

Solido avvio della stagione di picco, a conferma della traiettoria di crescita

Milano, 29 luglio 2026-Il Consiglio di Amministrazione di Davide Campari-Milano N.V. (Reuters CPRI.MI-Bloomberg CPR IM) ha approvato la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2026.

RISULTATI AL 30 GIUGNO 2026-SINTESI

ha registrato una **solida crescita organica delle vendite nette pari al +2,7%** nel primo semestre 2026, la cui progressione positiva è continuata nel secondo trimestre, nonostante il perdurare di un contesto operativo volatile. La profittabilità ha beneficiato di fattori favorevoli a livello di margine lordo, quali *mix* positivo guidato dagli aperitivi e della tempistica di efficienze produttive e benefici derivanti dall'agave nei costi di produzione, nonché del costante contenimento dei costi di struttura. Al contempo, gli investimenti in pubblicità e promozione (A&P) hanno registrato l'accelerazione prevista, con le attività di *brand building* a supporto del picco stagionale e della *pipeline* di innovazione. In questo contesto, il Gruppo ha continuato a conseguire una significativa sovraperformance in termini di *sell-out*¹ e ad aumentare le quote di mercato rispetto al settore degli *spirit* sui *brand* prioritari, sostenuta da un solido avvio della stagione di picco nella maggior parte delle aree geografiche.

- Le **vendite nette sono state pari a €1.512 milioni**, in aumento del +2.7% organicamente (Q2: +2,5% organico). Complessivamente, le vendite sono in calo del -1,0%, riflettendo crescita organica del +2,7%, effetto perimetro del -2,0%, principalmente ascrivibile alla cessione di Cinzano, e effetto cambi del -1,8%, riconducibile principalmente al dollaro americano.
- L'**EBIT-rettificato è stato pari a €358 milioni**, in aumento del +8,5% organicamente e del +1,8% complessivamente. Il margine di EBIT-rettificato è stato pari al 23,7%, con un incremento organico di +130 punti base. L'EBIT è stato pari a €249 milioni, -26,8%.
- L'**EBITDA-rettificato è stato pari a €430 milioni**, in aumento del +6,5% organicamente e del +0,8% complessivamente. Il margine di EBITDA-rettificato è stato pari al 28,4%. L'EBITDA è stato pari a €322 milioni, -22,7% complessivamente.
- L'**utile netto del Gruppo-rettificato è stato pari a €226 milioni**, in aumento del +4,7%. L'utile netto del Gruppo è stato pari a €129 milioni, -37.7%.
- Il **multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA-rettificato è stato pari a 2,6 volte**, rispetto a 3,2 volte al 30 giugno 2025 e a 2,5 volte al 31 dicembre 2025. Nel semestre è stata effettuata una distribuzione di dividendi pari a €120 milioni.

Simon Hunt, Chief Executive Officer: *‘Stiamo implementando la nostra strategia e crescendo con **solidi risultati conseguiti nel primo semestre del 2026 in termini di crescita organica delle vendite, profittabilità e solidità patrimoniale.** Allo stesso tempo, **stiamo crescendo e guadagnando quota di mercato in tutti i nostri mercati chiave**, trainati dai nostri marchi prioritari. La nostra strategia, fondata su scelte di portafoglio più mirate, che include la cessione di marchi non strategici, l'innovazione e l'accelerazione dell'espansione geografica, sta dimostrando la propria efficacia, mentre continuiamo a generare efficienze in tutte le linee del conto economico. Guardando al futuro, **aggiorniamo la guidance per il 2026 con un moderato miglioramento delle attese sul margine EBIT-rettificato, riconfermando una crescita organica delle vendite di circa il 3%**’.*

¹ I dati di *sell-out* si basano su Nielsen e NABCA per Sati Uniti, Nielsen e Circana per Europe

