

CAMPARI GROUP

COMUNICATO STAMPA

Solida crescita organica delle vendite nette pari a +2,4% in un anno caratterizzato da volatilità macroeconomica e geopolitica che ha impattato consumi e canali distributivi; in questo contesto esasperato dal maltempo, soprattutto in Europa, prosegue la normalizzazione post-Covid

Gli indicatori di profittabilità sono stati influenzati dalla *performance* delle vendite nette e dagli investimenti in infrastrutture già pianificati

Nel 2025, *focus* sul rafforzamento del nostro portfolio e sul *business* attraverso il nuovo modello operativo in un anno di transizione. Per il futuro, si conferma la fiducia nella continua sovraperformance e nell'aumento delle quote di mercato, sfruttando la forza dei marchi in categorie in crescita

Costante avanzamento nell'agenda di sostenibilità verso obiettivi ambiziosi

Dividendo annuale proposto per l'esercizio pari a €0,065 per azione, stabile rispetto all'anno precedente

Proposta di nomina del Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. per il prossimo triennio

Milano, 4 marzo 2025-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato la Relazione Annuale al 31 dicembre 2024.

SINTESI DEI RISULTATI

Il 2024 è stato caratterizzato da volatilità macroeconomica e geopolitica che ha contemporaneamente colpito tutte le regioni e che ha impattato i *trend* nei consumi e nella distribuzione, che hanno generato *de-stocking*, mentre la normalizzazione post-Covid prosegue. Questo scenario è stato esasperato da condizioni meteorologiche avverse, in particolare in Europa. Nonostante **il contesto sfidante, il Gruppo Campari ha nuovamente ottenuto risultati positivi con una crescita organica delle vendite del gruppo del +2,4% e una sovraperformance rispetto ai competitor.**

In questo periodo, la *performance* della profittabilità è stata influenzata dal proseguimento degli investimenti per **rafforzare e ampliare le capacità distributive e le infrastrutture** in un contesto di *trend* di crescita più contenuta. Allo stesso tempo, **il Gruppo Campari sta evolvendo con il proprio modello operativo** per aumentare l'efficienza e rafforzare il *focus* sui marchi prioritari.

- Le **vendite del Gruppo sono state pari a €3.070 milioni**, in aumento del +2,4% organicamente e complessivamente +5,2%. L'effetto perimetro è stato del +2,7%, principalmente guidato da Courvoisier e dai *brand* in distribuzione, mentre l'effetto cambio è stato del +0,1%.
- L'**EBIT-rettificato è stato di €605 milioni**, in calo del -2,5% organicamente e complessivamente del -2,2%, con un margine del 19,7%.

CAMPARI GROUP

- L'**EBITDA-rettificato** è stato di **€733 milioni**, in crescita del +0,1% organicamente e complessivamente del +0,5%, con un margine del 23,9%.
- L'**utile del Gruppo-rettificato**, è stato pari a **€376 milioni**, in calo complessivamente del -3,7%. L'utile netto del Gruppo è stato pari a €202 milioni, in calo del -39,0%.
- L'**indebitamento finanziario netto** pari a **€2.377 milioni**, in aumento di €523 milioni rispetto all'anno precedente, dovuto principalmente alle acquisizioni e agli investimenti straordinari, parzialmente compensati da una generazione di cassa solida. **Il multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA-rettificato è pari a 3,2 volte** rispetto a 2,5 volte dell'anno precedente e a 3,5 volte a settembre 2024.
- Il **dividendo annuale proposto per l'esercizio è pari a €0,065 per azione**, allineato all'anno precedente.

Simon Hunt, Chief Executive Officer: *'Dopo due mesi nel ruolo, sono felice di annunciare che **Campari Group ha conseguito nuovamente risultati positivi e una sovraperformance rispetto ai competitor nel 2024**, che è stato un anno sfidante in quanto segnato dagli effetti della volatilità macroeconomica e geopolitica. Guardando al futuro, posso dire che, dopo un periodo di transizione nel 2025, rimaniamo molto fiduciosi **nel continuo mantenimento di una sovraperformance nel lungo termine**, sfruttando la **forza dei nostri marchi** in categorie in crescita, gli **investimenti** effettuati fino ad oggi, specialmente in route-to-market, sistemi e supply chain, **l'unicità della cultura di Campari e il talento della nostra organizzazione**. La nostra **leadership negli aperitivi** rappresenta un'opportunità in continua espansione alla luce dell'evolversi dei trend dei consumatori, che, insieme alla nostra **tequila e al portfolio di spirits premium**, possiede un potenziale anche per l'espansione geografica a livello globale. Allo stesso tempo, massimizzeremo il potenziale del Gruppo attraverso la generazione di **efficienza** e **l'execution commerciale**, conseguendo al contempo **la riduzione della leva operativa e finanziaria**.'*

OUTLOOK PER IL 2025

Nell'attuale contesto di ridotta visibilità sulla durata dei fattori ciclici, ci si attende che il 2025 sia un anno di transizione.

