



COMUNICATO STAMPA

RISULTATI DI BILANCIO 2004

Si conferma il *trend* di crescita delle vendite e di tutti i livelli di redditività operativa

- Vendite nette consolidate €779,2 milioni (+9,1%)
- EBITDA €183,6 milioni (+8,5%)
- EBIT €129,8 milioni (+6,2%)
- Utile netto rettificato delle componenti straordinarie €67,8 milioni (+5,1%)

Proposta di frazionamento azionario in ragione di dieci azioni per ogni azione esistente

Dividendo proposto di €0,10 per azione risultante dal frazionamento (+13,6%)

Milano, 21 marzo 2005 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato il bilancio consolidato dell'esercizio 2004. Si conferma il **trend di crescita delle vendite e di tutti i livelli di redditività operativa**, grazie al positivo effetto del consolidamento della neo - acquisita Barbero 1891 e al buon andamento del *business*, nonostante l'impatto negativo dei tassi di cambio.

Infatti, se considerati prima dell'effetto negativo dei cambi (ovvero, se convertiti ai cambi medi del 2003), le vendite e tutti gli indicatori di redditività operativa mostrano nel 2004 una **crescita a doppia cifra** rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

Risultati consolidati	2004 € milioni	2003 € milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
Vendite nette	779,2	714,1	+9,1%	+11,9%
EBITDA	183,6	169,2	+8,5%	+12,1%
EBITA ⁽¹⁾	164,9	150,7	+9,5%	+13,3%
EBIT = Risultato operativo	129,8	122,2	+6,2%	+11,0%
Utile netto di pertinenza del Gruppo ⁽²⁾	69,3	79,8	-13,2%	-9,5%

(1) EBITA = EBIT (risultato operativo) prima dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi.

(2) L'**utile netto rettificato delle componenti straordinarie di reddito** risulta pari a € 67,8 milioni, **in aumento del 5,1%** a cambi effettivi.

Enzo Visone, **Chief Executive Officer**, ha commentato: "*Il Gruppo ha raggiunto anche quest'anno risultati estremamente positivi. Guardiamo pertanto con fiducia all'evoluzione del business per il 2005 e più in generale per il medio termine e prevediamo di continuare a conseguire una soddisfacente crescita organica*".

RISULTATI CONSOLIDATI 2004

Nel 2004 le **vendite del Gruppo** sono state pari a € 779,2 milioni, in **crescita del 9,1%** (+11,9% a cambi costanti). La **crescita organica** è stata **del 3,8%**, mentre l'impatto negativo dei tassi di cambio è stato pari al 2,8%, determinato principalmente dalla svalutazione del Dollaro USA. La **crescita esterna, pari al 8,2%**, è quasi interamente attribuibile alla neo - acquisita Barbero 1891.

Il **marginale commerciale** si è attestato a € 219,1 milioni, evidenziando una **crescita del 13,5%** (+17,0% a cambi costanti) e un'incidenza sulle vendite pari al 28,1%.

L'**EBITDA** è stato di € 183,6 milioni, in **crescita del 8,5%** (+12,1% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,6%.

L'**EBITA** è stato di € 164,9 milioni, in **crescita del 9,5%** (+13,3% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 21,2%.

L'**EBIT** è stato di € 129,8 milioni, in **crescita del 6,2%** (+11,0% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 16,7%.

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 123,2 milioni e ha registrato una flessione pari al 10,8% (-6,8% a cambi costanti), **determinata esclusivamente dalla consistente diminuzione dei proventi straordinari che, nel 2003, includevano la plusvalenza relativa alla cessione dello stabile di Via Filippo Turati a Milano, pari a €33,7 milioni.**

L'**utile netto di pertinenza del Gruppo** è stato di € 69,3 milioni e ha evidenziato una diminuzione del 13,2% (-9,5% a cambi costanti). Invece, l'**utile netto di pertinenza del Gruppo rettificato delle componenti straordinarie di reddito**, tra cui in particolare la plusvalenza sopracitata, nonché dei relativi impatti fiscali, risulta pari a € 67,8 milioni, evidenziando una **crescita del 5,1%**.

