

CAMPARI GROUP

**Delivery strategica confermata dalla solida crescita
di tutti i principali indicatori di performance organica**

**Si conferma il buon andamento del business, nonostante le attività di destoccaggio
in selezionati mercati in previsione di cambiamenti nell'assetto distributivo**

Crescita nel dividendo annuale proposto pari a €0,055 per azione, +10,0% rispetto al 2018

**Prosecuzione del programma di share buyback da attuarsi
per un importo incrementato fino a €350 milioni nei prossimi 12 mesi**

RISULTATI DEL 2019 IN SINTESI

- **Vendite pari a €1.842,5 milioni. Crescita organica pari al +5,9%. Variazione totale pari al +7,6%**, considerati gli effetti cambi e perimetro.
- **Performance organica positiva, guidata dalle principali combinazioni di prodotto e mercato a elevata marginalità**, nonostante le attività di destoccaggio in Giappone e Sud Africa in previsione di cambiamenti negli assetti distributivi.
- **EBIT rettificato¹ pari a €408,0 milioni. Crescita organica del +6,7%** (+7,7% a livello totale). Espansione organica della marginalità di **+20 punti base**, guidata dalla **sostenuta espansione organica della marginalità lorda (+60 punti base)**, nonostante l'effetto negativo del costo dell'agave e i reinvestimenti di profittabilità in attività di *brand building* e nel continuo rafforzamento dell'infrastruttura commerciale.
- **Utile netto del Gruppo rettificato² pari a €267,4 milioni, +7,3%. Utile netto del Gruppo pari a €308,4 milioni, +4,1%**.
- **Free cash flow** pari a **€258,5 milioni**, di cui **free cash flow ricorrente pari a €267,3 milioni, pari al 55,7% del EBITDA rettificato**.
- **Debito finanziario netto a €777,4 milioni** al 31 dicembre 2019, in diminuzione di €68,9 milioni rispetto al 31 dicembre 2018 (€846,3 milioni), guidato dalla **positiva generazione di cassa**, al netto delle acquisizioni e delle cessioni di attività non strategiche, e nonostante l'effetto dell'applicazione del principio contabile IFRS16-'Leases'.
- **Dividendo** annuale proposto per l'esercizio 2019 pari a **€0,055 per azione**, in crescita del **+10,0% rispetto all'anno precedente**.
- Prosecuzione del **programma di share buyback da attuarsi per un importo incrementato fino a €350 milioni** nei prossimi 12 mesi.

Milano, 18 febbraio 2020-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 2019.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: *'Nel 2019 abbiamo **proseguito la nostra delivery strategica di lungo termine**, nonostante gli effetti sfavorevoli dovuti alle **attività di destoccaggio** intraprese dal Gruppo in **selezionati mercati** in previsione di **cambiamenti degli assetti distributivi**, così dell'effetto negativo generato dal prezzo d'acquisto dell'agave. Nonostante ciò, abbiamo conseguito una **performance positiva per tutti i principali indicatori in termini di crescita ed espansione organica**. **Guardando al 2020**, le nostre prospettive rimangono **bilanciate** in termini di **rischi e opportunità**, in un contesto caratterizzato da persistente **incertezza macroeconomica e volatilità delle valute**, in particolare nei mercati emergenti. Siamo **fiduciosi circa il conseguimento di una crescita a valore dell'EBIT nel 2020, guidata dalle principali combinazioni di prodotti a elevata redditività nei mercati chiave del Gruppo**. Prevediamo che il completamento delle attività di destoccaggio, effettuate in relazione a cambiamenti negli assetti distributivi del Gruppo, possa avere un impatto sull'andamento del primo semestre, cui si aggiunge la base di confronto sfavorevole del corrispondente periodo dell'anno precedente. Con riferimento alla marginalità, riteniamo che il trend possa continuare a risentire dell'aumento persistente del prezzo d'acquisto dell'agave e dei dazi sulle importazioni negli Stati*

¹ Prima delle rettifiche di proventi e (oneri) operativi pari a -€21,7 milioni nel 2019, principalmente attribuibili a operazioni di ristrutturazione (rettifiche operative positive pari a €1,9 nel 2018).

² Utile del Gruppo prima delle rettifiche totali pari a €41,0 milioni nel 2019 (rettifiche positive totali pari a €47,0 milioni nel 2018).

