

Sesto trimestre consecutivo di crescita organica delle vendite nette (+3,4%), outlook confermato

Milano, 28 ottobre 2026-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato le vendite del Gruppo dei primi nove mesi al 30 settembre 2026.

SINTESI DELLE VENDITE

Campari Group ha registrato una **solida crescita organica delle vendite nette pari al +2,9%** nei primi nove mesi del 2026 (**+3,4% nel terzo trimestre**), grazie alla **crescita della maggior parte delle Brand House e delle aree geografiche**, con le vendite in 44 Paesi in incremento tra *mid-single* e *double digit*, guidati principalmente da aperitivi e tequila. Nel periodo, i nuovi formati, inizialmente introdotti solo in alcuni mercati iniziali, hanno cominciato a contribuire alla crescita del Gruppo, mentre i formati esistenti hanno continuato a rappresentarne il principale *driver*. Allo stesso tempo, il Gruppo ha continuato a **sovraperformare il settore e a guadagnare quote di mercato** nei dati di consumo¹, grazie principalmente a **aperitivi e tequila**.

Le vendite del Gruppo sono state pari a €2.289 milioni, in incremento complessivo del +0,4%, scomposto in crescita organica del +2,9%, effetto perimetro del -2,1%, conseguenza della cessione di Cinzano e Averna, e effetto cambio del -0,4%, principalmente attribuibile al dollaro statunitense.

Simon Hunt, Chief Executive Officer: *‘Abbiamo registrato il sesto trimestre consecutivo di crescita organica delle vendite nette, continuando al contempo a sovraperformare il settore e a guadagnare quote nei nostri mercati chiave, grazie ai nostri brand prioritari. La nostra strategia, fondata su scelte di portafoglio più mirate, sta producendo risultati, sostenuta da importanti investimenti nei brand, dall'espansione geografica e dai primi incoraggianti contributi delle innovazioni nei nuovi formati. Parallelamente, continuiamo a migliorare l'efficienza lungo tutte le linee del conto economico, liberando risorse da reinvestire nelle opportunità di crescita più rilevanti e profittevoli. Guardando al futuro, confermiamo la guidance per il 2026 di una crescita organica delle vendite nette di circa il +3%, nonostante il perdurare di un contesto di mercato sfidante.’*

ANALISI DELLE VENDITE ORGANICHE PER AREA GEOGRAFICA

- In **Europa** (46% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +3,8% principalmente guidata dalla *performance* sostenuta dell'Italia e del Regno Unito e dalla crescita di 13 altri mercati. L'eccellente esecuzione delle strategie commerciali durante il periodo estivo ha favorito una crescita *mid-single digit* degli aperitivi, con un andamento positivo nel terzo trimestre per tutti i *brand* e formati. La Germania ha continuato a risentire della pressione sui consumi, sebbene mitigata dal contributo delle innovazioni, tra cui *Aperol on Tap* e *Campari Spritz ready-to-serve*.
- In **Nord America** (36% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +1,0%, con un contributo positivo da tutti i mercati della regione. Negli Stati Uniti, la crescita è stata sostenuta dalla solida *performance* di tequila e aperitivi, mentre il resto del portafoglio ha continuato a risentire di un contesto operativo sfidante. Sarti Rosa, introdotto sul mercato statunitense nel terzo trimestre, ha ricevuto un riscontro iniziale molto positivo da parte dei consumatori. Nel complesso, il *sell-in* (vendite nette) e il *sell-out* nel mercato statunitense sono risultati sostanzialmente allineati nei primi nove mesi. La Giamaica ha conseguito

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

CAMPARI GROUP

una crescita nonostante una base di confronto elevata nell'anno precedente, che è divenuta più favorevole nel quarto trimestre dovuto all'impatto dell'uragano in ottobre 2025.

- Nei **Mercati in via di sviluppo** (11% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +9,3%. La solida performance è stata trainata principalmente dal Brasile, con Aperol e Campari e dall'Argentina, nonostante una base di confronto più elevata per SKYY Cosmic, e dalla crescita in 17 paesi in fase di sviluppo. La crescita è stata trainata anche da Courvoisier nell'Europa Orientale e in Sudafrica, dai *brand* locali e dal positivo contributo iniziale del lancio di Sarti Rosa nella regione.
- In **Asia Pacifico e GTR²** (7% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato un calo del -0,4%. L'Australia ha registrato una solida crescita, trainata principalmente dall'andamento a doppia cifra di Aperol ed Espolòn, mentre Wild Turkey ha beneficiato di una base di confronto più favorevole. Il canale *Global Travel Retail* ha beneficiato di un'eccellente esecuzione in Europa e del positivo andamento di Espolòn. Il processo di riallineamento degli altri mercati dell'area APAC dovrebbe completarsi entro la fine dell'anno.

