

La crescita organica sostenuta di vendite e profittabilità consente di ridurre più rapidamente del previsto la leva finanziaria e di incrementare il dividendo

Milano, 4 Marzo 2025-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato la Relazione Annuale al 31 dicembre 2025.

SINTESI DEI RISULTATI

Campari Group ha registrato una **robusta crescita organica delle vendite nette** pari al **+2,4%** e **dell'EBIT-rettificato** pari al **+5.4%**, nonostante il contesto operativo sfidante, con **crescita organica in 24 mercati in tutte le aree geografiche e in tutte le brand house**. Escludendo l'impatto dell'uragano in Giamaica, la crescita organica sarebbe stata pari al +3%. In termini di dati di *sell-out*¹, il Gruppo ha ottenuto una significativa *outperformance*, con aumento di quota di mercato in quasi tutti i *business*, in particolare aperitivi e tequila. La profittabilità ha beneficiato di un incremento del margine lordo e della progressiva implementazione del programma di contenimento dei costi, consentendo un rafforzamento degli investimenti in *brand building* attraverso un incremento degli investimenti in pubblicità e promozione (A&P), in linea con la nuova strategia di portafoglio del Gruppo. **Nel complesso, il Gruppo ha conseguito una crescita organica sia delle vendite sia dei principali indicatori di redditività, oltre che dell'utile per azione. A livello patrimoniale, il Gruppo ha registrato una solida generazione di cassa, che ha consentito di ridurre più rapidamente del previsto la leva finanziaria.**

- Le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€3.051 milioni**, +2,4% a livello organico e -0,6% complessivamente. L'effetto perimetro è stato del +0,1%, principalmente guidato da Courvoisier al netto delle cessioni e dei marchi in distribuzione, mentre l'effetto cambio è stato del -3,0%.
- L'**EBIT-rettificato** è stato pari a **€637 milioni**, +5,4% organicamente e +5,3% complessivamente. Il margine di EBIT-rettificato è stato pari al 20,9%, con un incremento di 60 punti base.
- L'**EBITDA-rettificato** è stato pari a **€785 milioni**, +7,6% organicamente e +7,2% complessivamente. Il margine dell'EBITDA-rettificato è stato pari al 25,7%.
- L'**utile del gruppo** è stato pari a **€386 milioni**, +2,7%. L'utile del Gruppo rettificato è stato pari a €346 milioni, +71,7%.
- L'**utile per azione-rettificato** e l'**utile per azione diluito-rettificato** sono stati pari a **€0.32**, in aumento del +2,7%. L'utile per azione e l'utile per azione diluito sono state €0.29, in aumento del +71,7%.
- Il **multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA-rettificato** è pari a **2,5 volte**, rispetto al picco di 3,6 volte al 30 settembre 2024 a seguito del *closing* dell'acquisizione di Courvoisier, supportato dal buon andamento del *business* e da una gestione disciplinata, raggiungendo l'obiettivo con un anno di anticipo rispetto al piano. Considerando il valore attuale delle azioni proprie, non incluso nel debito, la leva finanziaria si attesta a 2,2 volte.
- Il **free cash flow ricorrente** è stato pari a **€571 milioni**, con un tasso di conversione del 73%.
- Il **dividendo annuale proposto per l'esercizio** è pari a **€0,100 per azione**, in aumento del +54% rispetto all'anno precedente, corrispondente a un *payout ratio* del 35%. Tale incremento è consentito da una solida conversione della cassa e da una traiettoria di riduzione della leva finanziaria accelerata.

¹ I dati di *sell-out* si basano su NielsenIQ, CGA, e NABCA per Sati Uniti, Nielsen e Circana per EMEA

CAMPARI GROUP

Simon Hunt, Chief Executive Officer: *‘Nel 2025 abbiamo affrontato le complessità con resilienza e **conseguito una robusta crescita organica sia delle vendite sia della redditività, rafforzando al contempo la nostra direzione strategica.** Il nostro team di Camparisti ha fatto sì che **i nostri brand sovraperformassero e guadagnassero quote di mercato in quasi tutti i mercati a livello globale,** con crescita in 24 Paesi e in tutte le nostre brand house. La forte dinamica del business e la riduzione della leva finanziaria con un anno di anticipo rispetto ai piani ci hanno consentito di **aumentare il payout del dividendo, rafforzando ulteriormente il rendimento per gli azionisti,** pur mantenendo la nostra flessibilità finanziaria. Guardando al 2026, ci attendiamo il proseguimento del ritmo di crescita organica delle vendite e un ulteriore miglioramento della redditività. Guidati dalla nostra missione di **‘conquistare il primo drink condiviso, ogni giorno, dappertutto’, restiamo pienamente fiduciosi nella nostra capacità di generare crescita di lungo periodo, accrescitiva per i margini e generatrice di cassa, focalizzata su nuovi formati per nuove occasioni di consumo, su un maggior focus sui brand strategici e su un’accelerazione dell’espansione geografica, garantendo al contempo una continua disciplina a livello di bilancio.**’*

OUTLOOK PER IL 2026

Ipotizzando condizioni operative sfidanti ma stabili rispetto al 2025, Campari Group prevede di conseguire una **sovraperformance rispetto al settore, con il mantenimento di un ritmo sostenuto di crescita organica delle vendite** nel 2026. Pur in presenza dell’impatto dei dazi USA sull’anno intero, si prevede che il **marginale EBIT-rettificato possa registrare un aumento contenuto in termini organici**, con una maggiore contribuzione nella seconda metà dell’anno, per effetto dell’anticipo degli investimenti in pubblicità e promozione (A&P) nella prima parte dell’anno e dell’effetto dei dazi sulla base di confronto.

