Identifica la capacità dell'azienda di finanziare il capitale immobilizzato in azienda utilizzando capitale di rischio.
- **Capitale circolante su mezzi propri:** identifica l'indice di rotazione del capitale proprio investito in azienda nel capitale circolante composto da liquidità immediate, crediti commerciali, disponibilità non liquide (scorte di magazzino) con l'esclusione delle attività immobilizzate.
- **Indice di rotazione fatturato su scorte:** rappresenta il numero delle volte in cui, in linea teorica, avviene il ricambio delle scorte di magazzino nel corso dell'anno. L'azienda dovrebbe tendere ad ottenere un indice alto in quanto ciò indica un alto ricambio delle scorte e, teoricamente, un basso valore di magazzino rispetto al volume d'affari il che significa minori rischi di obsolescenza del materiale e minore incidenza dei costi finanziari legati alle giacenze. Nel caso della Ferrarini tale indice risente, ovviamente, della tipologia di prodotti realizzati, ed in particolare del fatto che la società produce prodotti quali il Parmigiano Reggiano ed il Prosciutto Crudo che richiedono lunghi periodi di stagionatura.

Principali dati finanziari

La posizione finanziaria netta al 31/12/2015, era la seguente (in Euro):

	31/12/2015	31/12/2014	Variazione
Depositi bancari	25.723.605	25.869.785	(146.180)
Denaro e altri valori in cassa	159.811	93.256	66.555
Disponibilità liquide	25.883.415	25.963.040	(79.626)
Debiti verso banche (entro 12 mesi)	68.358.456	95.983.890	(27.625.434)
Debiti verso altri finanziatori (entro 12 mesi)	6.563.730	6.003.667	560.063
Debiti finanziari a breve termine	74.922.186	101.987.557	(27.065.371)
Posizione finanziaria netta a breve termine	49.038.770	76.024.517	(26.985.745)
Debiti verso banche e altri finanz. (oltre 12 mesi)	63.716.618	56.744.996	6.971.622
Obbligazioni oltre esercizio	30.000.000		30.000.000
Finanziamenti fruttiferi attivi medio lungo	(6.603.704)	(8.205.317)	1.601.612
Posizione finanziaria netta a medio e lungo termine	87.112.914	48.539.680	38.573.234
Posizione finanziaria netta	(136.151.685)	(124.564.196)	(11.587.489)

L'indebitamento finanziario netto di circa 136,1 milioni di Euro cresce di Euro 11,5 milioni per effetto, principalmente, della politica di investimenti realizzata nel corso dell'anno 2015 e dell'emissione di un prestito obbligazionario.

Infatti nel quadro di un consolidamento e razionalizzazione degli aspetti finanziari si è inserita la decisione assunta dalla capogruppo nel mese di marzo 2015 di emettere un Prestito Obbligazionario ("Bond") di complessivi euro 30 milioni.

Il Bond emesso è quotato al segmento "Extra Mot Pro" organizzato e gestito da Borsa Italiana, riservato ad investitori istituzionali.

A migliore descrizione della situazione finanziaria si riportano nella tabella sottostante alcuni indici di bilancio, confrontati con gli stessi indici relativi ai bilanci degli esercizi precedenti.

	31/12/2015	31/12/2014
Liquidità primaria	0,61	0,50
Liquidità secondaria	1,23	1,00
Indebitamento (PFN/Equity)	0,94	0,90
Tasso di copertura degli immobilizzi	1,11	1,02

Informazioni attinenti all'ambiente e al personale

Tenuto conto del ruolo sociale dell'impresa come evidenziato anche dal documento sulla relazione sulla gestione del Consiglio Nazionale dei Dottori commercialisti e degli esperti contabili, si ritiene opportuno fornire le seguenti informazioni attinenti l'ambiente e al personale.

Personale

Ferrarini s.p.a. è da sempre sensibile alla salvaguardia della salute e della sicurezza dei propri lavoratori ed anche nel 2015 ha messo in atto una serie di investimenti volti a garantire la sicurezza del personale ed in generale a migliorare le condizioni di lavoro.

