

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 31/12/2014

Signori Azionisti,

l'esercizio chiuso al 31/12/2014 riporta un risultato positivo pari a Euro 3.118.818.

Il suddetto risultato è stato conseguito dopo aver effettuato:

- Ammortamenti sulle immobilizzazioni immateriali per Euro 2.854.216;
- Ammortamenti sulle immobilizzazioni materiali per Euro 5.266.467;
- Accantonamenti per imposte differite e correnti per Euro 2.200.637.

Condizioni operative e sviluppo dell'attività

Il bilancio al 31 Dicembre 2014 che sottoponiamo all'approvazione dell'assemblea, 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 significata se effettuata in rapporto allo scenario nazionale ed internazionale nell'ambito del quale si è svolta l'attività aziendale.

Andamento dell'economia nazionale ed internazionale

L'andamento dell'attività economica nel 2014 ha deluso le attese, non riuscendo a risollevarsi dal modesto ritmo del biennio precedente.

Si registra l'ampliamento del divario tra la crescita più sostenuta di USA e Regno Unito e quella molto più debole di Giappone e Area Euro. Nei paesi in via di sviluppo ed emergenti l'attività economica ha nel complesso rallentato a causa di fragilità strutturali e di vincoli di natura finanziaria.

In tutti i paesi avanzati si registra una riduzione dell'inflazione che riflette la persistente debolezza della domanda ed il calo dei prezzi delle materie prime.

Anche il *commercio mondiale* è aumentato meno rispetto alle proiezioni fatte all'inizio dello scorso anno.

I mercati delle materie prime hanno visto un rapido e deciso calo delle quotazioni del petrolio che ha pochi precedenti storici. A ciò hanno concorso l'accelerazione dell'offerta indotta dal rapido aumento della produzione di greggio negli Stati Uniti, la decisione dell'OPEC di non ridurre la propria e il rallentamento della domanda di petrolio dovuto al progressivo indebolimento della crescita globale.

Nell'*Area Euro* si è manifestata una ripresa ancora molto fragile che ha naturalmente risentito dell'espansione più contenuta del previsto del commercio internazionale. Qualche timido segnale di recupero si è registrato a fine anno e nei primi mesi del 2015.

L'inflazione è scesa ben al di sotto della definizione di stabilità dei prezzi del Consiglio Direttivo della Banca Centrale Europea, diventando negativa nel mese di dicembre. Le aspettative di inflazione di medio periodo

hanno raggiunto, per la prima volta dall'avvio dell'Unione monetaria, valori molto inferiori al 2%.

Per questo motivo il Consiglio direttivo della BCE ha reso decisamente più espansive le condizioni monetarie e nel 2014 ha ridotto i tassi ufficiali fino al limite oltre al quale non reputa più possibili ulteriori ritocchi al ribasso; ha dato avvio all'acquisto di titoli privati ed ha attuato operazioni di rifinanziamento a più lungo termine al fine di stimolare l'offerta di credito.

In *Italia*, nel 2014, la prolungata flessione del PIL si è attenuata, annullandosi nell'ultimo trimestre grazie alla timida ripresa della domanda interna.

Nell'anno appena passato il principale freno alla crescita è stato il calo degli investimenti, che sono tuttavia tornati ad aumentare, in misura molto lieve, nel quarto trimestre.

La spesa delle famiglie ha proseguito il lento recupero iniziato a metà 2013 ma rimane inferiore ai livelli del 2007 di circa l'8%. Sono cresciuti soprattutto gli acquisti di beni durevoli, la propensione al risparmio è lievemente scesa ed il clima di fiducia delle famiglie è migliorato.

La flessione del potere di acquisto si è interrotta grazie al modesto aumento dell'occupazione, al calo dell'inflazione e ai trasferimenti del Governo a favore dei redditi da lavoro dipendente medio bassi. Tuttavia non va dimenticato che ancora oggi, secondo le indagini ISTAT, la popolazione al di sotto della soglia di povertà assoluta è più che raddoppiata rispetto al 2007.

Le esportazioni hanno registrato un deciso rialzo, ma ciò è andato a beneficio solo delle imprese più produttive ed innovative e non delle tante microimprese che ancora affollano il sistema industriale italiano.

Il settore alimentare e l'andamento della gestione

Il 2014 è stato ancora un anno di grandi sfide per il settore dei salumi. Il comparto, come il resto del mondo alimentare, nonostante le connaturate doti anticicliche, ha continuato a mostrare segnali di debolezza.

La produzione è scesa a 1,165 milioni di ton dalle 1,179 milioni dei 12 mesi precedenti (-1,2%). Anche il fatturato ancora cedente è infatti sceso a 7.822 milioni di euro (-1,5%).

