



Campari annuncia risultati molto positivi nel primo semestre 2010

Tutti gli indicatori di *performance* in forte crescita

DATI PRINCIPALI - Primo semestre 2010

- Vendite: €515,7 milioni (+16,7%, variazione organica +8,7%)
- Margine di contribuzione: € 209,5 milioni (+18,5%, crescita organica +10,4%, 40,6% delle vendite)
- EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti: € 128,6 milioni (+17,9%, crescita organica +13,7%, 24,9% delle vendite)
- EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti: € 116,0 milioni (+17,9%, crescita organica +14,0%, 22,5% delle vendite)
- Utile netto: €69,3 milioni (+15,2%)

Milano, 4 agosto 2010 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2010.

Nel primo semestre del 2010 il Gruppo Campari ha conseguito **risultati molto positivi** con **tutti gli indicatori di *performance* in forte crescita**, grazie soprattutto alla crescita organica. L'andamento del *business* è stato positivamente influenzato da (i) il **buon andamento dei consumi nelle principali combinazioni di prodotto e mercato**; (ii) il consolidamento dell'acquisizione di Wild Turkey e (iii) il confronto favorevole con il primo semestre del 2009, che era stato negativamente condizionato dalla crisi finanziaria e dal *destocking*. Grazie al *mix* positivo delle vendite, tutti gli **indicatori di *performance* operativa sono risultati in forte crescita**, nonostante il consistente incremento degli investimenti di *marketing*.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: *'La nostra performance nel primo semestre del 2010 è stata molto positiva, con tutti gli indicatori in forte crescita. Per il futuro, relativamente alla restante parte dell'anno, ci aspettiamo uno scenario equilibrato in termini di rischi e opportunità. In particolare, riteniamo che il buon andamento dei consumi nelle principali combinazioni di prodotti e mercati possa mitigare l'impatto di un confronto in termini di costo del venduto e di un mix delle vendite meno favorevoli, quest'ultimo a causa della stagionalità. Benché il persistere della volatilità possa impattare l'andamento dei risultati nei prossimi trimestri, rimaniamo ragionevolmente ottimisti riguardo alle nostre prospettive complessive per il 2010'.*

RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO SEMESTRE 2010

Risultati consolidati	1 gennaio - 30 giugno 2010 €milioni	1 gennaio - 30 giugno 2009 €milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
Vendite nette	515,7	441,8	+16,7%	+14,8%
Margine di contribuzione ⁽¹⁾	209,5	176,9	+18,5%	+17,1%
EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti	128,6	109,1	+17,9%	+17,1%
EBITDA	127,0	107,5	+18,1%	+17,3%
Risultato della gestione corrente				
= EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti	116,0	98,4	+17,9%	+17,3%
Risultato operativo = EBIT	114,4	96,8	+18,2%	+17,4%
Utile netto del Gruppo	69,3	60,1	+15,2%	+13,6%

(1) Risultato della gestione corrente prima dei costi di struttura.

Nel primo semestre del 2010 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€ 515,7 milioni (+16,7%; +8,7% crescita organica, +2,0% effetto cambi e +6,1% effetto perimetro**, quest'ultimo principalmente dovuto all'acquisizione di Wild Turkey).

Il **marginale lordo** è stato **€ 299,6 milioni**, in crescita del 20,4%, e pari al 58,1% delle vendite, principalmente grazie al **mix favorevole delle vendite** dovuto alla **crescita a doppia cifra del segmento spirit**.

Il **marginale di contribuzione**, ovvero il marginale lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni, è stato **€ 209,5 milioni**, in crescita del 18,5% (+10,4% crescita organica) e pari al 40,6% delle vendite.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ricorrenti** è stato **€ 128,6 milioni**, in crescita del 17,9% (+13,7% crescita organica) e pari al 24,9% delle vendite.

L'**EBITDA** è stato **€ 127,0 milioni**, in crescita del 18,1%.

L'**EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti** è stato **€ 116,0 milioni**, in crescita del 17,9% (+14,0% crescita organica) e pari al 22,5% delle vendite.

L'**EBIT** è stato **€ 114,4 milioni**, in crescita del 18,2%.

L'utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza è stato € 97,7 milioni (+17,3%; +16,0% a cambi costanti).

L'**utile netto del Gruppo** è stato **€ 69,3 milioni**, in **crescita del +15,2%** (+13,6% a cambi costanti). Al 30 giugno 2010 l'**indebitamento finanziario netto**, dopo il pagamento di dividendi agli azionisti di € 34,6 milioni ed effetti cambi negativi di € 32,8 milioni rispetto al 31 Dicembre 2009, è pari a **€ 656,2 milioni** (€ 630,8 milioni al 31 dicembre 2009).