Il margine lordo beneficerà di impatti favorevoli sul costo del venduto, parzialmente compensati da un impatto dei dazi stimato su base annua pari a circa €30 milioni, sulla base delle aliquote attuali. Il Gruppo **prevede di non scendere a compromessi sugli investimenti nei marchi**, con un ulteriore incremento degli investimenti in pubblicità e promozione (A&P), mantenendo al contempo un forte *focus* sulla gestione efficace del *mix* e sulla qualità delle attivazioni nel canale *on-premise*, in linea con la nuova strategia di portafoglio. Parallelamente, il Gruppo continuerà a beneficiare del programma di contenimento dei costi, con un risparmio stimato di circa 70 punti base sul margine nel 2026 e di 200 punti base complessivi entro la fine del 2027.

Si prevede un effetto perimetro negativo pari a circa €70 milioni sulle vendite nette e €30 milioni sull’EBIT-rettificato, riconducibile alle cessioni di *brand* non prioritari. L’effetto cambio rimarrà soggetti all’andamento delle valute, con un impatto negativo atteso, principalmente guidato dal dollaro americano.

Il Gruppo prevede di **mantenere un livello di leva finanziaria adeguata**, tenuto conto della finalizzazione del programma di investimenti straordinari e delle dinamiche del capitale circolante operativo. In termini di allocazione del capitale, il Gruppo continuerà a focalizzarsi sul **mantenimento del ritmo di crescita, sulla razionalizzazione del portafoglio** (le recenti cessioni di *brand* non prioritari rappresentano circa il 3% delle vendite nette su base *pro-forma*) e su una **minore rilevanza, per il momento, della crescita per linee esterne**. Inoltre, il Gruppo conferma l’intenzione di aumentare la remunerazione degli azionisti attraverso un maggiore contributo dei dividendi, facendo leva sulla sostenuta generazione di cassa e sulla strategia di riduzione accelerata della leva finanziaria.

OUTLOOK NEL MEDIO PERIODO

Nel medio termine, il Gruppo è fiducioso di poter continuare a conseguire **una sovraperformance, in grado di generare cassa e di migliorare la marginalità**. Ciò sarà ottenuto grazie al forte *focus* sulla sua missione di **‘conquistare il primo drink condiviso, ogni giorno, dappertutto’**.

CAMPARI GROUP

In termini di **vendite**, il Gruppo si pone l'obiettivo di una **crescita organica nella fascia medio-alta della singola cifra**. Il **solido profilo del margine lordo** sarà supportato dalla crescita, dal *mix* di vendita, dalle azioni di *revenue growth management* e dall'efficienza della *supply chain*. Gli **investimenti mirati in brand building** proseguiranno, con particolare attenzione a un *mix* efficiente e disciplinato, concentrato su un minor numero di iniziative a maggiore impatto. In termini di **leva operativa**, il Gruppo mira a rafforzare ulteriormente la propria struttura, attraverso l'ottimizzazione e il potenziamento delle capacità digitali, mantenendo al contempo un approccio disciplinato alla spesa.

ANALISI DELLE VENDITE ORGANICHE PER AREA GEOGRAFICA

- Nelle **Americhe** (44% delle vendite totali del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +2% nel 2025. Gli **Stati Uniti** hanno mostrato un andamento invariato nel 2025 in un contesto ancora sfidante, con un contributo positivo da tutte le *brand house*, ciascuna in crescita del +2%, compensata dal calo dei marchi locali, principalmente SKYY, a causa delle persistenti difficoltà della categoria e del *brand*. La **Giamaica** ha registrato una crescita del +1%, nonostante il significativo impatto dell'uragano sui consumi locali e sul traffico turistico nel quarto trimestre, mentre i siti produttivi del Gruppo hanno subito un impatto limitato. Escludendo l'effetto dell'uragano, la Giamaica avrebbe registrato una crescita del +15%, principalmente guidata da Wray&Nephew Overproof e Magnum Tonic Wine. Gli **altri mercati dell'area** hanno registrato una crescita del +8%, riflettendo un solido *trend* di crescita nella maggior parte della regione, principalmente guidato dagli aperitivi in **Brasile** e dall'innovazione di SKYY in **Argentina**. Il **Canada** ha registrato un calo del -5% nel 2025, a causa del perdurare delle interruzioni commerciali connesse ai dazi.
- In **EMEA**² (50% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +2%. **L'Italia** ha mostrato una *performance* resiliente, con una variazione del -1%, supportata da una solida crescita nel quarto trimestre pari al +5%, nonostante il perdurare di un contesto di mercato sfidante, grazie a un'eccellente realizzazione delle campagne *marketing* invernali. La **Germania** ha registrato un calo del -3% nel 2025, influenzato da un contesto di mercato sempre più complesso e dall'impatto di *de-listing* (pari a €11 milioni, con impatto principalmente su Aperol e Campari), oltre alcune dispute commerciali nel quarto trimestre. Escludendo tali effetti, la Germania avrebbe registrato una crescita del +3% nel 2025, principalmente grazie alla continua forza di Sarti Rosa, che ha raggiunto 11% delle vendite in Germania. La **Francia** ha registrato una performance positiva, principalmente guidata da Aperol, dal successo del lancio di Sarti Rosa e dai marchi locali. Il **Regno Unito** ha mostrato un sostenuto ritmo di crescita pari al +7%, trainato dal portafoglio Aperol (sia bottiglia sia *ready-to-serve*), da Crodino e dal recente lancio di Sarti Rosa, oltre a Courvoisier, supportato da campagne di *marketing* mirate. Gli **altri mercati dell'area** hanno registrato una crescita del +8%, diffusa nei quasi tutti i Paesi, in particolare in **GTR**, **Grecia** e in **Belgio**, guidata da Aperol, Sarti Rosa e Courvoisier.
- In **Asia Pacifico** (6% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +4%, sostenuta principalmente dalla sovraperformance dell'Australia. L'**Australia** ha registrato una crescita del +7%, con un'accelerazione della *performance* nel quarto trimestre, periodo di picco stagionale, supportata da una crescita a doppia cifra delle *franchise* Aperol ed Espolòn (sia bottiglia sia RTS/RTD). Gli **altri mercati dell'area** hanno registrato una crescita del +1%, con una *performance* resiliente nel 2025, principalmente supportata da **Cina**, **Giappone** e **Nuova Zelanda**, e parzialmente compensata dall'andamento negativo del **resto dell'Asia**.

