



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



*ITALIAN STOCK MARKET OPPORTUNITIES
Conference 2010 – Banca IMI*

Milano, 22 settembre 2010



AGENDA

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





RELATORI

LUIGI LUZZATI

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

RICCARDO POZZOLI

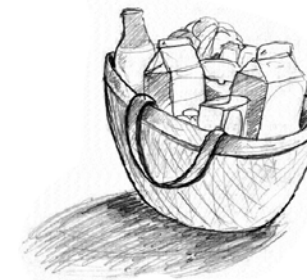
Vice Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

NICOLA CODISPOTI

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

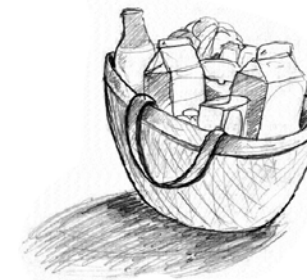
VITTORIO VAUDAGNOTTI

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





1. IL GRUPPO





1. IL GRUPPO

MISSION



- 1) *Produrre e commercializzare prodotti di alta qualità nei segmenti del:*
 - 👉 *Latte fresco, a lunga conservazione (UHT) ed ESL (Extended shelf life),*
 - 👉 *IV Gamma (insalata),*
 - 👉 *Yogurt, Probiotico e Frullato (solo latte e frutta),*
 - 👉 *Panna fresca e UHT.*

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



1. IL GRUPPO

LA CAPOGRUPPO

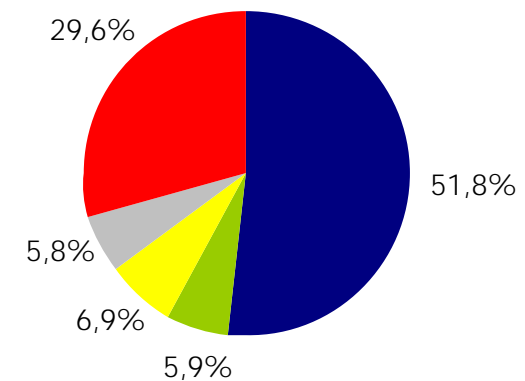
- ▶ Dal 1950 la Centrale è il latte a Torino. Una quotidiana storia di sviluppo che ha visto crescere l'azienda in due direzioni: da una parte arrivando a coprire in maniera capillare il mercato torinese del latte; dall'altra ampliando le tradizionali aree geografiche di distribuzione.



- ▶ La cura rigorosa della produzione, la coerente diversificazione della gamma dei prodotti, una distribuzione attenta ed efficace sono gli strumenti con cui la Centrale si è guadagnata in questi anni la sua posizione di leadership e di prestigio, risultato di un patrimonio di fiducia e familiarità accumulato in tanti anni di "fresco" rapporto con Torino.

GLI AZIONISTI ¹

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



Numero azionisti al 30 aprile 2010: 3.196

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

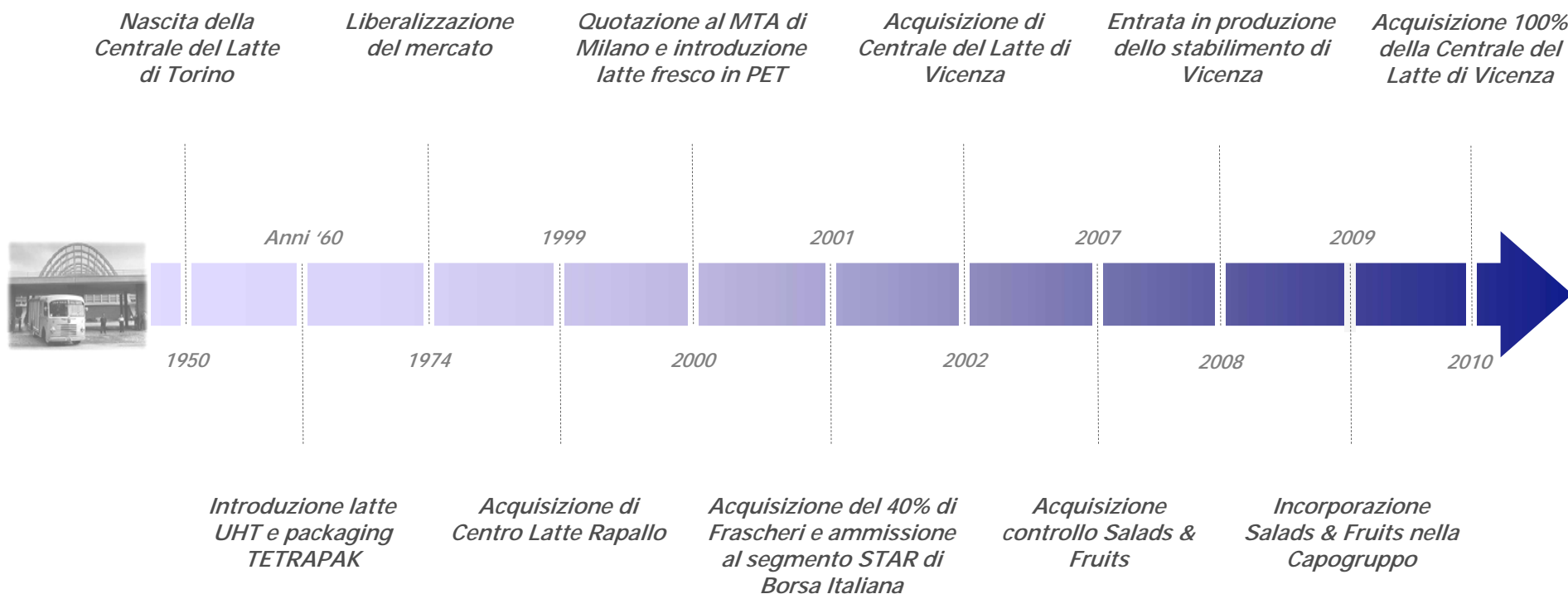
¹ Situazione aggiornata al 30 aprile 2010.



