



**Risultati positivi in un contesto economico molto difficile, grazie agli Stati Uniti e alle rafforzate capacità distributive del Gruppo**

**Anno di grandi trasformazioni in termini di perimetro del Gruppo per l'acquisizione di Lascelles deMercado, che contribuirà a migliorare ulteriormente il *mix* di prodotti e mercati**

#### **In sintesi**

- **Vendite +5,2% (crescita organica +2,8%), grazie a una forte crescita ottenuta negli Stati Uniti e nelle nuove piattaforme distributive in Australia, Argentina e Russia, che hanno aiutato a mitigare le difficoltà riscontrate nei mercati tradizionali del Gruppo (Italia, Germania e Brasile)**
- **Il peso del *business* internazionale raggiunge il 70,8% delle vendite totali (dal 68,4% nel 2011). Il segmento *spirit* raggiunge il 76,7% delle vendite totali (dal 76,5% nel 2011)**
- **EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti +2,6% (variazione organica -0.4%), dovuto all'effetto sfavorevole del *mix* delle vendite e agli investimenti in capacità distributive a supporto dell'espansione futura**
- **Utile netto del Gruppo: € 156,7 milioni, -1,6%, causa poste straordinarie principalmente connesse alla crescita esterna (utile netto rettificato<sup>1</sup> del Gruppo: € 167,7 milioni, +0,1%)**
- **Anno molto positivo in termini di perimetro del Gruppo grazie all'ingresso di Campari nell'importante categoria del *rum* attraverso l'acquisizione strategica di Lascelles deMercado**
- **Debito netto a € 869,7 milioni, grazie alla positiva generazione di cassa**
- **Dividendo proposto per il 2012 pari a € 0,07 per azione (invariato rispetto al 2011)**

**Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: 'Nel 2012 abbiamo conseguito risultati soddisfacenti in quanto ottenuti in un contesto di mercato molto difficile e con un progressivo miglioramento del nostro mix di prodotti e mercati. In termini di crescita organica, la forte crescita nelle piattaforme distributive in Australia, Argentina e Russia unitamente allo sviluppo molto positivo in generale degli Stati Uniti hanno più che compensato la debolezza di mercati tradizionali del Gruppo, in particolare Italia, Brasile e Germania, dove le avverse condizioni economiche hanno penalizzato i nostri portafogli di aperitivi e vini. Inoltre, abbiamo beneficiato di una positiva generazione di cassa grazie alla buona gestione del capitale circolante. Guardando al 2013, ci attendiamo un altro anno difficile per l'accentuarsi della fase macroeconomica recessiva nei mercati dell'Eurozona. Tuttavia, il perdurare del momento positivo nel Nord America e nell'area Asia-Pacifico, unito ai miglioramenti attesi dell'America Latina, nonché alla crescita dell'Est Europa, in particolare la Russia, alle attività di innovazione e al rafforzamento dei brand nelle nostre categorie chiave, aiuterà a compensare la debolezza dei mercati europei. Inoltre, grazie all'acquisizione strategica di Lascelles deMercado, ci aspettiamo un ulteriore rafforzamento del nostro portafoglio prodotti e delle nostre capacità distributive nelle Americhe e nell'area del Pacifico. In conclusione, guardando al futuro contiamo di essere ben equipaggiati per affrontare le sfide che ci attendono.'**

---

<sup>1</sup> Rettificato per tutte le componenti non ricorrenti sia di natura operativa sia per le voci oneri finanziari e imposte, e per i relativi effetti fiscali.

**Milano, 7 marzo 2013** - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) ha approvato il progetto di bilancio di esercizio e il bilancio consolidato al 31 dicembre 2012.

#### DATI PRINCIPALI 2012

- **Vendite: € 1.340,8 milioni (+5,2%, variazione organica +2,8%)**
- **Margine di contribuzione: € 532,3 milioni (+5,3%, crescita organica +2,1%, 39,7% delle vendite)**
- **EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti: € 337,4 milioni (+2,6%, variazione organica -0,4%, 25,2% delle vendite)**
- **EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti: € 304,7 milioni (+2,0%, variazione organica -1,1%, 22,7% delle vendite)**
- **Utile netto del Gruppo: € 156,7 milioni (utile netto rettificato del Gruppo<sup>1</sup>: € 167,7 milioni)**
- **Debito finanziario netto: € 869,7 milioni al 31 dicembre 2012 (€ 636,6 milioni al 31 dicembre 2011), dopo acquisizioni per un valore totale di € 317,3 milioni**
- **Dividendo proposto per il 2012 confermato a livello dell'esercizio precedente (€ 0,07 per azione)**

