

## COMUNICADO DE PRENSA

### VIDRALA, S.A. EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DURANTE 2014

#### Cifras de resultados acumulados en el ejercicio

	EJERCICIO 2014	EJERCICIO 2013	Variación %
Ventas Netas	<b>468,4</b>	472,9	-1,0%
Resultado de Explotación (EBIT)	<b>69,6</b>	72,4	-3,9%
Beneficio por acción	<b>2,08</b>	2,10	-1,0%
Cash flow libre	<b>72,3</b>	56,7	+27,5%

- ✓ La cifra de ventas registrada durante el ejercicio 2014 ascendió a **468,4 millones de euros**.
- ✓ El resultado de explotación alcanzó **69,6 millones de euros** equivalentes a un margen sobre las ventas del **14,9%**.
- ✓ El beneficio resultante ascendió a **2,08 euros por acción** lo que representa una variación del **-1,0%** respecto a 2013.
- ✓ El cash flow libre obtenido en el ejercicio acumuló **72,3 millones de euros**, cifra un **28%** superior al año precedente.

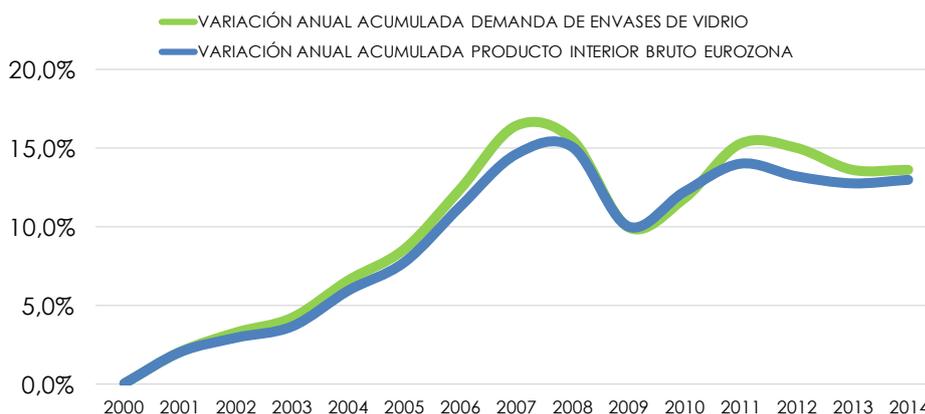


## Contexto de mercado

El clima económico durante 2014 ha evolucionado condicionado por las distorsiones generadas en los años precedentes. A lo largo de Europa, la recesión iniciada en 2008 ha dado paso a un proceso de estabilización que debe permitir prever un ciclo de recuperación en los próximos años.

El periodo de deterioro económico tuvo efectos sobre la demanda interna y el ritmo de consumo, incluido el de productos de alimentación y bebidas para los cuales Vidrala suministra envases. En el marco del contexto de normalización general observado en 2014, la demanda de vidrio para el envasado de productos de alimentación y bebidas se ha mantenido en niveles estables mostrando moderados signos de recuperación.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE ENVASES DE VIDRIO EN EUROPA OCCIDENTAL EN PORCENTAJE ACUMULADO DESDE EL AÑO 2000



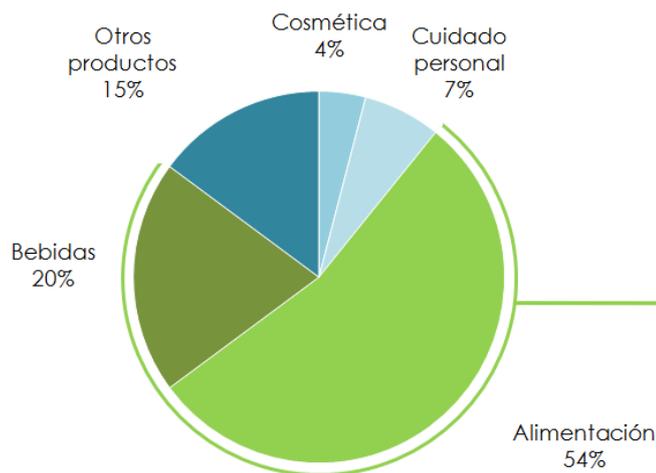
Fuente: Eurostat, FEVE y estimaciones internas.

