

CAMPARI GROUP

Un altro anno di crescita profittevole e *best in class*, in linea con la strategia aziendale

Forte slancio delle vendite nel 2023, guidato da aperitivi, la tequila e il bourbon, proseguito nell'ultimo trimestre dell'anno

Continua la significativa *sovraperformance* rispetto al settore, guidata dagli Stati Uniti, dai mercati chiave Europei, nonché dall'Asia

Terzo anno consecutivo di crescita organica a doppia cifra su tutti gli indicatori di profittabilità, sostenuta dagli aumenti prezzo su tutto il portafoglio, che hanno più che compensato l'inflazione sui costi dei materiali, e i reinvestimenti nei *brand* e nel rafforzamento delle capacità commerciali

Costante avanzamento nell'agenda di sostenibilità con il miglioramento del *rating* per il questionario sul cambiamento climatico Carbon Disclosure Project ('CDP') da B a A- nel secondo anno di partecipazione

Performance *best in class* in termini di *Total Shareholder Return*

Dividendo annuale proposto per l'esercizio pari a €0,065 per azione, in aumento del +8,3% rispetto all'anno precedente

RISULTATI AL 31 DICEMBRE 2023-SINTESI

- **Vendite nette** pari a €2.918,6 milioni, con una **variazione totale** pari al +8,2%.
 - **Crescita organica** del +10,5%, durante l'anno, grazie alla **dinamica sostenuta dei brand**, in particolare di **aperitivi, tequila e premium bourbon**, e **sovraperformance** rispetto al settore (+10,6% crescita organica nel quarto trimestre)
- **EBIT-rettificato** pari a €618,7 milioni, pari al 21,2% delle vendite nette, con una variazione totale del +8,6%.
 - **Crescita organica** del +15,5% durante l'anno, con un'espansione organica della **marginalità di +90 punti base**, guidata dall'espansione del margine lordo (+30 punti base), dall'effetto accrescitivo di spese di pubblicità e promozione (+80 punti base), e dall'effetto diluitivo di costi di struttura (-20 punti base). **Crescita organica** del +45,5% nel quarto trimestre, con una espansione del margine di +350 punti base, in parte a dovuta allo **slittamento di spese di pubblicità e promozioni all'inizio del 2024**.
 - **Effetto cambio negativo** (-8,1%, o -€46,0 milioni), principalmente guidato dall'**effetto transazionale del peso messicano** che ha penalizzato i costi di produzione della tequila, nonché al deprezzamento del **dollaro statunitense e di alcune valute di mercati emergenti**. L'effetto perimetro è stato **positivo** (+1,2%, pari a €6,6 milioni).
 - **Normalizzando il livello di spese di pubblicità e promozione a un livello normalizzato (+20 punti base**, corentemente con le indicazioni di una crescita organica delle spese di pubblicità e promozione in linea con le vendite (+/- 20 punti base), **l'EBIT-rettificato sarebbe €600,7 milioni in crescita organica di +12,3% (+30 punti base)**.
- **EBITDA-rettificato** pari a €728,9 milioni, 25,0% sulle vendite nette, in **crescita** del +15,5% a **livello organico** (+10,4% la variazione totale).
- **Utile del Gruppo-rettificato**, pari a €390,4 milioni, in aumento del +0,7%. L'**utile del Gruppo** è stato pari a €330,5 milioni, in calo del -0,7%.
- **Indebitamento finanziario netto** pari a €1.853,5 milioni al 31 dicembre 2023, in aumento di €298,2 milioni rispetto al 31 dicembre 2022¹, riflette un *free cash flow* negativo dovuto principalmente all'assorbimento di cassa dovuto all'aumento temporaneo di magazzino di produzione, agli investimenti straordinari in conto capitale e al

¹ Valori riclassificati per rispecchiare l'allocazione del prezzo di acquisto di Wilderness Trail Distillery, L'indebitamento finanziario netto include una rettifica a seguito del perfezionamento pari a -€2,8 milioni.

CAMPARI GROUP

pagamento del dividendo. Il multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA-rettificato è pari a 2,5 volte al 31 dicembre 2023 rispetto a 2,4 volte al 31 dicembre 2022.

- **Dividendo annuale proposto per l'esercizio pari a €0,065 per azione, in aumento del +8,3%** rispetto all'anno precedente.
- **Performance best in class** in termini di **Total Shareholder Return: +13,6%** dalla quotazione, **+11,2%** da maggio 2007, **+6,6%** da gennaio 2019².
- **Espolòn, ora 8% delle vendite di Gruppo**, si unirà ai **brand a priorità globale dal 2024**, combinando la forte presenza negli Stati Uniti (la più grande combinazione *brand*-mercato del Gruppo) al forte potenziale di crescita internazionale.
- **Cambiamento organizzativo strategico** tramite la riconfigurazione parziale delle regioni che porterà a una **singola regione EMEA**³, per la prossima fase di crescita.

Milano, 27 febbraio 2024-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato la Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2023 di Campari Group.

Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer: *'Nel 2023 abbiamo registrato un altro anno di crescita organica delle vendite di prim'ordine, grazie alla **dinamica molto positiva dei brand**, in particolare **aperitivi, tequila e bourbon**, e la **sovrapformance rispetto al settore** nonostante le sfide macroeconomiche e l'attesa normalizzazione dei consumi dopo la crescita eccezionale nel periodo successivo alla pandemia. Abbiamo ottenuto **per il terzo anno consecutivo crescita organica a doppia cifra su tutti gli indicatori di profittabilità operativa**, sostenuta dagli **aumenti di prezzo sull'intero portafoglio**, che hanno **permesso di più che compensare l'inflazione sui costi dei materiali e di reinvestire in maniera sostenuta nei brand nonché nel rafforzamento dell'infrastruttura aziendale per la prossima fase di crescita.**'*

Matteo Fantacchiotti, Deputy Chief Executive Officer *'Sull'onda degli eccellenti risultati raggiunti sotto la leadership visionaria di Bob, resto **fiducioso nello slancio positivo dei nostri brand e mercati chiave nonché nelle forti capacità del nostro management team**. Puntando sulla nostra **continua sovrapformance rispetto al settore**, grazie agli estremamente attraenti portafogli di aperitivi, tequila e bourbon, **continueremo il nostro percorso strategico di crescita e trasformazione. Combinando crescita organica e crescita esterna, espansione geografica e del portafoglio, e bilanciando crescita e rendimenti. Rimaniamo impegnati nell'accelerare la nostra trasformazione digitale e nel generare valore attraverso un continuo miglioramento dell'efficacia delle attività di marketing e commerciali, al contempo rafforzando le nostre capacità organizzative in linea con gli ampliati portafoglio e presenza geografica. Tutto ciò facendo leva sulla nostra forte squadra di Camparisti e mantenendo la nostra cultura vincente, rimanendo agili, imprenditoriali e orientati al lungo periodo.**'*

OUTLOOK

Per il 2024 Campari Group rimane fiducioso nella continua **sovrapformance del settore** in un contesto macroeconomico in via di normalizzazione. Ci aspettiamo che i **trend dell'agave** e il **moderarsi dell'inflazione** vadano a **riflettersi nel conto economico a partire dalla seconda metà dell'anno**, in parte **compensati dai costi fissi di produzione aggiuntivi** derivanti dall'aumento in capacità produttiva, dal trascinamento dell'effetto **della creazione di scorte di sicurezza prodotte nel 2023 a costo di produzione elevato**, nonché dall'**effetto valuta negativo del Peso Messicano**. Gli **investimenti sostenuti nei brand**, che rispecchiano anche il *phasing* delle spese di pubblicità e promozione dal 2023, sono previsti continuare, così come gli **investimenti nell'infrastruttura commerciale**. Gli **effetti valuta negativi sono attesi continuare anche se in forma attenuata** rispetto all'anno precedente, mentre il **perimetro** comincerà a riflettere l'aggiunta di **Couvoisier**. Per quanto riguarda gli effetti tecnici, il primo trimestre rispecchierà anche una base di confronto molto sfavorevole dovuta agli effetti legati alla tempistica degli aumenti prezzo dell'anno precedente. Infine, Campari Group rimane molto impegnata **nell'integrazione dell'annunciata acquisizione di Couvoisier, una volta perfezionata**.

Riguardo al medio periodo, Campari Group rimane fiducioso nel continuo **slancio sostenuto dei brand** nelle combinazioni *brand*-mercato chiave, nonché nella **sovrapformance del settore** facendo leva su portafoglio ed esposizione geografica rafforzati, nonché focalizzandosi su *Revenue Growth Management*. Ci attendiamo costante **espansione organica del margine operativo** guidata dal **mix delle vendite**, dagli **aumenti di prezzo**, dall'**attenuarsi dell'inflazione sul costo dei**

² Fonte: Bloomberg. Quotazione a luglio 2001. *Total shareholder return* calcolato al 22 febbraio 2024

³ Riferirsi all'*Annual Report* per i prospetti riclassificati

CAMPARI GROUP

materiali e da **efficienze operative**, con continuo **investimento nei brand e nelle capacità commerciali** per alimentare la crescita organica.

ANALISI DELLE VENDITE CONSOLIDATE PER L'ESERCIZIO 2023

In riferimento ai **risultati di crescita organica per area geografica**:

- Le vendite nelle **Americhe** (44% delle vendite totali) sono cresciute a livello organico del **+7,7%**. Il **mercato principale del Gruppo**, gli **Stati Uniti**, è cresciuto del **+10,1%**, **ovvero del +12,8% nel quarto trimestre**, in gran parte grazie a **Espolòn, gli Aperitivi, Russell's Reserve, e Appleton Estate**, mentre anche **Grand Marnier ha ripreso a crescere**. La **Giamaica** è cresciuta complessivamente (**+2,4%**) nell'anno a fronte di una base di confronto sfavorevole (+29,8% nell'esercizio 2022), **guidata da Magnum Tonic Wine, Appleton Estate e Wray&Nephew Overproof**, mentre nel quarto trimestre le vendite sono leggermente diminuite a causa di *phasing temporaneo*. **Negli altri mercati della regione**, la *performance* è stata complessivamente positiva, con una crescita sostenuta in Brasile e Messico che ha compensato la debolezza in Argentina influenzata dal contesto macroeconomico.
- L'area **Sud Europa, Medio Oriente e Africa**⁴ (28% delle vendite totali) è cresciuta del **+6,8%**. Il mercato più grande della regione, **l'Italia**, è cresciuto del **+5,5%** e più velocemente del mercato con una fine dell'anno positiva (+4,1% nel quarto trimestre), in gran parte grazie alla continua forza del portafoglio di aperitivi, sostenuto dai prezzi e dalla continua espansione delle occasioni di consumo. La **Francia** ha registrato una crescita complessivamente positiva del **+7,2%**, (con un quarto trimestre più sottotono a fronte di una base di confronto sfavorevole) guidata dai *brand* chiave Aperol e Campari, nonché da Riccadonna, Trois Rivières, Picon e Lallier, beneficiando dell'attenzione sul portafoglio di proprietà. **Gli altri mercati** della regione hanno registrato una **performance complessivamente positiva**, con crescita a doppia cifra in **Spagna e Grecia**, guidata da **Aperol e Campari**. Il **GTR è cresciuto a doppia cifra** con un buono slancio in Aperol, Campari, Grand Marnier, SKYY Vodka e Frangelico, mentre continua la debolezza in Nigeria e Sud Africa, influenzate dal contesto geopolitico e macroeconomico difficile
- L'area **Nord, Centro ed Est Europa** (21% delle vendite totali) ha registrato una crescita organica del **+18,7%**. La **Germania** ha registrato una forte crescita del **+23,9%**, in gran parte guidata dal portafoglio principale di aperitivi, aiutata anche da prezzi sostenuti, con **Aperol, Aperol Spritz ready-to-enjoy, Campari e Crodino tutti in crescita a doppia cifra nell'anno**, insieme a forte crescita nella recente **innovazione Sarti Rosa**. Il **Regno Unito** è cresciuto del **+19,1%** in un contesto di consumi difficili, con una fine dell'anno molto positiva (4Q +32,6%), grazie al continuo slancio di **Magnum Tonic Wine**, degli **aperitivi** e di **Wray&Nephew Overproof**. *Trend* positivi di fondo rimangono negli **altri mercati**, come Austria, Polonia, Paesi Bassi e Scandinavia, in gran parte grazie al portafoglio degli aperitivi.
- Le vendite in **Asia Pacifico** (8% delle vendite totali) sono cresciute organicamente del **+20,7%**. L'**Australia** è cresciuta del **+5,3%**, guidata in gran parte da **Aperol, Wild Turkey ready-to-drink, Wild Turkey bourbon** e, seppur partendo da una base ridotta, da **Espolòn**. Risultati in lieve calo nel quarto trimestre a causa di una base di confronto molto sfavorevole (+31,1% nel quarto trimestre 2022). Gli **altri mercati** della regione hanno registrato una **performance complessivamente molto positiva (+46,9%)**, in particolare **Corea del Sud, Giappone e Cina**.

