



COMUNICATO STAMPA

CAMPARI APPROVA I RISULTATI DI BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2002

Il fatturato consolidato cresce a € 661 milioni (+34%)

L'EBITDA sale a € 160 milioni (+40%)

L'utile netto consolidato sale a € 87 milioni (+37%)

Il Gruppo è il sesto *player* mondiale nel mercato degli *spirits*¹

Per la prima volta i ricavi internazionali superano quelli nazionali

Milano, 26 marzo 2003 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato i risultati del bilancio consolidato relativi all'esercizio 2002, che confermano pienamente gli obiettivi di crescita annunciati e mostrano utili in forte aumento rispetto al 2001.

- **Ricavi netti consolidati pari a € 661 milioni, in crescita del 34%**
- **EBITDA pari a € 160 milioni, in crescita del 40%**
- **EBITA pari a € 142 milioni, in crescita del 42%**
- **EBIT pari a € 115 milioni, in crescita del 29%**
- **Utile netto consolidato pari a € 87 milioni, in crescita del 37%**
- **EPS pari a € 2,98, in crescita del 37%**

Con il 2002 si corona un **quinquennio di grande successo** per il Gruppo Campari, che nel periodo **ha raddoppiato le dimensioni**, con ricavi consolidati netti passati da € 334 milioni nel 1998 a € 661 milioni nel 2002, **e la redditività operativa**, con un EBITA passato da € 76 milioni nel 1998 a € 142 nel 2002.

Il CEO Marco Perelli-Cippo: *“Il Gruppo prosegue con successo la sua espansione sui mercati mondiali e vede salire la redditività in modo significativo. Nel 2003 cresceremo ancora, nonostante la congiuntura sfavorevole.”*

Dividendo

All'Assemblea ordinaria degli azionisti, convocata per il 30 aprile, verrà proposta la distribuzione di un **dividendo di € 0,88 per azione** (per un monte dividendi complessivo di € 24,7 milioni), in pagamento a partire dal 22 maggio (stacco cedola il 19 maggio).

Vendite 2002

Il 2002 si chiude con **risultati in forte crescita** grazie anche alle **due importanti acquisizioni** effettuate all'inizio dell'anno, Skyy Spirits, LLC, e Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A., **la cui integrazione è stata completata con successo** nel corso dell'esercizio.

Le vendite del Gruppo sono state pari a € 660,6 milioni, con una crescita del 33,7%. **La crescita esterna è stata del 32,4%**, attribuibile a Skyy Spirits, LLC (per il 26%) e a Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A. (per il 6,3%). **La crescita organica è stata del 5,1%** (1,3% dopo l'effetto cambi).

¹ Per la classifica mondiale negli *spirits*, fonte: IMPACT, classifica *“Top 100 premium distilled spirit brands world-wide by company”*, febbraio 2003.

Le vendite del **segmento spirits**, che rappresentano il 64,6% del fatturato, sono state pari a € 426,6 milioni, in crescita del 50,3%. A questo risultato ha contribuito in modo determinante **SKYY Vodka, che prosegue il trend positivo delle vendite con incrementi a doppia cifra** sia sul mercato statunitense che sui mercati internazionali. La crescita organica del segmento *spirits* è stata del 7,3% (1,3% dopo l'effetto cambi), favorita dal **buon andamento di CampariSoda (+3,3%), Ouzo 12 (+4,5%) e Jägermeister (+4,3%) e sostenuta dal lancio di Campari Mixx. Il brand Campari ha registrato una crescita del 2,6%** (-1,5% dopo l'effetto cambi), evidenziando un *trend* positivo sui mercati italiano e brasiliano e un andamento ancora non soddisfacente sul mercato tedesco. Le marche locali brasiliane Dreher, Old Eight e Drury's continuano a registrare un'ottima *performance* delle vendite a volume e a valore in valuta locale (+16%), ma subiscono l'impatto negativo dei cambi con una flessione del 12,4% ove convertite in valuta di consolidamento.

Il **segmento wines ha registrato una crescita del 31,3%**, attribuibile all'acquisizione dei vini Sella & Mosca (+27,9%), la cui *performance* è stata positiva. Il portafoglio esistente è cresciuto del 5,1% (3,4% dopo l'effetto cambi): **gli spumanti Cinzano hanno evidenziato una crescita particolarmente positiva (+15,5%)**; i *vermouth* Cinzano (-0,8%; -3,5% dopo l'effetto cambi) segnano un ulteriore consistente recupero nell'ultimo trimestre del 2002.

