



COMUNICATO STAMPA

CAMPARI APPROVA LA RELAZIONE TRIMESTRALE AL 31 MARZO 2003

Ricavi netti consolidati pari a €135,2 milioni (+5,9%)
EBITDA pari a €31,7 milioni (+2,5%)
EBITA pari a €28,3 milioni (+4,5%)
EBIT pari a €21,3 milioni (+5,4%)
Utile prima delle imposte del Gruppo pari a €15,3 milioni (+5,9%)

Milano, 12 maggio 2003 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la Relazione Trimestrale al 31 marzo 2003, che mostra le **vendite e tutti i livelli di redditività in crescita**, nonostante il consistente impatto sfavorevole dei tassi di cambio che ha caratterizzato questo trimestre.

RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO TRIMESTRE 2003

Nel primo trimestre del 2003 le **vendite del Gruppo** sono state pari a €135,2 milioni, con una **crescita del 5,9%**. La **crescita organica**, a cambi costanti, è stata **del 5,8%**, mentre l'impatto negativo dei tassi di cambio è stato pari al 6,5%, principalmente a causa della svalutazione del dollaro USA e del *Real* brasiliano. La **crescita esterna, pari al 6,6%**, è interamente attribuibile al nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 sul mercato americano.

Il **marginale commerciale** si è attestato a €37,3 milioni, evidenziando una **crescita del 7,3%** e un'incidenza sulle vendite pari al 27,6%.

L'**EBITDA** è stato di €31,7 milioni, in **crescita del 2,5%** e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,5%.

L'**EBITA**, ovvero il risultato operativo prima dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi, è stato di €28,3 milioni, in **crescita del 4,5%** e un'incidenza sulle vendite pari al 20,9%.

L'**EBIT** è stato di €21,3 milioni, in **crescita del 5,4%** e con un'incidenza sulle vendite pari al 15,8%.

L'**utile ante imposte** è stato di €17,9 milioni, in **crescita del 2,4%** e con un'incidenza sulle vendite pari al 13,3%.

L'**utile prima delle imposte del Gruppo**, ovvero l'utile ante imposte al netto degli interessi di minoranza, è stato di €15,3 milioni, in **crescita del 5,9%** e con un'incidenza sulle vendite pari al 11,3%.

Al 31 marzo 2003 l'**indebitamento finanziario netto** risulta pari a €191,1 milioni (in calo rispetto al dato di €198,8 milioni al 31 dicembre 2002).

VENDITE DEL PRIMO TRIMESTRE 2003

Il **segmento spirits**, con vendite di €88,2 milioni, pari al 65,2% del fatturato totale, è **cresciuto del 14%**. La crescita organica, pari al 12,7% a cambi costanti (3% al netto dell'effetto cambi), è stata favorita **dal buon andamento di CampariSoda (+7,7%), Ouzo 12 (+39,8%) e Jägermeister (+11,6%)**. Il **brand Campari** ha registrato una crescita del 0,7% a cambi costanti (-4,7% al netto dell'effetto cambi). In termini geografici, le vendite di Campari continuano a evidenziare un **trend molto positivo in Italia (+7,3%)** e in **Brasile (+17,1%** in valuta locale); in **Germania** le vendite di Campari registrano una flessione del 5,5%, evidenziando l'**atteso rallentamento** del significativo declino che ha caratterizzato l'ultimo anno. Relativamente a **SKYY**, il **brand** prosegue uno **sviluppo molto positivo** delle vendite anche nel primo trimestre del 2003, registrando una crescita del 32,7% a cambi costanti (+9,5% al netto dell'effetto cambi); nell'ambito della linea SKYY, le vendite della gamma di *flavoured vodka* lanciate nel mese di marzo 2003 (SKYY Berry, SKYY Spiced e SKYY Vanilla, che si aggiungono alla già esistente SKYY Citrus) risultano incrementate del 50,7%, raggiungendo un'incidenza del 10% delle vendite complessive di SKYY Vodka. La crescita esterna, relativa a *tequila* 1800, è stata pari al 11%.