OUTLOOK PER IL 2026

- L'*outlook* per il 2026 rimane confermato. La *guidance* aggiornata era stata comunicata il 29 luglio 2026 nell'ambito dei risultati del primo semestre 2026.
 - Campari Group conferma l'aspettativa di conseguire **una sovraperformance rispetto del settore, con una crescita organica delle vendite nette di circa il +3%**, con i seguenti *driver* di crescita aggiornati:
 - Crescita più sostenuta in Europa.
 - Crescita più contenuta in Nord America. Negli Stati Uniti, nonostante la forte crescita degli aperitivi e della tequila, il Gruppo prevede un marginale calo delle vendite nette nell'anno, a causa di una performance più moderata nel secondo semestre in alcune categorie e di un'elevata base di confronto nel quarto trimestre.
- In termini di **margine EBIT-rettificato sulle vendite, il Gruppo conferma l'aspettativa di espansione organica del margine** , includendo un impatto di €20 milioni derivante dai dazi statunitensi e il confermato andamento positivo del margine lordo sottostante. Sono stati incassati complessivamente €15 milioni di rimborsi relativi ai dazi statunitensi del 2025, in parte reinvestiti e in parte utilizzati per compensare le pressioni sul costo del venduto (COGS) nel secondo semestre dell'anno. Il Gruppo conferma inoltre l'attesa di un incremento degli investimenti in pubblicità e promozione (A&P) e di un beneficio di circa +70 punti base sul margine derivante dai costi di struttura (SG&A).
- Si prevede un effetto perimetro negativo pari a €70 milioni circa sulle vendite nette e €30 milioni sull'EBIT-rettificato, riconducibile alle cessioni già perfezionate di *brand* non prioritari. L'effetto cambio rimarrà soggetto all'andamento delle valute, con un impatto negativo atteso, principalmente guidato dal dollaro statunitense.
- 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. **L'allocazione disciplinata del capitale** continuerà a rappresentare una priorità, sostenuta dal mantenimento di una solida traiettoria di crescita e dall'ulteriore ottimizzazione del portafoglio. Inoltre, il Gruppo ha incrementato la

² Global Travel Retail

CAMPARI GROUP

remunerazione degli azionisti attraverso un maggiore contributo dei dividendi, facendo leva sulla sostenuta generazione di cassa e sull'accelerazione nella riduzione della leva finanziaria.

Disclaimer. Il presente documento contiene alcune dichiarazioni previsionali relative a Campari Group. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente documento 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. Per effetto degli arrotondamenti, i dati riportati in questa e in altre tabelle del presente documento potrebbero non risultare esattamente corrispondenti. Salvo diversa indicazione, i commenti contenuti nel presente documento si riferiscono alla variazione organica delle vendite nette dei primi nove mesi chiuso al 30 settembre 2026 rispetto ai primi nove mesi chiuso al 30 settembre 2025. 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 documento 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.

CAMPARI GROUP

ANALYST CONFERENCE CALL

Mercoledì 28 ottobre 2026 alle ore 18:15 CET, il management di Campari Group terrà una *conference call* per presentare le vendite del Gruppo dei primi nove mesi al 30 settembre 2026 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/campari261028.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 sarà disponibile da mercoledì 28 ottobre per una settimana.

Per ascoltarla, chiamare il seguente numero: (+39) 02 802 09 87

(Codice di accesso: 700897#)

(PIN: 897#)

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 *spirit*, 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 Espolòn, ai whiskeys e rum, tra cui Wild Turkey e Appleton Estate, sino ai Cognac e Champagne, come Courvoisier e Grand Marnier. 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. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 21 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.

