



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



PRESENTAZIONE AGLI ANALISTI

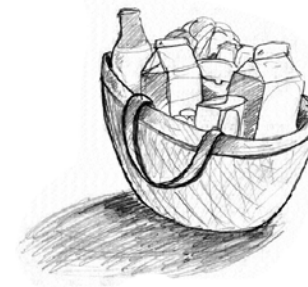
STAR CONFERENCE 2011

Milano, 22 Marzo 2011



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

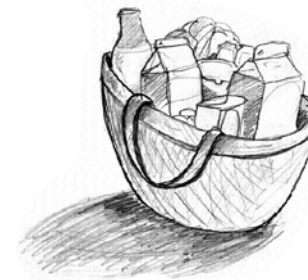
Vice Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato di Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

NICOLA CODISPOTI

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

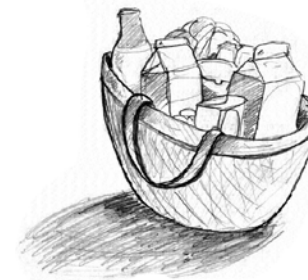
VITTORIO VAUDAGNOTTI

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*
 - 👉 *Panna fresca, ESL 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

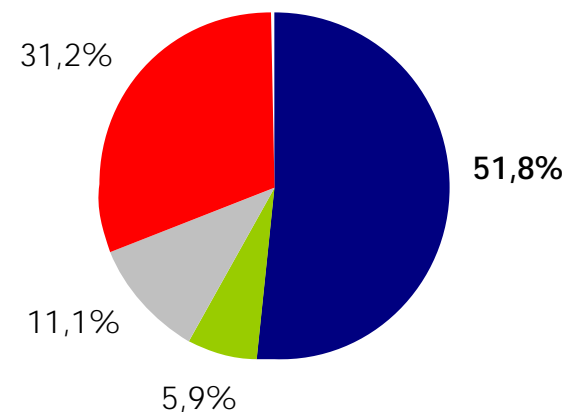
- ▶ Dal 1950 la Centrale è il latte a Torino. Una quotidiana storia di sviluppo che ha visto crescere l'azienda in due direzioni: da una parte arrivando a coprire in maniera capillare il mercato torinese del latte; dall'altra ampliando le tradizionali aree geografiche di distribuzione.



- ▶ 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 28 febbraio 2011: 3.196

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

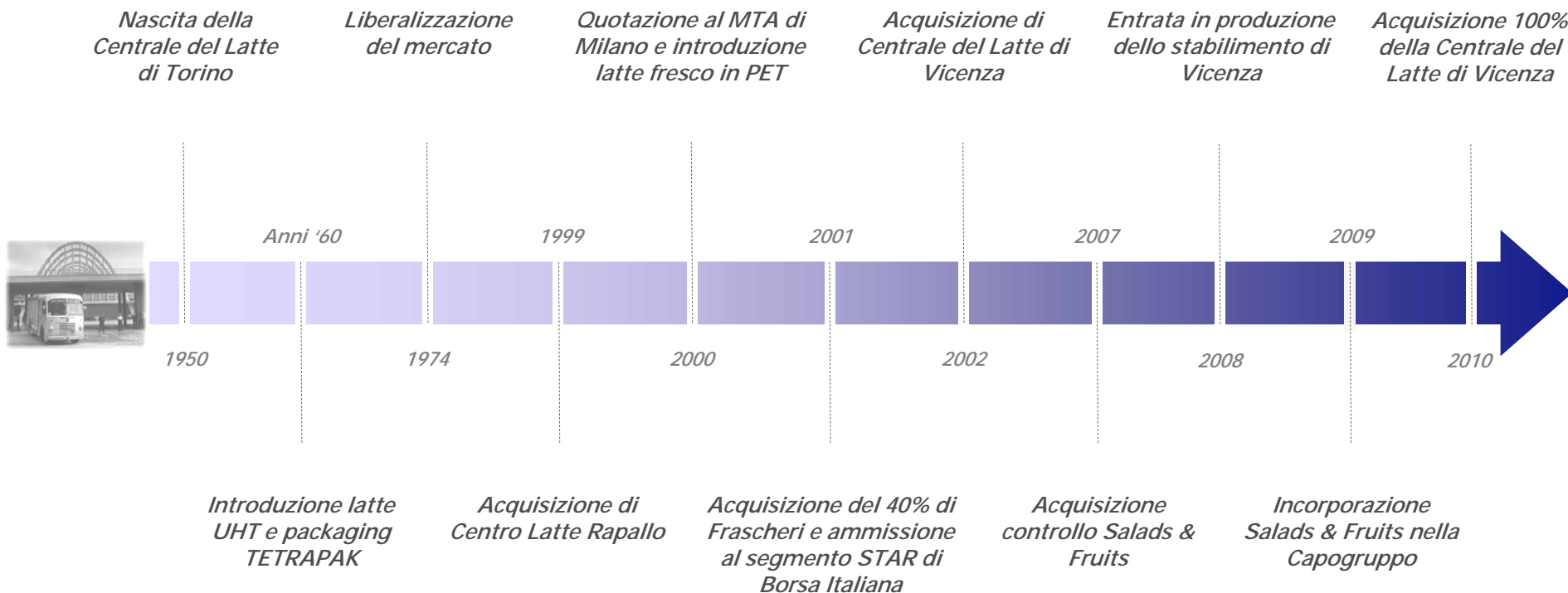
¹ Situazione aggiornata al 28 febbraio 2011.



1. IL GRUPPO

LA STORIA

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





1. IL GRUPPO

LA STRUTTURA¹

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



¹ Situazione aggiornata a marzo 2011.



