

CAMPARI GROUP

Performance solida e costante in tutti i principali indicatori di profittabilità a livello organico

Tutte le aree geografiche e le categorie dei *brand* in crescita, con *sovraperformance* delle principali combinazioni di prodotto e mercato ad alta marginalità

RISULTATI DEL PRIMO SEMESTRE 2019 IN SINTESI

- **Vendite pari a €848,2 milioni. Crescita organica pari al +8,0%. Variazione totale pari al +9,0%**, considerati gli effetti cambi e perimetro.
- **Performance organica molto positiva**, guidata dal continuo miglioramento del *mix* delle vendite grazie alle principali combinazioni di prodotto e mercato a elevata marginalità, con un recupero dei mercati emergenti.
- **EBIT rettificato¹ pari a €180,3 milioni. Crescita organica del +10,6% (+50 punti base di miglioramento della marginalità sulle vendite). Variazione totale pari al +12,3%**.
- **Utile del Gruppo rettificato² pari a €116,7 milioni (+11,8%). Utile del Gruppo pari a €122,8 milioni**, variazione totale pari a -16,6%.
- **Debito finanziario netto a €937,1 milioni** al 30 giugno 2019 (€846,3 milioni al 31 dicembre 2018), in aumento per effetto della prima applicazione del principio contabile IFRS 16-‘Leases’ (effettivo dal 1 gennaio 2019).

Milano, 30 luglio 2019-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2019.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: *‘Dopo un forte avvio d’anno, l’andamento positivo del business è proseguito nel secondo trimestre 2019, nel picco di stagionalità degli aperitivi, supportato dalla calendarizzazione della Pasqua e nonostante una base di confronto sfavorevole e le avverse condizioni climatiche in maggio in Europa. I principali indicatori di profittabilità hanno mostrato una crescita organica superiore a quella delle vendite, grazie al mix molto positivo delle vendite, che ha più che compensato l’impatto diluitivo dovuto sia al ritorno alla crescita dei mercati emergenti sia all’effetto generato dal prezzo di acquisto dell’agave, il cui trend di crescita è previsto continuare nel resto dell’anno. Inoltre, si prevede che gli investimenti in attività di brand building e strutture commerciali possano continuare nel secondo semestre. Guardando all’anno in corso, le nostre prospettive rimangono bilanciate in termini di rischi e opportunità. L’andamento positivo del business è previsto continuare, con aspettative di volatilità nei mercati emergenti durante la seconda parte dell’anno, nel picco di stagionalità. Rimaniamo fiduciosi sul conseguimento di una crescita nei principali indicatori di performance a livello organico.’*

¹ EBIT prima di rettifiche operative pari a -€8,6 milioni nel primo semestre 2019, principalmente attribuibili ad accantonamenti per operazioni di ristrutturazione. Rettifiche operative positive pari a €19,6 milioni nel primo semestre 2018.

² Utile del gruppo prima di rettifiche nette totali positive pari a €6,1 milioni nel primo semestre 2019, di cui rettifiche operative pari a -€8,6 milioni, relativi effetti fiscali e altre rettifiche fiscali pari a €2,2 milioni, e beneficio fiscale Patent Box pari a €12,5 milioni. Rettifiche totali positive pari a €42,8 milioni nel primo semestre 2018.

CAMPARI GROUP

PRINCIPALI INFORMAZIONI FINANZIARIE PER IL PRIMO SEMESTRE AL 30 GIUGNO 2019

	1 gennaio-30 giugno 2019	1 gennaio-30 giugno 2018	Variazione	Crescita	Effetto	Variazione di
	€ milioni	€ milioni	Totale	organica	Cambio	perimetro
Vendite nette	848,2	778,2	9,0%	8,0%	2,3%	-1,4%
Margine lordo	525,8	471,9	11,4%	9,5%	2,3%	-0,3%
% sulle vendite	62,0%	60,6%				
EBIT rettificato	180,3	160,5	12,3%	10,6%	2,7%	-1,0%
% sulle vendite	21,3%	20,6%				
EBIT	171,7	180,1	-4,7%			
Utile del Gruppo rettificato	116,7	104,4	11,8%			
Utile netto del Gruppo	122,8	147,2	-16,6%			
EBITDA rettificato	215,1	187,9	14,4%	12,7%	2,6%	-0,8%
% sulle vendite	25,4%	24,2%				
EBITDA	206,5	207,5	-0,5%			
Indebitamento finanziario netto ^(*)	937,1					

(*) Indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2018: €846,3 milioni.

