



## COMUNICATO STAMPA

### RISULTATI DEL PRIMO SEMESTRE AL 30 GIUGNO 2006

**Vendite nette €417,8 milioni (+14,8%)**

**EBITDA €95,2 milioni (+3,5%), pari al 22,8% delle vendite nette**

**Risultato operativo €85,9 milioni (+2,8%), pari al 20,6% delle vendite nette**

**Utile netto del Gruppo €55,5 milioni (+4,0%)**

**Milano, 11 settembre 2006** - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la relazione semestrale al 30 giugno 2006. I risultati del Gruppo Campari del primo semestre del 2006 sono stati positivi, grazie al contributo delle recenti acquisizioni (Glen Grant e Teruzzi & Puthod), dei nuovi *brand* in distribuzione (Jack Daniel's, portafoglio di C&C e Midori), e della crescita organica.

Risultati consolidati	Primo semestre 2006 € milioni	Primo semestre 2005 € milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
Vendite nette	417,8	363,9	14,8%	12,2%
Margine commerciale	115,3	107,5	7,3%	5,1%
EBITDA prima di oneri e proventi non ordinari	95,3	89,4	6,6%	4,8%
EBITDA	95,2	92,0	3,5%	1,7%
Risultato della gestione ordinaria = EBIT prima di oneri e proventi non ordinari	86,0	81,0	6,2%	4,4%
Risultato operativo = EBIT	85,9	83,6	2,8%	1,0%
Utile prima delle imposte	80,4	78,6	2,3%	0,4%
Utile netto del Gruppo	55,5	53,4	4,0%	2,0%

### RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2006

Nel primo semestre del 2006 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€417,8 milioni**, in **crescita del 14,8%** (+12,2% a cambi costanti).

La variazione complessiva delle vendite consolidate è stata generata da una **crescita organica del 2,5%** e da un impatto positivo dei cambi del 2,6%. La **crescita** esterna, pari al **9,8%**, è stata determinata dalle recenti acquisizioni (lo *Scotch whisky* Glen Grant e i vini Teruzzi & Puthod) e dai *brand* di terzi oggetto dei nuovi accordi di distribuzione (il portafoglio *spirit* di C&C sui mercati statunitense e brasiliano, Jack Daniel's e gli altri *brand* di Brown-Forman sul mercato italiano, il liquore Midori e Martin Miller's Gin sul mercato statunitense).

Il **marginale commerciale** si è attestato a €115,3 milioni, evidenziando una **crescita del 7,3%** (+5,1% a cambi costanti) e un'incidenza sulle vendite pari al 27,6%. La variazione è attribuibile per il 2,0% alla crescita organica, per il 3,2% alla crescita esterna e per il 2,1% al positivo effetto cambi.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ordinari** è stato di €95,3 milioni in **crescita del 6,6%** (+4,8% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 22,8%.

L'**EBITDA** è stato di € 95,2 milioni, in **crescita del 3,5%** (+1,7% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 22,8%.

Il **Risultato della gestione ordinaria (EBIT prima di oneri e proventi non ordinari)** è stato di € 86,0 milioni, in **crescita del 6,2%** (+4,4% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 20,6%.

Il **Risultato Operativo (EBIT)** è stato di € 85,9 milioni, in **crescita del 2,8%** (+1,0% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 20,6%.

Relativamente agli **ammortamenti**, è opportuno precisare che la voce ammortamenti immateriali, conseguentemente all'adozione degli IAS / IFRS, non include più l'ammortamento relativo all'avviamento e ai marchi.

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 80,4 milioni e ha evidenziato un **incremento del 2,3%** (+0,4% a cambi costanti).

L'**utile netto di pertinenza del Gruppo** è stato di € 55,5 milioni e ha evidenziato un incremento del 4,0% (+2,0% a cambi costanti).

Il **patrimonio netto** al 30 giugno 2006 ammonta a € 725,1 milioni.