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. In corso, completamento distributivo Centro Latte Rapallo
- ▶ Novità: lancio Centrale del Latte Vicenza Q2 2011
- ▶ Produzione marchio terzi: Centrale del Latte di Roma (settembre 2010 - febbraio 2011)





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; secondariamente GDO con packaging ad hoc
- ▶ Struttura commerciale: dedicata e in fase di sviluppo.
- ▶ Posizionamento: premium price in linea con la strategia dell'azienda



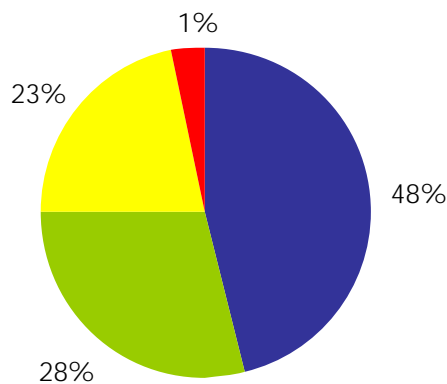


1. IL GRUPPO

RICAVI 2010 SCOMPOSTI PER:

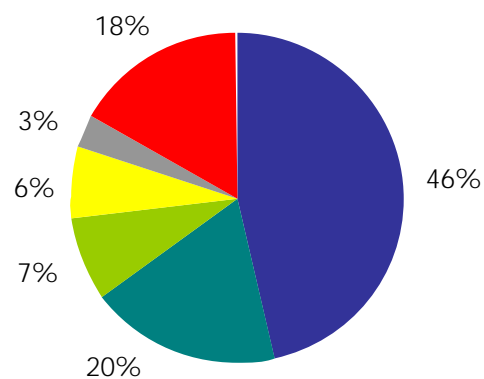
Fonte: Centrale del Latte di Torino & C. S.p.A.

Area geografica



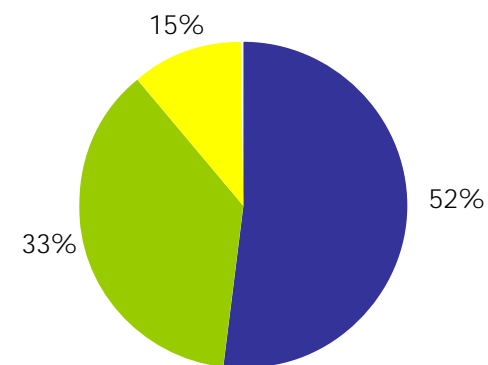
- Piemonte
- Liguria
- Veneto
- Altre regioni

Prodotto



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

Canale distributivo



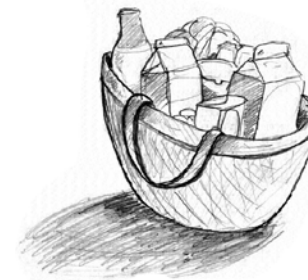
- GDO (1)
- Tradizionale (2)
- Altri

(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

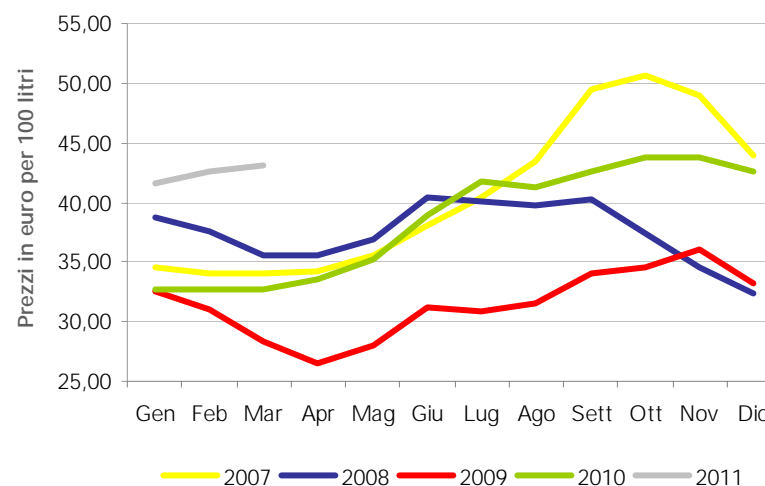
Fonte: Elaborazione dati CLAL su dati CCIAA di Lodi (www.clal.it)



Prezzi medi mensili del latte spot ¹ (2007-
marzo 2011)

Mese di rilevamento	Prezzi in euro per 100 litri				
	2007 media	2008 media	2009 media	2010 media	2011 media
Gennaio	34,54	38,66	32,51	32,78	41,63
Febbraio	34,03	37,64	31,04	32,73	42,53
Marzo	34,03	35,57	28,36	32,73	43,04
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	42,66	
Ottobre	50,62	37,35	34,56	43,69	
Novembre	48,98	34,54	36,09	43,82	
Dicembre	44,02	32,45	33,20	42,66	

Andamento dei prezzi mensili del latte spot ¹
(2007 - marzo 2011)



