



## **Campofrio Food Group incrementa en el primer semestre de 2009 su beneficio neto en 23,1 millones de euros**

Campofrio Food Group ha registrado una facturación de 882 millones de euros en los seis primeros meses del año, alcanzando un EBITDA de 60,2 millones de euros

En la coyuntura actual, la compañía está centrada en reducir sus costes y acelerar la captura de sinergias

**Madrid, 28 de Agosto 2009.-** Campofrio Food Group ha alcanzado una facturación de 882 millones de euros al cierre del primer semestre de 2009, 456 millones de euros superior a la del mismo período de 2008 gracias, fundamentalmente, a la fusión que el pasado mes de diciembre llevó a cabo con Groupe Smithfield. En términos comparables la facturación ha sido un 3,5% inferior a la del año anterior debido a la caída del consumo que en estos meses se ha producido en el conjunto de Europa.

El EBITDA registrado por la compañía en estos primeros seis meses de 2009 ha sido de 60,2 millones de euros, 26,5 millones de euros mayor que el del primer semestre de 2008. Esta cifra incluye unos gastos de reestructuración por valor de 8,3 millones de euros. Excluyendo este impacto, el EBITDA normalizado habría alcanzado los 68,5 millones de euros, en línea con los datos pro-forma del primer semestre de 2008. Los indicadores financieros de la compañía ponen de manifiesto el favorable comportamiento que Campofrio Food Group ha mantenido en sus respectivos mercados durante estos seis meses, especialmente destacable en un contexto económico adverso como el actual, en los que el beneficio neto ha sido de 9,8 millones de euros, 23,1 millones superior al del mismo período del ejercicio anterior.

Asimismo, cabe destacar que en la coyuntura actual Campofrio Food Group, la compañía del sector cárnico líder en Europa tras la fusión entre Campofrio y Groupe Smithfield Holdings, ha sido capaz de defender su rentabilidad por medio de la reducción de costes y de la aceleración de la captura de sinergias, que alcanzarán los 40 millones de euros en 2012, año a partir del cual serán recurrentes.

“Estamos muy motivados por estos buenos resultados, obtenidos durante un periodo de difíciles condiciones económicas, así como por el esfuerzo adicional necesario que hemos realizado para integrar con éxito las dos entidades predecesoras de la nueva Campofrio Food Group,” comentó Robert Sharpe, Chief Executive Officer. “Creemos que estos resultados establecen una sólida base para la segunda mitad del año”, añadió.