



COMUNICATO STAMPA

Campari approva la Relazione Semestrale al 30 giugno 2004

Continua il *trend* di crescita delle vendite e di tutti i livelli di redditività

Vendite nette consolidate pari a €367,4 milioni (+10,4%)

EBITDA pari a €84,7 milioni (+7,4%)

EBIT pari a €58,3 milioni (+2,4%)

Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo pari a €48,7 milioni (+11,8%)

Utile netto pari a €30,9 milioni (+10,7%)

Milano, 8 settembre 2004 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la Relazione Semestrale al 30 giugno 2004. Si conferma il **trend di crescita delle vendite e di tutti i livelli di redditività**, grazie al positivo effetto del consolidamento della neo - acquisita Barbero 1891 S.p.A. e al buon andamento del *business*, nonostante l'impatto ancora negativo dei tassi di cambio.

Infatti, se considerati prima dell'effetto negativo dei cambi (ovvero, se convertiti ai cambi medi dei primi sei mesi del 2003), le vendite e i principali indicatori di redditività dei primi sei mesi del 2004 mostrano una **crescita a doppia cifra** rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso.

	Primo semestre 2004 (€milioni)	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
• Vendite nette	367,4	10,4%	13,3%
• EBITDA	84,7	7,4%	13,1%
• EBITA	75,9	7,1%	11,0%
• EBIT = Risultato operativo	58,3	2,4%	7,3%
• Utile netto di pertinenza del Gruppo	48,7	11,8%	17,5%
• Utile netto	30,9	10,7%	18,0%

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

RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO SEMESTRE 2004

Nel primo semestre 2004 le **vendite del Gruppo** sono state pari a € 367,4 milioni, in **crescita del 10,4%** (+13,3% a cambi costanti). La **crescita organica** è stata **del 4,6%**, mentre l'impatto negativo dei tassi di cambio è stato pari al 2,9%, determinato principalmente dalla svalutazione del Dollaro USA. La **crescita esterna, pari al 8,7%**, è quasi interamente attribuibile alla neo - acquisita Barbero 1891 S.p.A.

Il **marginale commerciale** si è attestato a € 104,1 milioni, evidenziando una **crescita del 13,8%** e un'incidenza sulle vendite pari al 28,3%.

L'**EBITDA** è stato di € 84,7 milioni, in **crescita del 7,4%** (+13,1% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,1%.

L'**EBITA** è stato di € 75,9 milioni, in **crescita del 7,1%** (+11,0% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 20,7%.

L'**EBIT** è stato di € 58,3 milioni, in **crescita del 2,4%** (+7,3% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 15,9%.

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 55,0 milioni e ha registrato una crescita pari al 7,0% (+13,1% a cambi costanti).

L'**utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo**, ovvero l'utile *ante* imposte al netto degli interessi di minoranza, è stato di € 48,7 milioni e ha evidenziato una crescita del 11,8% (+17,5% a cambi costanti).

L'utile netto di pertinenza del Gruppo è stato di € 30,9 milioni e ha registrato una crescita del 10,7% (+18,0% a cambi costanti).

Il patrimonio netto consolidato al 30 giugno 2004 ammonta a € 550,3 milioni.

Al 30 giugno 2004 l'indebitamento finanziario netto è pari a € 303,0 milioni (€ 297,1 milioni al 31 dicembre 2003). Il rapporto tra indebitamento finanziario netto e patrimonio netto è pari al 30 giugno 2004 al 55,1%.