Il **segmento wines** ha registrato una **flessione del 2,8%** (-6,1% al netto dell'effetto cambi). Tale andamento è determinato da una **contrazione delle vendite di Cinzano**, sia per quanto riguarda i *vermouth*, in flessione del 9,5% a cambi costanti (-15,8% al netto dell'effetto cambi in quanto penalizzati dall'eccellente

performance realizzata nell'ultimo trimestre 2002, sia per quanto riguarda gli spumanti, in flessione del 6,4% a cambi costanti (-7,4% al netto dell'effetto cambi), principalmente a causa del differimento al secondo trimestre dell'anno delle vendite relative alle festività pasquali, ritardate nel 2003 rispetto al 2002. **Sella & Mosca** ha registrato una contrazione del 4,9% (-5,9% al netto dell'effetto cambi) totalmente attribuibile a un ritardo delle vendite sul mercato italiano, ritenuto peraltro recuperabile nel corso dell'anno.

Le **vendite di soft drinks** hanno registrato un calo del 5,6% rispetto al primo trimestre dell'anno scorso, in cui avevano beneficiato di consistenti campagne promozionali anticipate al mese di marzo. In particolare, Crodino ha registrato una flessione contenuta al 2,9%, mentre le bevande gassate sono risultate in calo del 10,4%.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività.

	1 gennaio - 31 marzo 2003		1 gennaio - 31 marzo 2002		Variazione	
	€ milioni	%	€ milioni	%	%	
<i>Spirits</i>	88,2	65,2	77,4	60,6	14,0	
<i>Wines</i>	15,4	11,4	16,4	12,8	-6,1	
<i>Soft Drinks</i>	30,0	22,2	31,8	24,9	-5,6	
Altri ricavi	1,6	1,2	2,1	1,6	-25,2	
Totale	135,2	100,0	127,7	100,0	5,9	

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del primo trimestre 2003 sul **mercato italiano** hanno rappresentato il 53,3% delle vendite del Gruppo e **sono cresciute del 1,8%, grazie all'andamento particolarmente positivo degli spirits**. Le **vendite dell'area Europa**, pari al 19,3% del totale, sono **incrementate del 6,7%**, grazie soprattutto all'introduzione di Campari Mixx in nuovi mercati e all'avvio di un nuovo accordo di distribuzione sull'importante mercato russo. Per quanto riguarda l'area Americhe, il **mercato USA ha registrato una crescita del 28,2%**, per effetto dell'apporto del nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 (+37,6%) e della positiva crescita organica (+11% a cambi costanti). Anche il **Brasile ha registrato un'ottima performance**, con un incremento delle vendite pari al 23,9% in valuta locale.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato consolidato per area geografica.

	1 gennaio - 31 marzo 2003		1 gennaio - 31 marzo 2002		Variazione	
	€ milioni	%	€ milioni	%	%	
Italia	72,1	53,3	70,8	55,4	1,8	
Europa	26,2	19,3	24,5	19,2	6,7	
Americhe	34,3	25,4	29,6	23,2	16,1	
Resto del mondo	2,6	1,9	2,8	2,2	-6,4	
Totale	135,2	100,0	127,7	100,0	5,9	

PRECISAZIONE SU TRATTAMENTO FISCALE DEL DIVIDENDO

Con riferimento al comunicato stampa del 26 marzo 2003 e alla delibera assembleare del 30 aprile 2003 avente ad oggetto la distribuzione di dividendi per un ammontare complessivo di € 24.675.200 (cui corrisponde un dividendo per azione pari a € 0,88), si precisa che, fermo restando l'ammontare dei dividendi da distribuirsi e fermo restando altresì l'ammontare globale dei crediti di imposta complessivamente attribuiti (in misura pari a € 13.879.800, cui corrisponde un credito di imposta per azione pari a € 0,495), la corretta qualificazione fiscale dei crediti di imposta è la seguente: credito d'imposta di cui all'articolo 105, comma 1, lettera a), T.U.I.R., per € 10.935.600 (pari a € 0,39 per azione) e, per il residuo ammontare, credito d'imposta di cui all'articolo 105, comma 1, lettera b), T.U.I.R. per € 2.944.200 (pari a € 0,105 per azione).

