



La evolución del tercer trimestre mejora los crecimientos acumulados del Grupo que alcanza una facturación de 689 millones de euros

- La facturación de la compañía aumenta un 3%, hasta los 689 millones de euros, y el EBITDA, deducido el efecto de la optimización de estructura, se eleva un 8% sobre el registrado en los primeros nueve meses del ejercicio anterior

Madrid, 16 de noviembre de 2007.- Durante estos nueve meses, que se han caracterizado por una ralentización general del consumo especialmente a partir del verano, Campofrío ha sabido optimizar sus recursos para mejorar su EBITDA consolidado un 1%, hasta los 52 millones de euros. El EBITDA, una vez deducido el efecto neto del plan de optimización de estructura llevado a cabo por la división de IBERIA, se sitúa en 56 millones de euros, lo que supone un incremento del 8% respecto al tercer trimestre de 2006. Asimismo, la facturación del Grupo en este periodo ha sido de 689 millones de euros, un 3% mayor que la de los primeros nueve meses de 2006, mientras que la deuda financiera se ha situado al cierre del tercer trimestre por debajo de los 200 millones de euros, un 6% menos que al final de septiembre del ejercicio precedente.

La estrategia de Grupo Campofrío ha permitido afrontar los primeros nueve meses de 2007 favorablemente, con unos resultados positivos tanto para España como para el grupo consolidado. Esta buena evolución, en el caso concreto de Iberia, ha permitido que el EBITDA de esta división del Grupo creciese en términos comparables, deducido el efecto neto del plan de optimización de estructura, un 11% hasta alcanzar los 55,8 millones de euros, gracias en buena medida a la positiva penetración en el mercado de los productos de Libre Servicio e Innovación. A ello también ha contribuido el impulso que hasta septiembre han experimentado las exportaciones y el negocio de hostelería, que acumulan un crecimiento del 10% y del 19% respectivamente.

En este periodo, Grupo Campofrío ha finalizado su plan de optimización que ha supuesto un impacto neto acumulado al tercer trimestre del año de 4,0 millones de euros de gastos. Paralelamente, se ha seguido trabajando en el desarrollo estratégico de la Unidad de Frescos, filial que no ha alcanzado un resultado positivo acumulado a septiembre, fundamentalmente por la estacionalidad del negocio. En este sentido, cabe destacar que este matadero dispone de las inversiones necesarias para reforzar la posición del Grupo a corto plazo, no sólo por el grado de verticalización con el que dota a Campofrío sino por las ventajas competitivas que se derivan de los productos semielaborados que esta Unidad de Frescos lleva a los lineales de la Moderna Distribución.

En lo que a la división internacional de Grupo Campofrío se refiere, cabe destacar la mejora de la rentabilidad operativa experimentada por Campomos hasta septiembre. Durante estos nueve meses, la filial rusa de Campofrío ha realizado esfuerzos internos para mejorar los costes, optimizar su cartera de productos y centrarse en los clientes estratégicos, y ha facilitado, asimismo, el crecimiento de ventas de esta filial en Moderna Distribución, permitiendo una reducción del EBITDA negativo en un 40% hasta los 2,5 millones de euros de pérdidas.

En el caso de Rumanía, Tabco ha mejorado sus márgenes operativos un 4%, alcanzando un margen EBITDA del 15%. Este factor, unido al crecimiento en Moderna Distribución y a la evolución registrada en el segmento de platos preparados, ha contribuido a reforzar la posición de la filial rumana del Grupo Campofrío en los primeros nueve meses de 2007, que ha incrementado su EBITDA un 13% hasta los 4,1 millones de euros.