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



2. IL MERCATO

DINAMICHE DEL PREZZO DEL LATTE CRUDO ALLA STALLA

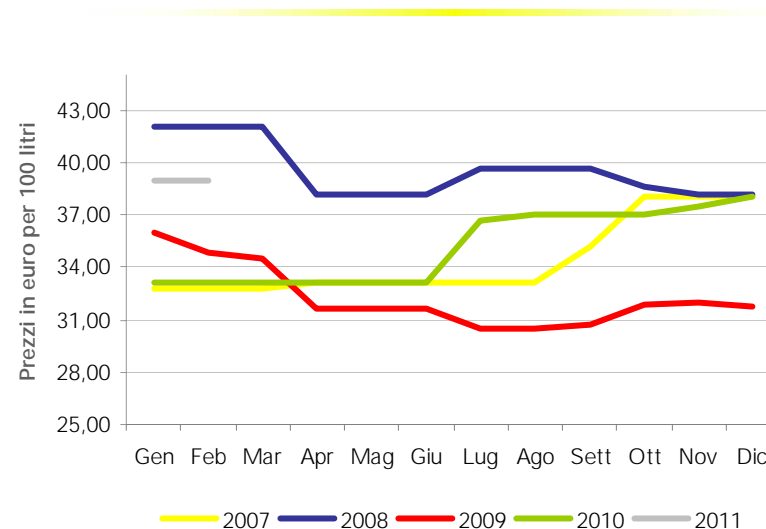
Fonte: Elaborazione CLAL (www.clal.it)



*Prezzi mensili del latte crudo alla stalla¹
(2007 - Febbraio 2011)*

Mese di riferimento	Prezzi in euro per 100 litri				
	2007	2008	2009	2010	2011
Gennaio	32,80	42,00	36,02 (e)	33,16	39,00 (e)
Febbraio	32,80	42,00	34,87 (e)	33,16	39,00 (e) ²
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)	
Agosto	33,16	39,59	30,45 (e)	37,00 (e)	
Settembre	35,16	39,59	30,73 (e)	37,00 (e)	
Ottobre	38,00	38,59	31,83 (e)	37,00 (e)	
Novembre	38,00	38,09	31,93 (e)	37,50 (e)	
Dicembre	38,00	38,09	31,78 (e)	38,00 (e)	

*Andamento del prezzo medio mensile del latte crudo
alla stalla¹ (2007 - febbraio 2011)*



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

² I prezzi dal mese di luglio 2010 al mese di febbraio 2011 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.



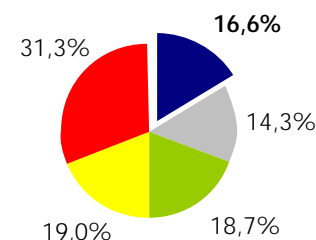
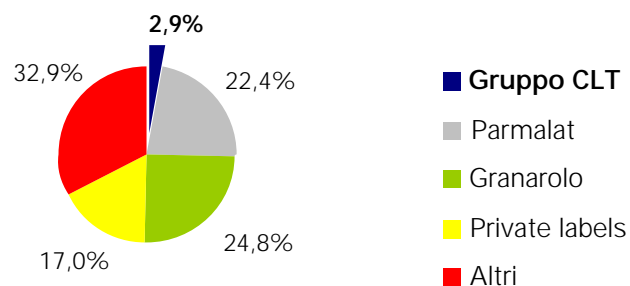
2. IL MERCATO: latte fresco Iper + Super

Fonte: IRI Infoscan

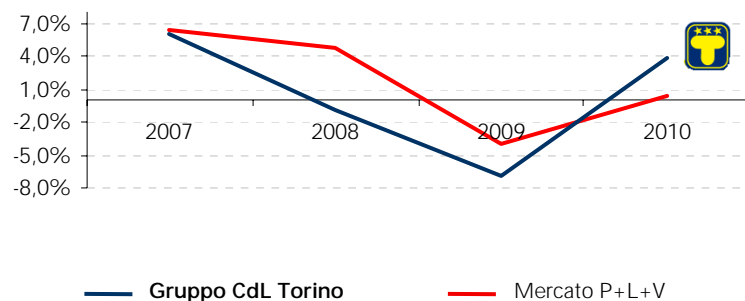
Quote di mercato a valore dei competitors (2010)

TOTALE ITALIA

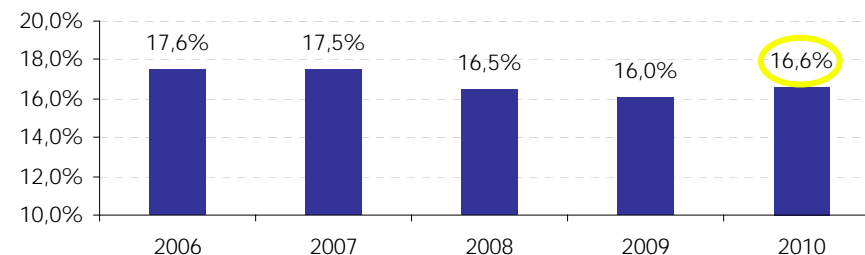
TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (17,6% DEL TOT. ITALIA)



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 Iper + Super

Fonte: IRI Infoscan

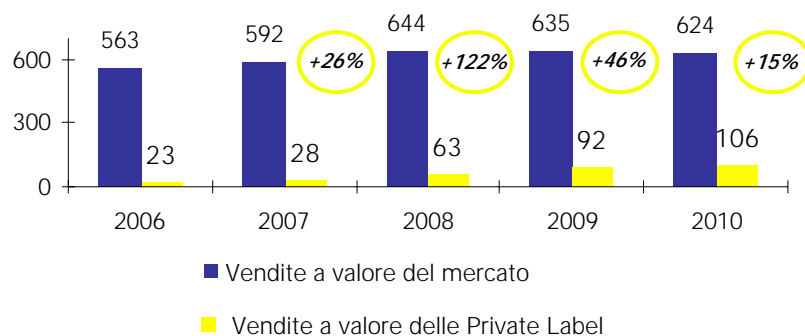
EVOLUZIONE VENDITE PRIVATE LABEL NEL MERCATO DEL LATTE FRESCO/ESL

Dati in milioni di Euro, eccetto percentuali e prezzo latte

- Le vendite di latte fresco/ESL delle Private Label risultano ancora in forte crescita. Evoluzione quota di mercato a valore: da **4,0%** nel 2006 ad **addirittura 17% nel 2010**, sebbene con un trend in rallentamento.