ANALISI DELLE VENDITE ORGANICHE PER HOUSE OF BRAND

- **House of Aperitif** (44% delle vendite del Gruppo) ha registrato una solida crescita del +2% nel 2025, principalmente guidata dalla *franchise* **Aperol**, da **Sarti Rosa**, e da **Crodino**. **Aperol** ha registrato una crescita resiliente del +1%, nonostante un contesto di mercato sfidante, con un quarto trimestre solido supportato da

² Include Global Travel Retail.

CAMPARI GROUP

efficaci iniziative di destagionalizzazione e investimenti mirati. La sovraperformance nei dati di consumo è proseguita negli Stati Uniti, sostenuta dal continuo *focus* sul canale *on-premise*, con un andamento delle vendite nette invariato. In tutti gli altri Paesi, la crescita è stata diffusa e pari a +8%, in particolare nel Regno Unito, Australia, Grecia, GTR e resto delle Americhe. **Campari** ha registrato un calo del -2%, principalmente a causa di un'elevata base di confronto in Brasile, dell'uragano in Giamaica e dei *de-listing* in Germania. Escludendo tali Paesi, **Campari** ha registrato una crescita del +2%, trainata dal resto dell'Europa, dagli Stati Uniti, dall'Australia e dalle Americhe. Gli **altri marchi** hanno registrato una crescita del +12%, in particolare grazie a **Sarti Rosa**, in crescita a tripla cifra, sia nel mercato principale tedesco sia negli altri mercati europei. **Crodino**, lo spritz analcolico, ha registrato una solida crescita del 7%, con *trend* positivo in tutti i mercati europei in fase di lancio.

- **House of Whiskey and Rum** (14% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +2%. **Wild Turkey** e **Russell's Reserve** hanno registrato una *performance* del -1%, con una crescita del +2% di **Wild Turkey** negli Stati Uniti, supportata dai risultati incoraggianti della nuova campagna, nonché dal contributo positivo del GTR e dell'Australia, parzialmente compensati da indisponibilità di prodotto su alcune varianti *premium* di **Russell's Reserve** nella prima parte dell'anno. Il **portafoglio di rum giamaicano** ha registrato una crescita del +9%, beneficiando di solidi *trend* nel mercato principale della Giamaica prima dell'uragano e negli Stati Uniti, in particolare per **Wray&Nephew Overproof**. Gli **altri whiskey** hanno registrato una *performance* del -2%, principalmente a causa di un contesto di mercato sfidante negli Stati Uniti.
- **House of Agave** (10% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +3%, grazie a **Espolòn** (+3%), principalmente trainata da **Reposado** (+8%), nonché da una crescita a doppia cifra nei mercati in fase di sviluppo. La variante **Blanco** è stata invece impattata da una disciplina di prezzo in un contesto competitivo (-1%). Gli **altri marchi a base agave** hanno registrato una crescita del +6%, guidata da **Montelobos** negli Stati Uniti e in Messico e da **Espolòn RTD**, con una forte crescita a doppia cifra nel mercato principale australiano.
- **House of Cognac and Champagne** (10% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +14%. **Grand Marnier** ha registrato un calo del -8%, influenzato da una disciplina di prezzo, in un contesto altamente competitivo, necessaria per tutelare il valore del marchio. Gli **altri cognac e champagne** hanno registrato un calo del -2%, con una *performance* positiva di **Lallier** (+14%), parzialmente compensata dalla debolezza di **Bisquit&Dubouché**. **Courvoisier**, le cui vendite sono confluite nella crescita organica a partire da maggio, ha registrato vendite nette pari a €157 milioni, con una *performance* supportata da *trend* positivi negli Stati Uniti e nel Regno Unito, nonché da riordini in Cina e da un buon ritmo di crescita in Sud Africa nel quarto trimestre, periodo di picco stagionale.
- Infine, i **marchi locali** (22% delle vendite del Gruppo) hanno registrato un calo del -1%. **SKYY** ha registrato una crescita del +2%, principalmente trainata dal lancio di SKYY Cosmic in Argentina nel mese di giugno, più che compensando la persistente debolezza nel mercato principale degli Stati Uniti, in linea con gli altri principali operatori della categoria. I **vini spumanti e vermouth** hanno registrato una crescita del +2%, principalmente supportata da Riccadonna. Il **resto del portafoglio** ha registrato un calo del -4%, influenzato dalla riduzione delle attività non strategiche di *bulk* e *co-packing*, parzialmente compensata da un andamento positivo dei **marchi brasiliani**.

ANALISI DEI RISULTATI DEL 2025

Le vendite nette sono state pari a €3.051 milioni, in calo del -0,6% su variazione totale ovvero in crescita del +2,4% in termini organici. L'effetto perimetro è stato pari a +0,1% (€2 milioni) mentre l'effetto cambio è stato pari a -3,0% (€(93) milioni).

Il margine lordo è stato pari a €1.840 milioni, 60,3% delle vendite nette, in aumento del +2,7% su variazione totale. In termini organici, il margine lordo è cresciuto del +4,0%, con un miglioramento della marginalità di +100 punti base, principalmente grazie a efficienze nei COGS, con un impatto dei dazi contenuto.

CAMPARI GROUP

Le **spese di pubblicità e promozione** ('A&P') sono state pari a **€547 milioni**, 17,9% delle vendite nette, **in aumento del +6,6%** su variazione totale. Le spese di pubblicità e promozione sono aumentate organicamente del +8,7%, generando così una diminuzione del margine di -100 punti base, a fronte di un forte *focus* sul posizionamento dei marchi in linea con la nuova strategia di portafoglio, nonostante un contesto operativo sfidante.