#### RISULTATI CONSOLIDATI DEL 2012

|   | 1 gennaio-<br>31 dicembre 2012<br>€ milioni | 1 gennaio-<br>31 dicembre 2011<br>€ milioni | Variazione<br>totale | Variazione<br>a cambi<br>costanti |
|---|---|---|----------------------|-----------------------------------|
| <b>Vendite nette</b>                                      | <b>1.340,8</b>                              | <b>1.274,2</b>                              | <b>+5,2%</b>         | <b>+3,1%</b>                      |
| Margine di contribuzione <sup>(1)</sup>                   | 532,3                                       | 505,5                                       | +5,3%                | +2,1%                             |
| <b>EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>    | <b>337,4</b>                                | <b>329,0</b>                                | <b>+2,6%</b>         | <b>-1,4%</b>                      |
| EBITDA  | 320,2                                       | 325,8                                       | -1,7%                | -5,9%                             |
| <b>Risultato della gestione corrente</b>                  |   |   |                      |                                   |
| = EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti           | <b>304,7</b>                                | <b>298,7</b>                                | <b>+2,0%</b>         | <b>-2,1%</b>                      |
| Risultato operativo = EBIT                                | 287,5                                       | 295,5                                       | -2,7%                | -7,0%                             |
| <b>Utile netto del Gruppo</b>                             | <b>156,7</b>                                | <b>159,2</b>                                | <b>-1,6%</b>         | <b>-6,9%</b>                      |
| <b>Utile netto del Gruppo (rettificato)<sup>(2)</sup></b> | <b>167,7</b>                                | <b>167,5</b>                                | <b>+0,1%</b>         |                                   |

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

(2) Rettificato per tutte le componenti non ricorrenti sia di natura operativa sia per le voci oneri finanziari e imposte, e per i relativi effetti fiscali.

Nel 2012 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€ 1.340,8 milioni**, in crescita del **+5,2%**, di cui **+2,8%** attribuibile alla **crescita organica** (+8,8% nel 2011), **+2,2%** all'**effetto cambi positivo** e **+0,3%** all'**effetto perimetro positivo**, in gran parte attribuibile a nuovi contratti distributivi. Si precisa che l'acquisizione Lascelles deMercado è stata consolidata a partire dalla data del *closing* avvenuto il 10 dicembre 2012.

Il **marginale lordo** è stato **€ 769,5 milioni**, in crescita del **+4,7%** e pari al 57,4% delle vendite.

Le **spese per pubblicità e promozioni** sono state **€ 237,2 milioni**, in crescita del +3,5% e pari al 17,7% delle vendite (18,0% delle vendite nel 2011), riflettendo il continuo impegno del Gruppo nel rafforzamento dei propri *brand* in mercati chiave.

Il **marginale di contribuzione**, ovvero il marginale lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni, è stato **€ 532,3 milioni**, in crescita del +5,3% (**+2,1% crescita organica**) e pari al 39,7% delle vendite.

I **costi di struttura**, ovvero i costi delle organizzazioni commerciali e i costi generali e amministrativi, in crescita del **+10,1%**, sono stati pari al 17,0% delle vendite, riflettendo il rafforzamento delle nuove strutture distributive e il completamento di investimenti nelle strutture centrali del Gruppo.

<sup>1</sup> Rettificato per tutte le componenti non ricorrenti sia di natura operativa sia per le voci oneri finanziari e imposte, e per i relativi effetti fiscali.

I **proventi e oneri non ricorrenti operativi sono stati pari a € 17,2 milioni** e sono relativi a spese sostenute in relazione all'acquisizione di Lascelles deMercado e ad altri accantonamenti.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ricorrenti** è stato **€ 337,4 milioni**, in crescita del +2,6% (**-0,4% variazione organica**) e pari al 25,2% delle vendite.

L'**EBITDA** è stato **€ 320,2 milioni**, in contrazione del -1,7% e pari al 23,9% delle vendite.

L'**EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti** è stato **€ 304,7 milioni**, in crescita del +2,0% (**-1,1% variazione organica**) e pari al 22,7% delle vendite.

L'**EBIT** è stato **€ 287,5 milioni**, in calo del -2,7% e pari al 21,4% delle vendite.

Gli **oneri finanziari netti** sono stati pari a **€ 48,7 milioni**, in aumento rispetto al corrispondente periodo del 2011, in cui risultavano pari a € 43,2 milioni, per effetto del maggiore indebitamento netto medio, dovuto all'acquisizione di Lascelles deMercado.

I **proventi e oneri non ricorrenti finanziari sono stati pari a € 2,6 milioni** e sono relativi a un finanziamento bancario ottenuto dal Gruppo per l'acquisizione di Lascelles deMercado, successivamente cancellato a seguito dell'emissione di un prestito obbligazionario nel mercato degli *Eurobond*.

L'**utile prima delle imposte** è stato di **€ 236,2 milioni**, in flessione del -5,8%.

L'**utile netto del Gruppo** è stato **€ 156,7 milioni**, in calo del -1,6% (-6,9% a cambi costanti), penalizzato dai proventi e oneri non ricorrenti. **Al netto di tutte le componenti non ricorrenti, sia di natura operativa sia per le voci oneri finanziari e imposte, e i relativi effetti fiscali, nel 2012 si rileva un utile netto del Gruppo rettificato di € 167,7 milioni**, pari a una marginalità netta sulle vendite del 12,5% e in crescita del +0,1%.

Al 31 dicembre 2012 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a **€ 869,7 milioni** (€ 636,6 milioni al 31 dicembre 2011), grazie alla positiva generazione di cassa che ha aiutato a controbilanciare l'impatto dell'acquisizione di Lascelles deMercado per un controvalore complessivo di € 317,3 milioni.