En una perspectiva de largo plazo, las bases de la demanda de envases de vidrio se mantienen sólidas. Los estilos de consumo actuales requieren procesos de distribución eficientes para los productos alimentarios en los que el envase es parte esencial. Preserva, conserva y permite el transporte de productos que requieren ser consumidos en unas óptimas condiciones. Además, el envase se desarrolla como una herramienta clave para que el propietario del producto comunique su marca al consumidor. Las pautas de consumo de las sociedades modernas se han desarrollado gracias, en parte, a la existencia de una cadena de envase y distribución de productos eficiente y sostenible.

Los consumidores, a lo largo de todo el mundo, demandan crecientemente envases saludables, que preserven el producto, que lo muestren a través de un diseño atractivo y, a ser posible, que sea reciclable. En este imparable progreso en los patrones de consumo, el vidrio se muestra como el material de envasado predilecto.

La producción de envases de vidrio para productos de consumo representa una industria dinámica y en progreso. A nivel mundial, durante el año 2014 se vendieron más de 2 trillones de unidades de productos de alimentación y bebidas en envases rígidos, lo que representa un crecimiento anual cercano al 4%. La mayor parte de estos productos continúan utilizando el vidrio, seguido del plástico, el cartón y las latas metálicas.

EL PACKAGING DE CONSUMO EN EL MUNDO  
DESGLOSE POR SEGMENTOS  
AÑO 2014



EL PACKAGING PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS  
CUOTA DEL VIDRIO  
AÑO 2014

EN EL MUNDO



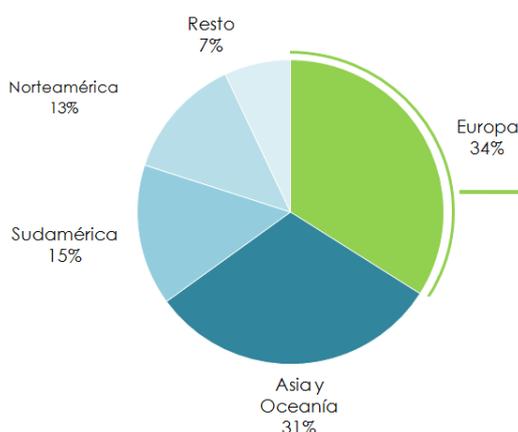
EN EUROPA OCCIDENTAL



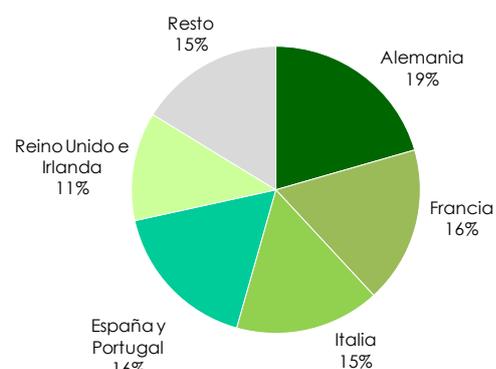
La necesidad de garantizar un coste sostenible para el sistema de consumo posiciona al vidrio como el material que garantiza el mejor periodo de conservación, reduciendo la caducidad y, por tanto, las mermas de producto. Desde el punto de vista medioambiental, el vidrio es un material único, plenamente reciclable, un número ilimitado de veces. Asimismo, el desarrollo de la investigación en materia de salud alimentaria, demuestra las incomparables cualidades del vidrio para la conservación del producto fresco y en óptimas condiciones.

En este contexto global, Europa occidental continúa siendo el área de mayor consumo de envases de vidrio del mundo. La región representa un conjunto de grandes economías desarrolladas donde la estructura demográfica, la cultura social y el progreso histórico dirigen las preferencias de consumo hacia productos alimentarios de calidad y alto valor añadido. Además, a lo largo de Europa se concentran, por condiciones especiales de ámbito orográfico, de conocimiento, cultura o tradición, áreas no deslocalizables de elaboración, envasado y posterior exportación de productos de reconocido y creciente interés para consumidores de todo el planeta.

MERCADO MUNDIAL DE ENVASES DE VIDRIO  
PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS  
REPARTO POR REGIONES



MERCADO EUROPEO DE ENVASES DE VIDRIO  
PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS  
REPARTO POR REGIONES



Dentro de este mercado, Vidrala desarrolla una firme cadena de servicio que se inicia con la inversión continuada en las instalaciones y la adquisición de materias primas -entre las cuales destaca el uso de producto reciclado-, avanza por el ciclo de producción de vidrio y su moldeo en envases -en la gestión de un complejo proceso industrial-, y se materializa en el suministro de envases bajo el objetivo inexcusable de servir a las altas expectativas de nuestro cliente, propietario y envasador de un producto dirigido al consumidor final.