1. IL GRUPPO

LA STORIA

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





1. IL GRUPPO

LA STRUTTURA

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





1. IL GRUPPO

UN POLO INTERREGIONALE





1. IL GRUPPO

UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI

LATTE FRESCO E A LUNGA CONSERVAZIONE (UHT)



YOGURT E DESSERT





1. IL GRUPPO

ALTRI PRODOTTI

FORMAGGI



INSALATE IV GAMMA



UOVA



PASTA FRESCA E PESTO



PANNA





1. IL GRUPPO

PRINCIPALI NOVITA' DEL GRUPPO

NUOVO FORMATO DA 1,5 LITRI DI LATTE FRESCO TAPPOROSSO E LATTE TIGULLIO



- ▶ Innovazione: prima azienda in Italia a commercializzare il latte fresco in tale formato
- ▶ Posizionamento: premium price. Prezzo/litro in linea con il formato 1.000 ml
- ▶ Target: famiglie numerose/famiglie alto consumanti mercato latte fresco
- ▶ Risultati: vendite molto incoraggianti (circa il 6% delle vendite totali a volume). Prodotto con evidente potenziale di ulteriore crescita



1. IL GRUPPO

PRINCIPALI NOVITA' DEL GRUPPO

PANNA



- ▶ Obiettivo: diventare un player di riferimento nel canale pasticcerie
- ▶ Prodotto: panna a lunga conservazione da montare prodotta con latte proveniente dai migliori allevamenti piemontesi
- ▶ Principali caratteristiche: lunga tenuta, sapore fresco, consistenza corposa
- ▶ Clienti: principalmente pasticcerie.
- ▶ Struttura commerciale: dedicata e in fase di sviluppo.
- ▶ Posizionamento: premium price in linea con la strategia dell'azienda

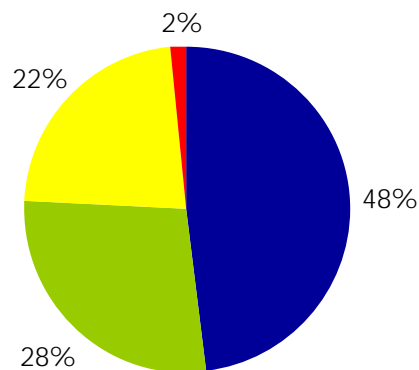


1. IL GRUPPO

RICAVI I° SEMESTRE 2010 SCOMPOSTI PER:

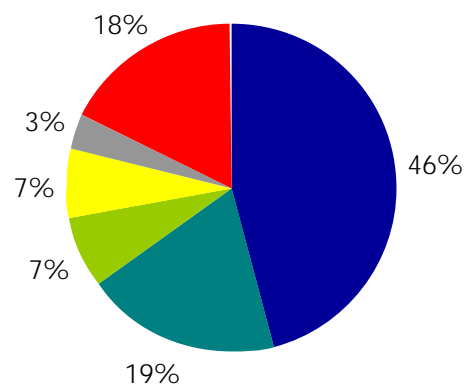
Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Area geografica



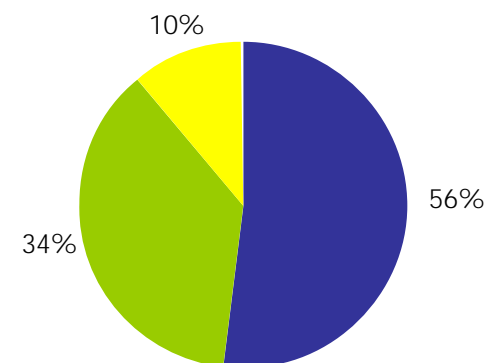
- Piemonte
- Liguria
- Veneto
- Altre regioni

Prodotto



- Latte fresco
- Latte UHT
- Yogurt
- Prodotti di IV gamma
- Latte e panna sfusi
- Altri prodotti confezionati

Canale distributivo



- GDO (1)
- Tradizionale (2)
- Altri

(1) Circa 1.250 punti vendita serviti giornalmente

(2) Circa 8.000 punti vendita serviti giornalmente



2. IL MERCATO





2. IL MERCATO

DINAMICHE DEL PREZZO DEL LATTE SPOT

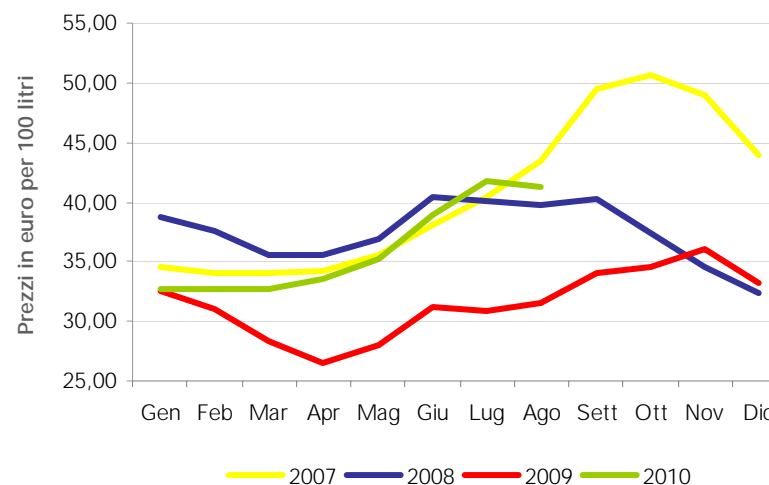
Fonte: Elaborazione dati CLAL su dati CCIAA di Lodi (www.clal.it)



Prezzi medi mensili del latte spot ¹ (2007 - agosto 2010)

Mese di rilevamento	Prezzi in euro per 100 litri			
	2007 media	2008 media	2009 media	2010 media
Gennaio	34,54	38,66	32,51	32,78
Febbraio	34,03	37,64	31,04	32,73
Marzo	34,03	35,57	28,36	32,73
Aprile	34,28	35,57	26,55	33,51
Maggio	35,59	36,86	28,06	35,18
Giugno	38,15	40,47	31,19	38,92
Luglio	40,46	40,16	30,93	41,76
Agosto	43,45	39,73	31,61	41,24
Settembre	49,49	40,21	34,02	
Ottobre	50,62	37,35	34,56	
Novembre	48,98	34,54	36,09	
Dicembre	44,02	32,45	33,20	

Andamento dei prezzi mensili del latte spot ² (2007 - agosto 2010)



¹ Latte spot sfuso in cisterna, franco arrivo. Prezzi determinati dalla Commissione che fa riferimento alla Camera di Commercio di Lodi.

² Media tra prezzo mensile minimo e massimo del latte spot.