In riferimento ai **risultati di crescita organica per brand**:

- I **brand a priorità globale** (57% del totale) hanno registrato una crescita organica del **+10,8%**. **Aperol** è cresciuto del **+23,1%**, con una **forte crescita in tutti i mercati chiave, sostenuto anche dal riposizionamento di prezzo e dai forti consumi**, in particolare in nel mercato chiave, **l'Italia**, nonché in **Germania, Stati Uniti, Francia e Regno Unito**. La **performance del quarto trimestre è stata molto sostenuta (+22,3%)** grazie alle **continue attività di destagionalizzazione** nei principali mercati europei e all'**estensione delle occasioni di consumo**. **Campari** ha registrato una **crescita sostenuta del +10,7%**, sostenuta dal riposizionamento di prezzo, con **andamento molto positivo nel quarto trimestre (+15,8%)**. La *performance* è stata in gran parte guidata dai principali paesi come **Italia, Stati Uniti, Brasile e Germania** grazie al continuo slancio e all'elevato consumo nel canale *on-premise*, sostenuto dalla cultura dei

⁴ Include *Global Travel Retail*.

CAMPARI GROUP

cocktail e dalla *mixology* di fascia alta, nonché dal continuo slancio del *trend* della *home-mixology*. Il portafoglio **Wild Turkey** ha registrato una **performance complessivamente molto positiva (+8,8%)**, grazie al **forte slancio del brand in una categoria che diventa sempre più premium**. La crescita è stata guidata da Stati Uniti, Australia, Giappone e Corea del Sud, nonché dal GTR, con forte **sovrapformance** di **Russell Reserve, brand a elevata marginalità**. **Grand Marnier (-16,5%)** ha risentito del calo delle spedizioni dovuto alla **riduzione delle scorte negli Stati Uniti** nei primi nove mesi, mentre nel quarto trimestre il marchio ha registrato una modesta crescita *single-digit*. Il portafoglio di **rum giamaicani è cresciuto complessivamente del +7,0%**, guidato dal principale mercato, la **Giamaica**, insieme agli **Stati Uniti e Regno Unito**, grazie al continuo andamento favorevole della categoria del rum premium. **SKYY è cresciuta complessivamente del +1,5%** grazie alla **crescita nei mercati internazionali** come **Cina, Italia e GTR**, mentre il quarto trimestre ha registrato un calo dovuto in gran parte ai prodotti aromatizzati.

- I **brand a priorità regionale** (26% del totale) sono cresciuti del **+13,4%**. **Espolòn** è cresciuto a doppia cifra (**+35,7%**), grazie al continuo forte slancio nel mercato principale, gli Stati Uniti (quarto trimestre +30,9%) mentre il *brand* continua a guadagnare quote di mercato grazie sia all'aumento della quota di volume che agli aumenti di prezzo grazie alla sua forte *brand equity* e al prezzo *premium*. Altrove, i mercati internazionali, come Australia, Canada e Italia, sono cresciuti da una base ridotta, **beneficiando di una maggiore allocazione dei volumi**. **The GlenGrant è cresciuto a doppia cifra** grazie all'Asia e alla **premiumizzazione in generale**, mentre **Aperol Spritz ready-to-enjoy** è cresciuto del **+6,6%** e **Magnum Tonic del +21,2%**. Positivi gli altri marchi come **Crodino, spumanti e vermouth Cinzano** mentre complessivamente sono negative le **specialty Italiane**, con la crescita di Braulio compensata dalla debolezza del resto delle *specialty*.
- I **brand a priorità locale** (8% del totale) sono cresciuti del **+3,9%**, con **crescita positiva da parte di Wild Turkey ready-to-drink, X-Rated e SKYY ready-to-drink**. **Campari Soda** è stato **complessivamente positivo dopo un'accelerazione** nel quarto trimestre.

ANALISI DEI RISULTATI PER L'ESERCIZIO 2023

Il **marginale lordo** è stato pari a **€1.700,1 milioni**, 58,3% delle vendite nette, in crescita del **+7,0%** a valore. È **cresciuto a livello organico del +11,2%** con un aumento della marginalità di **+30 punti base (+13,7%, +160 punti base nel quarto trimestre)**. L'aumento organico del margine è stato supportato dall'effetto prezzo, dal *mix* positivo delle vendite e dai benefici iniziali provenienti dall'agave, che hanno più che compensato la continua inflazione del costo del venduto nonché gli incrementali costi fissi di produzione legati agli investimenti nell'aumento di capacità produttiva.