VENDITE DEL PRIMO SEMESTRE 2004

Il segmento *spirits*, pari al 65,5% del fatturato totale, ha registrato una **variazione positiva delle vendite del 10,4%**, determinata da una **crescita organica del 3,8%**, da una crescita esterna del 10,7% e da un impatto negativo dei cambi del 4,1%. Il *brand Campari* ha registrato una **crescita del 6,0%** a cambi costanti (4,1% dopo l'effetto cambi): il positivo andamento registrato in Brasile, Italia, Giappone e altri importanti mercati europei ha più che compensato la contrazione dei consumi registrata sul mercato tedesco a causa di condizioni climatiche particolarmente sfavorevoli nel secondo trimestre. Le vendite di **SKYY Vodka** hanno registrato una **crescita del 2,8%** a cambi costanti. La gamma **SKYY flavoured**, pari al 15% del totale delle vendite del brand SKYY, ha invece registrato una flessione del 17,3% a cambi costanti: la *performance* nel primo semestre 2004 è stata infatti penalizzata dal confronto sfavorevole rispetto al primo semestre del 2003, caratterizzato da un'intensa attività di vendita in coincidenza con la fase di lancio dei nuovi prodotti. Complessivamente, il *brand SKYY inclusivo dei flavour*, mostra una **flessione del 0,7%** a cambi costanti (-10,2% a cambi effettivi). Con riferimento alle altre marche principali, il segmento *spirits* ha beneficiato del positivo andamento dei **brand brasiliani** (+25,1% a cambi costanti), **CampariSoda** (+6,2% a cambi costanti), **tequila 1800** (+30,7% a cambi costanti), **Ouzo 12** (+10,6% a cambi costanti) e degli **Scotch whisky** (+6,4% a cambi costanti). **Cynar** e **Jägermeister** hanno invece registrato una flessione rispettivamente del 1,9% e 1,1%. La **crescita esterna**, interamente attribuibile a Barbero 1891 S.p.A., ha beneficiato del **positivo contributo di tutti i brand** acquisiti e, in particolare, della marca principale **Aperol**, che ha evidenziato una **crescita a volume del 18,8%** rispetto al primo semestre dello scorso anno.

Il segmento *wines*, pari al 12,2% del fatturato totale, ha registrato una **crescita del 22,9%**. La **crescita organica (+14,9%)** ha beneficiato dell'**andamento positivo** degli **spumanti Cinzano** (+4,9% a cambi costanti), grazie alla buona *performance* del mercato italiano, e dei **vermouth Cinzano** (+5,5% a cambi costanti), grazie alla positiva evoluzione del Giappone e dei principali mercati europei. Gli *wines* hanno inoltre beneficiato della positiva evoluzione di **Sella & Mosca (+11,7%)** e **Riccadonna**. La **crescita esterna (+9,7%)** è quasi interamente attribuibile a Barbero 1891 S.p.A. e, in particolare, ai *brand* Mondoro ed Enrico Serafino.

Le **vendite di soft drinks**, pari al 21,2% del fatturato totale e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, hanno registrato una **crescita del 3,0%**, grazie al buon andamento di **Crodino** (+8,7%) e **Lipton Ice Tea** (+4,3%). Le vendite di **Lemonsoda**, **Oransoda** e **Pelmosoda** hanno invece registrato una **contrazione del 5,3%**, essendo state penalizzate da condizioni climatiche meno favorevoli rispetto all'anno precedente.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite dei primi sei mesi del 2004 sul **mercato italiano** hanno registrato una **crescita organica del 4,9%** e hanno raggiunto il 54,6% delle vendite del Gruppo per effetto del significativo contributo dell'acquisizione di Barbero 1891 S.p.A. (+13,7%), le cui vendite sono concentrate sul mercato italiano. Anche le **vendite dell'area Europa**, pari al 17,1% del totale, hanno significativamente beneficiato dell'apporto della **crescita esterna (+7,4%)**, quasi totalmente generata da Barbero 1891 S.p.A., mentre il *business* organico ha registrato una flessione (-9,4%), a causa dell'andamento negativo del mercato tedesco, dovuto anche all'interruzione della distribuzione di Campari Mixx causa i pesantissimi inasprimenti fiscali che hanno colpito la categoria dei *ready-to-drink* in Germania.

Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 25,9% del totale, il **mercato USA** ha registrato una **crescita del 6,1%** a cambi costanti, interamente erosa dall'effetto cambi (-10,6%), mentre in **Brasile le vendite sono cresciute del 17,6%** in valuta locale (+15,3% a cambi effettivi).

* * *

CONFERENCE CALL

Si informa che alle **ore 17.00 di oggi, mercoledì 8 settembre 2004**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati dei primi sei mesi del 2004. 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/ir

* * *

GRUPPO CAMPARI - RISULTATI DEL PRIMO SEMESTRE AL 30 GIUGNO 2004

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

	1 gennaio - 30 giugno 2004		1 gennaio - 30 giugno 2003		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
<i>Spirits</i>	240,6	65,5%	217,8	65,5%	10,4%
<i>Wines</i>	44,7	12,2%	36,4	10,9%	22,9%
<i>Soft Drinks</i>	77,7	21,1%	75,5	22,7%	3,0%
Altri ricavi	4,4	1,2%	3,0	0,9%	44,9%
Totale	367,4	100,0%	332,7	100,0%	10,4%

