



COMUNICATO STAMPA

Davide Campari-Milano S.p.A. approva la Relazione Semestrale al 30 giugno 2001

Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano S.p.A., quotata da luglio sul Mercato Telematico Azionario, ha approvato i risultati del primo semestre 2001, che confermano le aspettative di sviluppo e il buon andamento delle attività brasiliane recentemente acquisite.

- Ricavi netti consolidati pari a Euro 233,6 milioni, in crescita del 9,6%
- Margine commerciale pari a Euro 64,4 milioni, in crescita dell'8,2%
- EBITDA prima dei costi non ricorrenti pari a Euro 56,1 milioni, in crescita del 7,2%
- EBIT prima dei costi non ricorrenti e ammortamento di avviamento e marchi pari a Euro 49,6 milioni, in crescita del 7,3%

Milano, 11 settembre 2001 – L'incremento del fatturato del 9,6% è in linea con le aspettative, ed è composto dal 2,5% di crescita organica, dall'8,6% di crescita esterna, sostanzialmente derivante dalle attività brasiliane acquisite da Diageo nel gennaio 2001, e da effetti di cambio negativi dell'1,5%.

La positiva *performance* delle vendite è attribuibile soprattutto al buon andamento del segmento degli *spirits*, in crescita del 17,7%. I *wines*, rappresentati quasi interamente dai marchi Cinzano, hanno registrato una crescita del 2,8%, mentre le vendite del segmento dei *soft drinks* hanno registrato una flessione del 2,2% a causa delle avverse condizioni climatiche del secondo trimestre del 2001. L'impatto sul conto economico è stato peraltro limitato dalla minore marginalità di alcuni dei prodotti nel segmento dei *soft drinks* rispetto agli altri *brand* del Gruppo. Tale contrazione non ha invece riguardato la *performance* di Crodino, in crescita nel primo semestre 2001.

La seguente tabella mostra la scomposizione del fatturato netto consolidato nel primo semestre 2001 per segmento di attività.

	Primo semestre 2001		Primo semestre 2000		Incremento %
	Euro mn.	%	Euro mn.	%	
Spirits	134,4	57,6	114,2	53,6	17,7
Wines	25,5	10,9	24,8	11,7	2,8
Soft Drinks	70,9	30,4	72,5	34,0	(2,2)
Altri ricavi	2,8	1,2	1,6	0,7	72,9
Totale	233,6	100,0	213,1	100,0	9,6

Relativamente alla distribuzione geografica delle vendite, l'acquisizione dei marchi brasiliani nel gennaio 2001 ha sostanzialmente modificato la ripartizione geografica delle attività a beneficio dell'area Americhe.

	Primo semestre 2001		Primo semestre 2000	
	Euro mn.	%	Euro mn.	%
Italia	132,9	56,9	133,7	62,7
EU	51,1	21,9	49,8	23,4
Americhe	32,7	14,0	13,4	6,3
Europa escl. EU	9,4	4,0	8,3	3,9
Resto del Mondo	7,6	3,2	7,9	3,7
Totale	233,6	100,0	213,1	100,0

Il margine commerciale (margine lordo meno pubblicità e promozioni e costi di vendita e distribuzione), che per il Gruppo costituisce un importante indicatore di redditività, è stato di Euro 64,4 milioni, pari al 27,6% delle vendite nette e in crescita dell'8,2%.

L'EBITDA, prima dei costi non ricorrenti, ha raggiunto Euro 56,1 milioni, registrando un'incidenza del 24% sul fatturato netto consolidato e un incremento del 7,2%.

Il Gruppo ha realizzato un risultato operativo (EBIT) di Euro 43,9 milioni prima dei costi non ricorrenti, attribuibili in gran parte alla realizzata quotazione in Borsa. Prima dell'ammortamento per avviamento e marchi, l'EBIT risulta pari a Euro 49,6 milioni con un margine del 21,2% sul fatturato netto consolidato e in crescita del 7,3%.

L'utile netto, influenzato negativamente da minori plusvalenze su cessioni di immobili e da una perdita su cambi non realizzata di circa Euro 5 milioni, è stato di Euro 22,7 milioni, rispetto a Euro 32,8 milioni del primo semestre 2000.

La citata perdita su cambi, attribuibile alla rivalutazione di un debito in USD contratto per l'acquisizione brasiliana, è alla data odierna parzialmente riassorbita a seguito della svalutazione della valuta statunitense rispetto alla chiusura del semestre al 30 giugno 2001.

Al 30 giugno 2001 la posizione finanziaria netta è positiva per Euro 74,7 milioni, dopo il pagamento di dividendi per Euro 25,5 milioni e consente di perseguire attivamente nella ricerca di target di acquisizione in linea con il programma di forte crescita per linee esterne.

Il patrimonio netto consolidato al 30 giugno 2001 ammontava a Euro 391,8 milioni.

