Campari punta sugli alcolici di fascia alta. E crescono utili e ricavi

gruppo-campari-logo-080f546e

Campari raccoglie i frutti della “rivoluzione” vissuta nell’ultimo anno che ha visto l’acquisto di Grand Marnier e un processo di pulizia del portafoglio marchi, che ha portato a concentrarsi sui superalcolici di fascia alta, sulla scia del liquore francese, e a a vendere i marchi minori e non più centrali (da cui l’addio a Lemonsoda e ai vini).

La big italiana dei drink - scrive la Repubblica - ha infatti chiuso i primi nove mesi di esercizio con un utile prima delle imposte rettificato pari a 224,6 milioni di euro, in crescita del 22,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, "grazie al continuo miglioramento del mix delle vendite, trainato dalla costante sovra performance dei brand a priorità globale e regionale nei mercati chiave", come spiega una nota, mentre l'utile prima delle imposte ha segnato un balzo dell'81% a 238,2 milioni.