



## COMUNICATO STAMPA

### RISULTATI DI BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2003

**Vendite nette: €714 milioni, +8,1% (+14,5% a cambi costanti)**  
**Crescita delle vendite nelle tre aree di *business*: *spirits*, *wines* e *soft drinks***

**Tutti i livelli di redditività operativa in crescita**  
**EBITDA: €169 milioni, +5,8% (+12,4% a cambi costanti) e pari al 23,7% sulle vendite**  
**EBIT: €122 milioni, +6,6% (+15,3% a cambi costanti)**

**Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza: €138,1 milioni, +11,9%**  
**(+19,2% a cambi costanti)**

**Utile netto: €79,8 milioni, in lieve diminuzione esclusivamente per effetto di un ritorno a un'incidenza fiscale normalizzata**

**Dividendo proposto invariato a €0,88 per azione**

**Milano, 22 marzo 2004** - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato i risultati del bilancio consolidato relativi all'esercizio 2003, che confermano **risultati più che soddisfacenti**, in termini tanto di **crescita delle vendite** quanto di **incremento di tutti i livelli di redditività operativa**, soprattutto alla luce del consistente impatto negativo dei cambi.

Va evidenziato, infatti, che tali risultati, se considerati prima dell'impatto dei cambi, mostrano una **crescita a doppia cifra** rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso.

		<b>Risultati 2003</b>	<b>Variazione a cambi effettivi</b>	<b>Variazione a cambi costanti</b>
• <b>Vendite nette</b>	€ milioni	714,1	+8,1%	+14,5%
• <b>EBITDA</b>	€ milioni	169,2	+5,8%	+12,4%
• <b>EBITA</b>	€ milioni	150,7	+5,8%	+12,8%
• <b>EBIT = Risultato operativo</b>	€ milioni	122,2	+6,6%	+15,3%
• <b>Utile di prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	€ milioni	138,1	+11,9%	+19,2%
• <b>Utile netto di pertinenza del Gruppo</b>	€ milioni	79,8	-7,9%	-3,9%
• <b>EPS (<i>earnings per share</i>)</b>	€	2,75	-7,9%	-3,9%

EBITA = EBIT (risultato operativo) prima dell'ammortamento dell'avviamento e dei marchi.

Il **Deputy Chief Executive Officer Enzo Visone** ha affermato: *"Il 2003 è stato un altro anno di risultati più che soddisfacenti per il Gruppo Campari: abbiamo pienamente conseguito gli obiettivi di sviluppo nelle due direttrici sia di crescita organica (malgrado l'impatto negativo dei cambi) sia di espansione per linee esterne, proseguita nel 2003 con le acquisizioni di Barbero 1891 e Riccadonna. Questi risultati pongono le basi per un'ulteriore crescita nel 2004, nonostante la congiuntura non ancora favorevole soprattutto in Europa."*

### DIVIDENDO

All'Assemblea degli azionisti, convocata in sessione ordinaria e straordinaria per il prossimo 29 aprile, verrà proposta la **distribuzione di un dividendo di €0,88 per azione (invariato rispetto all'anno scorso)**, per un monte dividendi complessivo di € 24,7 milioni, con stacco della cedola numero 4 il 10 maggio 2004 e in pagamento a partire dal 13 maggio 2004.

### RISULTATI CONSOLIDATI 2003

Nel 2003 le **vendite del Gruppo** sono state pari a € 714,1 milioni, in **crescita del 8,1%** (+14,5% a cambi costanti). La **crescita organica** è stata **del 9,6%**, mentre l'impatto negativo dei tassi di cambio è stato pari al 6,4%, principalmente a causa della svalutazione del Dollaro USA e del Real brasiliano. La **crescita esterna, pari al 4,9%**, è prevalentemente attribuibile al nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 sul mercato americano (+4,3%) e solo marginalmente a Barbero 1891, consolidata per il solo mese di dicembre (+0,6%).

Il **marginale commerciale** si è attestato a € 193,1 milioni, evidenziando una **crescita del 6,8%** e un'incidenza sulle vendite pari al 27%.

L'**EBITDA** è stato di € 169,2 milioni, in **crescita del 5,8%** (+12,4% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,7%.

L'**EBITA** è stato di € 150,7 milioni, in **crescita del 5,8%** (+12,8% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 21,1%.

