

EL BENEFICIO NETO DE EUROPAC CRECE UN 126%

- É En el primer trimestre de 2018 el beneficio neto ha sido de 25 millones de euros, mientras que la facturación agregada fue de 318 millones de euros, un 13% más que hace un año
- É Los EBITDA consolidado y recurrente aumentaron un 59% y un 70% respecto al primer trimestre de 2017, tras alcanzar los 49 y 50 millones de euros respectivamente
- É Respecto al cuarto trimestre de 2017 el EBITDA sube un 18%, fruto de la tendencia gradual de crecimiento sostenido en un contexto de mercado que ha ido mejorando trimestralmente
- É La subida del precio del papel provocada por la demanda final y la bajada de precio de la materia prima han situado el Margen EBITDA consolidado en el 21%, 6,2 puntos más que hace un año
- É En el contexto actual la División Packaging continúa trabajando en el traslado paulatino al mercado del incremento del precio del papel

Madrid, 09 de mayo de 2018.- El Consejo de Administración del Grupo Europac ha aprobado las cuentas correspondientes al primer trimestre de 2018, que ha registrado un beneficio neto de 25 millones de euros, un 126% más que en el mismo periodo del año anterior. Comparados con el primer trimestre de 2017, la facturación agregada creció un 13% hasta los 318 millones de euros, mientras que los EBITDA consolidado y recurrente aumentaron un 59% y un 70%, tras alcanzar los 49 y 50 millones de euros respectivamente.

Las subidas del precio de venta del papel y la bajada de precio del papel recuperado como materia prima, se ha traducido en un incremento del Margen EBITDA de 6,2 puntos porcentuales, hasta situarse en el 21%. Por su parte, el EBIT consolidado alcanzó los 37 millones de euros, lo que supone casi duplicar el conseguido hace un año.

José Miguel Isidro, presidente de Europac, señaló que *“es el mejor trimestre de la historia para la compañía, pero hay que tener en cuenta que el resultado se está comparando con el del primer trimestre de 2017, un año que evolucionó de menos a más. Comparado con el último trimestre de 2017, el resultado refleja la tendencia gradual de crecimiento sostenido en un contexto de mercado que ha ido mejorando trimestre a trimestre”*. En este sentido, el crecimiento del EBITDA recurrente respecto al último trimestre de 2017 fue del 18%.

El presidente de la compañía añadió que *“las perspectivas para 2018 son buenas y creemos que el contexto de mercado actual, con precios de venta de papel altos y un aumento de la disponibilidad de la materia prima, seguirá impulsando los resultados de la División Papel, que tiene su reverso de la monea en la División Packaging, que continúa trabajando en la difícil tarea de traspasar a sus clientes el incremento de sus materias primas para recuperar sus márgenes”*.

Divisiones Papel y Packaging

En la División Papel, continúa la solidez de la demanda y la mejora sostenida de los precios de venta en un entorno de mayor volumen de producción. Respecto al papel kraft, las exportaciones de Estados Unidos a Europa se han reducido en un 12% acumulado al mes de febrero, contribuyendo a sostener la tensión de los precios en un mercado europeo de oferta deficitaria. En el papel reciclado las expediciones crecen cerca del 3% en un contexto de stocks ligeramente inferior al de 2017, constatando que la demanda del mercado ha absorbido las nuevas capacidades de producción del pasado año pasado.

En cuanto a las materias primas, el cambio del mercado debido a las restricciones de China a la importación de papel recuperado, que se ha reducido un 53% en el primer trimestre del año, ha provocado un aumento de los stocks del 15% respecto al mismo periodo de 2017. En este contexto de mayor disponibilidad, el precio medio del papel recuperado en los tres primeros meses del ejercicio es 21 euros por tonelada menor al de hace un año.

Por otra parte, la División Packaging registró un crecimiento de volumen de producción en todos los países e incrementó sus ventas un 7%, pero su evolución fue perjudicada por los incrementos de los precios de venta del papel. Mientras se continúa trabajando en el paulatino traspaso al mercado de la subida del precio de la materia prima, se están implantando nuevas aplicaciones y desarrollos de producto que contribuyan a mejorar sus márgenes de venta.

Más información



Fernando Vidal
Tel. +34 91 490 21 60
fvidal@europacgroup.com