In particolare sono stati adeguati e messi a norma gli impianti elettrici dello stabilimento di produzione prosciutto cotto e di alcune strutture zootecniche. Sono inoltre stati acquistati macchinari che aiutano a sollevare le forme di parmigiano reggiano al fine di "azzerare" i pesi. Al fine di garantire la sicurezza degli operatori sono stati inoltre installati moderni sistemi di allarme per ambienti confinanti che permettono a chi, inavvertitamente, dovesse rimanere chiuso in una cella di avvisare il servizio di sorveglianza.

Grazie a quanto fatto in corso d'anno e negli anni passati, nel 2015 non si sono verificati infortuni mortali o infortuni che possano aver comportato lesioni gravi o gravissime.

Ferrarini s.p.a. punta anche a rendere eccellente la propria organizzazione in quanto l'ambiente in cui si trova ad operare si trasforma a ritmi velocissimi e le persone svolgono sempre più un ruolo importante per la crescita dell'azienda; infatti l'apporto di competenza e motivazione da parte del personale e la sua disponibilità a migliorarsi è fondamentale per creare una organizzazione aziendale eccellente.

Proprio in ragione di quanto esposto i dipendenti della società hanno preso parte a una serie di corsi, riassunti nella tabella qui sotto, per un totale di 757 ore di formazione nel solo campo della sicurezza.

CORSI 2015 - SALUMIFICIO (Rivalentella)			
Corso	Ore	N° part.	
AGGIORNAMENTO ADDETTI PRONTO SOCCORSO	6,00	1	6
AGGIORNAMENTO ADDETTO ANTINCENDIO	5,00	3	15
AGGIORNAMENTO RLS	8,00	1	8
FORMAZIONE ADDETTO ANTINCENDIO	8,00	1	8
FORMAZIONE GENERALE 4 ORE	4,00	4	16
FORMAZIONE GENERALE 4 ORE	4,00	2	8
FORMAZIONE SPECIFICA PER INTEGRAZIONE MANSIONI	3,00	1	3
FORMAZIONE SPECIFICA PER INTEGRAZIONE MANSIONI	1,00	4	4
FORMAZIONE SPECIFICA RISCHIO ALTO	12,00	3	36
FORMAZIONE SPECIFICA RISCHIO BASSO	4,00	4	16
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	1	12
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	22	264
FORMAZIONE USO PONTI SVILUPPABILI E PIATTAFORME AEREE	10,00	2	20
		49	416

CORSI 2015 - PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA			
Corso	Ore	N° part.	
AGGIORNAMENTO ADDETTO ANTINCENDIO	5,00	1	5
FORMAZIONE GENERALE 4 ORE	4,00	1	4
FORMAZIONE SPECIFICA RISCHIO ALTO	12,00	1	12
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	3	36
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	8	96
		14	153

CORSI 2015 - Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO			
Corso	Ore	N° part.	
FORMAZIONE GENERALE 4 ORE	4,00	2	8
FORMAZIONE SPECIFICA RISCHIO ALTO	12,00	2	24
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	9	108
		13	140

CORSI 2015 - Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO			
Corso	Ore	N° part.	
FORMAZIONE USO CARRELLO ELEVATORE	12,00	2	24
FORMAZIONE USO TRATTORI AGRICOLI E FORESTALI (Trattori a ruote)	8,00	3	24
		5	48
	Totale	81	757

Ambiente

Nel corso dell'esercizio non si sono verificati danni causati all'ambiente per cui la società è stata dichiarata colpevole in via definitiva. La società ha messo in atto una serie di controlli volti a contenere i consumi elettrici ed una attenta gestione dei rifiuti al fine di un loro corretto smaltimento o al fine di attuarne, ove possibile, il riutilizzo/recupero nell'ambito del ciclo produttivo.