Le **spese pubblicitarie e promozionali (A&P)** sono state pari a **€494,1 milioni**, pari al 16,9% delle vendite nette, in aumento del **+3,2%** a valore. Le spese pubblicitarie e promozionali sono cresciute **a livello organico del +5,5%**, meno delle vendite nette, generando così un aumento del margine di **+80 punti base**, a seguito dell'**annullamento di attivazioni estive** a causa del **maltempo**, e a **phasing nell'inizio del 2024**.

Il **marginale di contribuzione** ovvero il margine lordo dopo le spese per pubblicità e promozioni, è stato di **€1.206,0 milioni**, corrispondente al 41,3% delle vendite nette, in crescita del **+8,7%** in valore a livello totale e del **+13,6%** a **livello organico**.

I **costi di struttura** sono stati pari a **€587,3 milioni**, pari al 20,1% delle vendite nette, in crescita del **+8,8%**. La **crescita organica** è risultata pari a **+11,7%**, generando una diluizione dei margini di **-20 punti base**, rispecchiando i **continui investimenti nelle infrastrutture aziendali**, inclusi gli assetti commerciali e di *marketing*, nonché la **creazione di una nuova route-to-market in Grecia** e il consolidamento di Giappone e Nuova Zelanda.

L'**EBIT-rettificato** è stato di **€618,7 milioni**, corrispondente al 21,2% delle vendite nette, in aumento del **+8,6%**. È **cresciuto organicamente del +15,5%**, generando un **aumento della marginalità di +90 punti base**.

Su base normalizzata, aggiustando le spese di pubblicità e promozione a un livello accrescitivo normalizzato di +20 punti base (coerentemente con le indicazioni di una crescita organica delle spese di pubblicità e promozione in linea con la crescita organica delle vendite +/- 20 punti base), l'**EBIT-rettificato sarebbe €600,7 milioni**, in aumento organico di +12,3% (+30 punti base).

L'**effetto perimetro** sull'EBIT-rettificato è stato pari a **+1,2%** (o **€6,6 milioni**) grazie al consolidamento di Picon e Wilderness Trail Distillery, LLC. L'**effetto cambi** sull'EBIT-rettificato è stato **negativo del -8,1%** (o **-€46,0 milioni**), principalmente guidato dall'effetto valutario transazionale del peso messicano e dal deprezzamento del dollaro USA e di altre valute di mercati emergenti.

CAMPARI GROUP

Le rettifiche di proventi (oneri) operativi sono state negative per **-€78,5 milioni**, principalmente attribuibili ad accantonamenti legati a iniziative di ristrutturazione, incluso il cambiamento distributivo, costi non ricorrenti legati a investimenti IT dedicati a rafforzare i sistemi informativi a supporto delle infrastrutture commerciali e di *marketing*, al deprezzamento di immobilizzazioni, nonché a piani di fidelizzazione a lungo termine.

L'**EBITDA-rettificato** è stato pari a **€728,9 milioni**, in aumento del +10,4% (**variazione organica** pari a **+15,5%**), corrispondente al 25,0% delle vendite nette.

L'**EBIT** (18,5% delle vendite nette) e l'**EBITDA** (22,3% delle vendite nette) si attestano rispettivamente a €540,2 milioni e €650,4 milioni.

Gli oneri finanziari netti e rettifiche finanziarie sono stati pari a **-€75,6 milioni**, in aumento di -€44,9 milioni. Escludendo i proventi su cambi, perlopiù non-realizzati, gli **oneri finanziari netti sono pari a €56,4 milioni** (rispetto a €21,4 milioni nell'esercizio 2022), evidenziando un incremento di €35,0 milioni dovuto all'effetto combinato del livello medio di indebitamento finanziario netto più elevato nel 2023 (€1.732,7 milioni rispetto a €1.037,4 milioni nel 2022) e al costo medio del debito più elevato (3,3% rispetto a 2,1% nel 2022).

L'**utile prima delle imposte-rettificato** è stato pari a **€544,2 milioni, in aumento di 1,2%** rispetto all'esercizio 2022. L'utile prima delle imposte rettificato escludendo gli oneri sui cambi prevalentemente non realizzati, è stato pari a €563,4 milioni, in aumento del +3,8% rispetto all'esercizio 2022. L'utile prima delle imposte è stato pari a €466,5 milioni, in calo del -1,8% rispetto all'esercizio 2022.

Le **imposte** sono state pari a **€134,0 milioni**. Le **imposte ricorrenti** sono state pari a **€151,8 milioni**, al netto delle rettifiche fiscali positive per un totale di €17,7 milioni.

L'**utile del Gruppo** è stato di **€330,5 milioni**. L'**utile del Gruppo-rettificato**⁵ è stato pari a **€390,4 milioni, in aumento del +0,7%** a valore su base totale rispetto all'esercizio 2022. L'**utile del Gruppo** escludendo gli oneri sui cambi prevalentemente non realizzati ante-imposte pari a €349,7 milioni, +3,6%.

Il **cash flow ricorrente da attività operative prima delle variazioni del capitale circolante** è stato pari a **€582,3 milioni**, in aumento di €19,0 o +3,4% rispetto al 2022. Il **free cash flow ricorrente è risultato pari a €66,9 milioni** (in calo del 81,4% rispetto a €360,5 milioni nel 2022). Questo andamento è principalmente dovuto all'assorbimento di cassa dovuto al capitale circolante legato all'**aumento di magazzino** a supporto della crescita del *business* e della strategia di *premiumisation*. Il **free cash flow** è risultato pari a **-€180,0 milioni** (rispetto a €188,7 milioni nel 2022).

