



COMUNICATO STAMPA

Campari approva la Relazione Trimestrale al 30 settembre 2002

Milano, 12 novembre 2002 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato i risultati consolidati relativi al periodo 1 gennaio - 30 settembre 2002. Inoltre il Consiglio di Amministrazione ha approvato il codice di comportamento, cosiddetto di "insider dealing", in ottemperanza alle indicazioni in materia di *corporate governance* recentemente emanate da Borsa Italiana S.p.A.

RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI

- Ricavi netti consolidati pari a € 457,3 milioni, in crescita del 31,7%
- EBITDA pari a € 111,7 milioni, in crescita del 53,8%
- EBITA pari a € 100,2 milioni, in crescita del 60,0%
- EBIT pari a € 79,4 milioni, in crescita del 47,2%
- Utile prima delle imposte del Gruppo pari a € 66,0 milioni, in crescita del 18,2%

I primi nove mesi del 2002 si sono chiusi con risultati in forte crescita e con un significativo miglioramento di tutti i margini, grazie soprattutto al positivo effetto del consolidamento delle società neo-acquisite Skyy Spirits, LLC e Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A.

Le vendite del Gruppo sono state pari a € 457,3 milioni, con una crescita del 31,7%. La crescita esterna è stata del 31,1%, attribuibile a Skyy Spirits, LLC (per il 23,7%) e a Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A. (per il 7,2%). La quota residua, pari al 0,1%, è attribuibile all'acquisizione brasiliana per il periodo non consolidato nel 2001. La crescita organica al lordo dell'impatto dei cambi è stata del 2,9%, che si riduce al 0,6% per l'effetto cambi negativo, principalmente attribuibile alla svalutazione del *Real* brasiliano.

Le vendite del segmento *spirits*, che, rappresentando il 63,1% del fatturato, costituisce il *core business* del Gruppo, sono state pari a € 288,4 milioni, in crescita del 49,7%. SKYY Vodka prosegue il *trend* positivo delle vendite anche nel terzo trimestre, con incrementi a doppia cifra sia sul mercato statunitense sia sui mercati internazionali. La crescita organica del segmento *spirits* è stata del 2,5%, favorita dal buon andamento di CampariSoda (+5,6%), Ouzo 12 (+7,6%) e Jägermeister (+8,4%). Il *brand* Campari ha invece registrato una flessione del 0,7% (-2,8% al netto degli effetti di cambio), evidenziando peraltro un leggero recupero nel corso del terzo trimestre rispetto alla chiusura dei primi sei mesi. Infatti mentre sul mercato italiano la marca continua a registrare un andamento fortemente positivo, sul mercato brasiliano, pur a fronte di un andamento positivo delle vendite, si sconta la svalutazione del *Real* brasiliano, e sul mercato tedesco permane una situazione di rallentamento dei consumi. La svalutazione del *Real* brasiliano impatta peraltro negativamente anche sui *brand* locali Dreher, Old Eight e Drury's, che, pur registrando un'ottima *performance* delle vendite a volume e a valore in valuta locale, evidenziano una contrazione delle vendite in valuta di consolidamento. Il debutto di Campari Mixx, il nuovo *ready to drink* introdotto nel corso dell'estate sui mercati italiano e svizzero, ha contribuito positivamente allo sviluppo del *business* organico con vendite pari a € 4,3 milioni.

Il segmento *wines* ha registrato una crescita del 35,6%, interamente attribuibile all'acquisizione dei vini Sella & Mosca. Per quanto riguarda il portafoglio esistente, Cinzano *vermouth*, pur registrando una flessione del 5,1%, recupera significativamente nel corso del terzo trimestre rispetto ai primi sei mesi, grazie alla ripresa dell'attività di *sell-in* in seguito all'introduzione del nuovo *packaging*. Gli spumanti continuano a registrare un *trend* positivo (+3,5%), grazie soprattutto al buon andamento delle vendite sul mercato italiano.

Le vendite dei *soft drinks* hanno registrato un calo del 0,8%. Questo risultato è attribuibile all'andamento non soddisfacente delle bevande gassate, a causa soprattutto delle avverse condizioni climatiche della stagione estiva, mentre Crodino ha registrato un'ottima *performance*, con una crescita del 4,7%.

