

VIDRALA, S.A.
EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DURANTE 2015

Cifras de resultados acumulados en el ejercicio

	EJERCICIO 2015	EJERCICIO 2014	Variación %
Ventas (millones de euros)	802,6	468,4	+71,4%
EBITDA (millones de euros)	161,3	108,5	+48,6%
Beneficio por acción (euros)	2,46	2,08	+18,0%
Cash flow libre (millones de euros)	88,2	72,3	+22,0%

- ✓ Las ventas durante el ejercicio 2015 ascendieron a 802,6 millones de euros lo que refleja un incremento del 71,4% sobre las ventas reportadas el ejercicio precedente y representa un crecimiento anual en perímetro comparable del 5,0%.
- ✓ El resultado bruto de explotación, EBITDA, se situó en 161,3 millones de euros equivalente a un margen sobre las ventas del 20,1%.
- ✓ El beneficio resultante en el ejercicio aumentó un 18,0% respecto al año anterior alcanzando 2,46 euros por acción.
- ✓ El cash flow libre registrado en el ejercicio acumuló 88,2 millones de euros, permitiendo reducir la deuda al cierre del ejercicio hasta 404,3 millones de euros equivalentes a 2,5 veces el EBITDA anual.

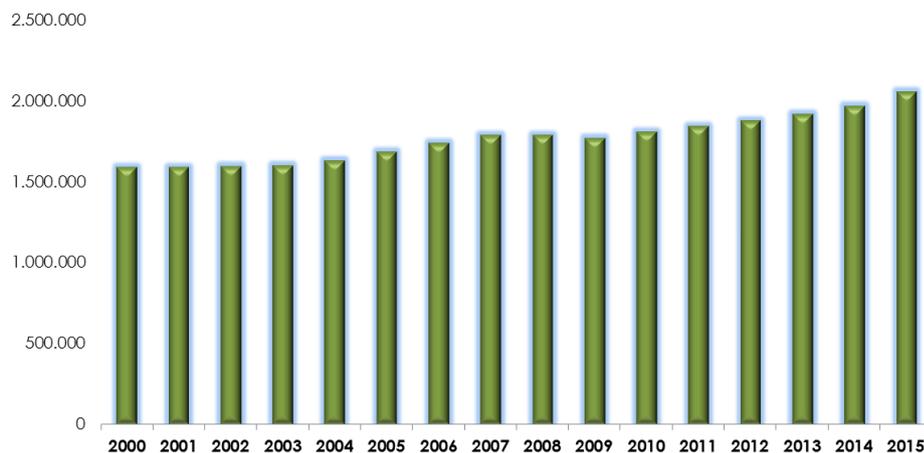


Contexto de mercado

La demanda global de productos envasados de alimentación y bebidas progresa de manera sostenida. Es el resultado de la paulatina evolución de los hábitos de consumo, el desarrollo de las estructuras de comercio modernas y el progreso sociodemográfico general.

A nivel mundial, se estima que la comercialización de productos alimentarios preservados en envases rígidos experimentó durante el año 2015 un crecimiento anual del 4% llegando a representar valores económicos cercanos al 5% del producto interior bruto global. Son cifras que corroboran la consistencia de unas bases de crecimiento sostenibles.

VENTAS MUNDIALES DE PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN ENVASES RÍGIDOS
EVOLUCIÓN EN MILLONES DE UNIDADES ANUALES



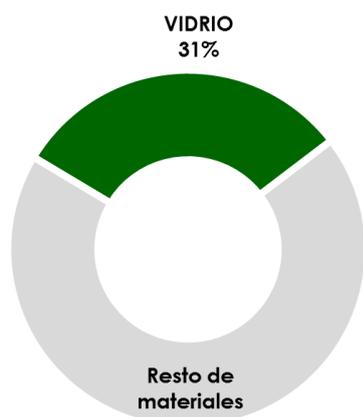
La globalización en los sistemas de comercialización y el desarrollo de los hábitos de consumo hacen del envase un elemento esencial. La rápida expansión del comercio de alimentación y bebidas se sustenta, en parte, en la existencia de una cadena sostenible de envasado, preservación y distribución de productos. No en vano, se observa una tendencia gradual en el consumo de productos envasados frente a productos adquiridos por el consumidor en bruto o granel. Es el efecto inevitable de los esfuerzos por desarrollar canales de distribución eficientes, reducir las pérdidas de productos perecederos y garantizar el consumo final en las mejores condiciones.