2. IL MERCATO

DINAMICHE DEL PREZZO DEL LATTE CRUDO ALLA STALLA

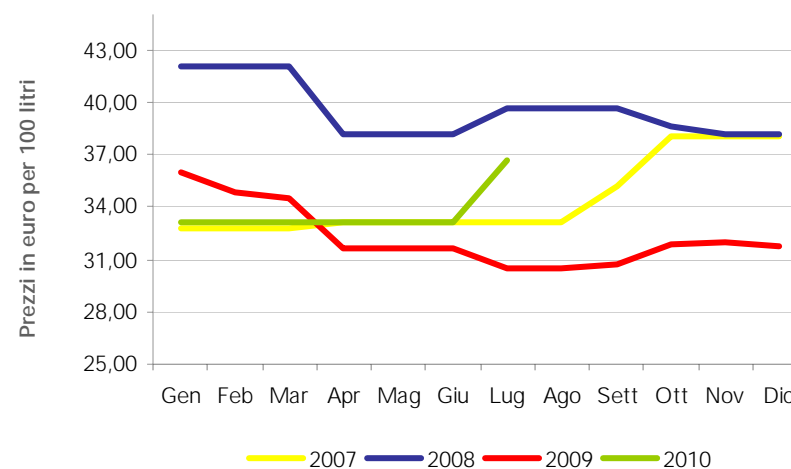
Fonte: Elaborazione CLAL (www.clal.it)



Prezzi mensili del latte crudo alla stalla¹ (2007 - luglio 2010)

Mese di riferimento	Prezzi in euro per 100 litri			
	2007	2008	2009	2010
Gennaio	32,80	42,00	36,02 (e)	33,16
Febbraio	32,80	42,00	34,87 (e)	33,16
Marzo	32,80	42,00	34,54 (e)	33,16
Aprile	33,16	38,09	31,66 (e)	33,16
Maggio	33,16	38,09	31,66 (e)	33,16
Giugno	33,16	38,09	31,66 (e)	33,16
Luglio	33,16	39,59	30,43 (e)	36,60 (e)²
Agosto	33,16	39,59	30,45 (e)	
Settembre	35,16	39,59	30,73 (e)	
Ottobre	38,00	38,59	31,83 (e)	
Novembre	38,00	38,09	31,93 (e)	
Dicembre	38,00	38,09	31,78 (e)	

Andamento del prezzo medio mensile del latte crudo alla stalla¹ (2007 - luglio 2010)



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

² Il prezzo del mese di luglio 2010 e i prezzi da gennaio 2009 a dicembre 2009 sono "estimated" in quanto frutto di una stima, indicativa di una complessiva tendenza, ricavata da CLAL in base agli accordi di settore e alle notizie più rilevanti di mercato.

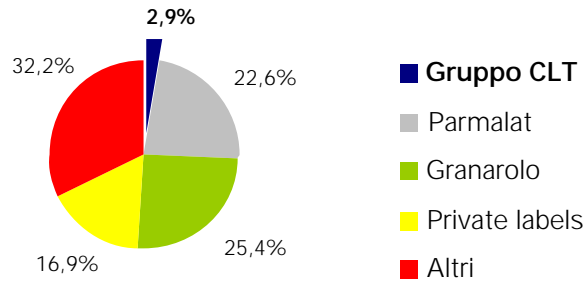


2. IL MERCATO: latte fresco

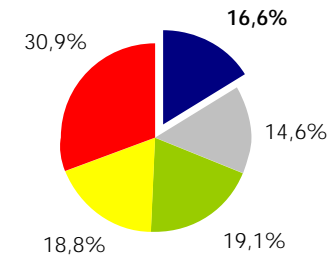
Fonte: IRI Infoscan (Iper + Super)

Quote di mercato a valore dei competitors (1° Semestre 2010)

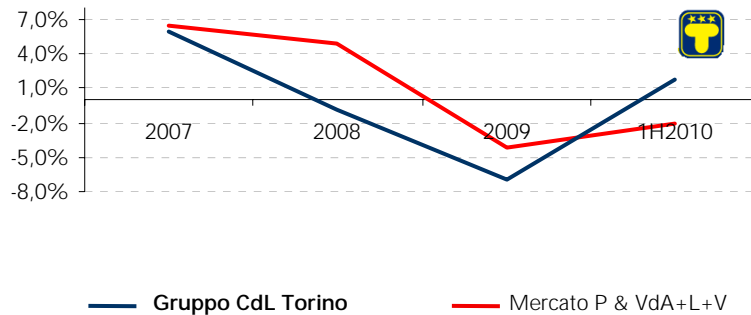
TOTALE ITALIA



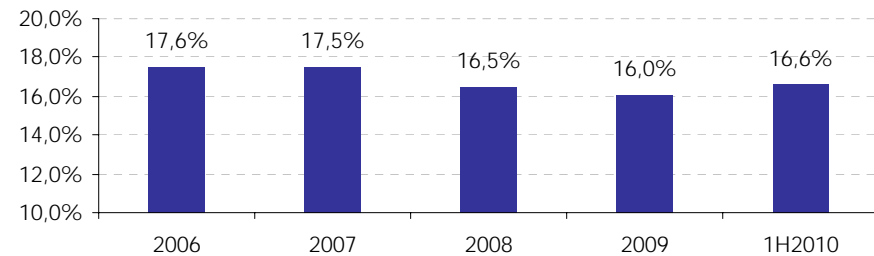
TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (17,4% DEL TOT. ITALIA)



Evoluz. vendite a valore* CLT vs mkt



Evoluzione quota di mercato a valore* CLT



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



2. IL MERCATO: latte fresco

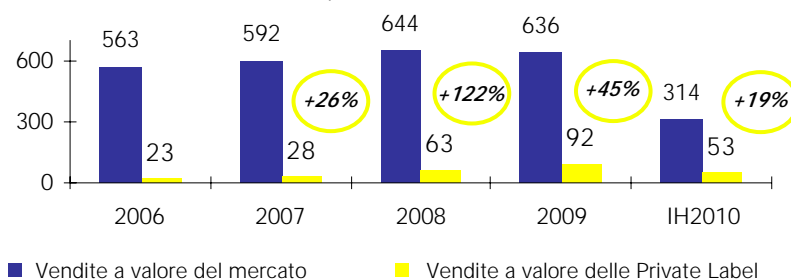
Fonte: IRI Infoscan (Iper + Super)