PREVISIONI PER IL 2019

Le previsioni rimangono bilanciate in termini di rischi e opportunità.

Si ritiene che l'andamento positivo del *business* possa continuare durante la seconda parte dell'anno, con aspettative di volatilità nei mercati emergenti, nel loro periodo di picco stagionale.

La crescita organica del risultato operativo (EBIT) a valore è prevista continuare in modo sostenuto, mentre si prevede che l'espansione della marginalità sulle vendite sia moderata da un aumento del prezzo di acquisto dell'agave superiore alle attese, esacerbato dalla *sovraperformance* di Espolòn.

Con riferimento ai risultati complessivi, in particolare in relazione ai cambi, il rafforzamento del Dollaro Americano contro l'Euro è previsto attenuarsi durante la restante parte dell'anno, mentre si prevede che la volatilità delle valute dei mercati emergenti possa persistere durante il loro picco di stagionalità. L'effetto residuale delle variazioni di perimetro è previsto esaurirsi nella seconda parte dell'anno.

Inoltre, nel 2019 l'utile netto è atteso beneficiare di rettifiche nette positive, pari a complessivamente circa €14 milioni, dovute ai risparmi fiscali legati al regime Patent Box implementato in Italia per il quinto e ultimo esercizio, per un importo, stimato in linea con il 2018, pari a circa €26 milioni. Si prevede che i benefici fiscali più che compensino gli accantonamenti previsti per il completamento di progetti di riorganizzazione pari a circa -€16 milioni, al netto dei relativi effetti fiscali positivi stimati pari a circa €4 milioni.

ANALISI DELLE VENDITE CONSOLIDATE PER IL PRIMO SEMESTRE 2019

In riferimento ai risultati per area geografica:

- le vendite nell'area **Americhe** (45,3% del totale) hanno registrato una crescita organica del **+9,9%**. In particolare, il **Nord America** è cresciuto del **+10,3%** a livello organico, grazie agli **Stati Uniti, il primo mercato per il Gruppo**, che ha registrato una *performance* positiva del **+10,9%**, guidata da tutti i brand a eccezione di SKYY, e alla **Giamaica** in crescita del **+18,6%**, grazie al portafoglio dei rum giamaicani e a Campari. Il **Sud America** è risultato in crescita organica del **+6,0%**, grazie al recupero di **Brasile** e **Argentina**, nonostante la debolezza macroeconomica e l'instabilità politica persistano.
- L'area **Sud Europa, Medio Oriente e Africa**³ (28,7% del totale) ha registrato una crescita organica del **+7,7%**. L'**Italia** ha riportato una variazione organica pari a **+6,7%**, guidata dalla solida *performance* di tutti gli aperitivi nel loro periodo di picco stagionale, mentre gli **altri mercati della regione** sono cresciuti del **+10,9%**, grazie al risultato del **mercato francese (+26,4%)**, guidato da Aperol e Riccadonna, e di quelli **africani**.
- L'area **Nord, Centro ed Est Europa** (19,5% del totale) ha registrato una crescita organica del **+7,0%**, grazie ai risultati positivi conseguiti in **Germania (+3,9%)**, **Regno Unito (+13,8%)** e **Russia (+10,9%)** nonché nei mercati scandinavi e dell'Est Europa. La *performance* è stata largamente guidata dalla **crescita a doppia cifra di Aperol in tutta la regione**.

³ Include il canale *Global Travel Retail*.

CAMPARI GROUP

- Le vendite nell'area **Asia-Pacifico** (6,4% del totale) hanno mostrato una crescita a livello organico del **+1,1%**, dovuta alla *performance* positiva del **mercato australiano (+3,5%)**, guidata da **Aperol** e **Wild Turkey ready-to-drink** e **bourbon**, nonostante i risultati in calo registrati negli **altri mercati dell'area (-4,3%)**, dovuti principalmente a una base di confronto sfavorevole.

