

**GRUPPO BARILLA: FATTURATO 2013 +2,5%
FORTE CRESCITA NEI MERCATI EXTRA EUROPEI, TIENE L'ITALIA**

**“BUONO PER TE, BUONO PER IL PIANETA” come strategia di crescita:
presentati per la prima volta insieme dati economici e di sostenibilità**

Principali risultati

- Fatturato 2013 pari a 3,5 miliardi di euro (+2,5% di crescita operativa, -1,0% di impatto cambio, - 13% derivante da dismissioni);
- EBITDA ricorrente 2013 pari a 425 milioni di euro (12% sul fatturato)
- Indebitamento netto a 347 milioni di euro (574 milioni nel 2012)
- Volumi di prodotto finito 2013 +4%; CO₂ emessa dagli stabilimenti -2%
- -27% di CO₂ emessa dagli stabilimenti dal 2008; -25% consumo di acqua
- 41 Prodotti riformulati per migliorare il profilo nutrizionale;
- 12 nuovi prodotti integrali o contenenti fibre

Milano, 27 maggio 2014 – BUONO PER TE, BUONO PER IL PIANETA è la filosofia che ispira il piano di sviluppo del Gruppo Barilla e che nel 2013 si è tradotta in una serie di azioni concrete che coniugano crescita e sostenibilità. La decisione di presentare per la prima volta simultaneamente il bilancio economico e il bilancio di sostenibilità dell'esercizio 2013 risponde pienamente a questo principio guida.

“Nell'esercizio 2013 è entrata nel vivo la nuova strategia, permettendo all'azienda di superare la difficile congiuntura.” ha dichiarato Guido Barilla, Presidente del Gruppo Barilla. “La strategia passa attraverso una concentrazione sulle attività strategiche per offrire prodotti di qualità superiore e la crescita mirata nei principali mercati attuali e in selezionate economie emergenti. L'abbiamo riassunta con le parole “Buono per Te, Buono per il Pianeta.” vogliamo promuovere corrette abitudini alimentari, riducendo il nostro impatto ambientale” ha concluso il Presidente del Gruppo.

Risultati economici

A livello di risultati economici, nel 2013 è stata completata la cessione della società tedesca Lieken che segue quella della società di logistica Number1. Il fatturato 2013 ha raggiunto i 3,535 miliardi di euro (+2,5% di crescita operativa a parità di perimetro; +1,4% tenendo conto dell'effetto cambio pari a 1%, -11,5% tenendo conto del consolidamento di Lieken fino a maggio 2013). L'EBITDA ricorrente del 2013 si è attestato al 12% del fatturato (rispetto al 10,8% del 2012). In valori assoluti, si è passati dai 433 milioni del 2012 ai 425 del 2013.

Prosegue a ritmi serrati la riduzione dell'indebitamento. Dai 688 milioni di euro del 2011, si era arrivati ai 574 milioni del 2012, scesi a 347 milioni nel 2013.

L'azienda è cresciuta nelle categorie principali - pasta, sughi e prodotti da forno – e nei mercati sui quali ha puntato. La pasta senza glutine, i cornetti integrali e i nuovi sughi sono solo alcuni esempi di

nuovi prodotti di successo. A livello geografico, Barilla ha sviluppato linee specifiche di pasta per Paesi considerati strategici per lo sviluppo futuro dell'azienda, quali Brasile, Russia e Cina.

Da sottolineare l'eccellente performance del mercato brasiliano nel 2013, con il business che è quasi raddoppiato in un anno.

In Italia i volumi sono cresciuti dell'1% nel 2013. Anche se il mercato è in calo, Barilla continua a investire nel Paese: dopo l'apertura dello stabilimento sugli nel 2012, l'azienda ha inaugurato un magazzino automatizzato nel 2013 e ha da poco iniziato a costruire sili di stoccaggio grano con una connessione ferroviaria, dimezzando il trasporto via gomma del grano in arrivo a Parma, dove si trova il più grande stabilimento di pasta al mondo.

Buono per Te, Buono per il Pianeta

È in nome di "Buono per Te, Buone per il Pianeta" che Barilla ha iniziato ad aprire le porte dei propri stabilimenti, dalla raccolta delle materie prime nei campi, passando per la produzione, fino al prodotto finito. All'interno del percorso di sostenibilità, il Gruppo sta stringendo una serie di accordi di filiera, al fine di garantire un modello agricolo virtuoso: per avere prodotti di qualità superiore è necessario avere materie prime eccellenti.

Mentre i volumi continuano a crescere, il 2013 è stato contrassegnato da un risparmio del 27% di emissioni CO₂ nelle fabbriche del Gruppo rispetto ai dati del quinquennio precedente e del 25% sul consumo totale d'acqua degli stabilimenti. Il traguardo, ambizioso ma raggiungibile, è quello di ridurre nel 2020 del 30% sia le emissioni di CO₂ sia il consumo di acqua per tonnellata di prodotto finito.

Importanti novità anche a livello di prodotto. Nel 2013, il Gruppo Barilla ha introdotto 41 prodotti riformulati per migliorare il profilo nutrizionale; 12 nuovi prodotti integrali o contenenti fibre e 5 prodotti che hanno beneficiato dell'eliminazione degli additivi.

Ispirata dal Barilla Center for Food & Nutrition (BCFN), centro di pensiero diventato Fondazione BCFN a inizio 2014, l'azienda ha portato la doppia piramide alimentare e ambientale all'interno della strategia di crescita e punta a raddoppiare il volume di prodotto alla base delle piramide alimentare al 2020.

Per ulteriori informazioni:

Barilla Press Office - Luca Di Leo - Tel: +39 0521 262217 - luca.dileo@barilla.com