



Ai sensi dell'art. 71 del Regolamento adottato con la delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999, come successivamente modificato ed integrato.

di

da parte di:

con sede in Wilmington, Delaware, USA
Società controllata al 100%

da

-

con sede in via Sacchetti 20, 20099 Sesto San Giovanni (Milano)
Capitale sociale Euro 29.040.000 (interamente versato)
CCIAA di Milano n.1112227 R.E.A.
Codice fiscale e Registro Imprese Milano n. 06672120158

15 giugno 2009

(in Euro milioni)		-	-
Vendite nette	942,3	73,6	1.015,9
Risultato operativo	195,4	34,8	230,2
Utile prima delle imposte	172,4	19,2	191,6
Utile netto del Gruppo	126,5	10,4	136,9

(in Euro milioni)		-	-
Attività non correnti	1.143,5	305,8	1.449,3
Attività correnti	646,9	107,0	753,9
Attività destinate alla vendita	12,7	-	12,7
<i>di cui di competenza</i>	952,9	(13,2)	939,7
Passività non correnti	462,7	178,0	640,7
Passività correnti	385,4	248,1	633,5

(In Euro)		-	-
Utile base e diluito per azione	0,44	0,03	0,47
Patrimonio netto consolidato per azione	3,29	(0,04)	3,25

Indice

1. Avvertenze.....	5
1.1 Eventuali rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l'attività dell'Emittente, derivanti dall'acquisizione di Wild Turkey	5
2. Informazioni relative all'operazione.....	5
2.1 Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell'operazione	5
2.1.1 Descrizione delle attività oggetto dell'operazione di acquisizione	5
2.1.2 Modalità, condizioni e termini dell'operazione.....	6
2.1.3 Fonti di finanziamento dell'acquisizione	6
2.2 Motivazioni e finalità dell'operazione	8
2.2.1 Motivazioni dell'operazione con particolare riguardo agli obiettivi gestionali dell'Emittente.....	8
2.2.2 Programmi elaborati dall'Emittente relativamente al ramo di azienda acquisita	9
2.3 Rapporti con i soggetti da cui le attività sono state acquistate	9
2.3.1 Rapporti significativi intrattenuti dall'Emittente con la società oggetto dell'operazione	9
2.3.2 Rapporto nonché accordo significativo tra l'Emittente, le società da questo controllate, i dirigenti e i componenti dell'organo di amministrazione dell'Emittente e i soggetti da cui le attività sono state acquistate	9
2.4 Documenti a disposizione del pubblico.....	10
2.4.1 Luoghi in cui la documentazione può essere consultata.....	10
3. Effetti significativi dell'operazione	10
3.1 Effetti significativi dell'operazione sui fattori chiave che influenzano e caratterizzano l'attività dell'Emittente nonché sulla tipologia di business svolto dall'Emittente medesimo.....	10
3.2 Implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche afferenti i rapporti commerciali, finanziari e di prestazioni accentrate di servizi tra le imprese del Gruppo Campari	10
4. Dati economici e patrimoniali relativi alle attività acquisite	10
4.1 Dati economici e patrimoniali relativi al ramo di azienda acquisito	10
4.1.1 Conto economico del ramo di azienda rilevato.....	10
5. Dati economici e patrimoniali pro-forma dell'Emittente	12
5.1 Stato patrimoniale e conto economico pro-forma.....	12
5.2 Indicatori pro-forma per azione della società Emittente	22
5.2.1 Variazioni significative dei dati per azione della società Emittente.....	22

5.3 Relazione della società di revisione sui dati economici, patrimoniali e finanziari pro-forma.....	22
6. Prospettive dell'Emittente e del gruppo ad essa facente capo.....	22
6.1 Andamento degli affari dell'Emittente dalla chiusura dell'esercizio 2008.....	22
6.1.1 Conto economico consolidato del periodo 1 gennaio – 31 marzo 2009 e posizione finanziaria netta al 31 marzo 2009.....	22
6.2 Previsione dei risultati dell'esercizio in corso.....	25
Allegati.....	26

Premessa

Il presente Documento Informativo (il “Documento Informativo”), redatto ai sensi dell’art. 71 del regolamento di attuazione del decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58 adottato con Delibera Consob 11971 del 14 maggio 1999 e successive modifiche, contiene le informazioni relative all’acquisizione di un complesso di beni relativi ai marchi di *spirits Wild Turkey American straight bourbon whiskey* e del liquore American Honey (l’“Acquisizione Wild Turkey”), effettuata da parte di Davide Campari-Milano S.p.A. (“DCM” o l’“Emittente”) tramite la sua controllata indiretta Rare Breed Distilling, LLC.

1. Avvertenze

1.1 Eventuali rischi od incertezze che possano condizionare in misura significativa l’attività dell’Emittente, derivanti dall’acquisizione di Wild Turkey

Le vendite dei prodotti oggetto dell’acquisizione sono realizzate per circa l’85 % in due soli mercati: gli USA e l’Australia. Qualora, per qualsiasi ragione, l’andamento di tali mercati dovesse divenire negativo, potrebbero derivarne significative conseguenze negative per i risultati del gruppo facente capo all’Emittente (il “Gruppo Campari”).

Nel recente passato le accise sui ready-to-drink in Australia hanno avuto forti aumenti, che hanno significativamente inciso sull’andamento del mercato. Qualora si dovesse registrare un ulteriore inasprimento della tassazione su tali prodotti, l’andamento delle vendite potrebbe risentirne negativamente.

Come illustrato più in dettaglio al punto 2.1.3, l’acquisizione è stata finanziata in larga parte mediante indebitamento bancario. Un significativo peggioramento dell’andamento del *business* potrebbe rendere difficoltoso il rimborso dei finanziamenti alle scadenze contrattualmente previste.

2. Informazioni relative all’operazione

2.1 Descrizione sintetica delle modalità e dei termini dell’operazione

2.1.1 Descrizione delle attività oggetto dell’operazione di acquisizione

L’operazione consiste nell’acquisizione da parte di DCM e della sua controllata indiretta Rare Breed Distilling, LLC di un complesso di beni relativi ai marchi di *spirits Wild Turkey American straight bourbon whiskey* (comprensivi delle *line extension* a bassa gradazione Wild Turkey & Cola e Wild Turkey & Dry) e American Honey, liquore al *bourbon* e miele. I venditori sono la società di diritto francese Pernod Ricard S.A. e le sue controllate di diritto statunitense Austin Nichols & Co., Inc. e Pernod Ricard USA, LLC.

I beni oggetto dell’operazione sono costituiti in particolare da: (i) i marchi Wild Turkey e American Honey più alcuni altri marchi minori, con relativo *know-how* e altri diritti di proprietà intellettuale; (ii) il magazzino di *bourbon whiskey* in invecchiamento; (iii) il magazzino di prodotti finiti e materiali di confezionamento; (iv) la distilleria storica sita in Lawrenceburg (Kentucky, USA), nonché la nuova distilleria in costruzione nelle adiacenze di quella storica; (v) fabbricati vari, anche adibiti a depositi d’invecchiamento, presso il sito di Lawrenceburg o in aree vicine.

Va precisato che non rientrano nel perimetro dell'acquisizione gli stabilimenti di imbottigliamento. Poiché il Gruppo Campari non dispone di alcun proprio stabilimento negli USA, è stato stipulato con Pernod Ricard USA, LLC un contratto di imbottigliamento di durata triennale in base al quale Wild Turkey e American Honey continueranno ad essere imbottigliati presso lo stabilimento di Fort Smith (Arkansas) dove tale attività è stata finora svolta.

L'operazione è strutturata come mera cessione di beni e non è stata ceduta alcuna partecipazione societaria.

2.1.2 Modalità, condizioni e termini dell'operazione

Il contratto di acquisizione relativo all'operazione è stato sottoscritto il 7 aprile 2009 tra DCM e Redfire da un lato, in qualità di acquirenti, e la società di diritto francese Pernod Ricard S.A. e le sue controllate Austin Nichols & Co., Inc. e Pernod Ricard USA, LLC, dall'altro lato, in qualità di venditori.

L'operazione è stata completata il 29 maggio 2009 ("Closing"), ad ottenimento delle approvazioni necessarie da parte delle autorità antitrust italiane ed americane, nonché delle autorizzazioni necessarie per poter gestire l'attività di distillazione. Il soggetto che ha acquistato i beni è la società Rare Breed Distilling, Inc., con sede operativa in Lawrenceburg (Kentucky, USA), totalmente controllata da Redfire e alla quale la stessa Redfire e DCM avevano prima del Closing ceduto i propri diritti e obbligazioni contrattuali.