A soffrire maggiormente sono stati i prodotti a maggiore valore aggiunto, penalizzati ancora una volta dalla limitata disponibilità di reddito delle famiglie e dai maggiori costi di produzione.

Nonostante la contrazione complessiva della produzione, prosciutto cotto e crudo, prodotti leader del settore, hanno visto la loro quota complessiva scendere al 48,6% dal 48,8% dell'anno precedente, e al 52,1%, in valore, dal 52,4%.

Soprattutto scende la produzione di prosciutti crudi (-2,1%) mentre quella dei cotti si è ridotta solo dello 0,8%.

Trend negativo anche per le quantità prodotte di mortadella, attestatesi sulle 167.400 ton (-2%) per un valore di 670,4 milioni di euro (-0,7%).

Notevole invece la crescita per la produzione di speck, salita a 31.600 ton (+9%) per un valore di 318,4 milioni di euro (+8,3%); risultato positivo anche per la produzione di pancetta (+0,8% per 52.600 ton e +1% in valore per 243,7 milioni di euro).

Nel 2014 la struttura dei consumi interni ha visto al primo posto sempre il prosciutto cotto, con una quota del 25,9% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto crudo (22,4%), da mortadella/wurstel, stabili al 20,2% e dal salame fermo all'8,1%.

Ancora una volta a trainare il comparto dei salumi oltre la crisi è stato l'export. Le *esportazioni* di salumi nel 2014, infatti, hanno raggiunto quota 148.830 ton (+4,7%) a cui corrisponde un fatturato record di 1,260 miliardi di euro (+6,3%); il tutto in un contesto non facile a causa della crisi e dell'aumento delle barriere non tariffarie (USA e Russia).

Nonostante la crisi economica continui ed i consumi siano deboli, l'export dei salumi verso i Paesi UE ha registrato un +4,2% in quantità e un +5,9% in valore raggiungendo i 975,9 milioni di euro.

La Germania si conferma il principale partner commerciale (sia in quantità sia in valore) delle aziende italiane grazie al buon andamento dell'esportazioni di prosciutti crudi, salami e pancette.

Molto positivi anche i contributi che vengono dal Regno Unito, dove è stato realizzato un fatturato di circa 142 milioni di euro, dall'Austria, dalla Croazia e dalla Spagna dove il fatturato sviluppato ha superato i 20 milioni di euro.

La Francia ha invece fatto registrare un calo a quantità mentre in valore rimane di a circa 213 milioni di euro.

Il 2014 è stato anche un anno dinamico per gli scambi con i Paesi extra UE.

Gli Stati Uniti si confermano il primo mercato di destinazione fuori dalla UE (7.365 ton vendute per un

fatturato di circa 87 milioni di euro). Sono apparsi in ripresa gli invii di salumi verso la Svizzera, spinti dalle buone performance di salami, bresaola e insaccati cotti.

Un importante impulso all'export è arrivato anche dal Giappone (+27,4% in quantità e +17,8% in valore) mentre sui mercati più piccoli meritano menzione gli incrementi della Norvegia (+12,9% in quantità) e del Libano (+5,1% in quantità e +3,7% in valore).

Hanno ceduto terreno invece le spedizioni verso Hong Kong (-2,7% in quantità ma +8,6% in valore) e naturalmente quelle verso la Russia che hanno chiuso l'anno con un -42,7% in quantità e -32,1% in valore (corrispondente circa a -13 milioni di euro).

Fondamentali per le export italiano sono stati i prosciutti crudi stagionati, infatti gli invii di prodotti con e senza osso - assieme a coppe, culatelli e speck, hanno evidenziato un +5,7% in quantità e un +8,7% in valore raggiungendo un fatturato di quasi 660 milioni di euro.

Ottimo 2014 per mortadelle e wurstel che, dopo un 2013 complicato, hanno ripreso la loro marcia segnando un +6,2% in quantità e un +7,2% in valore raggiungendo i 120 milioni di euro di fatturato.

Dinamico anche il trend dell'export dei prosciutti cotti che hanno mediamente registrato un +4,3% in quantità e un +6,4% in valore sviluppando un fatturato in esportazione di 98,2 milioni di euro. Superiore alla media la performance dell'export verso Paesi UE che ha potuto contare sui buoni andamenti di Francia (+3,6% in valore), Regno Unito (+30,5% in quantità e +26% in valore) e Spagna (+46,2% e +29,6%).

Il 2014 è stato altalenante ma positivo per l'export dei salami arrivato ad oltre 250 milioni di euro. Buoni i risultati delle vendite verso i Paesi UE mentre sono apparsi in difficoltà gli invii verso i Paesi extra UE (-4,3% in quantità) penalizzati dal forte calo delle vendite in Russia (-86,8%).

