



Risultati positivi con i principali indicatori in crescita nel primo semestre 2009

Dopo l'integrazione avvenuta con successo, Wild Turkey é in condizione di esprimere appieno le sue potenzialità nel secondo semestre

DATI PRINCIPALI

- Vendite €441,8 milioni (+2,5%, crescita organica -3,0%)
- Margine di contribuzione € 176,9 milioni (+9,0%, crescita organica +2,2%, 40,0% delle vendite)
- EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti € 109,1 milioni (+8,7%, crescita organica +1,5%, 24,7% delle vendite)
- EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti € 98,4 milioni (+8,4%, crescita organica +0,8%, 22,3% delle vendite)
- Utile netto €60,1 milioni (+0,5%)

Milano, 6 agosto 2009 - Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A. ha approvato il rendiconto intermedio di gestione al 30 giugno 2009.

I risultati di Campari nel primo semestre 2009 sono stati **in generale positivi con i principali indicatori in crescita, grazie a un miglioramento della performance nel secondo trimestre, l'impatto delle acquisizioni e il contenimento di costi**. Mentre il primo semestre del 2009 è stato caratterizzato dalla riduzione delle scorte da parte dei distributori, il secondo trimestre ha beneficiato di un **miglioramento nelle principali combinazioni prodotto-mercato**. Nel primo semestre l'andamento dei consumi dei **brand** del Gruppo nelle regioni chiave è stato **positivo e migliore della performance di mercato**.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: *“Per il futuro, grazie all'attenuazione del fenomeno di riduzione delle scorte nei mercati occidentali, riteniamo che la performance del business possa rispecchiare meglio il trend positivo dei consumi dei nostri principali brand. Tuttavia, le nostre aspettative rimangono orientate a una giusta cautela e si focalizzano per l'anno in corso su obiettivi di contenimento di costi, controllo del capitale circolante e generazione di cassa. Grazie all'integrazione di successo di tutte le nuove acquisizioni, riteniamo di essere in grado di sviluppare appieno le potenzialità dei nuovi marchi nel secondo semestre.”*

RISULTATI CONSOLIDATI DEL PRIMO SEMESTRE 2009

Risultati consolidati	1 gennaio - 30 giugno 2009 €milioni	1 gennaio - 30 giugno 2008 €milioni	Variazione a cambi effettivi	Variazione a cambi costanti
Vendite nette	441,8	431,2	+2,5%	+0,5%
Margine di contribuzione ⁽¹⁾	176,9	162,2	+9,0%	+5,7%
EBITDA prima di oneri e proventi non ricorrenti	109,1	100,4	+8,7%	+5,5%
EBITDA	107,5	102,0	+5,4%	+2,2%
Risultato della gestione corrente				
= EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti	98,4	90,8	+8,4%	+4,8%
Risultato operativo = EBIT	96,8	92,5	+4,7%	+1,2%
Utile netto del Gruppo	60,1	59,8	+0,5%	-2,3%

(1) Risultato della gestione corrente prima dei costi di struttura.

Nel primo semestre del 2009 le **vendite del Gruppo** sono state pari a **€441,8 milioni (+2,5%; -3,0% crescita organica, +2,0% effetto cambi e +3,5% effetto perimetro**, quest'ultimo dovuto alle acquisizioni di Wild Turkey, Destiladora San Nicolas e Sabia e ai contratti distributivi di Licor 43 in Germania e Cointreau in Brasile).

Il **marginale di contribuzione**, ovvero il margine lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni è stato di **€176,9 milioni**, in crescita del 9,0% (+2,2% crescita organica) e pari al 40,0% delle vendite.

L'**EBITDA prima di proventi e oneri non ricorrenti** è stato di **€ 109,1 milioni**, in crescita del 8,7% (+1,5% crescita organica) e pari al 24,7% delle vendite.

L'**EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti** è stato di **€ 98,4 milioni**, in crescita del 8,4% (+0,8% crescita organica) e pari al 22,3% delle vendite.