L'intero prezzo di USD 581 milioni circa, comprensivo di USD 575 milioni quale prezzo base e di USD 6 milioni circa per aggiustamenti contrattuali, è stato pagato al Closing.

Il prezzo base di USD 575 milioni è stato determinato sulla base di un multiplo del margine di contribuzione generato dall'attività, aggiustato sulla base di vari fattori rilevanti. Gli aggiustamenti contrattuali (USD 6 milioni circa) sono stati determinati prevalentemente in base a scostamenti tra il valore delle scorte esistenti al Closing, rispetto a quello previsto nel contratto di acquisizione.

Successivamente alla data del Closing, il prezzo dell'acquisizione potrebbe essere soggetto a ulteriori variazioni entro un periodo di 60 giorni, qualora si rilevassero scostamenti tra i valori consuntivi delle attività nette, acquisite e i valori preliminarmente stimati al Closing.

Non sono state predisposte perizie a supporto del prezzo.

2.1.3 Fonti di finanziamento dell'acquisizione

L'operazione di acquisizione è stata finanziata attraverso il ricorso ad un prestito, *Term and Revolving Loan Facilities*, messo a disposizione dell'Emittente da parte di un gruppo di banche primarie (Bank of America, BNP Paribas, Calyon e Intesa San Paolo).

Le condizioni del prestito vengono di seguito riassunte:

- Importo massimo: Euro 550.000.000,00, di cui:
 - Term Loan Facility: Euro 500.000.000,00
 - Revolving Loan Facility: Euro 50.000.000,00

- Valuta: Euro e/o USD, per un importo massimo ad un valore equivalente in Euro di 250.000.000,00

- Periodo di rimborso
 - *Term Loan Facility*:

- *Tranche A*: 364 giorni, con opzione di estensione della durata per ulteriori 364 giorni.
- *Tranche B*: 3 anni
- *Revolving Loan Facility*: 3 anni

- Importo massimo
 - *Term Loan Facility*:
 - *Tranche A*: fino a Euro 150.000.000,00
 - *Tranche B*: fino a Euro 350.000.000,00
 - *Revolving Loan Facility*: fino a Euro 50.000.000,00

- Modalità di rimborso
 - *Term Loan Facility*:
 - *Tranche A*: in unica soluzione (*bullet*) alla scadenza del periodo di rimborso.
 - *Tranche B*: secondo il seguente piano di ammortamento: Euro 15.000.000,00 al 31/12/2009, Euro 15.000.000,00 al 30/06/2010, Euro 20.000.000,00 al 31/12/2010, Euro 20.000.000,00 al 30/06/2011, Euro 20.000.000,00 al 31/12/2011, fino a Euro 260.000.000,00 al 30/06/2012.
 - *Revolving Loan Facility*: 3 anni

- Scopo :
 - *Term Loan Facility*: finanziamento del prezzo dell'acquisizione, degli investimenti attesi relativi alla costruzione della nuova distilleria (*capital expenditure*) fino ad un limite di Euro 50.000.000,00, nonché dei costi accessori all'acquisizione.
 - *Revolving Loan Facility*: finanziamento del capitale circolante

- Margine
 - *Term Loan Facility*:
 - *Tranche A*: 1,75% p.a. dall'utilizzo, 2,25% dal 1 novembre 2009, 2,50% dal 1 aprile 2010
 - *Tranche B*: 2,50%
 - *Revolving Loan Facility*: 2,50%.

Decorsi dodici mesi dall'utilizzo, è previsto un meccanismo di riduzione del margine applicato sulla *Tranche B* del *Term Loan Facility* e sulla *Revolving Loan Facility* in funzione del ridursi del rapporto tra Indebitamento Netto ed Ebitda del Gruppo.

Il finanziamento in oggetto prevede per la sua durata un "Financial Covenant" per cui, il multiplo tra Indebitamento Netto del Gruppo ed Ebitda pro-forma del Gruppo (determinato considerando anche i profitti del business acquisito) non deve essere superiore a 3,5.

Il prestito di cui sopra alla data odierna è stato utilizzato per i seguenti importi:

- *Term Loan Facility*:
 - *Tranche A*: USD 208.620.000,00
 - *Tranche B*: USD 66.380.000,00, Euro 231.000.000,00

- *Revolving Loan Facility*: non utilizzata

Al fine di estendere la durata dei finanziamenti in essere il Gruppo sta valutando l'opportunità di rifinanziare la Credit Facility tramite il collocamento privato (Private Placement) di "Senior Notes" presso investitori istituzionali negli Stati Uniti.

2.2 Motivazioni e finalità dell'operazione

2.2.1 Motivazioni dell'operazione con particolare riguardo agli obiettivi gestionali dell'Emittente

Wild Turkey è un marchio 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, mentre l'Australia e il Giappone sono, rispettivamente, il secondo e il terzo mercato. In Australia la parte predominante del business è rappresentata da vendite dei *ready-to-drink* Wild Turkey & Cola e Wild Turkey & Dry, prodotti con una gradazione alcolica del 6% Vol. venduti in bottiglie monodose e lattine.

Il marchio 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 di prezzo più elevato che trainano la crescita negli Stati Uniti e nei mercati internazionali.

American Honey è un innovativo liquore a base di *bourbon* e miele, lanciato di recente sul mercato americano, con un eccellente tasso di crescita e grandi potenzialità.

L'operazione si inquadra nella strategia di crescita dell'Emittente attraverso acquisizioni significative, che consentano all'Emittente di partecipare appieno al processo di consolidamento del settore. Questa acquisizione segna un ulteriore rilevante passo avanti nella creazione di un *player leader* a livello globale nel settore *spirit*.

L'acquisizione di Wild Turkey rappresenta un'operazione di elevato valore strategico in quanto comporta l'ingresso dell'Emittente nella categoria del *bourbon whiskey*, in una posizione di assoluto rilievo, e rafforza ulteriormente il proprio posizionamento nel mercato dei *premium spirit* negli Stati Uniti e nei mercati internazionali.

Attraverso l'acquisizione di Wild Turkey l'Emittente intende raggiungere i seguenti obiettivi:

- diversificazione del proprio portafoglio prodotti, mediante l'ingresso nella categoria in crescita del *bourbon whiskey*
- acquisizione del primo marchio *premium* di Kentucky *bourbon whiskey* a livello mondiale, *brand* di qualità elevata e con forte potenzialità di crescita
- acquisizione di American Honey, 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
- significativo aumento della massa critica e ampliamento del portafoglio nel mercato americano, caratterizzato da elevata redditività
- espansione della presenza dell'Emittente in importanti mercati internazionali, come l'Australia, dove l'acquisizione crea i presupposti per la creazione di una nostra piattaforma distributiva, e il Giappone.

2.2.2 Programmi elaborati dall'Emittente relativamente al ramo di azienda acquisita

Relativamente alle attività produttive acquisite tramite l'operazione, è prevista la prosecuzione del progetto di costruzione della nuova distilleria di Lawrenceburg, con tempistica e modalità invariate rispetto ai piani sviluppati dal Gruppo Pernod Ricard (di seguito "Pernod-Ricard" o il "Venditore") prima della cessione. L'entrata in funzione della nuova distilleria è prevista per l'autunno 2010, con un investimento residuo di circa USD 32 milioni.

A supporto delle attività produttive, è stato sviluppato un programma di potenziamento della struttura di *Global Supply Chain* del Gruppo Campari nel Nord America, che prevede l'inserimento di *manager* con adeguate professionalità nelle aree degli acquisti, logistica e controllo della qualità, beneficiando delle sinergie derivanti dall'accresciuta massa critica.

2.3 Rapporti con i soggetti da cui le attività sono state acquistate

2.3.1 Rapporti significativi intrattenuti dall'Emittente con la società oggetto dell'operazione

Non applicabile, in quanto l'operazione non ha per oggetto una partecipazione societaria.