EVOLUZIONE VENDITE PRIVATE LABEL NEL MERCATO DEL LATTE FRESCO/ESL

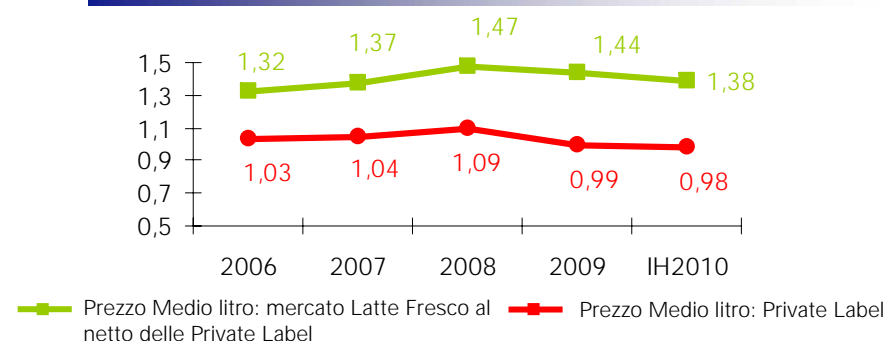
- ▶ Le vendite di latte fresco/ESL delle Private Label risultano ancora in forte crescita. Evoluzione quota di mercato a valore: **4,0%** nel 2006, **4,8%** nel 2007, **9,8%** nel 2008, **14,4%** nel 2009 e addirittura **16,9%** nel primo semestre 2010.

EVOLUZIONE MERCATO

Dati in milioni di Euro, eccetto percentuali



EVOLUZIONE PREZZO MEDIO DI MERCATO



LATTE CRUDO

- ▶ In **Italia** sono presenti **1.483 macchinette** erogatrici di latte crudo in 92 Province. Di queste **430 sono installate nelle regioni di interesse del Gruppo** (Piemonte & Valle d'Aosta, Liguria e Veneto). (fonte: www.milkmaps.it, settembre 2010).
- ▶ Tale tipologia merceologica risulta probabilmente in decremento a seguito anche della recente ordinanza ministeriale (10 dicembre 2008) introdotta dal Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali. Da stima interna riteniamo che il mercato del latte crudo possa oggi rappresentare circa il 3% del totale mercato del latte fresco confezionato venduto nelle regioni di interesse del Gruppo.



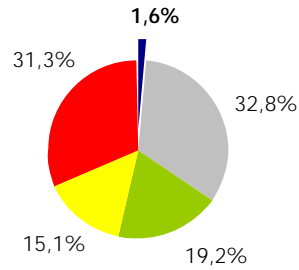


2. IL MERCATO: latte UHT

Fonte: IRI Infoscan (Iper + Super)

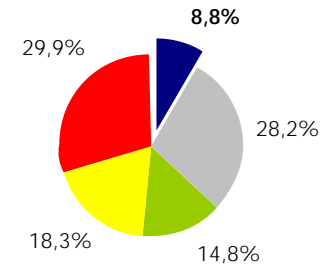
Quote di mercato a valore dei competitors (1° Semestre 2010)

TOTALE ITALIA

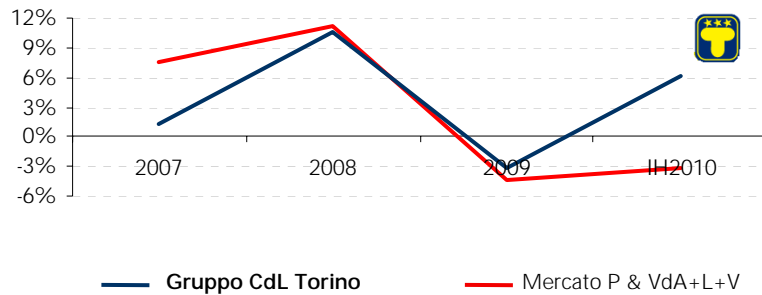


- Gruppo CLT
- Parmalat
- Granarolo
- Private labels
- Altri

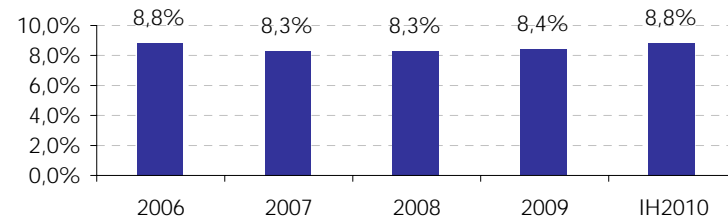
TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (18,0% DEL TOT. ITALIA)



Evoluz. vendite a valore* CLT vs mkt



Evoluzione quota di mercato a valore* CLT



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



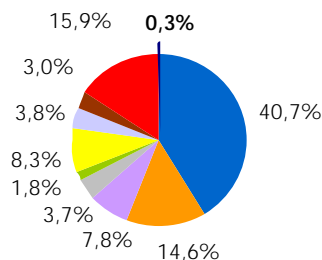
2. IL MERCATO: yogurt

Fonte: IRI Infoscan (Iper + Super)

Quote di mercato a valore dei competitors (1° Semestre 2010)

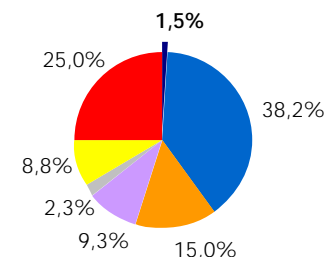
TOTALE ITALIA

ITALIA
Valore del mercato
1° Semestre 2010:
€ 620 milioni



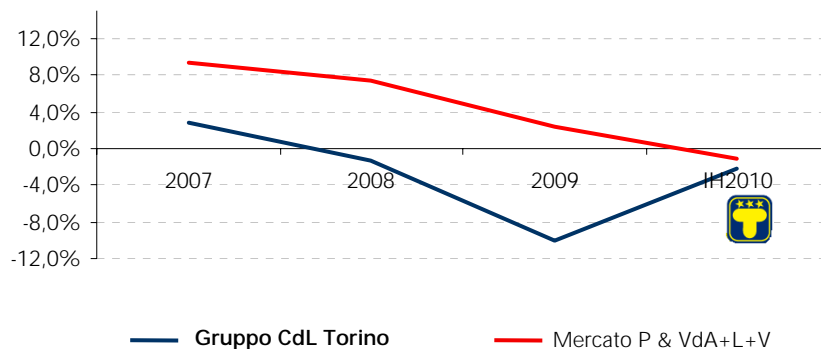
- Gruppo CLT
- Danone
- Muller
- Yomo
- Parmalat
- Granarolo
- Private Label
- Nestlé
- Mila
- Altri

TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (21,5% DEL TOT. ITALIA)