En este progreso, el vidrio se erige como un material de envase privilegiado. Los consumidores demandamos envases saludables, que preserven óptimamente el producto, que sean respetuosos con el medioambiente que lo muestren a través de un diseño atractivo y que mejoren la experiencia de consumo. Las investigaciones en materia alimentaria demuestran las cualidades del vidrio como el material más saludable. La necesidad de garantizar un proceso sostenible posiciona al vidrio como el material que garantiza el mayor periodo de conservación en las mejores condiciones, reduciendo las mermas de producto. Desde el punto de vista medioambiental, el vidrio es un material único, plenamente reciclable un número ilimitado de veces. Por último, los propietarios de las marcas eligen crecientemente el vidrio buscando dotar de diferenciación, diseño y atractivo al producto que envasa.

EL PACKAGING DE CONSUMO EN EL MUNDO
DESGLOSE POR SEGMENTOS
AÑO 2015

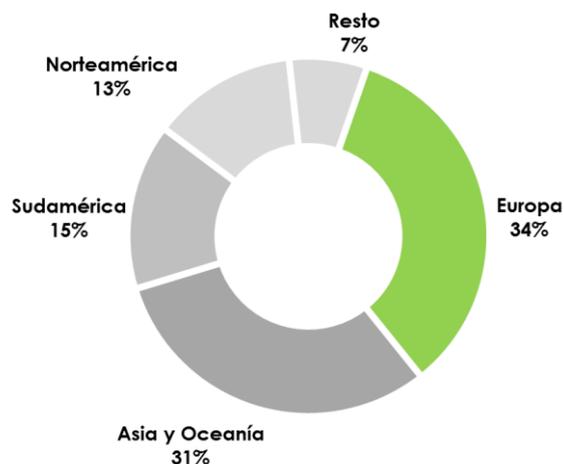


EL PACKAGING PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
CUOTA DEL VIDRIO
AÑO 2015

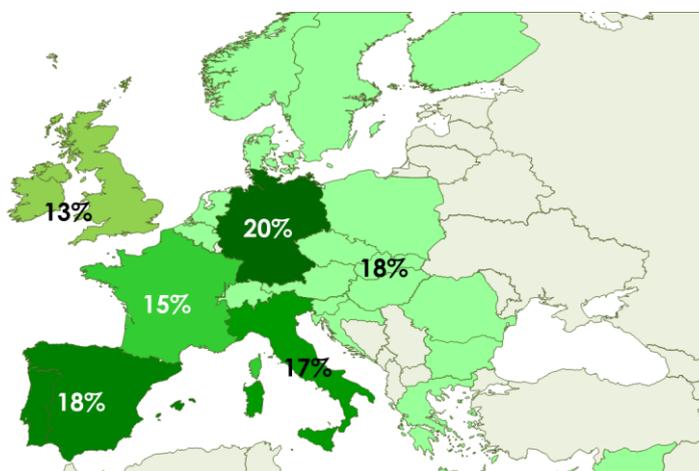


A nivel geográfico, Europa occidental se consolida como el área de mayor consumo de envases de vidrio del mundo. La región representa un conjunto de grandes economías desarrolladas donde la estructura demográfica y el grado de desarrollo de los hábitos de consumo dirigen las preferencias hacia productos alimentarios de calidad, valor y en formatos de envase individuales. Además, a lo largo de Europa se concentran, por condiciones especiales de ámbito orográfico o de conocimiento, áreas de producción, envasado y posterior exportación de productos de creciente interés para consumidores de todo el planeta.