Il **patrimonio netto consolidato** al 31 dicembre 2004 ammonta a € 596,0 milioni.

Al 31 dicembre 2004 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a € 228,7 milioni (€ 297,1 milioni al 31 dicembre 2003). Il **rapporto tra indebitamento finanziario netto e patrimonio netto** al 31 dicembre 2004 è pari a 38,4%.

VENDITE CONSOLIDATE 2004

Il **segmento spirit**, che rappresenta il 65,2% del fatturato totale, ha registrato una **variazione positiva delle vendite del 8,7%**, determinata da una **crescita organica del 3,7%**, da una crescita esterna del 9,0% e da un impatto negativo dei cambi del 4,0%. Il **brand Campari** ha registrato una **crescita del 3,0%** a cambi costanti (1,4% dopo l'effetto cambi): il positivo andamento registrato in Brasile, Italia e Giappone ha più che compensato l'andamento registrato sul mercato tedesco, penalizzato da fattori congiunturali e climatici sfavorevoli. Le vendite di **SKYY Vodka** hanno registrato una **crescita del 8,3%** a cambi costanti. La gamma **SKYY flavoured**, pari al 13% del totale delle vendite del **brand SKYY**, ha invece registrato una flessione del 4,6% a cambi costanti, penalizzata dal confronto sfavorevole rispetto al corrispondente periodo del 2003, caratterizzato da un'intensa attività di vendita in coincidenza con la fase di lancio di nuovi prodotti. Complessivamente, il **brand SKYY inclusivo dei flavour**, mostra una **crescita del 6,3%** a cambi costanti (-2,9% a cambi effettivi). Con riferimento alle altre marche principali, il segmento **spirit** ha beneficiato del positivo andamento di **CampariSoda (+5,1%)**, dei **brand brasiliani (+5,1%** a cambi costanti), di **Ouzo 12 (+8,3%** a cambi costanti) e di **Cynar (+8,2%** a cambi costanti). Le vendite del segmento **spirit** hanno inoltre beneficiato del positivo andamento del **brand** in licenza **tequila 1800 (+21,3%** a cambi costanti). La **crescita esterna**, interamente attribuibile a Barbero 1891, ha beneficiato del **positivo contributo**, in particolare, della marca principale, **Aperol**, che ha evidenziato una **crescita a volume superiore al 20%** rispetto al corrispondente periodo del 2003.

Il **segmento wine**, pari al 16,2% del fatturato totale, ha registrato una **crescita del 27,5%**. La **crescita organica (+18,2%)** ha beneficiato dell'**andamento positivo** di tutti i principali **brand**: gli **spumanti Cinzano** hanno evidenziato una crescita del **+8,9%** a cambi costanti, grazie alla buona **performance** in Italia, Giappone e in altri importanti mercati europei. I **vermouth Cinzano**, in crescita del **+13,2%** a cambi costanti, hanno beneficiato della positiva evoluzione dei principali mercati europei e del Giappone. Gli **wine** hanno inoltre beneficiato della solida **performance** di **Sella & Mosca (+14,2%)**, anche grazie al favorevole **mix** delle vendite, e di **Riccadonna**. La **crescita esterna (+10,7%)** è quasi interamente attribuibile a Barbero 1891 e, in particolare, ai **brand** Mondoro ed Enrico Serafino.

Le **vendite di soft drink**, pari al 17,3% del fatturato totale e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, hanno registrato una **contrazione del 4,0%**. Infatti, la **performance** positiva delle vendite di **Crodino (+6,3%)**, sostenuta dalla notevole solidità della marca, è stata più che compensata dalla **performance** negativa dei restanti **soft drink**, le cui vendite sono state particolarmente influenzate dalle avverse condizioni climatiche. In particolare, la gamma **Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda e Lipton Ice Tea** hanno evidenziato una flessione rispettivamente del **12,8%** e del **12,4%**.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del 2004 sul **mercato italiano**, pari al 50,1% delle vendite del Gruppo, hanno registrato una **crescita organica del 2,4%**, grazie al positivo andamento di tutti i principali marchi del portafoglio **spirit & wine**. Il mercato italiano ha infine beneficiato del positivo contributo dell'acquisizione di Barbero 1891 **(+12,5%)**. Anche le **vendite**