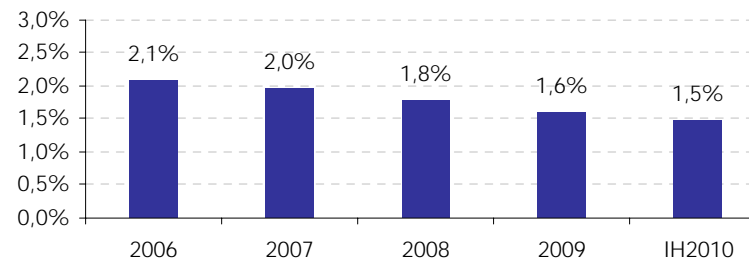


PIEM & VDA-LIG-VEN
Valore del mercato 1°
Semestre 2010:
€ 133 milioni

Evoluz. vendite a valore* CLT vs mkt



Evoluzione quota di mercato a valore* CLT



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



2. IL MERCATO

PENETRAZIONE DI MERCATO

Fonte: GfK IHA

- ▶ La penetrazione percentuale¹ dei principali prodotti del Gruppo (latte fresco, UHT e yogurt) è stata sostanzialmente stabile tra il 2007 e il 2009, leggermente in aumento per quanto riguarda Latte UHT e Yogurt.

	2007	2008	2009
LATTE FRESCO	48%	48%	48%
LATTE UHT	32%	34%	34%
YOGURT	23%	23%	24%

¹ Penetrazione percentuale = famiglie acquirenti la marca sul totale trattanti la categoria merceologica (i dati fanno riferimento alla penetrazione in Piemonte, Liguria - escluso Frascheri - e Veneto)

BRAND AWARENESS² 2008

Fonte: Astra Demoscopea (ricerca quantitativa - CATI)

- ▶ La notorietà sollecitata è pari alla quasi totalità dei consumatori di latte.



96%



91%



94%

² Brand awareness %: notorietà sollecitata dei marchi del latte delle tre aziende del Gruppo calcolata sugli utilizzatori di latte.



2. IL MERCATO

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2010

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

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

INVESTIMENTI IN MARKETING

€ 1,4 milioni

(2,9% dei ricavi 1H2009)

€ 1,3 milioni

(2,6% dei ricavi 1H2010)



- ▶ Il Gruppo ha partecipato per la prima volta a **Cibus**, il **Salone Internazionale dell'Alimentazione** (15° Edizione, 10-13 maggio 2010).





2. IL MERCATO

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2010

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



Centrale del Latte di Torino
Tapporosso
Lacta Alta Digeribilità

GLI INTOLLERANTI RITROVANO LA BONTÀ



Latte Tigullio
Super premio

27% MG
90% MG
54% MG

latte Tigullio



Centrale del Latte di Torino
Tapporosso
Latte Fresco

CENTRALE DEL LATTE + LA STAMPA

DUE AZIENDE CHE DANNO DEI PUNTI A TUTTI.

LA STAMPA passeggeri!



Centrale del latte di Vicenza

Lo Yogurt della Centrale, da sempre fresco, buono e genuino, da oggi ti fa vincere & rivincere fantastici premi in più.

GRATTA, VINCI, RIVINCI

La Centrale del Latte di Vicenza



NOVITÀ DA CENTRO LATTE RAPALLO

PESTO GENOVESE SENZA AGLIO SALSINA DI NOCI

I sughi della tradizione sono sempre di più!

Centro Latte Rapallo



Centrale del latte di Vicenza

RACCOLTA PUNTI

1,24€

+ CONCORSO

Il nostro latte fresco è Veneto al 100%

La Centrale del Latte di Vicenza



Centrale del Latte di Torino
consiglio

LE INSALATE

Fresche ogni giorno, come il latte.

LE INSALATE



Centrale del Latte di Torino

Nuova raccolta punti

IN REGALO FANTASTICI PREMI!

50, 75

Per generosità, bontà e purezza il nostro latte è centrale.

La Centrale del Latte di Torino



Latte Alta Digeribilità della Centrale.

Buono da gustare. Facile da digerire, per tutti.

La Centrale del Latte di Vicenza



2. IL MERCATO

CERTIFICAZIONE ISO 22000 – Sistemi di gestione della sicurezza agroalimentare

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

Centrale del Latte di Torino e Centrale del Latte di Vicenza sono le prime aziende in Italia, nel settore del trattamento del latte, ad aver ottenuto la Certificazione ISO 22000.

Questo tipo certificazione supera il precedente sistema di controllo qualità grazie ad un **approccio di tipo preventivo**, il cui obiettivo è quello di migliorare la conformità dei propri prodotti in termini di **sicurezza alimentare nei confronti dei consumatori**, garantendo un controllo efficace dei fattori di rischio.

Tale Certificazione rappresenta il riconoscimento per l'attenzione che da sempre il Gruppo pone nella scelta degli allevamenti, nelle modalità di trattamento, conservazione e distribuzione dei propri prodotti, nella cura rivolta al cliente.





2. IL MERCATO

PROGRAMMI & STRATEGIE

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

Mantenere la leadership di mercato nei segmenti del core-business. Investimenti Marketing / Commerciale rivolti con particolare attenzione ad attività con “ritorno immediato”.

- ▶ **Latte fresco & UHT:** consolidamento volumi di vendita e quote di mercato. In particolare, latte fresco: importante sostegno promo/pubblicitario, ulteriore allargamento distributivo del nuovo formato 1,5 litri e attività tattiche di prezzo, solo se assolutamente indispensabili.
- ▶ **Alta digeribilità:** sostenere la crescita di tale innovativo e profittevole segmento via ulteriore sviluppo della tecnologia ESL.
- ▶ **Yogurt e Probiotico:** efficienza guidata da eccellenza produttiva nel nuovo stabilimento di Vicenza (polo ricerca, sviluppo e produzione di yogurt per le aziende del Gruppo). Recupero volumi/ crescita via aumento pressione promozionale e nuovi formati di vendita.
- ▶ **Insalate IV Gamma:** forte sviluppo mediante linea a marchio proprio e produzione a marchio di terzi.
- ▶ **Panna UHT:** prosecuzione del progetto per diventare un player di riferimento anche nel canale pasticceria.
- ▶ **Produzioni a Marchio Terzi:** costante ricerca di partnership commerciali nel latte fresco, UHT e yogurt da parte di Centrale del Latte di Vicenza.
- ▶ Prosecuzione dell'attività di **riduzione di costi** e del **progetto di mobilità** per lo stabilimento di Torino.
- ▶ Avvio progetto di implementazione **nuovo sistema informativo** di gruppo.