Nel 2014 le *importazioni* di prodotti della salumeria sono salite ad oltre 48.000 ton (+11,1% rispetto al 2013) per un valore che ha superato i 190 milioni di euro (+9,4%). Un incremento importante, in parte, imputabile alla debolezza dei consumi interni che ha continuato a spingere i consumatori verso prodotti a più basso valore aggiunto e minore prezzo, ed in parte, al fatto che alcuni Paesi della UE, trasformatori oltre che produttori, potendo disporre di ingenti quantitativi di materia prima a bassi costi per via della crisi con la Russia, hanno offerto sul nostro mercato prodotti con un rapporto qualità/prezzo senza dubbio d'interesse.

Nel 2014 la *produzione suinicola* mondiale si è attestata al di sopra dei 110 milioni di tonnellate (+1,5% rispetto al 2013).

A determinare tale aumento sono stati i progressi di Cina (+3,2%), dove il governo ha continuato ad incoraggiare programmi di allevamento di suini più adulti e pesanti cercando di combattere il diffondersi delle malattie suine, Unione Europea (+1,3%) e Brasile (+1%).

Il patrimonio suinicolo dell'Unione Europea a dicembre 2014 ha manifestato un incremento salendo a 141,7 milioni di capi rispetto ai 140 milioni circa dell'anno precedente (+1,3%).

Si tratta del primo risultato positivo dopo tre decrementi consecutivi. Tra i Paesi a suinicoltura rilevante quasi tutti hanno mostrato un andamento crescente: Germania (+0,4%), Spagna (+4,1%), Polonia (+2,5%) e Danimarca (+2,5%).

Il settore dei Formaggi Dop

Le produzioni di Formaggi Dop e Igp hanno registrato, anche nell'anno 2014, un ulteriore incremento raggiungendo le 423.294 Tons (+3,74% a quantità). Nel corso del 2014 l'export di formaggi ha raggiunto le 321 tonnellate, mettendo a segno un +7,20% a volume e un +4,17% a valore rispetto all'anno precedente. Anche grazie al contributo dei prodotti a denominazione di origine protetta, il saldo import/export dei formaggi, per la seconda volta consecutiva, è stato positivo (+70 milioni di euro). I buoni risultati conseguiti in termini di consumi di formaggi Dop, sono il segno del riconoscimento, da parte dei consumatori, dell'impegno e delle attenzioni delle industrie nell'offrire, anche nel settore dei prodotti più tradizionali, formaggi di altissima qualità.

Per quanto riguarda il Grana Padano la produzione 2014 ha registrato un significativo incremento pari al 6,30%, raggiungendo la produzione di n. 4.840.019 forme.

Per quanto riguarda il Parmigiano-Reggiano la produzione 2014 ha registrato un lieve incremento pari allo +0,57% dopo il -0,85% del 2013. Il programma di autoregolamentazione del Consorzio del Parmigiano Reggiano ha permesso quindi di mantenere un volume di produzione significativo ed al di sopra dei 3 milioni di forme prodotte (3.279.723) in linea con la richiesta del mercato.

I consumi domestici dei formaggi duri sono diminuiti del 6,2%, come conseguenza della stagnazione dell'economia Italiana e del ridotto potere di acquisto del consumatore italiano.

L'export è cresciuto complessivamente a volume dell'1,55% e a valore del 3,07%.

In area Ue si registra un ulteriore + 5,08% a volume e un + 1,82% a valore; in Usa +26,82% a volume e -3,89% a valore; in Asia un +9,27% a volume e un -1,10% a valore. Complessivamente sono state vendute all'estero 80.724 tonnellate di Grana Padano e Parmigiano Reggiano (+3,41%), mentre le vendite nell'area UE sono state di 52.041 tons (+ 5,98%). In particolare si segnala il costante trend crescente (a volume) delle vendite in Germania (+3,7%), Francia (+2,1%) e Regno Unito (+9,1%).

Questi due formaggi insieme rappresentano circa il 33% dell'export complessivo dei formaggi nazionali.

Il prezzo di mercato all'ingrosso del Parmigiano-Reggiano all'origine, nel 2014, è risultato in decrescita, infatti, il prezzo medio dello stagionato 12 mesi è stato di 8,40 Euro/kg contro i 8,80 Euro/kg del 2013, mentre quello dello stagionato fino a 24 mesi è stato di 10,70 Euro/Kg (contro un prezzo del 2013 di 11,25 Euro/kg).

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 6,80 €/Kg (-3,5% rispetto al 2013) e quello dello stagionato 12-15 mesi è stato di circa 7,70 €/kg (-3,8%).

I RISULTATI DI FERRARINI.

Nel 2014 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* dell'8,8% a quantità nel canale Grande Distribuzione Organizzata (Iper + Super+Superette) e con una quota di circa il 10,0% nei mercati tradizionali (rielaborazione dati aziendali su dati IRI e Nielsen).