Al 30 giugno 2006 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a € 479,5 milioni (€ 371,4 milioni al 31 dicembre 2005). Si segnala che in data 15 marzo 2006, il Gruppo Campari ha perfezionato l'acquisto dei marchi di *Scotch whisky* Glen Grant, Old Smuggler e Braemar e dei relativi asset, per un corrispettivo, pagato in contanti, di € 128,9 milioni. L'acquisizione è stata finanziata con indebitamento bancario.

## VENDITE CONSOLIDATE DEL PRIMO SEMESTRE 2006

Il **segmento spirit**, che rappresenta il 70,2% del fatturato, ha registrato una **variazione positiva delle vendite del 20,6%**, determinata da una **crescita organica del 3,7%**, da un impatto positivo dei cambi del 3,7% e da una **crescita esterna positiva del 13,3%**. La crescita esterna è stata generata dai neo-acquisiti *Scotch whisky* Glen Grant, Old Smuggler e Braemar, e dai nuovi accordi distributivi, tra cui, in particolare, quelli relativi al portafoglio *spirit* di C&C sui mercati statunitense e brasiliano, al *whisky* Jack Daniel's sul mercato italiano e al liquore Midori sul mercato statunitense. Il **brand Campari** ha registrato un **decremento del 6,7%** a cambi costanti (-4,6% a cambi effettivi), a causa di un rallentamento delle vendite nel secondo trimestre, volto a ridurre gli *stock* nei canali distributivi in vista dell'introduzione del nuovo *packaging*. Le vendite di **SKYY Vodka** hanno registrato una **crescita del 12,9%** a cambi costanti (+17,9% a cambi effettivi), grazie a un positivo andamento sia negli Stati Uniti (+12,3% a cambi costanti) sia nei mercati internazionali (+17,9%). Con riferimento alle altre marche principali, il segmento *spirit* ha beneficiato dell'andamento decisamente positivo di **Aperol (+23,2%)**, **Ouzo 12 (+13,8%)** e dei **brand brasiliani (+10,4%** a cambi costanti); **Campari Soda** e **Cynar** hanno chiuso il primo semestre 2006 in calo rispettivamente del **1,7%** e **12,9%** a cambi costanti. Relativamente ai *brand* in licenza, si segnala il positivo andamento degli **Scotch whisky (+12,6%** a cambi costanti), di **tequila 1800 (+9,2%** a cambi costanti) e di **Jägermeister (+5,3%** a cambi costanti).

Il **segmento wine**, pari al 11,4% del fatturato, ha registrato una **crescita del 3,9%**, determinata da una **variazione organica negativa del 0,8%**, da un impatto positivo dei cambi del 0,8% e da una **crescita esterna del 3,9%**, generata dalla neo-acquisita Teruzzi & Puthod. L'andamento positivo del segmento è stato trainato dagli **spumanti Cinzano (+15,7%)** e dai vini **Sella & Mosca (+3,5%)**, mentre i **vermouth Cinzano** hanno riportato una diminuzione del **9,1%** a cambi costanti. Relativamente agli altri marchi del Gruppo, le vendite hanno registrato una crescita per **Mondoro** e una contrazione per **Riccadonna**.

Le **vendite di soft drink**, pari al 17,2% del fatturato e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, evidenziano l'andamento positivo di **Crodino (+3,3%)** e della marca di terzi **Lipton Ice Tea (+1,4%)**. La gamma delle bevande gassate ha chiuso il primo semestre in calo del 3,4%.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del primo semestre 2006 sul **mercato italiano**, pari al 46,5% delle vendite, hanno registrato una **crescita del 4,6%**. L'Italia ha beneficiato del positivo contributo della crescita esterna (**+4,8%**), derivante principalmente da Glen Grant e dalla distribuzione di Jack Daniel's e degli altri *brand* di Brown-Forman, iniziata a maggio 2005; il *business*