* * *

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17:00 di oggi, lunedì 12 maggio 2003, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati del primo trimestre del 2003. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri (*pass code*: C614901):

- dall'Italia: 800.914.551 (numero verde)
- dall'estero: +39.02.3700.8206

* * *

Allegato 1) GRUPPO CAMPARI - CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RELATIVO AL PRIMO TRIMESTRE 2003

	1 gennaio - 31 marzo 2003		1 gennaio - 31 marzo 2002		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette ⁽¹⁾	135,2	100,0%	127,7	100,0%	5,9%
Costo dei materiali	(43,1)	-31,9%	(40,0)	-31,3%	7,7%
Costi di produzione	(10,0)	-7,4%	(11,0)	-8,6%	-8,9%
Totale costo del venduto	(53,1)	-39,3%	(51,0)	-39,9%	4,1%
Margine lordo	82,1	60,7%	76,7	60,1%	7,1%
Pubblicità e promozioni	(27,3)	-20,2%	(25,1)	-19,7%	8,8%
Costi di vendita e distribuzione	(17,5)	-12,9%	(16,8)	-13,2%	3,9%
Margine commerciale	37,3	27,6%	34,8	27,3%	7,3%
Spese generali e amministrative	(10,2)	-7,5%	(10,9)	-8,5%	-6,1%
Altri ricavi operativi	1,2	0,9%	3,7	2,9%	-66,1%
Ammortamento avviamento e marchi	(6,9)	-5,1%	(6,8)	-5,3%	1,7%
Risultato operativo (EBIT) prima dei costi non ricorrenti	21,4	15,9%	20,8	16,3%	3,1%
Costi non ricorrenti	(0,1)	-0,1%	(0,6)	-0,5%	-78,8%
Risultato operativo (EBIT)	21,3	15,8%	20,2	15,8%	5,4%
Proventi (oneri) finanziari netti	(2,4)	-1,8%	(1,3)	-1,0%	80,9%
Utili (perdite) su cambi netti	(0,6)	-0,4%	(0,9)	-0,7%	-38,5%
Altri proventi (oneri) non operativi	(0,4)	-0,3%	(0,5)	-0,4%	-11,5%
Utile prima delle imposte	17,9	13,3%	17,5	13,7%	2,4%
Interessi di minoranza	(2,6)	-1,9%	(3,0)	-2,3%	-14,4%
Utile prima delle imposte del Gruppo	15,3	11,3%	14,5	11,4%	5,9%
Ammortamenti materiali	(2,9)	-2,1%	(3,2)	-2,5%	-10,1%
Ammortamenti immateriali	(7,6)	-5,6%	(7,5)	-5,9%	0,1%
Totale ammortamenti	(10,4)	-7,7%	(10,7)	-8,4%	-2,9%
EBITDA	31,7	23,5%	31,0	24,3%	2,5%
EBITA ⁽²⁾	28,3	20,9%	27,0	21,1%	4,5%

(1) Al netto di sconti e accise

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

Il Gruppo Campari

Il Gruppo Campari è il sesto *player* mondiale nel settore degli *spirits*, 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, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: *spirits*, *wines* e *soft drinks*. Il portafoglio prodotti di proprietà include *brands* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi *leader* in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli Stati Uniti, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebraumilch in Brasile e Gregson's in Uruguay. Il Gruppo impiega circa 1.350 persone e, dal luglio 2001, 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. (Reuters CPR.MI, Bloomberg CPR IM).

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