2.3.2 Rapporto nonché accordo significativo tra l'Emittente, le società da questo controllate, i dirigenti e i componenti dell'organo di amministrazione dell'Emittente e i soggetti da cui le attività sono state acquistate

Al Closing dell'operazione sono stati sottoscritti una serie di accordi accessori fra società del Gruppo Campari e società di Pernod-Ricard, aventi i seguenti oggetti:

- un accordo triennale con Pernod Ricard USA, LLC per l'imbottigliamento dei prodotti presso lo stabilimento di Fort Smith (Arkansas, USA);
- un accordo decennale per la fornitura di botti usate da parte di Rare Breed Distilling, LLC a Irish Distillers Ltd., società irlandese del Gruppo Pernod Ricard;
- un accordo annuale con Pernod Ricard Pacific PTY Ltd. per la distribuzione dei prodotti sul mercato australiano e su vari altri mercati minori dell'Oceania, relativo anche alla fabbricazione locale di un *ready-to-drink* a bassa gradazione a base di Wild Turkey e cola o *dry* (Wild Turkey & Cola, Wild Turkey & Dry);
- un accordo triennale con Pernod Ricard Japan KK per la distribuzione dei prodotti sul mercato giapponese;
- vari accordi minori relativi alla fornitura, da parte di società di Pernod-Ricard, di servizi transitori a favore di Rare Breed Distilling, LLC.

Tutti gli accordi in questione prevedono condizioni economiche di mercato.

Precedentemente all'operazione, erano già in essere tra il Gruppo Campari e Pernod-Ricard accordi per l'imbottigliamento dei Scotch whisky Glen Grant da parte di società del Gruppo Pernod Ricard, nonché per la fornitura alle stesse da parte di società del Gruppo Campari di Scotch whisky distillato nella distilleria di Rothes.

Non vi sono altri rapporti significativi tra i due Gruppi.

2.4 Documenti a disposizione del pubblico

2.4.1 Luoghi in cui la documentazione può essere consultata

Il presente *Documento Informativo* sarà reso pubblico mediante deposito presso la sede legale di Davide Campari-Milano S.p.A., Via Franco Sacchetti 20, 20099 Sesto San Giovanni (MI) e presso Borsa Italiana SpA. Lo stesso sarà disponibile in formato elettronico sul sito *Internet* <http://investors.camparigroup.com/>

3. Effetti significativi dell'operazione

3.1 Effetti significativi dell'operazione sui fattori chiave che influenzano e caratterizzano l'attività dell'Emittente nonché sulla tipologia di business svolto dall'Emittente medesimo

Con Wild Turkey il Gruppo aggiunge un *brand* di rilevanza strategica al proprio portafoglio e rafforza ulteriormente la propria offerta di *premium spirit*. Questa acquisizione segna un ulteriore rilevante passo avanti nella creazione di un *player leader* a livello globale nel settore *spirit*. Rappresenta un'opportunità unica di entrare nella categoria chiave del *bourbon whiskey* e di sfruttare il suo potenziale di crescita attraverso un *brand leader* a livello mondiale. L'operazione costituisce un'opportunità chiave, in linea con la strategia dell'Emittente, di continuare a crescere nel mercato *spirit* negli Stati Uniti, caratterizzato da elevata redditività. Inoltre, getta le basi per espandere la presenza in importanti mercati internazionali, come l'Australia, dove l'acquisizione crea i presupposti per la creazione di una piattaforma distributiva diretta, e il Giappone.

3.2 Implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche afferenti i rapporti commerciali, finanziari e di prestazioni accentrate di servizi tra le imprese del Gruppo Campari

Per quanto concerne le implicazioni dell'operazione sulle linee strategiche sui rapporti tra le imprese del Gruppo Campari si rimanda a quanto già detto nei Paragrafi 2.2.2 e 2.3.2.

4. Dati economici e patrimoniali relativi alle attività acquisite

4.1 Dati economici e patrimoniali relativi al ramo di azienda acquisito

4.1.1 Conto economico del ramo di azienda rilevato

L'Acquisizione Wild Turkey si configura come acquisizione di un ramo d'azienda e pertanto non ci sono bilanci disponibili relativi a una o più società acquisite. In assenza di bilanci, separati o consolidati, che rappresentano in modo esclusivo i dati patrimoniali ed economici relativi al ramo d'azienda acquisito, la predisposizione di tali dati è stata effettuata estraendo le informazioni dalla reportistica contabile gestionale conforme agli IFRS messa a disposizione dell'acquirente nel corso del processo di acquisizione. I dati economici comunicati all'acquirente sono limitati al margine di contribuzione prodotto, nei diversi mercati, dai marchi oggetto dell'acquisizione, ovvero al margine dopo il costo del venduto e dopo i costi di promozione e pubblicità ma prima dei costi generali, degli oneri finanziari e delle imposte.

Nel presente capitolo è presentato il margine di contribuzione relativo all'Acquisizione Wild Turkey per gli esercizi chiusi al 30 giugno 2006, 30 giugno 2007 e 30 giugno 2008, date di chiusura del bilancio consolidato Pernod-Ricard.

		100,0%		100,0%		100,0%	
Costo del venduto	(43.824)	-40,5%	(49.795)	-41,7%	(55.724)	-40,8%	12,8%
		59,5%		58,3%		59,2%	
Pubblicità e promozioni	(18.083)	-16,7%	(18.262)	-15,3%	(24.661)	-18,1%	16,7%
		42,8%		43,0%		41,1%	
Vendita <i>barrel</i>	1.037	1,0%	2.537	2,1%	2.905	2,1%	67,4%
	barrel	43,7%		45,1%		43,2%	

Il margine di contribuzione a livello mondiale di Wild Turkey è stato predisposto ai tassi di cambio medi per ciascun periodo di riferimento. La tabella seguente mostra i cambi medi per le valute più significative per Wild Turkey.

US dollar	1,000	1,000	1,000
Euro	0,822	0,766	0,681
Australian Dollar	1,338	1,274	1,116
Japanese Yen	114,873	118,562	110,086

Relativamente alle vendite nette, Wild Turkey ha registrato una crescita significativa negli ultimi anni, realizzando una progressione del 12,3% in media all'anno (8,5% a tassi di cambio costanti dal FY2006) nel periodo FY2006-FY2008.

Questa significativa crescita è attribuibile principalmente a:

- crescita della marca Wild Turkey *straight bourbon* del 5,7% in media all'anno negli Stati Uniti nel periodo FY2006-FY2008, trainata principalmente da un incremento del 4% circa dei prezzi di vendita di Wild Turkey 101 *proof* e Wild Turkey 80 *proof*. Questo incremento riflette il posizionamento *premium* della marca;
- lancio di grande successo della marca American Honey nell'esercizio FY2007 negli Stati Uniti;
- forte incremento nel mercato australiano, pari al 23,3% in media all'anno (12,6% a cambi costanti da FY2006) nel periodo FY2006-FY2008, trainato da una crescita sostenuta sia di Wild Turkey *straight bourbon* sia di Wild Turkey *ready-to-drink*.

Il margine lordo è rimasto stabile al 59% delle vendite nette nel periodo, riflettendo il posizionamento *premium* della marca.

La voce pubblicità e promozioni per Wild Turkey ha rappresentato in media il 16% circa delle vendite nette nel periodo. L'incremento registrato nell'esercizio FY2008 riflette i significativi investimenti a supporto del lancio di American Honey.

Wild Turkey ha registrato una significativa crescita nel margine di contribuzione comprensivo delle vendite di "barrel" in aumento del 11,7% in media all'anno (7,6% a cambi costanti dal FY2006) durante il periodo FY2006-FY2008.

5. Dati economici e patrimoniali pro-forma dell'Emittente

5.1 Stato patrimoniale e conto economico pro-forma

Si riportano di seguito i prospetti di stato patrimoniale e conto economico consolidati pro-forma del Gruppo Campari per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008 (di seguito i "Prospetti Consolidati Pro-Forma"), che danno effetto retroattivo all'operazione di acquisizione da Pernod-Ricard del ramo di azienda Wild Turkey, finalizzata in data 29 maggio 2009, in esecuzione degli accordi stipulati nell'Assets Purchase Agreement sottoscritto in data 7 aprile 2009, nonché agli accordi industriali e commerciali contestualmente stipulati con il Venditore e, infine, alle operazioni finanziarie realizzate al fine di reperire le risorse necessarie per l'acquisizione (di seguito "l'Operazione").

I Prospetti Consolidati Pro-Forma sono stati predisposti ai fini dell'inclusione nel presente Documento Informativo partendo dal bilancio consolidato del Gruppo Campari al 31 dicembre 2008, ed applicando le rettifiche pro-forma relative all'Operazione, come descritto di seguito.

Il bilancio consolidato del Gruppo Campari al 31 dicembre 2008, predisposto in conformità agli IFRS e presentato nella prima colonna degli allegati Prospetti Consolidati Pro-Forma, è stato assoggettato a revisione contabile da parte di Reconta Ernst & Young S.p.A. che ha emesso la propria relazione in data 10 aprile 2009.

