

SOS Corporación Alimentaria, S.A.

NOTA DE PRENSA

SOS CIERRA 2009 CON UN EBITDA AJUSTADO DE 107 MILLONES DE EUROS Y UNAS VENTAS DE 1.357,8 MILLONES

- Las ventas se han incrementado un 7,8% con respecto al año anterior y los ingresos del negocio de aceite han crecido un 16,56%, hasta 1.013,2 millones de euros.
- El 73% de las ventas y del EBITDA se han generado fuera de España gracias a una acusada presencia internacional.
- La evolución del Grupo pone de manifiesto la capacidad de generación de caja, imprescindible para obtener la refinanciación en que se encuentra inmerso.

RENOVACION EN EL CONSEJO:

- Juan Llopart nombrado nuevo Consejero, a propuesta de Caja Madrid.
- Victoriano López Pinto, releva a Antonio Fernández en el Consejo en representación de Ahorro Corporación Financiera

Madrid, 1 de marzo de 2010.- En 2009, SOS Corporación Alimentaria, líder mundial del sector del aceite de oliva y líder marquista del sector arrocero, ha incrementado sus ventas un 7,8% con respecto al año anterior, hasta 1.357,8 millones de euros, situándose las cifras de venta de aceite en 1.013,2 millones de euros, un 16,56% superiores a las del ejercicio precedente.

Asimismo, la compañía ha alcanzado un EBTIDA de -16,7 millones de euros. Este resultado se ha visto significativamente perjudicado por una serie de gastos extraordinarios de diversa tipología: provisiones de saldos relacionados con antiguos administradores (46 millones), provisiones por deterioro de elementos del activo fijo (56 millones), provisiones por deterioro de elementos del activo financiero (48 millones), provisiones de circulante y gastos de reestructuración no recurrentes (77 millones), lo que suma un total de 228 millones de euros.

Si no se considerasen dichas provisiones y gastos no recurrentes, el EBITDA del periodo hubiera sido de 107,1 millones de euros.

La fuerte internacionalización del Grupo en 2009 le confiere un escudo protector frente al ciclo económico, haciendo que el 73% del EBITDA ajustado y de las ventas se hayan generado fuera de España. Cabe resaltar la importante presencia en grandes mercados con claro potencial de crecimiento como son Estados Unidos y Canadá, dentro de la región América, que representa un 23% de las ventas, y otros de gran consumo como Sur de Europa, con un 38% de las ventas, donde Italia es el mercado principal.

Estos resultados y la evolución positiva del Grupo, están poniendo de manifiesto la capacidad de generación de caja, condición imprescindible para obtener la refinanciación en que se encuentra inmerso.

En este periodo SOS ha modificado su estructura organizativa, simplificándola y adaptándola al nuevo perfil netamente multinacional de la compañía. Esta configuración divide la gestión del negocio en 5 regiones diferenciadas: España, Sur de Europa, América, Europa Occidental

y Otros Mercados. El hecho de contar con una estructura propia en cada una de las regiones ha posibilitado implantar con rapidez la integración de Bertolli, aprovechando las redes de venta existentes.

La estrategia actual del Grupo pasa por actuar para lograr el saneamiento del balance, mejorar los niveles de eficiencia y procesos, reducción de la deuda, y conseguir un reforzamiento de la red comercial, a través del lanzamiento de nuevos productos y promociones, un mayor liderazgo en I+D y una mayor presencia en nuevos canales como el HORECA.

Durante 2009, la dirección de SOS Corporación Alimentaria ha puesto en marcha una serie de planes y medidas, como el Plan de Reestructuración Financiera, presentado el 21 de octubre a los bancos acreedores, que se encuentra en una situación avanzada de negociaciones y que se espera concluirá en los próximos meses. Además, el 13 de enero de 2010, SOS Corporación Alimentaria obtuvo la aprobación y entrada en vigor de un compromiso de espera (stand still) por parte de la gran mayoría de las entidades financieras acreedoras, superando el umbral del 80% del saldo agregado de la deuda financiera (sindicada y bilateral) de la Sociedad, establecido en el mismo como mínimo para su entrada en vigor, y con una duración hasta el 15 de marzo de 2010.

El Plan de Desinversiones se está afrontando de forma ordenada y sin prisas. Existe un gran consenso entre los bancos y los accionistas y no se tomaran decisiones que tengan un efecto dilutivo. Es de destacar que este plan de desinversiones coincide con la parte baja de un ciclo económico y, a pesar de ello, hay plena confianza en que este plan es alcanzable.

En la última sesión del Consejo, El presidente de SOS, agradeció a todos las partes implicadas ya que *“sin ellos no habría sido posible encontrarnos en la actual situación. Quisiera agradecer a todos los empleados del Grupo su esfuerzo, profesionalidad y entrega, a la banca por su apoyo a un Grupo líder que genera ventas y EBITDA, a todos los accionistas, muy en particular, a los accionistas de referencia por su confianza y su apoyo financiero, y a los consejeros por la dedicación y trabajo en estos meses tan complejos”. “Desde que se celebró la Junta General de Accionistas solo transcurrieron 6 meses del ejercicio 2009, en ese periodo se han tomado decisiones del máximo calado, para poder afrontar el futuro con optimismo y así regresar a la normalidad, alcanzando la estabilización financiera, poder crecer en los negocios y comenzar a crear valor para el accionista”*.

Área de negocio de Aceite

En el negocio principal del Grupo, el de aceites, SOS ha registrado unas ventas de 1.013,2 millones de euros, un 16,56% más que el año anterior, y un EBITDA de 91 millones. En total la actividad aceitera del Grupo ha supuesto el 74,6% de la cifra de ventas y el 85,2% del EBITDA ajustado total consolidado.