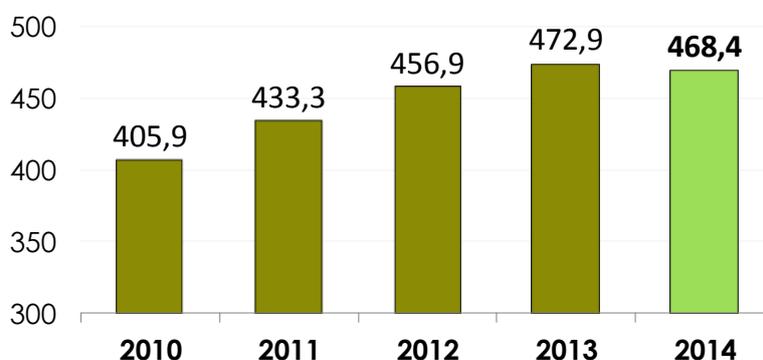


## Evolución operativa

Las ventas registradas por el Grupo Vidrala durante el año 2014 ascendieron a 468,4 millones de euros que representa una variación del -1% respecto al año precedente.

### CIFRA DE VENTAS ACUMULADO ANUAL DESDE 2010

En millones de euros

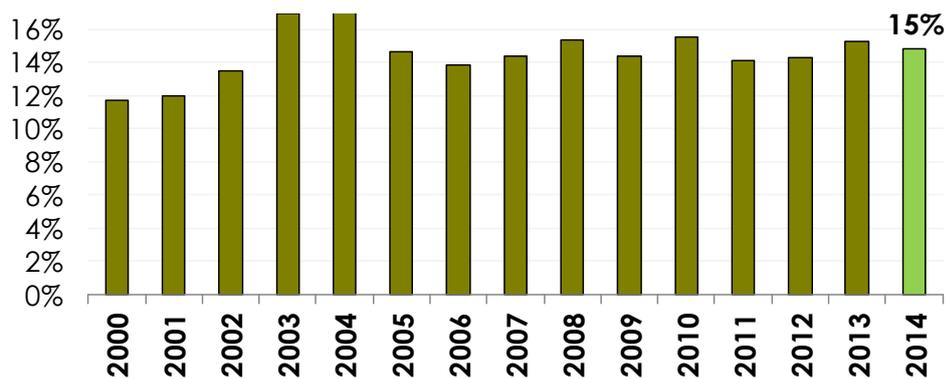


A nivel general, la industria de packaging evoluciona condicionada por un periodo de debilidad económica que ha afectado a los niveles de rentabilidad del sector.

La estabilidad de los márgenes operativos de Vidrala se asienta en las acciones internas dirigidas a afianzar la competitividad de costes y la eficiencia productiva.

En resultado, el beneficio de explotación, EBIT, registrado en el ejercicio 2014 alcanza 69,6 millones de euros, lo que representa un margen sobre las ventas del 14,9%.

**MÁRGENES DE EXPLOTACIÓN  
ACUMULADO ANUAL DESDE 2000**  
EBIT en porcentaje de las ventas



Millones de euros (excepto márgenes en % sobre ventas)

	2014	2013
<b>VENTAS</b>	<b>468,4</b>	<b>472,9</b>
<b>RESULTADO OPERATIVO BRUTO (EBITDA)</b>	<b>108,5</b>	<b>114,0</b>
<b>MARGEN OPERATIVO EBITDA</b>	<b>23,2%</b>	<b>24,1%</b>
<b>RESULTADO OPERATIVO NETO (EBIT)</b>	<b>69,6</b>	<b>72,4</b>
<b>MARGEN OPERATIVO EBIT</b>	<b>14,9%</b>	<b>15,3%</b>

