Campari inizia con sprint il 2021 e punta sul super premium

campari-mix-8cad8c99

Ottimi risultati per il gruppo Campari, che guarda al futuro lanciando RARE, la nuova linea super premium.

Parte con il vento in poppa il 2020 di Campari che registra al suo attivo vendite nette pari a €397,9 milioni, in aumento del +10,5% su base totale, e del +17,9% a livello organico. Se confrontate con il primo trimestre 2019 che rappresenta la base di riferimento invariata rispetto all'impatto Covid-19, – si legge nella nota del Gruppo - la crescita organica è stata pari a +12,1%.

L'EBIT si è attestato a 66,4 milioni e l'EBIT rettificato a €68,5 milioni. L'utile del Gruppo prima delle imposte, è stato pari a €64,8 milioni, in aumento del +112,1%; l'utile prima delle imposte rettificato (che esclude le rettifiche per proventi -oneri- operativi e finanziari, nonché la rivalutazione al fair value dell'investimento nella joint venture sudcoreana per un ammontare totale netto positivo pari a €0,7 milioni) è pari a €64,1 milioni, in crescita del +84,7%.

"Nel complesso – commenta **Bob Kunze-Concewitz, Chief Executive Officer** - abbiamo registrato un inizio d'anno molto sostenuto e soddisfacente, con i nostri brand in buono stato di salute, grazie ai consumi domestici sostenuti. Ciononostante, l'andamento in questo trimestre a bassa stagionalità è stato amplificato anche da una base di confronto favorevole e dall'effetto della Pasqua anticipata".

Sul futuro, invece aleggia un po'di incertezza data non solo da un peggioramento delle previsioni sui tassi di cambio, ma anche dalla volatilità causata delle restrizioni in corso e delle tempistiche delle campagne vaccinali nell'Unione Europea, che stanno particolarmente influenzando il canale on-premise e il canale Global Travel Retail.

Ad ogni modo il Ceo prevede che: "Il buono stato di salute dei brand permanga, alimentato da sostenuti investimenti di marketing, che sono previsti accelerare nella stagione di punta degli aperitivi,

oltre che da una graduale riapertura del canale on-premise e dalla continua crescita del canale e-commerce”.

Prossimi passi

Uno dei principali obiettivi del Gruppo, è oggi quello di conquistare operatori del settore e consumatori di fascia elevata nel mercato degli spirit super premium e oltre.

“Siamo lieti di annunciare – specifica infatti Bob Kunze-Concewitz - il lancio della divisione RARE, un nuovo approccio dedicato al segmento degli spirit di alta gamma, in cui intendiamo affermarci tra i principali player negli Stati Uniti e nei principali mercati globali”.

Attraverso questa iniziativa strategica, **Campari Group mira a innescare e accelerare la crescita della propria offerta attuale e futura di prodotti di fascia alta e altissima**, ricercando un nuovo e dedicato approccio al brand building e alle strategie commerciali. Negli Stati Uniti, RARE si concentrerà su tre segmenti di prodotto: *Opulent*, segmento di fascia più alta con offerta di prodotti luxury che consente a Campari di conquistare una base di clienti dal reddito alto; *Boutique*, prodotti di nicchia che consentono a Campari di interagire con intenditori di prodotti spirit, consumatori e bartender esperti; *Signature*, segmento con offerta super premium di base, con prodotti riconosciuti e premiati rappresentativi delle categorie più rilevanti e in più rapida crescita negli Stati Uniti. Oltre agli Stati Uniti, è previsto uno sviluppo dell'iniziativa RARE, arricchita con le migliori espressioni dal portafoglio dei brand leader del Gruppo, in selezionati mercati europei e in Australia, nonché nel canale e-commerce.