



## COMUNICATO STAMPA

### RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI AL 30 SETTEMBRE 2007

**Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer:** *“Nei primi nove mesi del 2007 abbiamo conseguito risultati soddisfacenti, mantenendo il momentum favorevole dei nostri brand e dei nostri mercati. Pertanto, rimaniamo fiduciosi circa l'evoluzione futura del nostro business”*

**Crescita organica delle vendite nette: +8,2%**  
**Vendite nette: €644.6 milioni (+2,8%)**

**EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti: €144,6 milioni (+3,9%)**

**EBIT prima di proventi e oneri non ricorrenti: €130,1 milioni (+3,9%)**

**Utile del Gruppo prima delle imposte: €115,5 milioni (+1,5%)**

**Eccellente generazione di cassa (€144,2 milioni nei primi 9 mesi dell'anno prima di acquisizioni e dividendi)**

**Milano, 8 novembre 2007** - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la relazione trimestrale al 30 settembre 2007.

Risultati consolidati	1 gennaio - 30 settembre 2007 €milioni	1 gennaio - 30 settembre 2006 €milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
<b>Vendite nette</b>	<b>644,6</b>	<b>626,9</b>	<b>2,8%</b>	<b>5,0%</b>
Margine commerciale	176,7	170,8	3,4%	5,7%
<b>EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>	<b>144,6</b>	<b>139,2</b>	<b>3,9%</b>	<b>6,3%</b>
EBITDA	143,4	139,1	3,1%	5,5%
<b>Risultato della gestione corrente</b>				
<b>= EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>	<b>130,1</b>	<b>125,2</b>	<b>3,9%</b>	<b>6,5%</b>
Risultato operativo = EBIT	128,8	125,1	3,0%	5,6%
<b>Utile del Gruppo prima delle imposte</b>	<b>115,5</b>	<b>113,7</b>	<b>1,5%</b>	<b>3,9%</b>

### RISULTATI CONSOLIDATI DEI PRIMI NOVE MESI 2007

Nei primi nove mesi del 2007 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€644.6 milioni**, in **crescita del 2,8% (+5,0% a cambi costanti)**.

La variazione complessiva delle vendite consolidate è stata generata da una **crescita organica del 8,2%**, da un impatto negativo dei cambi del 2,1% e da un effetto perimetro negativo del 3,3%. Quest'ultimo è dovuto all'annunciata interruzione delle vendite di Lipton Ice Tea sul mercato italiano, in parte compensato da Glen Grant e Old Smuggler (le cui vendite erano iniziate il 15 marzo 2006) e dai neo-acquisiti **brand X-Rated** (le cui vendite sono iniziate il 1 agosto 2007).

Il **marginale commerciale** si è attestato a €176,7 milioni, evidenziando una **crescita del 3,4% (+5,7% a cambi costanti)** e un'incidenza sulle vendite pari al 27,4%. La variazione è attribuibile per il **4,9% alla crescita organica**, per il **0,8% alla crescita esterna** e per il **2,2% all'effetto negativo dei cambi**.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ricorrenti** è stato di **€144,6 milioni**, in **crescita del 3,9%** (+6,3% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 22,4%.

L'**EBITDA** è stato di **€143,4 milioni**, in **crescita del 3,1%** (+5,5% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 22,2%.

Il **Risultato della gestione corrente (EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti)** è stato di **€130,1 milioni**, in **crescita del 3,9%** (+6,5% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 20,2%.

Il **Risultato operativo (EBIT)** è stato di **€128,8 milioni**, in **crescita del 3,0%** (+5,6% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 20,0%.

L'**utile del Gruppo prima delle imposte** è stato di **€115,5 milioni**, in **crescita del 1,5%** (+3,9% a cambi costanti).

Al 30 settembre 2007 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a €293,3 milioni, in **diminuzione di €86,2 milioni** rispetto al 31 dicembre 2006, **dopo il pagamento dei dividendi** (€29 milioni, pagati il 4 maggio 2007) e **l'acquisizione di X-Rated** (€29 milioni, finalizzata il 1 agosto 2007). Questo significativo miglioramento è stato determinato dalla **forte generazione di cassa nei primi nove mesi dell'anno**.