I **costi di struttura** sono stati pari a **€656 milioni**, 21,5% delle vendite nette, **in diminuzione del -2,7%** complessivamente e -0,8% organicamente, generando un aumento del margine di +70 punti base supportato dal programma di contenimento.

L'**EBIT-rettificato** è stato **€637 milioni**, pari al 20,9% delle vendite nette, **in aumento del +5,3%** su variazione totale. Ha registrato organicamente un aumento del +5,4%, generando un aumento del margine di +60 punti base.

Le **rettifiche di proventi (oneri) operativi** sono state pari a **€(69) milioni** principalmente riconducibili a svalutazioni per €(90,0) milioni e un importo transattivo di €(31,1) milioni, parzialmente compensati da una plusvalenza da dismissioni pari a €55,3 milioni.

Gli **oneri finanziari totali** sono stati pari a **€(101) milioni**, con un incremento di €12 milioni rispetto al 2024 dovuto a un indebitamento medio più alto (€2.284 milioni vs €2.133 milioni dello scorso anno) e all'effetto, nella base di confronto, dell'elevata posizione di cassa precedente al perfezionamento dell'acquisizione di **Courvoisier**. Il costo medio dell'indebitamento è pari a 4,4% rispetto al 3,6% nel 2025.

L'**utile prima delle imposte rettificato** è stato di **€534 milioni**, in aumento del **+2,2%**. L'**utile prima delle imposte** è stato di **€460 milioni**, in aumento del **+80,1%**.

Le **imposte correnti** sono state pari a **€162 milioni**. Le **imposte** sono state di **€127 milioni**.

L'**utile netto di Gruppo-rettificato** è stato di **€386 milioni**, in aumento del **+2,7%**. L'**utile netto di Gruppo** è stato di **€346 milioni**, in aumento del +71.7%.

L'**utile per azione-rettificato** e l'**utile per azione diluito-rettificato** sono state di **€0.32**, in aumento del **+2.7%**. L'utile per azione e l'utile per azione diluito sono state di 0.29, in aumento del +71.7%.

Il **cash flow ricorrente da attività operative prima delle variazioni del capitale circolante** è stato di **€741 milioni**, in aumento del +5,1% rispetto al 2024. Il **free cash flow ricorrente** è stato pari a **€571 milioni** rispetto a €586 milioni nel 2024, principalmente dovuto all'aumento degli interessi. Il **free cash flow** è stato di **€340 milioni** rispetto a €173 milioni nel 2024.

Gli **investimenti in conto capitale** complessivi sono stati pari a **€270 milioni** nel 2025, di cui la parte straordinaria è stata pari a €143 milioni, principalmente legata al programma di espansione della capacità produttiva, il cui completamento è previsto nel 2026.

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2025 è stato pari a **€1.958 milioni**, includendo *earn-out* e *put option* per un totale di €89 milioni, in miglioramento rispetto al 31 dicembre 2024 di €419 milioni, principalmente grazie alla solida generazione di cassa e all'impatto delle plusvalenze da dismissioni, parzialmente compensate dal pagamento di dividendi per €78 milioni.

Il **multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA rettificato** è pari a **2,5 volte**, in miglioramento grazie alla forte dinamica del *business* e alla disciplina finanziaria, rispetto al picco di 3,6 volte al 30 settembre 2024 successivo al perfezionamento dell'acquisizione di Courvoisier. Considerando il valore delle azioni proprie, non incluso nel debito, la leva sarebbe pari a 2,2 volte.

Il **numero di azioni ordinarie proprie** detenute al 31 dicembre 2025 è **32.482.392**.

CAMPARI GROUP

SOSTENIBILITÀ

Nel 2025, il Gruppo ha effettuato passi significativi nella propria agenda di sostenibilità con un chiaro piano d'azione e degli obiettivi ambiziosi per il futuro. Il Gruppo ha confermato per il secondo anno consecutivo il rating **A-(Leadership level)** per il **CDP Climate Change e Water Security**, ha migliorato il proprio rating **S&P Global CSA** di 15 punti raggiungendo 62/100, 25 punti sopra la media del settore, ha ottenuto il **Prime Status (C+)** secondo l'**ISS ESG Corporate Rating** ed è passato da A a **AA (Leader)** nel rating **MSCI ESG**. Il Gruppo ha inoltre rafforzato la propria strategia di Sostenibilità definendo **nuovi obiettivi** sulle emissioni dirette assolute di gas serra, sulla circolarità del *packaging* e sulla parità retributiva, continuando al contempo a far progredire la propria **Sustainable Procurement Roadmap** attraverso il coinvolgimento di un numero crescente di fornitori e l'ampliamento dei temi *ESG* considerati nel processo di due diligence. Per quanto riguarda i principali obiettivi ambientali, **l'intensità di emissioni di gas serra** (misurate in chili di CO₂ per litro) è **diminuita del -52%** nelle operazioni dirette (Scopo 1 e 2) rispetto al 2019 e del **-25.8%** lungo **l'intera catena del valore** (Scopo 1,2 e 3), mentre **l'utilizzo di acqua (L/L) è stato ridotto del -66%** rispetto al 2019. Inoltre, il Gruppo si è approvvigionato **da fonti rinnovabili per il 98.4% del proprio fabbisogno di elettricità**. Infine, il Gruppo continua a investire nelle altre aree chiave rappresentate da Pratiche Responsabili, Persone, Impegno nella Comunità, con un forte impegno in materia di consumo responsabile, inclusione, educazione e cultura. In questo contesto, il Gruppo ha ottenuto per il secondo anno consecutivo la certificazione **Fair Pay**, rafforzando ulteriormente il proprio impegno verso equità e inclusione sul luogo di lavoro.