I dati patrimoniali ed economici relativi al ramo di azienda acquisito al 31 dicembre 2008, presentati nella seconda colonna degli allegati Prospetti Consolidati Pro-Forma, sono stati predisposti e resi disponibili all'acquirente nell'ambito del processo di vendita del ramo di azienda.

In assenza di bilanci, separati o consolidati, che rappresentino in modo esclusivo i dati patrimoniali ed economici relativi al ramo d'azienda acquisito, la predisposizione di tali dati è stata effettuata dal Venditore estraendo le informazioni dalla reportistica contabile gestionale di Pernod-Ricard, predisposta secondo le regole contabili adottate da Pernod-Ricard che sono conformi agli IFRS. I dati economici comunicati all'acquirente sono limitati al margine prodotto, nei diversi mercati, dai marchi oggetto dell'acquisizione, al netto dei costi di promozione, pubblicità e distribuzione, prima dei costi generali, degli oneri finanziari e delle imposte. I dati patrimoniali ed economici relativi al ramo di azienda acquisito, resi disponibili dal Venditore ed utilizzati come base di preparazione dei Prospetti Consolidati Pro-Forma non sono stati assoggettati a revisione contabile.

I Prospetti Consolidati Pro-forma sono stati ottenuti apportando ai sopra descritti dati storici appropriate rettifiche pro-forma per riflettere retroattivamente gli effetti significativi dell'Operazione. In particolare, tali effetti, sulla base di quanto riportato nella comunicazione Consob n. DEM/1052803 del 5 luglio 2001, sono stati riflessi retroattivamente nello stato patrimoniale consolidato pro-forma come se l'Operazione fosse stata posta in essere al 31 dicembre 2008 e, nel conto economico consolidato pro-forma, come se fosse stata posta in essere dal 1 gennaio 2008.

Relativamente ai principi contabili adottati dal Gruppo Campari per la predisposizione dei dati storici consolidati, si rinvia alle note al bilancio consolidato al 31 dicembre 2008 predisposto dall'Emittente in conformità agli IFRS adottati dall'Unione Europea.

I prospetti di stato patrimoniale e conto economico consolidati pro-forma sono derivati dagli schemi inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo Campari al 31 dicembre 2008 e sono esposti in forma sintetica.

Gli allegati Prospetti Consolidati Pro-Forma presentano:

- (i) nella prima colonna il bilancio consolidato del Gruppo Campari al 31 dicembre 2008;
- (ii) nella seconda colonna, denominata “Acquisizione Wild Turkey”, i dati patrimoniali ed economici relativi al ramo di azienda acquisito, tradotti in Euro secondo le modalità previste dagli IFRS e riclassificati secondo gli schemi adottati dal Gruppo Campari. Tali dati non sono stati oggetto di revisione contabile;
- (iii) nella terza colonna, denominata “Accordi Commerciali e Industriali collegati all’Acquisizione”, gli effetti patrimoniali ed economico-finanziari collegati agli accordi stipulati con il Venditore contestualmente all’acquisto del ramo di azienda al fine di dare continuità all’ attività operativa;
- (iv) nella quarta colonna, denominata “Acquisizione Wild Turkey comprensiva degli accordi Commerciali e Industriali collegati all’Acquisizione”, la contribuzione complessiva del business Wild Turkey ai dati patrimoniali ed economici pro-forma, ottenuta sommando gli effetti delle due colonne precedenti;
- (v) nella quinta colonna denominata “Finanziamento dell’Acquisizione”, gli effetti patrimoniali ed economico-finanziari relativi al finanziamento dell’Operazione.

Per una corretta interpretazione delle informazioni fornite dai dati pro-forma, è necessario considerare i seguenti aspetti:

- (i) trattandosi di rappresentazioni costruite su ipotesi, qualora l’Operazione fosse stata realmente realizzata alle date prese a riferimento per la predisposizione dei dati pro-forma, anziché alla data di efficacia, non necessariamente i dati storici sarebbero stati uguali a quelli pro-forma;
- (ii) i dati pro-forma non riflettono dati prospettici in quanto sono predisposti in modo da rappresentare solamente gli effetti isolabili ed oggettivamente misurabili dell’Operazione, senza tenere conto degli effetti potenziali dovuti a variazioni delle politiche della Direzione ed a decisioni operative conseguenti all’Operazione stessa.

Inoltre, in considerazione delle diverse finalità dei dati pro-forma rispetto ai dati dei bilanci storici e delle diverse modalità di calcolo degli effetti dell’Operazione con riferimento allo stato patrimoniale ed al conto economico, i prospetti consolidati pro-forma vanno letti e interpretati separatamente, senza ricercare collegamenti contabili tra i due documenti.

Infine, è da tenere presente che, come di seguito indicato:

- 1) sulla base del contratto di acquisto del ramo di azienda Wild Turkey, il prezzo dell’acquisizione del ramo pari a USD 581,4 milioni, potrebbe subire variazioni, in quanto soggetto, secondo le previsioni contrattuali, ad aggiustamento da definirsi entro 60 giorni dalla data di *Closing* dell’Operazione, sulla base della verifica dei valori consuntivi dei beni ceduti alla medesima data;
- 2) il processo contabile di allocazione del prezzo pagato per l’acquisizione è in corso. Conseguentemente le allocazioni contabili effettuate ai fini della preparazione dei dati consolidati pro-forma sono preliminari e soggette a modifiche. L’eccesso di prezzo rispetto ai valori delle attività nette acquisite è stato provvisoriamente allocato a immobilizzazioni immateriali a vita utile indefinita, in quanto si prevede possa

essere in massima parte attribuito al valore dei marchi acquisiti e ad avviamento. Pertanto, se a completamento del processo di allocazione verranno identificate attività materiali ed immateriali a vita definita, non rilevate nei dati storici del ramo acquisito, ovvero a plusvalori impliciti nelle stesse o nelle rimanenze o ad altre voci patrimoniali che potrebbero in futuro determinare effetti economici, i risultati economici futuri, a partire dall'esercizio 2009, rifletteranno anche gli ammortamenti o gli altri effetti relativi a tali allocazioni, non inclusi nell'allegato conto economico consolidato pro-forma.

ATTIVITA'						
Immobilizzazioni materiali nette	176.486	29.688	-	29.688	-	206.174
Attività biologiche	18.018	-	-	-	-	18.018
Investimenti immobiliari	666	-	-	-	-	666
Avviamento e marchi	920.315	276.138	-	276.138	-	1.196.453
Attività immateriali a vita definita	5.105	-	-	-	-	5.105
Partecipazioni in società collegate e <i>joint venture</i>	1.101	-	-	-	-	1.101
Imposte anticipate	14.362	-	-	-	-	14.362
Altre attività non correnti	7.473	-	-	-	-	7.473
			-		-	
Rimanenze	165.717	116.294	-	116.294	-	282.011
Crediti commerciali	272.096	-	-	-	-	272.096
Crediti finanziari, quota a breve	4.093	-	-	-	-	4.093
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	172.558	-	-	-	(10.555)	162.003
Altri crediti	32.447	1.250	-	1.250	-	33.697
			-		-	
		-	-	-	-	12.670
			-		-	
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO						
		-	-	-	-	
Patrimonio netto di terzi	2.136	-	-	-	-	2.136
		-	-	-	-	
Prestiti obbligazionari	316.852	-	-	-	-	316.852
Debiti verso banche	-	-	-	-	177.978	177.978
Altre passività finanziarie non correnti	56.654	-	-	-	-	56.654
Piani a benefici definiti	10.663	-	-	-	-	10.663
Fondi per rischi e oneri futuri	9.013	-	-	-	-	9.013
Imposte differite	69.486	-	-	-	-	69.486
		-	-	-	-	
Debiti verso banche	107.454	-	-	-	242.954	350.408
Altri debiti finanziari	25.843	-	-	-	-	25.843
Debiti verso fornitori	152.145	4.614	-	4.614	-	156.759
Debiti per imposte	59.273	-	-	-	-	59.273
Altre passività correnti	40.727	485	-	485	-	41.212
			-		-	
			-		-	

Vendite nette	942.329	93.572	(19.951)	73.621	-	1.015.950
Costo del venduto	(428.211)	(38.059)	15.340	(22.719)	-	(450.930)
					-	
Pubblicità e promozioni	(172.875)	(15.114)	-	(15.114)	-	(187.989)
					-	
Costi di struttura	(145.856)	-	(1.020)	(1.020)	-	(146.876)
					-	
Proventi e oneri finanziari	(22.205)	-	-	-	(15.632)	(37.837)
Quota di utile (perdite) di società valutate con il metodo del patrimonio netto	230	-	-	-	-	230
Oneri per put option	(987)	-	-	-	-	(987)
Imposte	(45.680)	(16.160)	2.252	(13.908)	5.098	(54.490)
Interessenze di minoranza	(199)	-	-	-	-	(199)