CAMPARI GROUP

Uniti, primo mercato del Gruppo. A livello complessivo, beneficeremo inoltre delle **recenti acquisizioni**, nonché degli **sviluppi prospettati sul mercato francese**, grazie all'accordo per l'**acquisizione del nostro distributore locale**, il cui perfezionamento è previsto per la prima parte dell'anno³.

PRINCIPALI INFORMAZIONI FINANZIARIE PER L'ESERCIZIO CONCLUSO AL 31 DICEMBRE 2019

	1 gennaio- 31 dicembre 2019 € milioni	1 gennaio- 31 dicembre 2018 € milioni	Variazione Totale	Crescita organica	Effetto cambio	Variazione di perimetro
Vendite nette	1.842,5	1.711,7	7,6%	5,9%	2,1%	-0,4%
Margine lordo	1.121,2	1.028,1	9,1%	7,0%	2,2%	-0,1%
% sulle vendite	60,9%	60,1%				
EBIT rettificato	408,0	378,8	7,7%	6,7%	1,7%	-0,7%
% sulle vendite	22,1%	22,1%				
EBIT	386,3	380,7	1,5%			
Utile netto del Gruppo rettificato	267,4	249,3	7,3%			
Utile netto del Gruppo	308,4	296,3	4,1%			
EBITDA rettificato	479,8	432,6	10,9%	9,6%	1,7%	-0,4%
% sulle vendite	26,0%	25,3%				
EBITDA	458,1	434,5	5,4%			
Free cash flow, di cui:	258,5	235,6	9,7%			
Free cash flow da attività ricorrenti	267,3	267,7				
Indebitamento finanziario netto alla fine del periodo	777,4	846,3				
Dividendo annuale proposto per azione (€)	0,055	0,050	10,0%			

ANALISI DELLE VENDITE CONSOLIDATE PER L'ANNO 2019

In riferimento ai risultati per area geografica:

- le vendite nell'area **Americhe** (44,6% del totale) hanno registrato una crescita organica del **+5,8%**, grazie agli **Stati Uniti**, il **primo mercato per il Gruppo**, che ha registrato una *performance* positiva del **+5,3%**, guidata da tutti i *brand* a priorità globale e regionale a eccezione di SKYY, alla **Giamaica** in crescita del **+17,6%**, grazie alla continua *sovraperformance* del portafoglio dei rum giamaicani e di Campari e infine al **Canada**, che ha registrato una *performance* positiva del **+2,6%** grazie a Aperol, Espòlon e Campari. In Sud America, **Brasile** e **Argentina** hanno beneficiato di una base di confronto favorevole, tornando a crescere del **+3,3%** e del **+9,7%** nel 2019, principalmente grazie a Aperol e Campari. La debolezza macroeconomica, gli elevati tassi di disoccupazione e l'instabilità politica persistono.
- L'area **Sud Europa, Medio Oriente e Africa**⁴ (27,1% del totale) ha registrato una crescita organica del **+5,3%** guidata dalla solida *performance* dell'**Italia**, che ha riportato una variazione organica pari a **+5,8%**, grazie in particolare a tutto il portafoglio aperitivi. Gli **altri mercati della regione** sono cresciuti del **+3,9%**, grazie al solido risultato del **mercato francese (+14,2%)** e alla *performance* positiva del canale **Global Travel Retail (+4,1%)**, entrambi guidati principalmente da Aperol, in parte compensati dalle *performance* in Spagna e Sud Africa, con quest'ultimo mercato penalizzato dagli effetti del destoccaggio in previsione di cambiamenti nell'assetto distributivo.
- L'area **Nord, Centro ed Est Europa** (21,4% del totale) ha registrato una crescita organica del **+8,8%**, grazie ai risultati positivi in **Germania (+3,3%)**, **Regno Unito (+39,6%)** e **Russia (+11,9%)**, e alla *performance* positiva nella maggior parte dei rimanenti mercati europei. L'andamento è stato largamente guidato dalla **crescita a doppia cifra di Aperol in tutta la regione**, mentre la *performance* nel Regno Unito è stata trainata anche alla crescita di Wray&Nephew Overproof e Magnum Tonic.
- Le vendite nell'area **Asia-Pacifico** (7,0% del totale) hanno mostrato una crescita a livello organico del **+0,8%**. La crescita del **mercato australiano (+2,0%)**, che ha risentito di una base di confronto sfavorevole, è stata guidata da **Aperol, Wild Turkey ready-to-drink, SKYY e Espòlon**. Gli altri mercati dell'area hanno registrato una flessione del -1,8%, con la crescita registrata in Cina e Nuova Zelanda più che compensata dal forte calo in Giappone a causa delle attività di destoccaggio in previsione di cambiamenti nell'assetto distributivo.