- **La crescita delle vendite organiche dell'anno è prevista ancora moderata, con un miglioramento del trend nella seconda metà dell'anno.** Ci si attende un *phasing* delle vendite a causa della calendarizzazione della Pasqua, che genererà una decrescita *low-single digit* dovuta principalmente ai mercati europei, seguita da un progressivo miglioramento della *performance* con il ritorno dei mercati a normali *trend* di consumo.
- **L'EBIT-rettificato organico è previsto rimanere invariato nell'anno.**
 - **Il trend del margine lordo** sarà determinato dall'evoluzione del *mix* di vendita nonostante la conferma dei benefici dei costi di produzione precedentemente annunciati.
 - **Un incremento negli investimenti in spese di pubblicità e promozione** genererà un aumento della percentuale sulle vendite per raggiungere i livelli storici normalizzati di 17-17,5%.
 - **Il programma di contenimento dei costi, come precedentemente annunciato**, è atteso portare un beneficio di circa 50 punti base sulle vendite nette nel 2025, concentrato maggiormente nella seconda metà dell'anno.

CAMPARI GROUP

- **Pertanto, la performance dell'EBIT-rettificato è previsto essere concentrata nella seconda parte dell'anno** a causa del dell'impatto avverso del *phasing* del miglioramento del margine lordo, degli investimenti in spese di pubblicità e promozione e dei benefici derivanti dai costi di struttura.
- Il potenziale impatto in dodici mesi dei dazi al 25% sulle importazioni dal Messico, dal Canada e dall'Europa verso gli Stati Uniti, non incluso nella *guidance* sopra indicata, è stimato in circa €90-100 milioni prima di potenziali azioni di mitigazione, attualmente in fase di valutazione. Per il 2025, il possibile impatto, prima di azioni di mitigazione, è previsto essere di circa €35 milioni a partire da marzo 2025 per le importazioni negli Stati Uniti dal Messico e dal Canada.

OUTLOOK NEL MEDIO PERIODO

La *guidance* di medio termine annunciata il 29 ottobre 2024 è confermata. Una volta esaurito l'impatto dei suddetti fattori ciclici, il Gruppo Campari si attende di **continuare a ottenere una sovraperformance rispetto ai competitor e guadagnare quote di mercato** grazie alla forza dei suoi marchi in categorie in crescita con **un graduale ritorno nel medio-lungo termine a una crescita organica delle vendite mid-to-high single digit** in un contesto macroeconomico normalizzato, escludendo l'impatto di potenziali dazi. Si prevede che il **margine lordo** possa beneficiare della **crescita delle vendite nette, del mix di vendita positivo** guidato da aperitivi, tequila e premiumizzazione del portafoglio, nonché delle **efficienze del costo del venduto**. L'**incremento della marginalità dell'EBIT** sarà supportata dalle **iniziative aziendali chiave, che genereranno un beneficio complessivo di 200 punti base nei costi di struttura sulle vendite nette nei prossimi tre anni entro il 2027 e una maggiore efficienza negli investimenti per la costruzione dei brand**.

ANALISI DELLE VENDITE PER AREA GEOGRAFICA

- le vendite nelle **Americhe** (45% delle vendite totali del Gruppo) **sono cresciute del +4% nel 2024**. Il **mercato principale degli Stati Uniti** è rimasto stabile con una continua sovraperformance di Espolòn (+12%) e di Aperol (+11%), compensate dalle pressioni su SKYY e da una leggera debolezza su Wild Turkey. Il Gruppo Campari ha sovraperformato nei dati di *sell-out*¹ sia in termini di crescita a valore che di prezzo/*mix*, in tutti i canali. La **Giamaica** ha registrato una crescita del +1% supportata da un ritorno alla crescita nel quarto trimestre nonostante il significativo impatto dell'uragano di luglio che ha generato indisponibilità di prodotto nel portafoglio di rum sia per il mercato locale che per il mercato d'esportazione. Gli **altri mercati della regione** hanno registrato una solida crescita del +14%, per lo più guidata dai marchi brasiliani, Campari e Aperol.
- In **EMEA**² (48% delle vendite del Gruppo) **le vendite nette sono cresciute del +3% nel 2024** con il Gruppo Campari che ha registrato una sovraperformance nei dati di *sell-out*¹ in Europa. **L'Italia** ha registrato un calo del -4% con una *performance* che si è stabilizzata nel quarto trimestre a seguito di un periodo difficile influenzato da condizioni metereologiche, dispute commerciali e riduzione delle scorte da parte dei grossisti. La **Germania** è cresciuta del +5% guidata da Aperol, Sarti Rosa e Ouzo 12. La **Francia** ha registrato una *performance* stabile in un contesto settoriale debole nonostante il portafoglio di aperitivi resiliente e il **Regno Unito** è stato influenzato dalla limitata disponibilità dei prodotti rum a causa dell'uragano in Giamaica. Gli **altri mercati della regione** hanno registrato una

¹ I dati di *sell-out* si basano su NielsenIQ e CGA

² Include *Global Travel Retail*

CAMPARI GROUP

crescita a doppia cifra del +12% con un contributo positivo dalla maggior parte dei mercati e in particolare GTR e una forte accelerazione in Grecia con la crescita di Aperol e Campari, che beneficiano degli investimenti recenti nella *route-to-market*, nonché in Spagna e nei Paesi Bassi.

- In **Asia Pacifico** (7% delle vendite del Gruppo) **le vendite nette sono diminuite del -6% nel 2024**. L'**Australia** ha registrato un calo del -6% nel 2024 con una *performance* positiva nel quarto trimestre guidata dagli aperitivi durante la stagione di picco che ha parzialmente compensato la pressione sul portafoglio Wild Turkey e la riduzione delle attività di *co-packing*. Escludendo il *co-packing*, l'**Australia** ha registrato una *performance* stabile. Gli **altri mercati della regione** hanno registrato un calo complessivo del -6% guidato da India e Corea del Sud che hanno più che compensato la crescita in Giappone e Cina.