CAMPARI GROUP

- seguono tabelle -

Scomposizione delle vendite nette consolidate per area geografica nei primi nove mesi del 2026

	Vendite (€ mln)	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
			Totale	Organica	Perimetro	Cambi
Europa	1.049	45,8%	+1,9%	+3,8%	-2,0%	+0,2%
Nord America	831	36,3%	-2,6%	+1,0%	-0,6%	-3,0%
Mercati in via di sviluppo	240	10,5%	+11,0%	+9,3%	-4,6%	+6,3%
Asia-Pacifico>R	170	7,4%	-7,1%	-0,4%	-6,8%	+0,1%
Totale	2.289	100,0%	+0,4%	+2,9%	-2,1%	-0,4%

Scomposizione delle vendite nette consolidate per *House of Brand* nei primi nove mesi del 2026

	Vendite (€ mln)	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
			Totale	Organica	Perimetro	Cambi
House of Aperitifs	1.116	48,7%	+6,6%	+6,7%	-	-0,1%
House of Whiskey&Rum	285	12,4%	-11,9%	-10,0%	-	-1,9%
House of Agave	230	10,0%	+3,3%	+6,5%	-	-3,2%
House of Cognac&Champagne	198	8,6%	-0,2%	+1,8%	-	-2,0%
Marchi Locali	461	20,1%	-5,8%	+2,3%	-9,9%	+1,7%
Totale	2.289	100,0%	+0,4%	+2,9%	-2,1%	-0,4%

Scomposizione delle vendite nette consolidate nel terzo semestre del 2026

	Vendite (€ mln)	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
			Totale	Organica	Perimetro	Cambi
Totale	777	100.0%	+3.2%	+3.4%	-2.4%	+2.2%

CAMPARI GROUP

Evoluzione trimestrale delle vendite nette consolidate per area geografica

Vendite	2026					2025						
€ mln	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY
Europa	275	423	698	351	1.049	272	423	695	334	1.029	337	1.366
Nord America	242	305	547	284	831	262	305	567	286	853	279	1.132
Mercati in via di sviluppo	78	83	162	78	240	74	75	148	68	216	84	300
Asia-Pacifico>R	48	58	106	64	170	58	60	118	64	183	71	254
Totale	643	869	1.512	777	2.289	666	862	1.528	753	2.281	770	3.051

Variazione organica delle vendite nette	2026					2025						
%	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY
Europa	+2%	+2%	+2%	+8%	+4%	-5%	+3%	+0%	+3%	+1%	+3%	+2%
Nord America	+2%	+3%	+3%	-2%	+1%	-7%	+1%	-2%	+4%	-0%	+1%	+0%
Mercati in via di sviluppo	+13%	+6%	+9%	+10%	+9%	-4%	+17%	+6%	+13%	+8%	+20%	+11%
Asia-Pacifico>R	-2%	+2%	+0%	-1%	-0%	+14%	-1%	+5%	+4%	+5%	+7%	+6%
Totale	+3%	+3%	+3%	+3%	+3%	-4%	+3%	+0%	+4%	+2%	+5%	+2%

Evoluzione trimestrale delle vendite nette consolidate per House of Brand

Vendite nette	2026					2025						
€ mln	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY
House of Aperitifs	289	451	741	375	1.116	290	428	718	329	1.047	291	1.338
House of Whiskey&Rum	87	102	189	96	285	100	111	210	113	323	103	426
House of Agave	60	90	150	80	230	63	85	148	74	223	69	292
House of Cognac&Champagne	62	63	125	73	198	64	60	124	74	198	105	303
Marchi Locali	144	164	308	154	461	149	178	327	163	490	202	692
Totale	643	869	1.512	777	2.289	666	862	1.528	753	2.281	770	3.051

Variazione organica delle vendite nette	2026					2025						
%	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY
House of Aperitifs	+2%	+5%	+4%	+13%	+7%	-1%	+4%	+2%	-0%	+1%	+6%	+2%
House of Whiskey&Rum	-5%	-7%	-6%	-17%	-10%	-2%	-1%	-1%	+19%	+5%	-5%	+2%
House of Agave	+5%	+8%	+7%	+6%	+6%	-2%	+10%	+5%	+0%	+3%	+4%	+3%
House of Cognac&Champagne	+3%	+6%	+5%	-3%	+2%	-13%	+8%	-1%	+16%	+7%	+26%	+14%
Marchi Locali	+9%	-2%	+3%	+1%	+2%	-9%	-0%	-4%	+2%	-2%	+0%	-1%
Totale	+3%	+3%	+3%	+3%	+3%	-4%	+3%	+0%	+4%	+2%	+5%	+2%