³ Perfezionamento dell'acquisizione soggetto ad approvazione dell'Antitrust.

⁴ Include il canale *Global Travel Retail*.

CAMPARI GROUP

In riferimento ai **risultati per brand**:

- le vendite dei **brand a priorità globale** (pari al 57% del totale) hanno registrato una solida crescita a livello organico del **+7,3%**, nonostante il calo a una cifra di **SKYY**, dovuto sia alla persistente pressione competitiva nel mercato statunitense sia agli effetti dell'attività di destoccaggio che ha principalmente influenzato il segmento *flavour*. La *performance* positiva è stata guidata da **Aperol (+20,5%)**, grazie alla crescita a doppia cifra nei suoi tre maggiori mercati (Italia, Germania e Stati Uniti), e alla **performance positiva su tutti gli altri mercati ad alto potenziale e di recente introduzione**, dal portafoglio dei **rum giamaicani (+7,5%)**, grazie a **Wray&Nephew Overproof** nel principale **mercato giamaicano**, così come negli **Stati Uniti**, in **Canada** e in **Regno Unito**, da **Campari (+4,6%)**, che prosegue la *performance* positiva nei mercati internazionali mostrata negli anni passati, nonostante una temporanea debolezza nel mercato tedesco. **Wild Turkey** ha registrato una crescita positiva del **+2,9%**, con la solida crescita negli **Stati Uniti** parzialmente compensata dall'andamento in **Giappone**, per via degli effetti negativi generati dalle attività di destoccaggio in previsione di cambiamenti nell'assetto distributivo. **Grand Marnier** ha registrato una *performance* sostanzialmente stabile, con la **crescita nel principale mercato statunitense** che ha compensato una temporanea debolezza nel canale Global Travel Retail e in alcuni mercati europei.
- In riferimento ai **brand a priorità regionale** (pari al 17% del totale), le vendite sono aumentate del **+4,3%** a livello organico, grazie in particolare alla *performance* molto positiva di **Espolòn (+32,4%)**, guidato dal principale mercato statunitense, dove il *brand* continua a mostrare un andamento superiore al resto della categoria. La solida crescita di **Riccadonna** è stata più che compensata dalla debolezza di **GlenGrant**, che riflette la rifocalizzazione strategica su varianti *super-premium* a marginalità più elevata nonché le attività di destoccaggio in Sud Africa, **Bulldog** e **Cinzano**.
- per quanto riguarda i **brand a priorità locale** (pari al 11% del totale), le vendite organiche sono risultate in aumento (**+1,8%**), grazie alla **crescita degli aperitivi monodose**, **Campari Soda (+1,6%)** e **Crodino (+2,4%)**, e di **Wild Turkey ready-to-drink (+5,0%)**, che hanno più che compensato la debolezza dei *brand* brasiliani.

ANALISI DEI RISULTATI ANNUALI 2019

Le **vendite** sono state pari a **€1.842,5 milioni**, in aumento del **+7,6% a livello totale**. La crescita riflette una **performance organica positiva delle vendite**, pari a **+5,9%**, nonostante **attività di destoccaggio selettivo** in **Giappone** e **Sud Africa** in previsione di **cambiamenti negli assetti distributivi**, un **effetto positivo dei cambi del +2,1%**, guidato da un rafforzamento del Dollaro americano nei confronti dell'Euro, oltre che dall'**effetto negativo del perimetro del -0,4%**⁵, guidato dalla conclusione di contratti distributivi di *brand* di terzi.

Il **marginale lordo** è stato pari a **€1.121,2 milioni**, in aumento del **+9,1% a valore (+80 punti base)**, pari al 60,9% delle vendite. La marginalità lorda è risultata in **aumento a livello organico del +7,0%**, superiore alla crescita delle vendite, con una **espansione organica di +60 punti base**, data dal **positivo mix delle vendite per prodotto e mercato** e nonostante l'effetto diluitivo del **costo di acquisto dell'agave**.