EVENTI RECENTI

Cessioni di asset. Nel 2025, Campari Group ha compiuto passi significativi nella propria strategia di razionalizzazione del portafoglio per rafforzare il *focus* sui marchi strategici, contribuendo alla semplificazione del *business* e alla riduzione della leva finanziaria. Coerentemente con questa strategia, il Gruppo ha annunciato le cessioni di uno stabilimento di produzione e *co-packing* australiano in marzo, Cinzano in giugno e Averna e Zedda Piras in dicembre, che rappresentano complessivamente il 3% circa delle vendite nette di Campari Group su base *pro-forma*. I proventi totali delle cessioni, inclusi della vendita di Tannico attraverso Dioniso Group, *joint-venture* al 50%, e della cessione annunciata di Averna e Zedda Piras, ammontano a oltre €210 milioni, di cui €101 milioni già incassati nel 2025.

Nuova struttura di business unit. A partire dall'inizio del 2026, è stata introdotta una nuova struttura di *business unit*, articolata in quattro *business unit* geografiche, ciascuna con una *leadership* dedicata (Europa, Nord America, Asia-Pacifico, Mercati in via di sviluppo). Tale nuova struttura sarà considerata come base per il *reporting* per segmenti del Gruppo per il 2026. I dettagli della riconciliazione sono riportati nelle tabelle allegate al presente documento.

Regime di adempimento collaborativo. A seguito del completamento con esito positivo del processo pluriennale richiesto, nel febbraio 2026, Davide Campari-Milano N.V. è stata ammessa al regime di adempimento collaborativo da parte dell'Agenzia delle Entrate italiana. L'ammissione è efficace a partire dall'esercizio fiscale 2024 e fa seguito al completamento della rigorosa valutazione del Tax Control Framework del Gruppo. L'accesso a tale regime rafforza ulteriormente il rapporto collaborativo tra il Gruppo e l'Agenzia delle Entrate italiana.

ALTRI DELIBERE

Assemblea degli Azionisti. Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di convocare l'Assemblea degli Azionisti il 16 aprile 2026 per l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2025 che comprende, *inter alia*, il bilancio e la

CAMPARI GROUP

relazione sulla sostenibilità, nonché sulla *corporate governance*, la relazione sulla remunerazione e le relazioni della società di revisione indipendente.

Dividendo. Il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea degli Azionisti la distribuzione di un dividendo pari a €0,100 per azione, al lordo delle ritenute di legge, rispetto a €0,065 dell'esercizio precedente con un incremento del +54% e un *payout ratio* del 35%. Il dividendo verrà posto in pagamento dal 22 aprile 2026 (con data di stacco della cedola numero 6 il 20 aprile 2026 e *record date* 21 aprile 2026, in conformità al calendario di Borsa Italiana). Campari Group ha distribuito regolarmente un dividendo in contanti sin dalla quotazione in Borsa nel 2001, con un progressivo incremento nel tempo. Nel confermare il proprio impegno a continuare a investire a supporto della crescita, la nuova strategia del Gruppo, focalizzata su un maggior *focus* sui marchi strategici, su una minore rilevanza crescita per linee esterne e su una riduzione accelerata della leva finanziaria, ha consentito un incremento del dividendo, mantenendo al contempo la flessibilità finanziaria, e offrendo così agli azionisti un rendimento totale più equilibrato grazie a un maggiore contributo dei dividendi.

Modifiche al Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V.

Con effetto dal 4 marzo 2026, Alessandra Garavoglia, Robert Kunze Concewitz e Paolo Marchesini hanno rassegnato le dimissioni dalla carica di Consigliere.

Il Consiglio di Amministrazione ha espresso il proprio apprezzamento ai consiglieri uscenti per il prezioso contributo apportato nel corso degli anni.

A seguito delle dimissioni sopra indicate, il Consiglio di Amministrazione propone all'Assemblea degli Azionisti la nomina dei seguenti Amministratori, per un mandato in scadenza al termine dell'Assemblea degli Azionisti da tenersi nel 2028:

- **Francesco Mele**, Group Chief Financial Officer, amministratore esecutivo;
- **Alessandro Garavoglia**, amministratore non esecutivo e Vice Presidente;
- **Jacopo Forloni**, amministratore non esecutivo;
- **Chiara Lazzarini**, amministratore non esecutivo.

Con l'ingresso di Francesco Mele e l'uscita di Robert Kunze-Concewitz e Paolo Marchesini il Consiglio di Amministrazione completa la transizione manageriale avviata all'inizio dello scorso anno.

L'entrata di Alessandro Garavoglia e Jacopo Forloni, figlio di Alessandra Garavoglia, avvia invece il **passaggio generazionale** nell'ambito dell'azionista Lagfin S.C.A., Société en Commandite par Actions, che, in ossequio al proprio oggetto sociale, manterrà sempre il controllo del gruppo e il proprio ruolo di garante, assicurando **continuità e stabilità, nonché il pieno allineamento tra *management* e interessi degli azionisti alla creazione di valore sostenibile nel lungo periodo**. Ciò sempre nel presupposto e criterio della **rigorosa separazione tra azionista di controllo, appunto depositario dei valori di stabilità e perennità, e *management***, che continuerà a essere indipendente, e selezionato in base a criteri di indefettibile meritocrazia.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea degli Azionisti la nomina di **Jean-Marie Laborde**, attuale amministratore non esecutivo e Vice Presidente, ad amministratore esecutivo e Vice Presidente.

Alla data delle rispettive dimissioni, Robert Kunze Concewitz detiene 600.170 azioni della Società, Paolo Marchesini detiene 38.500 azioni e Alessandra Garavoglia non detiene azioni.

CAMPARI GROUP

Il *curriculum vitae* dei Candidati alla carica di amministratore del Consiglio di Amministrazione sono disponibili presso la sede secondaria della Società in Sesto San Giovanni (MI), Via Franco Sacchetti 20, e sul sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/il-gruppo/governance>).

