



Campofrio Food Group alcanza un beneficio neto de 27 millones de euros en los primeros nueve meses de 2010

- El beneficio neto crece un 55% hasta septiembre, un incremento de 10 millones de euros en comparación con el mismo periodo de 2009.

Madrid, 12 de noviembre de 2010.- Campofrio Food Group ha alcanzado en los primeros nueve meses de 2010 un beneficio neto consolidado de 27 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 55% frente a los 17 millones de euros del mismo período de 2009. Este beneficio consolidado refleja el afianzamiento de las sinergias alcanzadas, el crecimiento del volumen de nuestras marcas y el resultado de las iniciativas de productividad implementadas por la compañía.

En estos nueve meses, la compañía ha reforzado la favorable tendencia de sus ventas, cuyo volumen ha registrado un crecimiento del 1,5%, hasta cerrar septiembre con una facturación de 1.332 millones de euros. Nuevamente, los avances alcanzados han sido posibles gracias al incremento de las ventas experimentado por las marcas del Grupo, que durante estos primeros nueve meses del año han crecido un 1,8% en volumen en moderna distribución frente al mismo periodo de 2009. Cabe destacar que la evolución en ventas de los productos de las principales marcas ha sido especialmente relevante en las compañías de los dos mercados de mayor tamaño, donde el crecimiento ha sido del 5% en España con la marca Campofrio y del 4% en Francia con la marca Aoste durante los nueve primeros meses de 2010.

Al cierre del tercer trimestre del año, el EBITDA de Campofrio Food Group se ha situado en 116,5 millones de euros, cifra que representa un crecimiento del 21% sobre la de los primeros nueve meses del ejercicio precedente. Asimismo, se ha alcanzado un margen EBITDA del 8,8% sobre ventas, 1,5 puntos porcentuales mejor que el de los primeros nueve meses de 2009. La capacidad de la compañía para mejorar sustancialmente sus márgenes a través de sus continuas mejoras de productividad, sumada a la nueva tendencia de crecimiento, pone de manifiesto su resistencia a la coyuntura económica actual.

Durante estos nueve meses, la compañía ha reducido su deuda financiera en 32 millones de euros, hasta situarla en 378 millones de euros al cierre del tercer trimestre de 2010. Esta mejora ha sido posible gracias a una estricta disciplina financiera, y a su capacidad para generar un considerable incremento del nivel de efectivo, en comparación con el mismo periodo de 2009.