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

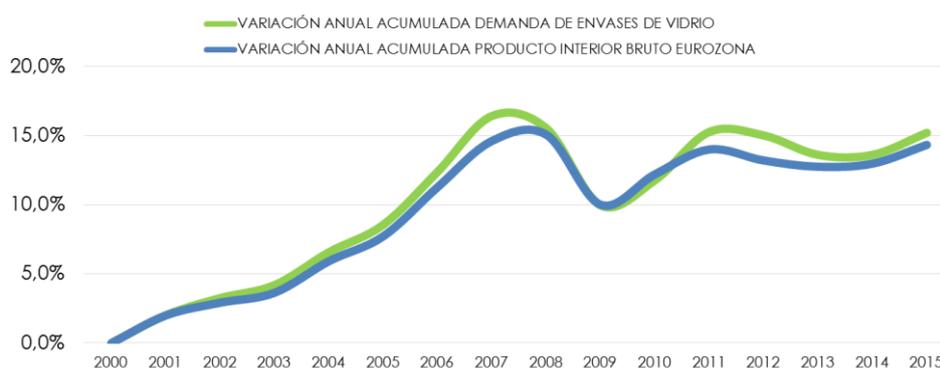


MERCADO EUROPEO DE ENVASES DE VIDRIO
PARA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
REPARTO POR REGIONES



En el marco del contexto económico general y la evolución de los ritmos de consumo observados durante el año 2015, la demanda de envases vidrio para productos de alimentación y bebidas en Europa se ha mantenido en niveles estables, mostrando signos moderados de crecimiento.

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



Todo lo descrito demuestra los sólidos fundamentos de mercado en el ámbito de los cuales Vidrala desarrolla su actividad. En una perspectiva de largo plazo, la demanda de envases de vidrio se mantendrá dinamizada por aspectos como la evolución demográfica y el desarrollo social, el crecimiento del consumo privado y el progresivo desarrollo en los hábitos de consumo hacia productos de calidad. En este contexto, el futuro resultado del posicionamiento comercial de Vidrala se cimienta en la dimensión internacional del grupo, la diversificación entre regiones económicamente estables y, principalmente, la firme prioridad interna por consolidar las relaciones comerciales creadas y desarrollar un servicio al cliente de primer nivel.

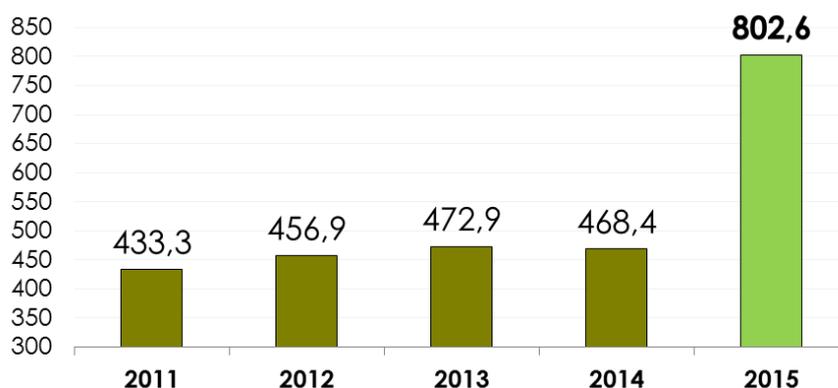


Evolución del negocio durante el año 2015

Las ventas registradas por Vidrala durante el año 2015 ascendieron a 802,6 millones de euros lo que refleja un incremento del 71,4% respecto a lo reportado el ejercicio anterior.

CIFRA DE VENTAS ACUMULADO ANUAL DESDE 2011

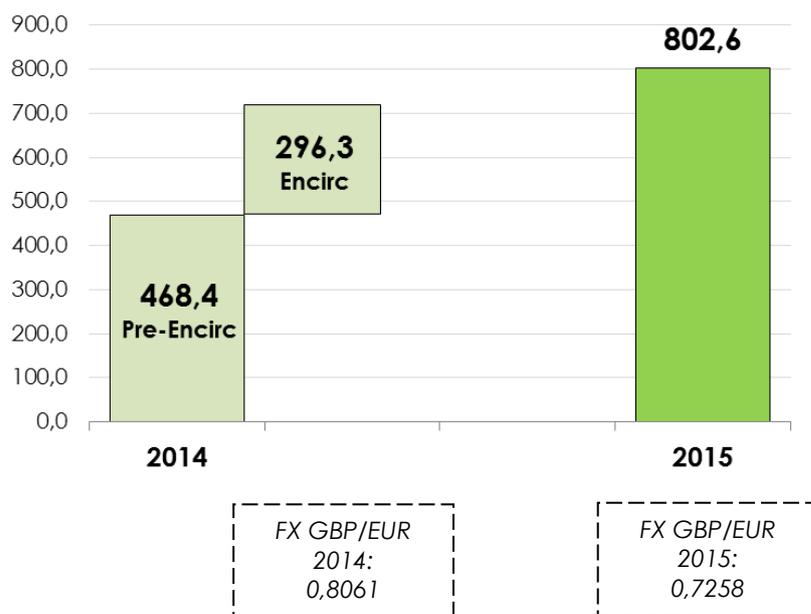
En millones de euros



En un perímetro comparable, adaptado a la incorporación de Encirc adquirida a inicios de 2015, las ventas crecieron un 5,0% anual favorecidas por la apreciación de la libra esterlina y el progresivo incremento de los volúmenes de venta.