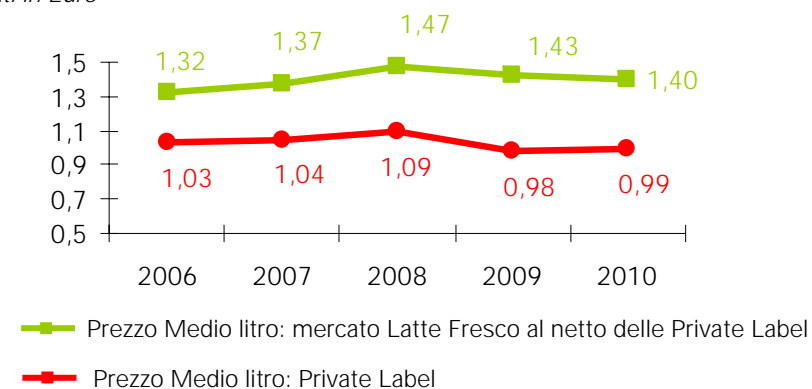
EVOLUZIONE MERCATO

Dati in milioni di Euro, eccetto percentuali



EVOLUZIONE PREZZO MEDIO DI MERCATO

Dati in Euro



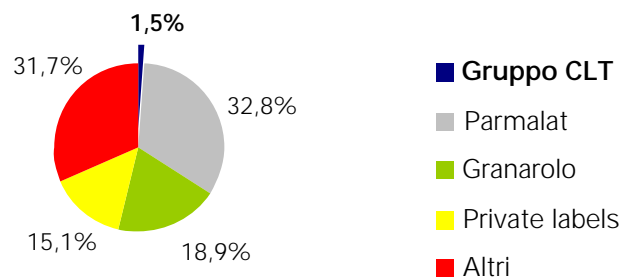


2. IL MERCATO: latte UHT Iper + Super

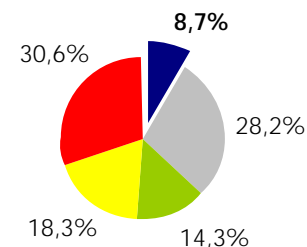
Fonte: IRI Infoscan

Quote di mercato a valore dei competitors (2010)

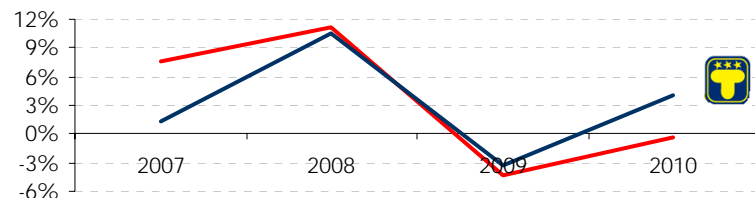
TOTALE ITALIA



TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (18,2% DEL TOT. ITALIA)

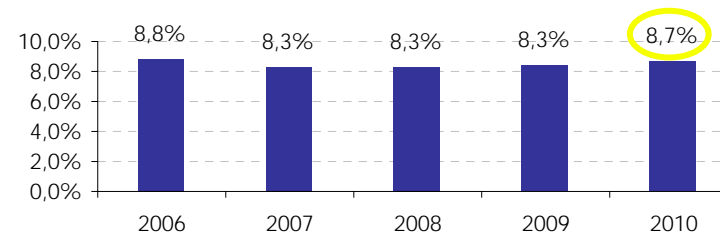


Evoluz. vendite a valore* CLT vs mkt



— Gruppo CdL Torino — Mercato P+L+V

Evoluzione quota di mercato a valore* CLT



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



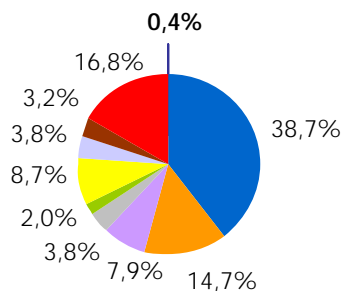
2. IL MERCATO: yogurt Iper + Super

Fonte: IRI Infoscan

Quote di mercato a valore dei competitors (2010)

TOTALE ITALIA

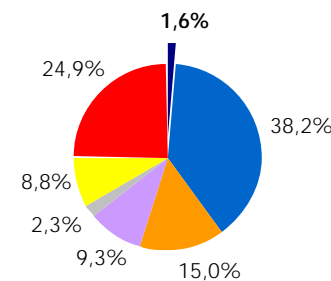
ITALIA
Valore del mercato
2010:
€ 1.153 milioni



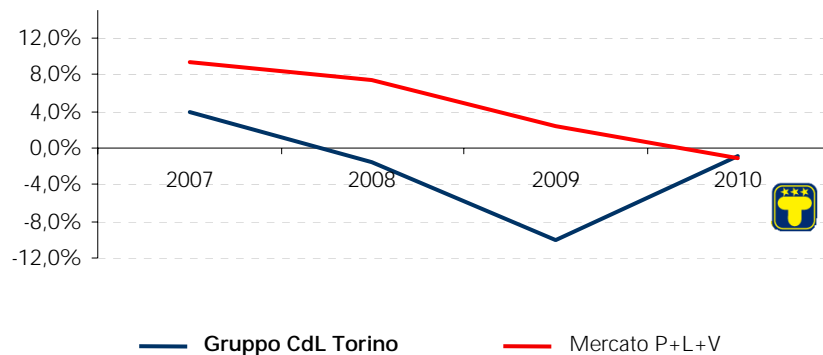
- Gruppo CLT
- Danone
- Muller
- Yomo
- Parmalat
- Granarolo
- Private Label
- Nestlé
- Mila
- Altri