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

	1 gennaio - 30 settembre 2002		1 gennaio - 30 settembre 2001		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
<i>Spirits</i>	288,4	63,1	192,6	55,5	49,7
<i>Wines</i>	57,1	12,5	42,1	12,1	35,6
<i>Soft Drinks</i>	103,7	22,7	104,6	30,1	-0,8
Altri ricavi	8,0	1,8	7,9	2,3	1,8
Totale	457,3	100,0	347,3	100,0	31,7

Relativamente alla distribuzione geografica delle vendite, il mercato italiano ha rappresentato il 50,0% del fatturato consolidato, in crescita del 18,0%. Questo risultato è dovuto, per il 5,7%, al buon andamento dei prodotti già in portafoglio (principalmente Campari, CampariSoda, Crodino e gli spumanti Cinzano) e all'introduzione di Campari Mixx, e per il 12,3% al consolidamento di Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A. L'area Americhe ha rappresentato il 28,1% sul fatturato totale, con una crescita interamente generata dal mercato USA, per effetto del consolidamento di Skyy Spirits, LLC, che rappresenta il 19,6% del fatturato totale. Il *business* brasiliano, pari al 7,6% delle vendite totali, ha registrato una crescita del 11,0% in valuta locale che, a causa dell'effetto cambi, si traduce in una flessione del 9,1% in valuta di consolidamento.

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

	1 gennaio - 30 settembre 2002		1 gennaio - 30 settembre 2001	
	€milioni	%	€milioni	%
Italia	228,6	50,0	193,8	55,8
Europa	87,2	19,1	90,7	26,1
Americhe	128,5	28,1	47,2	13,6
Resto del mondo	13,0	2,8	15,6	4,5
Totale	457,3	100,0	347,3	100,0

L'impatto positivo del consolidamento delle citate acquisizioni si riflette sui diversi livelli di redditività in termini sia di tassi di crescita sia di miglioramento dei margini sul fatturato.

Il margine commerciale si è attestato a € 128,0 milioni, evidenziando una crescita del 44,0% e un'incidenza sulle vendite in aumento dal 25,6% al 28,0%.

L'EBITDA è stato di € 111,7 milioni, in crescita del 53,8% e con un'incidenza sul fatturato che passa dal 20,9% al 24,4%.

L'EBITA, ovvero il risultato operativo prima dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi, è stato pari a € 100,2 milioni, registrando una crescita del 60,0% e un'incidenza sulle vendite in aumento dal 18,0% al 21,9%.

L'EBIT è stato pari a € 79,4 milioni, in crescita del 47,2%, e con un'incidenza percentuale sulle vendite in aumento dal 15,5% al 17,4%. Tale risultato beneficia anche del contributo di altri proventi per € 4,1 milioni attribuibili alle *royalties* relative a SKYY Blue, uno dei tre *brand leader* nel mercato statunitense dei *ready to drink*, lanciato all'inizio di quest'anno da Skyy Spirits, LLC in *partnership* con SABMiller, a cui sono affidate la produzione e la distribuzione.

L'utile ante imposte è stato di € 77,2 milioni, in crescita del 38,3% e con un'incidenza sul fatturato del 16,9%.

L'utile prima delle imposte del Gruppo, ovvero l'utile ante imposte al netto degli interessi di minoranza, è stato di € 66,0 milioni, in crescita del 18,2% e con un'incidenza sul fatturato del 14,4%.

Al 30 settembre 2002 l'indebitamento finanziario netto risulta pari a € 206,4 milioni, con un forte progresso rispetto al dato di € 239,4 milioni del 30 giugno 2002.

* * *

CODICE DI COMPORTAMENTO SULL'INSIDER DEALING

Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato il codice di comportamento sull'*insider dealing*, recependo così anche le più recenti indicazioni in materia di trasparenza informativa emanate da Borsa Italiana S.p.A.