Il **segmento soft drinks** ha registrato un calo del 0,1%; mentre le **vendite di Crodino** (di gran lunga il *brand* a margine più elevato del comparto) **hanno proseguito un trend molto positivo**, con una crescita del 4,3%; meno soddisfacente è stato l'andamento delle bevande gassate (marginali in termini di profittabilità), a causa soprattutto delle avverse condizioni climatiche della stagione estiva.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività.

	1 gennaio - 31 dicembre 2002		1 gennaio - 31 dicembre 2001		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
<i>Spirits</i>	426,6	64,6%	283,8	57,4%	50,3%
<i>Wines</i>	96,6	14,6%	73,6	14,9%	31,3%
<i>Soft Drinks</i>	127,3	19,3%	127,4	25,8%	-0,1%
Altri ricavi	10,1	1,5%	9,5	1,9%	6,8%
Totale	660,6	100,0%	494,3	100,0%	33,7%

Per il primo anno nella storia del Gruppo **le vendite internazionali hanno superato quelle del mercato italiano**, a dimostrazione del successo del Gruppo nel perseguimento di una strategia focalizzata sull'espansione internazionale.

Il **mercato italiano** (47,1% del fatturato) ha registrato una crescita del 18%, grazie al contributo di Zedda Piras S.p.A. e Sella & Mosca S.p.A. (+11,1%) e alla consistente crescita organica (+6,9%) attribuibile al buon andamento di Campari, CampariSoda, Crodino e degli spumanti Cinzano e al lancio di Campari Mixx. L'**area Americhe** ha rappresentato il 30,3% del fatturato totale, con una crescita interamente generata dal mercato USA per effetto del consolidamento di Skyy Spirits, LLC. In particolare, **gli Stati Uniti**, rappresentando il 20,9% del fatturato totale, divengono il secondo mercato più importante per il Gruppo. Il **business brasiliano**, pari al 8,4% delle vendite consolidate, ha registrato una crescita dei ricavi del 14,3% in valuta locale che, causa l'effetto cambi, si è tradotta in una flessione del 15% in valuta di consolidamento.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato consolidato per area geografica.

	1 gennaio - 31 dicembre 2002		1 gennaio - 31 dicembre 2001		Variazione %
	€milioni	%	€milioni	%	
Italia	311,0	47,1%	263,5	53,3%	18,0%
Europa	127,3	19,3%	131,2	26,5%	-2,9%
Americhe	200,2	30,3%	76,7	15,5%	161,0%
Resto del mondo	22,2	3,3%	22,9	4,6%	-3,5%
Totale	660,6	100,0%	494,3	100,0%	33,7%

L'impatto positivo delle acquisizioni si riflette sui tassi di crescita di tutti i livelli di redditività.

Il **marginale commerciale** è stato € 180,8 milioni, in **crescita del 32,5%** e con un'incidenza sui ricavi del 27,4%.

L'**EBITDA** è stato € 160,0 milioni, in **crescita del 39,7%** e con un'incidenza sui ricavi del 24,2%.

L'**EBITA** è stato € 142,4 milioni, in **crescita del 42,3%** e con un'incidenza sui ricavi del 21,6%.

L'**EBIT** è stato € 114,7 milioni, in **crescita del 29,4%**, con un'incidenza sui ricavi 17,4%, e ha beneficiato anche del contributo di *royalties* per € 5,3 milioni attribuibili a SKYY Blue, il *ready to drink* lanciato nel mercato statunitense nel 2002 in *partnership* con SABMiller e divenuto uno dei tre *brand leader* del mercato.

L'**utile netto consolidato** è stato € 86,7 milioni, in **crescita del 36,7%**; a tale risultato ha contribuito anche la riduzione del carico fiscale attribuibile ai benefici della legge Tremonti *bis* per gli investimenti relativi alla realizzazione del nuovo stabilimento di Novi Ligure.

Patrimonio e indebitamento

Il **patrimonio netto consolidato** al 31 dicembre 2002 ammonta a € 478,9 milioni.