TOT. PIEMONTE & VALLE D'AOSTA, LIGURIA E VENETO (21,7% DEL TOT. ITALIA)

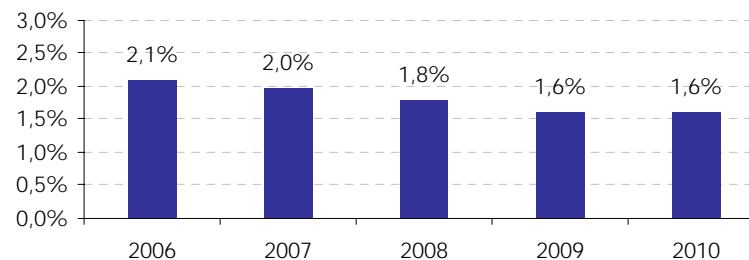
PIEM & VDA-LIG-VEN
Valore del mercato
2010:
€ 250 milioni



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

BRAND AWARENESS ¹ 2010

Fonte: Astra Demoscopea (ricerca quantitativa - CATI)

- La notorietà sollecitata dei nostri marchi raggiunge la quasi totalità dei consumatori di latte.



97,8%



96,6%



97,3%

¹ 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

€ 2,9 milioni
(2,9% dei ricavi 2009)

€ 2,8 milioni
(2,7% dei ricavi 2010)





2. IL MERCATO

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2010

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





2. IL MERCATO

LE PRINCIPALI INIZIATIVE DI MARKETING 2010 - 2011

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



Partecipazione a *Cibus*, il *Salone Internazionale dell'Alimentazione* (15° Edizione, 10 - 13 maggio 2010).



Partecipazione a *Marca - Private Label Conference and Exhibition*, Bologna Fiere (7° Edizione, 19 - 20 gennaio 2011).



Centrale del Latte di Torino sostiene la *Ricerca Scientifica d'eccellenza di AriSLA*



Sponsor ufficiale di *CioccolaTò 2011* (25 marzo - 3 aprile 2011)




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". Innovazione: focus produzione interna e solo su prodotti del core-business

- ▶ **Latte fresco & UHT:** consolidamento volumi di vendita e quote di mercato. In particolare, latte fresco: sostegno promo/pubblicitario in crescita. Latte fresco 1,5 lt: finalizzazione allargamento distributivo a Rapallo e lancio a Vicenza Q2 2011.
- ▶ **Latte ESL standard:** ingresso in tale segmento in forte crescita (21,4% del totale latte fresco - *fonte IRI Iper+Super 2010*) via produzione diretta nello stabilimento di Torino per tutte le aziende del Gruppo (Q3 2011).
- ▶ **Latte Alta digeribilità:** sostenere la crescita di tale innovativo e profittevole segmento via ulteriore sviluppo principalmente del prodotto 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, nuovi formati di vendita e nuovi gusti (cioccolato, pistacchio, ...).
- ▶ **Insalate IV Gamma:** sviluppo linea a marchio proprio e produzione a marchio di terzi. Importante sostegno promo/pubblicitario.
- ▶ **Panna UHT:** prosecuzione del progetto per diventare un player di riferimento 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 e insalate di IV gamma da Salads & Fruits (divisione di Centrale del Latte di Torino).
- ▶ Avvio progetto di implementazione **nuovo sistema informativo** di gruppo ERP 
- ▶ **Legame con il territorio:** iniziative di educazione alimentare sportive, culturali e sociali.



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

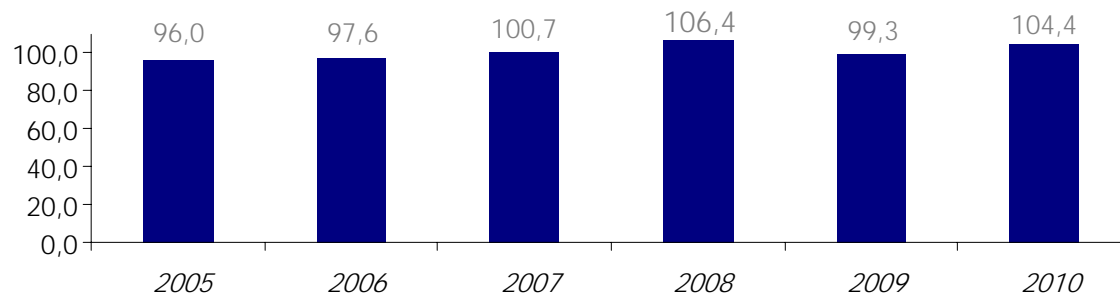
	31-dic-10	%	31-dic-09	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	101.370	98,0%	98.341	99,1%
Valore della produzione	103.426	100,0%	99.265	100,0%
Servizi	(26.351)	(25,5%)	(26.708)	(26,9%)
Consumi di materie prime	(53.138)	(51,4%)	(47.819)	(48,2%)
Altri costi operativi	(914)	(0,9%)	(965)	(1,0%)
Costi della produzione	(80.403)	(77,7%)	(75.492)	(76,1%)
Costo del personale	(14.041)	(13,6%)	(14.174)	(14,3%)
EBITDA	8.983	8,7%	9.599	9,7%
Ammortamenti e accantonamento	(5.891)	(5,7%)	(5.948)	(6,0%)
EBIT	3.092	3,0%	3.651	3,7%
Proventi e oneri finanziari	(1.111)	(1,1%)	(1.181)	(1,2%)
Adeguamento valore delle partecipazioni	-	-	(119)	(0,1%)
Risultato ante imposte	1.981	1,9%	2.350	2,4%
Imposte	(980)	(0,9%)	(1.679)	(1,7%)
Risultato dopo le imposte	1.001	1,0%	671	0,7%
Utili e perdite di terzi	0	-	129	0,1%
Risultato di gruppo dopo le imposte	1.001	1,0%	542	0,5%