3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI





3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

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

Dati in migliaia di Euro

IFRS Riclassificati

	30-giu-10	%	30-giu-09	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	49.360	97,2%	49.748	99,1%
Valore della produzione	50.778	100,0%	50.184	100,0%
Servizi	(13.106)	(25,8%)	(13.862)	(27,6%)
Consumi di materie prime	(24.788)	(48,8%)	(23.966)	(47,8%)
Altri costi operativi	(504)	(1,0%)	(454)	(0,9%)
Costi della produzione	(38.399)	(75,6%)	(38.282)	(76,3%)
Costo del personale	(7.407)	(14,6%)	(7.623)	(15,2%)
EBITDA	4.973	9,8%	4.278	8,5%
Ammortamenti e accantonamento	(2.906)	(5,7%)	(2.827)	(5,6%)
EBIT	2.067	4,1%	1.451	2,9%
Proventi e oneri finanziari	(562)	(1,1%)	(731)	(1,5%)
Adeguamento valore delle partecipazioni	-	-	(1)	(0,0%)
Risultato ante imposte	1.506	3,0%	719	1,4%
Imposte	(629)	(1,2%)	(700)	(1,4%)
Risultato dopo le imposte	876	1,7%	19	0,0%
Utili e perdite di terzi	0	-	(77)	(0,2%)
Risultato di gruppo dopo le imposte	876	1,7%	96	0,2%

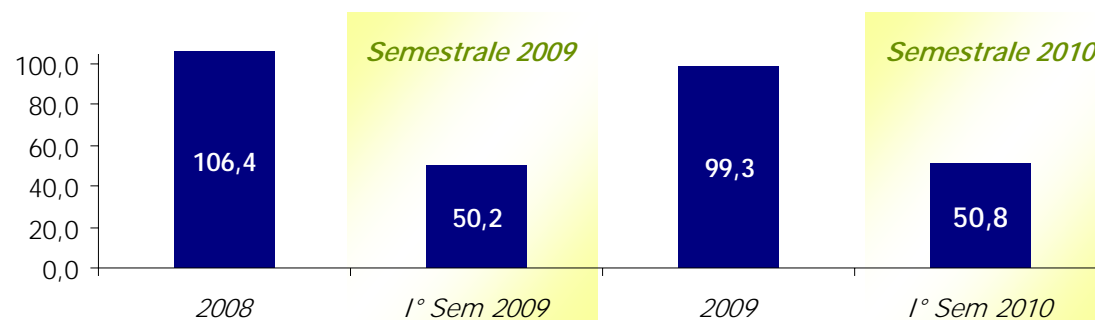


3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

ANDAMENTO DEL VALORE DELLA PRODUZIONE (2008 - I° Semestre 2010)

Fonte: elaborazioni su dati CLT

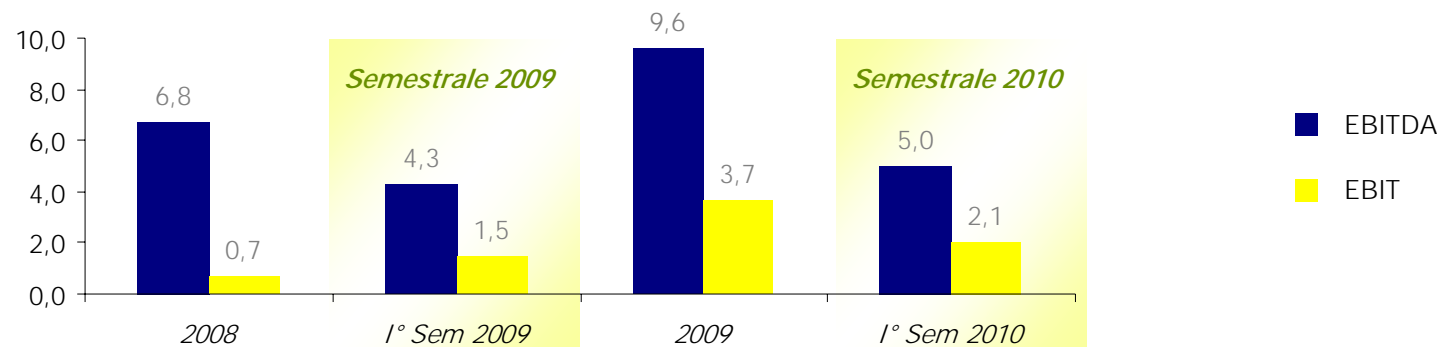
Dati in milioni di Euro



ANDAMENTO EBITDA ed EBIT (2008 - I° Semestre 2010)

Fonte: elaborazioni su dati CLT

Dati in milioni di Euro



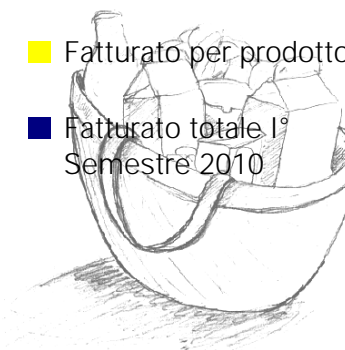
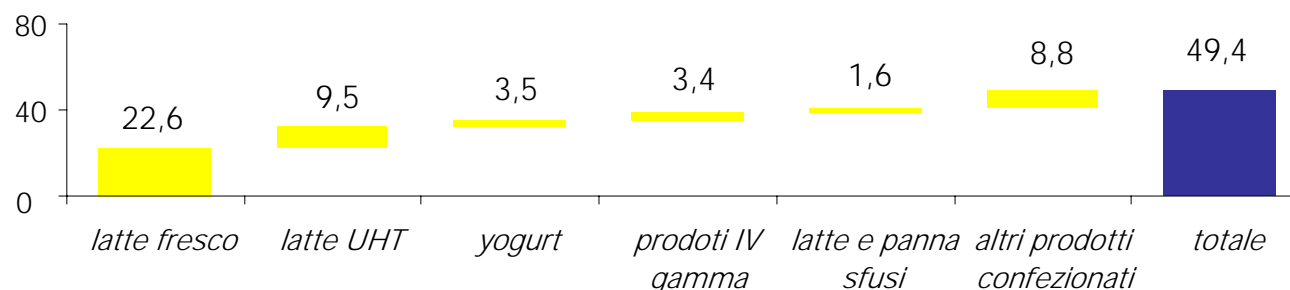


3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO (1° Semestre 2010)

