



Davide Campari Milano S.p.A.

Relazione Trimestrale

al 31 marzo 2001

Redatta su base consolidata

INDICE

1) Osservazioni degli Amministratori sull'andamento della gestione del primo trimestre 2001

Eventi significativi del periodo 1 gennaio – 31 marzo 2001	3
Andamento delle vendite	3

2) Prospetti contabili consolidati

Criteri di redazione	5
Conto economico consolidato	6
Posizione finanziaria netta	7

3) Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura del primo trimestre 2001

4) Evoluzione prevedibile della gestione

1) Osservazioni degli Amministratori sull'andamento della gestione del primo trimestre 2001

Eventi significativi del periodo 1 gennaio – 31 marzo 2001

1) *Acquisizione Brasiliana*

Il 31 gennaio 2001 il Gruppo Campari (il "Gruppo") ha finalizzato l'acquisizione dal gruppo United Distillers and Vintners ("UDV") di una partecipazione totalitaria in UDV Industria e Comercio Ltda. ("UDVIC"), proprietaria, insieme alle sue controllate, di marchi *leader* nei mercati brasiliano e uruguayano, quali Dreher, Old Eight, Drury's, Liebfraumilch e Gregson's.

Le attività brasiliane acquisite includono, oltre ai marchi sopra descritti, gli stabilimenti di Sorocaba (distante circa 100 km. da San Paolo), che a seguito dell'acquisizione diventa lo stabilimento di maggiore dimensione del Gruppo in termini di capacità produttiva installata per la produzione di *spirits*, e di Jaboatao (Recife). Nell'ambito della riorganizzazione della struttura produttiva sudamericana è prevista la chiusura dello stabilimento di Barueri e il trasferimento della sua produzione negli stabilimenti acquistati.

Contestualmente alla descritta acquisizione è stato stipulato con UDV un contratto di licenza per la produzione, per il mercato brasiliano, dei seguenti prodotti per conto di UDV: Smirnoff Vodka, Bell's Scotch Whisky, Gilbey's Gin, Master's Choice e Berro De Agua.

Sono state quindi avviate le procedure per il conferimento di UDVIC, la cui denominazione è stata nel frattempo mutata in DCM Participações Ltda. ("DCMP"), a Campari do Brasil Ltda. ("Campari do Brasil") e per la successiva fusione per incorporazione di DCMP in Campari do Brasil. Tale operazione permetterà di semplificare e razionalizzare la struttura del Gruppo in Brasile.

2) *Distribuzione di Cinzano in Italia e riacquisto di partecipazione*

Nel corso del trimestre è stato raggiunto un accordo con il licenziatario F.lli Gancia S.p.A. in forza del quale, a decorrere dal 1 maggio 2001, la commercializzazione dei *vermouth* e degli spumanti Cinzano sul territorio nazionale è passata alla controllata Campari S.p.A.

Sempre nell'ambito dell'accordo raggiunto con F.lli Gancia S.p.A., le azioni rappresentanti il 6% del capitale sociale di Cinzano Investimenti e Partecipazioni S.p.A. ("CIP") sono state riacquistate dalla controllata Campari-Crodo S.p.A. ("C&C"). A seguito di questa acquisizione il Gruppo, detenendo il 100% del capitale sociale di CIP e della controllata Francesco Cinzano & Cia. S.p.A., proprietaria della marca Cinzano, ai fini della razionalizzazione della struttura, ha dato avvio alla fusione per incorporazione di CIP in C&C.

3) *Licenza di distribuzione di Granini per il mercato italiano*

Dal mese di marzo il Gruppo ha ottenuto dal gruppo tedesco Eckes ("Eckes") i diritti di distribuzione per il mercato nazionale dei *soft drink* a marchio Granini, *leader* nel mercato tedesco nel segmento delle bevande non gassate a base di frutta.

Il contratto Granini riveste un indubbio interesse per il Gruppo, oltre che per le valenze economiche delle condizioni negoziate, anche per il fatto che i nuovi prodotti consentiranno di essere presenti in un segmento che è attualmente il più dinamico nel mercato dei *soft drink*.

Andamento delle vendite.

Nel primo trimestre del 2001 le vendite al netto delle accise sono state pari a Lire 178,6 miliardi, con una crescita del 6,7% rispetto al corrispondente periodo del 2000, in cui erano state pari a Lire 167,4 miliardi.