dell'area **Europa**, pari al 19,2% del totale, hanno beneficiato del significativo apporto della **crescita esterna (+9,4%)**, quasi totalmente generata da Barbero 1891. La flessione registrata dal *business* organico (-1,0%) è sostanzialmente imputabile all'andamento negativo del mercato tedesco, dovuto, oltretutto al difficile contesto economico, all'interruzione della distribuzione di Campari Mixx causa i pesantissimi inasprimenti fiscali intervenuti, volti a colpire la categoria dei *ready-to-drink* in Germania. Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 27,8% del totale, il **mercato USA** ha registrato una **crescita del 6,5%** a cambi costanti, interamente erosa dall'effetto cambi (-9,6%), mentre in **Brasile le vendite sono cresciute del 4,7%** in valuta locale (invariate a cambi effettivi). Le vendite relative al **resto del mondo**, pari al 2,9% del fatturato totale e **in crescita a livello organico del 29,8% a cambi costanti**, hanno particolarmente beneficiato della positiva inversione di tendenza del mercato giapponese e del buon andamento dei mercati australiano e neozelandese.

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DEL 2004

Si segnala che in data 25 febbraio 2005, il Gruppo Campari ha perfezionato l'acquisito di un'ulteriore partecipazione del 30,1% di Skyy Spirits, LLC tramite l'esercizio di una *call option*, secondo i termini stipulati nel gennaio 2002 al momento dell'acquisito della partecipazione di maggioranza nella stessa società. Il corrispettivo, pagato in contanti, è stato pari a US\$ 156,6 milioni (corrispondente a circa € 118 milioni al tasso di cambio alla data dell'operazione). L'acquisizione è stata finanziata in parte con mezzi propri e in parte con indebitamento bancario.

OUTLOOK

Per il 2005, le previsioni economiche relative alle aree strategiche del Gruppo sembrano sostanzialmente confermare le tendenze in atto, ovvero di crescita modesta per l'area Euro e di uno sviluppo più sostenuto per gli Stati Uniti e soprattutto per il Brasile. In ogni caso, grazie alla solidità, alla *leadership* e alla competitività dei propri marchi, che costituiscono un oggettivo punto di forza per la società, il Gruppo Campari guarda con fiducia all'evoluzione del *business* per il 2005 e più in generale per il medio termine e prevede di continuare a conseguire una soddisfacente crescita organica del *business*.

ADOZIONE DEGLI STANDARD CONTABILI INTERNAZIONALI (IAS)

Nel corso del 2004, la società ha avviato un progetto volto allo studio dei nuovi principi e agli impatti di questi cambiamenti sulle società del Gruppo e sul bilancio consolidato. In particolare, sono stati analizzati i singoli principi IAS/IFRS e sono state identificate le differenze con i principi attualmente seguiti; laddove le informazioni richieste per la redazione dei bilanci o delle situazioni infrannuali secondo i nuovi principi necessitavano dell'implementazione di nuovi processi informativi, si è proceduto allo studio e alla messa a punto di tali processi. E' in fase di ultimazione la quantificazione degli effetti principali dell'applicazione dei nuovi principi sui saldi di apertura alla data di transizione e sui dati comparativi del 2004. Relativamente alla tempistica per l'applicazione dei nuovi principi contabili IAS nell'ambito delle relazioni infrannuali del 2005, il Gruppo Campari intende avvalersi della facoltà di redazione della prima trimestrale con i criteri di valutazione e i contenuti richiesti dalla previgente normativa. Si uniformerà a quanto richiesto dallo IAS 34 ("Bilanci intermedi") alla data di pubblicazione della relazione semestrale al 30 giugno 2005.