Le **spese per pubblicità e promozioni** sono state pari a **€319,9 milioni**, in crescita del **+10,6% a valore** (17,4% delle vendite). L'**aumento a livello organico è stato del +7,7%**, superiore alla crescita delle vendite e dunque diluitivo per -30 punti base, riflettendo i maggiori investimenti nei *brand* a priorità globale, in particolare Aperol, Campari e il portafoglio rum giamaicani, così come alcuni *brand* a priorità regionale, come Espolòn.

Il **marginale di contribuzione**, ovvero il margine lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni, è stato pari a **€801,3 milioni**, in aumento **a livello totale del +8,5% (+6,7% a livello organico)**, pari al 43,5% sulle vendite.

I **costi di struttura**, ovvero i costi delle organizzazioni commerciali e i costi generali e amministrativi, sono stati pari a **€393,3 milioni**, in crescita del **+9,2% a valore**, al 21,3% delle vendite. L'**aumento organico è stato del +6,8%**, generando una diluizione di -20 punti base, principalmente dovuta al rafforzamento delle strutture commerciali *on-premise* in selezionati mercati.

L'**EBIT rettificato** è stato pari a **€408,0 milioni**, in aumento **a livello totale del +7,7%**, al 22,1% sulle vendite, in linea con l'anno precedente. L'**aumento organico del +6,7%**, superiore alla crescita delle vendite, ha generato un'espansione della marginalità sulle vendite di **+20 punti base**, grazie alla solida espansione della marginalità lorda, al netto degli investimenti in *marketing* e costi di struttura. La applicazione del principio contabile IFRS 16-'Leases' (effettivo dal 1 gennaio 2019) ha generato effetti positivi pari a €1,4 milioni.

Le **rettifiche di proventi (oneri) operativi** sono state pari a **-€21,7 milioni**, principalmente attribuibili a operazioni di ristrutturazione (tra cui iniziative di *outsourcing* di servizi amministrativi e *information technology*).

⁵ Include gli effetti generati dall'interruzione di contratti distributivi in parte compensati dalle recenti acquisizioni di Rhumantilles e di Ancho Reyes e Montelobos, perfezionate nell'ultimo trimestre del 2019.

CAMPARI GROUP

L'**EBITDA rettificato** è stato pari a **€479,8 milioni**, in aumento a **livello totale del +10,9% (+9,6% a livello organico)** e pari al 26,0% sulle vendite. L'incremento include l'effetto positivo dovuto alla applicazione del principio contabile **IFRS 16-'Leases'** di **€15,0 milioni**, guidato dagli ammortamenti incrementali sui diritti d'uso.

L'**EBIT** (21,0% delle vendite) e l'**EBITDA** (24,9% delle vendite) sono stati pari rispettivamente pari a €386,3 milioni e €458,1 milioni dopo **rettifiche operative negative** pari a **-€21,7 milioni**, principalmente attribuibili a operazioni di ristrutturazione.

Gli **oneri finanziari netti** sono stati pari a **€33,0 milioni**, allineati all'anno precedente, riflettendo il minore indebitamento medio (€865,8 milioni nel 2019 contro €925,4 milioni nel 2018), che compensa gli interessi addizionali, pari a €3,4 milioni, generati dall'applicazione del principio contabile IFRS 16-'Leases'.

Le **rettifiche di proventi e oneri finanziari** sono state positive e pari a **€5,8 milioni**. Tale valore è prevalentemente riconducibile al riconoscimento di interessi attivi per crediti relativi alla chiusura di un contenzioso fiscale in Brasile.

L'**Utile del Gruppo prima delle imposte rettificato**⁶ è stato pari a **€370,4 milioni (+6,7%)**. L'**utile del Gruppo prima delle imposte** è stato di **€354,6 milioni**, in aumento del **+1,1%**.

Le **imposte** sono state **pari a €46,2 milioni**, inclusive del **beneficio fiscale one-off Patent Box pari a €25,4 milioni**⁷ così come altre rettifiche fiscali.

L'**Utile netto del Gruppo rettificato** è stato pari a **€267,4 milioni (+7,3%)**. L'**utile netto del Gruppo** è stato di **€308,4 milioni**, in aumento del **+4,1%** a valore, per via di una base di confronto sfavorevole che ha beneficiato di rettifiche positive significative.

Il **free cash flow** complessivamente generato è stato pari a **€258,5 milioni**. Il **free cash flow ricorrente** è stato **pari a €267,3 milioni (-0,2%)**, corrispondente al **55,7% del EBITDA rettificato**, dal 61,9% nel 2018.