3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

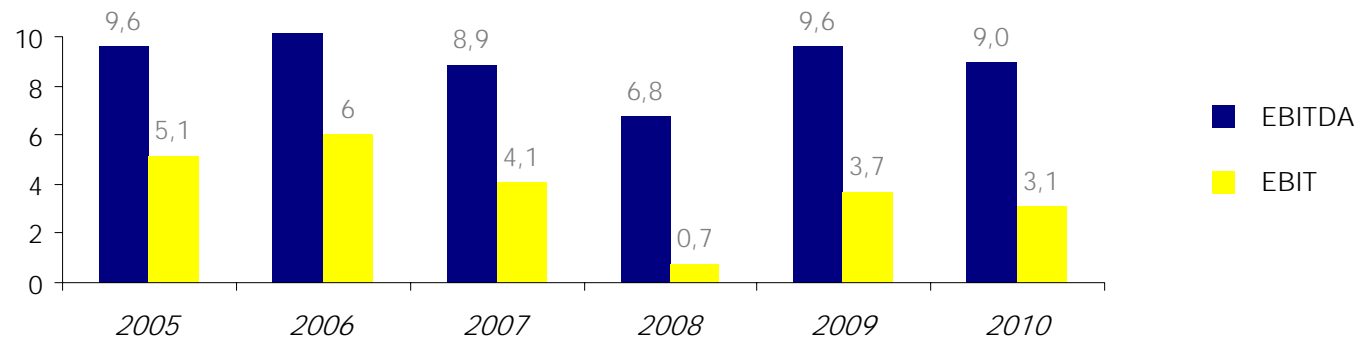
ANDAMENTO DEL VALORE DELLA PRODUZIONE (2005 - 2010)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



ANDAMENTO EBITDA ed EBIT (2005 - 2010)

Fonte: elaborazioni su dati CLT
Dati in milioni di Euro



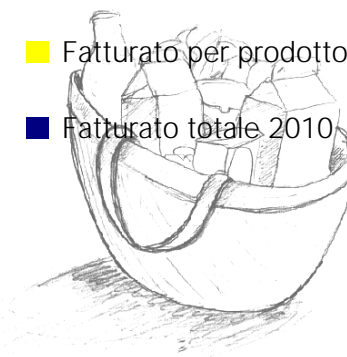


3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO 2010

Fonte: elaborazioni su dati CLT

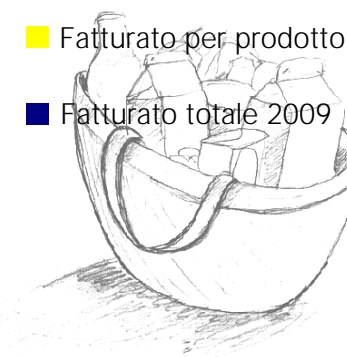
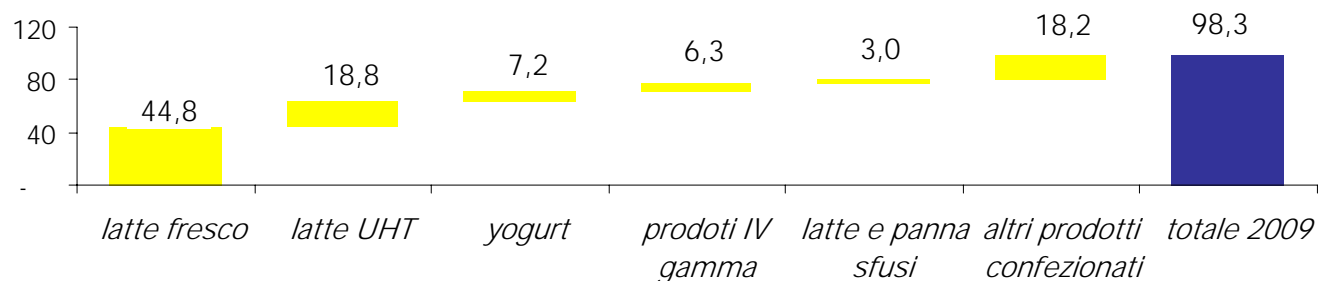
Dati in milioni di Euro