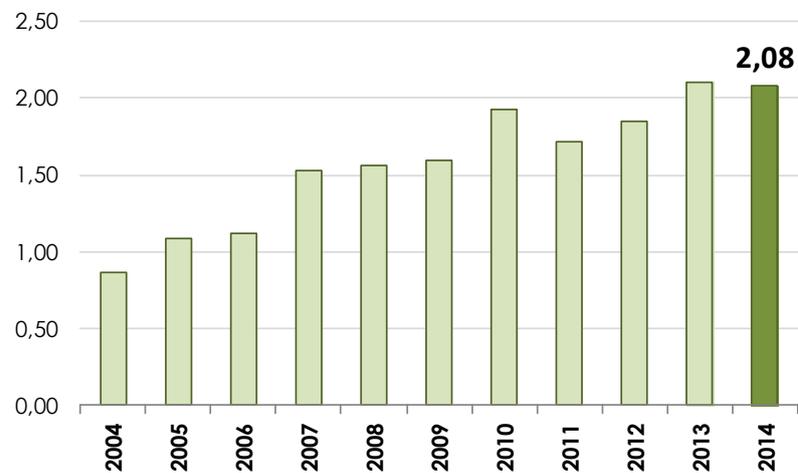


## Resultados

Tras registrar un coste financiero equivalente al 0,7% y una tasa fiscal que se situó en el 22,0% del resultado, el beneficio neto en el periodo alcanzó 51,6 millones de euros. El beneficio por acción resultante equivale a 2,08 euros.

### BENEFICIO POR ACCIÓN AJUSTADO DESDE 2004

Euros por acción



Millones de euros (excepto BPA en euros/acción)

	2014	2013
<b>RESULTADO OPERATIVO (EBIT)</b>	<b>69,6</b>	<b>72,4</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>66,2</b>	<b>67,5</b>
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>51,6</b>	<b>52,3</b>
<b>BENEFICIO POR ACCIÓN</b>	<b>2,08</b>	<b>2,10</b>

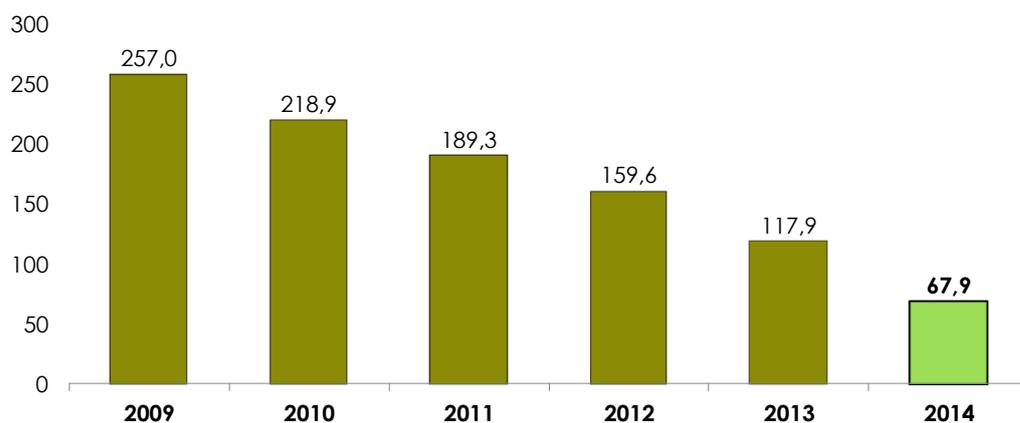
El cash flow libre obtenido durante el ejercicio acumuló 72,3 millones de euros. Representa un ratio de conversión a caja del beneficio del 140% en resultado de la adecuación del plan de inversiones a los objetivos de negocio y la disciplina en la gestión de las necesidades de financiación de capital circulante.

La caja generada se dedicó a retribuir al accionista en forma de pagos en efectivo por dividendos y primas por importe de 16,2 millones de euros, y de recompra de acciones propias por importe de 6,1 millones de euros.

El cash flow remanente, por importe de 50,0 millones de euros, se aplicó a reducir la deuda que se situó al cierre del ejercicio en 67,9 millones de euros. Equivale a 0,6 veces el EBITDA acumulado en el ejercicio y representa un ratio de apalancamiento equivalente al 17% del patrimonio neto.

#### EVOLUCIÓN DEUDA NETA

Millones de euros. Desde 2009.



