Campari: le marche principali spingono la crescita organica delle vendite

lavoro-campari-a7531e40

“Nei primi nove mesi 2018 abbiamo registrato una crescita organica delle vendite molto positiva, in accelerazione nel terzo trimestre, grazie alla continua sovra performance delle marche chiave a priorità globale e regionale, a elevata marginalità, nei principali mercati sviluppati”. Così Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer, ha commentato i risultati di esercizio al 30 settembre 2018 del Gruppo Campari.

In dettaglio - si legge in una nota dell’azienda -, le vendite sono state pari a 1.200,6 milioni di euro, in diminuzione del 2,5% a livello totale; solida invece la crescita organica, pari a +6,6% (escluso l’effetto prezzo in Argentina). Il trend favorevole è stato trainato da Aperol, Campari, Wild Turkey ed Espolòn, e, a livello geografico da Stati Uniti, Europa Occidentale e Australia.

“Guardando alla restante parte dell’anno, le nostre prospettive rimangono sostanzialmente invariate e bilanciate in termini di rischi e opportunità. Rimaniamo fiduciosi sul conseguimento di una performance positiva per i principali indicatori di crescita organica nell’anno”.