Al 31 dicembre 2002 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a € 198,8 milioni. La variazione della posizione finanziaria netta rispetto al 31 dicembre 2001, quando era positiva per € 96,6 milioni, è attribuibile al finanziamento delle acquisizioni effettuate. Peraltro, rispetto al 30 giugno 2002, quando era pari a € 239,4 milioni, l'indebitamento risulta significativamente ridotto grazie alla sostenuta generazione di cassa.

Outlook 2003

Relativamente al 2003 si prevede che la positiva evoluzione del fatturato consolidato sia guidata per quanto riguarda la crescita esterna dal contributo derivante dalle vendite della *Tequila* 1800 negli Stati Uniti, per cui l'accordo di distribuzione è stato raggiunto nel 2002 e relativamente allo sviluppo del portafoglio esistente dall'allargamento distributivo di Campari Mixx sui mercati tedesco e austriaco.

Management

Il Consiglio di Amministrazione ha preso atto che il CEO Marco Perelli-Cippo, dopo 30 anni di intelligente e appassionato lavoro nel Gruppo Campari, ha chiesto di non essere rinnovato nella carica alla naturale scadenza del suo mandato, coincidente con l'assemblea di bilancio del 2004 e il compimento dei 60 anni di età.

Marco Perelli-Cippo resterà CEO fino all'aprile 2004 e, successivamente, continuerà ad assicurare il suo prezioso contributo nel Consiglio di Amministrazione.

Alla sua successione, che favorisce anche un ricambio generazionale, il Consiglio di Amministrazione ha designato Enzo Visone, 47 anni, nel Gruppo dal 1987, attualmente responsabile delle attività Internazionali e lo ha nominato, con effetto immediato, Deputy CEO.

Enzo Visone affiancherà fino al termine del suo mandato Marco Perelli-Cippo e successivamente sarà nominato CEO del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione, preso atto delle motivazioni di carattere personale della decisione di Marco Perelli-Cippo, gli ha espresso apprezzamento unanime per lo straordinario impegno profuso nell'espansione mondiale di Campari e per gli eccezionali risultati raggiunti.

Il Presidente Luca Garavoglia ha dichiarato: *"Comprendo le ragioni che inducono Marco Perelli-Cippo a pianificare per tempo il passaggio di consegne alla guida del Gruppo e a dedicarsi alla propria vita privata, dopo tanti anni di impegno, duro lavoro ed eccezionali successi professionali. Per un anno continuerà a reggere integralmente le sorti del Gruppo e poi lascerà la guida in mani sicure secondo i programmi, in piena continuità strategica, a Enzo Visone. Marco Perelli-Cippo, a cui tutti in Campari dobbiamo moltissimo, rimarrà però anche nel futuro in Consiglio, perché il Gruppo possa continuare dopo il 2004 a valersi del suo impareggiabile apporto."*

* * *

ANALYST CONFERENCE CALL

Alle ore 17:00 CET di oggi, mercoledì 26 marzo 2003, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* del Gruppo Campari presenterà i risultati di bilancio 2002.

Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri (*pass code*: C646930):

- dall'Italia: 800.914.551 (numero verde)
- dall'estero: +39.02.3700.8206

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI ALLA COMUNITÀ FINANZIARIA E ALLA STAMPA

Alle ore 10:00 di domani, giovedì 27 marzo 2003, il *management* del Gruppo Campari presenterà i risultati di bilancio 2002 in un incontro con la comunità finanziaria presso la Sala Assemblee di Banca Intesa, in Piazza Belgioioso 1 a Milano.

