



Gruppo Campari Presentazione



Gruppo Campari oggi

Gruppo Campari è un'azienda *leader* nell'industria globale del *beverage* di marca, con un portafoglio di oltre 40 marchi *premium* e *super premium* di proprietà, commercializzati e distribuiti in oltre **190 Paesi nel mondo**. Il Gruppo, che impiega 2.000 persone, vanta un portafoglio ricco e articolato su tre segmenti: ***spirit, wine e soft drink***.

Gruppo Campari è il **sesto gruppo a livello internazionale*** negli *spirit* di marca e il primo gruppo italiano del settore. Vanta una posizione di *leadership* in Italia e in Brasile e posizioni di primo piano negli USA e in Europa continentale.

Le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono **quotate** al Mercato Telematico di Borsa Italiana.

* **Fonte:** *Impact's top 100 Premium Spirits Brands Worldwide by Company*, febbraio 2009



Ranking internazionale

- 1 Diageo
- 2 Pernod Ricard
- 3 Bacardi
- 4 Brown-Forman
- 5 Fortune Brands
- 6 Gruppo Campari**
- 7 The Edrington Group
- 8 Grupo Tequila Cuervo
- 9 Mast Jägermeister
- 10 William Grant & Sons



* Fonte: *Impact's top 100 Premium Spirits Brands Worldwide by Company*, febbraio 2009



Gruppo Campari: presenza nel mondo *(continua ...)*

La produzione del Gruppo Campari è concentrata su **dodici stabilimenti**: quattro in Italia, uno in Francia, uno in Grecia, uno in Scozia, uno in Ucraina, uno in Argentina, due in Brasile e uno in Messico.


Il Gruppo possiede inoltre **cinque winery**: tre in Italia (Sella & Mosca, Teruzzi & Puthod ed Enrico Serafino), una in Francia (Chateau Lamargue) e una in Cina (Catai).

Il Gruppo Campari ha una **rete distributiva propria** in Italia, Austria, Germania, Svizzera, Belgio, Stati Uniti, Argentina, Brasile, Messico e Cina; **joint-venture distributive** in Olanda e India e si **affida a distributori locali** in oltre 180 altri mercati.











Gruppo Campari: presenza nel mondo

ITALIA

-  **Milano:** headquarter
- Alghero:** stabilimento Zedda Piras e winery Sella & Mosca
- Canale d'Alba:** stabilimento e winery Enrico Serafino
- Crodo:** stabilimento
- Novi Ligure:** stabilimento
- San Gimignano:** winery Teruzzi & Puthod






AMERICHE

-  **Buenos Aires, Argentina:** uffici
-  **Capilla del Señor, Argentina:** stabilimento
-  **Jaboatao, Brasile:** stabilimento
-  **Sao Paolo, Brasile:** uffici
-  **Sorocaba, Brasile:** stabilimento
-  **Jalisco, Messico:** uffici e distilleria
-  **San Francisco, Stati Uniti:** uffici
-  **New York, Stati Uniti:** uffici

EUROPA

-  **Vienna, Austria:** uffici
-  **Bruxelles, Belgio:** uffici
-  **Nanterre, Francia:** stabilimento
-  **Nîmes, Francia:** winery Chateau Lamargue
-  **Argroupolis, Grecia:** uffici
-  **Volos, Grecia:** stabilimento
-  **Munich, Germania:** uffici
-  **Warsaw, Polonia:** uffici
-  **Monaco, Principato di Monaco:** uffici
-  **Roths, Scozia:** distilleria
-  **Baar, Svizzera:** uffici
-  **Odessa, Ucraina:** uffici e stabilimento

RESTO DEL MONDO

-  **Beijing, Cina:** uffici
-  **Pingdu, Cina:** winery Catai
-  **Shanghai, Cina:** uffici
-  **Johannesburg, Sud Africa:** uffici
-  **Tokyo, Giappone:** uffici



La strategia di crescita

CRESCITA ORGANICA

- incrementare la crescita dei marchi internazionali e regionali (Campari, SKYY, Aperol, Cinzano, Cynar, Glen Grant, Cabo Wabo, X-Rated, Ouzo 12, Mondoro, Riccadonna e Sella & Mosca) attraverso *marketing* e innovazione d'eccellenza;
- generare una crescita solida dei marchi chiave locali (CampariSoda, Crodino, Aperol Soda, Zedda Piras, Biancosarti, Lemonsoda, Dreher, Old Eight, Drury's e Odessa) rinnovandoli periodicamente;
- sviluppare la presenza nei mercati emergenti;
- sfruttare una rigorosa attenzione ai costi per reinvestire in *brand building* strategico.

CRESCITA PER LINEE ESTERNE

- cercare acquisizioni dove il Gruppo Campari controlla la distribuzione;
- acquisire *brand* locali con una forte *equity* per costruire nuove piattaforme distributive nei mercati emergenti;
- generare sinergie tramite l'acquisizione di nuovi *brand* in distribuzione;
- mantenere disciplina finanziaria.