L'**EBIT** è stato di € 122,2 milioni, in **crescita del 6,6%** (+15,3% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 17,1%.

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 138,1 milioni e ha registrato una crescita pari al 11,9% (+19,2% a cambi costanti). Questo risultato ha beneficiato del contributo di proventi non operativi netti per un totale di € 23,1 milioni che includono la plusvalenza relativa alla cessione dello stabile di Via Filippo Turati a Milano, avvenuta nel mese di luglio 2003.

L'**utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo**, ovvero l'utile ante imposte al netto degli interessi di minoranza, è stato di € 120,2 milioni e ha evidenziato una crescita del 11,8%.

L'**utile netto di pertinenza del Gruppo** è stato di € 79,8 milioni e ha registrato una flessione del 7,9% per effetto del maggiore carico fiscale rispetto all'anno precedente in cui la società aveva beneficiato delle agevolazioni DIT e Tremonti *bis*.

Il **patrimonio netto consolidato** al 31 dicembre 2003 ammonta a € 548,2 milioni.

Al 31 dicembre 2003 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a € 297,1 milioni (€ 198,8 milioni al 31 dicembre 2002). Il rapporto tra indebitamento netto e patrimonio netto è pari al 31 dicembre 2003 al 54,2%. Va evidenziato che il 3 dicembre 2003 il Gruppo ha finalizzato l'acquisizione di Barbero 1891 per un controvalore di € 147,1 milioni, pagato in contanti e finanziato con parte dei fondi raccolti con l'emissione obbligazionaria completata nel corso del 2003.

## VENDITE 2003

Il **segmento spirits**, pari al 65,5% del fatturato totale, è **cresciuto del 9,6%** (+18,7% a cambi costanti). La **crescita organica, pari al 11,5%**, è stata favorita dal **positivo andamento** di tutti i *brand* principali. **Campari** ha registrato una **crescita del 3,4%** a cambi costanti (-1,1% al netto dell'effetto cambi). In termini geografici, le vendite di Campari confermano un **trend positivo in Italia** (+10,8%), **in Brasile e anche in Germania**, dove la marca ha rafforzato la ripresa delle vendite evidenziata nella prima parte dell'anno, conseguendo una crescita complessiva per il 2003 nettamente superiore alle aspettative. **SKYY Vodka** continua a mostrare una *performance* eccellente, tanto che ha conseguito per il nono anno consecutivo il riconoscimento come "Hot Brand" in USA da parte di Impact, una tra le più autorevoli riviste del settore. Il *brand* prosegue uno **sviluppo molto positivo, con una crescita**, inclusiva delle nuove *flavoured vodka*, **del 24,5% a cambi costanti** (+4,5% al netto dell'effetto cambi). Nell'ambito della gamma SKYY, anche la nuova linea di *flavoured vodka* lanciata nel mese di marzo 2003 (SKYY Berry, SKYY Spiced e SKYY Vanilla, che si sono aggiunte alla già esistente SKYY Citrus) continua lo sviluppo positivo delle vendite, che nel 2003 hanno rappresentato il 16% del totale della marca SKYY. Inoltre, il segmento *spirits* ha beneficiato del positivo andamento di **CampariSoda** (+4,3%), **Ouzo 12** (+7,4%) e **Jägermeister** (+5,3%); **Cynar** ha registrato una lieve flessione (-0,7%), evidenziando però un forte recupero sul mercato italiano. **Campari Mixx** ha beneficiato soprattutto del significativo sviluppo del mercato italiano. La **crescita esterna**, pari al **7,2%** è stata determinata principalmente da *tequila* 1800 (+6,6%) e solo marginalmente da Barbero 1891 (+0,6%), consolidata per il solo mese di dicembre.

Il **segmento wines**, pari al 13,9% del fatturato totale, ha registrato una **crescita del 2,5%** (+5,5% a cambi costanti). La crescita organica (+4,3%) è stata favorita dal **buon andamento degli spumanti Cinzano** (+5,3% a cambi costanti) e da un più modesto contributo del **vermouth Cinzano** (+0,8% a cambi costanti). **Sella & Mosca** ha registrato una diminuzione dello 0,6%, interamente ascrivibile alla limitata disponibilità di prodotto, in particolare per i vini bianchi, a causa della pessima vendemmia del 2002. **Riccadonna** ha registrato una **crescita del 6,2%** a cambi costanti.