Fonte: elaborazioni su dati CLT

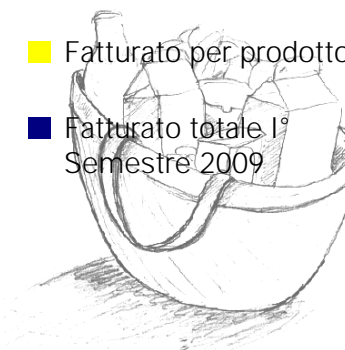
Dati in milioni di Euro



COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO (1° Semestre 2009)

Fonte: elaborazioni su dati CLT

Dati in milioni di Euro



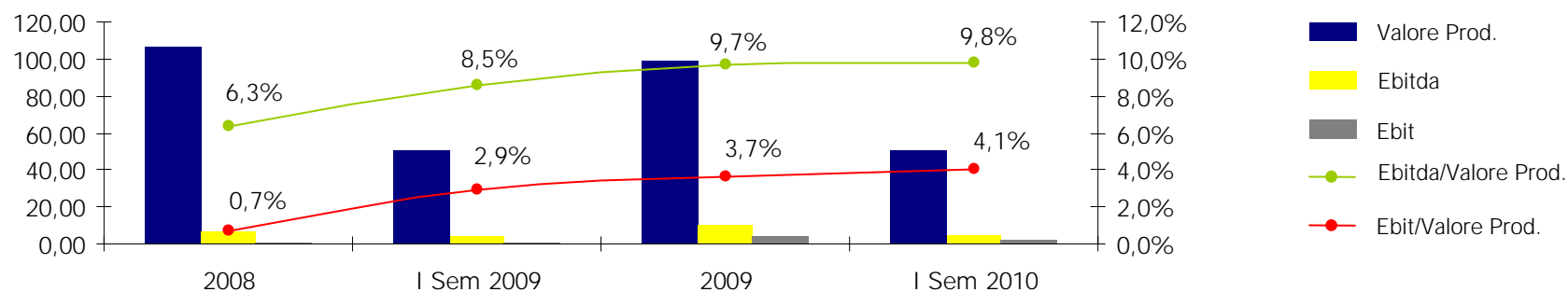


3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

EBIT ed EBITDA MARGINS

Fonte: elaborazioni su dati CLT

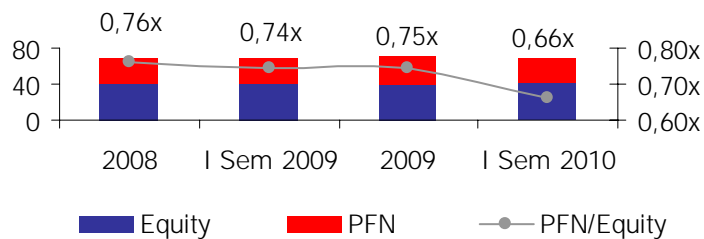
Dati in milioni di Euro



PFN/EQUITY

Fonte: elaborazioni su dati CLT

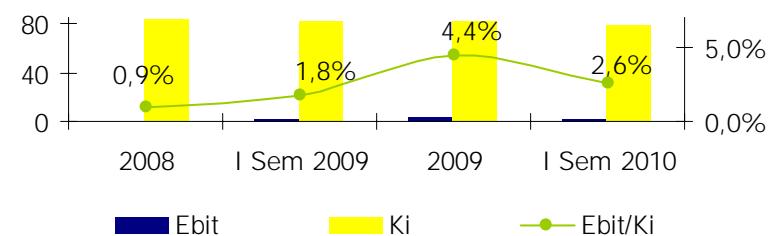
Dati in milioni di Euro



EBIT/CAPITALE INVESTITO (Ki)

Fonte: elaborazioni su dati CLT

Dati in milioni di Euro





3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

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

Dati in migliaia di Euro

IFRS Riclassificati

	30-giu-10	%	30-giu-09	%
Immobilizzazioni materiali	61.947	78,6%	62.604	77,2%
Immobilizzazioni immateriali	15.375	19,5%	16.935	20,9%
Immobilizzazioni finanziarie	258	0,33%	316	0,4%
Attività immobilizzate	77.581	98,4%	79.855	98,4%
Crediti verso clienti	17.817	22,6%	18.776	23,1%
Magazzino	3.395	4,3%	3.247	4,0%
Altre attività	6.429	8,2%	6.655	8,2%
Debiti verso fornitori	(19.954)	(25,3%)	(19.736)	(24,3%)
Altri debiti	(6.446)	(8,2%)	(7.674)	(9,5%)
Capitale circolante	1.241	1,6%	1.267	1,6%
TOTALE IMPIEGHI	78.822	100,0%	81.122	100,0%
TFR e altri fondi	9.955	12,6%	10.751	13,3%
Cassa	(7.010)	(8,9%)	(8.295)	(10,2%)
Debito finanziario netto	34.394	43,6%	37.575	46,3%
Indebitamento finanziario netto	27.384	34,7%	29.280	36,1%
Capitale sociale e riserve	40.607	51,5%	39.353	48,5%
Utile netto (perdita)	876	1,1%	96	0,1%
Totale patrimonio netto	41.483	52,6%	39.449	48,6%
Capitale e riserve di terzi	0	-	1.642	2,0%
TOTALE FONTI	78.822	100,0%	81.122	100,0%