In riferimento ai **risultati per brand**:

- le vendite dei **brand a priorità globale** (pari al 59% del totale) sono cresciute a livello organico del **+9,8%**, nonostante un calo a una cifra di **SKYY**, dovuto sia alla preannunciata attività di destoccaggio nel mercato statunitense sia alla persistente pressione competitiva. La *performance* è stata guidata da **Aperol (+22,0%)**, grazie alla **solida crescita nei mercati chiave in Europa**, nonostante le avverse condizioni climatiche in maggio, e alla *performance* a doppia cifra su tutte le altre geografie, da **Campari (+5,8%)**, guidato prevalentemente dai mercati principali della marca, da **Wild Turkey (+11,4%)**, grazie a Stati Uniti e Australia, dal portafoglio dei **rum giamaicani (+7,1%)**, grazie a Wray&Nephew Overproof e Appleton Estate, e **Grand Marnier (+2,3%)** guidato dal principale mercato chiave statunitense.
- In riferimento ai **brand a priorità regionale** (pari al 15% del totale), le vendite sono aumentate del **+10,8%** a livello organico, grazie in particolare alla crescita a doppia cifra di **Espolòn (+46,5%)**, guidato dal principale mercato statunitense. Le crescite di **Averna**, **Forty Creek** e **Riccadonna** hanno più che compensato la temporanea debolezza di **GlenGrant** e **Cinzano** in un periodo di bassa stagionalità.
- per quanto riguarda i **brand a priorità locale** (pari al 12% del totale), le vendite organiche sono risultate in aumento (**+4,0%**), grazie alla **crescita dell'intero portafoglio**, in particolare di **Campari Soda (+5,8%)**, guidato dall'Italia, e **Crodino (+3,3%)**, sostenuto dalla crescita nei mercati internazionali in fase di sviluppo rispetto a una base di confronto ancora contenuta.

ANALISI DEL PRIMO SEMESTRE 2019

Le **vendite** sono state pari a **€848,2 milioni**, in aumento del **+9,0% a livello totale**. La crescita riflette una **performance organica positiva delle vendite**, pari a **+8,0%**, un **effetto positivo dei cambi del +2,3%**, guidato da un rafforzamento del Dollaro americano nei confronti dell'Euro, oltre che dall'**effetto negativo del perimetro del -1,4%**, guidato dalla conclusione di contratti distributivi a bassa marginalità.

Il **marginale lordo** è stato pari a **€525,8 milioni**, in aumento del **+11,4% a valore (+140 punti base)**, pari al 62,0% delle vendite. La marginalità lorda è risultata in **aumento a livello organico del +9,5%**, superiore alla crescita delle vendite, con una **espansione organica di +90 punti base**, data dal positivo *mix* delle vendite per prodotto e mercato, in particolare degli aperitivi nei principali mercati sviluppati. Questa *sovraperformance* ha più che compensato l'effetto diluitivo generato dal recupero dei mercati emergenti e l'effetto del costo di acquisto dell'agave, il cui *trend* di crescita è proseguito nel periodo.

Le **spese per pubblicità e promozioni** sono state pari a **€151,5 milioni**, in crescita del **+12,3% a valore** (17,9% delle vendite). L'**aumento a livello organico è stato del +9,4%**, guidato dalle tempistiche degli investimenti nei **brand a priorità globale**, in particolare Aperol, Campari, SKYY e Grand Marnier, così come alcuni **brand a priorità regionale**.

Il **marginale di contribuzione**, ovvero il marginale lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni, è stato pari a **€374,3 milioni**, in aumento **a livello totale del +11,1% (+9,5% a livello organico)**, pari al 44,1% sulle vendite.

I **costi di struttura**, ovvero i costi delle organizzazioni commerciali e i costi generali e amministrativi, sono stati pari a **€194,0 milioni**, in crescita del **+9,9% a valore**. L'**aumento organico è stato del +8,6%**, pari al 22,9% delle vendite.

L'**EBIT rettificato** è stato **€180,3 milioni**, in aumento **a livello totale del +12,3%** (+70 punti base), pari al 21,3% sulle vendite. L'**aumento organico del +10,6%**, superiore alla crescita delle vendite, ha generato un'espansione della marginalità sulle vendite di **+50 punti base**, che ha più che compensato gli investimenti di *marketing* e nelle strutture commerciali. Le variazioni di **perimetro e cambi** hanno generato un effetto complessivo del **+1,7%**, corrispondente a un'**espansione della marginalità sulle vendite di +20 punti base**. La applicazione del principio contabile **IFRS 16-⁴Leases** (effettivo dal 1 gennaio 2019) ha generato effetti positivi pari a **€1,3 milioni**.

L'**EBITDA rettificato** è stato pari a **€215,1 milioni**, in aumento **a livello totale del +14,4%** (**+12,7% a livello organico**) e pari al 25,4% sulle vendite. L'incremento include l'effetto positivo dovuto alla applicazione del principio contabile **IFRS 16-⁴Leases** di **€7,7 milioni**, guidato dagli ammortamenti incrementali sui diritti d'uso.