CAMPARI GROUP

OUTLOOK PER IL 2026

- **L'outlook per il 2026 è stato aggiornato con l'aspettativa di un effetto accrescitivo incrementale del margine EBIT-rettificato sulle vendite.** La precedente *guidance* era stata comunicata il 6 maggio 2026 in occasione dell'annuncio delle vendite nette del primo trimestre 2026.
- Campari Group conferma l'aspettativa di conseguire **una crescita organica del fatturato di circa il 3%, con sovraperformance rispetto del settore.**
- **In termini di margine EBIT-rettificato sulle vendite, il Gruppo migliora l'aspettativa dell'effetto accrescitivo organico della marginalità,** grazie a un beneficio di €10 milioni derivante da un contesto tariffario più favorevole, che riduce l'impatto negativo atteso dei dazi per l'intero esercizio da €30 milioni circa a €20 milioni circa. La *guidance* relativa a tutti gli altri fattori che influenzano l'evoluzione della marginalità rimane invariata. L'*outlook* sul margine lordo organico sottostante rimane invariato e la diversa tempistica registrata nella prima metà dell'anno non modifica le attese per l'intero esercizio. Il potenziale beneficio derivante dal rimborso dei dazi statunitensi del 2025, per il quale è stata presentata una istanza, è atteso compensare in misura ragionevole le previste pressioni sui costi del venduto nella seconda metà dell'anno derivanti dagli eventi geopolitici, principalmente legate alla logistica. Il Gruppo conferma inoltre l'attesa di un incremento degli investimenti in pubblicità e promozione (A&P) e di un beneficio di circa +70 punti base sul margine derivante dai costi di struttura (SG&A).
- Si prevede un effetto perimetro negativo pari a €70 milioni circa sulle vendite nette e €30 milioni sull'EBIT-rettificato, riconducibile alle cessioni già perfezionate di *brand* non prioritari. L'effetto cambio rimarrà soggetto all'andamento delle valute, con un impatto negativo atteso, principalmente guidato dal dollaro americano.
- Il Gruppo prevede di **mantenere un livello di leva finanziaria adeguata**, tenuto conto della finalizzazione del programma di investimenti straordinari e delle dinamiche del capitale circolante operativo. **L'allocazione disciplinata del capitale** continuerà a rappresentare una priorità, sostenuta dal mantenimento di una solida traiettoria di crescita e dall'ulteriore ottimizzazione del portafoglio. Inoltre, il Gruppo ha aumentato la remunerazione degli azionisti attraverso un maggiore contributo dei dividendi, facendo leva sulla sostenuta generazione di cassa e sull'accelerazione nella riduzione della leva finanziaria.

ANALISI DELLE VENDITE ORGANICHE PER AREA GEOGRAFICA

- In **Europa** (46% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato un incremento del +1,9%, grazie a una crescita diffusa nella quasi tutti i mercati, sostenuta dalla strategia focalizzata sul portafoglio aperitivi, che ha beneficiato della solida *performance* di Aperol, Campari e Sarti Rosa. La strategia basata sui nuovi formati è continuata attraverso il progressivo lancio di innovazioni quali Aperol *To Go* in lattina, Aperol on *Tap* alla spina e Campari Spritz *ready-to-serve* in diversi mercati. A livello geografico, **Italia e Francia** hanno registrato un andamento positivo, rispettivamente pari a +1,4% e +0,9%, mentre il **Regno Unito** ha evidenziato una solida crescita del +4,3%. La **Germania** ha registrato un calo del -2,7%, risentendo della pressione sui consumi, mentre è proseguita l'espansione nei mercati in fase di sviluppo, con **il resto della regione** in crescita del +5,5%.
- In **Nord America** (36% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +2,6%. Gli **Stati Uniti** hanno registrato una crescita del +1,5%, guidata dai brand prioritari, in particolare nel canale strategico *on-premise*. Aperol ha registrato una crescita solida, beneficiando dei primi effetti positivi dell'aumento degli investimenti a supporto del *brand*. Anche Espolòn ha continuato a registrare una solida *performance*, con una

CAMPARI GROUP

crescita a singola cifra alta. Nel mese di giugno, Sarti Rosa è stato lanciato negli Stati Uniti, con un'accoglienza molto positiva. La **Giamaica** ha registrato una crescita del +8,8%, sostenuta dalla rapida ripresa successiva all'uragano e dai benefici derivanti da iniziative di prezzo. Il **resto della regione** ha registrato una crescita del +2,8%, con un contributo positivo da parte di tutti i Paesi, incluso il **Messico**, che ha beneficiato del recupero dell'impatto di *phasing* registrato nel primo trimestre.