## VENDITE CONSOLIDATE DEL 2012

Le vendite nell'area **Americhe**, pari al **34,7%** delle vendite totali, hanno registrato una **crescita complessiva del +8,8%**, determinata da una **variazione organica positiva del +5,6%** grazie a una forte crescita in tutti i mercati a eccezione del Brasile, un effetto perimetro del -0,3% e un effetto cambi positivo del +3,6%. Le vendite sul **mercato USA**, pari al 21,9% del totale, hanno registrato una **crescita organica del +8,6%**, grazie al perdurare del **buon andamento di tutti i prodotti spirit**, in particolare le **franchise Wild Turkey e SKYY, Carolans, Espolón, Cabo Wabo e Campari**. Le vendite hanno inoltre registrato una variazione di perimetro del -0,7% (determinato dalla cessata distribuzione di Cutty Sark) e dei cambi del +8,7%. In **Brasile**, le vendite (pari al 6,8% del totale) hanno registrato una **performance organica negativa del -7,9%**, e un effetto cambi del -6,7%. La **performance** è stata penalizzata dall'andamento debole delle marche locali, in parte compensato dal buon andamento di SKYY Vodka, che ha continuato a registrare un elevato tasso di crescita, guadagnando quota di mercato e beneficiando del lancio della gamma *Infusion*. Le vendite nel **resto delle Americhe** (pari al 6,0% del totale) hanno registrato una **crescita organica del +15,6%**, principalmente guidata da **Argentina** (grazie ai buoni risultati di Cinzano, Old Smuggler e Campari), che evidenzia risultati molto positivi nonostante le restrizioni alle importazioni, **Canada** (grazie a Carolans, SKYY Vodka e Campari) e **Messico** (grazie ai *ready-to-drink* SKYY). Le vendite nell'area Americhe hanno inoltre registrato un effetto perimetro del +0,5%, e un effetto cambi del +0,4%.

Le vendite sul **mercato italiano**, pari al 29,2% del totale, hanno registrato una **variazione totale del -2,9%**, attribuibile a una **performance organica negativa del -3,3%** e a una variazione di perimetro del +0,5%. L'andamento di questo mercato è stato peggiore del previsto nell'ultimo trimestre dell'anno, a causa del peggioramento della fiducia dei consumatori e al decumulo delle scorte operato dai distributori. In particolare, le vendite di **Campari e Aperol** hanno registrato una **variazione negativa limitata al -0,8% e -1,1% in Italia**, dopo un anno record nel 2011, dimostrando la **solidità del business degli aperitivi 'lunghi', che continua a guadagnare quote di mercato**. Il resto del **business**, a eccezione di SKYY Vodka, ha registrato una variazione negativa, a causa del rallentamento generale dei consumi. Gli **still wine** sono stati penalizzati dal rallentamento del canale della ristorazione, mentre la **performance** di **Crodino**, è stata penalizzata dalla difficile congiuntura economica e da un debole andamento nel canale dei bar e nel canale moderno in Italia.

Le vendite nel **resto d'Europa**, pari al 25,8% del totale, hanno segnato una crescita del **+5,3%**, determinata da una *performance* organica negativa del **+3,4%**, una variazione di perimetro positiva del +0,8% e un effetto cambi del +1,0%. La *performance* organica in Europa è il risultato dei diversi andamenti dei principali mercati: da una parte, la **Germania** ha registrato un calo del **-9,1%**, a causa della disputa commerciale, che ha penalizzato in particolare le vendite di Aperol e Campari. Dall'altra, le vendite in **Russia** hanno registrato una robusta crescita (**+61,0%**), con **crescita a doppia cifra per Cinzano vermouth e Cinzano e Mondoro sparkling wine**, grazie soprattutto ai risultati ottenuti nell'ultimo trimestre, di alta stagionalità. Gli altri paesi europei (in particolare **Austria, Svizzera e Belgio**) hanno continuato a registrare una *performance* molto positiva, grazie ad Aperol, che cresce in tutti i mercati, e SKYY Vodka.

L'area **resto del mondo** (che include anche il canale *duty free*), pari al **10,4% del totale**, ha registrato una variazione complessiva del **+19,8%**, determinata da una **crescita organica del +11,9%** e da un positivo effetto dei cambi del +7,9%. Le vendite hanno registrato una buona *performance* in tutti i principali mercati. In particolare, in **Australia** tutto il portafoglio prodotti, in particolare l'importante *franchise* Wild Turkey, **ha continuato a registrare una forte crescita e un aumento delle quote di mercato**. Uno sviluppo molto positivo è stato registrato anche in altri importanti mercati, quali **Cina, Sud Africa e Nigeria**.

In termini di **ripartizione per area di business**, gli **spirit**, che rappresentano il 76,7% del totale, hanno registrato una variazione delle vendite del **+5,5%**, determinata da una **crescita organica del +2,9%** e un impatto positivo dei cambi del +2,5%.

