



Campofrio Food Group incrementa su facturación consolidada un 10,6% al cierre del tercer trimestre, hasta los 1.473 millones de euros

Madrid, 14 de noviembre de 2011.- Campofrio Food Group, líder europeo del sector de elaborados cárnicos, ha registrado una facturación consolidada de 1.473,2 millones de euros en los primeros nueve meses de 2011, un 10,6% superior a los 1.331,5 millones de euros alcanzados en mismo período de 2010. Descontando la aportación de Fiorucci, filial italiana adquirida el pasado mes de abril de 2011, las ventas netas de la compañía crecieron un 1,3%, hasta alcanzar los 1.348,7 millones de euros.

En estos nueve meses, la fuerza de las marcas de Campofrio Food Group ha permitido consolidar una tendencia favorable, como demuestra el crecimiento del 3% experimentado por el conjunto de las marcas, descontada la aportación de Fiorucci. Durante este período, además, tanto Aoste en Francia como Campofrió en España han mejorado aún más su penetración en el canal distribución, al protagonizar crecimientos del 8% y del 3%, respectivamente.

Campofrio Food Group ha registrado un EBITDA de 109,5 millones de euros en los primeros nueve meses de 2011, frente a los 116,5 millones del año anterior. A pesar del impacto de los costes de la materia prima cárnica, con los precios más elevados de la última década, y del incremento del importe de los materiales auxiliares, la compañía ha mejorado su margen EBITDA frente a los trimestres previos del año, al situarlo en un 8,5% en el tercer trimestre de 2011, 85 puntos básicos inferior al del mismo trimestre de 2010. En términos comparables, excluida la aportación de Fiorucci, el margen EBITDA del Grupo en el tercer trimestre ha sido del 9,1%, tan solo 21 puntos básicos inferior al del mismo período de 2010 pero 205 y 202 puntos básicos mejor que los del primer y segundo trimestre de 2011, respectivamente.

En el contexto descrito, los esfuerzos realizados por la compañía para generar valor, se han centrado en la mejora del mix de productos, innovación e incrementos de precios, todo ello junto a una serie de iniciativas para mejorar la productividad y reducir los costes. Todas estas medidas han contribuido a la mencionada recuperación del margen del Grupo, y, por tanto, a reducir la variación negativa del beneficio neto frente a la variación del trimestre anterior, registrando un beneficio neto atribuible de 11,6 millones de euros en los primeros nueve meses de 2011, frente a los 26,8 millones de euros del mismo período del ejercicio precedente.

Como consecuencia de la adquisición en Italia, cuya consolidación en el Grupo se inició el pasado mes de abril, la compañía ha elevado durante este período su deuda financiera neta, que se ha situado en 501 millones de euros frente a los 378 millones de euros del ejercicio precedente, con un ratio de endeudamiento de 3.0x EBITDA. Si bien, cabe destacar, que se ha logrado una sólida posición de caja de 128 millones de euros.