La prima colonna dei prospetti di stato patrimoniale e di conto economico consolidati pro-forma, come esposto in Premessa, rappresenta il bilancio consolidato del Gruppo Campari al 31 dicembre 2008. Le successive colonne rappresentano le rettifiche pro-forma che riflettono gli effetti collegati all'Operazione. In particolare:

(B) - Acquisizione Wild Turkey

Come descritto in maggior dettaglio nei capitoli precedenti, l'acquisizione è stata realizzata da una società veicolo di nuova costituzione negli U.S.A., Rare Breed, LLC, controllata integralmente da Redfire Inc - società statunitense a sua volta interamente controllata da Davide Campari-Milano S.p.A. - in qualità di parte acquirente, e dalle società Austin, Nichols & Co., Incorporated e Pernod Ricard USA, LLC - società interamente controllate da Pernod Ricard S.A. - in qualità di parti venditrici. L'acquisizione è stata effettuata con la sottoscrizione del contratto di compravendita del ramo d'azienda del 7 aprile 2009, divenuto efficace in data 29 maggio 2009 a completamento dei previsti iter autorizzativi *anti-trust* e con il pagamento del prezzo, stabilito in USD 581,4 milioni (pari a circa Euro 416,8 milioni al cambio noto alle parti all'atto del trasferimento del ramo).

La colonna "Acquisizione Wild Turkey" evidenzia i valori patrimoniali ed economici, non assoggettati a revisione contabile, relativi al ramo di azienda acquisito, predisposti e resi disponibili dal Venditore nell'ambito del processo di vendita del ramo di azienda come sopra descritto. Si evidenzia che la rettifica in aumento della voce "Avviamento e Marchi", pari a circa Euro 276,1 milioni, riflette l'integrale allocazione, provvisoriamente effettuata, dell'eccedenza del prezzo di acquisizione, pari a Euro 418,3 milioni, inclusivo degli oneri accessori

preliminarmente stimati in circa Euro 1,5 milioni, rispetto al patrimonio netto contabile acquisito. In relazione al recente completamento dell'Operazione, il processo contabile di allocazione del prezzo pagato per l'acquisizione del ramo di azienda non risulta ancora completato. Sulla base delle analisi preliminari effettuate, la Direzione del Gruppo Campari ritiene che il prezzo di acquisizione del ramo di azienda sarà principalmente allocato al marchio "Wild Turkey" ed agli altri marchi acquisiti, che comunque non saranno assoggettati ad ammortamento in quanto valutati a vita utile indefinita, e ad avviamento.

Si evidenzia che in base alla normativa fiscale applicabile negli USA, i plusvalori allocati a marchio e ad avviamento saranno deducibili a livello locale ai fini delle imposte sul reddito in 15 anni.

Dalle preliminari verifiche in corso ai fini dell'allocazione del prezzo d'acquisto, sono, tuttavia, emersi i seguenti elementi di interesse, che potrebbero determinare significative variazioni patrimoniali ed economiche nei bilanci del Gruppo Campari, rispetto ai Prospetti Consolidati Pro-Forma:

- il trattamento contabile dei costi di acquisto delle botti utilizzate per l'invecchiamento del bourbon, adottato da Pernod-Ricard, differisce dal criterio adottato dal Gruppo Campari e, pertanto, il cambio dello stesso potrebbe determinare effetti patrimoniali e/o economici di importo rilevante;
- i quantitativi di scorte di liquido in invecchiamento appaiono, ad una prima stima, eccedere i programmi di produzione del Gruppo Campari e, pertanto, il valore di tale eccesso potrebbe essere contabilmente trattato dal Gruppo Campari in modo difforme dal Venditore;
- le attività acquisite includono gli impianti di distillazione che saranno dismessi non appena ultimata la costruzione del nuovo stabilimento, già iniziata dal Venditore. Il Gruppo Campari non ha ancora ultimato la valutazione degli effetti patrimoniali ed economici relativi alla dismissione dei menzionati impianti.

(C) - Accordi Commerciali e Industriali collegati all'Acquisizione

La colonna "Accordi Commerciali e Industriali collegati all'Acquisizione" evidenzia gli effetti degli accordi sottoscritti con il Venditore al fine di dare continuità all'attività operativa del ramo di azienda acquisito, nel periodo necessario al Gruppo Campari a finalizzare l'integrazione del nuovo business nella propria organizzazione. Più in particolare, il Gruppo Campari acquisterà da Pernod-Ricard i seguenti servizi:

- i) servizi di vendita e distribuzione con riferimento alla linea di prodotto *WT Straight Bourbon* in Australia. Il corrispondente contratto ha durata di un anno dalla data del Closing e prevede che il Gruppo Campari venda a Pernod-Ricard il prodotto finito a un prezzo tale che consenta a Pernod-Ricard di conseguire un margine contrattualmente concordato, dopo avere sostenuto i costi di vendita e di distribuzione;
- ii) servizi di produzione, vendita e distribuzione con riferimento alla linea di prodotto *WT Ready To Drink* in Australia. Come il precedente, anche questo contratto ha durata di un anno dalla data del Closing e prevede che Pernod-Ricard consegua un margine contrattualmente definito sul mercato australiano. Relativamente alla linea *WT Ready To Drink*, l'accordo prevede tuttavia che Pernod-Ricard gestisca anche l'acquisto dei materiali di confezionamento e l'imbottigliamento; il Gruppo Campari pertanto cederà a Pernod-Ricard soltanto il liquido sfuso (*bulk*) e il prezzo di cessione sarà tale da consentire a Pernod-Ricard di conseguire il margine concordato dopo avere sostenuto anche tutti i costi relativi alla produzione del prodotto finito, oltre ai costi di vendita e di distribuzione. Pertanto, è opportuno segnalare:

- che, relativamente al *Ready To Drink*, il Gruppo Campari per il primo anno conseguirà un margine di contribuzione inferiore rispetto a quello precedentemente conseguito dal venditore, per via del margine di distribuzione riconosciuto a Pernod Ricard;
 - che per il primo anno, le vendite nette del Gruppo Campari (relative a bulk anziché a prodotti finiti), subiranno una ulteriore riduzione, per un importo equivalente ai costi trasferiti al distributore (materiali di confezionamento e costi di imbottigliamento, spese di vendita e di distribuzione); tale riduzione delle vendite nette non ha impatto sul margine di contribuzione in quanto compensata da minori oneri;
- iii) servizi di vendita e distribuzione con riferimento alla linea di prodotto *WT Straight Bourbon* in Giappone. Il corrispondente contratto avrà durata di 3 anni dalla data del Closing e prevede che il Gruppo Campari venda a Pernod-Ricard il prodotto finito a un prezzo tale che consenta a Pernod-Ricard di conseguire un margine contrattualmente definito, dopo avere sostenuto i costi di vendita e di distribuzione;
- iv) servizi di imbottigliamento del prodotto finito presso lo stabilimento di Fort Smith (Arkansas, USA) della durata di tre anni che permetterà al Gruppo Campari di ottenere un risparmio rispetto ai costi sostenuti nel 2008 e inclusi nel conto economico del ramo d'azienda Wild Turkey, riportato nella colonna (B) del conto economico consolidato pro-forma.

I principali effetti di tali accordi, stimati dalla Direzione del Gruppo Campari sulla base dei dati storici relativi al ramo di azienda acquisito e sulla base dei contratti sottoscritti, si concretizzano in una rettifica in diminuzione delle Vendite nette per circa Euro 20,0 milioni ed in una rettifica in diminuzione del Costo del Venduto di circa Euro 15,3 milioni.

(D) – Acquisizione Wild Turkey comprensiva degli Accordi Commerciali e Industriali collegati all'Acquisizione

La colonna "Acquisizione Wild Turkey comprensiva degli Accordi Commerciali e Industriali collegati all'Acquisizione" evidenzia la contribuzione complessiva del business Wild Turkey ai dati patrimoniali ed economici pro-forma, ottenuta sommando gli effetti delle colonne (B) e (C).

Ai fini di un maggior dettaglio, si riportano nella tabella sottostante i valori relativi alla contribuzione del ramo d'azienda acquisito in USD/000, che, tradotti in Euro al cambio medio dell'esercizio 2008 pari a 1,4706, sono stati inclusi nel conto economico consolidato pro-forma.

