



COMUNICATO STAMPA

RISULTATI DEL PRIMO TRIMESTRE AL 31 MARZO 2006

Andamento del primo trimestre 2006 molto positivo

Vendite nette €182,1 milioni (+24,0%)

EBITDA €43,2 milioni (+14,3%), pari al 23,7% sul fatturato

Risultato operativo €38,6 milioni (+15,3%)

Utile del Gruppo prima delle imposte €34,6 milioni (+15,5%)

Milano, 11 maggio 2006 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato la relazione trimestrale al 31 marzo 2006. I risultati del Gruppo Campari del primo trimestre del 2006 sono stati decisamente positivi.

Risultati consolidati	Primo trimestre 2006 € milioni	Primo trimestre 2005 € milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
Vendite nette	182,1	146,8	24,0%	20,6%
Margine commerciale	54,3	46,2	17,4%	14,9%
EBITDA prima di oneri e proventi non ordinari	43,5	37,4	16,3%	14,4%
EBITDA	43,2	37,8	14,3%	12,4%
Risultato della gestione ordinaria				
= EBIT prima di oneri e proventi non ordinari	38,9	33,1	17,5%	15,8%
Risultato operativo = EBIT	38,6	33,5	15,3%	13,6%
Utile del Gruppo prima delle imposte	34,6	30,0	15,5%	14,4%

RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO TRIMESTRE DEL 2006

Nel primo trimestre del 2006 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€ 182,1 milioni**, in **crescita del 24,0%** (+20,6% a cambi costanti).

La variazione complessiva delle vendite consolidate è stata generata da una **crescita organica del 9,3%** e da un impatto positivo dei cambi del 3,3%. La **crescita esterna**, pari al **11,3%**, è stata determinata dalle vendite dei *brand* di terzi, oggetto dei nuovi accordi di distribuzione (Jack Daniel's e gli altri *brand* di Brown-Forman sul mercato italiano, Martin Miller's Gin e il liquore Midori sul mercato statunitense; il portafoglio *spirit* del Gruppo C&C sui mercati statunitense e brasiliano) e delle recenti acquisizioni (i vini Teruzzi & Puthod e, in misura minore, lo *Scotch whisky* Glen Grant).

Il **marginale commerciale** si è attestato a € 54,3 milioni, evidenziando una **crescita del 17,4%** (+14,9% a cambi costanti) e un'incidenza sulle vendite pari al 29,8%. La variazione totale è attribuibile per il 10,5% alla crescita organica, per il 4,4% alla crescita esterna e per il 2,5% al positivo effetto cambi.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ordinari** è stato di € 43,5 milioni in **crescita del 16,3%** (+14,4% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,9%.

L'**EBITDA** è stato di € 43,2 milioni, in **crescita del 14,3%** (+12,4% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 23,7%.

Il **Risultato della gestione ordinaria (EBIT prima di oneri e proventi non ordinari)** è stato di € 38,9 milioni, in **crescita del 17,5%** (+15,8% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 21,4%.

Il **Risultato Operativo (EBIT)** è stato di € 38,6 milioni, in **crescita del 15,3%** (+13,6% a cambi costanti) e con un'incidenza sulle vendite pari al 21,2%.

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

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 35,5 milioni e ha evidenziato un **incremento del 16,8%** (+15,1% a cambi costanti).

L'**utile del Gruppo prima delle imposte** è stato di € 34,6 milioni e ha evidenziato un **incremento del 15,5%** (+14,4% a cambi costanti).

Al 31 marzo 2006 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a € 461,6 milioni (€ 371,4 milioni al 31 dicembre 2005). Si segnala che in data 15 marzo 2006, il Gruppo Campari ha perfezionato l'acquisto dei marchi di *Scotch whisky* Glen Grant, Old Smuggler e Braemar e dei relativi asset, per un corrispettivo, pagato in contanti, di € 130 milioni. L'acquisizione è stata finanziata con indebitamento bancario.