Le **vendite di soft drinks**, pari al 19,6% del fatturato totale e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, hanno registrato una **crescita del 10,2%**, grazie anche alle condizioni climatiche particolarmente favorevoli del periodo estivo. **Lemonsoda**, **Oransoda** e **Pelmosoda** e **Lipton Ice Tea** sono risultati in crescita rispettivamente del **16,1%** e del **24,4%**. **Crodino**, le cui vendite sono meno correlate alle variazioni climatiche, ha registrato una crescita del **2,2%**.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del 2003 sul **mercato italiano** hanno rappresentato il 47,6% delle vendite del Gruppo e sono cresciute del **9,3%**, per effetto della **sostenuta crescita organica** (+8,2%), favorita dall'**andamento positivo delle tre aree di business**, e del contributo, seppure marginale, delle vendite di Barbero 1891 (+1,1%), consolidata per il solo mese di dicembre. Le **vendite dell'area Europa**, pari al 19,4% del totale, si sono **incrementate del 9,1%**, per effetto dell'avvio del nuovo accordo di distribuzione sul mercato russo, di cui ha beneficiato soprattutto Cinzano, e dell'allargamento distributivo di

Campari Mixx in Germania e Austria. A questo risultato hanno contribuito anche una netta ripresa del mercato tedesco e l'ampliamento distributivo di SKYY Vodka in quasi tutti i mercati europei. Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 30,6% del totale, il **mercato USA ha registrato una crescita del 18,2%**, per effetto della positiva crescita organica (+17%), trainata da SKYY Vodka, e dell'apporto del nuovo contratto di distribuzione di *tequila* 1800 (+20,4%). Anche il **Brasile** mostra un **andamento positivo** delle vendite, registrando una crescita del 7,8% a cambi costanti, che però è stata più che compensata dalla pesante svalutazione del cambio (-21,4%).

## **OUTLOOK 2004**

Le previsioni per il 2004 sono orientate a una giusta cautela alla luce di un contesto macroeconomico non favorevole, con particolare riferimento ai mercati europei. Per quanto riguarda gli Stati Uniti, il mercato continua ad essere caratterizzato da un aumento della pressione competitiva all'interno del comparto della *vodka premium*. Relativamente al Brasile, l'evoluzione del *business* rimane strettamente legata all'andamento dell'economia locale. Per contro, il *business* italiano beneficerà dell'apporto di Aperol e degli altri marchi di Barbero 1891, acquisita a dicembre 2003.

## **ALTRE DELIBERE**

**Corporate governance, azioni proprie e modifiche statutarie.** Il Consiglio di Amministrazione ha: (a) proceduto all'approvazione della relazione annuale sulla *corporate governance*; (b) approvato la relazione all'Assemblea ordinaria degli azionisti relativamente alla delibera di autorizzazione all'acquisto e/o all'alienazione di azioni proprie; (c) deliberato di proporre all'Assemblea straordinaria degli Azionisti la modifica dello statuto sociale, anche per adeguarlo alla nuova disciplina di cui al D.Lgs. 6/2003.

**Fusione per incorporazione di Campari-Crodo S.p.A. in Davide Campari-Milano S.p.A.** Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari Milano S.p.A. ha deliberato di proporre all'Assemblea straordinaria la fusione per incorporazione di Campari-Crodo S.p.A.

L'operazione è motivata dall'obiettivo di raggiungere una maggiore razionalità e funzionalità della struttura del Gruppo sotto il profilo patrimoniale, economico e finanziario concentrando in Davide Campari-Milano S.p.A. l'attività produttiva, precedentemente svolta anche da Campari-Crodo S.p.A.

Poiché Davide Campari-Milano S.p.A. detiene l'intero capitale di Campari-Crodo S.p.A., ai sensi dell'articolo 2505 cod. civ. non si procederà né alla determinazione del rapporto di cambio né ad alcun aumento del capitale sociale della società incorporante finalizzato alla fusione.

Gli effetti contabili di cui al numero 6) dell'articolo 2501-ter cod. civ. della progettata fusione decorrono dal 1 gennaio dell'anno in corso, e dalla stessa data decorreranno gli effetti fiscali ai fini delle imposte sui redditi.