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 27,5% a volume, mantiene la *leadership* nella fascia di prezzo 19,00-20,00 €/kg.

Particolarmente significativo è l'incremento delle vendite dei prodotti a libero servizio affettati, di rilievo il +18,00% registrato dalla famiglia affettati cotti.

Per le altre famiglie di prodotto della salumeria Ferrarini si conferma la sostanziale stabilità delle vendite evidenziata negli ultimi anni.

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 2014 le vendite di Parmigiano Reggiano Dop e Grana Padano Dop, indirizzate prevalentemente al canale del dettaglio specializzato, Italiano ed Estero, dopo il forte aumento già registrato nel periodo 2009-2013, 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 fatto in modo che il prezzo al pubblico del Parmigiano Reggiano Ferrarini sia tra i più alti del settore.

Si ricorda che la Ferrarini s.p.a. è la prima Azienda certificata del comprensorio del Parmigiano-Reggiano a dare il via alla commercializzazione di tale tipologia di prodotto, 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 2014, la Ferrarini s.p.a. ha ritenuto opportuno indirizzare le proprie forze principalmente nei seguenti ambiti:

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 un'ampia gamma di prodotti di ottima qualità. Tale progetto di crescita, ormai attivato da alcuni anni, sta dando buoni risultati ed è considerata l'unica 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 2014, attraverso la controllata Ferrarini Pacific Ltd, si è puntato allo sviluppo commerciale nel mercato Asiatico principalmente nel mercato di Hong Kong, Giappone, Singapore e Thailandia. In tale ambito si inserisce l’operazione perfezionata a Giugno 2014 in forza della quale è stato deliberato un aumento del capitale di Ferrarini Pacific Ltd per complessivi euro 10.000.000 sottoscritto in parti uguali da Ferrarini spa e da Simest spa. A seguito di tale operazione la compagine sociale di detta società vede la Ferrarini spa con una quota del 50,9% e Simest spa con una quota del 49,1%.

Il piano presentato e condiviso con SIMEST è finalizzato ad un generale potenziamento delle attività commerciali in tutta l’area APAC mediante, tra l’altro: l’acquisizione da parte di Ferrarini Pacific delle quote della ASahi GRANT LTD precedentemente detenute da Ferrarini spa (operazione già eseguita nel corso del 2014), la costituzione e la capitalizzazione di una filiale commerciale in Cina e la costituzione e la capitalizzazione di una filiale commerciale a Singapore.

Attraverso la controllata Ferrarini Food inc, con sede a Los Angeles Ca, si è cercato di aumentare la presenza nei mercati di U.S.A e Canada. L’esperienza maturata nella gestione di *start up* di Business Units ha consentito una rapida penetrazione sia nel canale Retail che in quello del Food Service. Questo è stato possibile anche perché Ferrarini è l’unico gruppo agroalimentare italiano che può presentarsi sui mercati internazionali con una gamma completa composta da Prosciutti Cotti, Prosciutti Stagionati, Formaggi Dop (come Parmigiano Reggiano e Grana Padano), Aceto balsamico tradizionale igt e vini igt.

Nella strategia di internazionalizzazione rientrano anche la produzione diretta (attuata attraverso la controllata Ferrarini s.p.a.) 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.

Come si è già avuto modo di evidenziare nella prima parte di questa relazione, oggi i consumatori, nella scelta del prodotto, prestano molta attenzione al cosiddetto fattore *wellness* ed è proprio per questo motivo che Ferrarini s.p.a. ha lanciato sul mercato il “Prosciutto Cotto 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’accreciuto 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 glutine, lattosio e proteine del latte.

Sempre in risposta alle nuove tendenze del mercato, già a partire dal 2010, Ferrarini s.p.a. ha iniziato, ottenendo un buon successo, la produzione del “Parmigiano Reggiano e del Burro Non OGM”, in forma intera e confezionato e la produzione delle *Fettine al Parmigiano Reggiano*.

Ferrarini, da sempre, presta molta attenzione alla qualità e alla sicurezza igienico sanitaria dei prodotti, e quanto fatto in tal senso trova perfetta espressione nel motto “*il gusto di mangiare sano*” che, dal 1956, sintetizza la filosofia produttiva del Gruppo Ferrarini.

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 “*Vassoio*” che risulta composta dalle seguenti referenze:

- Prosciutto cotto di Alta Qualità 120 gr.
- Prosciutto crudo Nostrano 110 gr.
- Prosciutto crudo di Parma 110 gr.