L'**EBITDA** è stato di **€107,5 milioni**, in crescita del 5,4%.

L'**EBIT** è stato di **€96,8 milioni**, in crescita del 4,7%.

L'**utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza** è stato di € 83,3 milioni, in calo del 0,5%.

L'**utile netto del Gruppo** è stato di **€60,1 milioni**, in crescita del 0,5%.

Al 30 giugno 2009 l'**indebitamento finanziario netto** è pari a **€674,8 milioni** (€ 326,2 milioni al 31 dicembre 2008) dopo il pagamento delle acquisizioni di Wild Turkey per € 417,5 milioni e di Odessa per € 14,2 milioni e accantonamenti per potenziali *put option* ed *earn out* su minoranze per € 23,9 milioni.

VENDITE CONSOLIDATE DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2009

Gli **spirit**, che rappresentano il 72,3% del *business*, hanno registrato una variazione delle vendite del +4,9%, determinata da una **variazione negativa del business organico del 2,2%**, da un **impatto positivo dei cambi del 2,8%** e da un **effetto perimetro positivo del 4,3%**.

Il **brand Campari** ha registrato una **contrazione del 6,6%** a cambi costanti, quasi interamente dovuta a una riduzione delle scorte attuata dai distributori in Brasile. Le vendite di **SKYY sono cresciute del +0,5% a cambi costanti** (+13,2% a cambi effettivi). La *performance* negli Stati Uniti è stata influenzata dal confronto sfavorevole rispetto al primo semestre del 2008 (rilancio di SKYY e lancio della nuova gamma SKYY Infusions nel secondo trimestre del 2008), mentre l'andamento sui mercati internazionali è stato estremamente positivo. **Aperol** ha confermato il proprio *trend* di eccellenza (**+32,0% a cambi costanti**) in Italia e all'estero. **Campari Soda** ha chiuso il primo semestre in **crescita del 2,5%**. Nonostante un buon andamento dei consumi e il miglioramento nel secondo trimestre, le vendite dei **brand brasiliani** hanno segnato una significativa contrazione (-20,9% a cambi costanti) a causa dell'aumento delle accise e della riduzione delle scorte attuata dai distributori. **X-Rated** ha registrato una **buona crescita (+7,2% a cambi costanti)**. **Glen Grant** ha segnato una in contrazione del 3,2% a cambi costanti, interamente imputabile alla flessione della categoria degli *Scotch whisky* in Italia.

Gli **wine**, che rappresentano il 13,5% del fatturato, hanno registrato una **contrazione del 0,4%**, determinata da una **variazione negativa del business organico del 3,7%**, da un impatto positivo dei cambi del 0,1% e da una variazione positiva del perimetro del 3,2%. L'andamento negativo del segmento è da attribuirsi principalmente ai **vermouth Cinzano** (-16,2% a cambi costanti) a causa della forte riduzione delle scorte in Russia. Gli **spumanti Cinzano** hanno conseguito un risultato positivo (+8,1% a cambi costanti), mentre Sella & Mosca ha risentito del fenomeno di riduzione delle scorte in Italia e nei principali mercati di esportazione (-6,8% a cambi costanti). **Riccadonna** ha segnato una forte crescita (+25,8% a cambi costanti) grazie a una *performance* molto positiva sul mercato australiano, chiave per il *brand*.

I **soft drink**, che rappresentano il 12,9% del fatturato, hanno registrato una **variazione negativa del -2,7%**, determinata principalmente dalla contrazione della linee soda e delle acque minerali. **Crodino** ha chiuso il semestre in crescita (**+2,0% a cambi costanti**).