4. IL TITOLO



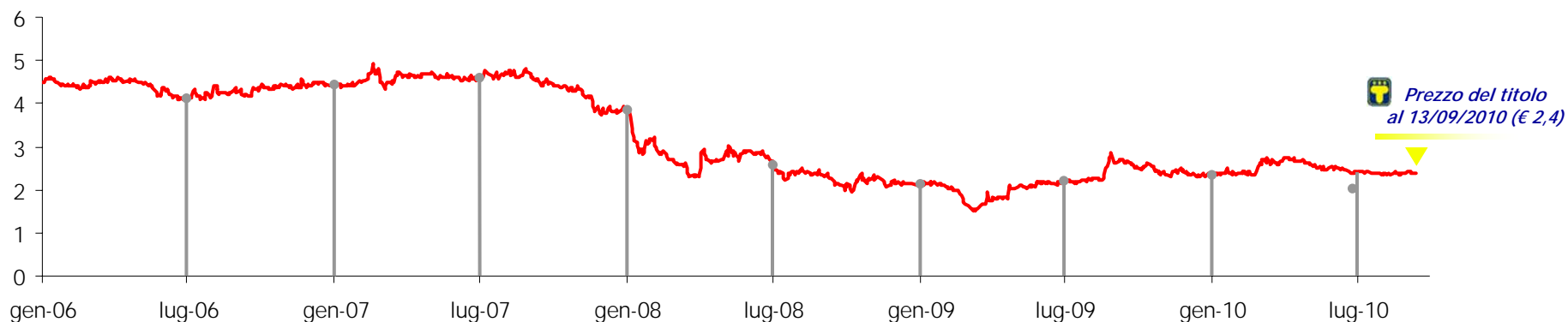


4. IL TITOLO

ANDAMENTO DEL TITOLO 2006 - 2010 YTD

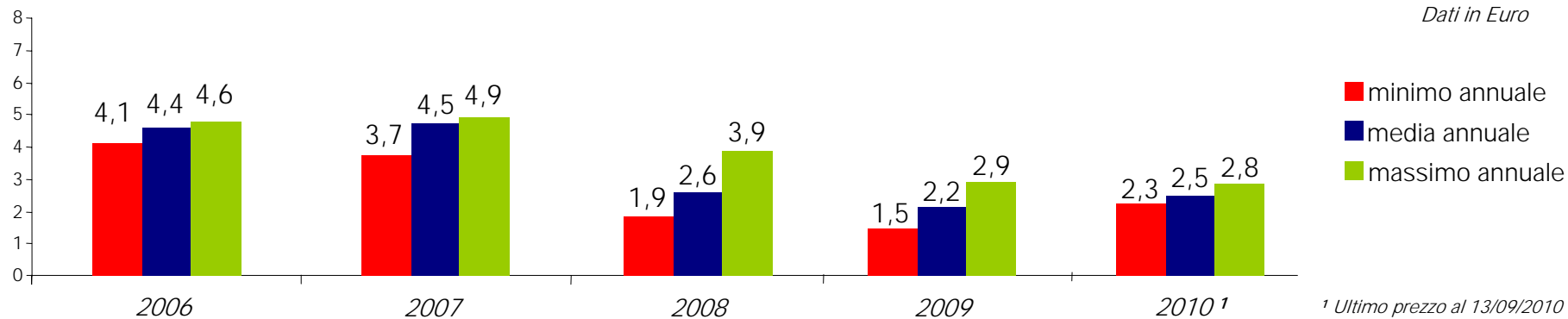
IPO avvenuta in data 03/11/2000 con un prezzo di collocamento pari a **6,80** euro.

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg
Dati in Euro



ANALISI ANNUALE DEL PREZZO PER AZIONE 2006 - 2010 YTD

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg
Dati in Euro



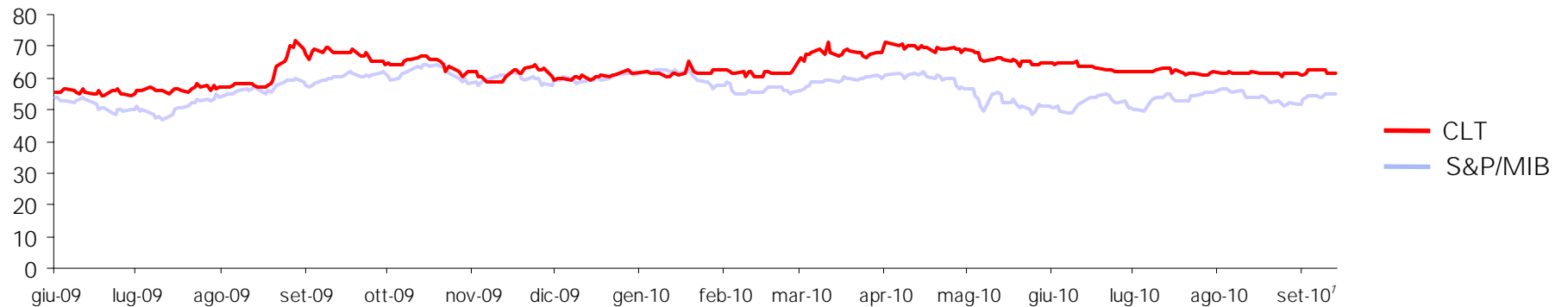


4. IL TITOLO

ANDAMENTO DEL TITOLO NELL'ULTIMO ANNO vs. INDICE S&P/MIB

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg

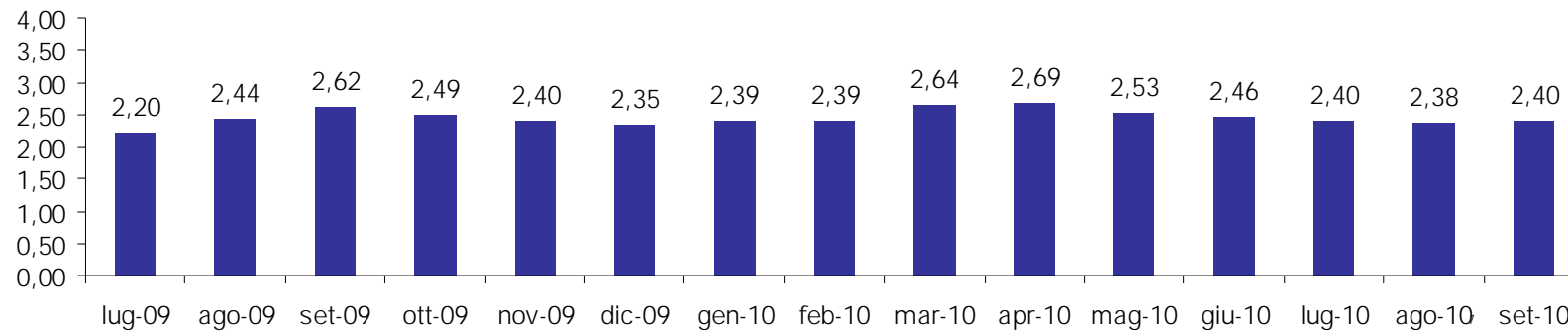
¹ Ultimo prezzo al 13/09/2010
Dati in Euro, prezzi su base 100



ANALISI MENSILE DEL PREZZO PER AZIONE YTD

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

¹ Ultimo prezzo al 13/09/2010





CONTATTI

INDIRIZZI E PERSONE DI RIFERIMENTO

LA SOCIETÀ



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

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

Luigi Luzzati *Presidente*
Vittorio Vaudagnotti *Investor Relator*

Tel. +39 011 3240215
Fax. +39 011 3240300
vaudagnotti@centralelatte.torino.it

LO SPECIALIST



Via Gramsci, 7
10121 Torino
www.gruppobim.it

Andrea Andreis *Analista*

Tel. +39 011 0828 651
Fax. +39 011 0828 866
andrea.andreis@gruppobim.it