Allegato 1)
Gruppo Campari - conto economico consolidato 2002

	1 gennaio - 31 dicembre 2002		1 gennaio - 31 dicembre 2001		Variazione %
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette (1)	660,6	100,0%	494,3	100,0%	33,7%
Costo del venduto	(276,3)	-41,8%	(211,5)	-42,8%	30,6%
Margine lordo	384,3	58,2%	282,8	57,2%	35,9%
Pubblicità e promozioni	(130,8)	-19,8%	(91,3)	-18,5%	43,3%
Costi di vendita e distribuzione	(72,7)	-11,0%	(55,0)	-11,1%	32,2%
Margine commerciale	180,8	27,4%	136,5	27,6%	32,5%
Spese generali e amministrative	(43,3)	-6,6%	(31,6)	-6,4%	37,4%
Altri ricavi operativi	5,8	0,9%	0,7	0,1%	699,3%
Ammortamento avviamento e marchi	(27,8)	-4,2%	(11,4)	-2,3%	142,6%
Risultato operativo (EBIT) prima dei costi non ricorrenti	115,5	17,5%	94,2	19,1%	22,6%
Costi non ricorrenti	(0,8)	-0,1%	(5,6)	-1,1%	-85,5%
Risultato operativo (EBIT)	114,7	17,4%	88,6	17,9%	29,4%
Proventi (oneri) finanziari netti	(6,1)	-0,9%	3,2	0,6%	-292,7%
Utili (perdite) su cambi netti	8,2	1,2%	(3,9)	-0,8%	-310,8%
Altri proventi (oneri) non operativi	6,6	1,0%	6,1	1,2%	10,0%
Utile prima delle imposte	123,4	18,7%	94,0	19,0%	31,3%
Interessi di minoranza	(15,8)	-2,4%	0,0	0,0%	-
Utile prima delle imposte del Gruppo	107,6	16,3%	94,0	19,0%	14,5%
Imposte	(20,9)	-3,2%	(30,6)	-6,2%	-31,6%
Utile netto	86,7	13,1%	63,4	12,8%	36,7%
Ammortamenti materiali	(14,4)	-2,2%	(11,3)	-2,3%	27,0%
Ammortamenti immateriali	(30,9)	-4,7%	(14,5)	-2,9%	113,0%
Totale ammortamenti	(45,3)	-6,9%	(25,8)	-5,2%	75,4%
EBITDA prima dei costi non ricorrenti	160,8	24,3%	120,0	24,3%	33,9%
EBITDA	160,0	24,2%	114,5	23,2%	39,7%
EBITA prima dei costi non ricorrenti (2)	143,2	21,7%	105,7	21,4%	35,6%
EBITA (2)	142,4	21,6%	100,1	20,3%	42,3%

(1) Al netto di sconti e accise

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

Allegato 2)
Gruppo Campari - stato patrimoniale consolidato 2002

	31 dicembre 2002	31 dicembre 2001	Variazione
	€ milioni	€ milioni	€ milioni
Cassa e banche	103,5	177,8	(74,3)
Titoli negoziabili	4,2	46,4	(42,2)
Crediti verso clienti, al netto del fondo svalutazione	132,9	108,3	24,6
Rimanenze	94,9	64,4	30,5
Altre attività correnti	49,0	29,7	19,3
Totale attività correnti	384,5	426,6	(42,1)
Immobilizzazioni materiali nette	144,2	91,0	53,2
Avviamento, al netto dell'ammortamento	437,3	152,6	284,7
Altre immobilizzazioni immateriali, al netto dell'ammortamento	16,0	18,3	(2,3)
Partecipazioni	8,7	18,8	(10,1)
Altre attività non correnti	3,4	3,5	(0,1)
Azioni proprie	31,0	31,0	0,0
Totale attività non correnti	640,6	315,2	325,4
Totale attività	1.025,1	741,8	283,3
Debiti verso banche	122,1	114,1	8,0
Debiti verso fornitori	134,3	86,7	47,6
Altre passività correnti	53,7	44,0	9,7
Totale passività correnti	310,1	244,8	65,3
Debiti finanziari a medio - lungo termine	181,0	13,5	167,5
Trattamento di fine rapporto	13,1	10,9	2,2
Altre passività non correnti	32,0	40,0	(8,0)
Interessi di minoranza	10,0	2,3	7,7
Totale passività non correnti	236,1	66,7	169,4
Patrimonio netto	478,9	430,3	48,6
Totale passività e patrimonio netto	1.025,1	741,8	283,3

Il 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, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, vanta un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti: *spirits*, *wines* e *soft drinks*. Il portafoglio prodotti di proprietà include *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka, Cynar e Cinzano e marchi *leader* in mercati locali come CampariSoda, Campari Mixx, Crodino, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, SKYY Blue negli Stati Uniti, Ouzo 12 in Grecia e in Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebraumilch in Brasile e Gregson's in Uruguay. Il Gruppo impiega 1.350 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. (Reuters CPR.MI, Bloomberg CPR IM).

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