



L'Audit Report: Contenuti Essenziali e Potere Informativo

Verona, 13 maggio 2016

GRUPPO
CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION



AGENDA

Il Gruppo Campari

L'Organizzazione dell'Internal Auditing nel Gruppo Campari

L'Audit Report – Principi Generali

L'Audit Report in Campari

Spunti di Discussione

GRUPPO CAMPARI OGGI

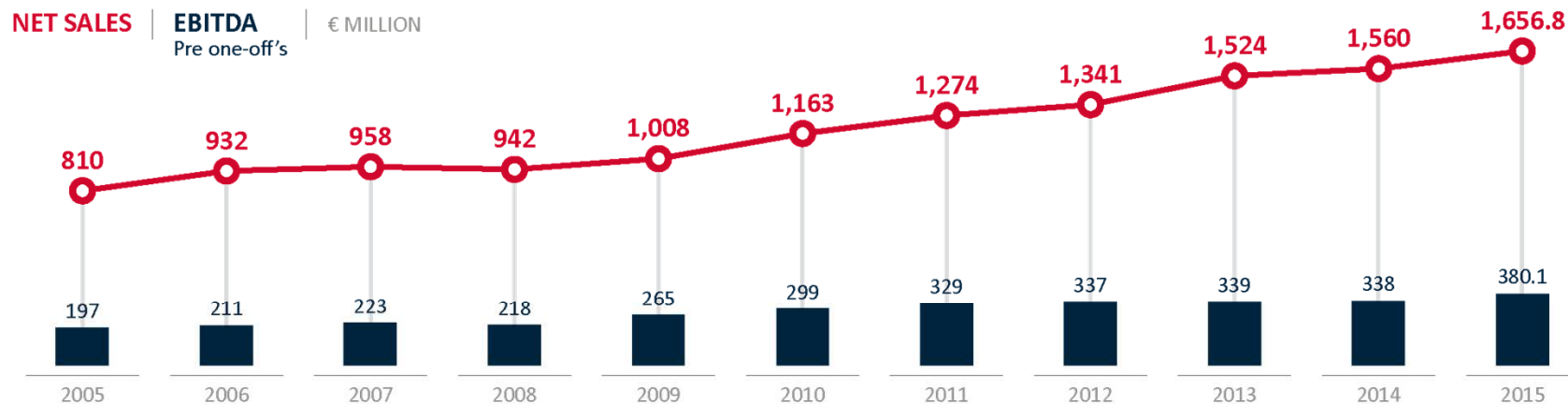


- 1 Diageo
- 2 Pernod Ricard
- 3 Bacardi Ltd.
- 4 Brown-Forman
- 5 Beam Suntory
- 6 Gruppo Campari**
- 7 Contellation Brands
- 8 E.&J. Distillers
- 9 Mast-Jägermeister
- 10 The Edrington Group

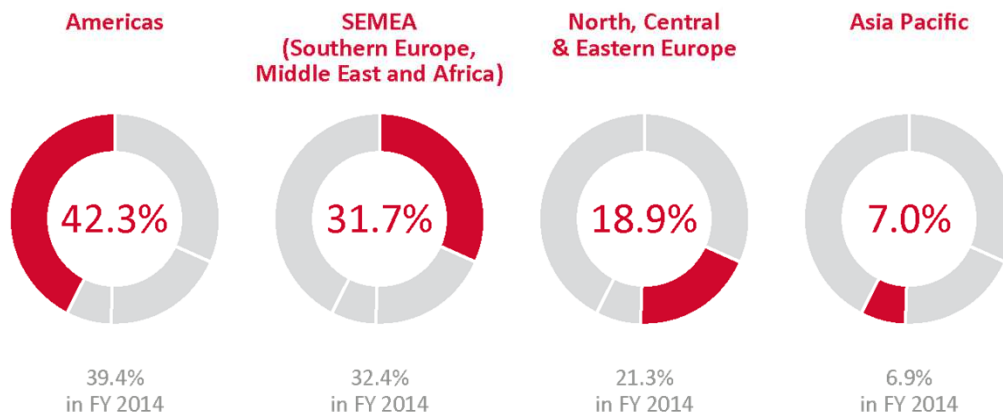
6th THE GROUP'S RANKING IN THE GLOBAL BEVERAGE INDUSTRY	16 MANUFACTURING PLANTS OWNED BY GRUPPO CAMPARI	190 THE MARKETS IN WHICH GRUPPO CAMPARI DISTRIBUTES	1860 THE YEAR OF THE FOUNDATION	2001 THE YEAR OF THE LISTING ON THE ITALIAN STOCK EXCHANGE
--	---	---	--	--

