



## COMUNICATO STAMPA

### Campari approva i risultati dell'esercizio 2001

Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato i risultati consolidati dell'esercizio 2001, che confermano pienamente e superano gli obiettivi annunciati di crescita organica ed esterna e mostrano utili in forte aumento rispetto al 2000.

- Ricavi netti consolidati pari a € 494,3 milioni, in crescita del 13,9%
- EBITDA prima dei costi non ricorrenti pari a € 120,0 milioni, in crescita del 13,5%
- EBITA prima dei costi non ricorrenti pari a € 105,7 milioni, in crescita del 12,0%
- EBIT prima dei costi non ricorrenti pari a € 94,2 milioni, in crescita del 9,0%
- Utile netto pari a € 63,4 milioni, in crescita del 20%

Milano, 27 marzo 2002 - Campari ha approvato i risultati consolidati 2001, un esercizio che ha segnato un punto di svolta per il Gruppo per la rilevanza delle acquisizioni effettuate, gli effetti positivi derivanti dal processo di quotazione in Borsa e il raggiungimento di eccellenti risultati economico-finanziari.

All'Assemblea ordinaria degli Azionisti, convocata per il 30 aprile, verrà proposta la distribuzione di un dividendo di € 0,88 per azione (per un monte dividendi complessivo di € 25,6 milioni), in pagamento a partire dal 9 maggio.

Il fatturato consolidato al netto di sconti e accise, pari a € 494,3 milioni, evidenzia un incremento del 13,9%, composto da una crescita esterna del 9,9%, sostanzialmente derivante dall'acquisizione delle attività brasiliane nel gennaio 2001, e da una crescita organica del 4,0%, che sale al 5,5% se depurata degli effetti negativi connessi all'andamento dei cambi.

La *performance* decisamente positiva delle vendite è attribuibile in primo luogo al buon andamento del segmento *spirits*, in crescita in valore del 20,6%, di cui il 16,5% è attribuibile al consolidamento dell'acquisizione brasiliana e il 4,1% (6,6% al lordo degli effetti di cambio) alla crescita organica, grazie alla positiva *performance* di tutti i marchi già in portafoglio e in particolare di CampariSoda, SKYY Vodka e Jägermeister. In termini di volumi la crescita organica del segmento *spirits* è stata del 2,5%, con conseguente miglioramento della quota di mercato, la cui crescita, misurata in base ai volumi dei *top 100 premium distilled spirits*, è stimata nel 1,1% a livello mondiale (fonte: Impact). Le vendite nette del segmento *wines*, rappresentate quasi interamente dai marchi Cinzano, ammontano a € 73,6 milioni, in crescita del 8,4%. Il segmento *wines* ha conseguito un'ottima *performance*, in particolare nell'ultimo trimestre, che rappresenta la punta di maggiore stagionalità dell'anno. Il segmento *soft drinks* ha registrato vendite nette pari a € 127,4 milioni, con un incremento del 2,5%, guidato dall'ottima *performance* di Crodino (di gran lunga il *brand* più profittevole del comparto), in crescita del 8,9%.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato netto consolidato per segmento di attività.

	2001		2000		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
<i>Spirits</i>	283,8	57,4	235,3	54,2	20,6
<i>Wines</i>	73,6	14,9	67,9	15,6	8,4
<i>Soft Drinks</i>	127,4	25,8	124,3	28,6	2,5
Altri ricavi	9,5	1,9	6,5	1,5	45,3
<b>Totale</b>	<b>494,3</b>	<b>100,0</b>	<b>434,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,9</b>

Relativamente alla distribuzione geografica delle vendite, l'acquisizione brasiliana, le cui vendite 2001 sono state pari a € 42,3 milioni, ha notevolmente modificato la ripartizione geografica delle attività a beneficio dell'area Americhe, in crescita del 111.1% e con un'incidenza sul totale delle vendite del Gruppo che passa dal 8,4% al 15,5%.