VENDITE CONSOLIDATE DEL PRIMO TRIMESTRE 2006

Il **segmento spirit**, che rappresenta il 70,9% del fatturato totale, ha registrato una **variazione positiva delle vendite del 32,6%**, determinata da una **crescita organica del 11,5%**, grazie al buon andamento dei marchi principali, a un impatto positivo dei cambi del 4,8%, e a una **crescita esterna positiva del 16,3%**. La crescita esterna è stata generata dai nuovi accordi distributivi, tra cui, in particolare, quelli relativi al *whisky* Jack Daniel's sul mercato italiano, al liquore Midori sul mercato statunitense, e al portafoglio *spirit* del Gruppo C&C sui mercati statunitense e brasiliano. Il **brand Campari** ha registrato una **crescita del 8,8%** a cambi costanti (+12,1% a cambi effettivi), grazie a un buon andamento in tutti i mercati principali. Le vendite di **SKYY Vodka** hanno registrato una **crescita del 22,7%** a cambi costanti (+32,8% a cambi effettivi), grazie a un positivo andamento sia negli Stati Uniti (+24,0% a cambi costanti) sia nei mercati internazionali. Con riferimento alle altre marche principali, il segmento *spirit* ha beneficiato dell'andamento decisamente positivo di **CampariSoda (+28,6%)**, **Aperol (+10,4%)** e **Ouzo 12 (+67,0%)**; **Cynar** e i **brand brasiliani** hanno chiuso il primo trimestre 2006 in calo rispettivamente del **17,2%** e **12,3%** a cambi costanti. Relativamente ai *brand* in licenza, si segnala il positivo andamento di **tequila 1800 (+14,9%** a cambi costanti) e gli **Scotch whisky (+11,1%** a cambi costanti); **Jägermeister** ha registrato una flessione del 10,7% a cambi costanti.

Il **segmento wine**, pari al 10,9% del fatturato totale, ha registrato una **crescita del 1,0%**, determinata da una **variazione organica negativa del 2,5%**, da un impatto positivo dei cambi del 0,8% e da una **crescita esterna del 2,7%**, generata dalla neo-acquisita Teruzzi & Puthod. L'andamento positivo del segmento è stato trainato dai vini **Sella & Mosca (+22,6%)**, mentre i **vermouth** e gli **spumanti Cinzano** hanno riportato una diminuzione rispettivamente del **15,8%** e **1,0%** a cambi costanti. Relativamente agli altri marchi del Gruppo, le vendite hanno registrato una crescita per **Mondoro** e una contrazione per **Riccadonna**.

Le **vendite di soft drink**, pari al 17,0% del fatturato totale e realizzate quasi interamente sul mercato italiano, evidenziano l'andamento positivo di **Crodino (+7,5%)**, della gamma **Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda (+13,2%)** e della marca di terzi **Lipton Ice Tea (+14,7%)**.

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del primo trimestre 2006 sul **mercato italiano**, pari al 50,8% delle vendite del Gruppo, hanno registrato una **crescita del 13,2%**. L'Italia ha beneficiato del positivo contributo della crescita esterna (**+6,1%**) derivante principalmente dalla distribuzione di Jack Daniel's e degli altri *brand* di Brown-Forman, iniziata a maggio dello scorso anno; il *business* organico ha registrato una **crescita delle vendite del 7,1%**, favorita dall'**andamento positivo di tutte le marche principali**. Le vendite in **Europa**, pari al 15,2% delle vendite

consolidate, hanno segnato una **crescita del 12,4%**, determinata da una **crescita organica del 9,5%**, grazie al buon risultato conseguito in mercati europei di importanza strategica, inclusa la Germania, da un impatto negativo dei cambi del 0,1%, e da una **crescita esterna del 3,0%**, generata principalmente da Teruzzi & Puthod. Per quanto riguarda l'area Americhe, le cui vendite sono pari al 30,2% del totale, il **mercato USA** ha registrato una **crescita organica del 20,9%** a cambi costanti, una **crescita esterna del 40,7%** e un effetto cambi positivo del 10,9%. In **Brasile** le **vendite** hanno registrato una **variazione organica negativa del 12,8%** a cambi costanti, un effetto cambi positivo del 28,3% e una crescita esterna del 0,3%. L'area **resto del mondo** (che include anche le vendite *duty free*), pari al 3,7% del fatturato totale, è **cresciuta** complessivamente del **16,8%**, trainata da una **crescita organica del 10,4%**.