- Nei **Mercati in via di sviluppo** (11% delle vendite del Gruppo) le vendite hanno registrato una crescita del +9,1%, guidata da *trend* positivi in tutta la regione, in particolare in **Brasile** e **Argentina**, che rappresentano i principali mercati. Il Brasile ha registrato una crescita del +2,3%, trainata principalmente da Aperol, mentre SKYY Cosmic ha conseguito una robusta crescita del +34,0% in Argentina, beneficiando di una base di confronto favorevole. Il **resto della regione** ha registrato una crescita del +2,8%, sostenuta dall'andamento positivo di Courvoisier.
- In **Asia Pacifico e GTR²** (7% delle vendite del Gruppo) le vendite sono rimaste sostanzialmente stabili. L'Australia ha registrato una crescita del +2,6%, sostenuta da una crescita a doppia cifra sia di Aperol sia di Espolòn, parzialmente compensata da un andamento sostanzialmente invariato di Wild Turkey nel mercato principale. Il canale **Global Travel Retail** ha registrato una crescita del +6,0%, guidata principalmente dalla solida *performance* degli aperitivi in Europa. Il **resto della regione** ha registrato un calo del -6,8%, nonostante la solida crescita di **Cina** e **India**, a causa dell'impatto in **Corea del Sud** derivante dal completamento dell'integrazione della società di distribuzione.

ANALISI DELLE VENDITE ORGANICHE PER *HOUSE OF BRAND*

- **House of Aperitif** (49% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +4,0%. **Aperol** ha conseguito una crescita del +3,3%, amplificata dal lancio delle innovazioni. Tutte le aree geografiche hanno contribuito positivamente alla crescita. **Campari** ha registrato una crescita del +2,3%, grazie alla solida *performance* in Europa, che ha beneficiato anche del contributo iniziale del lancio di Campari Spritz *ready-to-serve*, e in Nord America. Gli **altri brand** hanno registrato una crescita del +8,8%, principalmente trainata da Sarti Rosa, che ha beneficiato dall'espansione geografica e da una solida crescita nel mercato principale tedesco.
- **House of Whiskey and Rum** (12% delle vendite del Gruppo) ha registrato un calo del -6,0%. **Wild Turkey** è stato penalizzato dalle difficoltà della categoria negli Stati Uniti, dall'integrazione del distributore in Corea del Sud e dai vincoli di approvvigionamento di Russell's Reserve dovuti alla forte domanda. Il **portafoglio di rum giamaicani** ha registrato una crescita del +0,2%, grazie al solido andamento in Giamaica, parzialmente compensato da un'elevata base di confronto negli Stati Uniti. Gli **altri brand** hanno risentito principalmente della *performance* di altri *brand* di whisky.
- **House of Agave** (10% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +6,9%. **Espolòn** ha conseguito una crescita del +8,2%, con un andamento equilibrato sia di Blanco sia di Reposado, beneficiando inoltre del lancio di Extra Añejo e di formati più piccoli. La crescita è stata trainata dal mercato chiave degli Stati Uniti e supportata dai benefici della continua espansione geografica. Gli altri *brand* hanno registrato un calo del -5,5%.
- **House of Cognac and Champagne** (8% delle vendite del Gruppo) ha registrato una crescita del +4,6%. **Courvoisier** ha conseguito una crescita del +6,3%, trainata dai mercati in via di sviluppo e dall'area APAC, mentre gli Stati Uniti hanno mostrato un andamento stabile, nonostante la persistente pressione sulla

² Global Travel Retail

CAMPARI GROUP

categoria. **Grand Marnier** ha registrato una crescita del +5,0%, beneficiando di una base di confronto favorevole, con una normalizzazione della *performance* attesa nella restante parte dell'anno.

- Infine, i **marchi locali** (20% delle vendite del Gruppo) hanno registrato una crescita del +2,9%. **SKYY** ha registrato una crescita del +5,7%, grazie al continuo forte andamento di SKYY Cosmic in Argentina, parzialmente compensato dalla persistente debolezza del mercato chiave statunitense. Gli **altri brand** hanno registrato una crescita del +2,3%, principalmente trainata dai vini spumanti, nell'ambito della strategia focalizzata sul portafoglio aperitivi.

ANALISI DEI RISULTATI PER IL PRIMO SEMESTRE 2026

Le vendite del Gruppo sono state pari a €1.512 milioni, in calo del -1,0% su variazione totale e in crescita del +2,7% in termini organici. L'effetto perimetro è stato pari a -2,0% (€(30) milioni), attribuibile alle cessioni di Cinzano e Averna, quest'ultima perfezionata il 28 maggio 2026, mentre l'effetto cambio è stato pari a -1,8% (€(27) milioni), principalmente riconducibile al dollaro americano.

Il margine lordo è stato pari a €946 milioni, corrispondente al 62,6% delle vendite nette, in aumento del +1,3% su variazione totale. In termini organici, il margine lordo è cresciuto del +4,8%, con un miglioramento della marginalità di +130 punti base, sostenuto da una combinazione di *mix* favorevole derivante dalla solida *performance* degli aperitivi all'inizio del picco stagionale, dagli ultimi benefici derivanti dall'agave, dalla tempistica delle efficienze produttive nei costi dei materiali, e da un impatto più limitato dei dazi statunitensi.