Vendite nette	137.608	(29.340)	108.268	73.621
Costo del venduto	(55.970)	22.560	(33.410)	(22.719)
Pubblicità e promozioni	(22.227)	-	(22.227)	(15.114)
Costi di struttura	0	(1.500)	(1.500)	(1.020)

(E) - Finanziamento dell'Acquisizione

La colonna "Finanziamento dell'Acquisizione" include gli effetti patrimoniali ed economici collegati al finanziamento dell'Operazione, che è stata effettuata tramite il ricorso ad indebitamento bancario, ad eccezione dell'aggiustamento prezzo e del pagamento di alcuni oneri accessori avvenuto tramite prelievo dalle disponibilità liquide per Euro 10,6 milioni. Conseguentemente i Debiti verso Banche subiscono una rettifica in aumento di complessivi Euro 420,9 milioni. Sulla base dei piani di ammortamento previsti dal contratto di finanziamento, il sopra descritto debito verso banche è stato classificato nelle passività correnti per Euro 243,0 milioni e nelle passività non correnti per Euro 177,9 milioni. Si evidenzia inoltre che le rettifiche pro-forma includono una rettifica in diminuzione del patrimonio netto pari a Euro 13,2 milioni, relativa agli effetti del trattamento contabile dei contratti *forward su cambi* stipulati dal Gruppo Campari quale copertura dell'investimento netto della partecipazione in Redfire, INC. Gli effetti di tali contratti derivati sono stati sospesi a patrimonio netto in accordo con quanto previsto dello IAS 39 paragrafo 102.

Con riferimento agli effetti economici collegati al contratto di finanziamento, la voce Oneri finanziari include una rettifica in aumento di Euro 15,6 milioni, che rappresenta la stima degli interessi passivi sull'importo erogato dalla banca. Inoltre, a fronte degli stimati oneri finanziari, sono stati determinati i corrispondenti effetti fiscali, pari a circa Euro 5,1 milioni.

Le erogazioni a favore del Gruppo Campari matureranno interessi ad un tasso pari all'Euribor (Libor per gli utilizzi in valuta USD) maggiorato di uno *spread* compreso tra l'1,75% ed il 2,50% in relazione alle varie *facilities*, ai periodi di utilizzo ed al *Leverage Ratio* della società utilizzatrice. Il contratto di finanziamento prevede inoltre quale *financial covenant* il mantenimento di un *Leverage Ratio* inferiore a 3,50 per tutta la durata del finanziamento, da calcolarsi al termine di ciascun esercizio e in specifici casi previsti contrattualmente.

Si evidenzia che gli importi già erogati dagli istituti bancari, per un totale di circa Euro 428,1 milioni al lordo di oneri accessori per Euro 7,2 milioni, sono stati concessi:

- i) quanto a Euro 131,0 milioni direttamente all'Emittente, in data 28 maggio 2009, in relazione all'utilizzo della linea Facility B;
- ii) quanto a Euro 100,0 milioni alla controllata Campari Finance Belgium SA, in data 28 maggio 2009, in relazione all'utilizzo della linea Facility B;
- iii) quanto a Euro 197,1 milioni alla controllata Redfire Inc, in data 29 maggio 2009, di cui Euro 150 milioni in relazione all'integrale utilizzo della linea Facility A e di cui Euro 47,1 milioni con riferimento alla linea Facility B.

Al fine di estendere la durata dei finanziamenti in essere il Gruppo sta valutando l'opportunità di rifinanziare la Credit Facility tramite il collocamento privato (Private Placement) di "Senior Notes" presso investitori istituzionali negli Stati Uniti.

-

Lo scopo della presentazione dei dati consolidati pro-forma è quello di riflettere retroattivamente gli effetti significativi dell'Operazione, apportando ai dati storici consolidati le appropriate rettifiche pro-forma. In particolare, come esposto in precedenza, gli effetti dell'Operazione sono stati riflessi retroattivamente nello Stato

Patrimoniale Consolidato Pro-forma come se l'Operazione fosse in essere al 31 dicembre 2008, e nel Conto Economico Consolidato Pro-forma, come se l'Operazione fosse stata posta in essere dal 1 gennaio 2008.

-

I principi contabili adottati per la predisposizione dei Prospetti Consolidati Pro-Forma sono gli stessi utilizzati per la redazione del bilancio consolidato al 31 dicembre 2008 del Gruppo Campari, ovvero gli IFRS adottati dall'Unione Europea.

Le rettifiche pro-forma sopra illustrate sono state apportate adottando la regola generale secondo la quale le operazioni riferite allo stato patrimoniale si assumono avvenute alla data di chiusura del periodo di riferimento, mentre per il conto economico le operazioni si assumono avvenute all'inizio del periodo stesso. Sono inoltre state adottate le seguenti ipotesi specifiche:

Aggiustamento prezzo

Come sopra rilevato, il prezzo di acquisizione del ramo di azienda potrà subire variazioni, in quanto soggetto, secondo le previsioni contrattuali, ad aggiustamento da definirsi entro 60 giorni dalla data di *Closing* dell'Operazione, sulla base della verifica dei valori consuntivi dei beni ceduti alla medesima data. Ai fini della determinazione delle rettifiche pro-forma è stato considerato il prezzo di acquisto di USD 581,4 milioni inclusivo dell'aggiustamento provvisorio di circa USD 6,4 milioni, preliminarmente stimato dalle parti al Closing, in accordo con le clausole contrattuali.

Ipotesi di allocazione del prezzo di acquisizione

L'acquisizione del ramo di azienda Wild Turkey sarà contabilizzata utilizzando il *purchase method* previsto dall'IFRS 3 *Business Combinations*, che comporta, alla data di acquisizione del controllo, l'identificazione del fair value delle attività nette acquisite e l'allocazione del prezzo pagato, attribuendo l'eventuale eccesso del prezzo di acquisizione rispetto a tali valori ad avviamento. Alla data del presente Documento Informativo, il processo di identificazione dei fair value delle attività nette acquisite non è ancora stato completato. Pertanto, lo stato patrimoniale consolidato pro-forma al 31 dicembre 2008 è stato predisposto allocando direttamente ad Avviamento la differenza tra il prezzo pagato, incrementato degli oneri accessori, ed il patrimonio netto contabile del ramo di azienda Wild Turkey al 31 dicembre 2008, come sinteticamente descritto nella seguente tabella:

Prezzo di acquisto del ramo di azienda Wild Turkey, comprensivo degli oneri accessori preliminarmente stimati	418.271
Valore contabile delle attività nette acquisite al 31 dicembre 2008	142.133
Differenza preliminarmente allocata ad avviamento	276.137

Come accennato, la contabilizzazione dell'Operazione nel bilancio consolidato del Gruppo Campari avverrà sulla base del fair value delle attività nette acquisite alla data del 29 maggio 2009 e si baserà sul prezzo finale di acquisto comprensivo di aggiustamento prezzo definitivo. Conseguentemente, gli effetti dell'Operazione sul bilancio consolidato del Gruppo Campari potranno differire, anche in misura significativa, rispetto a quanto

esposto nei prospetti consolidati pro-forma al 31 dicembre 2008 e per l'esercizio chiuso a tale data. Inoltre, se a completamento del processo di allocazione verranno identificate attività materiali ed immateriali a vita definita non rilevate nei dati storici del ramo acquisito, i conti economici futuri, a partire dall'esercizio 2009, rifletteranno anche gli ammortamenti e le svalutazioni relativi a tali allocazioni, non inclusi nell'allegato conto economico consolidato pro-forma.

Interessi passivi

Gli interessi passivi collegati al finanziamento dell'Operazione sono stati determinati considerando i tassi di interesse applicati dalle Banche finanziatrici sugli utilizzi effettuati, così come previsti contrattualmente, per il primo periodo di riferimento. Più in particolare, si è considerato un tasso d'interesse pari al 3,77% per l'erogazione in valuta Euro riferibile alla Facility B, un tasso d'interesse del 2,19% per l'erogazione in valuta USD riferibile alla Facility A e del 2,94% per l'erogazione in valuta USD riferibile alla Facility B.

Effetti fiscali

Ai fini del calcolo degli effetti fiscali, sono state utilizzate aliquote differenti in relazione alla territorialità del reddito prodotto.