⁴ Il nuovo principio contabile IFRS 16, applicabile dal 1 gennaio 2019, introduce un unico modello di contabilizzazione dei *leasing* nel bilancio dei locatari.

CAMPARI GROUP

L'EBIT e l'EBITDA sono stati pari rispettivamente pari a €171,7 milioni (20,2% delle vendite) e €206,5 milioni (24,3% delle vendite) dopo **rettifiche operative negative** pari a -€8,6 milioni, principalmente attribuibili ad accantonamenti per operazioni di ristrutturazione.

Gli **oneri finanziari netti** sono stati pari a **€15,1 milioni**, in aumento di €0,3 milioni, riflettendo l'effetto di *negative carry* dovuto alla liquidità disponibile, oltre che gli interessi figurativi sul debito per *leasing*, pari a €1,7 milioni, generati dalla recente applicazione del principio contabile IFRS 16-'Leases'.

L'**Utile del Gruppo prima delle imposte rettificato** è stato pari a **€162,3 milioni (+12,1%)**. L'**utile del Gruppo prima delle imposte** è stato di **€153,7 milioni**, in calo del **-7,4%**.

Le **imposte** sono state **pari a -€30,9 milioni**, inclusive del beneficio fiscale *one-off* Patent Box pari a €12,5 milioni nel primo semestre 2019.

L'**Utile netto del Gruppo rettificato**⁵ è stato pari a **€116,7 milioni (+11,8%)**. L'**utile netto del Gruppo** è stato di **€122,8 milioni**, in calo del **-16,6%**.

Al 30 giugno 2019 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a **€937,1 milioni**, in aumento di €90,9 milioni rispetto al 31 dicembre 2018 (€846,3 milioni), dovuto alla prima applicazione del principio contabile IFRS 16-'Leases' (effettivo dal 1 gennaio 2019).

Il **multiplo pro-forma di debito finanziario netto su EBITDA** al 30 giugno 2019 è pari a **2,1 volte**, in aumento rispetto a 1,9 volte al 31 dicembre 2018.

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2019 è depositata, a disposizione di chiunque ne faccia richiesta, presso la sede legale e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato 1INFO, gestito da Computershare, (www.1Info.it). Il resoconto è altresì disponibile nella sezione 'Investor' del sito www.camparigroup.com/it, e nelle altre modalità normativamente previste.

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, comma 2, TUF-che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Il presente documento contiene dichiarazioni previsionali ('forward-looking statements') relative a futuri eventi e risultati operativi, economici e finanziari di Campari Group. Tali previsioni hanno per loro natura una componente di rischio e incertezza, in quanto dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno discostarsi in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione a una molteplicità di fattori, la maggioranza dei quali è al di fuori del controllo del Gruppo.

ANALYST CONFERENCE CALL

Alle ore **13,00 (CET) di oggi, 30 luglio 2019**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà i risultati del primo semestre 2019. Per partecipare alla conference call sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: 02 805 88 11**
- **dall'estero: +44 121 281 8003**

Le **slide della presentazione** potranno essere scaricate prima dell'inizio della *conference call* dalla homepage Investor del sito web Campari all'indirizzo: www.camparigroup.com/it/investors.

Una registrazione della *conference call* sarà disponibile da oggi, 30 luglio 2019, a martedì 6 agosto 2019 chiamando i seguenti numeri:

- **dall'Italia: 02 72495**
- **dall'estero: +44 1212 818005**

(codice di accesso: **753#**).

⁵ Utile del gruppo prima di rettifiche nette totali positive pari a €6,1 milioni nel primo semestre 2019, di cui rettifiche operative pari a -€8,6 milioni, relativi effetti fiscali e altre rettifiche fiscali pari a €2,2 milioni, e beneficio fiscale Patent Box pari a €12,5 milioni. Rettifiche totali positive pari a €42,8 milioni nel primo semestre 2018.

CAMPARI GROUP

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225 330

Email: chiara.garavini@campari.com

Thomas Fahey

Tel. +44 (0)20 31009618

Email: thomas.fahey@campari.com

Francesco Pintus

Tel. +39 02 6225416

Email: francesco.pintus@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225 680

Email: enrico.bocedi@campari.com

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

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

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

<https://twitter.com/GruppoCampari>

Visita [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, 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 conta 18 impianti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 20 paesi. Il Campari Group impiega circa 3.700 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it>.