La Politica ambientale di Ferrarini s.p.a. è stata oggetto di un approfondimento al fine di verificarne la coerenza con i concetti di sostenibilità ambientale e sociale, anche in relazione all'importante funzione sociale di tutela ambientale e sociale nella fascia pedecollinare e delle aree S.I.C (Siti di importanza Comunitaria) dove si sviluppa l'attività agricola aziendale. Le aree classificate S.I.C in base alla direttiva Habitat 92/43/CEE sono aree dove è introdotto l'obbligo di conservare l'habitat ed in particolare gli animali e i vegetali a rischio di estinzione o minacciate da attività antropica. Le aree S.I.C. di proprietà sociale assommano a ha 61, e su di esse vengono realizzate coltivazioni di foraggio per l'alimentazione delle bovine da latte; tale latte viene poi impiegato nelle produzioni di parmigiano reggiano e burro non ogm.

Per quanto riguarda l'Assicurazione della qualità, Ferrarini vanta da tempo la certificazione ISO:9001:2000 per lo stabilimento di Rivalentella (produzione cotto); gli stabilimenti per la produzione di crudi siti in Lesignano de' Bagni e lo stabilimento "Latteria" per produzione Parmigiano-Reggiano sono muniti della certificazione BRC (British Retail Consortium Standards Food) e IFS (International Food Standards) oltre che della certificazione per la Global Standard for Food Safety. Per quanto riguarda la gestione della produzione del Parmigiano Reggiano, gli allevamenti e gli stabilimenti produttivi sono dotati della certificazione UNI EN ISO 22005:08 per la rintracciabilità del prodotto dalla fase di allevamento a quella della spedizione del prodotto finito.

Normativa di settore

L'attività delle unità produttive della nostra Società si svolge nel pieno rispetto della legislazione di settore che disciplina i seguenti principali aspetti specifici:

- Igiene e sicurezza degli alimenti, controlli ufficiali, allerte sanitarie e loro gestione;
- Limiti e controlli microbiologici e inquinanti;
- Ingredienti e additivi consentiti e limiti nel dosaggio;
- Etichettatura dei prodotti alimentari;
- Metrologia;
- Buone pratiche di lavorazione;
- Regolamenti di produzione;
- Imballaggi e materiali a contatto;
- Mangime e benessere animale;
- Scambi intracomunitari.

Vengono inoltre rispettate tutte le normative introdotte nei paesi extra Ue, che presentano norme igienico sanitarie più restrittive di quelle applicate nella comunità europea.

Le certificazioni volontarie sono riepilogate nella tabella sotto riportata:

UNITÀ PRODUTTIVA	ATTIVITÀ	CERTIFICAZIONE - STANDARD DI RIFERIMENTO - DATA DI 1^ EMISSIONE
FERRARINI S.p.A. Via Rivalentella, 3 42100 Reggio Emilia	Produzione prosciutti cotti	Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare UNI EN ISO 22000:05 CSQA. n. 40082 – Giu.15
FERRARINI S.p.A. Via della Repubblica, 77/1 42100 Reggio Emilia IT J864X CE	Stoccaggio e spedizione prodotti	Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare UNI EN ISO 22000:05 CSQA. n. 40082 – Giu.15
		Parmigiano Reggiano Filiera controllata DTP 035 CSQA n. 977 – Dic.01
		Parmigiano Reggiano Rintracciabilità di filiera UNI EN ISO 22005:2008 CSQA n. 1529 – Gen.03
		Burro da Filiera controllata DTP 035 CSQA n. 2926 – Dic.04
		Burro con Rintracciabilità di filiera UNI 22005:08 CSQA n. 2925 – Dic.04
FERRARINI S.p.A. Via F. Menozzi, 29 42030 Puianello, Quattro Castella (RE) IT 08 522 CE	Produzione formaggio Parmigiano Reggiano DOP forma intera e porzionato	IFS International Food Standard (Higher Level) CSQA n. IFS 2015-2910 Nov.15
		BRC Global Standard for Food Safety (Grade:AA) CSQA n. BRC 2015-2909 Nov.15
		Filiera controllata: DTP 035 CSQA n. 977 – Dic.01
		Rintracciabilità di filiera: UNI 22005:08 CSQA n. 1529 – Gen.03
	Prodotto con latte da alimentazione non OGM: DTP 030 CSQA n.5594 – Mar.07	
	Produzione burro di filiera	Filiera controllata: DTP 035 CSQA n. 2926 – Dic.04
FERRARINI S.p.A. Via Cavo 8 43037 Lesignano de Bagni (PR) CE IT 434 L	Produzione e stagionatura di prosciutto crudo e culatello con cotenna	Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare UNI EN ISO 22000:05 CSQA n.4546 – Mag.06
		BRC Global Standard – Food (Grade:A) CSQA n. BRC 2015-2347 Mag.15
		IFS International Food Standard (Higher Level) CSQA n. IFS 2015-2348 Mag.15
FERRARINI S.p.A. Via Cavo 8/A 43037 Lesignano de Bagni (PR)	Produzione e stagionatura di prosciutto crudo e culatello con cotenna	Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare UNI EN ISO 22000:05 CSQA n.4546 – Mag.06
		BRC Global Standard – Food (Grade:A) CSQA n. BRC 2015-2349 Mag.15
		IFS International Food Standard (Higher Level) CSQA n. IFS 2015-2350 Mag.15