Nel primo trimestre sono state consolidate per la prima volta le vendite dei marchi relativi alla sopra citata acquisizione brasiliana, avvenuta il 31 gennaio 2001.

Le vendite nette di tali marchi a partire dalla data di acquisizione sono state di Lire 4,5 miliardi, con un'incidenza pari al 2,7 % delle vendite totali.

A perimetro di consolidamento omogeneo, la crescita delle vendite del trimestre è pertanto stata del 4,0% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Vendite nette per segmento di attività.

La tabella seguente evidenzia la ripartizione e l'evoluzione delle vendite per segmento di attività:

Vendite nette	I trimestre 2001 Milioni di Lire		I trimestre 2000 Milioni di Lire		2001/2000 Var. %.	I trim. 2001 Milioni di Euro
Spirits	102.566	57,5%	90.051	53,8%	13,9%	52,97
Wines	21.287	11,9%	19.625	11,7%	8,5%	10,99
Soft drinks	53.031	29,7%	55.843	33,4%	-5,0%	27,39
Altri	1.696	0,9%	1.859	1,1%	-8,8%	0,88
Totale	178.580	100,0%	167.378	100,0%	6,7%	92,23

La voce "Altri" include le vendite nette di semilavorati (mosto ed estratti) e altre vendite non direttamente allocabili ai tre segmenti di attività.

Spirits

Nel primo trimestre dell'anno gli *spirits* hanno realizzato vendite nette per Lire 102,6 miliardi con una crescita del 13,9% rispetto alle vendite del primo trimestre del 2000, che erano state pari a Lire 90,1 miliardi.

L'incremento può essere attribuito per il 4,1% all'effetto della sopra citata acquisizione brasiliana (i marchi acquisiti rientrano infatti quasi totalmente nel segmento *spirits*) e per il restante 9,8% alla crescita dei marchi già in portafoglio nel primo trimestre 2000.

Tra questi ultimi è stato determinante l'apporto di Campari e CampariSoda, i due principali *brand* del segmento *spirits*, che hanno avuto una crescita delle vendite nette rispettivamente dell'8,6% e del 7,9%.

Per Campari il trimestre ha evidenziato un incremento del 4,6% sul mercato italiano e del 9,8% sui principali mercati internazionali, incremento che è risultato anche influenzato dall'aumento della domanda nel periodo precedente all'aumento dei listini, avvenuto nel secondo trimestre dell'anno.

Per CampariSoda, le cui vendite sono concentrate quasi totalmente sul mercato italiano, il buon risultato è attribuibile all'impatto positivo dell'attività promozionale e pubblicitaria in corso.

Nel primo trimestre è stato positivo anche l'andamento delle altre marche del segmento *spirits*, e in particolare di Cynar, Jägermeister e Biancosarti, che hanno evidenziato crescite, rispettivamente, del 22,0%, 7,2% e 4,8%.

Wines

Le vendite nette del segmento *wines* sono state, al 31 marzo 2001, pari a Lire 21,3 miliardi, con una crescita dell'8,5% rispetto alle vendite nette del primo trimestre del 2000, pari a Lire 19,6 miliardi.

Anche per questo segmento di attività è necessario segnalare che parte della crescita è da imputare all'acquisizione brasiliana, il cui effetto è stato pari all'1,2 % della crescita complessiva.

L'incremento delle vendite nette dei marchi già in portafoglio nel primo trimestre 2000 è pertanto del 7,3%, ed è sostanzialmente attribuibile allo sviluppo di Cinzano, che ha evidenziato un incremento del 10,4%, mentre le ven-

dite degli altri marchi del segmento *wines* (di cui il Gruppo ha la distribuzione in licenza) hanno subito una contrazione del 6,9%.

Ai fini di una corretta interpretazione dell'incremento delle vendite di Cinzano è necessario ricordare che il primo trimestre 2000 (periodo immediatamente successivo all'acquisizione avvenuta a fine 1999) aveva registrato un basso livello di vendite dovuto alla presenza sul mercato di elevati livelli di giacenze di prodotti, venduti da UDV prima della cessione della marca.

Soft drinks

Le vendite nette di *soft drinks*, concentrate quasi totalmente sul mercato italiano, nel primo trimestre del 2001 sono state pari a Lire 53,0 miliardi e registrano una flessione del 5,0% rispetto a Lire 55,8 miliardi del corrispondente periodo del 2000.

