

CAMPARI – WEER MEER IN MARKETING

Dit jaar is het drankje Campari 150 jaar geworden. Gaspare Campari was in 1860 uitvinder van het drankje dat bestaat uit wijn met toegevoegde kruiden. Maar het bedrijf dat tot de grootste zes fabrikanten van sterke dranken behoort, verkoopt naast sterke dranken ook wijn en fris. Het Italiaanse bedrijf staat te boek als overnamemachine. Zo werd in 2001 US Skyy Vodka overgenomen en in 2003 de Italiaanse wijn- en sterkedrankproducent Barbero 1981 (Aperol en Aperol Soda). Meer recentelijk lijfde de drankgigant Wild Turkey (premium Kentucky Whisky) in. Mede als gevolg van deze overname steeg de omzet in het eerste kwartaal met 22,9 procent meer dan analisten hadden verwacht.

2009	Campari
Omzet	1,0 mrd
Nettowinst	137,1 mln
Dividend	0,06
Koers-winstverhouding	15
Beurswaarde	2,1 mrd
Ceo	Bob Kunze-Concewitz
Leeftijd	42
Basissalaris	?
Personeel	2.176

Het bedrijf met een notering aan de Italiaanse beurs voerde de door de crisis iets gereduceerde marketinguitgaven weer op. Het budget was overigens nog altijd groter dan dat van de meeste concurrenten. "Onze marketingfilosofie is dat we het grootste marketingbudget willen hebben in de markten waar we opereren. Wij geven ten minste 18 procent van de omzet uit aan marketing, bij concurrenten is dit hooguit 15 procent", aldus ceo Bob Kunze-Concewitz. Een slimme zet, want door marketinguitgaven kunnen de marges (uiteindelijk) omhoog (ebitdamarge 2009: 25,9 procent). Momenteel is een campagne gebouwd voor Skyy Vodka rondom de film Sex and the City 2. Maar de meeste mannen zullen wachten op de nieuwe Campari-kalender. Vorig jaar schitterde Hollywoodster Jessica Alba hierin. ■

Campari (€)