Relativamente alla **ripartizione geografica**, le vendite del primo semestre del 2009 sul **mercato italiano**, pari al 45,2% delle vendite, hanno registrato una **crescita del 0,8%**, determinata dal positivo contributo della crescita organica (+1,3%), in parte compensata da un effetto perimetro

negativo del 0,5%. Le vendite in **Europa**, pari al 21,8% delle vendite consolidate, hanno segnato una **crescita del 6,3%**, determinata da una **crescita del business organico del 2,2%** e da una variazione di perimetro positiva del 4,1%. Le vendite nell'area **Americhe**, pari al 27,3% del totale, hanno registrato una **variazione negativa organica del 14,7%**, parzialmente compensata da un effetto cambi positivo del 6,4% e da un effetto perimetro positivo del 7,3%, quest'ultimo dovuto alle acquisizioni di Wild Turkey, Destiladora San Nicolas e Sabia. Nell'area Americhe, il *business organico* del **mercato USA** ha registrato una **contrazione del 15,1%**, controbilanciato da un effetto cambi positivo del 12,4% e da un effetto perimetro positivo del 4,3%. In **Brasile**, le vendite hanno registrato **a livello organico una variazione negativa del 20,9%**, un effetto perimetro positivo del 1,4% e un effetto cambi negativo del 8,9%. L'area **resto del mondo** (che include anche le vendite *duty free*), pari al 5,8% del fatturato totale, è **cresciuta complessivamente del 22,1%**, trainata da una crescita di perimetro del 15,4% e da una **crescita organica del 2,9%**.

ALTRE DELIBERE

Assegnazione di stock option. Ai sensi dell'articolo 84-*bis* del Regolamento Consob n. 11971/99 (Regolamento Emittenti), si comunica che il Consiglio di Amministrazione in data odierna ha approvato le assegnazioni per l'anno 2009 delle opzioni relative al Piano di *stock option* istituito dall'Assemblea ordinaria degli azionisti tenutasi il 30 aprile 2009. Le caratteristiche generali dell'assegnazione sono dettagliate nel documento "Assegnazione per l'anno 2009 delle opzioni relative al piano di *stock option* istituito dall'Assemblea del 30 aprile 2009" pubblicato sul sito Internet www.camparigroup.com nell'area *Corporate Governance*.

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, 2 comma, D. Lgs. 58/1998 (TUF) - che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

CONFERENCE CALL

Si informa che alle **ore 12,00 (CET) di oggi, giovedì 6 agosto 2009**, si terrà una *conference call* durante la quale il *management* di Campari presenterà ad analisti, investitori e giornalisti i risultati del primo semestre 2009. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia** **800.900.015 (numero verde)**
- **dall'estero** **+39 02 3700 8220**

Codice di accesso: 668 983#

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

Una **registrazione della conference call** sarà disponibile a partire da venerdì 7 agosto 2009 a venerdì 14 agosto 2009 chiamando il **numero +44 20 713 69233** (codice di accesso: **20475257#**).

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel.: +39 02 6225 330

Email: chiara.garavini@campari.com

www.camparigroup.com

Corporate Communications

Chiara Bressani

Tel.: +39 02 6225 206

Email: chiara.bressani@campari.com

Alex Balestra

Tel. : +39 02 6225 364

Email: alex.balestra@campari.com

GRUPPO CAMPARI

Il **Gruppo Campari** è una delle realtà più importanti nel settore del *beverage* a livello globale. E' presente in 190 paesi nel mondo con *leadership* nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA e in Europa continentale. Il Gruppo vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: *spirit*, *wine* e *soft drink*. Nel segmento *spirit* spiccano *brand* di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Wild Turkey e marchi *leader* in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, CampariSoda, Cynar, Glen Grant, Ouzo 12, X-Rated, Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento *wine* si distinguono oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, i *brand* regionali Liebfraumilch, Mondoro, Odessa, 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 2.000 persone e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana. www.camparigroup.com

- seguono tabelle -

GRUPPO CAMPARI

Scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 giugno 2009		1 gennaio - 30 giugno 2008		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
Italia	199,6	45,2%	198,1	45,9%	0,8%
Europa	96,3	21,8%	90,7	21,0%	6,3%
Americhe	120,4	27,3%	121,6	28,2%	-1,0%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	25,5	5,8%	20,9	4,8%	22,1%
Totale	441,8	100,0%	431,2	100,0%	2,5%