In particolare:

USA		40,0%
Italia (IRES)		27,5%
Belgio		34,0%

Cambi

I tassi di cambio utilizzati ai fini della traduzione in Euro dei dati relativi al ramo di azienda acquisito sono di seguito dettagliati:

Conto economico	cambio medio 2008	1,4706
Stato Patrimoniale	cambio al 31.12.08	1,3917
Acquisizione	cambio puntuale al Closing	1,3949

5.2 Indicatori pro-forma per azione della società Emittente

(In Euro)

Utile base e diluito per azione	0,44	0,03	0,47
Patrimonio netto consolidato per azione	3,29	(0,04)	3,25

5.2.1 Variazioni significative dei dati per azione della società Emittente

L'incremento dell'utile base e diluito per azione pro-forma rispetto al dato storico del Gruppo Campari, pari a Euro 0,03, è collegato alla contribuzione del ramo d'azienda acquisito alla redditività del Gruppo.

La variazione del Patrimonio netto consolidato per azione pro-forma rispetto al dato storico del Gruppo Campari pari a Euro (0,04), è collegata all'effetto della sospensione a patrimonio netto della copertura dell'investimento nella controllata Redfire, INC, come sopra meglio descritto.

5.3 Relazione della società di revisione sui dati economici, patrimoniali e finanziari pro-forma

La relazione della società di revisione Reconta Ernst & Young S.p.A. concernente l'esame dei dati economici e patrimoniali consolidati proforma, con riferimento (i) alla ragionevolezza delle ipotesi di base per la redazione dei dati pro-forma, (ii) alla corretta applicazione della metodologia utilizzata ed (iii) alla correttezza dei principi contabili utilizzati per la redazione dei dati pro-forma, è allegata al presente Documento Informativo.

6. Prospettive dell'Emittente e del Gruppo ad essa facente capo

6.1 Andamento degli affari dell'Emittente dalla chiusura dell'esercizio 2008

6.1.1 Conto economico consolidato del periodo 1 gennaio – 31 marzo 2009 e posizione finanziaria netta al 31 marzo 2009

La crisi di liquidità che ha colpito i mercati dei capitali e la conseguente stretta creditizia hanno innescato un processo di riduzione del livello di scorte presenti nel sistema distributivo, condizionando negativamente l'andamento delle vendite del primo trimestre del 2009.

Tale fenomeno, iniziato nell'ultima parte del 2008 e protrattosi nel primo trimestre del 2009, ha determinato un consistente rallentamento degli ordini da parte dei clienti che hanno visto ridursi gli affidamenti da parte del sistema creditizio.

E' opportuno peraltro evidenziare che l'andamento dei consumi delle marche e dei mercati più importanti per il Gruppo risulta solido e, in taluni casi, in progressiva accelerazione.

	Euro milioni	%	Euro milioni	%	%
					-
Costo del venduto, inclusi i costi di distribuzione	(85,6)	-45,1	(86,7)	-45,4	-1,2
Pubblicità e promozioni	(24,6)	-12,9	(27,6)	-14,5	-11,0
Costi di struttura	(36,8)	-19,4	(34,6)	-18,1	6,5
Altri (oneri) e proventi non ricorrenti	(0,5)	-0,3	2,9	1,5	-
					-
Proventi (oneri) finanziari netti	(3,9)	-2,0	(4,5)	-2,3	-13,5
Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto	(0,3)	-0,1	0,1	0,0	-
					-
Interessi di minoranza	(0,1)	0,0	(0,6)	-0,3	-
					-
Totale ammortamenti	(5,0)	-2,7	(5,1)	-2,7	-1,8
					-

Le vendite nette del periodo sono state pari a Euro 190,1 milioni. La variazione negativa del 0,4% è stata determinata, da una diminuzione della crescita organica pari al 4,2%, compensata da un variazione positiva di perimetro di consolidamento e di cambio, che hanno avuto un impatto, rispettivamente, del 1,7% e del 2,1%.

Il costo del venduto, inclusi i costi di distribuzione, evidenzia un'incidenza percentuale sulle vendite del 45,1%, inferiore di 0,3 punti percentuali a quella dello scorso anno, pari al 45,4%. Tale miglioramento è imputabile a un più favorevole *mix* delle vendite rilevato nel 2009 in cui, a fronte di una flessione degli *wine* e dei *soft drink*, le vendite degli *spirit*, che hanno mediamente una più bassa incidenza del costo del venduto, sono incrementate del 3,8%. Inoltre, nell'ambito del portafoglio *spirit*, nel 2009 la *performance* dei prodotti del Gruppo a elevata marginalità (Campari, Campari Soda, Aperol e SKYY) è stata decisamente migliore di quella dei *brand* di terzi in distribuzione.

Il margine lordo è pari a Euro 104,5 milioni, con una leggera variazione positiva del 0,2% rispetto allo scorso anno e con una migliore incidenza percentuale sulle vendite, che passa dal 54,6% dello scorso anno al 54,9%.

I costi per pubblicità e promozioni sono stati pari al 12,9% delle vendite, con un'incidenza inferiore rispetto a quella dello scorso anno (14,5%), imputabile a una differente pianificazione delle attività di comunicazione e promozione. E' peraltro opportuno evidenziare che il 2009 beneficerà di un confronto favorevole rispetto al 2008, che ha scontato oneri per la produzione di campagne pubblicitarie e per studi relativi alla realizzazione di nuovi *packaging* di importo significativo.

Il margine di contribuzione del primo trimestre 2009 è stato pari a Euro 79,9 milioni, con una crescita totale del 4,2% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno, attribuibile:

- per il 0,5% alla crescita organica,
- per il 0,8% alla positiva variazione di perimetro,
- per il 2,9% al positivo effetto cambio.

I costi di struttura, che includono i costi delle organizzazioni commerciali e i costi generali e amministrativi, nei primi tre mesi dell'anno crescono del 6,5%, evidenziando pertanto una maggiore incidenza percentuale sulle vendite, che passa dal 18,1% del 2008 al 19,4% del 2009. L'incremento è largamente imputabile al consolidamento dei costi delle strutture delle nuove controllate in Argentina e Messico e all'effetto cambio netto (positivo) che ha determinato una rivalutazione dei costi, prevalentemente degli Stati Uniti. Al netto di tali effetti, la crescita organica dei costi di struttura, è stata del 3,0%.

Il risultato della gestione corrente del periodo è stato di Euro 43,1 milioni, in aumento del 2,3% rispetto allo scorso anno; le variazioni cambio hanno avuto un effetto globalmente positivo sulla redditività del periodo mentre l'apporto del consolidamento delle società neo acquisite è stato irrilevante: a cambi costanti si evidenzerebbe pertanto una flessione del 1,8%.

La voce proventi e oneri non ricorrenti nel periodo evidenzia come saldo netto un onere di Euro 0,5 milioni, determinato principalmente da svalutazioni e accantonamenti diversi. Nello stesso periodo del 2008, la voce evidenziava un saldo netto positivo di Euro 2,9 milioni, che includeva una significativa plusvalenza da cessione immobiliare. Di conseguenza, dal confronto fra i due periodi, si rileva per questa voce una differenza netta negativa di Euro 3,4 milioni che penalizza il risultato 2009.

Il risultato operativo è stato di Euro 42,6 milioni; rispetto al primo trimestre 2008 la diminuzione del 5,4% è interamente attribuibile al sopracitato confronto sfavorevole con lo scorso anno, che aveva beneficiato di una componente positiva non ricorrente; a cambi costanti la variazione negativa è del -9,2%. Il risultato operativo 2009 esprime comunque una solida marginalità sulle vendite, pari al 22,4% (23,6% nel 2008).

Gli ammortamenti complessivi del periodo sono stati pari a Euro 5,0 milioni, sostanzialmente invariati rispetto allo scorso anno (Euro 5,1 milioni).

Come diretta conseguenza di ammortamenti invariati, nei due periodi posti a confronto l'EBITDA evidenzia scostamenti in linea con quelli rilevati per il risultato operativo.

In particolare, l'EBITDA prima di proventi e oneri non ordinari è stato pari a Euro 48,2 milioni, ed è in aumento del 1,9% (-1,7% a cambi costanti), e l'EBITDA pari a Euro 47,7 milioni, in flessione del 5,0% (-8,4% a cambi costanti).

Gli oneri finanziari netti sono stati pari a Euro 3,9 milioni, in diminuzione rispetto a quelli del 2008, pari a Euro 4,5 milioni. Nonostante l'indebitamento medio del primo trimestre 2009 sia superiore a quello del corrispondente periodo del 2008, gli interessi netti risultano inferiori a quelli del 2008, in conseguenza della marcata diminuzione dei tassi di interesse di mercato.