COMPOSIZIONE PER PRODOTTO DEL FATTURATO 2009

Fonte: elaborazioni su dati CLT

Dati in milioni di Euro



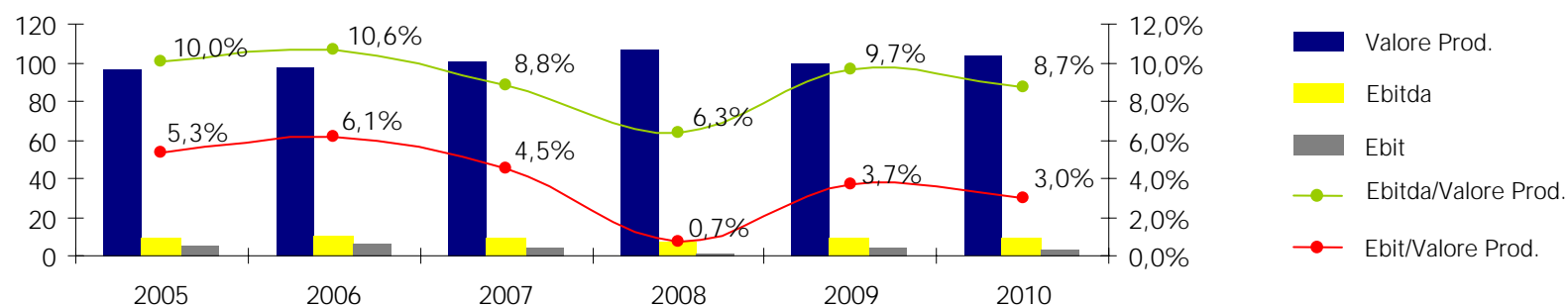


3. DATI ECONOMICO-FINANZIARI

EBIT ed EBITDA MARGINS

Fonte: elaborazioni su dati CLT

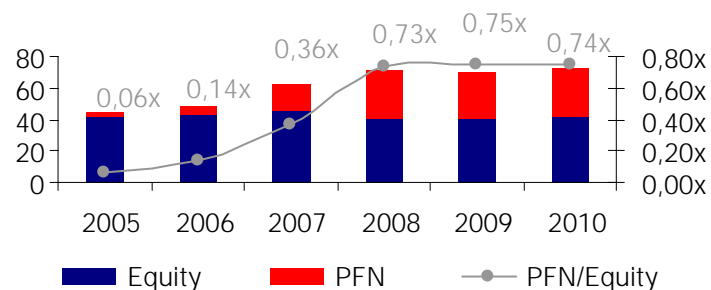
Dati in milioni di Euro



PFN/EQUITY

Fonte: elaborazioni su dati CLT

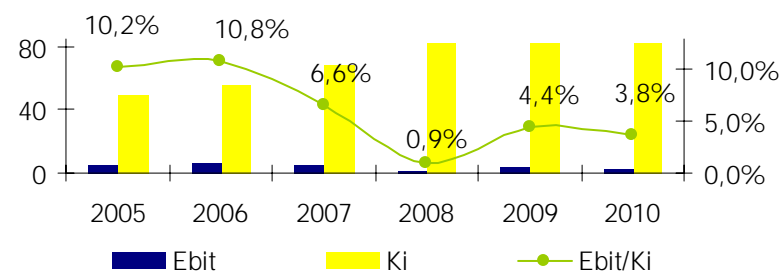
Dati in milioni di Euro



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.

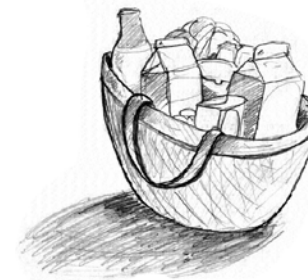
Dati in migliaia di Euro

IFRS Riclassificati

	31-dic-10	%	31-dic-09	%
Immobilizzazioni materiali	61.100	74,4%	63.113	76,7%
Immobilizzazioni immateriali	14.596	17,8%	16.155	19,6%
Immobilizzazioni finanziarie	73	0,09%	73	0,1%
Attività immobilizzate	75.769	92,2%	79.342	96,4%
Crediti verso clienti	23.481	28,6%	20.005	24,3%
Magazzino	3.737	4,5%	3.193	3,9%
Altre attività	8.069	9,8%	6.883	8,4%
Debiti verso fornitori	(23.181)	(28,2%)	(20.692)	(25,1%)
Altri debiti	(5.697)	(6,9%)	(6.436)	(7,8%)
Capitale circolante	6.408	7,8%	2.954	3,6%
TOTALE IMPIEGHI	82.177	100,0%	82.296	100,0%
TFR e altri fondi	9.417	11,5%	10.521	12,8%
Cassa	(4.703)	(5,7%)	(7.195)	(8,7%)
Debito finanziario	35.759	43,5%	37.200	45,2%
Indebitamento finanziario netto	31.056	37,8%	30.005	36,5%
Capitale sociale e riserve	40.703	49,5%	39.380	47,9%
Utile netto (perdita)	1.001	1,2%	800	1,0%
Totale patrimonio netto	41.704	50,7%	40.180	48,8%
Capitale e riserve di terzi	0	-	1.593	1,9%
TOTALE FONTI	82.177	100,0%	82.299	100,0%