Il Gruppo Campari punta ad essere uno dei principali *player* in rapida crescita e profittevole nel segmento globale degli *spirit* combinando la passione per il *brand building* con forza imprenditoriale ed eccellenza funzionale



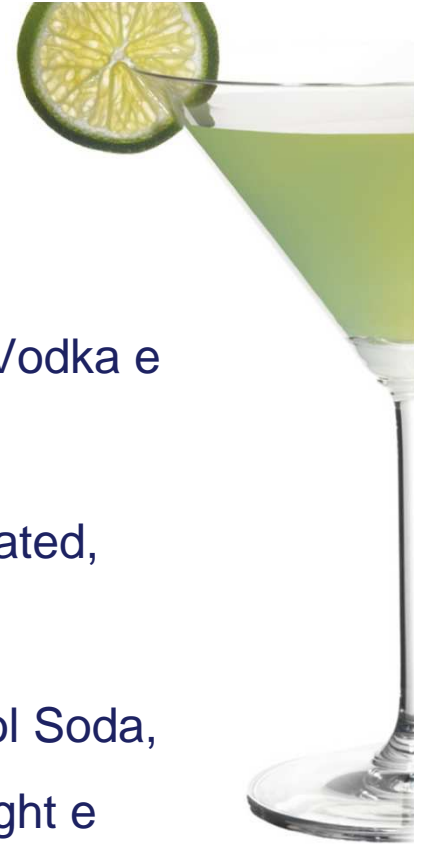
Oltre un decennio di acquisizioni

2008						
2007						
2005						
2003						
2002						
2001						
2000						
1999						
1995						



Il portafoglio marchi

1. **Brand internazionali** di diffusione mondiale (Campari, SKYY Vodka e Cinzano)
2. **Brand regionali** (Aperol, Cynar, Glen Grant, Cabo Wabo, X-Rated, Ouzo 12, Mondoro, Riccadonna e Sella & Mosca)
3. **Brand leader in mercati locali** (CampariSoda, Crodino, Aperol Soda, Zedda Piras, Biancosarti e Lemonsoda in Italia; Dreher, Old Eight e Drury's in Brasile; Odessa in Ucraina)
4. Un consistente portafoglio di **marchi di terzi** in distribuzione completa l'offerta del Gruppo.



Il portafoglio - i marchi di proprietà

spirit ...



wine ...



soft drink ...



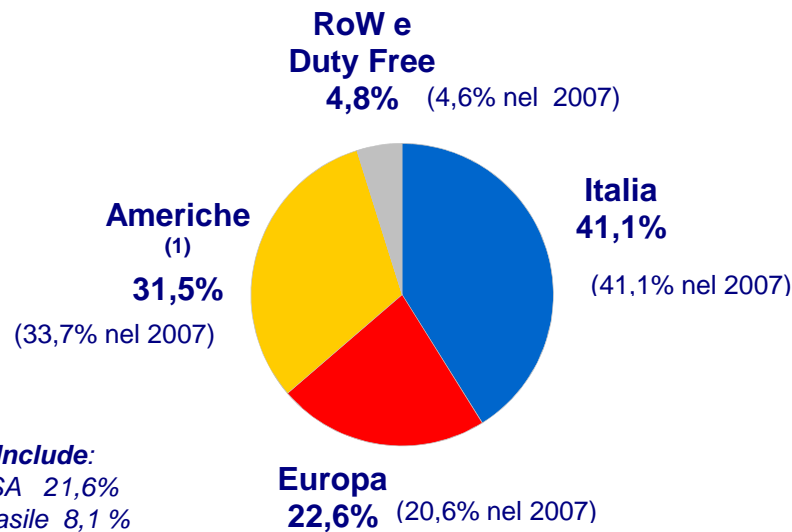
Il portafoglio - i marchi in distribuzione



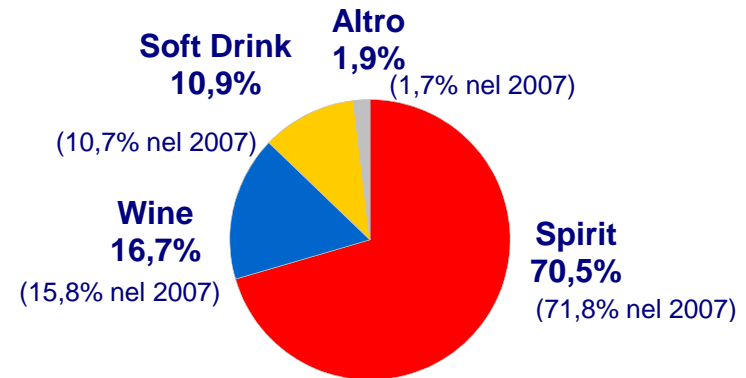
2008 - Vendite per area e per segmento

Fatturato 2008: € 942.3 milioni
CAGR 2004 - 2008: +5,8%

Split per Area



Split per Segmento





PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Group's Communications

communications@campari.com

www.camparigroup.com

Per immagini in alta definizione:

http://www.camparigroup.com/it/press_media/image_gallery.jsp

Per i *press kit* dei principali *brand*:

http://www.camparigroup.com/it/press_media/press_kit.jsp