Le spese di pubblicità e promozione (A&P) sono state pari a €264 milioni, corrispondenti al 17,4% delle vendite nette, in aumento del +3,7% su variazione totale. Le spese di pubblicità e promozione sono aumentate organicamente del +5,9%, generando una diluizione del margine pari a -50 punti base, per effetto degli investimenti di *brand building* a supporto del picco stagionale e della *pipeline* di innovazione, in linea con quanto pianificato.

I costi di struttura (SG&A) sono stati pari a €325 milioni, corrispondenti al 21,5% delle vendite nette, in diminuzione del -1,0% complessivamente. La crescita organica del +0,1% ha generato un miglioramento del margine pari a +60 punti base, grazie al proseguimento delle iniziative di contenimento dei costi.

L'EBIT-rettificato è stato pari a €358 milioni, corrispondente al 23,7% delle vendite nette, in aumento del +1,8% su variazione totale. In termini organici, è cresciuto del +8,5%, generando un incremento del margine di +130 punti base, sostenuto dal solido andamento del margine lordo e da una gestione disciplinata dei costi di struttura, che ha sostanzialmente compensato l'aumento degli investimenti in *brand building*. EBIT è stato pari a €249 milioni, in calo del -26,8% su variazione totale.

L'EBITDA-rettificato è stato pari a €430 milioni, in crescita del +6,5% a livello organico e del +0,8% su variazione totale. L'EBITDA è stato pari a €322 milioni, in calo del -22,7% su variazione totale.

Le rettifiche di proventi (oneri) operativi sono state pari a €(109) milioni. Il principale impatto è attribuibile alle iniziative di razionalizzazione del portafoglio, nel cui ambito la cessione di alcune attività non strategiche è giunta a una fase avanzata (si rimanda alla sezione Eventi recenti di seguito). Ciò ha comportato svalutazioni pari a €(82) milioni, principalmente riconducibili a perdite di valore su attività destinate alla vendita, oltre ad altre svalutazioni di attività e marchi. Tali effetti sono stati parzialmente compensati da una plusvalenza ante imposte pari a €19 milioni derivante dalla cessione delle attività Averna e Zedda Piras, completata il 28 maggio 2026.

CAMPARI GROUP

Gli **oneri finanziari totali** sono stati pari a €(38) milioni, in diminuzione rispetto al primo semestre 2025 grazie a un minore indebitamento medio netto (€2.043 milioni rispetto a €2.284 milioni dell'anno precedente). Il **costo medio dell'indebitamento** netto è rimasto stabile al 4,3%, in linea con l'anno precedente, mentre l'emissione obbligazionaria da €600 milioni ha consentito di migliorare il profilo delle scadenze del debito.

L'**utile prima delle imposte-rettificato** è stato pari a €314 milioni, in crescita del +3,3%. L'utile prima delle imposte è stato pari a €211 milioni, in calo del -28,3%, principalmente per effetto delle rettifiche operative sopra descritte.

Le **imposte** sono state pari a €82 milioni. Le imposte correnti sono state pari a €88 milioni.

L'**utile netto del Gruppo-rettificato** è stato pari a €226 milioni, in aumento del +4,7%. L'utile netto del Gruppo è stato pari a €129 milioni, -37,7%.

Il **cash flow ricorrente prima delle variazioni del capitale circolante** è stato pari a €358 milioni. Il **free cash flow ricorrente** è stato pari a €19 milioni, rispetto a €113 milioni nello stesso periodo del 2025, risentendo della stagionalità del capitale circolante operativo. Il **free cash flow** è stato pari a €(78) milioni, rispetto a €35 milioni nel primo semestre 2025.

Gli **investimenti in conto capitale** complessivi sono stati pari a €75 milioni nel primo semestre 2026, di cui €34 milioni relativi a investimenti straordinari, principalmente riconducibili al programma di ampliamento della capacità produttiva, il cui completamento è previsto nel corso del 2026.

L'**indebitamento finanziario netto** al 30 giugno 2026 è stato pari a €2.068 milioni. Il **multiplo di debito finanziario netto rispetto all'EBITDA-rettificato** è stato pari a 2,6 volte, rispetto a 3,2 volte al 30 giugno 2025 e a 2,5 volte al 31 dicembre 2025.

Il **numero complessivo di azioni ordinarie proprie** detenute al 30 giugno 2026 era pari a 31.905.446.