Modifica dell'ambito di informativa finanziaria infrannuale esterna. A partire dal primo trimestre 2026, il Consiglio di Amministrazione ha approvato la modifica dell'informativa finanziaria infrannuale esterna per il primo e il terzo trimestre, limitandola al livello delle vendite nette e dell'*outlook*. Tale modifica è finalizzata ad allineare l'ambito e il livello di dettaglio dell'informativa volontaria trimestrale del Gruppo alle prassi di mercato prevalenti e al livello di *disclosure* adottato dai concorrenti, nonché a semplificare e rafforzare il focus delle comunicazioni infrannuali sugli indicatori di *performance* più rilevanti, continuando al contempo a fornire un aggiornamento sulle prospettive del Gruppo. L'informativa semestrale e annuale rimarrà invariata.

Istituzione del programma EMTN (Euro Medium Term Notes). Il Consiglio di Amministrazione ha approvato l'istituzione di un programma EMTN. Tale programma fornirà al Gruppo una piattaforma documentale efficiente per l'emissione di obbligazioni Regulation S, massimizzando la flessibilità nel cogliere le finestre di mercato man mano che si presentano e agevolando l'esecuzione di emissioni di *Eurobond* pubblici, con tempi di realizzazione ridotti e una minimizzazione dell'esposizione al rischio di mercato. Al contempo, il Gruppo potrà effettuare, ove necessario, collocamenti privati, con requisiti ottimizzati in termini di documentazione e costi di transazione per la Società. Il programma sarà aggiornato su base annuale.

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La Relazione Annuale al 31 dicembre 2025 (che include, *inter alia*, il bilancio e la relazione sulla sostenibilità, nonché sulla corporate governance e la remunerazione, le relazioni della società di revisione indipendente) è disponibile presso la sede secondaria della Società in Sesto San Giovanni (MI), Via Franco Sacchetti 20, sul sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>), nonché tramite tutte le altre modalità previste dalla legge applicabile.

La Relazione Annuale al 31 dicembre 2025, comprensiva, *inter alia*, dei bilanci, della relazione sulla sostenibilità, della relazione sulla corporate governance e sulla remunerazione, e della Relazione della società di revisione indipendente è stata redatta in conformità al Codice Civile olandese e agli *International Financial Reporting Standards (IFRS)* applicabili.

Disclaimer. Il presente comunicato stampa contiene alcune dichiarazioni previsionali relative a Campari Group. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente comunicato stampa relative ad attività, eventi o sviluppi attesi, creduti o previsti che si verifichino o che si possano verificare in futuro sono dichiarazioni previsionali. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle attuali aspettative e proiezioni su eventi futuri e comportano rischi noti e sconosciuti, incertezze e altri fattori, tra cui, a titolo esemplificativo, i seguenti: volatilità e deterioramento dei mercati dei capitali e finanziari, cambiamenti nelle condizioni economiche generali, crescita economica e altri cambiamenti nelle condizioni di business, cambiamenti nella regolamentazione governativa e altri fattori economici, commerciali e concorrenziali che incidono sulle attività di Campari Group. Questi fattori includono, ma non sono limitati a: (i) variazioni nella normativa, nei regolamenti o nelle politiche dei paesi in cui Campari Group opera; (ii) l'adozione, sia a livello globale sia nei paesi in cui Campari Group opera, di politiche pubbliche restrittive che abbiano un impatto sulla produzione, distribuzione, commercializzazione, etichettatura, importazione, prezzo, vendita o consumo dei prodotti alcolici; (iii) cambiamenti a lungo termine delle preferenze e dei gusti dei consumatori, di tendenze sociali o culturali che si traducano in una riduzione del consumo dei prodotti di Campari Group nonché delle modalità d'acquisto e la capacità di Campari Group di anticipare tali cambiamenti nel mercato; e (iv) aumento dei costi di produzione e volatilità nei prezzi delle materie prime. Pertanto, Campari e le sue affiliate, nonché i suoi amministratori, consulenti, dipendenti e rappresentanti, declinano espressamente qualsiasi responsabilità per tali dichiarazioni previsionali. Ulteriori informazioni su Campari Group e sulle sue attività, inclusi quei fattori che potrebbero influenzarne significativamente i risultati finanziari, sono contenute nelle relazioni e nei documenti di Campari Group depositati presso la AFM. Tali dichiarazioni previsionali si riferiscono solo alla data del presente comunicato stampa e non sussiste alcun impegno di Campari ad aggiornare o rivedere alcuna dichiarazione previsionale, sia a seguito di nuove informazioni, eventi e sviluppi futuri o altro, tranne nei casi previsti dalla legge. Per informazioni riguardanti la definizione delle misure alternative di performance utilizzate in questo documento, si veda il paragrafo 'Definitions and reconciliation of the Alternative Performance Measures (APMs or non-GAAP measures) to GAAP measures' della relazione sulla gestione di cui le informazioni finanziarie aggiunti al 31 dicembre 2025 del Gruppo Campari.

CAMPARI GROUP

ANALYST CONFERENCE CALL

Mercoledì 4 Marzo 2026 alle ore 18.15 CET, il management di Campari terrà una *conference call* per presentare i risultati del 2025 del Gruppo a seguito della pubblicazione del comunicato stampa dopo la chiusura dei mercati alle 17.45 circa CET.

Simon Hunt, *Chief Executive Officer* e **Francesco Mele**, *Chief Financial Officer* terranno la *conference call*.

Per partecipare via **Webcast** (solo ascolto):

<https://87399.choruscall.eu/links/campari260304.html>

Per partecipare **via audio e porre domande**, comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia:** (+39) 02 802 09 11
- **dall'estero:** (+44) 121 281 8004

Riproduzione digitale: Una riproduzione digitale della teleconferenza e del *webcast* sarà disponibile da mercoledì 29 ottobre per circa una settimana.