Nell'atto di fusione verrà stabilita la decorrenza degli effetti ex articolo 2504-bis, 2° comma, cod. civ. nei confronti di terzi, che potrà essere successiva alla data dell'ultima delle iscrizioni previste dall'articolo 2504 cod. civ.

Non è previsto alcun vantaggio particolare a favore degli amministratori delle società partecipanti alla fusione.

\* \* \*

## **CONFERENCE CALL**

Si informa che alle **ore 17.00 di oggi, lunedì 22 marzo 2004**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati di bilancio 2003. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- dall'Italia: 800 990 927 (numero verde)
- dall'estero: +39 02 3700 8210

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/ir](http://www.campari.com/ir)

## **PRESENTAZIONE DEI RISULTATI ALLA COMUNITÀ FINANZIARIA E ALLA STAMPA**

Si informa che alle **ore 10.00 di domani, martedì 23 marzo 2004**, il *management* del Gruppo Campari presenterà i risultati del bilancio 2003 in un incontro con la comunità finanziaria presso la sala assemblee di Banca Intesa, in Piazza Belgioioso 1, Milano.

\* \* \*

## GRUPPO CAMPARI - RISULTATI CONSOLIDATI AL 31 DICEMBRE 2003

Tabella 1) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 31 dicembre 2003		1 gennaio - 31 dicembre 2002		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
<i>Spirits</i>	467,6	65,5%	426,6	64,4%	9,6%
<i>Wines</i>	99,0	13,9%	96,6	14,6%	2,5%
<i>Soft Drinks</i>	140,3	19,6%	127,2	19,3%	10,2%
Altri ricavi	7,2	1,0%	10,1	1,5%	-28,7%
<b>Totale</b>	<b>714,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>660,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,1%</b>

Tabella 2) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 31 dicembre 2003		1 gennaio - 31 dicembre 2002		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
Italia	339,8	47,6%	311,0	47,1%	9,3%
Europa	138,9	19,4%	127,3	19,3%	9,1%
Americhe	218,4	30,6%	200,2	30,3%	9,1%
Resto del mondo	17,0	2,4%	22,1	3,3%	-23,2%
<b>Totale</b>	<b>714,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>660,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,1%</b>

Tabella 3) Gruppo Campari - conto economico consolidato

	1 gennaio - 31 dicembre 2003		1 gennaio - 31 dicembre 2002		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
<b>Vendite nette <sup>(1)</sup></b>	<b>714,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>660,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>8,1%</b>
Costo dei materiali	(256,3)	-35,9%	(230,4)	-34,9%	11,3%
Costi di produzione	(44,9)	-6,3%	(45,9)	-6,9%	-2,2%
<b>Totale costo del venduto</b>	<b>(301,2)</b>	<b>-42,2%</b>	<b>(276,3)</b>	<b>-41,8%</b>	<b>9,0%</b>
<b>Margine lordo</b>	<b>412,9</b>	<b>57,8%</b>	<b>384,3</b>	<b>58,2%</b>	<b>7,4%</b>
Pubblicità e promozioni	(143,7)	-20,1%	(130,8)	-19,8%	9,9%
Costi di vendita e distribuzione	(76,1)	-10,7%	(72,7)	-11,0%	4,7%
<b>Margine commerciale</b>	<b>193,1</b>	<b>27,0%</b>	<b>180,8</b>	<b>27,4%</b>	<b>6,8%</b>
Spese generali e amministrative	(46,9)	-6,6%	(43,3)	-6,6%	8,1%
Altri ricavi operativi	6,9	1,0%	5,8	0,9%	19,6%
Ammortamento di avviamento e marchi	(28,4)	-4,0%	(27,8)	-4,2%	2,5%
Costi non ricorrenti	(2,5)	-0,3%	(0,8)	-0,1%	206,2%
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>122,2</b>	<b>17,1%</b>	<b>114,7</b>	<b>17,4%</b>	<b>6,6%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(8,8)	-1,2%	(6,1)	-0,9%	45,5%
Utili (perdite) su cambi netti	1,6	0,2%	8,2	1,2%	-80,1%
Altri proventi (oneri) non operativi	23,1	3,2%	6,6	1,0%	246,6%
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>138,1</b>	<b>19,3%</b>	<b>123,4</b>	<b>18,7%</b>	<b>11,9%</b>
Interessi di minoranza	(17,9)	-2,5%	(15,8)	-2,4%	12,7%
<b>Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo</b>	<b>120,2</b>	<b>16,8%</b>	<b>107,6</b>	<b>16,3%</b>	<b>11,8%</b>
Imposte	(40,4)	-5,7%	(20,9)	-3,2%	93,4%
<b>Utile netto di pertinenza del Gruppo</b>	<b>79,8</b>	<b>11,2%</b>	<b>86,7</b>	<b>13,1%</b>	<b>-7,9%</b>
Ammortamenti materiali	(15,4)	-2,2%	(14,4)	-2,2%	7,3%
Ammortamenti immateriali	(31,6)	-4,4%	(30,9)	-4,7%	2,1%
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>(47,0)</b>	<b>-6,6%</b>	<b>(45,3)</b>	<b>-6,9%</b>	<b>3,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>169,2</b>	<b>23,7%</b>	<b>160,0</b>	<b>24,2%</b>	<b>5,8%</b>
<b>EBITA <sup>(2)</sup></b>	<b>150,7</b>	<b>21,1%</b>	<b>142,4</b>	<b>21,6%</b>	<b>5,8%</b>