ALTRE DELIBERE

Frazionamento. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea, convocata in sessione ordinaria e straordinaria per il prossimo 29 aprile, il frazionamento delle 29.040.000 azioni di valore nominale € 1,00 che costituiscono l'attuale capitale sociale mediante l'emissione di dieci nuove azioni di valore nominale € 0,1 cadauna in sostituzione di ciascuna azione esistente. Le nuove azioni avranno godimento 1 gennaio 2004 e l'attuale capitale sociale versato di € 29.040.000 (che rimarrà invariato) risulterà suddiviso in 290.400.000 azioni.

Dividendo. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre la distribuzione di un **dividendo di € 0,10 per ciascuna delle azioni risultanti dal frazionamento azionario proposto (+13,6% rispetto al dividendo distribuito l'anno scorso pari a € 0,088 su base rettificata)**. Il dividendo sarà messo in pagamento a partire dal 12 maggio 2005, con esclusione delle azioni proprie in portafoglio, previo stacco della cedola n. 1 in data 9 maggio 2005. Il **dividendo complessivo proposto è di € 28,1 milioni** che si paragona con un dividendo complessivo di € 24,7 milioni l'anno scorso.

Azioni proprie. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato la relazione all'Assemblea relativamente alla delibera di autorizzazione all'acquisto e/o all'alienazione di azioni proprie finalizzate principalmente a servire i piani di *stock option*. L'autorizzazione viene richiesta per l'acquisto e/o l'alienazione di azioni che, tenuto conto delle azioni proprie già in possesso della società, non superino il 10% del capitale sociale. A oggi, la società risulta proprietaria di azioni proprie corrispondenti al 3,22% del capitale sociale. L'autorizzazione viene richiesta sino al 30 giugno 2006. Il corrispettivo unitario per l'acquisto e/o l'alienazione non sarà inferiore del 25% nel minimo e superiore del 25% nel massimo al prezzo medio di riferimento registrato dal titolo nelle tre sedute di Borsa precedenti ogni singola operazione di acquisto.

* * *

CONFERENCE CALL

Si informa che alle **ore 17:30 di oggi, lunedì 21 marzo 2005**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati 2004. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: 800 914 576 (numero verde)**
- **dall'estero: +39 02 3700 8208**

Le **slide della presentazione** potranno essere scaricate prima dell'inizio della *conference call* dalla Investor Relations *homepage* del sito Campari all'indirizzo www.campari.com/investors

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da lunedì, 21 marzo alle ore 20:00 fino a lunedì, 28 marzo alle ore 19:00, chiamando il numero +44 1296 618 700 (codice di accesso: 310050).

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI ALLA COMUNITÀ FINANZIARIA E ALLA STAMPA

Si informa che alle **ore 10.00 di domani, martedì 22 marzo 2005**, il *management* del Gruppo Campari presenterà i risultati di bilancio del 2004 in un incontro con la comunità finanziaria presso la Sala Guicciardi di Banca Intesa, in Via Monte di Pietà 8, Milano.

* * *

GRUPPO CAMPARI

Il Gruppo Campari è il sesto *player* mondiale nel settore degli *spirit*, presente in 190 paesi e con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Il portafoglio prodotti di proprietà include *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi *leader* in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Enrico Serafino, Lemonsoda, Oransoda, Pelmosoda e TonicSoda in Italia, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebfraumilch in Brasile, Gregson's in Uruguay, Riccadonna in Australia e in Nuova Zelanda e Mondoro in Russia. Il Gruppo impiega oltre 1.500 persone e le azioni ordinarie della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: investor.relations@campari.com

Website: www.campari.com

Public Relations

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Moccagatta Pogliani & Associati

Tel.: +39 02 8693806

Email: segreteria@moccagatta.it

GRUPPO CAMPARI

Scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 31 dicembre 2004		1 gennaio - 31 dicembre 2003		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<i>Spirit</i>	508,4	65,2%	467,6	65,5%	8,7%
<i>Wine</i>	126,3	16,2%	99,0	13,9%	27,5%
<i>Soft drink</i>	134,6	17,3%	140,3	19,6%	-4,0%
Altri ricavi	9,9	1,3%	7,2	1,0%	37,2%
Totale	779,2	100,0%	714,1	100,0%	9,1%

Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 31 dicembre 2004		1 gennaio - 31 dicembre 2003		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Italia	390,6	50,1%	339,8	47,6%	14,9%
Europa	150,0	19,2%	138,9	19,4%	8,0%
Americhe	216,3	27,8%	218,4	30,6%	-1,0%
Resto del mondo	22,3	2,9%	17,0	2,4%	31,2%
Totale	779,2	100,0%	714,1	100,0%	9,1%

GRUPPO CAMPARI

Conto economico consolidato riclassificato

	1 gennaio - 31 dicembre 2004		1 gennaio - 31 dicembre 2003		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette ⁽¹⁾	779,2	100,0%	714,1	100,0%	9,1%
Costo dei materiali	(264,2)	-33,9%	(256,3)	-35,9%	3,1%
Costi di produzione	(52,5)	-6,7%	(44,9)	-6,3%	16,8%
Totale costo del venduto	(316,6)	-40,6%	(301,2)	-42,2%	5,1%
Margine lordo	462,6	59,4%	412,9	57,8%	12,0%
Publicità e promozioni	(159,5)	-20,5%	(143,7)	-20,1%	11,0%
Costi di vendita e distribuzione	(83,9)	-10,8%	(76,1)	-10,7%	10,3%
Margine commerciale	219,1	28,1%	193,1	27,0%	13,5%
Spese generali e amministrative	(53,3)	-6,8%	(46,9)	-6,6%	13,7%
Altri ricavi operativi	1,8	0,2%	6,9	1,0%	-73,6%
Ammortamento di avviamento e marchi	(35,1)	-4,5%	(28,4)	-4,0%	23,5%
Costi non ricorrenti	(2,8)	-0,4%	(2,5)	-0,3%	11,7%
Risultato operativo = EBIT	129,8	16,7%	122,2	17,1%	6,2%
Proventi (oneri) finanziari netti	(8,3)	-1,1%	(8,8)	-1,2%	-6,2%
Utili (perdite) su cambi netti	(0,5)	-0,1%	1,6	0,2%	-133,7%
Altri proventi (oneri) non operativi	2,2	0,3%	23,1	3,2%	-90,4%
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	123,2	15,8%	138,1	19,3%	-10,8%
Interessi di minoranza	(17,0)	-2,2%	(17,9)	-2,5%	-5,0%
Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo	106,2	13,6%	120,2	16,8%	-11,7%
Imposte	(36,9)	-4,7%	(40,4)	-5,7%	-8,7%
Utile netto di pertinenza del Gruppo	69,3	8,9%	79,8	11,2%	-13,2%
Ammortamenti materiali	(15,7)	-2,0%	(15,4)	-2,2%	2,0%
Ammortamenti immateriali	(38,0)	-4,9%	(31,6)	-4,4%	20,5%
Totale ammortamenti	(53,8)	-6,9%	(47,0)	-6,6%	14,5%
EBITDA	183,6	23,6%	169,2	23,7%	8,5%
EBITA ⁽²⁾	164,9	21,2%	150,7	21,1%	9,5%

(1) Al netto di sconti e accise.

(2) EBITA = EBIT prima dell'ammortamento di avviamento e marchi.

