

## GRUPPO CAMPARI - RISULTATI DEI PRIMI NOVE MESI AL 30 SETTEMBRE 2004

Tabella 1) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per segmento di attività

	1 gennaio - 30 settembre 2004		1 gennaio - 30 settembre 2003		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<i>Spirits</i>	352,8	64,7%	323,5	64,0%	9,1%
<i>Wines</i>	73,4	13,5%	58,8	11,6%	24,8%
<i>Soft Drinks</i>	111,1	20,4%	118,0	23,3%	-5,9%
Altri ricavi	7,4	1,4%	5,4	1,1%	36,3%
<b>Totale</b>	<b>544,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,7%</b>

Tabella 2) Gruppo Campari - scomposizione del fatturato consolidato per area geografica

	1 gennaio - 30 settembre 2004		1 gennaio - 30 settembre 2003		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
Italia	282,2	51,8%	249,9	49,4%	12,9%
Europa	101,7	18,7%	98,1	19,4%	3,7%
Americhe	144,3	26,5%	146,2	28,9%	-1,3%
Resto del mondo	16,5	3,0%	11,5	2,3%	42,7%
<b>Totale</b>	<b>544,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,7%</b>

Tabella 3) Gruppo Campari - conto economico consolidato

	1 gennaio - 30 settembre 2004		1 gennaio - 30 settembre 2003		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	%
<b>Vendite nette <sup>(1)</sup></b>	<b>544,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>505,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,7%</b>
Costo dei materiali	(182,6)	-33,5%	(180,3)	-35,7%	1,3%
Costi di produzione	(39,4)	-7,2%	(30,9)	-6,1%	27,6%
<b>Totale costo del venduto</b>	<b>(222,0)</b>	<b>-40,8%</b>	<b>(211,2)</b>	<b>-41,8%</b>	<b>5,1%</b>
<b>Margine lordo</b>	<b>322,6</b>	<b>59,2%</b>	<b>294,5</b>	<b>58,2%</b>	<b>9,5%</b>
Pubblicità e promozioni	(106,7)	-19,6%	(102,1)	-20,2%	4,5%
Costi di vendita e distribuzione	(62,1)	-11,4%	(56,0)	-11,1%	11,0%
<b>Margine commerciale</b>	<b>153,8</b>	<b>28,2%</b>	<b>136,4</b>	<b>27,0%</b>	<b>12,7%</b>
Spese generali e amministrative	(38,7)	-7,1%	(33,9)	-6,7%	14,0%
Altri ricavi operativi	1,3	0,2%	5,1	1,0%	-75,5%
Ammortamento di avviamento e marchi	(26,4)	-4,8%	(20,9)	-4,1%	26,1%
Costi non ricorrenti	(2,3)	-0,4%	(1,2)	-0,2%	84,1%
<b>Risultato operativo = EBIT</b>	<b>87,7</b>	<b>16,1%</b>	<b>85,5</b>	<b>16,9%</b>	<b>2,5%</b>
Proventi (oneri) finanziari netti	(6,3)	-1,2%	(7,0)	-1,4%	-9,2%
Utili (perdite) su cambi netti	0,0	0,0%	1,9	0,4%	-98,0%
Altri proventi (oneri) non operativi	0,3	0,1%	33,7	6,6%	-99,2%
<b>Utile prima delle imposte e degli interessi di minoranza</b>	<b>81,7</b>	<b>15,0%</b>	<b>114,1</b>	<b>22,6%</b>	<b>-28,4%</b>
Interessi di minoranza	(11,2)	-2,1%	(12,0)	-2,4%	-6,6%
<b>Utile prima delle imposte di pertinenza del Gruppo</b>	<b>70,5</b>	<b>12,9%</b>	<b>102,1</b>	<b>20,2%</b>	<b>-30,9%</b>
Ammortamenti materiali	(11,4)	-2,1%	(10,2)	-2,0%	12,5%
Ammortamenti immateriali	(28,3)	-5,2%	(23,0)	-4,5%	23,2%
<b>Totale ammortamenti</b>	<b>(39,8)</b>	<b>-7,3%</b>	<b>(33,1)</b>	<b>-6,6%</b>	<b>19,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>127,4</b>	<b>23,4%</b>	<b>118,7</b>	<b>23,5%</b>	<b>7,4%</b>
<b>EBITA <sup>(2)</sup></b>	<b>114,1</b>	<b>20,9%</b>	<b>106,4</b>	<b>21,0%</b>	<b>7,2%</b>

(1) Al netto di sconti e accise.

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