Nel corso dell’anno 2014 sono state inoltre ulteriormente promosse le seguenti innovative referenze:

- Lonzo, 110 gr con il 95% senza grassi
- Coriandoli di Prosciutto Cotto senza glutine e senza aggiunta di proteine del latte e lattosio

Anche nel 2014 si è continuato ad operare con l’intento di fare arrivare ai consumatori il messaggio che Ferrarini è un *brand* attivo ed innovativo ed è proprio per questo motivo che sono state riviste molte linee di confezioni. Nello specifico sono state riviste le confezioni delle linee di affettato cotto, quelle dell’intera gamma del Parmigiano Reggiano Dop e da ultimo quelle degli aceti balsamici Dop.

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 25.805, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 99.820 e rilevato imposte per Euro 19.811.

La Società Latterie di Montagna Matilde di Canossa s.r.l. posseduta al 100% 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 37.405 dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 24.186.

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 37.009, dopo aver accantonato Euro 28.160 per ammortamenti.

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 del 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 (21%) e di affettati freschi (35%). Il fatturato dell'anno 2014 di Asahi Grant è stato di circa 15,7 milioni di Euro, in aumento del 12,0% rispetto l'anno precedente se consideriamo il fatturato in Yen, registrando un utile di Euro 936.607, dopo aver fatto accantonamenti per Euro 56.646 e rilevato imposte per Euro 285.368. Si rammenta che Ferrarini s.p.a. ha rinnovato un contratto 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 sul mercato svizzero, portando il proprio fatturato a circa 7,7 milioni di Euro, in crescita del 15% rispetto all'anno 2013. L'esercizio 2014 si è chiuso con un utile di Euro 166.292, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 103.237 e rilevato imposte per Euro 46.756.

La società Latinum Zrt (società di diritto ungherese) ha per oggetto la commercializzazione sul mercato Ungherese, della repubblica Ceca, della Repubblica Slovacca e nel mercato Ucraino, 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 Catala kft. Nell'esercizio 2014 è stato sviluppato un fatturato in linea con l'anno precedente; l'esercizio si è chiuso con una utile di Euro 26.258. I Ricavi derivano principalmente dalla vendita di pasta italiana (38%), formaggio (15%) e salumeria in genere (8%).

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 2014 un utile di Euro 255.368, dopo aver fatto ammortamenti e accantonamenti per Euro 14.682. Il fatturato dell'anno 2014 supera quota 12 milioni di Euro e deriva principalmente dalla vendita di Prosciutto Cotto di alta qualità (25%), di formaggio Parmigiano Reggiano DOP di Filiera (30%) e di affettati freschi (22%).

Al 31 dicembre 2014 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 2014 ha realizzato un utile di Euro 790.565 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 567.995.

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 2014 ha realizzato un fatturato di circa 5,5 milioni che deriva principalmente dalla vendita di Prosciutto Crudi (25%), di formaggio Parmigiano Reggiano DOP di Filiera (6%), Salami (5%), altri salumi (15%) e di affettati freschi (10%). L'esercizio 2014 si è chiuso con un utile di Euro 294.701.

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 2014 ha realizzato un fatturato di circa 3,6 milioni, che deriva dalla vendita di un'ampia gamma di specialità alimentari Italiane. L'esercizio 2014 si è chiuso con un utile di Euro 100.686.

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 2014, 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 2014 si è chiuso con un perdita di Euro 1.175.

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 dei grandi Clienti. Tra i principali clienti annovera il leader mondiale del mercato Retail Costco Wholesale. Nel 2014 ha realizzato un fatturato di circa 8,3 milioni di euro composto principalmente della gamma salumi (7%), dal burro (8%) e formaggio italiano non ogm e altri formaggi dop (58%). L'esercizio 2014 si è chiuso con un perdita di Euro -134.244.

Ferrarini Shop s.r.l. il cui capitale sociale appartiene direttamente a Ferrarini s.p.a. per il 80%, opera nel mercato delle vendite al consumatore finale. L'attività è iniziata nel 2013. L'esercizio 2014 si è chiuso con una perdita di Euro 21.111 dopo aver fatto ammortamenti per Euro 48.757.

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 il Risultato prima delle imposte.

	31/12/2014	31/12/2013
valore della produzione	267.657.591	245.202.715
margine operativo lordo	20.044.865	20.195.400
Risultato prima delle imposte	5.318.818	4.685.839

Principali dati economici

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

	31/12/2014	31/12/2013	Variazione
Ricavi netti	255.238.894	249.221.785	(6.017.109)
Proventi diversi	750.419	902.395	(-151.976)
Costi esterni	209.685.175	204.063.170	(5.622.005)
Valore Aggiunto	46.304.138	46.061.010	243.128
Costo del lavoro	26.259.273	25.865.610	393.663
Margine Operativo Lordo	20.044.865	20.195.400	(150.535)
Ammortamenti, svalutazioni ed altri accantonamenti	8.375.180	8.470.834	(95.654)
Risultato Operativo	11.669.685	11.724.566	(54.881)
Proventi e oneri finanziari	(6.072.992)	(6.798.389)	725.397
Risultato Ordinario	5.596.693	4.926.177	670.516
Componenti straordinarie nette	(277.875)	(240.338)	(37.537)
Risultato prima delle imposte	5.318.818	4.685.177	632.979
Imposte sul reddito	2.200.637	2.045.984	154.653
Risultato netto	3.118.181	2.639.855	478.326