GRUPPO CAMPARI

Stato patrimoniale consolidato riclassificato

	31 dicembre 2004 € milioni	31 dicembre 2003 € milioni
Cassa e banche	239,5	133,6
Titoli negoziabili	6,5	1,9
Crediti verso clienti, al netto del fondo svalutazione	173,1	174,2
Rimanenze	114,4	106,4
Altre attività correnti	53,5	55,4
Totale attività correnti	587,0	471,5
Immobilizzazioni materiali nette	156,9	152,4
Differenza da consolidamento, al netto dell'ammortamento	519,7	552,2
Altre immobilizzazioni immateriali, al netto dell'ammortamento	29,4	19,4
Partecipazioni	0,6	7,8
Altre attività non correnti	5,0	5,8
Azioni proprie	29,8	31,0
Totale attività non correnti	741,4	768,6
Totale attività	1.328,4	1.240,1
Debiti verso banche	59,6	30,1
<i>Private placement</i>	2,9	
Debiti verso fornitori	142,1	127,6
Altre passività correnti	65,5	78,1
Totale passività correnti	270,1	235,8
Debiti finanziari a medio - lungo termine	407,1	398,1
Trattamento di fine rapporto	15,2	15,6
Altre passività non correnti	35,7	37,7
Interessi di minoranza	4,3	4,7
Totale passività non correnti	462,3	456,1
Patrimonio netto	596,0	548,2
Totale passività e patrimonio netto	1.328,4	1.240,1

GRUPPO CAMPARI

Rendiconto finanziario consolidato

	31 dicembre 2004 a perimetro costante € milioni	31 dicembre 2003 € milioni
Utile ante imposte di competenza del Gruppo	106,4	120,2
Ammortamenti	53,8	47,0
Plusvalenze da cessioni di immobilizzazioni	(1,5)	(34,4)
Altre voci (accantonamenti, utilizzi fondi, TFR)	0,4	5,8
Imposte di esercizio correnti	(32,0)	(37,2)
Variazioni debiti e crediti fiscali, anche differiti	(16,1)	5,3
Flusso di cassa da attività operative, escluse variazioni di <i>operating working capital</i>	111,0	106,7
Variazioni di <i>operating working capital</i>	4,2	(30,8)
Flusso di cassa generato dalle attività operative	115,2	75,9
Acquisizione immobilizzazioni materiali	(15,9)	(28,4)
Debiti verso fornitori Novi Ligure		(17,0)
Acquisizione immobilizzazioni immateriali	(3,0)	(7,4)
Proventi da cessioni di immobilizzazioni materiali	2,6	40,3
Flussi di cassa da attività di investimento	(16,4)	(12,5)
<i>Free cash flow</i>	98,8	63,4
Acquisizioni e variazioni di perimetro	(14,1)	(155,6)
Altre attività di investimento	2,0	0,3
Dividendi	(24,7)	(24,7)
Flusso di cassa generato dalle altre attività	(36,8)	(180,0)
Differenze cambio e altri movimenti	6,3	18,4
Variazione posizione finanziaria netta	68,4	(98,3)

DAVIDE CAMPARI-MILANO S.p.A.**Conto economico della Capogruppo (prospetto di sintesi del bilancio civilistico)**

	1 gennaio - 31 dicembre 2004 € milioni
Valore della produzione	284,3
Costi della produzione	(264,0)
Differenza tra valore e costi della produzione	20,3
Totale proventi e oneri finanziari	48,0
Totale delle partite straordinarie	71,6
Risultato prima delle imposte	139,8
Imposte sul reddito d'esercizio	6,1
Risultato di esercizio	133,7

Stato Patrimoniale della Capogruppo (prospetto di sintesi del bilancio civilistico)

	31 dicembre 2004 € milioni
Totale immobilizzazioni	853,7
Totale attivo circolante	173,3
Totale ratei e risconti	4,9
Totale attivo	1.031,9
Totale patrimonio netto	453,9
Totale fondi per rischi e oneri	10,4
Trattamento Fine Rapporto	8,7
Totale debiti	544,4
Totale ratei e risconti	14,5
Totale passivo	1.031,9

Rendiconto finanziario della Capogruppo (prospetto di sintesi del bilancio civilistico)

	31 dicembre 2004 € milioni
Utile netto dell'esercizio	133,7
Rettifiche per riconciliare l'utile netto al flusso di cassa generato (utilizzato) dalle attività operative	(17,6)
Flusso di cassa generato (utilizzato) dalle attività operative	116,1
Flusso di cassa generato da attività di investimento	54,0
Flusso di cassa utilizzato da attività di finanziamento	(136,7)
Aumento (diminuzione) delle disponibilità liquide	33,3
Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio	22,4
Disponibilità liquide alla fine dell'esercizio	55,7