Bevete responsabilmente

- seguono tabelle -

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP

Scomposizione delle vendite consolidate per brand nel primo semestre 2019

	Peso vendite Gruppo %	variazione % delle vendite, di cui			
		totale	organica	cambio	perimetro
Brand a priorità globale	58,8%	13,0%	9,8%	3,2%	0,0%
Brand a priorità regionale	15,1%	13,0%	10,8%	2,1%	0,0%
Brand a priorità locale	12,0%	3,8%	4,0%	-0,2%	0,0%
Resto del portafoglio	14,0%	-4,8%	2,4%	1,4%	-8,5%
Totale	100,0%	9,0%	8,0%	2,3%	-1,4%

Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica nel primo semestre 2019

	1 gennaio-30 giugno 2019		1 gennaio-30 giugno 2018		variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Americhe	384,6	45,3%	333,3	42,8%	15,4%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	243,6	28,7%	236,2	30,3%	3,2%
Nord, Centro ed Est Europa	165,5	19,5%	154,4	19,8%	7,2%
Asia-Pacifico	54,4	6,4%	54,3	7,0%	0,2%
Totale	848,2	100,0%	778,2	100,0%	9,0%

analisi della variazione %	variazione %	crescita organica	effetto cambio	variazione perimetro
Americhe	15,4%	9,9%	5,5%	-0,1%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	3,2%	7,7%	-0,1%	-4,4%
Nord, Centro ed Est Europa	7,2%	7,0%	0,2%	0,0%
Asia-Pacifico	0,2%	1,1%	-0,9%	0,0%
Totale	9,0%	8,0%	2,3%	-1,4%

Scomposizione del risultato della gestione corrente rettificato per area geografica nel primo semestre 2019

	1 gennaio-30 giugno 2019		1 gennaio-30 giugno 2018		variazione	variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	% totale	% organica
Americhe	76,1	42,2%	65,8	41,0%	15,6%	8,5%
SEMEA (Sud Europa, Medio Oriente e Africa)	49,2	27,3%	44,0	27,4%	11,7%	14,9%
Nord, Centro ed Est Europa	49,1	27,2%	46,0	28,6%	6,9%	6,9%
Asia-Pacifico	6,0	3,3%	4,7	3,0%	26,0%	35,0%
Totale	180,3	100,0%	160,5	100,0%	12,3%	10,6%

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP

Conto economico consolidato nel primo semestre 2019

	1 gennaio-30 giugno 2019		1 gennaio-30 giugno 2018		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette	848,2	100,0%	778,2	100,0%	9,0%
Costo del venduto ⁽¹⁾	(322,3)	-38,0%	(306,3)	-39,4%	5,2%
Margine lordo	525,8	62,0%	471,9	60,6%	11,4%
Pubblicità e promozioni	(151,5)	-17,9%	(134,9)	-17,3%	12,3%
Margine di contribuzione	374,3	44,1%	337,0	43,3%	11,1%
Costi di struttura ⁽²⁾	(194,0)	-22,9%	(176,5)	-22,7%	9,9%
Risultato della gestione corrente	180,3	21,3%	160,5	20,6%	12,3%
Rettifiche di proventi (oneri) operativi	(8,6)	-1,0%	19,6	2,5%	-144,0%
Risultato operativo=EBIT⁽³⁾	171,7	20,2%	180,1	23,1%	-4,7%
Proventi (oneri) finanziari netti	(15,1)	-1,8%	(14,8)	-1,9%	2,2%
Rettifiche di proventi (oneri) finanziari	(0,0)	0,0%	1,6	0,2%	-100,1%
Utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto	0,1	0,0%	(0,1)	0,0%	-217,1%
Proventi (oneri) per <i>put option, earn out</i> e effetti di iperinflazione	(3,0)	-0,4%	(0,9)	-0,1%	251,3%
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	153,7	18,1%	166,0	21,3%	-7,4%
Utile del Gruppo prima delle imposte rettificato	162,3	19,1%	144,8	18,6%	12,1%
Imposte	(30,9)	-3,6%	(18,8)	-2,4%	64,4%
Utile netto	122,8	14,5%	147,2	18,9%	-16,6%
Interessi di minoranza	-	0,0%	-	0,0%	0
Utile netto del Gruppo	122,8	14,5%	147,2	18,9%	-16,6%
Utile netto del Gruppo rettificato⁽⁴⁾	116,7	13,8%	104,4	13,4%	11,8%
Totale ammortamenti	(34,8)	-4,1%	(27,4)	-3,5%	26,8%
EBITDA rettificato⁽³⁾	215,1	25,4%	187,9	24,2%	14,4%
EBITDA	206,5	24,3%	207,5	26,7%	-0,5%

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

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

(3) EBIT ed EBITDA prima di rettifiche operative pari a -€8,6 milioni nel primo semestre 2019, principalmente attribuibili ad accantonamenti per operazioni di ristrutturazione. Rettifiche operative positive pari a €19,6 milioni nel primo semestre 2018.