En el mercado español, el Grupo ha incrementado los volúmenes acomodando los precios de sus marcas a las condiciones de mercado y eliminando las ventas de marcas blancas que no sean claramente rentables.. Las ventas y los márgenes se han mantenido a unos niveles razonables y ajustados a presupuesto, a pesar que la rigurosa gestión del circulante llevada a cabo no le ha permitido acudir a los mercados de abasto en condiciones óptimas.

En la región del Sur de Europa, el año 2009 se ha caracterizado por la gestión de la integración del negocio de Bertolli dentro de la ya existente organización del Grupo, lo que ha aportado a la compañía una gestión y una organización ordenada y eficaz que pone de manifiesto importantes sinergias.

SOS Corporación cuenta en Italia con el 23% de cuota de mercado en aceites extra vírgenes, con sus marcas Bertolli, Carapelli, Sasso y San Giorgio. Por su parte, en el segmento de oliva puros, el Grupo cuenta con el 39% de cuota de mercado, ganando 0,3 puntos porcentuales con respecto al ejercicio anterior, en el conjunto de todas sus marcas. Y en aceites de girasol, las marcas de SOS lideran el mercado con un 15% de cuota, incrementando la misma en 0,7 puntos porcentuales.

En América, las marcas del Grupo en su conjunto (Bertolli, Carapelli y Carbonell) tienen el 17,5% del mercado, que cubre Nielsen. Esta cifra no tiene en cuenta las ventas en retailers, tan importantes como Wal Mart, Costco y Sam, donde las ventas del Grupo son muy significativas, y que elevarían la cuota sobre el consumo real en el país a cifras en torno a la cuarta parte del mercado.

En EE.UU, SOS Corporación está ampliando paulatinamente la distribución de sus productos en diferentes estados, gracias a la nueva organización de la empresa, incorporando más de 20 nuevas cuentas y 8.000 puntos de distribución en el último trimestre del ejercicio. Además se han alcanzado destacados acuerdos, como el aumento de la distribución de la marca Bertolli en las establecimientos Wall Mart de Texas, hasta alcanzar un 40% de los mismos. Todo ello ha permitido incrementar sustancialmente la presencia de Bertolli en este país (16,7% en valor y 26,1% en volumen, frente al mismo periodo del año anterior).

En Europa Occidental, el Grupo cuenta con un claro liderazgo en Holanda gracias al conjunto de sus marcas, con un 24% de cuota de mercado, repartido entre Bertolli (14%) y Carbonell (10%).

A nivel mundial, la potenciación de la marca Bertolli, como insignia de las ventas internacionales, ha implicado un crecimiento global de las ventas de la empresa. Además ha favorecido que el posicionamiento y liderazgo mundial en el segmento de aceite de oliva se consolide e, incluso, se incremente, en especial en los principales países desarrollados que cuentan con potencial crecimiento del consumo de aceite de oliva a futuro.

Área de Negocio de Arroz

La división de arroz ha reportado 297 millones de euros y un EBITDA de 17,6 millones. Esta división ha supuesto el 21,9% de la cifra de ventas y el 16,5% del EBITDA ajustado total consolidado.

Las mejoras en distribución y el incremento promocional, sin menoscabo de la rentabilidad de la línea de negocio de arroz en España, han dado como resultado un incremento significativo en las cuotas de mercado a nivel nacional de 0,5 puntos porcentuales, según IRI, situándose en el 17,4%, frente al 16,9% del ejercicio anterior.

Además, se confirma la buena marcha del negocio arrocero de SOS en EE.UU, gracias a las sinergias con el aceite, a la nueva organización comercial y a la suscripción de 32 nuevos acuerdos comerciales que permiten el acceso a más de 3.700 puntos de venta en todo el país, donde las ventas representan el 55% del total de la línea arrocera del Grupo. El conjunto de todo ello ha permitido que las marcas de SOS Corporación tengan un 6,9% de cuota en valor, lo que hace que su filial en América, American Rice, sea el tercer comercializador nacional de arroz del país.

En Holanda, la cuota de la marca Lassie, ha logrado asentarse en el 30,1% de cuota en valor durante el ejercicio, frenando las caídas que se venían experimentando a favor de las marcas de la distribución.

RENOVACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN:

Juan Llopart Pérez, a propuesta de Caja Madrid ha sido nombrado consejero y miembro de la Comisión de Auditoría y Control en sustitución de Avanza Inversiones Empresariales.

Es licenciado en Derecho y Económicas por la Universidad de Barcelona y es M.B.A por Wharton (Philadelphia). En su trayectoria profesional ha ocupado puestos de dirección en diversas entidades financieras alcanzando el puesto de Director y Consejero Delegado de Banca Jover y ha sido Consejero Delegado de COFIR, Caixabank (Grupo La Caixa) , Banco de Europa (Grupo La Caixa) y Consejero de FECSA, Inmobiliaria Colonial, NH Hoteles, Banco Mapfre entre otras sociedades.

En la actualidad es Presidente de Llopart Euroconsejo, Consejero del Grupo Zeta y Cuarzo Producciones, Consejero Asesor de CIRSA y Consejero General de CAJA MADRID.

Victoriano López- Pinto Fernández de Navarrete ha sido nombrado representante de Ahorro Corporación Financiera en sustitución de Antonio Fernández López.

Es Licenciado en Económicas y Empresariales por ICADE, desarrollando su carrera profesional en Benito y Mojardín, S.V., Banesto y Ahorro Corporación donde ocupa puestos de responsabilidad