Per ascoltarla, chiamare il seguente numero:

(+39) 02 802 09 87

(Codice di accesso: 700855#)

(PIN: 855#)

Slide della presentazione: Le *slide* della presentazione sono scaricabili dalla Home Page Investor Relations di Campari all'indirizzo dopo la chiusura dei mercati alle 17.45 circa CET:

<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225330

Email: chiara.garavini@campari.com

Gulsevin Tuncay

Tel. +39 02 6225528

Email: gulsevin.tuncay@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225680

Email: enrico.bocedi@campari.com

Marta Andena

Tel. +39 02 6225681

Email: marta.andena@campari.com

<https://www.camparigroup.com/en/page/investors>

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

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

<https://twitter.com/GruppoCampari>

<https://www.linkedin.com/company/campari-group>

Visit *Our Story*

PROFILO DI CAMPARI GROUP

Campari Group è uno dei maggiori player a livello globale nel settore degli spirits, con un portafoglio di oltre 50 marchi premium e super premium, che spaziano dagli Aperitivi, tra cui gli iconici Aperol e Campari, ai distillati di Agave, come la tequila Espolòn, ai Whiskey e Rum, tra cui Wild Turkey e Appleton Estate, fino ai Cognac e Champagne, come Courvoisier e Grand Marnier. Campari Group, fondata nel 1860, è una delle aziende di spirits in più rapida crescita a livello globale e leader indiscusso nella categoria degli aperitivi. Ha un network distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 24 siti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 27 paesi. Campari Group impiega circa 4.800 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it>. Campari Group promuove un consumo responsabile.

- seguono tabelle -

CAMPARI GROUP

Scomposizione delle vendite consolidate per *House of brand* per il 2025

	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
		Totale	Organica	Perimetro	Cambi
House of Aperitifs	43,8%	+0,8%	+2,3%	-	-1,5%
House of Whiskey&Rum	14,0%	-2,6%	+2,4%	-	-5,0%
House of Agave	9,6%	-0,8%	+3,4%	-	-4,2%
House of Cognac&Champagne	9,9%	+27,3%	+13,7%	+16,6%	-3,1%
Marchi locali	22,7%	-10,5%	-1,5%	-4,9%	-4,1%
Total	100,0%	-0,6%	+2,4%	+0,1%	-3,0%

Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica nel 2025

	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
		Totale	Organica	Perimetro	Cambi
Americhe	43,8%	-3,7%	+2,1%	+0,2%	-6,0%
Europa, Medio Oriente e Africa	49,6%	+3,4%	+2,3%	+0,8%	+0,2%
Asia-Pacifico	6,5%	-7,7%	+4,0%	-6,1%	-5,7%
Total	100,0%	-0,6%	+2,4%	+0,1%	-3,0%

Riconciliazione dei nuovi *business unit* geografici del 2025

	Pubblicato	Nord America	Europa	Asia Pacifico	Mercati in via di sviluppo	Totale
	€ million	€ million	€ million	€ million	€ million	€ million
Americhe	1.337,5	1.131,5	-	-	206,0	
Europa, Medio Oriente e Africa	1.513,8	-	1.419,8	-	94,0	
Asia-Pacifico	199,8	-	-	199,8	-	
Vendite nette	3.051,2	1.131,5	1.419,8	199,8	300,0	3.051,2
Americhe	313,2	279,0	-	-	34,2	
Europa, Medio Oriente e Africa	333,7	-	304,7	-	29,0	
Asia-Pacifico	(10,0)	-	(0,4)	(9,6)	-	
EBIT-rettificato	636,9	279,0	304,3	(9,6)	63,2	636,9

Conto economico consolidato nel 2025⁽¹⁾

CAMPARI GROUP

	1 gennaio-31 dicembre		1 gennaio-31 dicembre		
	2025		2024		
	€ milioni	%	€ milioni	%	Variazione Totale
Vendite nette	3.051,2	100,0%	3.069,7	100,0%	-0,6%
Costo del venduto ⁽²⁾	(1.211,1)	(39,7)%	(1.277,4)	(41,6)%	-5,2%
Margine lordo	1.840,1	60,3%	1.792,3	58,4%	+2,7%
Pubblicità e promozioni	(547,1)	(17,9)%	(513,3)	(16,7)%	+6,6%
Margine di contribuzione	1.292,9	42,4%	1.279,0	41,7%	+1,1%
Costi di struttura ⁽³⁾	(656,0)	(21,5)%	(674,0)	(22,0)%	-2,7%
Risultato della gestione corrente (EBIT-rettificato)	636,9	20,9%	604,9	19,7%	+5,3%
Rettifiche di proventi (oneri) operativi	(124,6)	(4,1)%	(212,6)	(6,9)%	-41,4%
Altri ricavi (costi) dalla cessione di business	55,3	1,8%	-	-	-
Risultato operativo (EBIT)	567,5	18,6%	392,4	12,8%	+44,6%
Proventi (oneri) finanziari netti	(101,1)	(3,3)%	(88,9)	(2,9)%	+13,8%
Proventi (oneri) per <i>earn-out</i> ed effetti di iperinflazione	50,4	1,7%	11,6	0,4%	+332,7%
Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto e altri investimenti	(56,5)	(1,9)%	(59,5)	(1,9)%	-5,1%
Utile prima delle imposte	460,3	15,1%	255,6	8,3%	+80,1%
Utile prima delle imposte-rettificato	534,4	17,5%	522,8	17,0%	+2,2%
Imposte	(127,3)	(4,2)%	(63,0)	(2,1)%	+102,2%
Utile netto	333,1	10,9%	192,6	6,3%	+72,9%
Utile netto-rettificato	372,9	12,2%	367,0	12,0%	+1,6%
Interessi di minoranza	(13,2)	(0,4)%	(9,0)	(0,3)%	+47,2%
Utile netto del Gruppo	346,3	11,3%	201,6	6,6%	+71,7%
Utile netto del Gruppo-rettificato	386,1	12,7%	376,0	12,2%	+2,7%
Totale ammortamenti	(148,3)	(4,9)%	(127,7)	(4,2)%	+16,2%
EBITDA-rettificato	785,2	25,7%	732,6	23,9%	+7,2%
EBITDA	715,9	23,5%	520,0	16,9%	+37,7%

(1) Il conto economico del 2024 riflette una riclassifica di €25,6 milioni da Costo del venduto a Costi di Struttura relativi a costo del personale di funzioni di *Supply Chain* che si sono progressivamente evolute in ruoli di amministrazione e coordinamento nel contesto del nuovo modello operativo delle *House of Brands*