Crodino, principale prodotto di questo segmento, ha fatto registrare una contrazione pari allo 0,7%.

La flessione delle vendite di Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda è stata pari al 10,9%, risultato prevalentemente imputabile alla intensa attività promozionale effettuata nel trimestre dai *competitors*. Gli sforzi promozionali e pubblicitari sui marchi del Gruppo verranno concentrati a partire dal mese di aprile, in coincidenza con la più elevata stagionalità delle vendite.

Tra gli altri prodotti del comparto *soft drinks* sono da rilevare una lieve flessione di Lipton Ice Tea, pari allo 0,9%, un aumento delle vendite nette di acque minerali, pari al 5,5%, e una diminuzione delle vendite di bibite a marca Crodo, la cui redditività è comunque marginale per il Gruppo, del 49,0%.

2) Prospetti contabili consolidati

Criteri di redazione

Secondo quanto previsto dall'art. 82, comma 1, della delibera Consob n. 11971 del 14 maggio 1999, il Consiglio di Amministrazione ha predisposto la presente relazione, redatta su base consolidata, sull'andamento della gestione nel primo trimestre dell'esercizio 2001.

I prospetti contabili relativi al primo trimestre 2001 sono stati predisposti secondo i principi e i criteri di valutazione utilizzati in sede di redazione del bilancio di esercizio, cui si rinvia, in quanto compatibili con le finalità della relazione trimestrale. Essi sono pertanto conformi alle disposizioni civilistiche integrate e interpretate dalle norme Consob e dai principi enunciati dai Consigli Nazionali dei Dottori Commercialisti e dei Ragionieri.

Ancorché il suddetto regolamento Consob consenta, in sede di primo esercizio di applicazione, di omettere l'esposizione dei dati relativi al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, si è ritenuto di presentare anche i valori al 31 marzo 2000.

Le variazioni dell'area di consolidamento rispetto al 31 dicembre 2000 sono interamente riferite all'entrata nel perimetro di consolidamento, a decorrere dal 31 gennaio 2001, delle società brasiliane e uruguayane oggetto dell'acquisizione di cui sopra, e in particolare:

- DCM Participações Ltda. (precedentemente denominata UDV Industria e Comercio Ltda.);
- DCM Industria, Comercio e Serviços Ltda. (precedentemente denominata UDV do Brasil Ltda.);
- Dreher S.A.;
- Gregson's S.A. (precedentemente denominata Gilbey's S.A.);
- Kenston Sales and Services Inc. S.A.

Conto economico consolidato

La tabella seguente espone il conto economico consolidato relativo al primo trimestre del 2001, riclassificato secondo la prassi internazionale.

I dati relativi al primo trimestre 2001 sono confrontati con quelli del corrispondente periodo dell'anno 2000.

	Milioni di Lire		Milioni di Euro	
	2001 I trimestre	2000 I trimestre	var. % I trimestre	2001 I trimestre
Vendite nette	178.580	167.378	6,7%	92,23
Costo dei materiali	51.025	47.566		26,36
Costi di produzione.	17.006	15.216		8,78
<i>Costo del venduto</i>	<i>68.031</i>	<i>62.782</i>	<i>8,4%</i>	<i>35,14</i>
Margine lordo	110.549	104.596	5,7%	57,09
Publicità e promozioni	35.712	34.292		18,44
Spese di vendita e distribuzione	24.190	23.958		12,49
Spese generali e amministrative	15.127	12.056		7,82
Ammortamento avviamento e marchi	5.041	3.824		2,60
<i>Altri costi operativi e ammortamenti</i>	<i>80.070</i>	<i>74.130</i>	<i>8,0%</i>	<i>41,35</i>
Risultato operativo	30.479	30.466	0,0%	15,74
Interessi netti	3.110	1.510		1,61
Utili (perdite) su cambi	(5.822)	308		(3,01)
Interessi di minoranza	13	42		0,01
Altri ricavi (costi) netti	954	5.260		0,49
<i>Altri ricavi (costi)</i>	<i>(1.745)</i>	<i>7.120</i>	<i>-124,5%</i>	<i>(0,90)</i>
Utile prima delle imposte	28.734	37.586	-23,6%	14,84

	2001 I trimestre	2000 I trimestre
Risultato operativo/vendite nette %	17,1%	18,2%
Utile ante imposte/vendite nette %	16,1%	22,5%
EBITDA /vendite nette %	21,1%	27,8%
EBIT/vendite nette%	14,3%	21,6%

Il risultato operativo consolidato del primo trimestre è stato di Lire 30,5 miliardi, con un'incidenza sulle vendite nette pari al 17,1%, in linea con quello conseguito nel primo trimestre 2000 (Lire 30,5 miliardi, pari al 18,2% sulle vendite nette).