Le vendite nel mercato italiano hanno registrato una crescita del 5,8%, favorite dai buoni risultati di *core brand* quali Crodino, Campari e CampariSoda, che hanno beneficiato di importanti investimenti di *marketing*, e dal positivo avvio dal maggio 2001 della commercializzazione diretta di Cinzano, precedentemente distribuito da terzi.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato netto consolidato per area geografica.

	2001		2000		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
Italia	263,5	53,3	249,2	57,4	5,8
UE esclusa Italia	109,4	22,1	106,5	24,5	2,8
Americhe	76,7	15,5	36,3	8,4	111,1
Europa <i>extra</i> UE	21,8	4,4	20,5	4,7	6,0
Resto del mondo	22,9	4,6	21,5	5,0	6,1
<b>Totale</b>	<b>494,3</b>	<b>100,0</b>	<b>434,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,9</b>

I margini operativi hanno beneficiato del *mix* favorevole delle vendite, che ha visto aumentare il peso dei *brand* a più elevata redditività.

Nel 2001 il margine commerciale (margine lordo meno investimenti in pubblicità e promozioni e costi di vendita e distribuzione), che per il Gruppo costituisce un importante indicatore di redditività, si è attestato a € 136,5 milioni, evidenziando un'incidenza del 27,6% sulle vendite nette e una crescita del 11,1%.

L'EBITDA e l'EBITA prima dei costi non ricorrenti hanno raggiunto rispettivamente € 120 milioni e € 105,7 milioni, in crescita del 13,5% e del 12,0% e con un'incidenza del 24,3% e del 21,4% sulle vendite nette.

Il risultato operativo (EBIT) prima dei costi non ricorrenti è stato di € 94,2 milioni, in crescita del 9,0% e con un margine del 19,1% sul fatturato netto consolidato. I costi non ricorrenti, pari a € 5,6 milioni, sono attribuibili per la maggior parte all'operazione di quotazione, e, per il resto, a oneri di ristrutturazione relativi alla riorganizzazione delle rete commerciale in Italia.

L'utile netto, in crescita del 20,0%, è stato di € 63,4 milioni. A tale risultato ha contribuito la riduzione del carico fiscale dell'esercizio rispetto a quello del 2000, penalizzato da un accantonamento al fondo rischi per un contenzioso fiscale in essere di importo rilevante.

Si conferma la forte capacità del Gruppo di generare cassa: il rendiconto finanziario evidenzia infatti un *surplus* di cassa della gestione operativa di € 88,3 milioni. Tale *surplus* ha, come di consueto, finanziato le attività di investimento in nuovi *brand*, per un controvalore complessivo di € 112,6 milioni, per lo più destinato all'acquisizione delle attività brasiliane.

Al 31 dicembre 2001 la posizione finanziaria netta è positiva per € 96,6 milioni.

Il patrimonio netto consolidato al 31 dicembre 2001 ammonta a € 430,3 milioni, con un incremento di € 31,6 milioni.

Tra gli eventi successivi alla chiusura del 2001, si segnala che il 15 gennaio 2002 il Gruppo Campari ha perfezionato l'acquisizione di un'ulteriore partecipazione del 50% in Skyy Spirits, LLC, società con sede operativa a San Francisco, California (US) e proprietaria di SKYY Vodka, uno dei principali *brand* di *premium* vodka negli Stati Uniti, divenendone quindi azionista di controllo con una partecipazione del 58,9%. Il 6 febbraio 2002, il Gruppo ha inoltre perfezionato l'acquisizione del 100% di Zedda Piras S.p.A., società con sede operativa ad Alghero e proprietaria dell'omonimo Mirto di Sardegna, che controlla il 67,62% di Sella & Mosca S.p.A., uno dei più importanti operatori vitivinicoli in Italia. Una più ampia descrizione delle operazioni è stata fornita in occasione dell'annuncio e del perfezionamento delle acquisizioni nelle sedi competenti.