I dati esposti risultano allineati rispetto a quelli dell'esercizio precedente. La crescita del fatturato aziendale nell'anno 2014 è la conseguenza della crescita delle vendite sviluppate a livello internazionale.

La voce “Consumi” include le voci di conto economico “Variazione delle rimanenze” e “Costi per acquisti”. Il modesto incremento dell’incidenza di questa voce, dipende, dall’aumento 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” 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 pubblicità e per iniziative promozionali poste in atto per sostenere ed incentivare le vendite.

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 solo un leggero decremento del valore assoluto del “margine operativo lordo”.

La voce “Proventi e Oneri finanziari” legata, principalmente, alla struttura dell’indebitamento a breve e a medio-lungo termine della società è sostanzialmente in linea con l’anno precedente.

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

	31/12/2014	31/12/2013
Ebitda	20.044.865	20.195.400
Ebitda/Fatturato	7,85%	8,10%
Ebit	11.669.685	11.724.566
Ebit/Fatturato	4,57%	4,70%
R.O.I.	3,41%	3,63%
Utile d'es./Fatturato	1,22%	1,06%
Tax Ratio	41,37%	43,66%

- **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.

Occorre considerare che il *tax ratio* delle società italiane è condizionato dall'effetto IRAP, ossia da una imposta la cui base imponibile non è tanto rappresentata dal risultato ante imposte, bensì dalla sommatoria di detta voce del costo del personale e del risultato della gestione finanziaria.

Principali dati patrimoniali

Lo stato patrimoniale riclassificato della società confrontato con quello dell'esercizio precedente è il seguente (in Euro):

	31/12/2014	31/12/2013	Variazione
Immobilizzazioni immateriali nette	18.276.603	14.873.419	3.403.184
Immobilizzazioni materiali nette	166.683.195	172.535.735	(5.852.540)
Partecipazioni ed altre immobilizzazioni finanziarie	11.086.313	2.538.684	8.547.629
Crediti oltre esercizio	1.758.271	1.105.090	653.181
Capitale immobilizzato	197.804.381	191.052.928	6.751.453
Rimanenze di magazzino	73.202.892	60.922.965	12.279.927
Crediti verso Clienti	60.065.868	56.594.422	3.471.446
Altri crediti	8.571.378	7.473.934	(1.097.444)
Ratei e risconti attivi	2.727.369	1.966.538	760.831
Attività d'esercizio a breve termine	144.567.506	126.957.859	17.609.647
Totale	334.166.571	318.010.787	24.361.101
Debiti verso fornitori	58.333.173	59.675.759	(1.342.586)
Debiti tributari e previdenziali	5.234.764	4.354.462	880.302
Altri debiti	4.055.763	2.794.449	1.261.314
Ratei e risconti passivi	425.010	298.722	126.288
Passività d'esercizio a breve termine	68.048.710	67.123.392	925.318
Capitale d'esercizio netto	76.518.797	59.834.467	16.684.330
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	3.797.389	4.018.803	(221.414)
Debiti tributari e previdenziali (oltre 12 mesi)			
Altre passività a medio e lungo termine	316.906	408.863	(91.957)
Passività a medio lungo termine	4.114.295	4.427.666	(313.371)
Patrimonio netto	137.756.275	125.467.510	(12.288.765)
Finanz. Attivi a medio lungo Termine	(8.205.316)	zero	(8.205.316)
Posizione finanz. a medio lungo termine	56.428.090	29.291.399	27.136.691
Posizione finanz netta a breve termine	76.024.517	91.700.820	(20.559.562)
Posizione finanz netta totale	124.247.291	120.992.219	(3.255.072)
Capitale investito totale	334.166.571	318.010.787	15.485.998

La struttura patrimoniale al 31/12/2014 è caratterizzata da un capitale investito netto di 334,16 milioni di euro, a fronte di un patrimonio netto di circa 137,8 milioni di euro (pari al 41,22% del capitale investito netto - era il 39,45% al 31 dicembre 2013).

Nel corso dell'esercizio 2014, l'unico socio ELLE-EFFE s.a. ha sottoscritto e versato l'aumento del capitale sociale della Società capogruppo Ferrarini s.p.a da Euro 21.000.000 a Euro 25.000.000, rafforzando ulteriormente la solidità patrimoniale della Società.