4. IL TITOLO



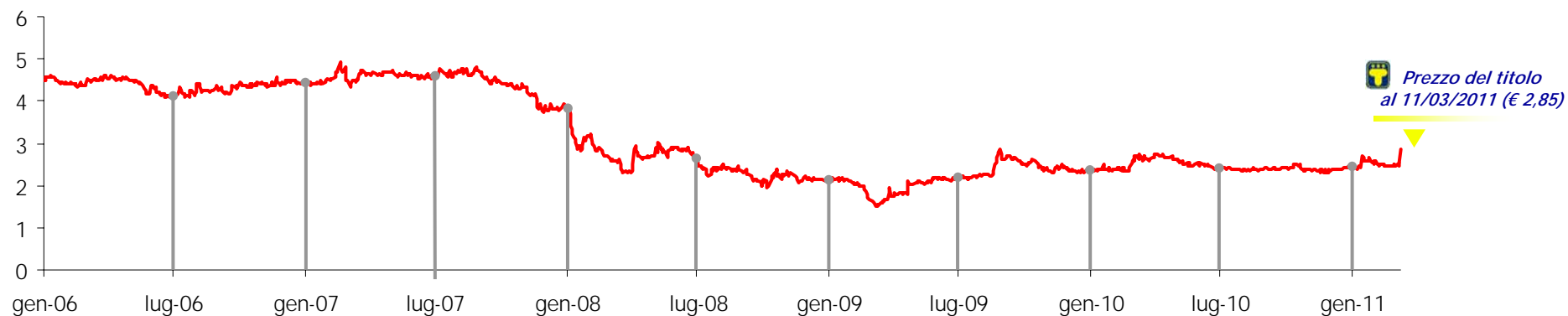


4. IL TITOLO

ANDAMENTO DEL TITOLO 2006 - 2011 YTD

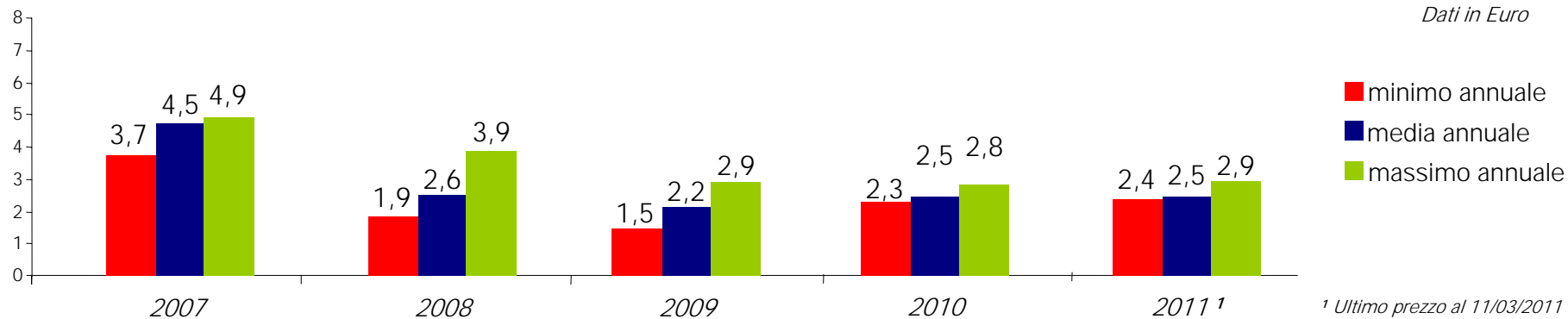
IPO avvenuta in data 03/11/2000 con un prezzo di collocamento pari a **6,80** euro.

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg
Dati in Euro



ANALISI ANNUALE DEL PREZZO PER AZIONE 2007 - 2011 YTD

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg
Dati in Euro



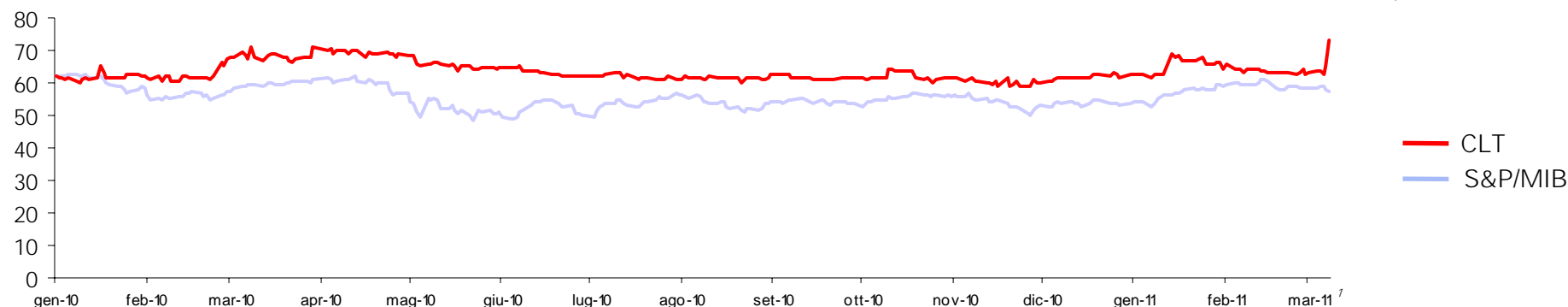


4. IL TITOLO

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

Fonte: elaborazioni su dati Bloomberg

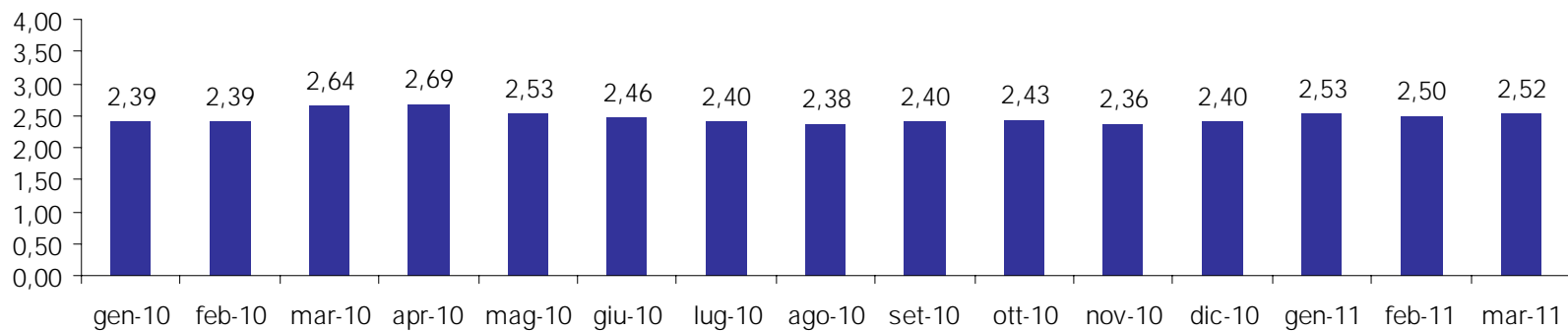
¹ Ultimo prezzo al 11/03/2011
Dati in Euro, prezzi su base 100



ANALISI MENSILE DEL PREZZO PER AZIONE YTD

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

¹ Ultimo prezzo al 11/03/2011





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.bancaintermobiliare.com

Andrea Andreis *Analista*

Tel. +39 011 0828 651
Fax. +39 011 0828 866
andrea.andreis@bancaintermobiliare.com