*SOURCE: IMPACT DATABANK 2015

UNA STORIA DI ACQUISIZIONI DI SUCCESSO



BREAKDOWN BY REGION



Fiscal Year (FY) 2015

consolidated net sales **€1,656.8 MILLION**

USA	22.1 %	(19.4 % in FY 2014)	Americas
Jamaica	5.9 %	(6.5 % in FY 2014)	
Brazil	4.2 %	(5.2 % in FY 2014)	
Canada	2.9 %	(2.4 % in FY 2014)	
Argentina	3.1 %	(2.3 % in FY 2014)	
Italy	25.1 %	(26.4 % in FY 2014)	SEMEA
Germany	10.0 %	(10.3 % in FY 2014)	North, Central & Eastern Europe
Russia	1.9 %	(4.5 % in FY 2014)	
Australia	4.9 %	(4.9 % in FY 2014)	Asia Pacific

GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION



UNA STORIA DI ACQUISIZIONI DI SUCCESSO

Gruppo Campari focuses its external growth efforts on spirits and the strategic thinking is driven by the desire to reach or enhance critical mass in key geographic markets. Campari has a significant track record of successful acquisitions, having executed 24 since 1995, for an overall value of more than € 2 billion.



* Distribution Company

** Contract beverage Packer

*** Subsequently disposed

L'EVOLUZIONE DEL 'MONDO CAMPARI'