ANALISI DELLE VENDITE PER HOUSE OF BRANDS

- **House of Aperitif** (43% delle vendite del Gruppo) **ha registrato una crescita del +6% nel 2024** con una solida crescita nel quarto trimestre dopo una sfidante stagione di picco. **Aperol** è cresciuto del +5%, supportato da una crescita a doppia cifra nel quarto trimestre, guidato dalle Americhe, inclusi gli Stati Uniti, il Canada e mercati emergenti come il Brasile e il Messico, nonché la Germania, la Grecia, la Spagna, il GTR e l'**Australia**. **Campari** è cresciuto del +9%, guidato dal Brasile, il GTR, la Francia e la Grecia. Gli **altri brand** hanno registrato una solida *performance* supportata dalla *leadership* nella categoria di riferimento.
- **House of Whiskey and Rum** (14% delle vendite del Gruppo) **ha registrato un calo del -6% nel 2024**. **Wild Turkey e Russell's Reserve** sono stati impattati da una *performance* debole nel mercato principale degli Stati Uniti e in Australia, compensando la crescita a doppia cifra in Giappone e in altri mercati europei da una base contenuta. Il **portafoglio di rum giamaicano** ha registrato un calo del -5% a causa dell'impatto dell'uragano manifestatosi a luglio sulla fornitura del prodotto. Gli **altri whiskey** hanno registrato un calo del -10% a causa di *trend* di categoria deboli.
- **House of Agave** (10% delle vendite del Gruppo) **ha registrato una crescita del +10% nel 2024**. **Espolòn** è cresciuto del +14% trainato dal mercato principale degli Stati Uniti nonostante una base di confronto alta (2023 +36%) con un'accelerazione anche in nuovi mercati come Australia, Italia e GTR rispetto a una base contenuta e in linea con la strategia di costruire proattivamente il marchio a livello internazionale. Gli **altri marchi a base agave** hanno registrato un calo del -14% a causa del *focus* sulla rapida crescita di Espolòn.
- **House of Cognac and Champagne** (8% delle vendite del Gruppo) **è cresciuta del +2% nel 2024**. **Grand Marnier** è cresciuto del +1%, principalmente influenzato dalle dinamiche di mercato altamente competitive negli Stati Uniti. Gli altri cognac e champagne sono cresciuti del +11% principalmente guidati dalla solida crescita di **Lallier** del +27% e parzialmente compensata da **Bisquit&Dubouché**. **Courvoisier**, che è nel perimetro e sarà incluso nella crescita organica a maggio 2025, ha registrato vendite nette per €75 milioni con progressivi investimenti negli Stati Uniti e la definizione di piani in corso per l'Asia Pacifico.
- Infine, i **marchi locali** (25% delle vendite del Gruppo) **hanno registrato un calo del -1% nel 2024** principalmente a causa di **SKYY** con una diminuzione del -8% dovuto alle persistenti sfide nei *trend* della categoria nel mercato principale degli Stati Uniti, compensando la crescita nel resto delle Americhe e nel GTR da una base contenuta. La continua *performance* positiva nei **vini spumanti e vermouth** (+9%) è stata compensata dal resto del portafoglio.

CAMPARI GROUP

ANALISI DEI RISULTATI DEL 2024

Le vendite nette sono state pari a €3,070 milioni, in aumento del +5,2% su variazione totale e del +2,4% in termini organici. L'effetto perimetro è stato del +2,7% (€77 milioni), principalmente guidato da Courvoisier (€75 milioni) e l'effetto cambio è stato relativamente stabile (€3 milioni).

Il **margin lordo** è stato pari a **€1.767 milioni**, 57,6% delle vendite nette, **in aumento del +3,9%** a livello totale. È cresciuto organicamente del +2,4% con margini costanti dove l'impatto positivo dei prezzi, principalmente concentrato nel primo trimestre a causa dell'effetto *carry-over* e l'impatto positivo della diminuzione del costo dell'agave, sono stati compensati dall'inflazione sui costi del prodotto derivante dalle scorte di magazzino e dal minore assorbimento dei costi fissi di produzione nonché dall'effetto negativo di *mix* durante il picco stagionale.

Le spese di pubblicità e promozione (A&P) sono state pari a **€513 milioni**, 16,7% delle vendite nette, **in aumento del +3,9%** su variazione totale. Le spese di pubblicità e promozione sono aumentate organicamente del +1,1%, meno delle vendite nette, generando così un incremento del margine di +20 punti base dovuto alle minori attivazioni durante la stagione di picco e un quarto trimestre attenuato.

I **costi di struttura** sono stati pari a **€648 milioni** (21,1% delle vendite nette), **in aumento del +10,4%** su variazione totale. Sono cresciuti organicamente del +8,6%, generando una diluizione del margine di -120 punti base, influenzata dalla finalizzazione degli investimenti già pianificati nell'infrastruttura di *business*, per lo più relativi a *route-to-market*, sistemi e *supply chain*.