VENDITE CONSOLIDATE DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2010

Gli **spirit**, che rappresentano il 76,9% del **business** (in crescita rispetto a 72,3% nel primo semestre 2009), hanno registrato una variazione delle vendite del +24,2%, determinata da una **crescita organica del +13,9%**, da un **impatto positivo dei cambi del +2,5%** e da un **effetto perimetro del +7,8%**.

Il **brand Campari** ha registrato una **crescita del +10,3%** a cambi costanti (+13,3% a cambi effettivi), grazie alla positiva **performance** nei principali mercati Europei e a una forte ripresa delle vendite sul mercato brasiliano. Le vendite di **SKYY sono cresciute del +7,6%** a cambi costanti (+8,5% a cambi effettivi), grazie al favorevole confronto con il dato del 2009, al buon andamento di tutta la gamma SKYY negli Stati Uniti e di una forte crescita nei principali mercati internazionali. **Aperol** ha confermato l'andamento molto sostenuto dei consumi (+34,7% a cambi costanti) in Italia e all'estero, con particolare riferimento ai mercati tedesco e austriaco. **Campari Soda** ha chiuso il semestre in lieve flessione rispetto allo scorso anno (-0,6%). Le vendite dei **brand brasiliani** hanno segnato una **crescita molto importante delle vendite** (+63,6% a cambi costanti), grazie al successo dell'implementazione della nuova politica commerciale e a un confronto favorevole rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso. Il primo semestre 2010 è stato positivo anche per **GlenGrant (+18,1%** a cambi costanti), mentre **Ouzo 12** e **Cynar** hanno registrato **performance** in linea con lo scorso anno.

Gli **wine**, che rappresentano il 11,5% del fatturato, hanno registrato una **variazione negativa del -1,3%**, determinata da una **variazione negativa del business organico del -4,0%**, da una **variazione positiva di perimetro del +1,8%** e da un **impatto positivo dei cambi del +0,9%**. Il **brand Cinzano** ha registrato una *performance* positiva: in particolare gli **spumanti Cinzano** hanno incrementato le vendite del 3,6% (+3,8% a cambi costanti), grazie al buon andamento dei mercati italiano e russo; per il **vermouth Cinzano la crescita è stata del 3,3%** (+5,2% a cambi costanti), in particolare grazie a una ripresa nell'importante mercato russo. Le vendite di **Sella & Mosca** hanno registrato una contrazione del 5,2% rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso, mentre **Riccadonna** ha segnato una momentanea contrazione, esclusivamente dovuta al passaggio sulla nuova piattaforma distributiva del Gruppo nell'importante mercato australiano.

I **soft drink**, che rappresentano il 10,5% del fatturato, hanno registrato una **variazione negativa del -5,1%**, determinata dalla contrazione di bibite analcoliche e acque minerali (-6,8%), imputabile principalmente alle condizioni climatiche avverse, e di **Crodino (-4,3%)**, attribuibile a un andamento meno favorevole nel canale bar.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del primo semestre 2010 sul **mercato italiano**, pari al 39,6% del totale (45,2% nel primo semestre del 2009), hanno registrato una **crescita del +2,2%**, determinata dal positivo contributo della crescita organica (+2,9%), in parte compensata da un effetto perimetro negativo del -0,7%.

Le vendite in **Europa** (esclusa l'Italia), pari al 20,9% delle vendite consolidate, hanno segnato una **crescita del +11,9%**, determinata da una **crescita del business organico del +11,0%**, grazie a una buona *performance* di tutti i mercati principali dell'Europa occidentale e orientale, da una variazione di perimetro positiva del +0,5% e da un effetto cambi del +0,4%.

Le vendite nell'area **Americhe**, pari al 34,1% del totale, hanno registrato una crescita complessiva del +46,1%, determinata da una **variazione organica positiva del +24,7%**, un effetto **cambi positivo del +6,4%** e un **effetto perimetro positivo del +15,0%**, quest'ultimo dovuto all'acquisizione di Wild Turkey. Il *business organico* del **mercato USA** ha registrato una **crescita del +13,3%**, principalmente grazie al confronto favorevole con il primo semestre dello scorso anno, un **effetto perimetro positivo del +19,5%** e un effetto cambi del +0,2%. In **Brasile**, le vendite hanno registrato **a livello organico una crescita del 61,3%**, grazie al ritorno a un andamento normalizzato dopo l'introduzione della nuova politica commerciale e a un confronto favorevole rispetto allo scorso anno. Alla *performance* dell'area brasiliana hanno positivamente contribuito anche l'effetto perimetro (+1,7%) e un significativo effetto cambi (+36,1%).