L'**investimento in conto capitale complessivo** è stato pari a **€295,7 milioni** per l'esercizio 2023, di cui gli investimenti straordinari sono stati pari a €183,3 milioni, principalmente relativi a **progetti per rafforzare la capacità produttiva**, che continueranno nel 2024-25 in linea con il piano di investimenti annunciato.

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2023 è stato pari a **€1.853,5 milioni, in aumento di €298,2 milioni** rispetto al 31 dicembre 2022 (€1.555,3 milioni⁶), riflette il free cash flow negativo pari a -€180,0 milioni, dovuto principalmente all'assorbimento di cassa dovuto all'aumento di magazzino e agli investimenti in conto capitale straordinari, il pagamento del dividendo (€67,5 milioni), acquisizioni di quote di minoranza e altre variazioni.

Il **multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA rettificato su base mobile** è pari a **2,5 volte** al 31 dicembre 2023⁷, in aumento da 2,4 volte al 31 dicembre 2022.

SOSTENIBILITÀ

Nel 2023 Campari Group ha continuato a compiere **significativi progressi sulla propria agenda di sostenibilità**. In particolare, il Gruppo ha migliorato il proprio **rating** per il **climate change** di **Carbon Disclosure Project ('CDP')** da B a A- nel secondo anno di partecipazione. Il Gruppo ha anche continuato a progredire verso il raggiungimento dei **target** ambientali: **emissioni di gas serra** (misurate in chili di CO2 per litro) da attività dirette (scopo 1 e 2) **ridotte del 47%** rispetto al 2019; **emissioni di gas serra** (misurate in chili di CO2 per litro) **totali** (scopo 1, 2 e 3) **ridotte del 19%** rispetto al 2019; **riduzione del 54% dell'utilizzo d'acqua (L/L)** rispetto al 2019; **riduzione dei rifiuti in discarica del 90%** rispetto al 2019, **secondo i piani per il raggiungimento dell'obiettivo del 2025**. Inoltre, il **Gruppo ha approvvigionato da fonti rinnovabili il 93% dell'elettricità utilizzata dagli stabilimenti a livello globale**, superando l'obiettivo del 90% fissato a maggio 2023. Infine,

⁵ Prima di rettifiche totali negative (inclusi gli effetti fiscali) pari a -€59,9 milioni (vs. -€54,8 milioni di rettifiche nel 2022)

⁶ Valori riclassificati per rispecchiare l'allocazione del prezzo di acquisto di Wilderness Trail Distillery, LLC. L'indebitamento finanziario netto al 31 dicembre 2022 è rettificato per includere un pagamento successivo al closing di -€2,8 milioni

⁷ Non include l'effetto dell'acquisizione annunciata di Courvoisier.

CAMPARI GROUP

Campari Group continua a investire nelle altre aree chiave rappresentate da Pratiche responsabili, Persone, Impegno nella comunità, con forte impegno nel bere responsabile, nell'inclusione, istruzione e cultura.

ALTRI SVILUPPI DI BUSINESS

Cambiamenti organizzativi alle Business Unit. A partire dal 2024, una riconfigurazione parziale delle *business unit* porterà a una singola regione EMEA, con l'obiettivo di rafforzare la posizione di *leadership* del Gruppo in questa regione, e realizzare efficienze operative e commerciali. Pertanto, i tre segmenti geografici saranno 'Americhe', 'EMEA' (formata da Europa, Mercati in sviluppo del Sud Europa, Medio Oriente e Africa) e 'Asia Pacifico'.

Spostamento della sede centrale di Campari Group. Il Gruppo intraprenderà nuovi investimenti in un progetto immobiliare che ospiterà anche la nuova regione EMEA, creando un ambiente di lavoro completamente modernizzato, ospitando *brand house* e *academy* nel centro della città, ristabilendo il legame del Gruppo con Milano. La nuova sede centrale fungerà da centro cruciale, iconico e accessibile, attirando e trattenendo i migliori talenti nazionali e internazionali. Investimento in conto capitale aggiuntivo per supportare lo spostamento del Gruppo nella nuova sede in centro a Milano comprenderà un importo iniziale di circa €110 milioni nel 2024 oltre alle spese di ristrutturazione. Lo spostamento è atteso nel 2027 dopo la ristrutturazione.

Rafforzamento delle capacità commerciali in Cina. Il Gruppo ha annunciato la creazione di una nuova *route-to-market* in Cina con un modello di distribuzione regionale dedicato, in vista dell'integrazione di Courvoisier. Con un forte portafoglio di marchi, il Gruppo è fiducioso nel costruire con successo il business in Cina utilizzando una piattaforma di distribuzione rafforzata in linea con la strategia di mercato.

Firma dell'acquisizione di Courvoisier. A seguito all'annuncio del 14 dicembre 2023 riguardante le negoziazioni esclusive con Beam Suntory, Inc durante le quali è stata concessa una opzione *put*, il 26 febbraio 2024 Campari Group ha firmato l'accordo per acquisire 100% del capitale di Beam Holding France S.A.S, che a sua volta possiede il 100% del capitale di Courvoisier S.A.S., proprietario del marchio Courvoisier. Il perfezionamento è previsto nel 2024, come pianificato.

ALTRE DELIBERE

Dividendo, report di sostenibilità e relazione sulla remunerazione. Il Consiglio di Amministrazione ha proposto all'Assemblea la distribuzione di un dividendo per l'esercizio 2023 di €0,065 per ciascuna azione, al lordo delle ritenute di legge, in aumento del +8,3% rispetto all'anno precedente. Il dividendo verrà posto in pagamento il 24 aprile 2024 (con stacco cedola numero 4, il 22 aprile 2024, in conformità al calendario di Borsa Italiana, e *record date* 23 aprile 2023). Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato quindi di convocare l'Assemblea degli azionisti l'11 aprile 2024 per approvare l'*Annual Report*, che include, tra gli altri, il bilancio al 31 dicembre 2023, l'informativa non finanziaria, la relazione sulla *corporate governance* e la remunerazione.