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

	1 gennaio - 30 giugno 2004		1 gennaio - 30 giugno 2003		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
Italia	200,7	54,6%	169,1	50,8%	18,6%
Europa	62,7	17,1%	64,4	19,4%	-2,7%
Americhe	95,0	25,9%	94,3	28,4%	0,7%
Resto del mondo	9,0	2,5%	4,8	1,4%	88,1%
Totale	367,4	100,0%	332,7	100,0%	10,4%

Tabella 3) Gruppo Campari - conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 giugno 2004		1 gennaio - 30 giugno 2003		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
Vendite nette ⁽¹⁾	367,4	100,0%	332,7	100,0%	10,4%
Costo dei materiali	(122,4)	-33,3%	(113,9)	-34,2%	7,5%
Costi di produzione	(26,5)	-7,2%	(20,7)	-6,2%	27,8%
Totale costo del venduto	(148,9)	-40,5%	(134,6)	-40,5%	10,6%
Margine lordo	218,5	59,5%	198,1	59,5%	10,3%
Pubblicità e promozioni	(71,5)	-19,5%	(69,2)	-20,8%	3,3%
Costi di vendita e distribuzione	(42,9)	-11,7%	(37,4)	-11,2%	14,9%
Margine commerciale	104,1	28,3%	91,5	27,5%	13,8%
Spese generali e amministrative	(26,4)	-7,2%	(23,7)	-7,1%	11,9%
Altri ricavi operativi	0,3	0,1%	3,5	1,1%	-91,0%
Ammortamento di avviamento e marchi	(17,6)	-4,8%	(13,9)	-4,2%	26,3%
Costi non ricorrenti	(2,1)	-0,6%	(0,5)	-0,2%	289,7%
Risultato operativo = EBIT	58,3	15,9%	56,9	17,1%	2,4%
Proventi (oneri) finanziari netti	(3,9)	-1,1%	(5,0)	-1,5%	-20,1%
Utili (perdite) su cambi netti	0,0	0,0%	(0,5)	-0,2%	
Altri proventi (oneri) non operativi	0,6	0,2%	(0,0)	0,0%	
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	55,0	15,0%	51,4	15,5%	7,0%
Interessi di minoranza	(6,3)	-1,7%	(7,8)	-2,4%	-19,9%
Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo	48,7	13,3%	43,6	13,1%	11,8%
Imposte	(17,8)	-4,8%	(15,6)	-4,7%	13,7%
Utile netto di pertinenza del Gruppo	30,9	8,4%	28,0	8,4%	10,7%
Ammortamenti materiali	(7,6)	-2,1%	(6,8)	-2,0%	12,7%
Ammortamenti immateriali	(18,8)	-5,1%	(15,2)	-4,6%	23,7%
Totale ammortamenti	(26,4)	-7,2%	(22,0)	-6,6%	20,3%
EBITDA	84,7	23,1%	78,9	23,7%	7,4%
EBITA ⁽²⁾	75,9	20,7%	70,9	21,3%	7,1%

(1) Al netto di sconti e accise.

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

Tabella 4) Gruppo Campari - stato patrimoniale consolidato

	30 giugno 2004	31 dicembre 2003
	€ milioni	€ milioni
Cassa e banche	173,5	133,6
Titoli negoziabili	7,8	1,9
Crediti verso clienti, al netto del fondo svalutazione	177,9	174,2
Rimanenze	125,7	106,4
Altre attività correnti	51,7	55,4
Totale attività correnti	536,6	471,5
Immobilizzazioni materiali nette	158,9	152,4
Differenza da consolidamento, al netto dell'ammortamento	536,5	552,2
Altre immobilizzazioni immateriali, al netto dell'ammortamento	30,3	19,4
Partecipazioni	0,1	7,8
Altre attività non correnti	5,8	5,8
Azioni proprie	30,0	31,0
Totale attività non correnti	761,6	768,6
Totale attività	1.298,2	1.240,1
Debiti verso banche	52,9	30,1
Debiti verso fornitori	147,6	127,6
Altre passività correnti	70,1	78,1
Totale passività correnti	270,6	235,8
Debiti finanziari a medio - lungo termine	426,9	398,1
Trattamento di fine rapporto	15,3	15,6
Altre passività non correnti	32,1	37,7
Interessi di minoranza	3,0	4,7
Totale passività non correnti	477,3	456,1
Patrimonio netto	550,3	548,2
Totale passività e patrimonio netto	1.298,2	1.240,1

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 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, Enrico Serafino, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, 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 1.500 persone e 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