Il **brand Campari** ha registrato una crescita **del +0,5% a cambi costanti**, dovuto a una *performance* negativa in Germania, sostanzialmente in linea in Italia e in Brasile e in crescita **nei mercati internazionali** (in particolare in Stati Uniti, Argentina, Russia e Nigeria). **Aperol** ha registrato una **variazione organica del -2,2%**, a causa di una variazione negativa in Germania, dovuta alla disputa commerciale con un importante cliente nel periodo di picco stagionale delle vendite, un andamento più debole in Italia, impattato da un contesto difficile di mercato, specialmente nel canale moderno. **Aperol** ha continuato a registrare una **crescita a doppia nei mercati internazionali**. **La crescita organica di Aperol esclusa la Germania è stata +6,1%**. Le vendite di **SKYY sono incrementate del +9,4%** a livello organico, sostenute da una **crescita negli Stati Uniti**, grazie al successo della gamma Infusion e al *trend* positivo di SKYY *core*. Inoltre, SKYY ha registrato una crescita molto sostenuta nei **principali mercati internazionali**, con **crescita a doppia cifra in Brasile, Canada, Germania e Italia**. La *franchise* **Wild Turkey** ha registrato una **crescita organica complessiva del +19,2%**, grazie all'eccellente **performance di tutta la gamma nei mercati chiave**. In particolare, **Wild Turkey bourbon** ha registrato una crescita del **+5,7%**, grazie a una *performance* positiva in tutti i mercati; **Wild Turkey ready-to-drink** ha registrato una **crescita del +14,3%**, trainata dall'importante mercato australiano; **American Honey ha registrato una crescita del +45,6%** grazie alla *performance* molto positiva negli Stati Uniti e in Australia. Le **tequile** hanno registrato un *trend* in forte crescita (**+23,7%**), grazie al contributo di **Espolón e Cabo Wabo** nel mercato chiave degli Stati Uniti. **Campari Soda** ha registrato una variazione negativa del **-4,9%**, a causa della debole congiuntura economica e dell'andamento debole del canale bar e del canale moderno in Italia. I **brand brasiliani** hanno registrato una variazione organica negativa del **-12,7%**, evidenziando una stabilizzazione delle vendite nel quarto trimestre del 2012, dopo un andamento debole all'inizio dell'anno a causa del rallentamento generalizzato dei consumi, in particolare, dei prodotti di fascia di prezzo medio-bassa. **GlenGrant** ha registrato una variazione organica negativa del **-6,5%**, a causa di una *performance* molto debole della categoria dei *whisky* in Italia. **Frangelico e Carolans** hanno registrato una crescita organica del **+0,9%**, grazie alla crescita di Carolans nell'importante mercato americano che ha compensato il calo di Frangelico.

Gli **wine**, che rappresentano il 14,6% del totale, hanno registrato una crescita totale del 6,1%, determinata da una **variazione organica positiva del +3,3%**, da una **variazione positiva di perimetro del +1,5%** e da un **impatto positivo dei cambi del +1,3%**.

Il **vermouth Cinzano** ha registrato una crescita del **+13,6%** a cambi costanti grazie a un andamento positivo in Russia e Argentina, in cui beneficia del rafforzamento delle capacità distributive, che ha compensato la debolezza della categoria negli altri mercati. Gli **spumanti Cinzano** hanno registrato una variazione organica negativa del **-7,8%**, dovuta a una crescita a doppia cifra in Russia che non ha compensato la debolezza in Germania e Italia, a causa di una riduzione delle attività promozionali durante la stagione natalizia. Gli **altri spumanti (Riccadonna, Odessa e Mondoro)** hanno registrato complessivamente una crescita organica del **+22,1%** grazie alla *performance* sostenuta di tutti i *brand*. Gli **still wine** (principalmente **Sella&Mosca, Enrico**

Serafino e Teruzzi&Puthod) hanno registrato una *performance* organica negativa di -5,7%, a causa della debolezza del canale ristorazione in Italia. Complessivamente gli *still wine* hanno registrato crescita totale positiva grazie al **contributo dei nuovi marchi di terzi in distribuzione**.

I **soft drink**, che rappresentano il 7,4% del totale, hanno registrato una crescita del **+1,3%**, determinata da una **crescita organica del +1,2%**, grazie alla buona *performance* della **gamma Lemonsoda** che ha compensato la variazione negativa di **Crodino (-2,7%)**, e un effetto cambio positivo del +0,1%.

#### **ALTRE DELIBERE**

**Dividendo.** Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea, convocata per il prossimo 30 aprile 2013, la distribuzione di un dividendo di € 0,07 per azione (invariato rispetto al dividendo distribuito per l'esercizio 2011). Il dividendo verrà posto in pagamento il 23 maggio 2013 (con data stacco cedola 20 maggio 2013, in conformità al calendario di Borsa Italiana, e *record date* 22 maggio 2013).

**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 in portafoglio, non superino il 10% del capitale sociale. L'autorizzazione viene richiesta sino al 30 giugno 2014. 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.

**Stock option.** Il Consiglio di Amministrazione propone all'Assemblea di approvare un piano di *stock option* ai sensi dell'articolo 114-bis TUF, predisposto in conformità al Regolamento per l'attribuzione di *stock option* approvato dal Consiglio di Amministrazione del 18 marzo 2009 e dall'Assemblea del 30 aprile 2009, riservato a soggetti diversi dagli amministratori della Capogruppo. Nei termini di legge si provvederà alla pubblicazione del relativo Documento informativo ai sensi dell'articolo 84-bis Regolamento Emittenti.