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

	31/12/2014	31/12/2013
Mezzi propri / (posizione finanziaria netta+Mezzi propri)	52,58%	50,91%
Pos. Fin. Netta/(Pos. Fin. Netta + Mezzi Propri)	47,42%	49,09%
Mezzi Propri / Immobilizzazioni	0,73	0,66
Capitale Circolante / Mezzi Propri	0,56	0,48
Indice di rotazione fatturato su scorte	3,54	4,13

- **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 31/12/2014, era la seguente (in Euro):

	31/12/2014	31/12/2013	Variazione
Depositi bancari	25.869.785	13.126.212	12.743.573
Denaro e altri valori in cassa	93.256	133.152	(39.896)
Azioni proprie			
Disponibilità liquide	25.963.040	13.259.364	12.703.676
Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni finanziamenti fruttiferi attivi	zero	4.833.259	(4.833.259)
Debiti verso banche (entro 12 mesi)	95.983.890	107.506.860	(11.522.970)
Debiti verso altri finanziatori (entro 12 mesi)	6.003.667	2.336.583	3.667.084
Debiti finanziari a breve termine	101.987.557	109.843.443	(7.855.885)
Posizione finanziaria netta a breve termine	76.024.517	91.700.820	20.559.562
Debiti verso banche (oltre 12 mesi)	56.428.090	29.291.399	27.136.691
Finanziamenti fruttiferi attivi medio lungo	(8.205.317)	zero	(8.205.317)
Posizione finanziaria netta a medio e lungo termine	48.539.480	29.291.399	18.839.218
Posizione finanziaria netta	(124.247.291)	(120.992.219)	(3.255.072)

L'indebitamento finanziario netto di circa 124,2 milioni di euro cresce di Euro 3,2 milioni per effetto, principalmente, della decisione assunta in corso d'anno, di aumentare l'entità delle giacenze di prosciutti crudi in stagionatura (si veda in tal senso il rilevante incremento delle giacenze rispetto al valore dell'esercizio precedente).

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.

	31/12/2014	31/12/2013
Liquidità primaria	0,50	0,40
Liquidità secondaria	1,00	0,78
Indebitamento (PFN/Equity)	0,90	0,96
Tasso di copertura degli immobilizzi	1,02	0,81

L'indice di liquidità primaria è pari a 0,50 pertanto la situazione finanziaria del Gruppo è da considerarsi buona ed in linea con il valore conseguito nell'anno precedente. L'indice di liquidità secondaria è pari a 1,00. Il valore assunto dal capitale circolante netto è da ritenersi soddisfacente in relazione all'ammontare dei debiti correnti.

Dal tasso di copertura degli immobilizzi, pari a 1,02, risulta che l'ammontare dei mezzi propri e dei debiti consolidati è da considerarsi appropriato in relazione all'ammontare degli immobilizzi.

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 2014 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 2014 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 685 ore di formazione nel solo campo della sicurezza.

FORMAZIONE SICUREZZA 2014

Descrizione	Ore	n° partecipanti		Unità produttiva
Aggiornamento formazione addetti primo	6 ore	28	168	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO

soccorso		5	30	Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO
		2	12	Ferrarini S.p.A. PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA
		1	6	Ferrarini S.p.A. ACETIFICIO
		1	6	Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO
Aggiornamento formazione addetti antincendio	5 ore	11	55	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Aggiornamento formazione preposti	6 ore	2	12	Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO
		2	12	Ferrarini S.p.A. ACETIFICIO
Aggiornamento formazione RLS	8 ore	1	8	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Formazione RLS	32 ore	1	32	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Corso di formazione per formatori	24 ore	1	24	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Formazione addetti antincendio	8 ore	2	16	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Formazione dirigenti	16 ore	1		Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Formazione generale lavoratori	4 ore	11	44	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
		3	12	Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO
		3	12	Ferrarini S.p.A. PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA
		1	4	Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO
Formazione specifica lavoratori	12 ore	4	48	Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO
		2	24	Ferrarini S.p.A. PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA
		1	12	Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO
		11	132	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
Formazione specifica lavoratori	4 ore	1	4	Ferrarini S.p.A. SALUMIFICIO
		0	0	
		1	4	Ferrarini S.p.A. PIATTAFORMA DISTRIBUTIVA
Formazione uso carrello elevatore	12 ore	2	24	Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO
		0		
				0

		1	12	Ferrarini S.p.A. CENTRO VITIVINICOLO
Formazione uso ponti sviluppati e piattaforme aeree	10 ore	2	20	Ferrarini S.p.A. LATTERIA PUIANELLO

Totale ore

685

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 stato 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 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 Rivaltella (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.