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2019 è pari a **€777,4 milioni**, in **calo di €68,9 milioni** rispetto al 31 dicembre 2018 (€846,3 milioni), guidato dalla **positiva generazione di cassa**, al netto delle acquisizioni di Rhumantilles e Ancho Reyes e Montelobos, e della vendita di Villa Les Cèdres⁸, e dopo il pagamento del dividendo (€ 57,3 milioni), gli acquisti di azioni proprie (€ 47,3 milioni) e l'effetto della applicazione dello standard contabile IFRS16-'Leases' (€ 90,4 milioni).

Il **multiplo di debito finanziario netto su EBITDA rettificato** al 31 dicembre 2019 è pari a **1,6 volte**, in calo rispetto a 2,0 volte⁹ al 31 dicembre 2018.

ALTRI EVENTI E DELIBERE

Dividendo. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di proporre all'Assemblea la distribuzione di un dividendo per l'esercizio 2019 di € 0,055 per ciascuna azione, al lordo delle ritenute di legge, +10,0% rispetto all'anno precedente.

Il dividendo verrà posto in pagamento il 22 aprile 2020 (con stacco cedola numero 4, il 20 aprile 2020, in conformità al calendario di Borsa Italiana, e *record date* 21 aprile 2020). Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato quindi di convocare l'Assemblea Ordinaria degli Azionisti il 27 marzo 2020 (anziché il 7 aprile 2020 come precedente indicato nel calendario degli eventi societari per l'anno in corso) per approvare, tra gli altri documenti, il bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Piano di acquisto azioni proprie. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato la Relazione all'Assemblea relativa alla delibera di autorizzazione all'acquisto e/o all'alienazione di azioni proprie, principalmente con il fine di ricostituire il portafoglio di azioni proprie a servizio dei piani di *stock option* in essere e di futura assegnazione per il *management* del Gruppo, secondo i limiti e le modalità previsti dalle normative vigenti. L'autorizzazione viene richiesta sino al 30 giugno 2021.

Con riferimento all'attuazione degli acquisti di azioni proprie, rispetto agli anni precedenti, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di **proseguire il programma di buyback attualmente in corso, ma per un importo incrementato fino a €350 milioni** nei prossimi dodici mesi. Il potenziamento degli acquisti è funzionale all'attuazione della nuova strategia della Società di disporre di un portafoglio di azioni proprie a servizio di tutti i piani di *stock option* emessi, anziché dei soli piani prossimi all'esercizio, volta a mitigare il rischio di aumento del prezzo dell'azione sottostante alle opzioni e a contenere, di conseguenza, la potenziale onerosità per la Società dei piani di incentivazione. Tutti i dettagli del programma saranno comunicati prima dell'avvio degli acquisti mediante comunicato stampa ai sensi delle normative vigenti.

⁶ Rettifiche operative e finanziarie nette negative totali pari a -€15,8 milioni nel 2019, principalmente dovute ad operazioni di ristrutturazione. Rettifiche operative e finanziarie positive totali pari a €3,7 milioni nel 2018.

⁷ Beneficio cumulato complessivo per gli anni 2014-2019 pari a €96,2 milioni.

⁸ Generando un impatto sul debito finanziario al 31 dicembre 2019 pari a €141,9 milioni, di cui €60,1 milioni relativi a imposte da pagare nel 2020 (ossia che impatteranno il debito finanziario nel 2020).

⁹ Calcolato in base allo stesso approccio adottato per il multiplo al 31 dicembre 2019.

CAMPARI GROUP

Stock option. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato altresì di sottoporre all'Assemblea l'approvazione di un piano di *stock option* ai sensi dell'articolo 114-bis TUF, predisposto in conformità al Regolamento per l'attribuzione di *stock option* in vigore a cui sono state apportate alcune parziali modifiche rese opportune dall'applicazione dei precedenti piani a vantaggio dei beneficiari. Il piano prevede l'attribuzione di opzioni a favore amministratori esecutivi nonché al *management* del Gruppo, conferendo ai competenti organi ogni potere per procedere all'attuazione del piano stesso entro il 30 giugno 2021.

Relazione sulla remunerazione. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato la Relazione all'Assemblea sulla politica in materia di remunerazione e sui compensi corrisposti predisposta ai sensi dell'articolo 123-ter del decreto legislativo 58 del 24 febbraio 1998 così come recentemente modificato.