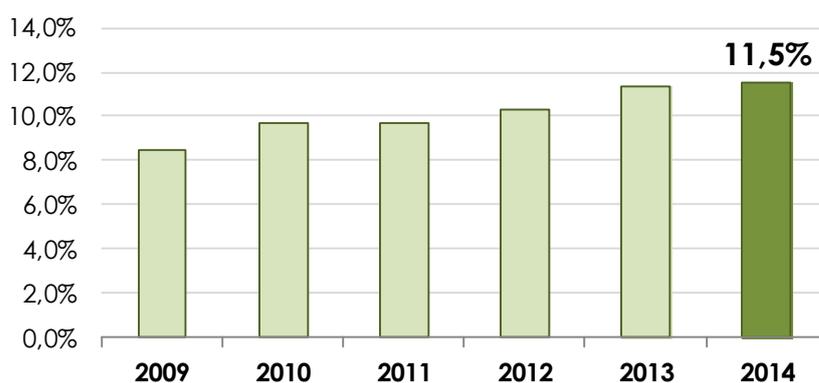
DEUDA/EBITDA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	2,9x	2,2x	1,9x	1,5x	1,0x	0,6x



Como conclusión, el resultado operativo descrito combinado con el incremento en la generación de caja y el consiguiente refuerzo de la posición financiera, permitieron progresos en la estructura de capital del Grupo que se materializó en el refuerzo de los indicadores de retorno sobre el capital. Como referencia, el ROCE a diciembre de 2014 se situó en 11,5%.

#### EVOLUCIÓN DEL RETORNO SOBRE EL CAPITAL (ROCE)\*

Desde 2009.



\*Retorno calculado como el resultado operativo EBIT, menos tasa fiscal efectiva de impuestos sobre beneficios, dividido entre el capital empleado calculado como la suma de patrimonio neto y deuda neta al cierre del ejercicio.

Millones de euros (excepto ROCE en %)	2014	2013
<b>CASH FLOW LIBRE</b>	<b>72,3</b>	<b>56,7</b>
<b>ROCE</b>	<b>11,5%</b>	<b>11,4%</b>
Millones de euros	2014	2013
<b>DEUDA</b>	<b>67,9</b>	<b>117,9</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>404,5</b>	<b>374,5</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>427,0</b>	<b>443,8</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE NETO</b>	<b>113,9</b>	<b>121,0</b>

## Hechos posteriores al cierre del ejercicio. La adquisición de Encirc Ltd.

En evidencia de la dinámica actualidad del grupo, cuando ya se había iniciado el año 2015, Vidrala abordó un impulso relevante en su estrategia de largo plazo. El 14 de enero de 2015 se hacía efectiva la adquisición de Encirc Limited en la que supone la transacción más relevante de la historia del grupo.

Encirc es un fabricante de envases de vidrio para el sector de alimentación y bebidas con actividades en Irlanda y Reino Unido. Opera dos plantas situadas en Derrylin, Irlanda del Norte, y Elton, Inglaterra, ofreciendo una completa gama de servicios, que incluye, además de la fabricación de envases de vidrio, procesos de envasado y servicios logísticos.

La incorporación de Encirc en el grupo amplía el posicionamiento de Vidrala en el mercado europeo de envases de vidrio permitiendo un acceso de liderazgo hacia grandes mercados estratégicos como lo son el británico y el irlandés. La nueva división aportará una cuota de mercado consolidada habiendo demostrado en los últimos años una rentabilidad creciente soportada en modernas instalaciones, competitividad en costes respecto a sus competidores y sólidas relaciones con clientes estratégicos. Como resultado de la adquisición, Vidrala incrementará su notoriedad en el mercado de envases de vidrio europeo, aportando tamaño, diversificación y futuro a una base de negocio de solidez demostrada.

El consejo y la dirección de Vidrala han venido admirando a Encirc desde sus inicios, una empresa que ha destacado por la ambición de las inversiones acometidas, la amplitud de los servicios ofrecidos -pioneros dentro de la industria- y el sostenido progreso de su cuota de mercado. La aportación de este negocio supondrá un añadido complementario a la estructura de Vidrala. En el año de su cincuenta aniversario, la original Vidrerías de Álava, se consolida como una empresa multinacional, proveedor de referencia en la industria de packaging, con posiciones de liderazgo en los principales mercados europeos y que pasa a comercializar más de 6.000 millones de envases al año suministrados a una amplia gama de clientes cuya confianza es nuestra razón de ser.



Planta de Derrylin, Irlanda del Norte



Planta de Elton, Inglaterra



## Perspectivas

Los signos de recuperación económica, tras un largo periodo recesivo, deben permitir prever un contexto de estabilización en la demanda de envases de vidrio en los mercados europeos de envases de vidrio.