EVENTI RECENTI

Cessione di Averna e Zedda Piras. Il 28 maggio 2026, Campari Group ha completato con successo la cessione di Averna e Zedda Piras, a seguito della firma dell'accordo avvenuta il 18 dicembre 2025, per un corrispettivo di €100 milioni circa.

Cessione di Bellonnie et Bourdillon Successeurs, Bisquit&Dubouché e Cabo Wabo. Il 13 luglio 2026, Campari Group ha avviato negoziazioni in esclusiva e sottoscritto un accordo di *put option* con un operatore privato francese del settore per la cessione del 100% di Bellonnie et Bourdillon Successeurs, unitamente alle sue controllate, le cui attività comprendono la coltivazione della canna da zucchero e la produzione, distribuzione e vendita di prodotti *rum agricole* con i marchi **Trois Rivières**, **Maison La Mauny** e **Duquesne**, nonché la distribuzione e vendita di prodotti di terzi in Martinica. Le società incluse nel perimetro della transazione comprendono i diritti di proprietà intellettuale relativi ai marchi, le rimanenze, gli impianti produttivi, le attività immobiliari e gli altri beni utilizzati nello svolgimento dell'attività.

Inoltre, il 24 luglio 2026, Campari Group ha sottoscritto un accordo di *put option* con un altro operatore in relazione alla cessione delle attività **Bisquit&Dubouché** e tequila **Cabo Wabo**. Il perimetro dell'operazione comprende i diritti di proprietà intellettuale, determinate rimanenze di prodotti finiti per entrambi i marchi e gli immobili relativi all'attività cognac Bisquit&Dubouché. Inoltre, le parti intendono sottoscrivere un accordo di fornitura per la fornitura di cognac Bisquit&Dubouché, nonché un accordo transitorio per la produzione di Cabo Wabo.

CAMPARI GROUP

Entrambe le transazioni rimangono soggette al completamento dei relativi processi di consultazione, autorizzazione regolamentare e approvazione, e si prevede che siano perfezionate entro la fine del 2026. I proventi complessivi delle due operazioni sono stimati in €30 milioni circa.

Le operazioni sono in linea con la strategia del Gruppo volta a ottimizzare il portafoglio e a rafforzare ulteriormente il focus sui marchi strategici chiave.

Gestione delle passività finanziarie ed emissione obbligazionaria. Il 10 giugno 2026, il Gruppo ha collocato con successo obbligazioni *senior unsecured* a tasso fisso per un importo pari a €600 milioni, realizzando la prima emissione nell'ambito del programma Euro Medium Term Notes ('EMTN'). Le obbligazioni scadono il 17 giugno 2033 con una durata di 7 anni e riconoscono una cedola annua fissa pari al 4,25%, con un *re-offer spread* pari a 140 punti base sopra il tasso *mid-swap* di riferimento. A seguito della forte domanda pervenuta, si sono registrate richieste complessive pari a €3 miliardi circa, corrispondenti a circa 5 volte l'ammontare offerto. Questo risultato ha consentito alla Società di incrementare l'offerta iniziale da €500 milioni a €600 milioni. Il 17 giugno 2026, il Gruppo ha inoltre completato con successo l'offerta pubblica di acquisto sul prestito obbligazionario da €550 milioni con cedola 1,250% e scadenza 6 ottobre 2027. L'operazione si è conclusa con il riacquisto di un valore nominale pari a €296 milioni, corrispondente a un tasso di adesione del 54%, a un prezzo pari al 97,868%.

DEPOSITO DI DOCUMENTAZIONE

La relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2026, che include, *inter alia*, il bilancio e la relazione della gestione, sarà resa disponibile presso il sito della Società (<https://www.camparigroup.com/it/page/investors>) e tramite tutti gli altri canali ammessi dal regolamento vigente.

Il Consiglio di amministrazione è responsabile della preparazione della relazione semestrale, comprensiva del bilancio consolidato abbreviato e della relazione intermedia sulla gestione al 30 giugno 2026, in conformità con la legge olandese sulla vigilanza finanziaria ('Dutch Financial Supervision Act') e gli standard finanziari internazionali applicabili (IFRS) per l'informativa intermedia, IAS 34-'Interim Financial Reporting'. La relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2026 è stata assoggettata a revisione contabile limitata da parte della società di revisione indipendente.