(4) Utile del gruppo prima di rettifiche nette totali positive pari a €6,1 milioni nel primo semestre 2019, di cui rettifiche operative pari a -€8,6 milioni, relativi effetti fiscali e altre rettifiche fiscali pari a €2,2 milioni, e beneficio fiscale Patent Box pari a €12,5 milioni. Rettifiche totali positive pari a €42,8 milioni nel primo semestre 2018.

CAMPARI GROUP

Stato patrimoniale consolidato al 30 giugno 2018

	30 giugno 2019 € milioni	30 giugno 2018 € milioni
ATTIVITA'		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	450,0	454,4
Diritto d'uso	73,8	-
Attività biologiche	1,0	1,0
Investimenti immobiliari	120,9	122,8
Avviamento e marchi	2,349,8	2,341,0
Attività immateriali a vita definita	41,6	42,9
Partecipazioni in società collegate e joint venture	0,5	0,4
Imposte differite attive	42,1	38,4
Altre attività non correnti	28,7	23,9
Totale attività non correnti	3.108,3	3.024,9
Attività correnti		
Rimanenze	628,6	565,3
Attività biologiche correnti	0,7	0,8
Crediti commerciali	284,1	285,9
Crediti finanziari, quota a breve	4,6	29,1
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	768,8	613,9
Crediti per imposte sul reddito	18,0	22,4
Altri crediti	44,0	32,3
Totale attività correnti	1.748,9	1.549,7
Attività destinate alla vendita	9,4	7,8
Totale attività	4.866,6	4.582,5
PASSIVITA' E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Capitale	58,1	58,1
Riserve	2.180,4	2.104,7
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	2.238,5	2.162,8
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	-	-
Totale patrimonio netto	2.238,5	2.162,8
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	928,7	778,7
Altre passività non correnti	499,9	463,7
Piani a benefici definiti	31,0	31,6
Fondi per rischi e oneri futuri	116,0	118,7
Imposte differite passive	374,8	368,2
Totale passività non correnti	1.950,3	1.760,9
Passività correnti		
Debiti verso banche	4,6	4,5
Prestiti obbligazionari	218,9	218,6
Altri debiti finanziari	90,9	52,5
Debiti verso fornitori	195,4	216,0
Debiti per imposte correnti	26,9	13,9
Altre passività correnti	141,1	153,3
Totale passività correnti	677,7	658,8
Passività destinate alla vendita	-	-
Totale passività	2.628,0	2.419,6
Totale passività e patrimonio netto	4.866,6	4.582,5

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario consolidato al 30 giugno 2019

	30 giugno 2019	30 giugno 2018
	€ milioni	€ milioni
EBITDA rettificato	215,1	187,9
Accantonamenti e altre variazioni operative	(23,0)	(13,4)
Imposte pagate	(9,1)	(24,2)
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	183,1	150,3
Variazione capitale circolante netto operativo	(77,2)	(21,1)
Flusso di cassa generato dalle attività operative	105,8	129,2
Interessi netti	(3,0)	(1,1)
Rettifiche di proventi e (oneri) finanziari	(0,0)	1,6
Flusso di cassa netto generato da investimenti	(21,6)	(18,8)
Free cash flow	81,2	110,9
(Acquisizione) e cessione di società o rami d'azienda	-	22,3
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(57,3)	(57,5)
Altre variazioni	(13,2)	(21,4)
Totale flusso di cassa assorbito da altre attività	(70,5)	(56,6)
Differenze cambio e altre variazioni	(19,3)	(27,1)
Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio	(8,6)	27,2
Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn-out</i>	(0,8)	7,6
Riclassifiche dei valori patrimoniali di apertura	(81,4)	-
Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta	(90,9)	34,7
Posizione finanziaria netta di inizio periodo	(846,3)	(981,5)
Posizione finanziaria netta di fine periodo	(937,1)	(946,8)