organico ha registrato un **calo** delle vendite del **0,2%**. Le vendite in **Europa**, pari al 16,6% delle vendite consolidate, hanno segnato una **crescita del 7,9%**, determinata interamente dalla **crescita esterna (+9,1%)**, generata principalmente dai nuovi *brand* (Glen Grant e Teruzzi & Puthod). Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 32,9% del totale, il **mercato USA** ha registrato una **crescita organica del 10,5%**, una **crescita esterna del 28,0%** e un effetto cambi positivo del 5,1%. In **Brasile** le **vendite** hanno registrato una **crescita organica del 3,7%** a cambi costanti, un effetto cambi positivo del 23,4% e un impatto negativo a livello di crescita esterna del 0,9%. L'area **resto del mondo** (che include anche le vendite *duty free*), pari al 4,0% del fatturato totale, è **creciuta** complessivamente del **14,0%**, trainata da una **crescita organica del 9,4%**.

\* \* \*

#### **CONFERENCE CALL**

Si informa che alle **ore 17:00 (CET) di oggi, lunedì 11 settembre 2006**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati del primo semestre 2006. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: 800 914 576 (numero verde)**
- **dall'estero: +39 02 3700 8208**

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

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da lunedì, 11 settembre alle ore 21:00 (CET) fino a lunedì, 18 settembre alle ore 21:00 (CET), chiamando il numero **+44 1296 618 700** (codice di accesso: **631317**).

\* \* \*

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, CampariSoda, Glen Grant, Ouzo 12 e Zedda Piras 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)

Website: [www.campari.com](http://www.campari.com)

##### **Public Relations**

**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 giugno 2006		1 gennaio - 30 giugno 2005		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<i>Spirit</i>	293,2	70,2%	243,1	66,8%	<b>20,6%</b>
<i>Wine</i>	47,5	11,4%	45,8	12,6%	<b>3,9%</b>
<i>Soft drink</i>	71,9	17,2%	71,8	19,7%	<b>0,2%</b>
Altri ricavi	5,1	1,2%	3,2	0,9%	<b>61,1%</b>
<b>Totale</b>	<b>417,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>363,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,8%</b>

### Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 giugno 2006		1 gennaio - 30 giugno 2005		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Italia	194,2	46,5%	185,6	51,0%	<b>4,6%</b>
Europa	69,5	16,6%	64,4	17,7%	<b>7,9%</b>
Americhe	137,5	32,9%	99,3	27,3%	<b>38,5%</b>
Resto del mondo e <i>duty free</i>	16,6	4,0%	14,5	4,0%	<b>14,0%</b>
<b>Totale</b>	<b>417,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>363,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,8%</b>

### Conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 giugno 2006		1 gennaio - 30 giugno 2005		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<b>Vendite nette</b> <sup>(1)</sup>	<b>417,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>363,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>14,8%</b>
Costo del venduto	(181,6)	-43,5%	(150,3)	-41,3%	20,8%
<b>Margine lordo</b>	<b>236,3</b>	<b>56,5%</b>	<b>213,6</b>	<b>58,7%</b>	<b>10,6%</b>
Pubblicità e promozioni	(70,9)	-17,0%	(62,9)	-17,3%	12,8%
Costi di vendita e distribuzione	(50,0)	-12,0%	(43,2)	-11,9%	15,7%
<b>Margine commerciale</b>	<b>115,3</b>	<b>27,6%</b>	<b>107,5</b>	<b>29,5%</b>	<b>7,3%</b>
Spese generali e amministrative e altri oneri e proventi operativi	(29,4)	-7,0%	(26,5)	-7,3%	10,8%
<b>Risultato della gestione ordinaria = EBIT prima di oneri e proventi non ordinari</b>	<b>86,0</b>	<b>20,6%</b>	<b>81,0</b>	<b>22,3%</b>	<b>6,2%</b>
Altri proventi (oneri) non ordinari	(0,1)	0,0%	2,6	0,7%	-102,9%
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>85,9</b>	<b>20,6%</b>	<b>83,6</b>	<b>23,0%</b>	<b>2,8%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(5,5)	-1,3%	(4,7)	-1,3%	16,2%
Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto	(0,0)	0,0%	(0,2)	-0,1%	-92,7%
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>80,4</b>	<b>19,2%</b>	<b>78,6</b>	<b>21,6%</b>	<b>2,3%</b>
Imposte	(22,5)	-5,4%	(23,4)	-6,4%	-3,7%
<b>Utile netto prima degli interessi di minoranza</b>	<b>57,9</b>	<b>13,9%</b>	<b>55,2</b>	<b>15,2%</b>	<b>4,8%</b>
Interessi di minoranza	(2,3)	-0,6%	(1,8)	-0,5%	28,4%
<b>Utile netto di pertinenza del Gruppo</b>	<b>55,5</b>	<b>13,3%</b>	<b>53,4</b>	<b>14,7%</b>	<b>4,0%</b>
Totale ammortamenti	(9,3)	-2,2%	(8,5)	-2,3%	10,4%
<b>EBITDA prima di altri oneri e proventi non ordinari</b>	<b>95,3</b>	<b>22,8%</b>	<b>89,4</b>	<b>24,6%</b>	<b>6,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>95,2</b>	<b>22,8%</b>	<b>92,0</b>	<b>25,3%</b>	<b>3,5%</b>