Campari nel 1995



24 acquisitions in 14 countries
7 newco opened in 7 countries

Campari oggi
20 anni dopo



OVER 50
PREMIUM
AND SUPER
PREMIUM
BRANDS



BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION



AGENDA

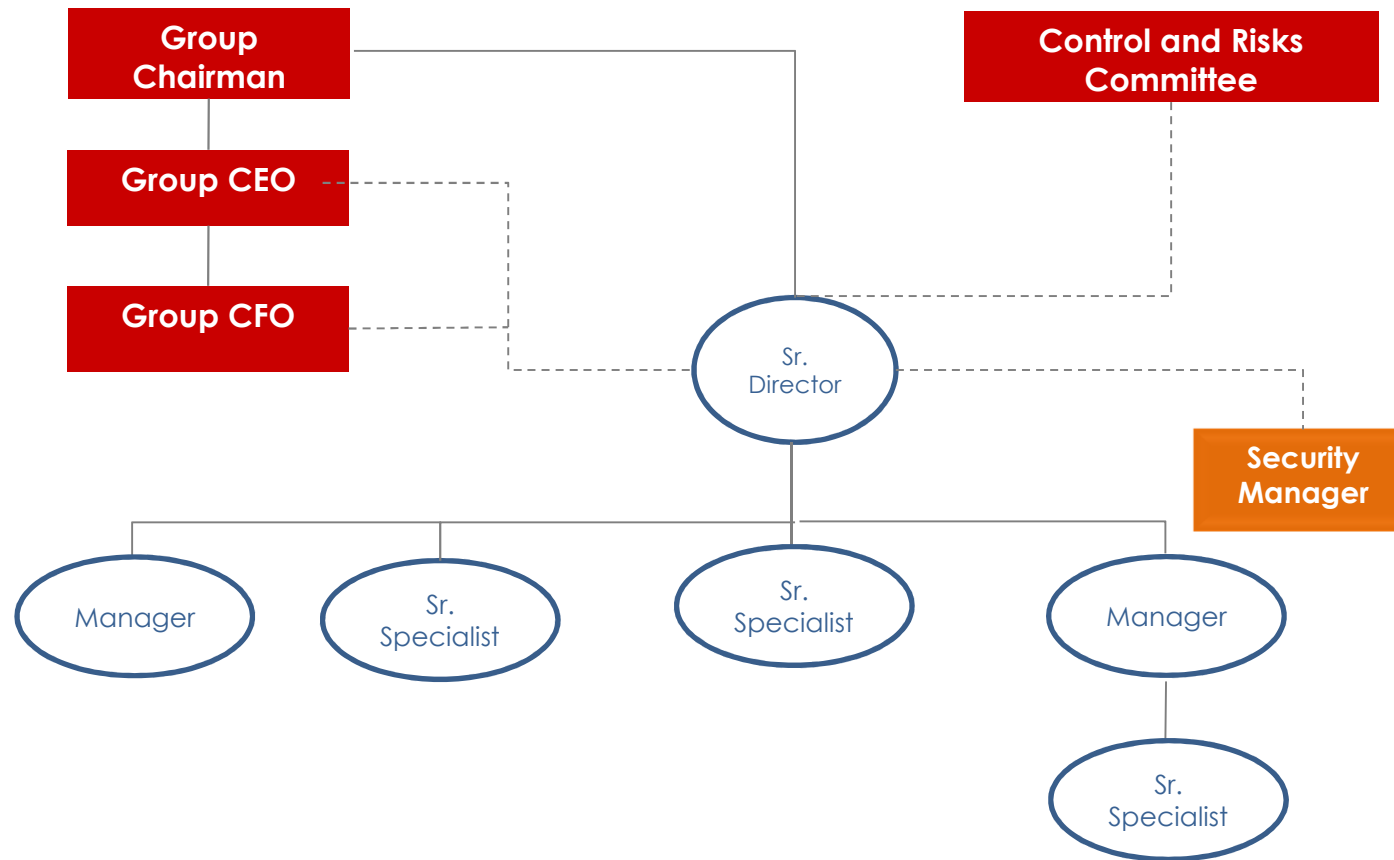
Il Gruppo Campari

L'Organizzazione dell'Internal Auditing nel Gruppo Campari

L'Audit Report – Principi Generali

L'Audit Report in Campari

I.A. - LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA



UN APPROCCIO EFFICIENTE

Evoluzione in linea
con la strategia
del Gruppo

Elevata mobilità

Linee Guida

Vicini al
Top Management

Percepiti come:

6 Auditor con skills complementari

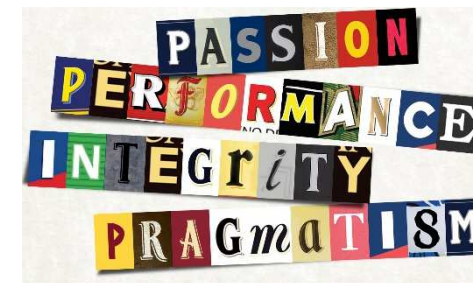
Lingue: Italiano, Inglese, Russo, Francese, Spagnolo, Ceco

Outsourcing limitato
300+ K miglia per anno
30% del tempo in viaggio
Una media di 20 audit per anno

Valutare nuovi rischi provenienti dalle acquisizioni
Mantenere un alto grado di copertura
Mantenere il controllo attraverso costanti follow up

Funzione centralizzata in HQ + Team locale in Giamaica
Contatti pressoché quotidiani

Flessibili
Rispondenti alle sfide del Gruppo
Collaborativi
Ad elevato ROI



IL CATALOGO DELLE ATTIVITA' DI AUDIT

Departmental audit
Operational audit
Compliance audit
IT audit
Financial audit
Fraud audit
Follow-up audit
Integrated Audit

Attività di Compliance:

- Legge 231
- Legge 262
- # paesi

Implementazione della funzione di Risk Management

Interventi pre/post acquisizione

UNA FUNZIONE CENTRALIZZATA EFFICIENTE

Condividere le best practice

Audit operati in 25 paesi

>>> EUROPA

Austria
Belgio
Francia
Germania
Grecia
Irlanda
Italia
Monaco
Polonia
Svizzera
Paesi bassi
U.K.
Slovacchia