Il risultato operativo del trimestre è stato negativamente influenzato da tre fattori principali:

- Per quanto concerne il Brasile, il processo di riorganizzazione delle società acquisite, che dovrebbe consentire al Gruppo di generare significative sinergie, soprattutto nell'area industriale e in quella distributiva, non è stato ancora completato; inoltre le vendite del periodo sono state inferiori alle attese per la presenza sul mercato, alla data dell'acquisizione dei marchi da UDV, di giacenze notevolmente superiori al livello fisiologico. Tale situazione ha generato una perdita operativa di circa Lire 1,1 miliardi.
- Sempre con riferimento all'acquisizione brasiliana, vi è l'incidenza dell'impatto di Lire 1,2 miliardi sul risultato operativo consolidato del trimestre per l'ammortamento del relativo avviamento.
- I costi sostenuti per il processo di quotazione in corso hanno avuto un effetto sul risultato operativo del trimestre

di circa Lire 1 miliardo. I costi relativi al processo di quotazione, che sono stati e che saranno sostenuti nel corso del 2001, sono e saranno prudenzialmente interamente spesati a conto economico.

L'utile prima delle imposte nel primo trimestre 2001 è stato di Lire 28,7 miliardi (16,1% sulle vendite nette), con una flessione del 23,6 %, rispetto al corrispondente periodo dell'anno 2000 in cui era stato pari a Lire 37,6 miliardi (22,5 % sulle vendite nette).

Tra le componenti di natura non ricorrente che determinano questa flessione si segnalano tre fattori principali:

- Ai fini del pagamento del prezzo dell'acquisizione brasiliana, nel corso del trimestre è stato acceso un finanziamento in dollari USA che ha determinato, al 31 marzo 2001, una differenza di cambio negativa non realizzata di Lire 4,4 miliardi.
- Nel primo trimestre 2001 sono state realizzate plusvalenze su alienazioni cespiti per Lire 2,1 miliardi mentre, nel corrispondente periodo del 2000, l'analoga componente di reddito ammontava a Lire 4,8 miliardi.
- È stato riconosciuto un contributo di Lire 0,7 miliardi a Flli Gancia S.p.A. nel contesto della risoluzione dell'accordo di distribuzione di Cinzano sul territorio nazionale.

Posizione finanziaria netta

	Milioni di Lire			Milioni di Euro 31/3/2001
	31/3/2001	31/12/2000	Variazioni	
Cassa e disponibilità presso banche	361.933	324.775	37.158	186,92
Titoli a breve negoziabili	15.178	94.699	(79.521)	7,84
Indebitamento verso banche	(149.596)	(22.176)	(127.420)	(77,26)
Indebitamento per leasing immobiliare e altri debiti finanziari (quota a breve termine)	(5.714)	(3.189)	(2.525)	(2,95)
Disponibilità nette a breve	221.801	394.108	(172.307)	114,55
Indebitamento per leasing immobiliare e altri debiti finanziari (quota a medio lungo termine)	(26.408)	(29.729)	3.321	(13,64)
Posizione finanziaria netta	195.393	364.380	(168.987)	100,91

La posizione finanziaria netta, che resta ampiamente positiva, è passata da Lire 364.380 milioni al 31 dicembre 2000 a Lire 195.393 milioni al 31 marzo 2001. La variazione è dovuta quasi esclusivamente alla sopra citata acquisizione brasiliana, avvenuta tramite smobilizzo di titoli a breve e incremento dell'indebitamento a breve termine da parte della Capogruppo.

3) Fatti di rilievo intervenuti dopo la chiusura del primo trimestre 2001

Non si registrano eventi particolarmente significativi.

4) Evoluzione prevedibile della gestione

L'esercizio in corso sarà fortemente influenzato dall'esito del processo di integrazione delle attività brasiliane acquistate. Per l'esercizio in corso ci attendiamo risultati in linea con quelli conseguiti nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2000.

Il Presidente
del Consiglio di Amministrazione
(dottor Luca Garavoglia)