(1) Al netto di sconti e accise.

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

**Tabella 4) Gruppo Campari - stato patrimoniale consolidato**

	31 dicembre 2003	31 dicembre 2002	Variazione
	€milioni	€milioni	€milioni
Cassa e banche	133,6	103,5	30,1
Titoli negoziabili	1,9	4,2	(2,3)
Crediti verso clienti, al netto del fondo svalutazione	174,2	137,7	36,5
Rimanenze	106,4	94,9	11,5
Altre attività correnti	55,4	44,2	11,2
<b>Totale attività correnti</b>	<b>471,5</b>	<b>384,5</b>	<b>87,0</b>
Immobilizzazioni materiali nette	152,4	144,2	8,2
Avviamento, al netto dell'ammortamento	552,2	437,3	114,9
Altre immobilizzazioni immateriali, al netto dell'ammortamento	19,4	16,0	3,4
Partecipazioni	7,8	8,7	(0,9)
Altre attività non correnti	5,8	3,4	2,4
Azioni proprie	31,0	31,0	0,0
<b>Totale attività non correnti</b>	<b>768,6</b>	<b>640,6</b>	<b>128,0</b>
<b>Totale attività</b>	<b>1.240,1</b>	<b>1.025,1</b>	<b>215,0</b>
Debiti verso banche	30,1	122,1	(92,0)
Debiti verso fornitori	127,6	135,5	(7,9)
Altre passività correnti	78,1	52,5	25,6
<b>Totale passività correnti</b>	<b>235,8</b>	<b>310,1</b>	<b>(74,3)</b>
Debiti finanziari a medio - lungo termine	398,1	181,0	217,1
Trattamento di fine rapporto	15,6	13,1	2,5
Altre passività non correnti	37,7	32,0	5,7
Interessi di minoranza	4,7	10,0	(5,3)
<b>Totale passività non correnti</b>	<b>456,1</b>	<b>236,1</b>	<b>220,0</b>
<b>Patrimonio netto</b>	<b>548,2</b>	<b>478,9</b>	<b>69,3</b>
<b>Totale passività e patrimonio netto</b>	<b>1.240,1</b>	<b>1.025,1</b>	<b>215,0</b>

### Gruppo Campari

Il Gruppo Campari è il sesto *player* mondiale nel settore degli *spirits*, presente in 190 paesi e con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: *spirits*, *wines* e *soft drinks*. Il portafoglio prodotti di proprietà include *brands* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi *leader* in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli USA, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebfraumilch in Brasile, Gregson's in Uruguay, Riccadonna in Australia e in Nuova Zelanda e Mondoro in Russia. Il Gruppo impiega circa 1.550 persone e, dal luglio 2001, le azioni ordinarie della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A.

### PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

#### Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: investor.relations@campari.com

Website: www.campari.com

#### Public Relations

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

#### **Moccagatta Pogliani & Associati**

Tel.: +39 02 8693806

Email: segreteria@moccagatta.it