



## COMUNICATO STAMPA

### RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI AL 30 SETTEMBRE 2003

**Continua la forte crescita dei ricavi: € 505,7 milioni,  
+10,6% rispetto ai primi nove mesi 2002 (+17,1% a cambi costanti)  
Il fatturato nel terzo trimestre accelera ulteriormente: +14,7% rispetto al terzo trimestre 2002**

**Tutti i livelli di redditività operativa in crescita  
EBIT: € 85,5 milioni, +7,8% rispetto ai primi nove mesi 2002 (+15,6% a cambi costanti)  
Utile di pertinenza del Gruppo prima delle imposte: +53,8%  
(comprese plusvalenze immobiliari)**

**Indebitamento finanziario netto si riduce di € 71,6 milioni rispetto al 30 giugno 2003,  
passando da € 232,9 milioni a € 161,3 milioni**

**Milano, 10 novembre 2003** - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la Relazione Trimestrale al 30 settembre 2003, che mostra le **vendite e tutti i livelli di redditività operativa in forte crescita**. Tali risultati hanno beneficiato in particolare di **un'accelerazione delle vendite nel terzo trimestre** e di una lieve attenuazione dell'impatto negativo dei cambi, per quanto ancora molto penalizzante, rispetto al primo semestre.

Infatti, è opportuno evidenziare che anche i risultati reddituali, se considerati prima dell'impatto dei cambi, mostrano un andamento con una **crescita a doppia cifra** rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso.

	Primi nove mesi 2003 (€ milioni)	Variazione % a cambi effettivi	Variazione % a cambi costanti
• Ricavi netti	505,7	+10,6%	+17,1%
• EBITDA	118,7	+6,2%	+12,4%
• EBITA	106,4	+6,3%	+12,5%
• EBIT = Risultato operativo	85,5	+7,8%	+15,6%
• Utile di pertinenza del Gruppo prima delle imposte	102,1	+53,8%	+58,2%

EBITA = EBIT (Risultato operativo) prima dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi.

### RISULTATI CONSOLIDATI DEI PRIMI NOVE MESI 2003

Nei primi nove mesi del 2003 le **vendite del Gruppo** sono state pari a € 505,7 milioni, in **crescita del 10,6%**. La **crescita organica**, a cambi costanti, è stata **del 10,8%**, mentre l'impatto negativo dei tassi di cambio, principalmente a causa della svalutazione del Dollaro USA e del Real brasiliano, è stato pari al 6,5%. La **crescita esterna, pari al 6,3%**, è interamente attribuibile al nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 sul mercato americano.

Il **marginale commerciale** si è attestato a € 136,4 milioni, evidenziando una **crescita del 6,6%** e un'incidenza sulle vendite pari al 27,0%.

L'**EBITDA** è stato di € 118,7 milioni, in **crescita del 6,2%** (+12,4% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,5%.

L'**EBITA** è stato di € 106,4 milioni, in **crescita del 6,3%** (+12,5% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 21,0%.

L'**EBIT** è stato di € 85,5 milioni, in **crescita del 7,8%** (+15,6% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 16,9%.

L'utile prima imposte e degli interessi di minoranza è € 114,1 milioni, in crescita del 47,8% (+54,6% a cambi costanti), in quanto beneficia della plusvalenza relativa alla cessione dello stabile di Via Filippo Turati a Milano pari a € 33,7 milioni, avvenuta nel mese di luglio.

L'utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo, ovvero l'utile prima delle imposte al netto degli interessi di minoranza, è stato di € 102,1 milioni, in crescita del 53,8% (+58,2% a cambi costanti).

Al 30 settembre 2003 l'indebitamento finanziario netto è pari a € 161,3 milioni (€ 232,9 milioni al 30 giugno 2003).