Analisi della variazione %	Totale	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
Italia	0,8%	1,3%	-0,5%	0,0%
Europa	6,3%	2,2%	4,1%	-0,0%
Americhe	-1,0%	-14,7%	7,3%	6,4%
Resto del mondo e <i>duty free</i>	22,1%	2,9%	15,4%	3,8%
Totale	2,5%	-3,0%	3,5%	2,0%

Scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 30 giugno 2009		1 gennaio - 30 giugno 2008		Variazione
	€milioni	%	€milioni	%	%
<i>Spirit</i>	319,3	72,3%	304,3	70,6%	4,9%
<i>Wine</i>	59,8	13,5%	60,1	13,9%	-0,4%
<i>Soft drink</i>	56,8	12,9%	58,4	13,5%	-2,7%
Altri ricavi	5,8	1,3%	8,4	1,9%	-30,9%
Totale	441,8	100,0%	431,2	100,0%	2,5%

Analisi della variazione %	Totale	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
<i>Spirit</i>	4,9%	-2,2%	4,3%	2,8%
<i>Wine</i>	-0,4%	-3,7%	3,2%	0,1%
<i>Soft drink</i>	-2,7%	-2,7%	0,0%	0,0%
Altre vendite	-30,9%	-27,3%	0,0%	-3,6%
Totale	2,5%	-3,0%	3,5%	2,0%

Scomposizione del margine di contribuzione per segmento di attività

Margine di contribuzione	1 gennaio - 30 giugno 2009		1 gennaio - 30 giugno 2008		Variazione
	€milioni	in % totale	€milioni	in % totale	%
<i>Spirit</i>	140,9	79,6%	124,7	76,9%	12,9%
<i>Wine</i>	13,9	7,8%	13,1	8,1%	5,7%
<i>Soft drink</i>	21,4	12,1%	23,0	14,2%	-7,1%
Altro	0,8	0,4%	1,4	0,8%	-42,6%
Totale	176,9	100,0%	162,2	100,0%	9,0%

Analisi della variazione %	Variazione %	Crescita organica	Variazione perimetro	Effetto cambio
	totale	organica	perimetro	cambio
<i>Spirit</i>	12,9%	4,2%	4,4%	4,3%
<i>Wine</i>	5,7%	3,9%	1,5%	0,3%
<i>Soft drink</i>	-7,1%	-7,1%	-	-
Altro	-42,6%	-46,7%	-	4,1%
Totale	9,0%	2,2%	3,5%	3,4%

GRUPPO CAMPARI

Conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 giugno 2009		1 gennaio - 30 giugno 2008		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Vendite nette ⁽¹⁾	441,8	100,0%	431,2	100,0%	2,5%
Costo del venduto ⁽²⁾	(192,9)	-43,7%	(193,6)	-44,9%	-0,4%
Margine lordo, dopo i costi di distribuzione	248,9	56,3%	237,6	55,1%	4,8%
Pubblicità e promozioni	(72,0)	-16,3%	(75,4)	-17,5%	-4,5%
Margine di contribuzione	176,9	40,0%	162,2	37,6%	9,0%
Costi di struttura ⁽³⁾	(78,5)	-17,8%	(71,5)	-16,6%	9,9%
Risultato della gestione corrente = EBIT prima di oneri e proventi non ricorrenti	98,4	22,3%	90,8	21,1%	8,4%
Altri proventi (oneri) non ricorrenti	(1,6)	-0,4%	1,7	0,4%	-
Risultato operativo = EBIT	96,8	21,9%	92,5	21,4%	4,7%
Proventi (oneri) finanziari netti	(13,3)	-3,0%	(8,2)	-1,9%	61,6%
Quota di utile (perdita) di società valutate col metodo del patrimonio netto	(0,3)	-0,1%	0,2	0,0%	-
Oneri per <i>put option</i>	0,0	0,0%	(0,7)	-0,2%	-
Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza	83,3	18,9%	83,7	19,4%	-0,5%
Imposte	(23,0)	-5,2%	(23,7)	-5,5%	-3,4%
Utile netto	60,3	13,7%	60,0	13,9%	0,6%
Interessi di minoranza	(0,2)	-0,0%	(0,1)	-0,0%	-
Utile del Gruppo	60,1	13,6%	59,8	13,9%	0,5%
Totale ammortamenti	(10,7)	-2,4%	(9,6)	-2,2%	11,7%
EBITDA					
prima di oneri e proventi non ricorrenti	109,1	24,7%	100,4	23,3%	8,7%
EBITDA	107,5	24,3%	102,0	23,7%	5,4%