CONFERENCE CALL

Si informa che alle ore 17.30 di oggi, martedì 11 settembre 2001, si terrà una *conference call* durante la quale Marco Perelli-Cippo e Paolo Marchesini, rispettivamente *Chief Executive Officer* e *Chief Financial Officer* del Gruppo Campari, presenteranno ad analisti, investitori e giornalisti, i risultati del primo semestre 2001. Per partecipare alla *conference call* sarà sufficiente comporre uno dei seguenti numeri e chiedere, alla risposta dell'operatore, della *conference call* Campari:

- dall'Italia: 800 866001 codice: * 0 (numero verde)
- dall'estero: +39 06 33168 codice: * 0

Il Gruppo Campari è uno dei maggiori player mondiali del settore delle bevande alcoliche, con leadership nel mercato italiano e brasiliano. Il Gruppo, che vanta 140 anni di esperienza nel settore, ha da sempre una forte vocazione internazionale. Dagli oltre 190 paesi in cui vengono esportati i brand della società deriva infatti circa la metà del fatturato consolidato.

Il Gruppo, anche a seguito di un'intensa strategia di acquisizioni a livello internazionale perseguita negli ultimi anni, vanta oggi un portafoglio ricco e articolato su tre importanti segmenti del settore delle bevande, spirits, wines e soft drinks. Il portafoglio prodotti di proprietà del Gruppo include brands di grande notorietà internazionale come Campari, Cynar e Cinzano e marchi leader in mercati locali come CampariSoda, Crodino, Biancosarti, Lemonsoda, Oransoda e Pelmosoda in Italia, Ouzo 12 in Grecia e Germania, Dreher, Old Eight, Drury's e Liebraumilch in Brasile e Gregson's in Uruguay.

Per ulteriori informazioni:

Chiara Garavini
Investor Relations Manager

Tel.: +39 02 6225 330
Fax: +39 02 6225 207

E-mail: investor.relations@campari.com
Web site: www.campari.com

Allegato 1 – GRUPPO CAMPARI

CONTO ECONOMICO CONSOLIDATO

	Primo Semestre 2001		Primo Semestre 2000		Incremento
	Euro mn.	%	Euro mn.	%	%
Vendite nette *	233,6	100,0	213,1	100,0	9,6
Costo del venduto	(97,9)	(41,9)	(86,8)	(40,7)	12,8
Margine lordo	135,7	58,1	126,3	59,3	7,4
Pubblicità e promozioni	(44,0)	(18,8)	(41,7)	(19,5)	5,6
Costi di vendita e distribuzione	(27,3)	(11,7)	(25,1)	(11,8)	8,5
Margine commerciale	64,4	27,6	59,5	27,9	8,2
Spese generali e amministrative	(14,8)	(6,4)	(13,3)	(6,2)	11,5
Ammortamento avviamento e marchi	(5,7)	(2,4)	(3,9)	(1,8)	46,0
Risultato operativo prima dei costi non ricorrenti	43,9	18,8	42,3	19,9	3,7
Costi non ricorrenti	(4,0)	(1,7)	(0,4)	(0,2)	
Risultato operativo = EBIT	39,9	17,1	41,9	19,7	(4,8)
Proventi (oneri) finanziari netti	1,9	0,8	1,1	0,5	
Utili (perdite) su cambi netti	(4,6)	(2,0)	(0,1)	(0,1)	
Altri proventi (oneri) non operativi	(0,2)	(0,1)	3,2	1,5	
Interessi di minoranza	0,0	0,0	(0,0)	0,0	
Utile prima delle imposte	37,0	15,8	46,1	21,6	(19,6)
Imposte	(14,3)	(6,1)	(13,3)	(6,2)	8,0
Utile netto	22,7	9,7	32,8	15,4	(30,8)
Ammortamenti materiali	(5,4)	(2,3)	(5,3)	(2,5)	2,0
Ammortamenti immateriali	(6,8)	(2,9)	(4,7)	(2,2)	44,5
EBITDA prima dei costi non ricorrenti	56,1	24,0	52,3	24,6	7,2
EBITDA	52,1	22,3	51,9	24,3	0,4

* al netto delle accise

STATO PATRIMONIALE CONSOLIDATO

Euro mn.	Primo Semestre 2001	Primo Semestre 2000
Capitale circolante netto	99,1	69,6
Immobilizzazioni materiali nette	92,3	88,7
Avviamento, al netto degli ammortamenti	158,0	86,8
Altre immobilizzazioni immateriali, al netto ammortamenti	20,0	16,9
Partecipazioni	19,9	18,1
Altre attività	40,5	44,8
Fondo TFR	(11,1)	(12,1)
Altre passività	(99,2)	(77,7)
Capitale investito netto	319,4	235,2
Posizione finanziaria netta	74,7	147,8
Interessi di minoranza	2,3	5,0
Totale patrimonio netto	391,8	377,9
Totale fondi del Gruppo	394,1	382,9
Capitale investito netto	319,4	235,2