*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 - che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

*Si precisa che il bilancio consolidato e il progetto di bilancio d'esercizio di Davide Campari-Milano S.p.A. al 31 dicembre 2012 sono attualmente oggetto di revisione contabile, alla data odierna non ancora conclusa.*

#### **ANALYST CONFERENCE CALL**

Alle **ore 13,00 (CET) di oggi, giovedì 7 marzo 2013**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà i risultati del 2012. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: 02 8058 811**
- **dall'estero: +44 1212 818003**

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 da giovedì 7 marzo 2013 a giovedì 14 marzo 2013 chiamando i seguenti numeri:

- **dall'Italia: 02 72495**
- **dall'estero: +44 1212 818005**

(codice di accesso: **778#**)

## PER ULTERIORI INFORMAZIONI

### Investor Relations

#### **Chiara Garavini**

Tel.: +39 02 6225 330

Email: [chiara.garavini@campari.com](mailto:chiara.garavini@campari.com)

#### **Alex Balestra**

Tel. : +39 02 6225 364

Email: [alex.balestra@campari.com](mailto:alex.balestra@campari.com)

### Corporate Communications

#### **Chiara Bressani**

Tel. : +39 02 6225 206

Email: [chiara.bressani@campari.com](mailto:chiara.bressani@campari.com)

#### **Marco Fusco**

**Tel:** +39 02 85457029

Cell. +39 345 6538145

Email: [m.fusco@dandp.it](mailto:m.fusco@dandp.it)

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

[http://www.camparigroup.com/en/press\\_media/image\\_gallery/group\\_images.jsp](http://www.camparigroup.com/en/press_media/image_gallery/group_images.jsp)

<http://www.youtube.com/campariofficial>

### **GRUPPO CAMPARI**

Davide Campari-Milano S.p.A., con le sue controllate ('Gruppo Campari'), è uno dei maggiori player a livello globale nel settore del *beverage*. E' presente in **oltre 190 paesi** del mondo con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. Il Gruppo, fondato nel 1860, il **sesto per importanza nell'industria degli spirit di marca**. Il portafoglio conta oltre 50 marchi e si estende dal *core business* degli *spirit* a *wine* e *soft drink*. I marchi riconosciuti a livello internazionale includono **Aperol**, **Appleton**, **Campari**, **Cinzano**, **SKYY Vodka** e **Wild Turkey**. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari conta 15 impianti produttivi e 4 aziende vinicole in tutto il mondo, e una rete distributiva propria in 16 paesi. Il Gruppo impiega oltre 4000 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/>.

- seguono tabelle -

## GRUPPO CAMPARI

### Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica

|                                    | 1 gennaio-31 dicembre 2012 |               | 1 gennaio-31 dicembre 2011 |               | Variazione  |
|------------------------------------|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|-------------|
|                                    | € milioni                  | %             | € milioni                  | %             | %           |
| Americhe                           | 464,8                      | 34,7%         | 427,0                      | 33,5%         | 8,8%        |
| Italia                             | 391,1                      | 29,2%         | 402,6                      | 31,6%         | -2,9%       |
| Resto d'Europa                     | 345,3                      | 25,8%         | 328,1                      | 25,7%         | 5,3%        |
| Resto del mondo e <i>duty free</i> | 139,5                      | 10,4%         | 116,5                      | 9,1%          | 19,8%       |
| <b>Totale</b>                      | <b>1.340,8</b>             | <b>100,0%</b> | <b>1.274,2</b>             | <b>100,0%</b> | <b>5,2%</b> |

| Analisi della variazione %         | Variazione totale | Crescita organica | Variazione perimetro | Effetto cambio |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------------|----------------|
| Americhe                           | 8,8%              | 5,6%              | -0,3%                | 3,6%           |
| Italia                             | -2,9%             | -3,3%             | 0,5%                 | 0,0%           |
| Resto d'Europa                     | 5,3%              | 3,4%              | 0,8%                 | 1,0%           |
| Resto del mondo e <i>duty free</i> | 19,8%             | 11,9%             | 0,0%                 | 7,9%           |
| <b>Totale</b>                      | <b>5,2%</b>       | <b>2,8%</b>       | <b>0,3%</b>          | <b>2,2%</b>    |

### Scomposizione del risultato della gestione corrente per area geografica

|                                    | 1 gennaio-31 dicembre 2012 |               | 1 gennaio-31 dicembre 2011 |               | Variazione  |
|------------------------------------|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|-------------|
|                                    | € milioni                  | %             | € milioni                  | %             | %           |
| Americhe                           | 102,5                      | 33,7%         | 91,8                       | 30,7%         | 11,7%       |
| Italia                             | 75,9                       | 24,9%         | 86,3                       | 28,9%         | -12,1%      |
| Resto d'Europa                     | 90,8                       | 29,8%         | 87,4                       | 29,3%         | 3,9%        |
| Resto del mondo e <i>duty free</i> | 35,4                       | 11,6%         | 33,1                       | 11,1%         | 7,0%        |
| <b>Totale</b>                      | <b>304,7</b>               | <b>100,0%</b> | <b>298,7</b>               | <b>100,0%</b> | <b>2,0%</b> |

| Analisi della variazione %         | Variazione totale | Crescita organica | Variazione perimetro | Effetto cambio |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|----------------------|----------------|
| Americhe                           | 11,7%             | 4,1%              | -0,4%                | 8,0%           |
| Italia                             | -12,1%            | -12,8%            | 0,7%                 | 0,0%           |
| Resto d'Europa                     | 3,9%              | 6,5%              | -4,0%                | 1,3%           |
| Resto del mondo e <i>duty free</i> | 7,0%              | -4,7%             | 0,0%                 | 11,7%          |
| <b>Totale</b>                      | <b>2,0%</b>       | <b>-1,1%</b>      | <b>-1,1%</b>         | <b>4,2%</b>    |