\*\*

## PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

Si informa che alle ore 14:30 di oggi, mercoledì 27 marzo 2002, il *management* di Campari presenterà i risultati 2001 in un incontro con analisti, investitori e giornalisti che si terrà presso la Sala Assemblee di IntesaBci, Piazza Belgioioso 1, Milano.

## CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17:00 di oggi, mercoledì 27 marzo 2002, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti, i risultati 2001. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: 800.990.927 (numero verde)
- dall'estero: +39.06.8740.9831

### Per ulteriori informazioni:

Chiara Garavini  
Investor Relations Manager

Tel.: +39 02 6225 330  
Fax: +39 02 6225 479

E-mail: investor.relations@campari.com  
Web site: www.campari.com

*Il Gruppo Campari è uno dei maggiori player mondiali nel settore delle bevande alcoliche, con leadership nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo, che vanta 140 anni di esperienza nel settore, ha da sempre una forte vocazione internazionale: dagli oltre 190 paesi in cui vengono esportati i brand del Gruppo deriva infatti oltre la metà del fatturato consolidato. Il Gruppo, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, vanta oggi un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti del settore delle bevande: spirits, wines e soft drinks. Il portafoglio prodotti di proprietà include brands di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi leader in mercati locali come CampariSoda, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebraumilch in Brasile e Gregson's in Uruguay. La sede della Società è a Milano, mentre le principali controllate sono a Monaco, negli USA, in Brasile, in Germania, in Svizzera e in Francia. Il Gruppo impiega oltre 1.200 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.*

## Allegato 1) GRUPPO CAMPARI – CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

### CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

	2001		2000		Variazione
	(€milioni)	%	(€milioni)	%	%
<b>Vendite nette <sup>(1)</sup></b>	<b>494,3</b>	<b>100,0</b>	<b>434,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,9</b>
Costo dei materiali	(170,0)	-34,4	(146,6)	-33,8	16,0
Costi di produzione	(41,5)	-8,4	(34,5)	-7,9	20,0
Totale costo del venduto	(211,5)	-42,8	(181,1)	-41,7	16,8
<b>Margine lordo</b>	<b>282,8</b>	<b>57,2</b>	<b>252,9</b>	<b>58,3</b>	<b>11,8</b>
Pubblicità e promozioni	(91,3)	-18,5	(79,6)	-18,3	14,7
Costi di vendita e distribuzione	(55,0)	-11,1	(50,5)	-11,6	8,9
<b>Margine commerciale</b>	<b>136,5</b>	<b>27,6</b>	<b>122,8</b>	<b>28,3</b>	<b>11,1</b>
Spese generali e amministrative	(30,9)	-6,3	(28,5)	-6,6	8,3
Ammortamento avviamento e marchi	(11,4)	-2,3	(7,9)	-1,8	44,9
<b>Risultato operativo (= EBIT) prima dei costi non ricorrenti</b>	<b>94,2</b>	<b>19,1</b>	<b>86,4</b>	<b>19,9</b>	<b>9,0</b>
Costi non ricorrenti	(5,6)	-1,1	(1,1)	-0,3	
<b>Risultato operativo (= EBIT) dopo i costi non ricorrenti</b>	<b>88,6</b>	<b>17,9</b>	<b>85,3</b>	<b>19,7</b>	<b>3,9</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	3,2	0,6	5,3	1,2	-40,4
Utili (perdite) su cambi netti	(3,9)	-0,8	0,1	0,0	
Altri proventi (oneri) non operativi	6,1	1,2	6,7	1,5	-9,0
Interessi di minoranza	0,0	0,0	0,1	0,0	
<b>Utile prima delle imposte</b>	<b>94,0</b>	<b>19,0</b>	<b>97,5</b>	<b>22,5</b>	<b>-3,6</b>
Imposte	(30,6)	-6,2	(44,7)	-10,3	-31,5
<b>Utile netto</b>	<b>63,4</b>	<b>12,8</b>	<b>52,8</b>	<b>12,2</b>	<b>20,0</b>
Ammortamenti delle immobilizzazioni materiali	11,3	2,3	9,7	2,2	16,1
Ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali	14,5	2,9	9,6	2,2	51,5
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>25,8</b>	<b>5,2</b>	<b>19,3</b>	<b>4,4</b>	<b>33,7</b>