(1) Al netto di sconti e accise.

## GRUPPO CAMPARI

### Stato patrimoniale consolidato

	30 giugno 2006 € milioni	31 dicembre 2005 € milioni
<b>ATTIVITÀ</b>		
<b>Attività non correnti</b>		
Immobilizzazioni materiali nette	156,5	152,5
Attività biologiche	14,4	13,5
Investimenti immobiliari	4,6	4,6
Avviamento e marchi	839,0	750,6
Attività immateriali a vita definita	3,7	3,8
Partecipazioni in società collegate e <i>joint-venture</i>	0,6	0,6
Imposte anticipate	16,7	16,5
Altre attività non correnti	6,4	11,1
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>1.041,8</b>	<b>953,2</b>
<b>Attività correnti</b>		
Rimanenze	187,0	135,3
Crediti commerciali	229,2	237,4
Crediti finanziari, quota a breve	2,8	3,2
Cassa, banche e titoli	361,0	247,5
Altri crediti	22,6	24,2
<b>Totale attività correnti</b>	<b>802,5</b>	<b>647,6</b>
Attività non correnti destinate alla vendita	0,1	0,1
<b>Totale attività</b>	<b>1.844,4</b>	<b>1.600,9</b>
<b>PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO</b>		
<b>Patrimonio netto</b>		
Capitale	29,0	29,0
Riserve	693,9	664,5
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	722,9	693,6
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	2,2	2,2
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>725,1</b>	<b>695,8</b>
<b>Passività non correnti</b>		
Prestiti obbligazionari	335,8	374,6
Altre passività finanziarie non correnti	138,0	122,8
Trattamento di fine rapporto e altri fondi relativi al personale	14,4	14,3
Fondi per rischi e oneri futuri	6,4	10,1
Imposte differite	45,6	43,3
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>540,3</b>	<b>565,1</b>
<b>Passività correnti</b>		
Debiti verso banche	353,5	112,8
Altri debiti finanziari	16,2	17,2
Debiti verso fornitori	147,0	150,2
Debiti verso l'erario	29,2	25,1
Altre passività correnti	33,2	34,8
<b>Totale passività correnti</b>	<b>579,1</b>	<b>340,0</b>
<b>Totale passività e patrimonio netto</b>	<b>1.844,4</b>	<b>1.600,9</b>