L'**EBIT-rettificato** è stato **€605 milioni**, pari al 19,7% delle vendite nette, **in calo del -2,2%** su variazione totale. Ha registrato organicamente un calo del -2,5%, generando una diluizione di margine di -100 punti base.

Le rettifiche di proventi (oneri) operativi sono state pari a **€(213) milioni**, principalmente attribuibili ad accantonamenti legati al programma di tre anni di contenimento dei costi precedentemente annunciato per €(103) milioni, alla svalutazione di attività immateriali per €(57) milioni e alle spese di *M&A* per €(12) milioni nonché altri oneri.

Gli **oneri finanziari totali sono stati di €(89) milioni**, con un aumento di €(13) milioni, confrontato con il 2023 guidato dall'effetto combinato di un livello medio più elevato del debito netto nel 2024 (€2.133 milioni rispetto a €1.733 milioni nel 2023), principalmente dovuto all'acquisizione di Courvoisier, e al costo più elevato di rifinanziamento in un contesto di tassi d'interesse più elevati. Il costo medio dell'indebitamento è pari a 3,8% rispetto al 3,3% nel 2023.

L'utile prima delle imposte è stato di €256 milioni, in riduzione del -45,2% rispetto al 2023 e **l'utile prima delle imposte-rettificato è stato pari a €523 milioni**, in calo del -3,9%. **L'utile netto del Gruppo è stato pari a €202 milioni**, in calo del -39% e **l'utile netto del Gruppo-rettificato è stato di €376 milioni**, in calo del -3,7%.

Il **cash flow ricorrente è stato pari a €586 milioni** rispetto a €67 milioni del 2023, principalmente guidato da un miglioramento del capitale circolante. Il **free cash flow è stato pari a €173 milioni** rispetto a €(180) milioni nel 2023.

L'investimento in conto capitale complessivo è stato pari a €440 milioni, inclusi €301 milioni di investimenti straordinari principalmente relativi a progetti per rafforzare la capacità produttiva del Gruppo, nonché altri investimenti in infratture tecnologiche e di *business* e inclusivi dell'impatto non ricorrente di €97 milioni relativi all'acquisizione delle nuove sede a Milano.

CAMPARI GROUP

L'**indebitamento finanziario netto pari a €2.377 milioni** rispetto a €1.854 milioni dell'anno precedente, riflette principalmente l'impatto netto delle acquisizioni (€577 milioni) e altri impatti parzialmente compensati dal *trend* positivo di *free cash flow*.

Il **multiplo del debito finanziario netto rispetto all'EBITDA rettificato è pari a 3,2 volte** rispetto a 2,5 volte dell'anno precedente.

SOSTENIBILITÀ

Nel 2024, il Gruppo ha effettuato passi significativi nella propria agenda di sostenibilità con un chiaro piano d'azione e degli obiettivi ambiziosi per il futuro. Il Gruppo ha iniziato a rendicontare la **valutazione della doppia materialità** in linea con i requisiti de CSRD, è diventato firmatario di **UN Global Compact** e ha migliorato il proprio **rating S&P Global** di 12 punti, raggiungendo 47/100 che risulta 10 punti sopra la media del settore. Il Gruppo ha anche rafforzato il proprio Comitato di Sostenibilità rinominandolo Comitato per il Controllo, Rischi e Sostenibilità per riflettere il crescente *focus* sui temi della sostenibilità. Per quanto riguarda i principali obiettivi ambientali, **le emissioni di gas serra** (misurate in chili di CO₂ per litro) sono **diminuite del -46%** dalle operazioni dirette (scopo 1 e 2) rispetto al 2019 (-51% includendo Courvoisier) e del **-19%** dall'**intera supply chain** scopo 1,2,3 (-23% includendo Courvoisier); **l'utilizzo di acqua (L/L) è stato ridotto del -65%** rispetto al 2019 (-68% includendo Courvoisier); **i rifiuti in discarica sono stati ridotti del -33%** rispetto al 2023. Inoltre, **il Gruppo si è approvvigionato da fonti rinnovabili per il 96% del proprio fabbisogno di elettricità**. Infine, il Gruppo continua a investire nelle altre aree chiave rappresentate da Pratiche Responsabili, Persone, Impegno nella Comunità, con forte impegno nel bere responsabile, nell'inclusione, e in istruzione e cultura.

ALTRE DELIBERE

Dividendo, relazione sulla sostenibilità e relazione sulla remunerazione. Il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea la distribuzione di un dividendo di €0,065 per ciascuna azione, al lordo delle ritenute di legge, allineato rispetto all'anno precedente. Il dividendo verrà posto in pagamento il 24 aprile 2025 (con stacco cedola numero 5, il 22 aprile 2025, in conformità al calendario di Borsa Italiana, e *record date* 23 aprile 2025). Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato quindi di convocare l'Assemblea degli azionisti il 16 aprile 2025 per approvare l'*Annual Report* al 31 dicembre 2024, che include, tra gli altri, il bilancio e la relazione sulla sostenibilità, nonché sulla *corporate governance*, la remunerazione e le relazioni della società di revisione indipendente.