**GRUPPO CAMPARI**

**Scomposizione delle vendite consolidate per segmento di attività**

|                   | 1 gennaio-31 dicembre 2012 |               | 1 gennaio-31 dicembre 2011 |               | Variazione  |
|-------------------|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|-------------|
|                   | € milioni                  | %             | € milioni                  | %             | %           |
| <i>Spirit</i>     | 1,028,5                    | 76,7%         | 975,1                      | 76,5%         | <b>5,5%</b> |
| <i>Wine</i>       | 196,4                      | 14,6%         | 185,1                      | 14,5%         | <b>6,1%</b> |
| <i>Soft drink</i> | 99,5                       | 7,4%          | 98,2                       | 7,7%          | <b>1,3%</b> |
| Altri ricavi      | 16,4                       | 1,2%          | 15,8                       | 1,2%          | <b>4,1%</b> |
| <b>Totale</b>     | <b>1.340,8</b>             | <b>100,0%</b> | <b>1.274,2</b>             | <b>100,0%</b> | <b>5,2%</b> |

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

**Scomposizione del margine di contribuzione per segmento di attività**

|                   | 1 gennaio-31 dicembre 2012 |               | 1 gennaio-31 dicembre 2011 |               | Variazione   |
|-------------------|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|--------------|
|                   | € milioni                  | %             | € milioni                  | %             | %            |
| <i>Spirit</i>     | 442,6                      | 83,1%         | 416,3                      | 82,3%         | <b>6,3%</b>  |
| <i>Wine</i>       | 49,8                       | 9,3%          | 49,3                       | 9,8%          | <b>0,9%</b>  |
| <i>Soft drink</i> | 36,0                       | 6,8%          | 36,8                       | 7,3%          | <b>-2,3%</b> |
| Altri ricavi      | 4,0                        | 0,8%          | 3,1                        | 0,6%          | <b>30,8%</b> |
| <b>Totale</b>     | <b>532,3</b>               | <b>100,0%</b> | <b>505,5</b>               | <b>100,0%</b> | <b>5,3%</b>  |

| Analisi della variazione % | Variazione totale | Crescita organica | Variazione perimetro | Effetto cambio |
|----------------------------|-------------------|-------------------|----------------------|----------------|
| <i>Spirit</i>              | <b>6,3%</b>       | 2,8%              | 0,1%                 | 3,5%           |
| <i>Wine</i>                | <b>0,9%</b>       | -1,4%             | -0,8%                | 3,1%           |
| <i>Soft drink</i>          | <b>-2,3%</b>      | -2,4%             | 0,0%                 | 0,1%           |
| Altre vendite              | <b>30,8%</b>      | 18,6%             | 3,4%                 | 8,8%           |
| <b>Totale</b>              | <b>5,3%</b>       | <b>2,1%</b>       | <b>0,0%</b>          | <b>3,2%</b>    |

**GRUPPO CAMPARI**

**Conto economico consolidato**

|  | 1 gennaio-31 dicembre 2012 |               | 1 gennaio-31 dicembre 2011 |               | Variazione   |
|--|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|--------------|
|  | € milioni                  | %             | € milioni                  | %             | %            |
| <b>Vendite nette</b> <sup>(1)</sup>  | <b>1.340,8</b>             | <b>100,0%</b> | <b>1.274,2</b>             | <b>100,0%</b> | <b>5,2%</b>  |
| Costo del venduto <sup>(2)</sup>   | (571,3)                    | -42,6%        | (539,6)                    | -42,3%        | 5,9%         |
| <b>Margine lordo</b>   | <b>769,5</b>               | <b>57,4%</b>  | <b>734,6</b>               | <b>57,7%</b>  | <b>4,7%</b>  |
| Pubblicità e promozioni  | (237,2)                    | -17,7%        | (229,1)                    | -18,0%        | 3,5%         |
| <b>Margine di contribuzione</b>  | <b>532,3</b>               | <b>39,7%</b>  | <b>505,5</b>               | <b>39,7%</b>  | <b>5,3%</b>  |
| Costi di struttura <sup>(3)</sup>  | (227,7)                    | -17,0%        | (206,8)                    | -16,2%        | 10,1%        |
| <b>Risultato della gestione corrente</b><br><b>= EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti</b> | <b>304,7</b>               | <b>22,7%</b>  | <b>298,7</b>               | <b>23,4%</b>  | <b>2,0%</b>  |
| Altri proventi (oneri) non ricorrenti  | (17,2)                     | -1,3%         | (3,1)                      | -0,2%         | -            |
| <b>Risultato operativo = EBIT</b>  | <b>287,5</b>               | <b>21,4%</b>  | <b>295,5</b>               | <b>23,2%</b>  | <b>-2,7%</b> |
| Proventi (oneri) finanziari netti  | (48,7)                     | -3,6%         | (43,2)                     | -3,4%         | 12,6%        |
| Oneri finanziari non ricorrenti  | (2,6)                      | -0,2%         | (1,9)                      | -0,1%         | -            |
| Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto                       | -                          | -             | (0,4)                      | -0,0%         | -            |
| Oneri per <i>put option</i>  | (0,1)                      | -0,0%         | 0,5                        | 0,0%          | -            |
| <b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>                                    | <b>236,2</b>               | <b>17,6%</b>  | <b>250,6</b>               | <b>19,7%</b>  | <b>-5,8%</b> |
| Imposte  | (79,0)                     | -5,9%         | (90,9)                     | -7,1%         | -13,1%       |
| <b>Utile netto</b>   | <b>157,2</b>               | <b>11,7%</b>  | <b>159,8</b>               | <b>12,5%</b>  | <b>-1,6%</b> |
| Interessi di minoranza   | (0,5)                      | -0,0%         | (0,6)                      | -0,0%         | -            |
| <b>Utile del Gruppo</b>  | <b>156,7</b>               | <b>11,7%</b>  | <b>159,2</b>               | <b>12,5%</b>  | <b>-1,6%</b> |
| Totale ammortamenti  | (32,7)                     | -2,4%         | (30,3)                     | -2,4%         | 8,1%         |
| <b>EBITDA</b>  |                            |               |                            |               |              |
| <b>prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>  | <b>337,4</b>               | <b>25,2%</b>  | <b>329,0</b>               | <b>25,8%</b>  | <b>2,6%</b>  |
| <b>EBITDA</b>  | <b>320,2</b>               | <b>23,9%</b>  | <b>325,8</b>               | <b>25,6%</b>  | <b>-1,7%</b> |