>>> AMERICA

Argentina
Brasile
Giamaica
Messico
Peru
Stati Uniti

>>> ASIA/PACIFICO

Australia
Cina
Hong Kong
India

>>> EST EUROPA

Russia
Ucraina

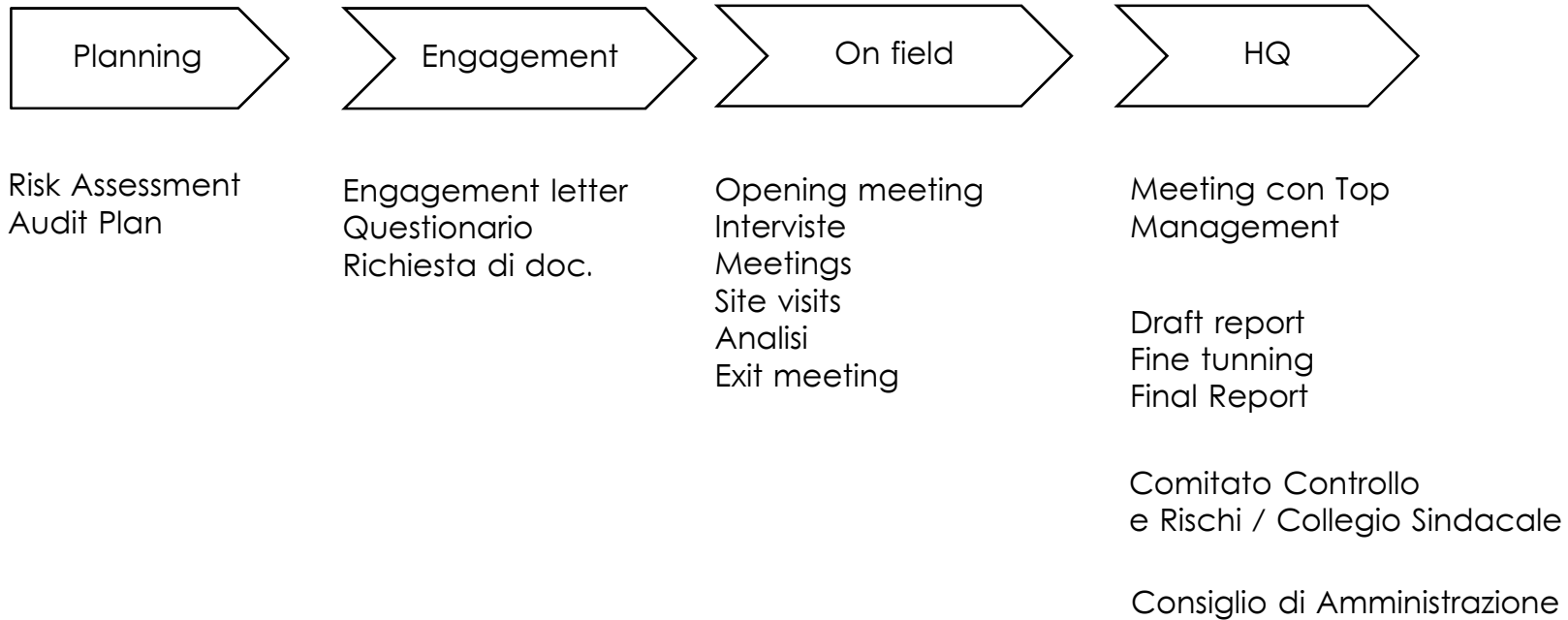
Fornire input alle altre funzioni per interventi veloci ed efficaci

Collaborazione intensa con le altre funzioni durante le attività

Report rilasciato agli auditee entro 10 giorni lavorativi



UN APPROCCIO EFFICIENTE



AGENDA

Il Gruppo Campari

L'Organizzazione dell'Internal Auditing nel Gruppo Campari

L'Audit Report – Principi Generali

L'Audit Report in Campari

STANDARD DI PROFESSIONE (IPPF)

In base all'International Professional Practices Framework (IPPF) per l'Internal Auditing, vi sono i seguenti standard internazionali in tema di Reporting:

1111 - Comunicazione con il Board: *Il responsabile internal audit deve poter comunicare e interagire direttamente con il board*

