



Campari finalizza l'acquisizione di Wild Turkey, il primo *premium brand* di Kentucky *bourbon whiskey* a livello mondiale Il Gruppo completa la più grande acquisizione della sua storia

Milano, 29 maggio 2009 - Il Gruppo Campari ha finalizzato l'acquisizione di **Wild Turkey**, rafforzando la sua posizione di **leader nel mercato dei *premium spirit* negli Stati Uniti e nei mercati internazionali**. L'operazione, annunciata lo scorso 8 aprile, rappresenta la più grande acquisizione nella storia del Gruppo Campari. Il Gruppo Campari ha pagato a Pernod Ricard **US\$ 581 milioni** (ovvero € 417 milioni al tasso di cambio del *closing*). Il prezzo include un aggiustamento di circa US\$ 6 milioni (ovvero € 4,3 milioni al tasso di cambio del *closing*), principalmente correlato alle scorte. L'operazione ha ottenuto l'approvazione da parte delle autorità *antitrust* italiane e statunitensi.

Il business acquisito include i **brand Wild Turkey e American Honey**, la **distilleria in Kentucky**, Stati Uniti, e le **scorte di liquido invecchiato e prodotti finiti**.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: "Siamo fieri di aver finalizzato l'acquisizione di un *brand* unico e di rilevanza strategica e di inserirlo nel nostro portafoglio che vanta marchi globali, come Campari e SKYY Vodka, così come marchi *leader* in mercati locali. Con l'inserimento di Wild Turkey rafforzeremo in maniera consistente la nostra presenza negli Stati Uniti e nei mercati internazionali. Contiamo di incrementare il peso di Wild Turkey a livello mondiale, sfruttando a pieno il potenziale di questo *whisky* americano autentico e vincitore di numerosi riconoscimenti".

Questa transazione è la **quarta acquisizione conclusa da Campari negli Stati Uniti**, dopo SKYY Vodka (2002), Cabo Wabo (2007) e X-Rated (2007). Con Wild Turkey, **l'importo totale investito da Campari in acquisizioni negli Stati Uniti sarà USD 1,1 miliardi** (€ 0,9 miliardi).

Wild Turkey è un *brand* globale, con **un volume totale di oltre 800.000 casse da nove litri** vendute in oltre 60 mercati. **Gli Stati Uniti rappresentano il mercato più importante**, generando circa la metà delle vendite del *brand*; **Australia e Giappone** sono, rispettivamente, il secondo e il terzo mercato. Il *brand* **gode di un trend di continua crescita nella sua categoria nei principali mercati geografici**. L'*American straight whiskey* è una **categoria dinamica di *spirit***, con i segmenti ***premium* e *super premium* che trainano** la crescita negli Stati Uniti e nei mercati internazionali.

Nel Nord America Wild Turkey verrà distribuito dalla filiale americana del Gruppo Campari Sky Spirits.

Inoltre, l'acquisizione include **American Honey**, un liquore a base di *bourbon* e miele, **un lancio di successo nella categoria *premium* dei *cordial* negli Stati Uniti e una importante opportunità di crescita**.

Wild Turkey ha un'immagine di *brand* unico, costruita sui valori di **autenticità, gusto e aroma distintivi** e un posizionamento di *brand* **genuino e senza compromessi**. Grazie a queste caratteristiche il *brand* **si posiziona nel segmento *premium* a livello mondiale**. Wild Turkey ha tutte le qualità - **autenticità, posizionamento *premium*, storia** - per sfruttare con successo le **potenzialità di crescita della sua categoria e del mercato**.

* * *

Il Gruppo Campari è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello globale. E' presente in 190 paesi nel mondo con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA e in Europa continentale. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Wild Turkey e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, CampariSoda, Cynar, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated, Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, i *brand* regionali Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda, con la relativa estensione di gamma. Il Gruppo impiega 2.000 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana. www.camparigroup.com

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: chiara.garavini@campari.com

www.camparigroup.com

Corporate Communications

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Alex Balestra

Tel. : +39 02 6225 364

Email: alex.balestra@campari.com