## VENDITE DEI PRIMI NOVE MESI 2003

Il segmento *spirits*, con vendite di € 323,5 milioni, pari al 64,0% del fatturato totale, è cresciuto del **21,6%** a cambi costanti (+12,1% al netto dell'effetto cambi). La crescita organica è stata pari al 11,7% a cambi costanti (+2,3% al netto dell'effetto cambi). Il brand **Campari** ha registrato una crescita del 0,3% a cambi costanti (-4,3% al netto dell'effetto cambi). In termini geografici, le vendite di Campari continuano il proprio **trend positivo in Italia** (+3,6%) e in **Brasile**, mentre in **Germania** confermano la **positiva inversione di tendenza** registrata dall'inizio dell'anno, mostrando nei primi nove mesi un modesto incremento delle vendite. **SKYY Vodka** ha contribuito significativamente allo sviluppo degli *spirits* nei primi nove mesi, registrando una **crescita**, inclusiva delle nuove *flavoured vodka*, del **25,3%** a cambi costanti (+5,2% al netto dell'effetto cambi); nell'ambito della gamma SKYY, anche la nuova linea di *flavoured vodka* lanciata nel mese di marzo 2003 continua lo sviluppo positivo delle vendite che nei primi nove mesi hanno rappresentato il 17% del totale della marca SKYY. Inoltre, il segmento *spirits* ha beneficiato del **positivo andamento di CampariSoda** (+4,9% a cambi costanti), **Ouzo 12** (+10,3% a cambi costanti), **Jägermeister** (+2,0% a cambi costanti) e delle vendite di **Campari Mixx**, che hanno evidenziato la dinamicità attesa nel corso dei mesi estivi. La **crescita esterna**, relativa a *tequila* 1800, è stata pari al **9,9%** (a cambi costanti).

Il segmento *wines*, pari al 11,6% del fatturato totale, ha registrato una **crescita del 6,0%** a cambi costanti (+2,9% al netto dell'effetto cambi). Tale risultato è determinato dall'**andamento positivo dei marchi Cinzano**: in particolare, **Cinzano vermouth** ha realizzato una crescita del 7,2% a cambi costanti, principalmente grazie al rafforzamento distributivo nei mercati dell'est europeo. Gli **spumanti Cinzano** hanno registrato una crescita del 7,7% a cambi costanti, evidenziando uno sviluppo forte e costante sul mercato italiano, in parte penalizzato da un rallentamento delle vendite intervenuto nel terzo trimestre sul mercato tedesco. **Sella & Mosca** ha registrato una diminuzione del 1,2% a cambi costanti, interamente ascrivibile alla limitata disponibilità di prodotto, con particolare riferimento ai vini bianchi, come conseguenza della pessima vendemmia 2002.

Le **vendite di soft drinks**, pari al 23,3% del fatturato totale, hanno registrato una **crescita del 13,8%**, segnando una forte accelerazione nel terzo trimestre grazie alle condizioni climatiche particolarmente favorevoli. **Lemonsoda**, **Oransoda** e **Pelmosoda** e **Lipton Ice Tea** sono risultati in crescita rispettivamente del **17,8%** e del **27,4%** nei primi nove mesi. **Crodino**, le cui vendite sono meno correlate alle variazioni climatiche, ha registrato una crescita del **5,5%**.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite dei primi nove mesi 2003 sul **mercato italiano** hanno rappresentato il 49,4% delle vendite del Gruppo e sono cresciute del **9,3%** grazie all'**andamento positivo delle tre aree di business**, e in particolare di tutte le marche *spirits* e dei *soft drinks*. Le **vendite dell'area Europa**, pari al 19,4% del totale, si sono **incrementate del 12,5%**, grazie all'introduzione di Campari Mixx in Germania e Austria, ai buoni risultati di vendita dei *vermouth* Cinzano e ai primi segnali di ripresa del mercato tedesco. Per quanto riguarda l'area Americhe, pari al 28,9% del fatturato totale, le vendite in **Brasile** si sono attestate, a cambi costanti, **sui livelli dell'anno scorso** (-28,5% a cambi effettivi, interamente attribuibile al svalutazione del Real): le misure governative recentemente adottate per fronteggiare l'alto livello di inflazione, quali l'incremento dei tassi d'interesse, hanno infatti determinato un rallentamento degli ordini nell'ultimo trimestre, che si ritiene potrà essere in parte recuperato negli ultimi mesi dell'anno. Il **mercato USA** ha invece registrato una **crescita del 29,5%**, per effetto dell'apporto del nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 (+31,9%) e della solida crescita organica (+16,9% a cambi costanti), trainata dal buon andamento di SKYY Vodka.