(1) Al netto di sconti e accise

<b>EBITDA prima dei costi non ricorrenti</b>	<b>120,0</b>	<b>24,3</b>	<b>105,7</b>	<b>24,4</b>	<b>13,5</b>
<b>EBITDA</b>	<b>114,5</b>	<b>23,2</b>	<b>104,7</b>	<b>24,1</b>	<b>9,4</b>
<b>EBITA prima dei costi non ricorrenti <sup>(2)</sup></b>	<b>105,7</b>	<b>21,4</b>	<b>94,3</b>	<b>21,7</b>	<b>12,0</b>
<b>EBITA <sup>(2)</sup></b>	<b>100,1</b>	<b>20,3</b>	<b>93,2</b>	<b>21,5</b>	<b>7,3</b>

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

## Allegato 2) GRUPPO CAMPARI - STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

	31-12-2001		31-12-2000	
	(€milioni)	%	(€milioni)	%
Rimanenze	64,4	19,2	49,7	23,1
Crediti verso clienti <sup>(1)</sup>	110,7	32,9	82,4	38,2
Debiti verso fornitori	(89,1)	-26,5	(68,1)	-31,6
<b>Capitale circolante operativo</b>	<b>86,0</b>	<b>25,6</b>	<b>64,0</b>	<b>29,7</b>
Altre attività correnti	29,8	8,9	33,2	15,4
Altre passività correnti	(44,0)	-13,1	(42,0)	-19,5
<b>Altre voci di capitale circolante</b>	<b>(14,2)</b>	<b>-4,2</b>	<b>(8,8)</b>	<b>-4,1</b>
<b>Capitale circolante netto</b>	<b>71,7</b>	<b>21,4</b>	<b>55,2</b>	<b>25,6</b>
<b>Altri debiti</b>	<b>(50,9)</b>	<b>-15,2</b>	<b>(49,8)</b>	<b>-23,1</b>
Immobilizzazioni materiali nette	91,0	27,1	88,1	40,9
Immobilizzazioni immateriali nette	170,9	50,9	100,3	46,5
Immobilizzazioni finanziarie e altre attività finanziarie	53,3	15,9	21,7	10,1
<b>Capitale investito</b>	<b>315,2</b>	<b>93,8</b>	<b>210,1</b>	<b>97,5</b>
<b>Capitale investito netto</b>	<b>336,0</b>	<b>100,0</b>	<b>215,5</b>	<b>100,0</b>
<b>Patrimonio netto del Gruppo</b>	<b>430,3</b>	<b>128,1</b>	<b>398,7</b>	<b>185,0</b>
<b>Interessi di minoranza</b>	<b>2,3</b>	<b>0,7</b>	<b>5,0</b>	<b>2,3</b>
Cassa e banche	(177,8)	-52,9	(167,7)	-77,8
Titoli negoziabili	(46,4)	-13,8	(48,9)	-22,7
Debiti verso banche a breve	112,3	33,4	11,6	5,4
Leasing immobiliare, quota corrente	1,8	0,5	1,6	0,8
Leasing immobiliare, al netto della quota corrente	13,5	4,0	15,2	7,1
<b>Posizione finanziaria netta</b>	<b>(96,6)</b>	<b>-28,8</b>	<b>(188,2)</b>	<b>-87,3</b>
<b>Fonti di finanziamento</b>	<b>336,0</b>	<b>100,0</b>	<b>215,5</b>	<b>100,0</b>

(1) Al netto di premi di fine anno e fondo svalutazione crediti