#### **VENDITE CONSOLIDATE DEI PRIMI NOVE MESI DEL 2007**

Il **segmento spirit**, che rappresenta il 70,9% del fatturato, ha registrato una **variazione positiva delle vendite del 5,6%**, determinata da una **crescita organica del 7,3%**, da un impatto negativo dei cambi del 3,0% e da una **crescita esterna del 1,3%** (Glen Grant, Old Smuggler e X-Rated). Il **brand Campari** ha registrato una **crescita del 2,3%** a cambi costanti. Le vendite di **SKYY** hanno registrato una **crescita del 14,5%** a cambi costanti, grazie a un andamento molto positivo sia negli Stati Uniti sia nei mercati internazionali. Con riferimento alle altre marche principali, il segmento *spirit* ha beneficiato dell'andamento positivo di **Aperol (+19,6%** a cambi costanti), dei **brand brasiliani (+8,7%** a cambi costanti), di **Cynar (+4,4%** a cambi costanti) e di **Ouzo 12 (+8,3%** a cambi costanti). Le vendite di **CampariSoda** sono state in linea con quelle dello scorso anno. Relativamente ai *brand* in licenza, si segnala il positivo andamento dei marchi **tequila 1800** e **Gran Centenario** negli Stati Uniti (+6,3% a cambi costanti).

Il **segmento wine**, pari al 14,3% del fatturato, ha registrato una **crescita del 15,1%**, determinata da una **forte crescita organica (+15,5%)** e da un impatto negativo dei cambi del 0,4%. L'andamento decisamente positivo del segmento è stato trainato dai **vermouth Cinzano (+18,8%** a cambi costanti) e dagli **spumanti Cinzano (+20,2%** a cambi costanti). Il segmento *wine* ha beneficiato anche dell'andamento positivo di **Sella & Mosca (+5,8%** a cambi costanti) e di **Mondoro, Riccadonna e Cantina Serafino**.

Le **vendite di soft drink**, pari al 12,9% del fatturato e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, hanno registrato una **crescita organica del 5,0%**, trainata dall'andamento decisamente positivo di **Crodino (+7,8%)**, della linea **Lemonsoda (+5,1%)** e delle altre bevande gassate. La variazione complessiva è stata negativa per il 20,9%, a causa dell'effetto perimetro negativo (-25,9%) attribuibile all'interruzione delle vendite di Lipton Ice Tea.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite dei primi nove mesi del 2007 sul **mercato italiano**, pari al 41,5% delle vendite, hanno registrato una **crescita organica del +5,8%**. La variazione complessiva è stata negativa per il 3,6%, a causa dell'effetto perimetro negativo (-9,4%) attribuibile a Lipton Ice Tea. Le vendite in **Europa**, pari al 21,0% delle vendite consolidate, hanno segnato una **crescita del 15,0%**, determinata da una **crescita organica del 11,4%**, grazie al positivo andamento di importanti mercati quali Germania e Russia, e da una **crescita esterna del 3,8%**. Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 32,5% del totale, il **mercato USA** ha registrato una **crescita organica del 7,1%**, un effetto cambi negativo del 7,9% e una **crescita esterna del 0,8%**. In **Brasile**, le vendite hanno registrato una **crescita organica del 8,4%** e un effetto cambi positivo del 1,1%. L'area **resto del mondo**, pari al 5,0% del fatturato totale, è **creciuta complessivamente del 13,1%**, trainata da una **crescita organica del 15,0%**.

\* \* \*

## CONFERENCE CALL

Si informa che alle **ore 17:00 (CET) di oggi, giovedì 8 novembre 2007**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* del Gruppo Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati dei primi nove mesi 2007. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: 800 785 163 (numero verde)**
- **dall'estero: +39 02 69682741**

**Codice di accesso: C503983**

Le **slide della presentazione** potranno essere scaricate prima dell'inizio della *conference call* dalla Investor Relations *homepage* del sito Campari all'indirizzo [www.camparigroup.com/investors](http://www.camparigroup.com/investors).

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da giovedì 8 novembre 2007, alle ore 22:00 (CET), fino a giovedì 15 novembre 2007, chiamando il **numero +44 (0)207 136 9233** (codice di accesso: **55958608 #**).