\* \* \*

## CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17:00 (CET) di oggi, lunedì 10 novembre 2003, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati dei primi nove mesi 2003. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: 800 914 551 (numero verde)
- dall'estero: +39 02 3700 8206

\* \* \*

## GRUPPO CAMPARI - RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI AL 30 SETTEMBRE 2003

Tabella 1) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 30 settembre 2003		1 gennaio - 30 settembre 2002		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
<i>Spirits</i>	323,5	64,0%	288,4	63,1%	12,1%
<i>Wines</i>	58,8	11,6%	57,1	12,5%	2,9%
<i>Soft Drinks</i>	118,0	23,3%	103,7	22,7%	13,8%
Altri ricavi	5,4	1,1%	8,0	1,8%	-32,3%
<b>Totale</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>457,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,6%</b>

Tabella 2) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 settembre 2003		1 gennaio - 30 settembre 2002		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Italia	249,9	49,4%	228,6	50,0%	9,3%
Europa	98,1	19,4%	87,2	19,1%	12,5%
Americhe	146,2	28,9%	128,5	28,1%	13,7%
Resto del mondo	11,5	2,3%	13,0	2,8%	-11,2%
<b>Totale</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>457,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,6%</b>

Tabella 3) Gruppo Campari - conto economico consolidato dei primi nove mesi 2003

	1 gennaio - 30 settembre 2003		1 gennaio - 30 settembre 2002		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
<b>Vendite nette (1)</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>457,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,6%</b>
Costo dei materiali	(180,3)	-35,7%	(155,3)	-33,9%	16,2%
Costi di produzione	(30,9)	-6,1%	(34,4)	-7,5%	-10,4%
<b>Totale costo del venduto</b>	<b>(211,2)</b>	<b>-41,8%</b>	<b>(189,7)</b>	<b>-41,5%</b>	<b>11,3%</b>
<b>Margine lordo</b>	<b>294,5</b>	<b>58,2%</b>	<b>267,6</b>	<b>58,5%</b>	<b>10,0%</b>
Pubblicità e promozioni	(102,1)	-20,2%	(87,1)	-19,1%	17,1%
Costi di vendita e distribuzione	(56,0)	-11,1%	(52,5)	-11,5%	6,7%
<b>Margine commerciale</b>	<b>136,4</b>	<b>27,0%</b>	<b>128,0</b>	<b>28,0%</b>	<b>6,6%</b>
Spese generali e amministrative	(33,9)	-6,7%	(31,1)	-6,8%	8,9%
Altri ricavi operativi	5,1	1,0%	4,1	0,9%	25,2%
Ammortamento di avviamento e marchi	(20,9)	-4,1%	(20,8)	-4,5%	0,6%
Costi non ricorrenti	(1,2)	-0,2%	(0,8)	-0,2%	53,4%
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>85,5</b>	<b>16,9%</b>	<b>79,4</b>	<b>17,4%</b>	<b>7,8%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(7,0)	-1,4%	(4,5)	-1,0%	53,9%
Utili (perdite) su cambi netti	1,9	0,4%	9,1	2,0%	-78,8%
Altri proventi (oneri) non operativi	33,7	6,6%	(6,8)	-1,5%	-593,4%
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>114,1</b>	<b>22,6%</b>	<b>77,2</b>	<b>16,9%</b>	<b>47,8%</b>
Interessi di minoranza	(12,0)	-2,4%	(11,2)	-2,4%	10,7%
<b>Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo</b>	<b>102,1</b>	<b>20,2%</b>	<b>66,0</b>	<b>14,5%</b>	<b>53,8%</b>
Ammortamenti materiali	(10,2)	-2,0%	(9,5)	-2,1%	6,9%
Ammortamenti immateriali	(23,0)	-4,5%	(22,8)	-5,0%	0,7%
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>(33,1)</b>	<b>-6,6%</b>	<b>(32,3)</b>	<b>-7,1%</b>	<b>2,5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>118,7</b>	<b>23,5%</b>	<b>111,7</b>	<b>24,4%</b>	<b>6,2%</b>
<b>EBITA (2)</b>	<b>106,4</b>	<b>21,0%</b>	<b>100,2</b>	<b>21,9%</b>	<b>6,3%</b>

(1) Al netto di sconti e accise.