(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**

|  | <b>31 dicembre 2012</b> | <b>31 dicembre 2011</b> |
|--|-------------------------|-------------------------|
|  | <b>€ milioni</b>        | <b>€ milioni</b>        |
| <b>ATTIVITÀ</b>  |                         |                         |
| <b>Attività non correnti</b>                                     |                         |                         |
| Immobilizzazioni materiali nette                                 | 392,6                   | 320,6                   |
| Attività biologiche  | 17,2                    | 17,4                    |
| Investimenti immobiliari   | 0,5                     | 0,6                     |
| Avviamento e marchi  | 1.631,2                 | 1.448,6                 |
| Attività immateriali a vita definita                             | 20,5                    | 21,0                    |
| Partecipazioni in società collegate e <i>joint venture</i>       | 0,2                     | 0,0                     |
| Imposte anticipate   | 11,5                    | 6,5                     |
| Altre attività non correnti                                      | 52,6                    | 17,1                    |
| <b>Totale attività non correnti</b>                              | <b>2.126,2</b>          | <b>1.831,8</b>          |
| <b>Attività correnti</b>   |                         |                         |
| Rimanenze  | 446,5                   | 331,3                   |
| Attività biologiche correnti                                     | 4,9                     | 0,0                     |
| Crediti commerciali  | 312,4                   | 278,0                   |
| Crediti finanziari   | 42,4                    | 1,8                     |
| Disponibilità liquide e mezzi equivalenti                        | 442,5                   | 414,2                   |
| Crediti per imposte correnti                                     | 9,4                     | 17,8                    |
| Altri crediti  | 24,2                    | 23,9                    |
| <b>Totale attività correnti</b>                                  | <b>1.282,3</b>          | <b>1.066,9</b>          |
| Attività non correnti destinate alla vendita                     | 1,0                     | 2,3                     |
| <b>Totale attività</b>   | <b>3.409,5</b>          | <b>2.901,0</b>          |
| <b>PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO</b>                              |                         |                         |
| <b>Patrimonio netto</b>  |                         |                         |
| Capitale   | 58,1                    | 58,1                    |
| Riserve  | 1.370,8                 | 1.305,6                 |
| Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo                  | 1.428,9                 | 1.363,7                 |
| Patrimonio netto di pertinenza di terzi                          | 4,2                     | 3,7                     |
| <b>Totale patrimonio netto</b>                                   | <b>1.433,1</b>          | <b>1.367,5</b>          |
| <b>Passività non correnti</b>                                    |                         |                         |
| Prestiti obbligazionari  | 1.178,2                 | 787,8                   |
| Altre passività finanziarie non correnti                         | 36,2                    | 37,1                    |
| Trattamento di fine rapporto e altri fondi relativi al personale | 13,0                    | 8,8                     |
| Fondi per rischi e oneri futuri                                  | 39,6                    | 7,1                     |
| Imposte differite  | 198,8                   | 144,4                   |
| <b>Totale passività non correnti</b>                             | <b>1.465,7</b>          | <b>985,2</b>            |
| <b>Passività correnti</b>  |                         |                         |
| Debiti verso banche  | 121,0                   | 144,9                   |
| Altri debiti finanziari  | 34,9                    | 103,2                   |
| Debiti verso fornitori   | 201,4                   | 166,8                   |
| Debiti per imposte   | 17,8                    | 34,6                    |
| Altre passività correnti   | 135,6                   | 98,9                    |
| <b>Totale passività correnti</b>                                 | <b>510,7</b>            | <b>548,4</b>            |
| <b>Totale passività e patrimonio netto</b>                       | <b>3.409,5</b>          | <b>2.901,0</b>          |