\* \* \*

*Il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari di Davide Campari-Milano S.p.A. Paolo Marchesini, attesta - ai sensi dell'articolo 154 bis, 2° comma, del Testo Unico della Finanza (D. Lgs. 58/1998) - che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.*

\* \* \*

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello mondiale. E' presente in 190 paesi con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano marchi di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Cynar e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, CampariSoda, Glen Grant, Ouzo 12, Zedda Piras, X-Rated e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, Liebfraumilch, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda, con la relativa estensione di gamma. Il Gruppo impiega oltre 1.500 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana.

## PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

### Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: [investor.relations@campari.com](mailto:investor.relations@campari.com)

[www.camparigroup.com](http://www.camparigroup.com)

### Corporate Communications

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: [chiara.bressani@campari.com](mailto:chiara.bressani@campari.com)

### **Moccagatta Pogliani & Associati**

Tel.: +39 02 8693806

Email: [segreteria@moccagatta.it](mailto:segreteria@moccagatta.it)

## GRUPPO CAMPARI

### Scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 30 settembre 2007		1 gennaio - 30 settembre 2006		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<i>Spirit</i>	456,8	70,9%	432,6	69,0%	5,6%
<i>Wine</i>	92,3	14,3%	80,2	12,8%	15,1%
<i>Soft drink</i>	83,3	12,9%	105,3	16,8%	-20,9%
Altri ricavi	12,3	1,9%	8,9	1,4%	38,8%
<b>Totale</b>	<b>644,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>626,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>

### Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 settembre 2007		1 gennaio - 30 settembre 2006		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Italia	267,8	41,5%	277,9	44,3%	-3,6%
Europa	135,2	21,0%	117,6	18,8%	15,0%
Americhe	209,2	32,5%	202,7	32,3%	3,2%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	32,4	5,0%	28,7	4,6%	13,1%
<b>Totale</b>	<b>644,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>626,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>

### Conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 settembre 2007		1 gennaio - 30 settembre 2006		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<b>Vendite nette</b> <sup>(1)</sup>	<b>644,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>626,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,8%</b>
Costo del venduto	(273,7)	-42,5%	(275,7)	-44,0%	-0,7%
<b>Margine lordo</b>	<b>370,9</b>	<b>57,5%</b>	<b>351,1</b>	<b>56,0%</b>	<b>5,6%</b>
Pubblicità e promozioni	(117,4)	-18,2%	(106,5)	-17,0%	10,2%
Costi di vendita e distribuzione	(76,9)	-11,9%	(73,8)	-11,8%	4,1%
<b>Margine commerciale</b>	<b>176,7</b>	<b>27,4%</b>	<b>170,8</b>	<b>27,2%</b>	<b>3,4%</b>
Spese generali e amministrative e altri oneri e proventi operativi	(46,6)	-7,2%	(45,6)	-7,3%	2,2%
<b>Risultato della gestione corrente = EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>	<b>130,1</b>	<b>20,2%</b>	<b>125,2</b>	<b>20,0%</b>	<b>3,9%</b>
Altri proventi (oneri) non ricorrenti	(1,2)	-0,2%	(0,1)	0,0%	-
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>128,8</b>	<b>20,0%</b>	<b>125,1</b>	<b>20,0%</b>	<b>3,0%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(13,5)	-2,1%	(8,2)	-1,3%	63,5%
Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto	0,1	0,0%	(0,4)	-0,1%	-
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>115,5</b>	<b>17,9%</b>	<b>116,5</b>	<b>18,6%</b>	<b>-0,9%</b>
Interessi di minoranza	(0,0)	0,0%	(2,8)	-0,4%	-98,6%
<b>Utile del Gruppo prima delle imposte</b>	<b>115,5</b>	<b>17,9%</b>	<b>113,7</b>	<b>18,1%</b>	<b>1,5%</b>
Totale ammortamenti	(14,6)	-2,3%	(14,0)	-2,2%	3,7%
<b>EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti</b>	<b>144,6</b>	<b>22,4%</b>	<b>139,2</b>	<b>22,2%</b>	<b>3,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>143,4</b>	<b>22,2%</b>	<b>139,1</b>	<b>22,2%</b>	<b>3,1%</b>

(1) Al netto di sconti e accise