Con l'adozione del codice la Società introduce i cosiddetti "*blocking period*", con cui viene posto divieto alle "persone rilevanti" (ovvero coloro potenzialmente in possesso di informazioni privilegiate) di effettuare operazioni sui titoli della Società nelle fasi più delicate, ovvero nei periodi che precedono l'annuncio dei risultati di bilancio e dei risultati infrannuali, nonché nei periodi rilevanti ai fini dell'attuazione di operazioni straordinarie.

Particolarmente stringenti sono gli obblighi di informazione che ciascuna "persona rilevante" assumerà nei confronti della Società. Infatti ogni "persona rilevante" dovrà notificare alla Società tutte le operazioni effettuate, compreso l'eventuale esercizio di *stock option*.

La Società provvederà a sua volta, al termine di ciascun trimestre, a informare il mercato delle operazioni compiute da ciascuna "persona rilevante" nel caso in cui queste superino la soglia di € 50.000.

Inoltre la Società provvederà a comunicare tempestivamente al mercato le operazioni di importo significativo, ovvero eccedenti l'importo complessivo di € 250.000, effettuate nel corso del trimestre di riferimento.

* * *

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17:00 di oggi, martedì 12 novembre 2002, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati dei primi nove mesi del 2002. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri (*pass code*: C481231):

- dall'Italia: 800.914.518 (numero verde)
- dall'estero: +39.02.3700.8213

* * *

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: investor.relations@campari.com

Media Relations

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Website: www.campari.com

Il Gruppo Campari è uno dei maggiori player mondiali nel settore delle bevande alcoliche, 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, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, 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, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosoda, 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. Il Gruppo impiega oltre 1.300 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. (Reuters CPR.MI, Bloomberg CPR IM).

Allegato 1) GRUPPO CAMPARI - CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO RELATIVO AI PRIMI NOVE MESI 2002

	1 gennaio - 30 settembre 2002		1 gennaio - 30 settembre 2001		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
Vendite nette ⁽¹⁾	457,3	100,0	347,3	100,0	31,7
Totale costo del venduto	(189,7)	-41,5	(151,7)	-43,7	25,1
Margine lordo	267,6	58,5	195,6	56,3	36,8
Pubblicità e promozioni	(87,1)	-19,1	(67,3)	-19,4	29,5
Costi di vendita e distribuzione	(52,5)	-11,5	(39,4)	-11,4	33,2
Margine commerciale	128,0	28,0	88,9	25,6	44,0
Spese generali e amministrative	(31,1)	-6,8	(22,1)	-6,4	40,9
Altri ricavi operativi	4,1	0,9	0,4	0,1	840,6
Ammortamento avviamento e marchi	(20,8)	-4,5	(8,7)	-2,5	139,7
Risultato operativo (EBIT)					
prima dei costi non ricorrenti	80,2	17,5	58,5	16,9	37,0
Costi non ricorrenti	(0,8)	-0,2	(4,6)	-1,3	-82,5
Risultato operativo (EBIT)	79,4	17,4	53,9	15,5	47,2
Proventi (oneri) finanziari netti	(4,5)	-1,0	2,5	0,7	-280,6
Utili (perdite) su cambi netti	9,1	2,0	(1,6)	-0,5	-675,3
Altri proventi (oneri) non operativi	(6,8)	-1,5	1,0	0,3	-789,2
Utile prima delle imposte	77,2	16,9	55,8	16,1	38,3
Interessi di minoranza	(11,2)	-2,4	0,0	0,0	-
Utile prima delle imposte del Gruppo	66,0	14,4	55,8	16,1	18,2
Ammortamenti delle immobilizzazioni materiali	(9,5)	-2,1	(8,1)	-2,3	16,9
Ammortamenti delle immobilizzazioni immateriali	(22,8)	-5,0	(10,6)	-3,1	115,6
Totale ammortamenti	(32,3)	-7,1	(18,7)	-5,4	72,8
EBITDA prima dei costi non ricorrenti	112,5	24,6	77,3	22,2	45,6
EBITDA	111,7	24,4	72,6	20,9	53,8
EBITA prima dei costi non ricorrenti ⁽²⁾	101,0	22,1	67,2	19,4	50,2
EBITA ⁽²⁾	100,2	21,9	62,6	18,0	60,0

(1) Al netto di sconti e accise

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