Disclaimer. Il presente documento contiene alcune dichiarazioni previsionali relative a Campari Group. Tutte le dichiarazioni incluse nel presente documento 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. I dati sono espressi senza arrotondamenti. Per effetto degli arrotondamenti, i dati riportati in questa e in altre tabelle del presente documento potrebbero non risultare esattamente corrispondenti. Salvo diversa indicazione, i commenti contenuti nel presente documento si riferiscono alla variazione organica delle vendite nette del primo semestre chiuso al 30 giugno 2026 rispetto al primo semestre chiuso al 30 giugno 2025. Pertanto, Campari e le sue affiliate, nonché i suoi amministratori, consulenti, dipendenti e rappresentanti, declinano espressamente qualsiasi responsabilità per tali dichiarazioni previsionali. 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. Tali dichiarazioni previsionali si riferiscono solo alla data del presente documento 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.

CAMPARI GROUP

ANALYST CONFERENCE CALL

Mercoledì 29 luglio 2026 alle ore 18.15 CET, il management di Campari terrà una *conference call* per presentare del primo semestre 2026 del Gruppo a seguito della pubblicazione del comunicato stampa dopo la chiusura dei mercati alle 17.45 circa CET.

Simon Hunt, Chief Executive Officer e **Francesco Mele**, Chief Financial Officer terranno la *conference call*.

Per partecipare via **Webcast** (solo ascolto):

<https://87399.choruscall.eu/links/campari260729.html>

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

- **dall'Italia:** (+39) 02 802 09 11
- **dall'estero:** (+44) 121 281 8004

Riproduzione digitale: Una riproduzione digitale della teleconferenza e del *webcast* sarà disponibile da mercoledì 29 luglio per circa una settimana.

Per ascoltarla, chiamare il seguente numero:

(+39) 02 802 09 87

(Codice di accesso: 700885#)

(PIN: 885#)

Slide della presentazione: Le *slide* della presentazione sono scaricabili dalla Home Page Investor Relations di Campari all'indirizzo dopo la chiusura dei mercati alle 17.45 circa CET:

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

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

Investor Relations

Chiara Garavini

Tel. +39 02 6225330

Email: chiara.garavini@campari.com

Gulsevin Tuncay

Tel. +39 02 6225528

Email: gulsevin.tuncay@campari.com

Corporate Communications

Enrico Bocedi

Tel. +39 02 6225680

Email: enrico.bocedi@campari.com

Marta Andena

Tel. +39 02 6225681

Email: marta.andena@campari.com

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

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

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

<https://twitter.com/GruppoCampari>

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

Visit *Our Story*

PROFILO DI CAMPARI GROUP

Campari Group è uno dei maggiori player a livello globale nel settore degli spirits, con un portafoglio di oltre 50 marchi premium e super premium, che spaziano dagli Aperitivi, tra cui gli iconici Aperol e Campari, ai distillati di Agave, come la tequila Espolòn, ai Whiskey e Rum, tra cui Wild Turkey e Wray&Nephew Overproof, fino ai Cognac e Champagne, come Courvoisier e Grand Marnier. Campari Group, fondata nel 1860, è una delle aziende di spirits in più rapida crescita a livello globale e leader indiscusso nella categoria degli aperitivi. Ha un network distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 Paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. Con sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni, Campari Group conta 21 siti produttivi in tutto il mondo e una rete distributiva propria in 27 paesi. Campari Group impiega circa 4,800 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>. Campari Group promuove un consumo responsabile.

- seguono tabelle -

CAMPARI GROUP

Scomposizione delle vendite nette consolidate per area geografica nel primo semestre 2026

	Vendite (€ mln)	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
			Totale	Organica	Perimetro	Totale
Europa	698	46,2%	+0,5%	+1,9%	-1,6%	+0,2%
Nord America	547	36,2%	-3,5%	+2,6%	-0,4%	-5,6%
Mercati in via di sviluppo	162	10,7%	+9,0%	+9,1%	-3,9%	+3,8%
Asia- Pacifico e GTR	106	7,0%	-10,6%	+0,0%	-9,0%	-1,6%
Totale	1.512	100,0%	-1,0%	+2,7%	-2,0%	-1,8%

Scomposizione delle vendite nette consolidate per *House of Brand* nel primo semestre 2026

	Vendite (€ mln)	Peso vendite Gruppo %	variazione %, di cui:			
			Totale	Organica	Perimetro	Cambi
House of Aperitifs	741	49,0%	+3,2%	+4,0%	+0,0%	-0,8%
House of Whiskey&Rum	189	12,5%	-10,3%	-6,0%	+0,0%	-4,3%
House of Agave	150	9,9%	+1,2%	+6,9%	+0,0%	-5,7%
House of Cognac&Champagne	125	8,3%	+0,7%	+4,6%	+0,0%	-3,9%
Marchi locali	308	20,3%	-5,9%	+2,9%	-9,2%	+0,4%
Totale	1.512	100,0%	-1,0%	+2,7%	-2,0%	-1,8%