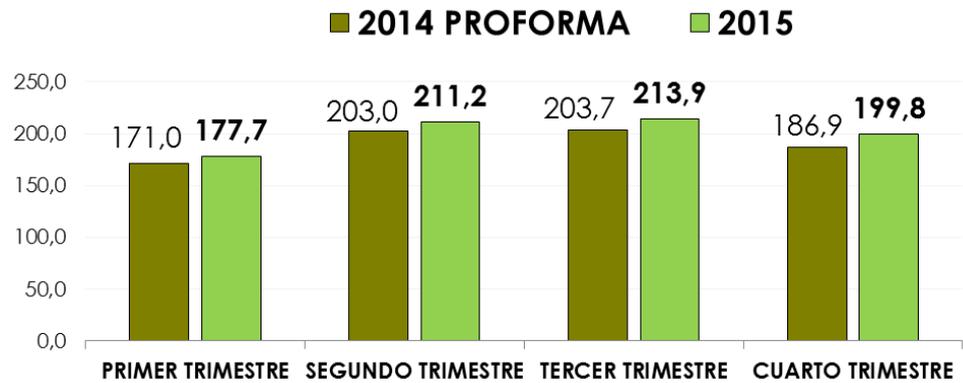
CIFRA DE VENTAS EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



CIFRA DE VENTAS EVOLUCIÓN TRIMESTRAL 2014 proforma vs 2015

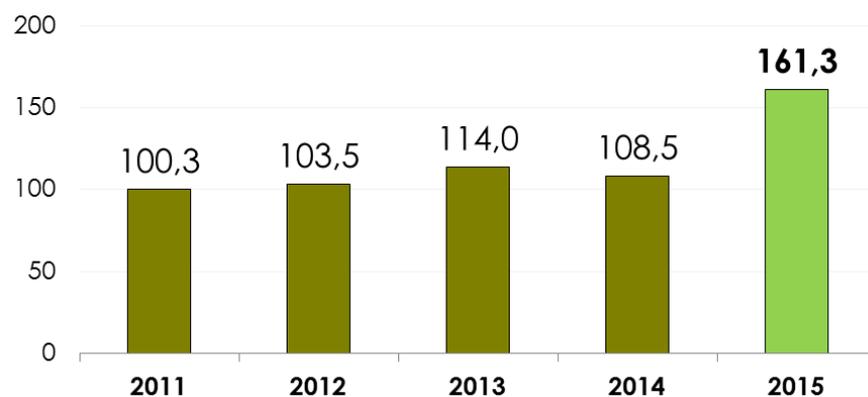
En millones de euros



El resultado bruto de explotación, EBITDA, obtenido durante el ejercicio ascendió a 161,3 millones de euros. Representa un margen sobre ventas del 20,1%.