Consiglio di amministrazione. Il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea di (ri)nominare i seguenti Amministratori esecutivi e non esecutivi di Davide Campari-Milano N.V. per il triennio in scadenza al termine dell'Assemblea da tenersi nel 2028:

- rinomina di **Luca Garavoglia** a Presidente;
- rinomina di **Jean Marie Laborde** a Vice Presidente e amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Paolo Marchesini** ad amministratore esecutivo e *Chief Financial and Operating Officer*;
- rinomina di **Fabio Di Fede** ad amministratore esecutivo e *Chief Legal and M&A Officer*;
- rinomina di **Robert Kunze-Concewitz** ad amministratore non esecutivo;

CAMPARI GROUP

- rinomina di **Alessandra Garavoglia** ad amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Eugenio Barcellona** ad amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Emmanuel Babeau** ad amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Margareth Henriquez** ad amministratore non esecutivo;
- nomina di **Emma Marcegaglia** ad amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Christophe Navarre** ad amministratore non esecutivo;
- rinomina di **Lisa Vascellari Dal Fiol** ad amministratore non esecutivo.

Il 15 gennaio 2025 **Simon Hunt** è stato nominato come amministratore esecutivo di Davide Campari-Milano N.V. per un periodo di tre anni che termina alla fine dell'Assemblea Generale che si terrà il 2028, nel ruolo di *Chief Executive Officer*.

I *curriculum vitae* dei Candidati alla carica di amministratore del Consiglio di Amministrazione sono disponibili presso la sede secondaria della Società in Sesto San Giovanni (MI), Via Franco Sacchetti 20, e sul sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/il-gruppo/governance>).

Modifiche alla politica di remunerazione. Su raccomandazione del Comitato Remunerazione e Nomine, il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea alcune modifiche alla politica di remunerazione, e in particolare l'inclusione di *target* annuali infra-periodo relativi al programma di contenimento dei costi iniziato nel 2025 con l'obiettivo di raggiungere un beneficio complessivo di 200 punti base dei costi di struttura sulle vendite su un periodo di tre anni.

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La Relazione Annuale al 31 dicembre 2024 (che include, *inter alia*, il bilancio e la relazione sulla sostenibilità, nonché sulla *corporate governance* e la remunerazione, le relazioni della società di revisione indipendente) è disponibile presso la sede secondaria della Società in Sesto San Giovanni (MI), Via Franco Sacchetti 20, sul sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>), nonché tramite tutte le altre modalità previste dalla legge applicabile.

La Relazione Annuale, comprensiva della relazione sulla gestione, del bilancio consolidato per l'intero anno e del bilancio della sola Società al 31 dicembre 2024, è stata redatta in conformità al Codice Civile olandese e agli International Financial Reporting Standards (IFRS) applicabili.

Disclaimer Il presente comunicato stampa contiene alcune dichiarazioni previsionali relative a Campari Group. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente comunicato stampa relative ad attività, eventi o sviluppi attesi, creduti o previsti che si verifichino o che si possano verificare in futuro sono dichiarazioni previsionali. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle attuali aspettative e proiezioni su eventi futuri e comportano rischi noti e sconosciuti, incertezze e altri fattori, tra cui, a titolo esemplificativo, i seguenti: volatilità e deterioramento dei mercati dei capitali e finanziari, cambiamenti nelle condizioni economiche generali, crescita economica e altri cambiamenti nelle condizioni di business, cambiamenti nella regolamentazione governativa e altri fattori economici, commerciali e concorrenziali che incidono sulle attività di Campari Group. Questi fattori includono, ma non sono limitati a: (i) variazioni nella normativa, nei regolamenti o nelle politiche dei paesi in cui Campari Group opera; (ii) l'adozione, sia a livello globale sia nei paesi in cui Campari Group opera, di politiche pubbliche restrittive che abbiano un impatto sulla produzione, distribuzione, commercializzazione, etichettatura, importazione, prezzo, vendita o consumo dei prodotti alcolici; (iii) cambiamenti a lungo termine delle preferenze e dei gusti dei consumatori, di tendenze sociali o culturali che si traducano in una riduzione del consumo dei prodotti di Campari Group nonché delle modalità d'acquisto e la capacità di Campari Group di anticipare tali cambiamenti nel mercato; e (iv) aumento dei costi di produzione e volatilità nei prezzi delle materie prime. Pertanto, Campari e le sue affiliate, nonché i suoi amministratori, consulenti, dipendenti e rappresentanti, declinano espressamente qualsiasi responsabilità per tali dichiarazioni previsionali. Tali dichiarazioni previsionali si riferiscono solo alla data del presente comunicato stampa e non sussiste alcun impegno di Campari ad aggiornare o rivedere alcuna dichiarazione previsionale, sia a seguito di nuove informazioni, eventi e sviluppi futuri o altro, tranne nei casi previsti dalla legge. Ulteriori informazioni su Campari Group e sulle sue attività, inclusi quei fattori che potrebbero influenzarne significativamente i risultati finanziari, sono contenute nelle relazioni e nei documenti di

CAMPARI GROUP

Campari Group depositati presso la AFM. Per informazioni riguardanti la definizione delle misure alternative di performance utilizzate in questo documento, si veda il paragrafo " Definitions and reconciliation of the Alternative Performance Measures (APMs or non-GAAP measures) to GAAP measures " della relazione sulla gestione di cui all'Annual Report per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 del Gruppo Campari.

ANALYST CONFERENCE CALL

Alle ore **18,15 (CET)** di oggi, il management di Campari terrà una *conference call* per presentare i risultati dell'esercizio 2024 del Gruppo a seguito della pubblicazione del comunicato stampa dopo la chiusura dei mercati alle 17,45 circa (CET).