CAMPARI GROUP

Vendite nette consolidate storiche per area geografica

Vendite nette	2025							2026		
€ mln	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY	Q1	Q2	H1
Europa	272	423	695	334	1.029	337	1.366	275	423	698
Nord America	262	305	567	286	853	279	1.132	242	305	547
Mercati in via di sviluppo	74	75	148	68	216	84	300	78	83	162
Asia- Pacifico e GTR	58	60	118	64	183	71	254	48	58	106
Totale	666	862	1.528	753	2.281	770	3.051	643	869	1.512

Variazione organica delle vendite nette	2025							2026		
%	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY	Q1	Q2	H1
Europa	-5%	+3%	+0%	+3%	+1%	+3%	+2%	+2%	+2%	+2%
Nord America	-7%	+1%	-2%	+4%	-0%	+1%	+0%	+2%	+3%	+3%
Mercati in via di sviluppo	-4%	+17%	+6%	+13%	+8%	+20%	+11%	+13%	+6%	+9%
Asia- Pacifico e GTR	+14%	-1%	+5%	+4%	+5%	+7%	+6%	-2%	+2%	+0%
Totale	-4%	+3%	+0%	+4%	+2%	+5%	+2%	+3%	+3%	+3%

Vendite nette consolidate storiche per House of Brand

Vendite nette	2025							2026		
€ mln	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY	Q1	Q2	H1
House of Aperitifs	290	428	718	329	1.047	291	1.338	289	451	741
House of Whiskey&Rum	100	111	210	113	323	103	426	87	102	189
House of Agave	63	85	148	74	223	69	292	60	90	150
House of Cognac&Champagne	64	60	124	74	198	105	303	62	63	125
Marchi locali	149	178	327	163	490	202	692	144	164	308
Totale	666	862	1.528	753	2.281	770	3.051	643	869	1.512

Variazione organica delle vendite nette	2025							2026		
%	Q1	Q2	H1	Q3	9M	Q4	FY	Q1	Q2	H1
House of Aperitifs	-1%	+4%	+2%	-0%	+1%	+6%	+2%	+2%	+5%	+4%
House of Whiskey&Rum	-2%	-1%	-1%	+19%	+5%	-5%	+2%	-5%	-7%	-6%
House of Agave	-2%	+10%	+5%	+0%	+3%	+4%	+3%	+5%	+8%	+7%
House of Cognac&Champagne	-13%	+8%	-1%	+16%	+7%	+26%	+14%	+3%	+6%	+5%
Marchi locali	-9%	-0%	-4%	+2%	-2%	+0%	-1%	+9%	-2%	+3%
Totale	-4%	+3%	+0%	+4%	+2%	+5%	+2%	+3%	+3%	+3%

CAMPARI GROUP

Conto economico consolidato nel primo semestre 2026

	H1 2026		H1 2025		Variazione totale
	€ milioni	%	€ milioni	%	
Vendite nette	1.512	100,0 %	1.528	100,0 %	-1,0%
Costo del venduto ⁽¹⁾	(566)	(37,4)%	(594)	(38,9)%	-4,7%
Margine lordo	946	62,6 %	934	61,1 %	+1,3%
Pubblicità e promozioni	(264)	(17,4)%	(254)	(16,6)%	+3,7%
Margine di contribuzione	683	45,2 %	680	44,5 %	+0,4%
Costi di struttura ⁽²⁾	(325)	(21,5)%	(328)	(21,5)%	-1,0%
Risultato della gestione corrente (EBIT-rettificato)	358	23,7 %	352	23,0 %	+1,8%
Rettifiche di proventi (oneri) operativi	(109)	(7,2)%	(11)	(0,7)%	nm
Altri ricavi (costi) dalla cessione di business	—	-%	—	-%	nm
Risultato operativo (EBIT)	249	16,5 %	341	22,3 %	-26,8%
Proventi (oneri) finanziari netti	(38)	(2,5)%	(50)	(3,3)%	-23,5%
Proventi (oneri) per <i>earn-out</i> ed effetti di iperinflazione	—	-%	5	0,3%	nm
Quota di utile (perdita) di società valutate con il metodo del patrimonio netto e altri investimenti	—	-%	(1)	(0,1)%	nm
Utile prima delle imposte	211	13,9 %	294	19,2 %	-28,3%
Utile prima delle imposte-rettificato	314	20,8 %	304	19,9 %	+3,3%
Imposte	(82)	(5,4)%	(88)	(5,8)%	-7,4%
Utile netto	129	8,5 %	206	13,5 %	-37,3%
Utile netto-rettificato	226	15,0 %	215	14,1 %	+5,1%
Interessi di minoranza	—	-%	(1)	-%	nm
Utile netto del Gruppo	129	8,5 %	206	13,5 %	-37,7%
Utile netto del Gruppo-rettificato	226	15,0 %	216	14,1 %	+4,7%
Totale ammortamenti	(72)	(4,8)%	(75)	(4,9)%	-3,7%
EBITDA-rettificato	430	28,4 %	427	27,9 %	+0,8%
EBITDA	322	21,3 %	416	27,2 %	-22,7%