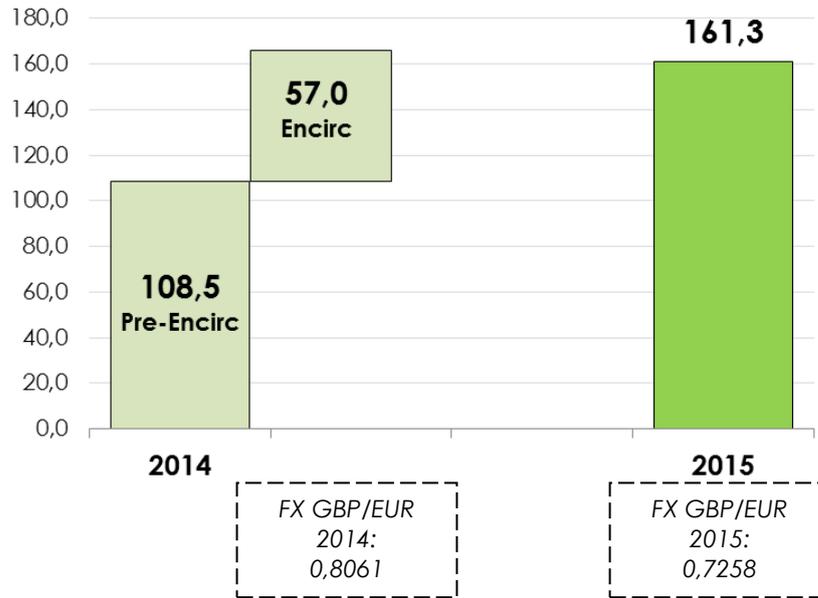
EBITDA ACUMULADO ANUAL DESDE 2011

En millones de euros



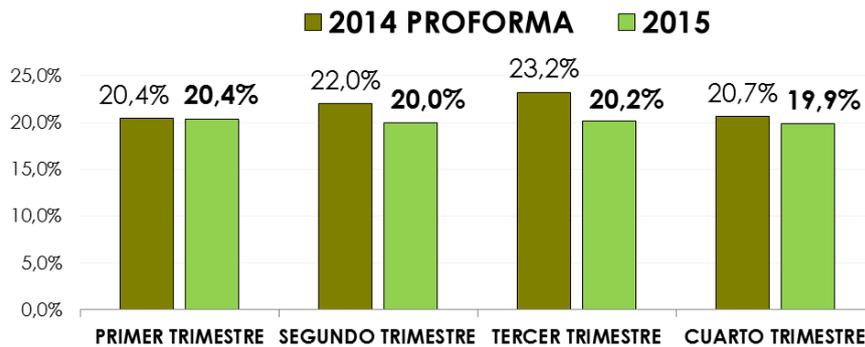
EBITDA EVOLUCIÓN INTERANUAL

En millones de euros



MÁRGENES OPERATIVOS EBITDA EVOLUCIÓN TRIMESTRAL 2014 proforma vs 2015

En porcentaje sobre las ventas



Millones de euros (excepto márgenes en % sobre ventas)	2015	2014
VENTAS	802,6	468,4
RESULTADO OPERATIVO BRUTO (EBITDA)	161,3	108,5
MARGEN OPERATIVO EBITDA	20,1%	23,2%
RESULTADO OPERATIVO NETO (EBIT)	86,3	69,6
MARGEN OPERATIVO EBIT	10,8%	14,9%

El resultado neto atribuible al ejercicio 2015 ascendió a 60,9 millones de euros, tras registrar un gasto financiero anual equivalente al 1,3% de las ventas y una tasa fiscal sobre los beneficios del 19,5%.

De este modo, el beneficio obtenido en el ejercicio 2015 se situó en 2,46 euros por acción, lo que refleja un crecimiento de un 18,0% sobre el año anterior.

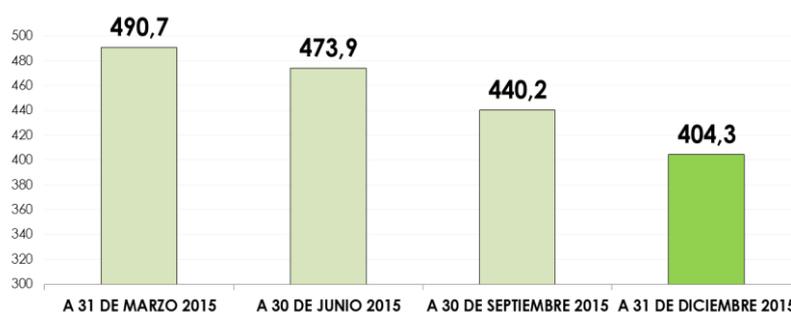
Millones de euros (excepto BPA en euros/acción)	2015	2014
RESULTADO OPERATIVO (EBIT)	86,3	69,6
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	75,6	66,2
BENEFICIO NETO	60,9	51,6
BENEFICIO POR ACCIÓN	2,46	2,08

El cash flow libre registrado durante el año, excluyendo el desembolso por la adquisición de Encirc, acumuló 88,2 millones de euros. Representa un incremento del 22% sobre el año anterior a un ratio de conversión a caja del beneficio del 145% y a una tasa de generación del 11,0% de las ventas. Es el resultado de la disciplinada ejecución del plan de inversiones de largo plazo y de la progresiva optimización de las necesidades de financiación de capital circulante.