Dichiarazione non finanziaria. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato la dichiarazione di carattere non finanziario al 31 dicembre 2019, ai sensi del decreto legislativo 30 dicembre 2016 n. 254, in attuazione della direttiva UE 2014/95.

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La relazione finanziaria annuale e la dichiarazione non finanziaria al 31 dicembre 2019 saranno depositate, a disposizione di chiunque ne faccia richiesta, presso la sede legale e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1INFO, gestito da Computershare, (www.1Info.it) entro i termini previsti dalla legge. I documenti saranno altresì disponibili nella sezione 'Investors' del sito www.camparigroup.com/it, e con le altre modalità normativamente previste.

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, comma 2, TUF-che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ('forward-looking statements') relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari di Campari Group. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori, la maggioranza dei quali è al di fuori del controllo del Gruppo. Si segnala che i dati di bilancio consolidato e bilancio di esercizio sono attualmente oggetto di revisione contabile.

ANALYST CONFERENCE CALL

Alle ore **19,00 (CET) di oggi, 18 febbraio 2020**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà i risultati del 2019. Per partecipare alla conference call sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: **02 805 88 11**
- dall'estero: **+44 121 281 8003**

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

Una registrazione della *conference call* sarà disponibile da oggi, 18 febbraio 2020, a martedì 25 febbraio 2020 chiamando i seguenti numeri:

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

(codice di accesso: **900#**).

CAMPARI GROUP

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225 330

Email: chiara.garavini@campari.com

Jing He

Tel. +39 02 6225.832

Email: jing.he@campari.com

Thomas Fahey

Tel. +44 (0)20 31009618

Email: thomas.fahey@campari.com

Francesco Pintus

Tel. +39 02 6225416

Email: francesco.pintus@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225 680

Email: enrico.bocedi@campari.com

<http://www.camparigroup.com/en/investor>

<http://www.camparigroup.com/en>

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

<https://twitter.com/GruppoCampari>

Visita [Our Story](#)

PROFILO DI CAMPARI GROUP

Campari Group è uno dei maggiori *player* a livello globale nel settore degli *spirit*, con un portafoglio di oltre 50 marchi che si estendono fra *brand* a priorità globale, regionale e locale. I *brand* a priorità globale rappresentano il maggiore *focus* di Campari Group e comprendono **Aperol, Campari, SKYY, Grand Marnier, Wild Turkey** e **Appleton Estate**. Campari Group, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli *spirit* di marca. Ha un *network* distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. La strategia di Campari Group punta a coniugare la propria crescita organica, attraverso un forte *brand building*, e la crescita esterna, attraverso acquisizioni mirate di marchi e *business*.

Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 21 impianti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 20 paesi. Il Campari Group impiega circa 3.700 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/it>.

Bevete responsabilmente

- seguono tabelle -

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP

Scomposizione delle vendite consolidate per brand nel 2019

	Peso vendite Gruppo	variazione % delle vendite, di cui			
	%	totale	organica	cambio	perimetro
Brand a priorità globale	56,9%	9,7%	7,3%	2,5%	0,0%
Brand a priorità regionale	16,8%	7,4%	4,3%	2,1%	1,1%
Brand a priorità locale	11,5%	1,6%	1,8%	-0,2%	0,1%
Resto del portafoglio	14,8%	4,9%	6,2%	2,6%	-3,9%
Totale	100,0%	7,6%	5,9%	2,1%	-0,4%

Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica nel 2019

	1 gennaio-31 dicembre 2019		1 gennaio-31 dicembre 2018		variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Americhe	821,5	44,6%	744,7	43,5%	10,3%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	498,7	27,1%	479,8	28,0%	3,9%
Nord, Centro ed Est Europa	393,8	21,4%	358,9	21,0%	9,7%
Asia-Pacifico	128,5	7,0%	128,3	7,5%	0,2%
Totale	1,842,5	100,0%	1,711,7	100,0%	7,6%

Analisi della variazione %	variazione %	crescita organica	effetto cambio	variazione perimetro
Americhe	10,3%	5,8%	4,5%	-0,1%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	3,9%	5,3%	-0,1%	-1,3%
Nord, Centro ed Est Europa	9,7%	8,8%	1,0%	0,0%
Asia-Pacifico	0,2%	0,8%	-0,7%	0,0%
Totale	7,6%	5,9%	2,1%	-0,4%