(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 2025

	31 dicembre 2025 € milioni	31 dicembre 2024 € milioni
ATTIVO		
Attività non Correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	1.448,8	1.421,3
Diritto d'uso	62,3	66,1
Attività biologiche	30,1	30,5
Avviamento	2.233,4	2.420,1
Marchi	1.144,3	1.314,8
Attività immateriali a vita definita	87,1	73,4
Partecipazioni in <i>joint ventures</i>	10,3	8,8
Imposte differite attive	73,2	101,5
Altre attività non correnti	36,8	98,3
Altre attività finanziarie non correnti	21,6	10,2
Totale attività non correnti	5.147,9	5.545,1
Attività Correnti		
Rimanenze	1.686,9	1.681,8
Attività biologiche	34,2	21,3
Crediti commerciali	327,1	425,8
Crediti finanziari correnti	15,5	8,9
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	703,3	666,3
Crediti per imposte sul reddito	15,9	37,7
Altre attività correnti	102,7	96,3
Attività destinate alla vendita	77,9	-
Totale attività correnti	2.963,5	2.938,2
Totale attività	8.111,4	8.483,3
PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	3.862,8	3.854,0
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1,5	1,3
Totale patrimonio netto	3.864,2	3.855,3
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	1.590,1	1.580,3
Debiti verso banche	627,6	916,2
Altre passività finanziarie non correnti	138,8	223,8
Piani a benefici definiti	22,3	25,8
Fondi per rischi e oneri futuri	61,2	118,2
Imposte differite passive	451,2	498,2
Altre passività non correnti	19,2	23,5
Totale passività non correnti	2.910,4	3.386,1
Passività correnti		
Prestiti obbligazionari	-	-
Debiti verso banche	272,2	289,6
Altre passività finanziarie correnti	69,7	52,3
Debiti verso fornitori	714,6	672,7
Debiti per imposte sul reddito	52,0	6,2
Altre passività correnti	228,0	221,1
Passività destinate alla vendita	0,3	-
Totale passività correnti	1.336,7	1.241,9
Totale passività	4.247,2	4.628,0
Totale passività e patrimonio netto	8.111,4	8.483,3

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario consolidato al 31 dicembre 2025

	31 dicembre 2025	31 dicembre 2024
	€ milioni	€ milioni
EBITDA	715,9	520,0
Imposte pagate e altre variazioni operative ⁽¹⁾	(63,2)	72,4
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	652,7	592,5
Variazione capitale circolante netto operativo	34,8	78,0
Flusso di cassa generato dalle attività operative	687,6	670,5
Interessi netti pagati	(77,6)	(57,0)
Spese in conto capitale	(269,6)	(440,5)
Free cash flow	340,3	173,0
Acquisizioni e vendite di società o rami d'azienda	100,3	(1.220,3)
Emissione di nuove azioni/aumento capitale al netto dei relativi costi accessori	-	643,3
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(78,0)	(78,1)
Altre variazioni (inclusi acquisti netti azioni proprie)	(49,3)	16,7
Totale flusso di cassa assorbito da altre attività	(27,0)	(638,4)
Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio	313,3	(465,5)
Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn-out</i>	79,0	(11,1)
Incrementi per investimenti in diritti d'uso per <i>lease</i>	(18,8)	(18,8)
Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta	373,5	(495,3)
Effetto cambio sul debito finanziario netto	45,4	(28,1)
Indebitamento finanziario netto a inizio periodo	(2.376,9)	(1.853,5)
Rettifiche di apertura	-	-
Indebitamento finanziario netto a inizio periodo rettificato	(2.376,9)	(1.853,5)
Indebitamento finanziario a fine periodo	(1.958,0)	(2.376,9)

⁽¹⁾ Include gli effetti dell'iperinflazione in Argentina; le svalutazioni di avviamento, marchi, immobilizzazioni materiali e *business* ceduti; accantonamenti ed altre variazioni da attività operative

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP
DAVIDE CAMPARI-MILANO N.V.
Conto economico della Capogruppo

	31 dicembre 2025	31 dicembre 2024
	€ milioni	€ milioni
Vendite nette	1.056,1	1.075,9
Costo del venduto	(404,0)	(416,2)
Margine lordo	652,1	659,8
Pubblicità e promozioni	(87,3)	(79,0)
Margine di contribuzione	564,8	580,8
Costi di struttura	(246,8)	(311,6)
Altri ricavi (costi) dalla cessione di business	76,0	-
Risultato operativo	394,0	269,2
Proventi (oneri) finanziari e rettifiche	(60,2)	(41,4)
Dividendi	58,8	21,1
Quota dell'utile (perdita) delle <i>joint venture</i>	3,0	(38,6)
Utile prima delle imposte	395,5	210,3
Imposte	(77,9)	(48,0)
Utile dell'esercizio	317,6	162,3

Stato patrimoniale della Capogruppo

	31 dicembre 2025	31 dicembre 2024
	€ milioni	€ milioni
Totale attività non correnti	4.787,6	4.723,4
Totale attività correnti	1.103,4	1.007,3
Totale attività	5.890,9	5.730,7
Totale patrimonio netto	3.191,0	2.963,3
Totale passività non correnti	2.092,2	2.250,8
Totale passività correnti	607,6	516,6
Totale passività e patrimonio netto	5.890,9	5.730,7

Rendiconto finanziario della Capogruppo

	31 dicembre 2025	31 dicembre 2024
	€ milioni	€ milioni
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività operative	385,6	344,2
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	24,9	(1.444,8)
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di finanziamento	(381,3)	1.087,8
Variazione netta disponibilità e mezzi equivalenti - aumento (diminuzione):	29,2	(12,8)
Disponibilità e mezzi equivalenti all'inizio del periodo	430,8	443,6
Disponibilità e mezzi equivalenti alla fine del periodo	460,0	430,8