Attività di ricerca e sviluppo

Ai sensi dell'articolo 2428 comma 2 numero 1 del codice civile si dà atto che la società, nell'esercizio 2014, non ha sostenuto costi di ricerca e sviluppo diversi da quelli normalmente necessari per l'efficiente conduzione di un'impresa operante nel settore della produzione di salumi.

In particolare 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, sempre nel rispetto delle tradizioni.

Garantire la qualità e la sicurezza dei propri prodotti è da sempre "il chiodo fisso" del Gruppo Ferrarini; tale obiettivo è perseguito attraverso controlli integrati e sistemi di tracciabilità su tutte le fasi della filiera produttiva. Il Sistema Qualità Ferrarini ha ottenuto certificazioni da parte di enti riconosciuti; in particolare, la società vanta la certificazione BRC - British Retail Consortium-Global Standard for Food Safety - e la certificazione IFS - International Food Standard - che rappresentano i più diffusi standard internazionali per mezzo dei quali gli operatori della filiera alimentare garantiscono la sicurezza, la legalità e la qualità dei processi e dei prodotti.

Non si è ritenuto opportuno procedere alla capitalizzazione di alcuno dei costi sostenuti nell'ambito di dette attività di ricerca e sviluppo.

Rapporti con imprese controllate, collegate, controllanti e consorelle

I rapporti con parti correlate riguardano tipiche relazioni economiche-finanziarie, definite tramite accordi formalizzati che prevedono condizioni in linea con le normali condizioni di mercato.

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

Ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6-bis, del Codice civile di seguito si forniscono le informazione in merito all'utilizzo di strumenti finanziari, in quanto rilevanti ai fini della valutazione della situazione patrimoniale e finanziaria.

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 del 2015, l'attività economica si consolida negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Giappone, mentre si indebolisce in alcune economie emergenti. Per il 2015 è attesa una lieve accelerazione del commercio mondiale.

Il prezzo del petrolio, pur leggermente risalito dai minimi toccati a gennaio, rimane basso anche in prospettiva.

L'incertezza riguardo la situazione della Grecia e ai conflitti in Ucraina, Libia ed in Medio Oriente resta elevata, anche se non si è finora riflessa sulle condizioni dei mercati finanziari internazionali.

E' stato ampliato ai titoli pubblici il programma di acquisto dell'Eurosistema. Si prevedono in totale acquisti per 60 miliardi di euro al mese almeno sino alla fine di settembre del 2016 e comunque fino a quando non si verifichi un aggiustamento duraturo dell'inflazione nell'area euro coerente con l'obiettivo di stabilità dei prezzi (un tasso di inflazione inferiore ma prossimo al 2% nel medio periodo).

Il programma ha già avuto effetti significativi sui mercati finanziari e valutari infatti l'euro si è deprezzato del 15% nei confronti del dollaro dal novembre 2014. Le aspettative d'inflazione si sono stabilizzate e hanno segnato un primo miglioramento.

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 destagionalizzato del valore delle vendite al dettaglio ha registrato, ad aprile 2015, una crescita dello 0,7% rispetto al mese precedente e un +0,3% se si considera la media del trimestre precedente. La variazione è invece nulla su base annua (dati grezzi). Per quanto riguarda gli alimentari il confronto mensile mostra segnali positivi con un +1% a volume e valore, viceversa i dati grezzi su base annua evidenziano un calo dello 0,8% a valore e dell'1,8% a volume.

Le vendite nella grande distribuzione sono invariate su base annua, mentre segnano un +1,3% nel periodo gennaio-aprile. Meno dinamico l'andamento per le strutture a prevalenza di prodotti alimentari (-0,7% rispetto ad aprile 2014 contro un +1% per quelle non alimentari).

Resta piuttosto statico il trend per le imprese operanti sulle piccole superfici, con un +0,1% tendenziale. Sono soprattutto discount, specializzati, in particolare nel non-food a dettare il trend positivo. Il confronto su base annua evidenzia un +2,2% per le vendite in valore degli esercizi specializzati, un +2,3% per i non specializzati a prevalenza non alimentare, contro un -0,6% di quelli a prevalenza alimentare.

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 materia prime ed anche la Storia di un'azienda legata al mondo dei valori agricoli.

La presenza di aziende controllate commerciali impostate sulla logica dei costi variabili, che hanno da tempo raggiunto il Break Even Point, ed un idoneo livello di fatturato, permetterà al Gruppo Ferrarini di consolidarsi e rafforzarsi nei principali mercati mondiali.

A questo va anche aggiunto il processo di consolidamento e razionalizzazione degli aspetti finanziari ed in tal senso va letta la decisione assunta nello scorso mese di marzo di emettere un Bond di 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.

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, 14 maggio 2015

Presidente del Consiglio di amministrazione
Luca Ferrarini