Scomposizione del risultato della gestione corrente rettificato per area geografica 2019

	1 gennaio-31 dicembre 2019		1 gennaio-31 dicembre 2018		variazione	variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	% totale	% organica
Americhe	171,4	42,0%	161,5	42,6%	6,1%	2,5%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	88,1	21,6%	83,6	22,1%	5,5%	8,4%
Nord, Centro ed Est Europa	132,9	32,6%	115,1	30,4%	15,5%	14,3%
Asia-Pacifico	15,6	3,8%	18,7	4,9%	-16,5%	-12,5%
Totale	408,0	100,0%	378,8	100,0%	7,7%	6,7%

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP

Conto economico consolidato nel 2019

	1 gennaio-31 dicembre 2019		1 gennaio-31 dicembre 2018		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette⁽¹⁾	1.842,5	100,0%	1.711,7	100,0%	7,6%
Costo del venduto ⁽²⁾	(721,3)	-39,1%	(683,6)	-39,9%	5,5%
Margine lordo	1.121,2	60,9%	1.028,1	60,1%	9,1%
Pubblicità e promozioni	(319,9)	-17,4%	(289,2)	-16,9%	10,6%
Margine di contribuzione	801,3	43,5%	738,9	43,2%	8,5%
Costi di struttura ⁽³⁾	(393,3)	-21,3%	(360,1)	-21,0%	9,2%
Risultato della gestione corrente (EBIT rettificato)	408,0	22,1%	378,8	22,1%	7,7%
Rettifiche di proventi (oneri) operativi	(21,7)	-1,2%	1,9	0,1%	-
Risultato operativo (EBIT)	386,3	21,0%	380,7	22,2%	1,5%
Proventi (oneri) finanziari netti	(33,0)	-1,8%	(33,8)	-2,0%	-2,4%
Rettifiche di proventi (oneri) finanziari	5,8	0,3%	1,8	0,1%	-
Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto	0,1	0,0%	(0,2)	0,0%	-
Proventi (oneri) per <i>put option</i> , <i>earn-out</i> ed effetti di iperinflazione	(4,7)	-0,3%	2,3	0,1%	-
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	354,6	19,2%	350,8	20,5%	1,1%
Utile del Gruppo prima delle imposte rettificato	370,4	20,1%	347,1	20,3%	6,7%
Imposte	(46,2)	-2,5%	(54,5)	-3,2%	-15,1%
Utile netto	308,4	16,7%	296,3	17,3%	4,1%
Interessi di minoranza	0,0	0,0%	0,0	0,0%	-
Utile netto del Gruppo	308,4	16,7%	296,3	17,3%	4,1%
Utile netto del Gruppo rettificato	267,4	14,5%	249,3	14,6%	7,3%
Totale ammortamenti	(71,8)	-3,9%	(53,8)	-3,1%	33,4%
EBITDA rettificato	479,8	26,0%	432,6	25,3%	10,9%
EBITDA	458,1	24,9%	434,5	25,4%	5,4%

(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.

CAMPARI GROUP

Stato patrimoniale consolidato al 31 dicembre 2019

	31 dicembre 2019 € milioni	31 dicembre 2018 € milioni
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	496,4	454,4
Diritto d'uso	80,5	-
Attività biologiche	3,9	1,0
Investimenti immobiliari	1,1	122,8
Avviamento e marchi	2.431,8	2.341,0
Attività immateriali a vita definita	49,3	42,9
Partecipazioni in società collegate e <i>joint-venture</i>	0,5	0,4
Imposte differite attive	37,5	38,4
Altre attività non correnti	22,8	23,9
Totale attività non correnti	3.123,8	3.024,9
Attività correnti		
Rimanenze	617,7	565,3
Attività biologiche	0,9	0,8
Crediti commerciali	316,9	286,0
Crediti finanziari correnti	8,3	29,1
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	704,4	613,9
Crediti per imposte sul reddito	18,7	22,4
Altri crediti	44,7	32,3
Totale attività correnti	1.711,6	1.549,8
Attività destinate alla vendita	5,3	7,8
Totale attività	4.840,7	4.582,5
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Capitale	58,1	58,1
Riserve	2.331,6	2.104,7
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	2.389,7	2.162,8
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1,9	-
Totale patrimonio netto	2.391,6	2.162,8
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	349,4	778,7
Altre passività non correnti	476,4	463,7
Piani a benefici definiti	33,4	31,6
Fondi per rischi e oneri futuri	51,4	118,7
Imposte differite passive	386,1	368,2
Totale passività non correnti	1.296,7	1.760,9
Passività correnti		
Debiti verso banche	31,0	4,5
Prestiti obbligazionari	580,0	218,6
Altri debiti finanziari	84,3	52,5
Debiti verso fornitori	240,7	216,0
Debiti per imposte sul reddito	75,1	13,9
Altre passività correnti	141,5	153,4
Totale passività correnti	1.152,5	658,9
Passività destinate alla vendita	-	-
Totale passività	2.449,1	2.419,7
Totale passività e patrimonio netto	4.840,7	4.582,6