Note:

(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 30 giugno 2026

	30 Giugno 2026	30 Giugno 2025
	€ milioni	€ milioni
ATTIVO		
Attività non correnti		
Immobilizzazioni materiali nette	1.476	1.449
Diritto d'uso	63	62
Attività biologiche	18	30
Avviamento	2.272	2.233
Marchi	1.126	1.144
Attività immateriali a vita definita	84	87
Partecipazioni in <i>joint ventures</i>	10	10
Imposte differite attive	92	73
Altre attività non correnti	34	37
Altre attività finanziarie non correnti	26	22
Totale attività non correnti	5.202	5.148
Attività correnti		
Rimanenze	1.745	1.687
Attività biologiche	30	34
Crediti commerciali	416	327
Crediti finanziari correnti	15	16
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	698	703
Crediti per imposte sul reddito	19	16
Altre attività correnti	125	103
Attività destinate alla vendita	36	78
Totale attività correnti	3.082	2.963
Totale attività	8.284	8.111
PASSIVO E PATRIMONIO NETTO		
Patrimonio netto		
Patrimonio netto di pertinenza della Capogruppo	3.992	3.863
Patrimonio netto di pertinenza di terzi	1	1
Totale patrimonio netto	3.993	3.864
Passività non correnti		
Prestiti obbligazionari	1.888	1.590
Debiti verso banche	493	628
Altre passività finanziarie non correnti	144	139
Piani a benefici definiti	22	22
Fondi per rischi e oneri futuri	51	61
Imposte differite passive	466	451
Altre passività non correnti	33	19
Totale passività non correnti	3.098	2.910
Passività correnti		
Prestiti obbligazionari	—	—
Debiti verso banche	235	272
Altre passività finanziarie correnti	46	70
Debiti verso fornitori	610	715
Debiti per imposte sul reddito	84	52
Altre passività correnti	210	228
Passività destinate alla vendita	9	—
Totale passività correnti	1.194	1.336
Totale passività	4.291	4.247
Totale passività e patrimonio netto	8.284	8.111

CAMPARI GROUP

Rendiconto finanziario consolidato al 30 giugno 2026

	H1 2026	H1 2025
	€ milioni	€ milioni
EBITDA	322	416
Imposte pagate e altre variazioni operative ⁽¹⁾	(32)	(59)
Flusso di cassa generato dalle attività operative prima delle variazioni di capitale circolante	290	357
Variazione capitale circolante netto operativo	(254)	(190)
Flusso di cassa generato dalle attività operative	36	167
Interessi netti pagati	(39)	(50)
Spese in conto capitale	(75)	(82)
Free cash flow	(78)	35
Acquisizioni e vendite di società o rami d'azienda	96	(1)
Dividendo pagato dalla Capogruppo	(120)	(78)
Altre variazioni (inclusi acquisti netti azioni proprie)	11	(20)
Totale flusso di cassa assorbito da altre attività	(13)	(99)
Variazione delle posizione finanziaria per effetto delle attività dell'esercizio	(91)	(64)
Variazione debiti per <i>put option</i> ed <i>earn-out</i>	(3)	16
Incrementi per investimenti in diritti d'uso per <i>lease</i>	(9)	(4)
Totale flusso di cassa netto del periodo=variazione della posizione finanziaria netta	(103)	(52)
Effetto cambio sul debito finanziario netto	(7)	47
Indebitamento finanziario netto a inizio periodo	(1.958)	(2.377)
Indebitamento finanziario a fine periodo	(2.068)	(2.382)

(1) Include gli effetti dell'iperinflazione in Argentina; le svalutazioni di avviamento, marchi, immobilizzazioni materiali e business ceduti; accantonamenti ed altre variazioni da attività operative