CE IT 713 L	Disosso e affettatura di prosciutto crudo e culatello con cotenna Affettatura di salumi	
FERRARINI S.p.A. Via Cavo 8/B 43037 Lesignano de Bagni (PR) CE IT G4279	Produzione salami	Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare UNI EN ISO 22000:05, CSQA n.4546 – Mag.11 BRC Global Standard – Food (Grade:A) CSQA n. BRC 2015-2349 Mag.15 IFS International Food Standard (Higher Level) CSQA n. IFS 2015-2350 Mag.15

Attività di ricerca e sviluppo

L'innovazione di processo e di prodotto è centrale nelle scelte strategiche e nella definizione dei prodotti alimentari offerti ai propri clienti e al consumatore finale. Garantire la qualità e la sicurezza dei propri prodotti è da sempre la "mission" del Gruppo Ferrarini; tale obiettivo è perseguito attraverso controlli integrati e sistemi di tracciabilità su tutte le fasi della filiera produttiva.

In particolare nel corso dell'anno 2015 l'attività di ricerca e sviluppo è stata rivolta alla messa a punto di nuovi prodotti, alla innovazione dei processi produttivi ed al miglioramento del livello qualitativo dei prodotti in stagionatura, sempre nel rispetto delle tradizioni e possibilmente nell'ottica di cogliere opportunità di sviluppo al fine di anticipare le nuove esigenze di Clienti e Consumatori.

Nel corso del 2015 la Società capogruppo ha effettuato attività di ricerca e sviluppo riconducibile ai seguenti progetti:

Progetto 1: studio, analisi, pianificazione e sviluppo inerente la riorganizzazione dell'allevamento bovino finalizzato a migliorare le performance prestazionali, in particolare con l'obiettivo di aumentare la produzione di latte giornaliera per capo allevato ed elevare gli standard qualitativi del latte destinato alla caseificazione di Parmigiano Reggiano.

Progetto 2: attività di studio, ricerca, pianificazione e sviluppo di soluzioni tecniche ed informatiche per l'ottimizzazione del sistema di condizionamento ambientale delle celle di stoccaggio dei prosciutti in particolare per l'area fredda al fine di migliorare la capacità di regolazione e mantenimento di umidità e temperature idonee al processo di stagionatura.

Progetto 3: attività di studio, ricerca, pianificazione e sviluppo di soluzioni informatizzate finalizzate all'ottimizzazione della gestione delle specifiche di prodotto finito.

Progetto 4: attività di studio, ricerca, pianificazione e sviluppo di soluzioni informatizzate finalizzate all'ottimizzazione della sintesi dei dati per il controllo del business e "data intelligence"

Progetto 5: analisi, studio, pianificazione e progettazione di un innovativo format di ristorazione presso fiere, aeroporti, deli counters in supermercati.