Simon Hunt, CEO e **Paolo Marchesini, CFOO** terranno la *conference call*.

Per partecipare via **webcast** (solo ascolto):
<https://87399.choruscall.eu/links/campari250304.html>

Per partecipare **via audio** e **porre domande**, comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia:** (+39) 02 802 09 11
- **dall'estero:** (+44) 1212 818004

Riproduzione digitale: Una riproduzione digitale della teleconferenza e del *webcast* sarà disponibile da oggi per circa una settimana.

Per ascoltarla, chiamare il seguente numero:

(+39) 02 802 09 87

(Codice di accesso: **700915#**)

(PIN: **915#**)

Slide della presentazione: Le **slide della presentazione** sono scaricabili dalla Home Page Investor Relations di Campari all'indirizzo:

<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225330

Email: chiara.garavini@campari.com

Gulsevin Tuncay

Tel. +39 02 6225528

Email: gulsevin.tuncay@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225680

Email: enrico.bocedi@campari.com

Marta Andena

Tel. +39 02 6225681

Email: marta.andena@campari.com

<https://www.camparigroup.com/en/page/investors>

<http://www.camparigroup.com/en>

<http://www.youtube.com/camparigroup>

<https://twitter.com/GruppoCampari>

<https://www.linkedin.com/company/campari-group>

Visit [Our Story](#)

PROFILO DI **CAMPARI GROUP**

Campari Group è uno dei maggiori player a livello globale nel settore degli spirit, con un portafoglio di oltre 50 marchi che si estendono fra brand a priorità globale, regionale e locale. I brand a priorità globale rappresentano il maggiore focus di Campari Group e comprendono Aperol, Campari, SKYY, Grand Marnier, Espolòn, Courvoisier, Wild Turkey e Appleton Estate. Campari Group, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli spirit di marca. Ha un network distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. La strategia di Campari Group punta a coniugare la propria crescita organica, attraverso un forte brand building, e la crescita esterna, attraverso acquisizioni mirate di marchi e *business*. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group opera 25 siti produttivi in tutto il mondo

CAMPARI GROUP

e una rete distributiva propria in 26 paesi. Il Campari Group impiega circa 5.100 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it>.

- seguono tabelle -

Scomposizione delle vendite consolidate per House of brand per il 2024. A partire dal 2025, il modello operativo del Gruppo Campari combina la creazione di quattro nuove House of brand, come sotto riportato, interagendo con le già esistenti tre Regioni.

| | Peso vendite Gruppo % | variazione %, di cui: | | | |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | | Totale | Organica | Perimetro | Cambi |
| House of Aperitif | 43,2% | 6,6% | 6,2% | - | 0,4% |
| House of Whiskey&Rum | 14,3% | -6,6% | -5,7% | - | -0,9% |
| House of Agave | 9,6% | 9,8% | 10,1% | - | -0,3% |
| House of Cognac&Champagne | 7,8% | 48,1% | 2,3% | 46,1% | -0,2% |
| Marchi locali | 25,2% | -0,5% | -1,4% | 0,4% | 0,5% |
| Totale | 100,0% | 5,2% | 2,4% | 2,7% | 0,1% |

Scomposizione delle vendite consolidate per brand per il 2024 secondo il precedente modello operativo per riferimento. La scomposizione per brand sarà rappresentata nel modello per House of brand a partire dal 2025.

| | Peso vendite Gruppo % | variazione %, di cui: | | | |
|----------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | | Totale | Organica | Perimetro | Cambi |
| Brand a priorità globale | 66,8% | 8,1% | 3,6% | 3,8% | 0,6% |
| Brand a priorità regionale | 18,4% | -1,1% | -1,6% | - | 0,5% |
| Brand a priorità locale | 6,1% | -1,5% | -0,7% | - | -0,9% |
| Resto del portafoglio | 8,7% | 3,0% | 4,8% | 1,9% | -3,8% |
| Totale | 100,0% | 5,2% | 2,4% | 2,7% | 0,1% |

Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica nel 2024

| | Peso vendite Gruppo % | variazione %, di cui: | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | | Totale | Organica | Perimetro | Cambi |
| Americhe | 45,2% | 8,3% | 3,6% | 3,7% | 0,9% |
| Europa, Medio Oriente e Africa | 47,7% | 4,2% | 2,7% | 1,9% | -0,3% |
| Asia-Pacifico | 7,1% | -5,9% | -5,8% | 1,6% | -1,8% |
| Totale | 100,0% | 5,2% | 2,4% | 2,7% | 0,1% |

Scomposizione dell'EBIT-rettificato per area geografica nel 2024

| | 1 gennaio - 31 dicembre 2024 | | variazione % dell'EBIT-rettificato, di cui | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|-------------|--|--------------|--------------|-------------|
| | € milioni | % | Totale | Organica | Perimetro | Cambi |
| Americhe | 282,6 | 20,4 | 8,2% | 3,5% | 1,5% | 3,2% |
| Sud Europa, Medio Oriente e Africa | 322,8 | 22,0 | -7,1% | -4,2% | -2,3% | -0,7% |
| Asia-Pacifico | (0,4) | -0,2 | -103,9% | -97,8% | 5,9% | -12,1% |
| Totale | 604,9 | 19,7 | -2,2% | -2,5% | -0,5% | 0,8% |