* * *

CONFERENCE CALL

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

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

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

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da giovedì, 11 maggio alle ore 21:00 fino a giovedì, 18 maggio alle ore 19:00, chiamando il numero +44 1296 618 700 (codice di accesso: 755896).

* * *

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello mondiale. E' presente in 190 paesi con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano marchi di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Cynar e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, CampariSoda, Glen Grant, Ouzo 12 e Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, Liebfraumilch, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nei *soft drink*, campeggiano per il mercato italiano Crodino e Lemonsoda con la relativa estensione di gamma. Il Gruppo impiega oltre 1.500 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana.

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: investor.relations@campari.com

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

GRUPPO CAMPARI

Scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 31 marzo 2006		1 gennaio - 31 marzo 2005		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
<i>Spirit</i>	129,0	70,9%	97,3	66,2%	32,6%
<i>Wine</i>	19,8	10,9%	19,6	13,4%	1,0%
<i>Soft drink</i>	31,0	17,0%	28,5	19,4%	9,0%
Altri ricavi	2,2	1,2%	1,5	1,0%	49,6%
Totale	182,1	100,0%	146,8	100,0%	24,0%

Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 31 marzo 2006		1 gennaio - 31 marzo 2005		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Italia	92,5	50,8%	81,8	55,7%	13,2%
Europa	27,8	15,2%	24,7	16,8%	12,4%
Americhe	55,0	30,2%	34,6	23,6%	59,0%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	6,8	3,7%	5,8	3,9%	16,8%
Totale	182,1	100,0%	146,8	100,0%	24,0%

Conto economico consolidato

	1 gennaio - 31 marzo 2006		1 gennaio - 31 marzo 2005		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette ⁽¹⁾	182,1	100,0%	146,8	100,0%	24,0%
Costo del venduto	(78,4)	-43,1%	(59,3)	-40,4%	32,3%
Margine lordo	103,7	56,9%	87,6	59,6%	18,4%
Pubblicità e promozioni	(25,4)	-14,0%	(21,8)	-14,8%	16,8%
Costi di vendita e distribuzione	(24,0)	-13,2%	(19,6)	-13,3%	22,5%
Margine commerciale	54,3	29,8%	46,2	31,5%	17,4%
Spese generali e amministrative e altri oneri e proventi operativi	(15,3)	-8,4%	(13,1)	-8,9%	17,1%
Risultato della gestione ordinaria = EBIT prima di oneri e proventi non ordinari	38,9	21,4%	33,1	22,6%	17,5%
Altri proventi (oneri) non ordinari	(0,3)	-0,2%	0,4	0,3%	-174,9%
Risultato operativo = EBIT	38,6	21,2%	33,5	22,8%	15,3%
Proventi (oneri) finanziari netti	(3,0)	-1,6%	(3,0)	-2,0%	-0,7%
Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto	(0,2)	-0,1%	(0,2)	-0,1%	25,0%
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	35,5	19,5%	30,4	20,7%	16,8%
Interessi di minoranza	(0,9)	-0,5%	(0,4)	-0,3%	105,6%
Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo	34,6	19,0%	30,0	20,4%	15,5%
<i>Altre informazioni economiche:</i>					
Totale ammortamenti	(4,5)	-2,5%	(4,3)	-2,9%	6,7%
EBITDA prima di altri oneri e proventi non ordinari	43,5	23,9%	37,4	25,5%	16,3%
EBITDA	43,2	23,7%	37,8	25,7%	14,3%

(1) Al netto di sconti e accise.