Progetto 6: Very Important Protein VIP, finalizzato alla ricerca di stili di vita nell'ottica della prevenzione in collaborazione con il Policlinico Gemelli di Roma e importanti aziende Partners come Tedaldi, Fileni, Elanco

Progetto 7: studio, ricerca, sviluppo e sperimentazione di nuove tipologie di prodotti biologici: prosciutto cotto e vino.

Progetto 8: studio, ricerca, pianificazione e sviluppo per l'ottimizzazione della resa casearia del latte da parmigiano reggiano, in particolare nella fase di affioramento e miscelazione latte jersey nelle vasche preposte.

Progetto 9: studio ed ottimizzazione del processo produttivo HPP (High Pressure Processing) sistema di pastorizzazione a freddo ad alta pressione per garantire la sicurezza alimentare e preservarne le proprietà nutritive e incrementare la shelf life.

In coerenza con quanto previsto ai sensi dell'art 3 del decreto-legge 23 dicembre 2013, n. 145, convertito con modificazioni dalla legge 21 febbraio 2014, n. 9, come modificato dal comma 35 dell'articolo 1 della legge 23 dicembre 2014, n. 190 (Legge di Stabilità 2015) – Credito di imposta per attività di ricerca e sviluppo il valore complessivo delle spese inerenti alle attività di ricerca e innovazione sono state pari ad € 619.751,73.

I calcoli effettuati per la sua determinazione hanno originato un credito d'imposta dell'importo di € 189.535,48

Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti

Ferrarini s.p.a. non possiede azioni proprie o azioni della società controllante, né per interposta persona, né attraverso società fiduciarie e non ha mai acquistato o alienato azioni proprie, o della controllante, neppure per interposta persona o per il tramite di società

Informazioni relative ai rischi e alle incertezze ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6-bis, del Codice civile

Di seguito sono fornite, poi, una serie di informazioni quantitative volte a fornire indicazioni circa la dimensione dell'esposizione ai rischi da parte dell'impresa.

Rischio di credito

La società non ha significative concentrazioni di crediti. La politica commerciale della società prevede di vendere ai clienti solo dopo una valutazione della loro capacità di credito, monitorando poi gli eventuali scaduti mese su mese. Per alcuni clienti sono state attivate polizze di coperture assicurative specifiche su plafond concordati con l'istituzione assicurativa che offre la copertura stessa.

Rischio di liquidità

Una politica prudente del rischio di liquidità implica il mantenimento di adeguate disponibilità liquide e sufficienti linee di credito dalle quali poter attingere. E' politica della società avere a disposizione linee di credito utilizzabili per esigenze di cassa e per smobilizzo di portafoglio che sono immediatamente disponibili nei limiti degli affidamenti concessi.

Rischio di prezzo e di cash flow

La società non ha titoli quotati e pertanto soggetti alle oscillazioni di borsa. La società non ha significative attività generatrici di interessi e pertanto i ricavi ed il cash flow sono indipendenti dalle variazioni dei tassi di interesse.

E' attentamente valutato il rischio connesso all'oscillazione del prezzo delle materie prime.

Rischio di tasso di cambio

La società opera a livello internazionale ma è esposta al rischio di cambio in misura molto contenuta in quanto la maggior parte delle vendite all'esportazione sono fatte in Euro e non nella valuta del Paese di esportazione.

Rischio di tasso d'interesse

Il rischio di tasso d'interesse è originato dai finanziamenti a medio lungo termine a tasso variabile. La politica della società attualmente è di rimanere nell'area del tasso variabile, monitorando l'inclinazione delle curve dei tassi d'interesse.

Rischio di non conformità alle norme

Non esistono particolari rischi di incorrere in sanzioni ed interdizioni dello svolgimento dell'attività a causa della mancata osservanza delle norme di riferimento.