Approvazione di un nuovo piano di incentivi a lungo termine. Con la presentazione della nuova politica di remunerazione all'Assemblea degli azionisti dell'11 aprile 2024, verrà proposta l'approvazione di un nuovo incentivo variabile a lungo termine per il *senior management*. Consisterà in un incentivo azionario, che combina unità azionarie (*Restricted Stock Unit*) e unità azionarie legate alla performance (*Performance Stock Unit*), quest'ultime soggette al raggiungimento in particolare di un obiettivo finanziario (*Total Shareholder Return* relativo) e di un obiettivo di sostenibilità. Tra gli altri, questo premio azionario avrà lo scopo di allineare ulteriormente l'impegno del *senior management* alla creazione di valore nel lungo periodo, agli interessi degli azionisti, e all'agenda di sostenibilità.

* * *

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2023 (che include, inter alia, *non-financial disclosure*, *corporate governance report*, *report of the non-executive directors*, *statement and responsibilities in respect to the annual report*, *remuneration report* e *independent auditor's report*) è disponibile presso la sede secondaria della Società in Sesto San Giovanni (MI), Via Franco Sacchetti 20, sul sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>), nonché tramite tutte le altre modalità previste dalla legge applicabile.

La relazione annuale, comprensiva della relazione sulla gestione, del bilancio consolidato per l'intero anno e del bilancio della sola Società al 31 dicembre 2023, è stata redatta in conformità al Codice Civile olandese e agli International Financial Reporting Standards (IFRS) applicabili.

CAMPARI GROUP

Disclaimer

Il presente comunicato stampa contiene alcune dichiarazioni previsionali relative a Campari Group. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente comunicato stampa relative ad attività, eventi o sviluppi attesi, creduti o previsti che si verifichino o che si possano verificare in futuro sono dichiarazioni previsionali. Le dichiarazioni previsionali si basano sulle attuali aspettative e proiezioni su eventi futuri e comportano rischi noti e sconosciuti, incertezze e altri fattori, tra cui, a titolo esemplificativo, i seguenti: volatilità e deterioramento dei mercati dei capitali e finanziari, cambiamenti nelle condizioni economiche generali, crescita economica e altri cambiamenti nelle condizioni di business, cambiamenti nella regolamentazione governativa e altri fattori economici, commerciali e concorrenziali che incidono sulle attività di Campari Group. Questi fattori includono, ma non sono limitati a: (i) variazioni nella normativa, nei regolamenti o nelle politiche dei paesi in cui Campari Group opera; (ii) l'adozione, sia a livello globale sia nei paesi in cui Campari Group opera, di politiche pubbliche restrittive che abbiano un impatto sulla produzione, distribuzione, commercializzazione, etichettatura, importazione, prezzo, vendita o consumo dei prodotti alcolici; (iii) cambiamenti a lungo termine delle preferenze e dei gusti dei consumatori, di tendenze sociali o culturali che si traducano in una riduzione del consumo dei prodotti di Campari Group nonché delle modalità d'acquisto e la capacità di Campari Group di anticipare tali cambiamenti nel mercato; e (iv) aumento dei costi di produzione e volatilità nei prezzi delle materie prime.

Pertanto, Campari e le sue affiliate, nonché i suoi amministratori, consulenti, dipendenti e rappresentanti, declinano espressamente qualsiasi responsabilità per tali dichiarazioni previsionali.

Tali dichiarazioni previsionali si riferiscono solo alla data del presente comunicato stampa e non sussiste alcun impegno di Campari ad aggiornare o rivedere alcuna dichiarazione previsionale, sia a seguito di nuove informazioni, eventi e sviluppi futuri o altro, tranne nei casi previsti dalla legge.

Ulteriori informazioni su Campari Group e sulle sue attività, inclusi quei fattori che potrebbero influenzarne significativamente i risultati finanziari, sono contenute nelle relazioni e nei documenti di Campari Group depositati presso la AFM e la CONSOB.

Per informazioni riguardanti la definizione delle misure alternative di performance utilizzate in questo documento, si veda il paragrafo "Definitions and reconciliation of the Alternative Performance Measures (APMs or non-GAAP measures) to GAAP measures" della relazione sulla gestione di cui all'Annual Report per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 del Gruppo Campari

ANALYST CONFERENCE CALL

Alle ore **13:00 (CET) di oggi**, Il *management* di Campari terrà una *conference call* per presentare i **risultati dell'esercizio 2023 del Gruppo**. Per partecipare via *webcast* (solo ascolto):

- <https://event.choruscall.com/mediaframe/webcast.html?webcastid=49X1YxDd>

Per partecipare via audio e porre domande, comporre uno dei seguenti numeri:

- **dall'Italia: (+39) 02 802 09 11**
- **dall'estero: (+44) 1212 818004**

Riproduzione digitale:

Una riproduzione digitale della teleconferenza e del *webcast* sarà disponibile da oggi fino a martedì 5 Marzo 2024.