L'area **resto del mondo** (che include anche le vendite *duty free*), pari al 5,4% del fatturato totale, è **creciuta** complessivamente del **+9,6%**, trainata da una crescita di perimetro del +37,6%, da un effetto cambi del +2,2% e da una variazione negativa organica del -30,2%, dovuta principalmente al passaggio sulla nuova piattaforma distributiva del Gruppo nell'importante mercato australiano.

ALTRE DELIBERE

Fusione per incorporazione di Campari Italia S.p.A. in Davide Campari-Milano S.p.A. Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato il progetto unitario di fusione per incorporazione di Campari Italia S.p.A. La fusione ha l'obiettivo di semplificare la struttura societaria del Gruppo, nonché di perseguire una maggiore razionalità e funzionalità sotto il profilo patrimoniale ed economico, integrando le attività produttive e commerciali. Poiché Davide Campari-Milano S.p.A. è titolare dell'intero capitale sociale di Campari Italia S.p.A., l'operazione non comporterà la determinazione di un rapporto di concambio e quindi effetti sugli azionisti. Si precisa a tale riguardo che Davide Campari-Milano S.p.A. non modificherà il proprio capitale sociale e manterrà invariato lo statuto vigente.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL SEMESTRE

Acquisto della quota residua del 20% di Cabo Wabo. Il 30 luglio 2010 è stato siglato un accordo con l'azionista di minoranza di Cabo Wabo per l'esercizio anticipato delle opzioni *put/call*, relative al residuo 20% del marchio Cabo Wabo. Il Gruppo Campari aveva acquisito la quota di maggioranza (80%) di Cabo Wabo nel 2008. L'acquisto del 20% è stato perfezionato sulla base di un prezzo di

US\$ 11,0 milioni e prevede il riconoscimento al venditore di un *earn out* nei tre anni successivi al *closing*, la cui stima è pari US\$ 4,0 milioni.

Produzione e vendita di Cinzano in Argentina. Il 23 luglio 2010 è stato siglato un accordo che prevede la risoluzione anticipata del contratto concesso da Davide Campari-Milano S.p.A. a Cepas Argentina S.A. nel 2000, successivamente all'acquisizione del marchio Cinzano, con il quale si conferivano i diritti di produzione e commercializzazione di Cinzano per il mercato argentino fino al 2026. Il Gruppo Campari investirà € 11,0 milioni, che saranno pagati entro il 31 agosto 2010, per i diritti di produzione e distribuzione di Cinzano. Da settembre 2010 la commercializzazione e, successivamente, la produzione di Cinzano saranno assunte da Sabia S.A., società argentina acquisita dal Gruppo Campari nel 2008 e ora interamente posseduta.

Assemblea degli obbligazionisti. Il 2 agosto 2010 si è tenuta l'assemblea degli obbligazionisti titolari delle obbligazioni emesse da Davide Campari-Milano S.p.A. il 16 luglio 2003 e collocate presso il mercato statunitense a favore esclusivamente di investitori istituzionali esteri. L'assemblea ha approvato le modifiche ad alcune condizioni del prestito, in particolare per consentire alla società, in caso di significative acquisizioni, di raggiungere e mantenere un livello di indebitamento massimo più elevato, a fronte del riconoscimento, per i corrispondenti periodi, di un tasso di interesse maggiorato. Anche i due *private placement* emessi negli Stati Uniti da Redfire, Inc. nel 2002 e nel 2009 sono stati allineati alle nuove condizioni.

Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Davide Campari-Milano S.p.A., Paolo Marchesini, attesta - ai sensi dell'articolo 154 bis, 2° comma, D. Lgs. 58/1998 (TUF) - che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

CONFERENCE CALL

Si informa che alle **ore 13,00 (CET) di oggi, mercoledì 4 agosto 2010**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati del primo semestre 2010. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia** **02 8058 811**
- **dall'estero** **+44 203 147 47 96**

Le **slide della presentazione** potranno essere scaricate prima dell'inizio della *conference call* dalla Investor Relations *homepage* del sito *web* Campari all'indirizzo:

<http://www.camparigroup.com/it/investors/home.jsp>

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da giovedì 5 agosto 2010 a mercoledì 11 agosto 2010 chiamando i seguenti numeri:

- **dall'Italia** **02 72495**
- **dall'estero** **+44 207 0980 726**

Codice di accesso: **726#**

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: chiara.garavini@campari.com

www.camparigroup.com

Corporate Communications

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Alex Balestra

Tel. : +39 02 6225 364

Email: alex.balestra@campari.com

<http://www.camparigroup.com/it/investors/home.jsp>

http://www.camparigroup.com/it/press_media/image_gallery/immagini_gruppo.jsp

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello globale. E' presente in 190 paesi nel mondo con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA e in Europa continentale. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Wild Turkey e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, Campari Soda, Cynar, GlenGrant, Ouzo 12, X-Rated Fusion Liqueur, Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, i *brand* regionali Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda, con la relativa estensione di gamma. Il Gruppo impiega oltre 2.000 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana. www.camparigroup.com

- seguono tabelle -

GRUPPO CAMPARI

Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 giugno 2010		1 gennaio - 30 giugno 2009		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
Italia	204,1	39,6%	199,6	45,2%	2,2%
Europa	107,8	20,9%	96,3	21,8%	11,9%
Americhe	175,9	34,1%	120,4	27,3%	46,1%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	27,9	5,4%	25,5	5,8%	9,6%
Totale	515,7	100,0%	441,8	100,0%	16,7%

Analisi della variazione %	Totale	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
Italia	2,2%	2,9%	-0,7%	0,0%
Europa	11,9%	11,0%	0,5%	0,4%
Americhe	46,1%	24,7%	15,0%	6,4%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	9,6%	-30,2%	37,6%	2,2%
Totale	16,7%	8,7%	6,1%	2,0%

Scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 30 giugno 2010		1 gennaio - 30 giugno 2009		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
<i>Spirit</i>	396,5	76,9%	319,3	72,3%	24,2%
<i>Wine</i>	59,1	11,5%	59,8	13,5%	-1,3%
<i>Soft drink</i>	53,9	10,5%	56,8	12,9%	-5,1%
Altri ricavi	6,1	1,2%	5,8	1,3%	6,1%
Totale	515,7	100,0%	441,8	100,0%	16,7%

Analisi della variazione %	Variazione totale	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
<i>Spirit</i>	24,2%	13,9%	7,8%	2,5%
<i>Wine</i>	-1,3%	-4,0%	1,8%	0,9%
<i>Soft drink</i>	-5,1%	-5,1%	0,0%	0,0%
Altre vendite	6,1%	-10,5%	14,7%	1,9%
Totale	16,7%	8,7%	6,1%	2,0%

Scomposizione del margine di contribuzione per segmento di attività

Margine di contribuzione	1 gennaio - 30 giugno 2010		1 gennaio - 30 giugno 2009		Variazione
	€milioni	in % totale	€milioni	in % totale	%
<i>Spirit</i>	171,1	81,6%	140,9	79,6%	21,4%
<i>Wine</i>	15,3	7,3%	13,9	7,8%	10,1%
<i>Soft drink</i>	22,0	10,5%	21,4	12,1%	2,8%
Altro	1,3	0,6%	0,8	0,4%	59,7%
Totale	209,5	100,0%	176,9	100,0%	18,5%

Analisi della variazione %	Variazione totale	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
<i>Spirit</i>	21,4%	11,7%	8,3%	1,4%
<i>Wine</i>	10,1%	6,7%	1,0%	2,4%
<i>Soft drink</i>	2,8%	2,8%	-	-
Altre vendite	59,7%	42,4%	10,6%	6,7%
Totale	18,5%	10,4%	6,7%	1,4%

Conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 giugno 2010		1 gennaio - 30 giugno 2009		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Vendite nette ⁽¹⁾	515,7	100,0%	441,8	100,0%	16,7%
Costo del venduto ⁽²⁾	(216,1)	-41,9%	(192,9)	-43,7%	12,0%
Margine lordo	299,6	58,1%	248,9	56,3%	20,4%
Pubblicità e promozioni	(90,0)	-17,5%	(72,0)	-16,3%	25,0%
Margine di contribuzione	209,5	40,6%	176,9	40,0%	18,5%
Costi di struttura ⁽³⁾	(93,6)	-18,1%	(78,5)	-17,8%	19,2%
Risultato della gestione corrente = EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti	116,0	22,5%	98,4	22,3%	17,9%
Altri proventi (oneri) non ricorrenti	(1,6)	-0,3%	(1,6)	-0,4%	-
Risultato operativo = EBIT	114,4	22,2%	96,8	21,9%	18,2%
Proventi (oneri) finanziari netti	(16,4)	-3,2%	(9,4)	-2,1%	75,0%
Oneri finanziari non ricorrenti	0,0	0,0%	(3,9)	-0,9%	-100,0%
Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto	(0,2)	-0,0%	(0,3)	-0,1%	-
Oneri per <i>put option</i>	(0,2)	-0,0%	0,0	0,0%	-
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	97,7	18,9%	83,3	18,9%	17,3%
Imposte	(28,2)	-5,5%	(23,0)	-5,2%	22,9%
Utile netto	69,5	13,5%	60,3	13,7%	15,2%
Interessi di minoranza	(0,2)	-0,0%	(0,2)	-0,0%	-
Utile del Gruppo	69,3	13,4%	60,1	13,6%	15,2%
Totale ammortamenti	(12,6)	-2,4%	(10,7)	-2,4%	17,7%
EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti	128,6	24,9%	109,1	24,7%	17,9%
EBITDA	127,0	24,6%	107,5	24,3%	18,1%

(1) Al netto di sconti e accise.

(2) Include costi dei materiali, costi di produzione e costi di distribuzione.

(3) Include spese generali e amministrative e costi di vendita.

GRUPPO CAMPARI

Stato patrimoniale consolidato

	30 giugno 2010 € milioni	31 dicembre 2009 € milioni
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	324,9	284,0
Attività biologiche	18,3	18,5
Investimenti immobiliari	0,7	0,7
Avviamento e marchi	1.338,1	1.199,4
Attività immateriali a vita definita	7,4	5,5
Partecipazioni in società collegate e <i>joint-venture</i>	0,6	0,7
Imposte anticipate	31,1	28,1
Altre attività non correnti	17,9	162,3
Totale attività non correnti	1.738,9	1.699,1
Attività correnti		
Rimanenze	316,0	271,4
Crediti commerciali	233,3	236,2
Crediti finanziari	166,8	6,7
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	142,4	129,6
Altri crediti	22,9	24,3
Totale attività correnti	881,5	668,2
Attività non correnti destinate alla vendita	11,1	11,1
Totale attività	2.631,5	2.378,4
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Capitale	58,1	29,0
Riserve	1.163,9	1.014,4
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	1.222,0	1.043,5
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	2,8	2,5
Totale patrimonio netto	1.224,8	1.046,0
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	904,8	806,4
Altre passività finanziarie non correnti	15,5	77,7
Trattamento di fine rapporto e altri fondi relativi al personale	9,6	9,8
Fondi per rischi e oneri futuri	14,7	10,7
Imposte differite	108,5	87,9
Totale passività non correnti	1.053,2	992,5
Passività correnti		
Debiti verso banche	13,2	17,3
Altri debiti finanziari	46,6	25,1
Debiti verso fornitori	183,6	179,1
Debiti per imposte	69,0	75,8
Altre passività correnti	41,1	42,7
Totale passività correnti	353,6	339,9
Totale passività e patrimonio netto	2.631,5	2.378,4

GRUPPO CAMPARI

Rendiconto finanziario consolidato

	30 giugno 2010 € milioni	30 giugno 2009 € milioni
Utile operativo	114,4	96,8
Ammortamenti	12,6	10,7
Variazioni che non determinano movimenti di cassa	3,8	1,3
Variazione di attività e passività non finanziarie	(0,7)	(7,4)
Imposte pagate	(33,3)	(8,1)
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	96,9	93,3
Variazione capitale circolante netto operativo	(3,7)	91,0
Flusso di cassa generato dalle attività operative	93,2	184,4
Interessi netti pagati	(16,4)	(11,7)
Flusso di cassa assorbito da investimenti	(35,9)	(32,4)
Free cash flow	40,8	140,2
Acquisizioni	0,0	(432,1)
Altre variazioni	(2,6)	(1,1)
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(34,6)	(31,7)
Flusso di cassa assorbito da altre attività	(37,2)	(464,9)
Altre differenze cambio e altre variazioni	(31,1)	(26,6)
Variazione delle posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio	(27,5)	(351,3)
Debiti per esercizio <i>put option</i> e pagamento <i>earn out</i>	2,1	2,7
Variazione delle posizione finanziaria netta	(25,4)	(348,5)
Posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio di inizio periodo	(630,8)	(326,2)
Posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio di fine periodo	(656,2)	(674,8)