Rischio processi

La società possiede un'organizzazione contabile basata sulla ripartizione dei compiti e un sistema applicativo gestionale basato sulla ripartizione delle funzioni con profili ed autorizzazioni dedicate e periodicamente revisionate. Periodicamente vengono effettuate analisi e valutazioni di affidabilità del sistema di controllo interno, a cui fanno seguito, ove necessari, gli adeguamenti dei processi.

Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio

Nei primi mesi dell'anno 2016 il ritmo di crescita dell'economia mondiale nonostante il sostegno fornito dal calo dei corsi petroliferi permane stagnante. La modesta crescita del PIL e del commercio globale è legato al deterioramento delle prospettive economiche globali su cui ha pesato in particolare la flessione dei mercati, ed in taluni casi l'entrata in recessione di importanti paesi emergenti, che si è intensificata a seguito del perdurante declino dei prezzi delle materie prime e dell'inasprimento delle condizioni finanziarie. Secondo le nuove proiezioni elaborate dal Fondo Monetario Internazionale la crescita del PIL nel 2016 si colloca al 3,2% rispetto al 3,1% dell'anno 2015. Negli Stati Uniti l'inatteso rallentamento dell'economia e la scarsa dinamica degli investimenti hanno spinto la Federal Reserve a lasciare il tasso di riferimento invariato tra lo 0,25 e lo 0,50 per cento e a rivedere al ribasso l'entità degli ulteriori aumenti previsti nel breve termine.

Nel corso del 2016 in Giappone permane un aumento del PIL dello 0,50% grazie al contributo delle esportazioni e dei consumi pubblici. La politica monetaria permane estremamente accomodante e caratterizzata da tassi su depositi negativi (-0,1). Anche le analisi di marzo 2016 degli analisti della BCE sugli andamenti delle economie mondiali evidenziano un rallentamento sia nelle economie avanzate sia in quelle emergenti con andamenti disomogenei sia nei paesi avanzati, la cui ripresa è fragile e si accompagna a tassi di inflazione eccezionalmente bassi, sia in quelli emergenti, per alcuni dei quali si è ampliata la vulnerabilità rispetto alla volatilità dei flussi di capitali internazionali, e degli elevati livelli di debito interno. A questo si aggiunge una spinta deflattiva determinata anche dalla difficoltà dell'economia cinese caratterizzata da un eccesso di capacità produttiva.

In Italia si registrano segnali congiunturali favorevoli anche se deve ancora consolidarsi il riavvio del ciclo economico. Nei primi mesi dell'anno in corso l'andamento dell'attività industriale è ancora incerto ma si riscontrano alcuni miglioramenti nella fiducia di imprese e famiglie.

Ancora segnali in chiaro scuro per la distribuzione italiana. Secondo quanto diffuso dall'Istat l'indice stagionalizzato del valore delle vendite al dettaglio ha registrato, a febbraio 2016, una crescita del 2,7% rispetto a febbraio 2015, mentre i volumi sono aumentati del 2,2%. Per quanto riguarda gli alimentari il confronto mensile anno su anno mostra segnali positivi con un +3,3% a valore e +3,6% a volume. Rispetto al mese precedente le vendite al dettaglio segnalano un rialzo dello 0,3%.

In un contesto articolato e complesso come quello attuale, un'impresa agroalimentare di marca come Ferrarini riesce a conservare le proprie quote di mercato sul mercato interno, oltre che a sviluppare la sua presenza in nuovi mercati esteri, solo se garantisce ai consumatori valori ed esperienze appaganti, basati su solidi elementi distintivi quali la Certificazione di qualità, la rintracciabilità dei prodotti, la sicurezza della filiera delle materie prime ed anche la Storia di un'azienda legata al mondo dei valori agricoli.