Per ascoltarla, chiamare il seguente numero:

- **(+39) 02 802 09 87**

(codice di accesso: 700915#)

(PIN: 915#)

Slide della presentazione:

Le *slide* della presentazione sono scaricabili dalla Home Page Investor Relations di Campari all'indirizzo:

<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225330

Email: chiara.garavini@campari.com

Thomas Fahey

Tel. +44 (0)20 31009618

Email: thomas.fahey@campari.com

Valentina Sponza

Tel. +39 02 6225528

Email: valentina.sponza@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225680

Email: enrico.bocedi@campari.com

CAMPARI GROUP

<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>

<http://www.camparigroup.com/it>

<http://www.youtube.com/camparigroup>

<https://twitter.com/GruppoCampari>

<https://www.linkedin.com/company/campari-group>

Visita [Our Story](#)

PROFILO DI **CAMPARI GROUP**

Campari Group è uno dei maggiori *player* a livello globale nel settore degli *spirit*, con un portafoglio di oltre 50 marchi che si estendono fra *brand* a priorità globale, regionale e locale. I *brand* a priorità globale rappresentano il maggiore *focus* di Campari Group e comprendono **Aperol, Campari, SKYY, Grand Marnier, Wild Turkey e Appleton Estate**. Campari Group, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli *spirit* di marca. Ha un *network* distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. La strategia di Campari Group punta a coniugare la propria crescita organica, attraverso un forte *brand building*, e la crescita esterna, attraverso acquisizioni mirate di marchi e *business*.

Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group opera 22 siti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 26 paesi. Il Campari Group impiega circa 4.700 persone. Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI - Bloomberg CPR IM) sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana dal 2001. Per maggiori informazioni: <http://www.camparigroup.com/it>.

- seguono tabelle -

CAMPARI GROUP

Scomposizione delle vendite consolidate per brand nel 2023

	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
		totale	organica	perimetro	cambi
Brand a priorità globale	57,0%	7,4%	10,8%	0,0%	-3,4%
Brand a priorità regionale	25,7%	9,5%	13,4%	0,9%	-4,8%
Brand a priorità locale	8,3%	8,6%	3,9%	5,1%	-0,4%
Resto del portafoglio	8,9%	9,2%	6,7%	5,6%	-3,1%
Totale	100,0%	8,2%	10,5%	1,2%	-3,5%

Scomposizione delle vendite consolidate per area geografica nel 2023

	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
		totale	organica	perimetro	cambi
Americhe	43,9%	4,3%	7,7%	1,0%	-4,4%
Sud Europa, Medio Oriente e Africa	27,6%	7,8%	6,8%	1,4%	-0,3%
Nord, Centro ed Est Europa	20,6%	14,8%	18,7%	0,5%	-4,4%
Asia-Pacifico	7,9%	16,3%	20,7%	3,2%	-7,5%
Totale	100,0%	8,2%	10,5%	1,2%	-3,5%

Scomposizione dell'EBIT-rettificato per area geografica nel 2023

	1 gennaio - 31 dicembre 2023		variazione % dell'EBIT-rettificato, di cui			
	€ m	%	Totale	organica	perimetro	cambio
Americhe	261,1	42,2%	-0,8%	9,0%	3,5%	-16,3%
Sud Europa, Medio Oriente e Africa	125,5	20,3%	24,0%	20,8%	4,3%	-1,1%
Nord, Centro ed Est Europa	222,0	35,9%	16,3%	23,7%	0,8%	-8,1%
Asia-Pacifico	10,0	1,6%	-31,6%	-11,7%	7,5%	-27,3%
Totale	618,7	100,0%	8,6%	15,5%	1,2%	-8,1%

CAMPARI GROUP

Conto economico consolidato nel 2023

	1 Gennaio-31 Dicembre 2023		1 Gennaio-31 Dicembre 2022		Variazione
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette	2.918,6	100,0%	2.697,6	100,0%	8,2%
Costo del venduto ⁽¹⁾	-1.218,5	-41,7%	-1.109,0	-41,1%	9,9%
Margine lordo	1.700,1	58,3%	1.588,6	58,9%	7,0%
Pubblicità e promozioni	-494,1	-16,9%	-479,0	-17,8%	3,2%
Margine di contribuzione	1.206,0	41,3%	1.109,6	41,1%	8,7%
Costi di struttura ⁽²⁾	-587,3	-20,1%	-539,8	-20,0%	8,8%
Risultato della gestione corrente (EBIT-rettificato)	618,7	21,2%	569,9	21,1%	8,6%
Rettifiche di proventi (oneri) operativi	-78,5	-2,7%	-58,3	-2,2%	34,7%
Risultato operativo (EBIT)	540,2	18,5%	511,5	19,0%	5,6%
Proventi (oneri) finanziari netti e rettifiche	-75,6	-2,6%	-30,7	-1,1%	146,4%
Proventi (oneri) per <i>earn-out</i> ed effetti di iperinflazione	10,3	0,4%	0,7	-	1384,0%
Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto	-8,3	-0,3%	-6,6	-0,2%	26,3%
Utile prima delle imposte	466,5	16,0%	475,0	17,6%	-1,8%
Utile prima delle imposte-rettificato	544,2	18,6%	538,0	19,9%	1,2%
Imposte	-134,0	-4,6%	-143,5	-5,3%	-6,6%
Utile netto	332,5	11,4%	331,5	12,3%	0,3%
Utile netto-rettificato	392,4	13,4%	386,3	14,3%	1,6%
Interessi di minoranza	2,0	0,1%	-1,5	-0,1%	-236,6%
Utile netto del Gruppo	330,5	11,3%	333,0	12,3%	-0,7%
Utile netto del Gruppo-rettificato	390,4	13,4%	387,8	14,4%	0,7%
Totale ammortamenti	-110,2	-3,8%	-90,5	-3,4%	21,8%
EBITDA-rettificato	728,9	25,0%	660,3	24,5%	10,4%
EBITDA	650,4	22,3%	602,0	22,3%	8,0%

⁽¹⁾ Include costi dei materiali, costi di produzione e costi di distribuzione.

⁽²⁾ Include spese generali e amministrative e costi di vendita.