El proceso de deterioro económico sufrido en los años recientes, ha incrementado las exigencias del mercado intensificando la competencia. En este contexto, Vidrala mantiene como prioritarias acciones propias enfocadas a asegurar la competitividad de la estructura de costes y garantizar los objetivos de calidad y servicio al cliente.

En conjunto, los resultados del año 2015 mostrarán el impulso emprendido en el tamaño del negocio de Vidrala, hacia una nueva dimensión internacional, con presencia relevante en mercados de demostrado valor estratégico y geográficamente complementarios, que posicionan al Grupo en las mejores condiciones de captar el esperado ciclo de recuperación económica.

En todo caso, las prioridades de largo plazo se mantendrán firmemente orientadas en el servicio al cliente y la optimización del trinomio coste, caja y capital.

En 2015, se materializará en la incorporación a las cifras de resultados del negocio adquirido, en la continuada gestión sobre los costes y la eficiencia productiva, en la disciplina en la asignación de inversiones y la gestión del circulante y, como resultado, en garantizar el crecimiento en la generación de caja y el beneficio por acción.



## **Información Relevante para el Accionista**

### **Política de remuneración al accionista**

La política de remuneración implantada en Vidrala, se fundamenta en el incremento gradual del dividendo en efectivo como instrumento de reparto de resultados y fidelización del accionista. Habitualmente, los desembolsos en efectivo se completan con primas de asistencia a la junta general.

En añadido a los desembolsos en efectivo, Vidrala utiliza la adquisición de acciones propias, de manera selectiva, en función del ritmo de generación de caja y del precio de mercado de la acción. La recompra de acciones propias es un método complementario de retribución gracias al cual los accionistas ven automáticamente incrementado el beneficio por acción. Las acciones recompradas son habitualmente amortizadas.

A lo largo del año 2014 se repartieron en efectivo 68,46 céntimos de euro por acción en concepto de dividendos y prima de asistencia a la junta general. De este modo, el desembolso en efectivo distribuido entre cada accionista se incrementó en un 14,3% respecto al año precedente.

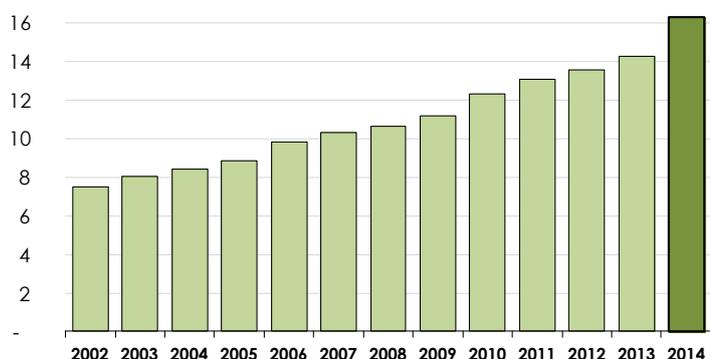
Asimismo, en coherencia con la política descrita, durante el año 2014 se destinaron 6,1 millones de euros a la recompra de acciones propias. Equivale a complementar el reparto en efectivo descrito en un 38% adicional. Del saldo existente en autocartera, fueron amortizadas 377.000 acciones representativas de un 1,5% del capital social.

Adicionalmente a los desembolsos en efectivo y la recompra de acciones propias, en el año 2014 se llevó a cabo una ampliación de capital liberada mediante la cual se otorgó gratuitamente a cada accionista el derecho a percibir un 5% adicional de acciones en la proporción de una acción nueva por cada veinte acciones existentes.

En conjunto, las medidas que han compuesto la gestión retributiva llevada a cabo durante el año 2014 acredita, un año más, la política descrita basada en la mejora sostenida de la remuneración al accionista, combinando los desembolsos en efectivo con aquellas alternativas complementarias que se consideran eficientes en cada coyuntura.

## REMUNERACIÓN EN EFECTIVO (DIVIDENDOS Y PRIMAS) AL ACCIONISTA

Millones de euros. Desde 2002.



## La Acción

La cotización de la acción cerró el ejercicio 2014 en 38,00 euros equivalente a una capitalización bursátil de 942,2 millones de euros. Representa una revalorización en el año, sin considerar dividendos, del 6,6%.

En el conjunto de 2014 el volumen de negociación en bolsa ascendió a 4,9 millones acciones, equivalentes a un efectivo acumulado de 177,9 millones de euros.

## Evolución de la cotización. Términos porcentuales comparados.

Desde 2007