CAMPARI GROUP

Conto economico consolidato nel 2024

| | 1 gennaio-31 dicembre 2024 | | 1 gennaio-31 dicembre 2023 | | Variazione totale |
|---|-------------------------------|---------------|-------------------------------|---------------|----------------------|
| | € milioni | % | € milioni | % | |
| Vendite nette | 3.069,7 | 100,0% | 2.918,6 | 100,0% | 5,2% |
| Costo del venduto ⁽¹⁾ | (1.303,0) | -42,4% | (1.218,5) | -41,7% | 6,9% |
| Margine lordo | 1.766,7 | 57,6% | 1.700,1 | 58,3% | 3,9% |
| Pubblicità e promozioni | (513,3) | -16,7% | (494,1) | -16,9% | 3,9% |
| Margine di contribuzione | 1.253,4 | 40,8% | 1.206,0 | 41,3% | 3,9% |
| Costi di struttura ⁽²⁾ | (648,4) | -21,1% | (587,3) | -20,1% | 10,4% |
| Risultato della gestione corrente (EBIT-rettificato) | 604,9 | 19,7% | 618,7 | 21,2% | -2,2% |
| Rettifiche di proventi (oneri) operativi | (212,6) | -6,9% | (78,5) | -2,7% | 170,7% |
| Risultato operativo (EBIT) | 392,4 | 12,8% | 540,2 | 18,5% | -27,4% |
| Proventi (oneri) finanziari netti | (88,9) | -2,9% | (75,6) | -2,6% | 17,5% |
| Proventi (oneri) per <i>earn-out</i> ed effetti di iperinflazione | 11,6 | 0,4% | 10,3 | 0,4% | 13,1% |
| Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto | (59,5) | -1,9% | (8,3) | -0,3% | 617,0% |
| Utile prima delle imposte | 255,6 | 8,3% | 466,5 | 16,0% | -45,2% |
| Utile prima delle imposte-rettificato | 522,8 | 17,0% | 544,2 | 18,6% | -3,9% |
| Imposte | (63,0) | -2,1% | (134,0) | -4,6% | -53,0% |
| Utile netto | 192,6 | 6,3% | 332,5 | 11,4% | -42,1% |
| Utile netto-rettificato | 367,0 | 12,0% | 392,4 | 13,4% | -6,5% |
| Interessi di minoranza | (9,0) | -0,3% | 2,0 | 0,1% | -545,1% |
| Utile netto del Gruppo | 201,6 | 6,6% | 330,5 | 11,3% | -39,0% |
| Utile netto del Gruppo-rettificato | 376,0 | 12,2% | 390,4 | 13,4% | -3,7% |
| Totale ammortamenti | (127,7) | -4,2% | (110,2) | -3,8% | 15,8% |
| EBITDA-rettificato | 732,6 | 23,9% | 728,9 | 25,0% | 0,5% |
| EBITDA | 520,0 | 16,9% | 650,4 | 22,3% | -20,0% |

⁽¹⁾ Include costi dei materiali, costi di produzione e costi di distribuzione,

⁽²⁾ Include spese generali e amministrative e costi di vendita,

CAMPARI GROUP

Stato Patrimoniale consolidato al 31 dicembre 2024

| | 31 dicembre 2024 € milioni | 31 dicembre 2023 € milioni |
|---|-------------------------------|-------------------------------|
| ATTIVO | | |
| Attività non correnti | | |
| Immobilizzazioni materiali nette | 1.421,3 | 964,5 |
| Diritto d'uso | 66,1 | 65,4 |
| Attività biologiche | 30,5 | 22,8 |
| Avviamento | 2.420,1 | 1.850,8 |
| Marchi | 1.314,8 | 1.155,8 |
| Attività immateriali a vita definita | 73,4 | 56,1 |
| Partecipazioni in <i>joint ventures</i> | 8,8 | 32,6 |
| Imposte differite attive | 101,5 | 78,9 |
| Altre attività non correnti | 98,3 | 22,9 |
| Altre attività finanziarie non correnti | 10,2 | 9,8 |
| Totale attività non correnti | 5.545,1 | 4.259,6 |
| Attività correnti | | |
| Rimanenze | 1.681,8 | 1.237,4 |
| Attività biologiche | 21,3 | 15,1 |
| Crediti commerciali | 425,8 | 374,3 |
| Crediti finanziari correnti | 8,9 | 21,3 |
| Disponibilità liquide e mezzi equivalenti | 666,3 | 620,3 |
| Crediti per imposte sul reddito | 37,7 | 46,1 |
| Altre attività correnti | 96,3 | 101,4 |
| Totale attività correnti | 2.938,2 | 2.415,9 |
| Totale attività | 8.483,3 | 6.675,6 |
| PASSIVO E PATRIMONIO NETTO | | |
| Patrimonio netto | | |
| Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo | 3.854,0 | 2.925,2 |
| Patrimonio netto di pertinenza di terzi | 1,3 | 1,6 |
| Totale patrimonio netto | 3.855,3 | 2.926,8 |
| Passività non correnti | | |
| Prestiti obbligazionari | 1.580,3 | 845,8 |
| Debiti verso banche | 916,2 | 901,5 |
| Altre passività finanziarie non correnti | 223,8 | 269,0 |
| Piani a benefici definiti | 25,8 | 22,6 |
| Fondi per rischi e oneri futuri | 118,2 | 41,4 |
| Imposte differite passive | 498,2 | 403,7 |
| Altre passività non correnti | 23,5 | 42,6 |
| Totale passività non correnti | 3.386,1 | 2.526,6 |
| Passività correnti | | |
| Prestiti obbligazionari | - | 300,0 |
| Debiti verso banche | 289,6 | 130,6 |
| Altre passività finanziarie correnti | 52,3 | 58,1 |
| Debiti verso fornitori | 672,7 | 521,1 |
| Debiti per imposte sul reddito | 6,2 | 22,3 |
| Altre passività correnti | 221,1 | 190,2 |
| Totale passività correnti | 1.241,9 | 1.222,1 |
| Totale passività | 4.628,0 | 3.748,8 |
| Totale passività e patrimonio netto | 8.483,3 | 6.675,6 |