CAMPARI GROUP

Stato Patrimoniale consolidato al 31 dicembre 2023

	31 dicembre 2023	31 dicembre 2022 ⁽¹⁾
	€ milioni	€ milioni
ATTIVO		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	964,5	781,3
Diritto d'uso	65,4	68,4
Attività biologiche	22,8	17,5
Avviamento	1.850,8	1.878,5
Marchi	1.155,8	1.183,1
Attività immateriali a vita definita	56,1	52,1
Partecipazioni in società collegate e <i>joint venture</i>	32,6	36,0
Imposte differite attive	78,9	72,6
Altre attività non correnti	22,9	24,1
Altre attività finanziarie non correnti	9,8	48,2
Totale attività non correnti	4.259,6	4.161,9
Attività correnti		
Rimanenze	1.237,4	1.004,6
Attività biologiche	15,1	7,1
Crediti commerciali	374,3	308,2
Crediti finanziari correnti	21,3	18,7
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	620,3	435,4
Crediti per imposte sul reddito	46,1	19,1
Altre attività correnti	101,4	60,3
Totale attività correnti	2.415,9	1.853,4
Totale attività	6.675,6	6.015,3
PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	2.925,2	2.676,2
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1,6	1,4
Totale patrimonio netto	2.926,8	2.677,6
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	845,8	846,3
Debiti verso banche	901,5	770,9
Altre passività finanziarie non correnti	269,0	301,4
Piani a benefici definiti	22,6	24,1
Fondi per rischi e oneri futuri	41,4	39,0
Imposte differite passive	403,7	399,4
Altre passività non correnti	42,6	30,9
Totale passività non correnti	2.526,6	2.412,1
Passività correnti		
Prestiti obbligazionari	300,0	-
Debiti verso banche	130,6	107,0
Altri debiti finanziari correnti	58,1	32,0
Debiti verso fornitori	521,1	541,6
Debiti per imposte sul reddito	22,3	72,5
Altre passività correnti	190,2	172,5
Totale passività correnti	1.222,1	925,6
Totale passività	3.748,8	3.337,7
Totale passività e patrimonio netto	6.675,6	6.015,3

⁽¹⁾ Valori riclassificati per rispecchiare l'allocazione del prezzo di acquisto di Wilderness Trail Distillery, LLC. Rettifica positiva a totali attività, passività e patrimonio netto di €8,3 milioni

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario consolidato al 31 dicembre 2023

	31 dicembre 2023	31 dicembre 2022
	€ milioni	€ milioni
EBITDA	650,4	602,0
Effetti applicazione principio contabile per iperinflazione	14,6	6,7
Accantonamenti e altre variazioni operative	36,7	26,6
Svalutazioni di immobilizzazioni materiali, <i>goodwill</i> , marchi e <i>business</i> ceduti	11,9	3,1
Imposte pagate	-195,0	-141,0
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	518,7	497,3
Variazione capitale circolante netto operativo	-362,2	-83,9
Flusso di cassa generato dalle attività operative	156,5	413,4
Interessi netti	-40,8	-11,4
Flusso di cassa netto generato da investimenti	-295,7	-213,3
Free cash flow	-180,0	188,7
Vendite e acquisizioni di <i>brand</i> e <i>diritti</i>	-	-129,9
Acquisizioni e vendite di società o rami d'azienda	-13,0	-432,0
Dividendo pagato dalla Capogruppo	-67,5	-67,6
Altre variazioni (inclusi acquisti netti azioni proprie)	-5,3	-112,0
Totale flusso di cassa assorbito da altre attività	-85,7	-741,6
Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio	-265,7	-552,9
Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn out</i>	1,2	-186,0
Incrementi per investimenti in diritti d'uso per <i>lease</i>	-14,0	-9,8
Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta	-278,5	-748,6
Effetto cambio sul debito finanziario	-19,6	27,1
Indebitamento finanziario netto a inizio periodo	-1,552,5	-830,9
Rettifiche di apertura	-2,8	-
Indebitamento finanziario netto a inizio periodo rettificato	-1,555,3	-830,9
Indebitamento finanziario a fine periodo	-1,853,5	-1,552,5

CAMPARI GROUP

CAMPARI GROUP
DAVIDE CAMPARI-MILANO N.V.

Conto economico della Capogruppo

	1 gennaio-31 dicembre 2023	1 gennaio-31 dicembre 2022
	€ milioni	€ milioni
Vendite nette	1,040,4	986,4
Costo del venduto	-428,1	-381,6
Margine lordo	612,3	604,8
Pubblicità e promozioni	-80,8	-85,6
Margine di contribuzione	531,5	519,2
Costi di struttura	-226,5	-193,9
Risultato operativo	305,0	325,3
Proventi (oneri) finanziari e rettifiche	-26,9	-26,1
Dividendi	105,9	331,9
Quota dell'utile (perdita) delle società collegate e <i>joint venture</i>	-9,3	-6,6
Utile prima delle imposte	374,7	624,4
Imposte	-86,5	-108,4
Utile dell'esercizio	288,2	516,1

Stato Patrimoniale della Capogruppo

	31 dicembre 2023	31 dicembre 2022
	€ milioni	€ milioni
Totale attività non correnti	3.250,7	3.266,0
Totale attività correnti	1.047,9	568,5
Totale attività	4.298,6	3.834,5
Totale patrimonio netto	2.174,3	1.915,9
Totale passività non correnti	1.477,2	1.309,2
Totale passività correnti	647,1	609,5
Totale passività e patrimonio netto	4.298,6	3.834,5

Rendiconto finanziario della Capogruppo

	31 dicembre 2023	31 dicembre 2022
	€ milioni	€ milioni
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività operative	142,3	273,4
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di investimento	-110,5	116,8
Flusso di cassa generato (assorbito) da attività di finanziamento	292,9	-449,7
Variazione netta disponibilità e mezzi equivalenti: aumento (diminuzione)	324,7	-59,6
Disponibilità e mezzi equivalenti all'inizio del periodo	119,0	178,6
Disponibilità e mezzi equivalenti alla fine del periodo	443,6	119,0