**GRUPPO CAMPARI**

**Rendiconto finanziario consolidato**

|  | <b>31 dicembre 2012</b> | <b>31 dicembre 2011</b> |
|--|-------------------------|-------------------------|
|  | <b>€ milioni</b>        | <b>€ milioni</b>        |
| <b>Utile operativo</b>   | <b>287,5</b>            | <b>295,5</b>            |
| Ammortamenti   | 32,7                    | 30,3                    |
| Variazioni che non determinano movimenti di cassa  | 11,5                    | 5,0                     |
| Variazione di attività e passività non finanziarie   | 3,4                     | (0,3)                   |
| Imposte pagate   | (88,2)                  | (68,0)                  |
| <b>Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante</b> | <b>247,0</b>            | <b>262,5</b>            |
| Variazione capitale circolante netto operativo   | (22,5)                  | (60,1)                  |
| <b>Flusso di cassa generato dalle attività operative</b>   | <b>224,4</b>            | <b>202,5</b>            |
| Interessi netti pagati   | (52,7)                  | (41,6)                  |
| <b>Flusso di cassa assorbito da investimenti</b>   | <b>(45,2)</b>           | <b>(24,9)</b>           |
| <b>Free cash flow</b>  | <b>126,5</b>            | <b>136,0</b>            |
| Acquisizioni   | (317,3)                 | (26,0)                  |
| Altre variazioni   | (13,7)                  | (20,9)                  |
| Dividendo pagato dalla Capogruppo  | (40,5)                  | (34,6)                  |
| <b>Flusso di cassa assorbito da altre attività</b>   | <b>(371,5)</b>          | <b>(81,5)</b>           |
| Altre differenze cambio e altre variazioni   | (14,2)                  | (9,7)                   |
| <b>Variazione delle posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio</b>                       | <b>(230,9)</b>          | <b>44,7</b>             |
| Debiti per esercizio <i>put option</i> e pagamento <i>earn out</i>                                     | (2,3)                   | (4,3)                   |
| <b>Variazione delle posizione finanziaria netta</b>  | <b>(233,1)</b>          | <b>40,4</b>             |
| <b>Posizione finanziaria netta di inizio periodo</b>   | <b>(636,6)</b>          | <b>(677,0)</b>          |
| <b>Posizione finanziaria netta di fine periodo</b>   | <b>(869,7)</b>          | <b>(636,6)</b>          |

**DAVIDE CAMPARI-MILANO S.p.A.****Conto economico della Capogruppo**

|  | <b>1 gennaio-<br/>31 dicembre 2012</b> | <b>1 gennaio-<br/>31 dicembre 2011</b> |
|--|--|--|
|  | <b>€ milioni</b>                       | <b>€ milioni</b>                       |
| <b>Vendite nette</b>                               | <b>542,1</b>                           | <b>545,5</b>                           |
| Costo del venduto                                  | (253,0)                                | (266,3)                                |
| <b>Margine lordo</b>                               | <b>289,1</b>                           | <b>279,2</b>                           |
| Pubblicità e promozioni                            | (60,6)                                 | (62,1)                                 |
| <b>Margine di contribuzione</b>                    | <b>228,5</b>                           | <b>217,2</b>                           |
| Costi di struttura                                 | (76,9)                                 | (73,6)                                 |
| di cui proventi ed oneri non ricorrenti            | (1,9)                                  | (1,0)                                  |
| <b>Risultato operativo</b>                         | <b>151,6</b>                           | <b>143,6</b>                           |
| Dividendi da imprese controllate                   | 3,1                                    | 125,0                                  |
| Proventi (oneri) finanziari netti                  | (34,1)                                 | (31,8)                                 |
| di cui proventi ed oneri finanziari non ricorrenti | (0,0)                                  | (1,8)                                  |
| <b>Utile prima delle imposte</b>                   | <b>120,6</b>                           | <b>236,8</b>                           |
| Imposte  | (37,7)                                 | (45,7)                                 |
| <b>Utile netto</b>                                 | <b>82,9</b>                            | <b>191,1</b>                           |

**Stato Patrimoniale della Capogruppo**

|   | <b>31 dicembre 2012</b> | <b>31 dicembre 2011</b> |
|---|-------------------------|-------------------------|
|   | <b>€ milioni</b>        | <b>€ milioni</b>        |
| Totale attività non correnti                        | 1.807,3                 | 1.480,4                 |
| Totale attività correnti                            | 450,7                   | 283,4                   |
| Totale attività non correnti destinate alla vendita | 1,0                     | 2,3                     |
| <b>Totale attività</b>                              | <b>2.259,0</b>          | <b>1.766,1</b>          |
| Totale patrimonio netto                             | 809,6                   | 773,4                   |
| Totale passività non correnti                       | 1.245,4                 | 701,7                   |
| Totale passività correnti                           | 204,0                   | 291,0                   |
| <b>Totale passività e patrimonio netto</b>          | <b>2.259,0</b>          | <b>1.766,1</b>          |

**Rendiconto finanziario della Capogruppo**

|  | <b>31 dicembre 2012</b> | <b>31 dicembre 2011</b> |
|--|-------------------------|-------------------------|
|  | <b>€ milioni</b>        | <b>€ milioni</b>        |
| Flusso monetario generato dall'attività operativa                  | 81,1                    | 103,3                   |
| Flusso monetario impiegato in attività di investimento             | (329,9)                 | 116,6                   |
| Flusso monetario generato (impiegato) da attività di finanziamento | 336,4                   | (197,1)                 |
| Aumento (diminuzione) delle disponibilità liquide                  | 87,6                    | 23,0                    |
| <b>Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio</b>             | <b>60,1</b>             | <b>37,1</b>             |
| <b>Disponibilità liquide al termine dell'esercizio</b>             | <b>147,7</b>            | <b>60,1</b>             |