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario riclassificato consolidato al 31 dicembre 2019

	31 dicembre 2019	31 dicembre 2018
	€ milioni	€ milioni
EBITDA rettificato	479,8	432,6
Accantonamenti e altre variazioni operative	(41,9)	(31,1)
Imposte pagate	(45,3)	(48,5)
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	392,5	353,0
Variazione capitale circolante netto operativo	(29,6)	(25,5)
Flusso di cassa generato dalle attività operative	363,0	327,5
Interessi netti	(27,9)	(22,8)
Rettifiche di proventi e (oneri) finanziari	5,8	1,8
Flusso di cassa netto generato da investimenti	(82,4)	(70,9)
Free cash flow	258,5	235,6
(Acquisizioni) cessioni di società o rami d'azienda	110,8	22,2
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(57,3)	(57,5)
Altre variazioni (inclusi acquisti netti di azioni proprie)	(54,3)	(62,0)
Totale flusso di cassa assorbito da altre attività	(0,8)	(97,3)
Differenze cambio e altre variazioni	(13,9)	(4,0)
Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio	243,7	134,3
Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn-out</i>	(77,6)	1,0
Applicazione nuovo principio IFRS16- <i>'Leases'</i>	(81,4)	-
Incrementi per investimenti in diritti d'uso per <i>lease</i>	(15,8)	-
Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta	68,9	135,3
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	(846,3)	(981,5)
Posizione finanziaria netta di fine periodo	(777,4)	(846,3)

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP
DAVIDE CAMPARI-MILANO S.p.A.

Conto economico della Capogruppo

	1 gennaio-31 dicembre 2019	1 gennaio-31 dicembre 2018
	€ milioni	€ milioni
Vendite nette	671,2	630,5
Costo del venduto	(247,0)	(250,8)
Margine lordo	424,2	379,7
Pubblicità e promozioni	(67,8)	(62,5)
Margine di contribuzione	356,4	317,2
Costi di struttura ⁽¹⁾	(135,3)	(62,1)
Risultato operativo	221,1	255,1
Proventi (oneri) finanziari	(97,2)	(44,9)
Dividendi	13,5	16,2
Utile prima delle imposte	137,4	226,4
Imposte	(27,2)	(26,8)
Utile dell'esercizio	110,2	199,6

(1) Include rettifiche di proventi e oneri operative pari a -€13,5 milioni per l'anno 2019 (contro i €48,0 milioni per il 2018).

Stato Patrimoniale della Capogruppo

	31 dicembre 2019	31 dicembre 2018
	€ milioni	€ milioni
Totale attività non correnti	2.715,5	2.762,4
Totale attività correnti	600,2	585,1
Attività destinate alla vendita	1,0	1,0
Totale attività	3.316,7	3.348,5
Totale patrimonio netto	1.360,8	1.355,2
Totale passività non correnti	762,4	1.257,0
Totale passività correnti	1.193,5	736,3
Passività destinate alla vendita	-	-
Totale passività e patrimonio netto	3.316,7	3.348,5

Rendiconto finanziario della Capogruppo

	31 dicembre 2019	31 dicembre 2018
	€ milioni	€ milioni
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività operative	241,1	198,1
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	0,1	40,6
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di finanziamento	(224,3)	(220,8)
Altre differenze cambio e altri movimenti di patrimonio netto	4,6	-
Variazione netta disponibilità e mezzi equivalenti: aumento (diminuzione)	21,5	17,8
Disponibilità liquide da fusioni	-	0,1
Disponibilità e mezzi equivalenti all'inizio del periodo	235,5	217,5
Disponibilità e mezzi equivalenti alla fine del periodo	257,0	235,5