(1) Al netto di sconti e accise.

(2) Include costi dei materiali, costi di produzione e costi di logistica.

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

GRUPPO CAMPARI

Stato patrimoniale consolidato

	30 giugno 2009 € milioni	31 dicembre 2008 € milioni
ATTIVITÀ		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	265,9	176,5
Attività biologiche	18,1	18,0
Investimenti immobiliari	0,7	0,7
Avviamento e marchi	1210,7	920,3
Attività immateriali a vita definita	5,5	5,1
Partecipazioni in società collegate e <i>joint venture</i>	0,7	1,1
Imposte anticipate	19,4	14,4
Altre attività non correnti	6,9	7,5
Totale attività non correnti	1.527,8	1.143,5
Attività correnti		
Rimanenze	263,2	165,7
Crediti commerciali	216,7	272,1
Crediti finanziari	2,4	4,1
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	146,4	172,6
Altri crediti	32,9	32,4
Totale attività correnti	661,6	646,9
Attività non correnti destinate alla vendita	12,7	12,7
Totale attività	2.202,0	1.803,1
PASSIVITÀ E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Capitale	29,0	29,0
Riserve	945,0	923,8
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	974,0	952,9
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	2,4	2,1
Totale patrimonio netto	976,4	955,0
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	480,9	316,9
Altre passività finanziarie non correnti	293,7	56,7
Trattamento di fine rapporto e altri fondi relativi al personale	10,2	10,7
Fondi per rischi e oneri futuri	9,0	9,0
Imposte differite	73,3	69,5
Totale passività non correnti	867,0	462,7
Passività correnti		
Debiti verso banche	28,6	107,5
Altri debiti finanziari	24,7	25,8
Debiti verso fornitori	197,8	152,1
Debiti per imposte	65,8	59,3
Altre passività correnti	41,7	40,7
Totale passività correnti	358,6	385,4
Totale passività e patrimonio netto	2.202,0	1.803,1

GRUPPO CAMPARI

Rendiconto finanziario consolidato

	30 giugno 2009 € milioni	30 giugno 2008 € milioni
Utile operativo	96,8	92,5
Ammortamenti	10,7	9,6
Variazioni che non determinano movimenti di cassa	1,3	(9,0)
Variazione di attività e passività non finanziarie	(7,4)	(0,2)
Imposte pagate	(8,1)	(28,8)
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	93,3	64,0
Variazione capitale circolante netto operativo	91,0	(14,7)
Flusso di cassa generato dalle attività operative	184,4	49,3
Interessi netti pagati	(11,7)	(7,5)
Flusso di cassa assorbito da investimenti	(32,4)	(12,7)
Free cash flow	140,2	29,1
Acquisizioni	(432,1)	(57,0)
Altre variazioni	(1,1)	0,2
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(31,7)	(31,8)
Flusso di cassa assorbito da altre attività	(464,9)	(88,7)
Altre differenze cambio e altre variazioni	(26,6)	11,2
Variazione delle posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio	(351,3)	(48,3)
Debiti per esercizio <i>put option</i> e pagamento <i>earn out</i>	2,7	(18,4)
Variazione delle posizione finanziaria netta	(348,6)	(66,7)
Posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio, di inizio periodo	(326,2)	(288,1)
Posizione finanziaria relativa alle attività d'esercizio, di fine periodo	(674,8)	(354,8)