2060 - Informazione periodica al Senior Management e al Board: *Il responsabile internal audit deve informare periodicamente il senior management e il board in merito a finalita', poteri e responsabilità dell'attività di internal audit, nonché comunicare lo stato di avanzamento del piano. Tale comunicazione deve comprendere inoltre i rischi significativi, i problemi di controllo, di governance e ogni altra informazione necessaria o richiesta da essi.*

2420 - Qualità della comunicazione: *La comunicazione deve essere accurata, obiettiva, chiara, concisa, costruttiva, completa e tempestiva.*

2440 - Divulgazione dei risultati: *Il responsabile internal auditing deve comunicare i risultati agli opportuni destinatari.*

2400 - Comunicazione dei risultati: *Gli internal auditor devono comunicare i risultati degli incarichi.*

2410 - Modalità di comunicazione: *La comunicazione deve includere gli obiettivi e l'estensione dell'incarico, così come le pertinenti conclusioni, raccomandazioni e piani d'azione.*



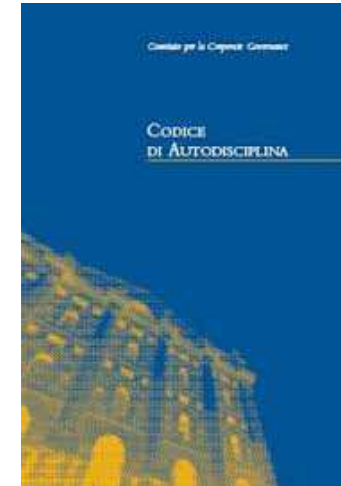
2450 - Giudizi complessivi: *quando si esprime un giudizio complessivo, questo deve tener conto delle aspettative del senior management, del board e degli stakeholder e deve essere sostenuto da informazioni sufficienti, affidabili, pertinenti e utili.*

CODICE DI AUTODISCIPLINA DI BORSA ITALIANA (LUGLIO 2015)

Art 7.C.5:

Il responsabile della funzione di internal audit:

- a) verifica, sia in via continuativa sia in relazione a specifiche necessità e nel rispetto degli standard internazionali, l'operatività e l'idoneità del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, attraverso un **piano di audit, approvato dal consiglio di amministrazione**, basato su un processo strutturato di analisi e prioritizzazione dei principali rischi;
- b) non è responsabile di alcuna area operativa e dipende gerarchicamente dal consiglio di amministrazione;
- c) ha accesso diretto a tutte le informazioni utili per lo svolgimento dell'incarico;
- d) ***predispone relazioni periodiche contenenti adeguate informazioni sulla propria attività, sulle modalità con cui viene condotta la gestione dei rischi nonché sul rispetto dei piani definiti per il loro contenimento. Le relazioni periodiche contengono una valutazione sull'idoneità del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;***
- e) ***predispone tempestivamente relazioni su eventi di particolare rilevanza;***
- f) ***trasmette le relazioni di cui ai punti d) ed e) ai presidenti del collegio sindacale, del comitato controllo e rischi e del consiglio di amministrazione nonché all'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.***



Compliance 262 e Modello 231

Legge N. 262 28 Dicembre 2005



Le disposizioni

- Nomina del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari
- Attestazione che le informazioni e i dati nei documenti ufficiali corrispondano al vero
- Definizione di procedure amministrative e contabili per la predisposizione del bilancio
- Attestazione che le procedure vengano applicate da parte degli organi amministrativi delegati



La Funzione Internal Audit **supporta il Dirigente preposto** nelle:

- attività di verifica periodica della compliance alla normativa.
- **comunicazioni ufficiale dei risultati** degli audit 262 svolti al Dirigente Preposto e Top Management.

Legge N. 231 8 Giugno, 2001



Responsabilita' penale ed amministrativa degli enti per gli illeciti derivanti da reati tra i quali: reati contro la pubblica amministrazione, abuso di mercato, reati societari, violazione delle norme sulla salute e sicurezza dei lavoratori, etc.