## GRUPPO CAMPARI

### Rendiconto finanziario consolidato

	30 giugno 2006 € milioni	30 giugno 2005 € milioni
Utile netto	55,5	53,4
Ammortamenti e altre rettifiche per riconciliare l'utile netto al flusso di cassa	10,2	14,4
Variazione di debiti e crediti fiscali		
e altre variazioni di attività e passività non finanziarie	2,1	8,8
<b>Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante</b>	<b>67,8</b>	<b>76,6</b>
Variazione capitale circolante netto operativo	(27,3)	(29,3)
<b>Flusso di cassa generato dalle attività operative</b>	<b>40,5</b>	<b>47,3</b>
<b>Flusso di cassa assorbito da investimenti</b>	<b>(9,5)</b>	<b>(7,4)</b>
<b>Free cash flow</b>	<b>30,9</b>	<b>39,9</b>
Acquisizioni	(128,9)	(118,2)
Altre variazioni	(0,1)	0,5
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(28,1)	(28,1)
<b>Totale flusso di cassa assorbito da altre attività</b>	<b>(157,1)</b>	<b>(145,8)</b>
Altre differenze cambio e altre variazioni	18,1	(19,9)
<b>Variazione delle posizione finanziaria netta</b>	<b>(108,1)</b>	<b>(125,8)</b>
Posizione finanziaria netta di inizio del periodo	(371,4)	(230,0)
Posizione finanziaria netta di fine periodo	(479,5)	(355,8)

**DAVIDE CAMPARI-MILANO S.p.A.****Conto economico della Capogruppo**

	<b>1 gennaio - 30 giugno 2006 € milioni</b>	<b>1 gennaio - 30 giugno 2005 € milioni</b>
<b>Vendite nette</b>	<b>113,9</b>	<b>111,1</b>
Costo del venduto	(85,3)	(80,2)
<b>Margine lordo</b>	<b>28,6</b>	<b>30,9</b>
Pubblicità e promozioni	(3,8)	(3,2)
Costi di vendita e distribuzione	(3,4)	(2,1)
<b>Margine commerciale</b>	<b>21,4</b>	<b>25,6</b>
Spese generali e amministrative e altri oneri e proventi operativi	(11,0)	(9,6)
Altri (oneri) e proventi non ordinari	0,0	0,0
<b>Risultato operativo</b>	<b>10,3</b>	<b>16,0</b>
Dividendi da imprese controllate	35,4	26,3
Proventi (oneri) finanziari netti	(6,6)	(5,4)
<b>Utile prima delle imposte</b>	<b>39,1</b>	<b>36,9</b>
Imposte	(2,7)	(4,1)
<b>Utile netto</b>	<b>36,4</b>	<b>32,9</b>

**Stato Patrimoniale della Capogruppo**

	<b>30 giugno 2006 € milioni</b>	<b>31 dicembre 2005 € milioni</b>
Totale attività non correnti	1.002,1	872,8
Totale attività correnti	286,5	262,6
<b>Totale attività</b>	<b>1.288,7</b>	<b>1.135,4</b>
Totale patrimonio netto	456,9	447,3
Totale passività non correnti	295,9	298,3
Totale passività correnti	535,9	389,8
<b>Totale passività e patrimonio netto</b>	<b>1.288,7</b>	<b>1.135,4</b>

**Rendiconto finanziario della Capogruppo**

	<b>30 giugno 2006 € milioni</b>	<b>30 giugno 2005 € milioni</b>
Utile netto	39,1	37,0
Rettifiche per riconciliare l'utile netto al flusso di cassa	0,7	6,5
Variazione nelle attività e passività operative	3,5	8,1
Flusso di cassa generato (utilizzato) dalle attività operative	43,3	51,6
Flusso di cassa generato (utilizzato) da attività di investimento	(134,9)	(3,9)
Flusso di cassa generato (utilizzato) da attività di finanziamento	95,2	(11,3)
Aumento (diminuzione) delle disponibilità liquide	3,7	36,4
<b>Disponibilità liquide all'inizio dell'esercizio</b>	<b>102,0</b>	<b>55,7</b>
<b>Disponibilità liquide alla fine dell'esercizio</b>	<b>105,7</b>	<b>92,2</b>