

SOS Corporación Alimentaria, S.A.

SOS OBTIENE UN EBITDA RECURRENTE DE 88 MILLONES DE EUROS, UN 52,7% MÁS QUE EN EL MISMO PERIODO DEL EJERCICIO ANTERIOR

- Las ventas se han incrementado en un 11% y el resultado arroja unas pérdidas de 134 millones de euros, debido a los gastos y provisiones no recurrentes contabilizados
- Descontando las provisiones y gastos no recurrentes el grupo ha ganado 16 millones de euros
- Los datos financieros están en línea con el plan de negocio elaborado por el nuevo equipo gestor, que es la base para el plan de reestructuración financiera

Madrid, 5 de noviembre de 2009.- A pesar de los sucesos que afectan al grupo y del contexto global recesivo, SOS Corporación Alimentaria, líder mundial del sector del aceite de oliva y líder marquista del sector arrocerero, continúa creciendo en los nueve primeros meses del ejercicio, registrando un incremento de las ventas del 11%, que se sitúan en 1.062 millones de euros. Esto demuestra la solidez del porfolio de las marcas de SOS Corporación Alimentaria.

En estos primeros nueve meses la compañía ha alcanzado un EBITDA recurrente de más de 88 millones de euros y un beneficio antes de impuestos de -134 millones de euros, debido a las provisiones y gastos no recurrentes contabilizados. Descontando estas provisiones y estos gastos no recurrentes, el BAI de la compañía alcanza una cifra de 16 millones de euros.

Como consecuencia del análisis de los principios de valoración puestos de manifiesto en el proceso de auditoría, se han realizado ajustes contables y provisiones que minoran el EBITDA por un importe total de 97,2 millones de euros. Estos ajustes vienen determinados, principalmente, por criterios de valoración del circulante, tales como análisis de cobrabilidades de saldos de clientes, y en las provisiones de los gastos comerciales. En el apartado que afecta a los gastos financieros no recurrentes, los derivados financieros del grupo, así como las provisiones por el deterioro de determinados activos financieros relacionados con los activos de SOS, que han tenido un impacto en la cuenta de resultados de la compañía de 49 millones de euros. El resto de los gastos no recurrentes, por importe total de 3,7 millones de euros, corresponden a los gastos de reestructuración financiera, así como a los gastos de reestructuración de la plantilla.

SOS Corporación Alimentaria, S.A.

Tras la integración de BERTOLLI en la empresa, llevada a cabo en el presente ejercicio, el negocio internacional del Grupo representa el 71% de las ventas, y el 82% del EBITDA se genera fuera de España.

En el negocio del aceite, SOS Corporación Alimentaria es líder mundial con una cuota estimada del 22% y sus marcas están presentes en cinco continentes. Las ventas de aceite de SOS en el tercer trimestre del año, han supuesto 777,2 millones de euros y el EBITDA generado en esta división se ha incrementado un 97,24% con respecto al del mismo periodo del ejercicio anterior.

Además, el posicionamiento internacional de SOS en este mercado se ha visto mejorado con la incorporación de BERTOLLI que, especialmente en Estados Unidos, ha tenido un excelente comportamiento, con una recuperación de la cuota de mercado como consecuencia de la gestión directa por parte del grupo.

En España, a pesar de la actual recesión económica, SOS Corporación ha mantenido las cuotas de mercado estables con respecto al año anterior. Durante este trimestre, la compañía ha centrado su estrategia en incrementar el volumen de venta, con el fin de paliar el impacto del cambio de tendencia en el mercado que, desde el mes de junio, se viene desplazado hacia la marca blanca.

En el mercado de aceite en Italia, que aporta el 33% de las ventas y EBITDA del grupo, el porfolio de marcas italianas de SOS ha soportado razonablemente las adversas circunstancias provocadas por la crisis del consumo de aceite en este país.

Por otro lado, el negocio de SOS de aceite de girasol se encuentra en proceso de estabilización después de las fuertes pérdidas soportadas en 2008, provocadas por la alerta alimentaria y la volatilidad del precio en origen. Además se espera que en los próximos meses se vaya recuperando paulatinamente la rentabilidad de este negocio.

En el área del arroz, cabe destacar la buena marcha de SOS tanto en Estados Unidos como a nivel nacional, donde nuestras marcas siguen teniendo un excelente comportamiento en los principales canales. Asimismo, en este trimestre se han recuperado las ventas en México y la Guyana, en comparación con el trimestre precedente.