Nell'ambito del progetto di riorganizzazione strutturale e delle attività produttive del Gruppo Ferrarini, finalizzato al consolidamento ed alla crescita nelle diverse aree di business in cui operano le società del Gruppo si è ritenuto opportuno procedere alla scissione parziale proporzionale di Ferrarini s.p.a. in favore di

una società per azioni beneficiaria di nuova costituzione (che ha assunto la denominazione di **Ferrarini s.p.a.**), del ramo di azienda Industriale relativo all'attività di produzione e vendita di prosciutti cotti, di prosciutti stagionati e della salumeria tradizionale. Di conseguenza in data 29 gennaio 2016, il Consiglio di Amministrazione di Ferrarini S.p.A ha predisposto ed approvato il progetto di scissione redatto ai sensi degli articoli 2506-*bis* e 2501-*ter* del codice civile, relativo alla scissione parziale proporzionale della Società, del ramo di azienda industriale relativo all'attività di produzione e vendita di prosciutti cotti, di prosciutti stagionati e della salumeria tradizionale. In particolare, il ramo di azienda industriale oggetto di trasferimento include i complessi dei beni materiali ed immateriali destinati all'attività di produzione e vendita di prosciutti cotti, di prosciutti stagionati e della salumeria tradizionale, inclusi i marchi e brevetti e le unità immobiliari industriali. Il progetto è stato successivamente approvato in data 17 febbraio 2016 dall'assemblea straordinaria della Società a ministero Notaio Zanichelli, la cui delibera è stata depositata, insieme al progetto di scissione, presso il Registro delle Imprese di Bologna in data 19 febbraio 2016.

Il 18 aprile 2016 l'assemblea degli obbligazionisti ha, con voto unanime dei presenti, approvato sia la scissione che il trasferimento del Bond dalla scissa alla beneficiaria.

L'atto di scissione è stato sottoscritto il 12 maggio 2016 e gli effetti della scissione suddetta si produrranno dal prossimo 1 giugno 2016. Gli effetti contabili di tale operazione non hanno avuto alcun impatto sul bilancio al 31 dicembre 2015.

Parte del patrimonio rappresentante il ramo di azienda industriale relativo all'attività di produzione e vendita di prosciutti cotti, di prosciutti stagionati e della salumeria tradizionale è stato trasferito in una società di nuova costituzione, con la denominazione di "FERRARINI S.P.A.", con sede in Reggio Emilia e capitale sociale di Euro 25.000.000 e con oggetto sociale l'attività industriale inerente al ramo di azienda assegnato.

La società scissa, in conseguenza della Scissione, ha adottato un nuovo statuto sociale e modificato la denominazione sociale in "SOCIETA' AGRICOLA FERRARINI S.P.A." e l'oggetto sociale che prevede esclusivamente lo svolgimento dell'attività agricola e attività connesse (quali l'attività casearia relativa al parmigiano reggiano e la produzione e commercializzazione di prodotti vitivinicoli e di aceti), mentre rimane invariato il capitale sociale in quanto la stessa società scissa presenta riserve patrimoniali di ammontare superiore al netto contabile assegnato alla società beneficiaria.

In data 4 Marzo 2016 la società Ferrarini s.p.a ha firmato l'atto di adesione n. TGBA3F500014/2016 con l'Agenzia Regionale dell'Emilia Romagna che riguarda una verifica fiscale generale sugli esercizi sociali 2013 e 2014.

Altre informazioni

Il presente bilancio è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 12 maggio 2016, in base alle previsioni del vigente statuto sociale che consentono la proroga dei termini fino a 180 giorni dopo la chiusura dell'esercizio, in quanto la Società redige il bilancio consolidato, con la presenza, tra le altre, anche di società estere.

Ritenendo di avere fornito ogni elemento potesse essere necessario per una migliore interpretazione del bilancio consolidato, formuliamo ogni migliore auspicio per lo sviluppo dell'attività sociale.

Reggio Emilia, 12 maggio 2016

Presidente del Consiglio di Amministrazione
Lisa Ferrarini

La sottoscritta Rag. Rossana Spaggiari, ai sensi dell'art.31 comma 2-quinquies della Legge 340/2000, dichiara che il presente documento è conforme all'originale depositato presso la società.

Esente dall'imposta di bollo di cui all'art. 13, della Tariffa, Parte Ia, ai sensi della Risoluzione dell'Agenzia delle Entrate, n. 13/E del 26 gennaio 2007.