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario consolidato al 31 dicembre 2024

| | 31 dicembre 2024 | 31 dicembre 2023 |
|--|------------------|------------------|
| | € milioni | € milioni |
| EBITDA | 520,0 | 650,4 |
| Imposte pagate e altre variazioni operative ⁽¹⁾ | 72,4 | (131,6) |
| Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante | 592,5 | 518,7 |
| Variazione capitale circolante netto operativo | 78,0 | (362,2) |
| Flusso di cassa generato dalle attività operative | 670,5 | 156,5 |
| Interessi netti pagati | (57,0) | (40,8) |
| Spese in conto capitale | (440,5) | (295,7) |
| Free cash flow | 173,0 | (180,0) |
| Acquisizioni e vendite di società o rami d'azienda | (1.220,3) | (13,0) |
| Emissione di nuove azioni/aumento capitale al netto dei relativi costi accessori | 643,3 | - |
| Dividendo pagato dalla Capogruppo | (78,1) | (67,5) |
| Altre variazioni (inclusi acquisti netti azioni proprie) | 16,7 | (5,3) |
| Totale flusso di cassa assorbito da altre attività | (638,4) | (85,7) |
| Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio | (465,5) | (265,7) |
| Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn-out</i> | (11,1) | 1,2 |
| Incrementi per investimenti in diritti d'uso per <i>lease</i> | (18,8) | (14,0) |
| Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta | (495,3) | (278,5) |
| Effetto cambio sul debito finanziario netto | (28,1) | (19,6) |
| Indebitamento finanziario netto a inizio periodo | (1.853,5) | (1.552,5) |
| Rettifiche di apertura | - | (2,8) |
| Indebitamento finanziario netto a inizio periodo rettificato | (1.853,5) | (1.555,3) |
| Indebitamento finanziario a fine periodo | (2.376,9) | (1.853,5) |

⁽¹⁾ Include gli effetti dell'iperinflazione in Argentina; le svalutazioni di avviamento, marchi, immobilizzazioni materiali e *business* ceduti; accantonamenti ed altre variazioni da attività operative

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP DAVIDE CAMPARI-MILANO N.V. Conto economico della Capogruppo

| | 31 dicembre 2024 | 31 dicembre 2023 |
|---|------------------|------------------|
| | € milioni | € milioni |
| Vendite nette | 1.075,9 | 1.040,4 |
| Costo del venduto | (427,2) | (428,1) |
| Margine lordo | 648,8 | 612,3 |
| Pubblicità e promozioni | (79,0) | (80,8) |
| Margine di contribuzione | 569,8 | 531,5 |
| Costi di struttura | (300,6) | (226,5) |
| Risultato operativo | 269,2 | 305,0 |
| Proventi (oneri) finanziari e rettifiche | (41,4) | (26,9) |
| Dividendi | 21,1 | 105,9 |
| Quota dell'utile (perdita) delle società collegate e <i>joint venture</i> | (38,6) | (9,3) |
| Utile prima delle imposte | 210,3 | 374,7 |
| Imposte | (48,0) | (86,5) |
| Utile dell'esercizio | 162,3 | 288,2 |

Stato patrimoniale della Capogruppo

| | 31 dicembre 2024 | 31 dicembre 2023 |
|--|------------------|------------------|
| | € milioni | € milioni |
| Totale attività non correnti | 4.723,4 | 3.250,7 |
| Totale attività correnti | 1.007,3 | 1.047,9 |
| Totale attività | 5.730,7 | 4.298,6 |
| Totale patrimonio netto | 2.963,3 | 2.174,3 |
| Totale passività non correnti | 2.250,8 | 1.477,2 |
| Totale passività correnti | 516,6 | 647,1 |
| Totale passività e patrimonio netto | 5.730,7 | 4.298,6 |

Rendiconto finanziario della Capogruppo

| | 31 dicembre 2024 | 31 dicembre 2023 |
|--|------------------|------------------|
| | € milioni | € milioni |
| Flusso di cassa generato (assorbito) da attività operative | 344,2 | 142,3 |
| Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento | (1.444,8) | (110,5) |
| Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di finanziamento | 1.087,8 | 292,9 |
| Variazione netta disponibilità e mezzi equivalenti - aumento (diminuzione): | (12,8) | 324,7 |
| Disponibilità e mezzi equivalenti all'inizio del periodo | 443,6 | 119,0 |
| Disponibilità e mezzi equivalenti alla fine del periodo | 430,8 | 443,6 |