Le Società sono tenute a:

- dotarsi di un **Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs 231** per rafforzare i propri presidi di organizzazione e controllo interno.
- istituire un **Organismo di vigilanza indipendente (OdV)** deputato a vigilare sull'efficacia, sul funzionamento, sull'osservanza e sull'aggiornamento continuo del Modello.

Per tale compito l'OdV si avvale del supporto della Funzione Internal Audit che e' tenuta a fornirgli una **reporting periodico sulle verifiche 231 condotte.**

DAVIDE CAMPARI-MILANO S.P.A.

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE,
GESTIONE E CONTROLLO
AI SENSI DEL
DECRETO LEGISLATIVO
8 GIUGNO 2001, N. 231

GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION

AGENDA

Il Gruppo Campari

L'Organizzazione dell'Internal Auditing nel Gruppo Campari

L'Audit Report – Principi Generali

L'Audit Report in Campari

UNO STRUMENTO PRAGMATICO CHE EVOLVE

	Auditee	Officers	Comitato e Collegio Sindacale	Società di Revisione
Report ITA	●	●	●	●
Report ENG	●	●	●	●
Summary			●	●
ppt			●	
Report ENG	●	●	●	●

UNA STRUTTURA PER TUTTI GLI STAKEHOLDERS

Cover



Informazioni Generali e Dati Finanziari
Obiettivo e Metodologia

Source of Information

Area	Internal	External
Management	Internal	External
Shareholders	Internal	External
Employees	Internal	External
Suppliers	Internal	External
Debtors	Internal	External
Regulators	Internal	External
Other Stakeholders	Internal	External

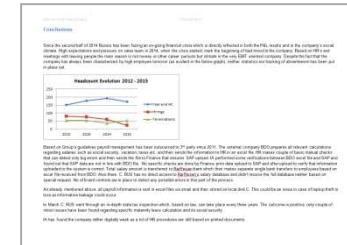
Key Figures and Financial Data

Item	2018	2017
Revenue	1,140	1,050
Operating Profit	210	190
Net Profit	150	140
EPS	0.75	0.70
Dividend	0.50	0.45
Market Capitalization	1,200	1,100
Number of Employees	10,000	9,500

Objectives

- Provide a clear and concise overview of the company's performance and financial results.
- Highlight the company's strategic focus and key initiatives.
- Provide a detailed analysis of the company's financial performance and risk factors.
- Provide a clear and concise overview of the company's governance and sustainability practices.

Conclusioni



Fattori Esterni

External Factors Impacting Company's Business

1. **Market Conditions:**

The market conditions in the spirits industry have been challenging in recent years, with a decline in consumer spending and a shift in consumer preferences. The company has responded to these challenges by focusing on its core brands and expanding its product portfolio. The company's focus on quality and innovation has helped it maintain its market position and drive growth.

2. **Regulatory Changes:**

The regulatory environment in the spirits industry has become increasingly complex, with new regulations and taxes being introduced in various markets. The company has proactively engaged with regulators and industry associations to ensure compliance and minimize the impact of these changes.

3. **Competition:**

The spirits industry is highly competitive, with many established brands and new entrants. The company has differentiated itself through its focus on quality, innovation, and marketing. The company's strong brand portfolio and marketing strategy have helped it maintain its market position and drive growth.

4. **Supply Chain:**

The supply chain in the spirits industry is complex, involving multiple stages of production and distribution. The company has implemented a robust supply chain management system to ensure the quality and consistency of its products. The company's focus on sustainability and ethical sourcing has also helped it build a strong reputation among consumers.



GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION



GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION





GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION

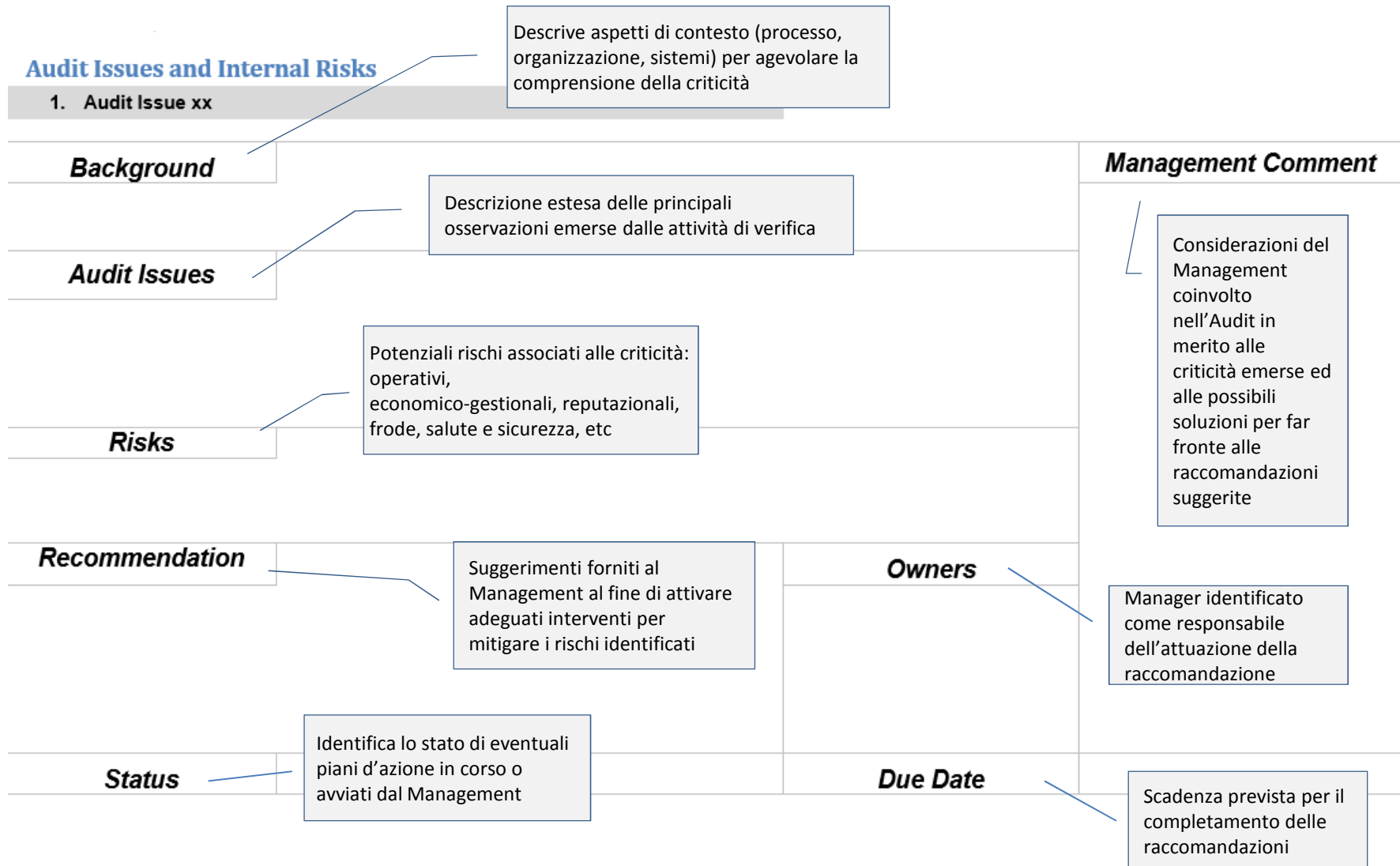


GRUPPO

CAMPARI

BUILDING LIFESTYLE BRANDS AND PEOPLE WITH PASSION

UNA STRUTTURA PER TUTTI GLI STAKEHOLDERS



SPUNTI DI DISCUSSIONE

Opinion espressa attraverso l'introduzione delle Metriche

- La nostra organizzazione è matura per accettarla?
- Quale scala utilizzare?
 1. Conforme, Richiede Miglioramenti, Non Conforme
 2. Scala da 1 a 5
 3. Verde, Giallo, Rosso
 4. Smiles



Status of Recommendations

- Con quale cadenza predisporlo

Quality Assurance Review

- Richiesta dagli Standard di Professione
- Show off o vera opportunità?



Antonio Zucchetti
Sr. Director Internal Audit
Gruppo Campari
antonio.zucchetti@campari.com