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

**Tabella 4) Gruppo Campari - conto economico consolidato del terzo trimestre 2003**

	Terzo trimestre 2003		Terzo trimestre 2002		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<b>Vendite nette (1)</b>	<b>173,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>150,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,7%</b>
Costo dei materiali	(66,4)	-38,4%	(52,4)	-34,7%	26,8%
Costi di produzione	(10,1)	-5,9%	(11,1)	-7,3%	-8,5%
<b>Totale costo del venduto</b>	<b>(76,5)</b>	<b>-44,2%</b>	<b>(63,5)</b>	<b>-42,1%</b>	<b>20,7%</b>
<b>Margine lordo</b>	<b>96,5</b>	<b>55,8%</b>	<b>87,3</b>	<b>57,9%</b>	<b>10,4%</b>
Pubblicità e promozioni	(32,9)	-19,0%	(29,5)	-19,6%	11,3%
Costi di vendita e distribuzione	(18,6)	-10,8%	(16,0)	-10,6%	16,4%
<b>Margine commerciale</b>	<b>45,0</b>	<b>26,0%</b>	<b>41,8</b>	<b>27,8%</b>	<b>7,4%</b>
Spese generali e amministrative	(10,3)	-6,0%	(9,1)	-6,1%	13,5%
Altri ricavi operativi	1,6	0,9%	0,1	0,1%	n.s.
Ammortamento di avviamento e marchi	(7,0)	-4,0%	(6,9)	-4,6%	0,7%
Costi non ricorrenti	(0,7)	-0,4%	(0,2)	-0,2%	189,8%
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>28,6</b>	<b>16,5%</b>	<b>25,7</b>	<b>17,0%</b>	<b>11,4%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(2,0)	-1,2%	(2,3)	-1,5%	-12,4%
Utili (perdite) su cambi netti	2,5	1,4%	1,7	1,1%	42,9%
Altri proventi (oneri) non operativi	33,6	19,4%	(0,1)	-0,1%	n.s.
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>62,7</b>	<b>36,2%</b>	<b>25,0</b>	<b>16,6%</b>	<b>150,9%</b>
Interessi di minoranza	(4,1)	-2,4%	(3,5)	-2,3%	17,5%
<b>Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo</b>	<b>58,6</b>	<b>33,8%</b>	<b>21,5</b>	<b>14,2%</b>	<b>172,7%</b>
Ammortamenti materiali	(3,4)	-2,0%	(3,0)	-2,0%	12,3%
Ammortamenti immateriali	(7,8)	-4,5%	(7,7)	-5,1%	1,3%
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>(11,2)</b>	<b>-6,5%</b>	<b>(10,7)</b>	<b>-7,1%</b>	<b>4,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>39,8</b>	<b>23,0%</b>	<b>36,4</b>	<b>24,1%</b>	<b>9,3%</b>
<b>EBITA (2)</b>	<b>35,6</b>	<b>20,6%</b>	<b>32,6</b>	<b>21,6%</b>	<b>9,0%</b>

(1) Al netto di sconti e accise.

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

### Gruppo Campari

Il Gruppo Campari è il sesto *player* mondiale nel settore degli *spirits*, presente in 190 paesi e con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: *spirits*, *wines* e *soft drinks*. Il portafoglio prodotti di proprietà include *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi *leader* in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli USA, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebfraumilch in Brasile, Gregson's in Uruguay e Riccadonna in Australia e in Nuova Zelanda. Il Gruppo impiega circa 1.400 persone e, dal luglio 2001, le azioni ordinarie della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

### PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

#### Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: investor.relations@campari.com

Website: [www.campari.com](http://www.campari.com)

#### Public Relations

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

#### Moccagatta Pogliani & Associati

Tel.: +39 02 8693806

Email: segreteria@moccagatta.it