La quota parte di utile o perdita delle società valutate col metodo del patrimonio netto evidenzia un saldo negativo di Euro 0,3 milioni, che si confronta con un saldo positivo di Euro 0,1 dello scorso anno. Le entità consolidate con il

metodo del patrimonio netto sono *joint venture* commerciali che distribuiscono i prodotti del Gruppo e quelli degli altri soci in Belgio, Olanda e da inizio 2009, in India.

La quota di utile di competenza di terzi del periodo in oggetto è marginale (Euro 0,1 milioni), mentre a fine marzo 2008 era di Euro 0,6 milioni.

L'utile del Gruppo prima delle imposte del primo trimestre 2009 è stato pari a Euro 38,4 milioni, in contrazione del 4,1% rispetto allo scorso anno (-7,9% a cambi costanti). Tale risultato evidenzia un margine di redditività sulle vendite del 20,2%, leggermente inferiore al 21,0% conseguito nel primo trimestre del 2009.

La posizione finanziaria netta consolidata al 31 marzo 2009 presenta un indebitamento netto di Euro 302,3 milioni, inferiore a quello rilevato al 31 dicembre 2008, che era di Euro 326,2 milioni.

	Euro milioni	Euro milioni
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	183,6	172,6
Debiti verso banche	(87,1)	(107,5)
Debiti per <i>leasing</i> immobiliare	(3,4)	(3,4)
<i>Private placement</i> e prestito obbligazionario	(9,3)	(8,9)
Altri crediti e debiti finanziari	(4,1)	(7,4)
<hr/>		
Debiti verso banche	(0,9)	(0,9)
Debiti per <i>leasing</i> immobiliare	(9,7)	(10,5)
<i>Private placement</i> e prestito obbligazionario	(347,8)	(337,4)
Altri crediti e debiti finanziari	3,9	3,7
<hr/>		
Debiti per esercizio <i>put option</i> e <i>earn out</i> ⁽¹⁾	(27,6)	(26,6)

⁽¹⁾ Debito finanziario relativo al possibile futuro esercizio di *put option* da parte degli azionisti di minoranza di Cabo Wabo, LLC, Red Fire Mexico, S. de R.L. de C.V. e di Sabia S.A.; e al possibile riconoscimento di *earn out* correlati alle acquisizioni X-Rated del 2007 e Destiladora San Nicolas, S.A de C.V del 2008.

6.2 Previsione dei risultati dell'esercizio in corso

I risultati conseguiti dal Gruppo nel primo trimestre 2009 sono stati in linea con le attese di un avvio rallentato dal persistere del fenomeno di riduzione delle scorte da parte dei distributori.

Peraltro, la tenuta e, in alcuni casi, l'accelerazione dei consumi finali in atto, induce a ritenere che, in assenza di ulteriori crisi finanziarie di portata significativa, il processo di riduzione delle scorte nei canali distributivi sia destinato a esaurirsi, determinando nel corso dell'esercizio una ripresa anche dei dati di vendita.

Il venir meno della pressione che si è avvertita per tutto il 2008 sul fronte costo delle materie prime e cambi (in particolare Euro/Dollaro USA) è un ulteriore elemento che induce a ritenere che il peggio sia ormai alle spalle.

A quanto sopra si aggiungerà il contributo, negli ultimi sette mesi dell'anno, delle attività relative a Wild Turkey.

Allegati

- Relazione della società di revisione sull'esame dei Prospetti Consolidati Pro-forma.

Relazione della società di revisione sull'esame dei Prospetti Consolidati Pro-forma

Al Consiglio di Amministrazione della
Davide Campari - Milano S.p.A.

1. Abbiamo esaminato i prospetti relativi allo stato patrimoniale ed al conto economico consolidati pro-forma (i "Prospetti Consolidati Pro-forma") corredati delle note esplicative della Davide Campari - Milano S.p.A. per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008.

Tali Prospetti Consolidati Pro-forma derivano dai dati storici relativi:

- i) al bilancio consolidato del Gruppo Davide Campari - Milano per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008, predisposto in conformità agli International Financial Reporting Standards adottati dall'Unione Europea ("IFRS"),
- ii) ai dati patrimoniali ed economici relativi al ramo d'azienda Wild Turkey (il "Ramo d'Azienda") al 31 dicembre 2008 e per i dodici mesi chiusi a tale data, predisposti dal venditore, il Gruppo Pernod-Ricard, nell'ambito del processo di vendita del Ramo d'Azienda secondo le regole contabili adottate dallo stesso gruppo che sono conformi agli IFRS,

e dalle scritture di rettifica pro-forma ad essi applicate e da noi esaminate.

Il bilancio consolidato del Gruppo Davide Campari - Milano per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008 è stato da noi assoggettato a revisione contabile, a seguito della quale è stata emessa la relazione in data 10 aprile 2009.

I dati patrimoniali ed economici relativi al Ramo d'Azienda, non sono stati assoggettati a revisione contabile.

I Prospetti Consolidati Pro-forma sono stati redatti sulla base delle ipotesi descritte nelle note esplicative per riflettere retroattivamente gli effetti dell'operazione di acquisizione dal Gruppo Pernod-Ricard del Ramo d'Azienda, finalizzata in data 29 maggio 2009, in esecuzione degli accordi stipulati nell'*Assets Purchase Agreement* sottoscritto in data 7 aprile 2009, nonché gli effetti degli altri contratti stipulati tra le parti.

2. I Prospetti Consolidati Pro-forma, corredati delle note esplicative, relativi all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008, sono stati predisposti ai fini di quanto richiesto dall'articolo 71 del Regolamento Consob n. 11971/99, e successive modifiche, di attuazione del D.Lgs. 58/98 concernente la disciplina degli emittenti.

L'obiettivo della redazione dei Prospetti Consolidati Pro-forma è quello di rappresentare, secondo criteri di valutazione coerenti con i dati storici e conformi alla normativa di riferimento, gli effetti dell'operazione di acquisizione del Ramo d'Azienda e delle operazioni finanziarie ed economiche ad essa conseguenti sull'andamento economico consolidato e sulla situazione patrimoniale consolidata della Davide Campari - Milano S.p.A., come se esse fossero virtualmente avvenute il 31 dicembre 2008 e, per quanto si riferisce ai soli effetti economici, all'inizio dell'esercizio 2008. Tuttavia, va rilevato che qualora l'operazione di acquisizione del Ramo d'Azienda e le operazioni finanziarie ed economiche ad essa conseguenti fossero realmente avvenute alle date ipotizzate, non necessariamente si sarebbero ottenuti gli stessi risultati qui rappresentati.

La responsabilità della redazione dei Prospetti Consolidati Pro-forma compete agli amministratori della Davide Campari - Milano S.p.A.. E' nostra la responsabilità della formulazione di un giudizio professionale sulla ragionevolezza delle ipotesi adottate dagli amministratori per la redazione dei Prospetti Consolidati Pro-forma e sulla correttezza della metodologia da essi utilizzata per l'elaborazione dei medesimi prospetti. Inoltre, è nostra la responsabilità della formulazione di un giudizio professionale sulla correttezza dei criteri di valutazione e dei principi contabili utilizzati.

3. Il nostro esame è stato svolto secondo i criteri raccomandati dalla Consob nella Raccomandazione n. DEM/1061609 del 9 agosto 2001 per la verifica dei dati pro-forma ed effettuando i controlli che abbiamo ritenuto necessari per le finalità dell'incarico conferitoci.
4. Come riportato al paragrafo 1, i dati economici e patrimoniali del Ramo d'Azienda, utilizzati ai fini della predisposizione dei Prospetti Consolidati Pro-forma, non sono stati assoggettati a revisione contabile.
5. Dal lavoro svolto nulla è emerso che ci induca a ritenere che le ipotesi di base adottate da Davide Campari - Milano S.p.A. per la redazione dei Prospetti Consolidati Pro-forma per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2008, corredati delle note esplicative per riflettere l'operazione di acquisizione del Ramo d'Azienda e le operazioni finanziarie ed economiche ad essa conseguenti, non siano ragionevoli, e che la metodologia utilizzata per l'elaborazione dei predetti prospetti non sia stata applicata correttamente per le finalità informative descritte in precedenza. Tuttavia, a causa della rilevanza delle limitazioni descritte al precedente paragrafo 4., non siamo in grado di esprimere un giudizio se nella redazione dei medesimi prospetti siano stati utilizzati criteri di valutazione e principi contabili non corretti.

Milano, 15 giugno 2009

Reconta Ernst & Young S.p.A.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alberto Romeo'.

Alberto Romeo
(Socio)