La caja generada, prioritariamente destinada a reducir el apalancamiento financiero, permitió situar la deuda al cierre del ejercicio en 404,3 millones de euros. Equivale a 2,5 veces el EBITDA acumulado en el ejercicio.

DEUDA EVOLUCIÓN TRIMESTRAL 2015

En millones de euros



DEUDA/EBITDA	2,94x	2,87x	2,72x	2,51x
--------------	-------	-------	-------	-------

Conclusiones

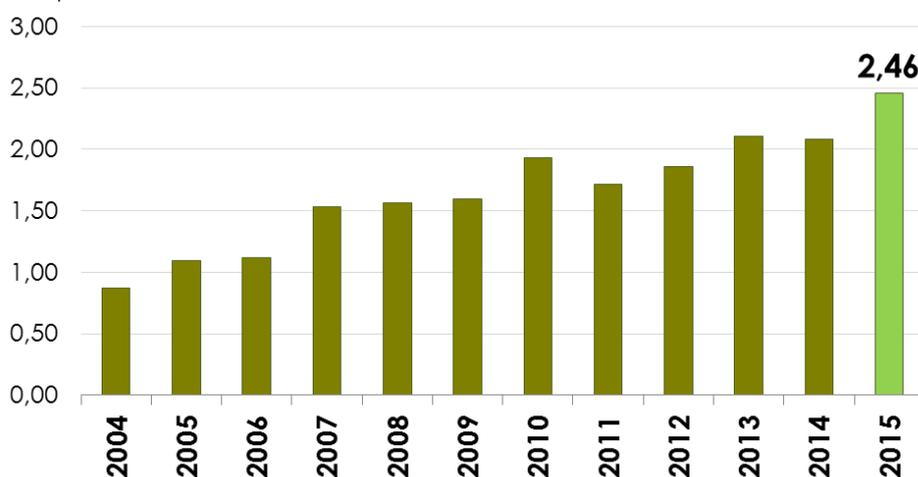
En el contexto de un año particularmente exigente por la presión sufrida sobre los márgenes operativos y el apalancamiento financiero asumido para la adquisición de Encirc, el crecimiento del beneficio por acción demostró la solidez de la estructura de negocio y la contribución a resultados del nuevo perímetro.

Asimismo, la generación orgánica de recursos de caja permitió el fortalecimiento de los indicadores de solvencia del negocio.

En conclusión, durante el año 2015 Vidrala ha ampliado su dimensión en el mercado europeo de envases de vidrio, consolidándose como una empresa de mayor tamaño, multinacional, estratégicamente diversificada, proveedor de referencia en la industria del packaging y con una refrendada vocación hacia el desarrollo de relaciones comerciales de largo plazo con clientes que son nuestra razón de ser. Los resultados del año 2015 constatan la solidez de la estructura de negocio desarrollada y deben considerarse como la base de partida hacia el futuro que queda por demostrar.

BENEFICIO POR ACCIÓN AJUSTADO DESDE 2004

Euros por acción



Perspectivas

El consumo de productos de alimentación y bebidas muestra signos generales de reactivación. Su continuidad durante el año 2016 se sustentará en el grado de cumplimiento de las previsiones de crecimiento económico en las principales regiones europeas. En este entorno, la demanda de envases de vidrio debería mantenerse al alza beneficiada por la creciente preferencia de envasadores y consumidores sobre un material de fundamentos reforzados. La evolución de las ventas de Vidrala reflejará el contexto de demanda sustentada en la demostrada solidez del posicionamiento comercial adquirido.

A nivel operativo, los márgenes de negocio a lo largo de la industria de envases de vidrio se han mostrado afectados ante una coyuntura altamente competitiva que ha presionado los precios de venta a la baja y cuya paulatina normalización debe ser prioritaria. En este contexto, Vidrala mantendrá acciones propias enfocadas a asegurar la eficiencia y competitividad de la estructura de costes, garantizar los niveles objetivo de calidad y servicio al cliente y reforzar la rentabilidad operativa del negocio.

En todo caso, las directrices de largo plazo se mantendrán firmemente orientadas hacia la optimización del trinomio servicio al cliente, competitividad en costes y foco en la generación sostenida de caja como bases irrenunciables de creación de valor.



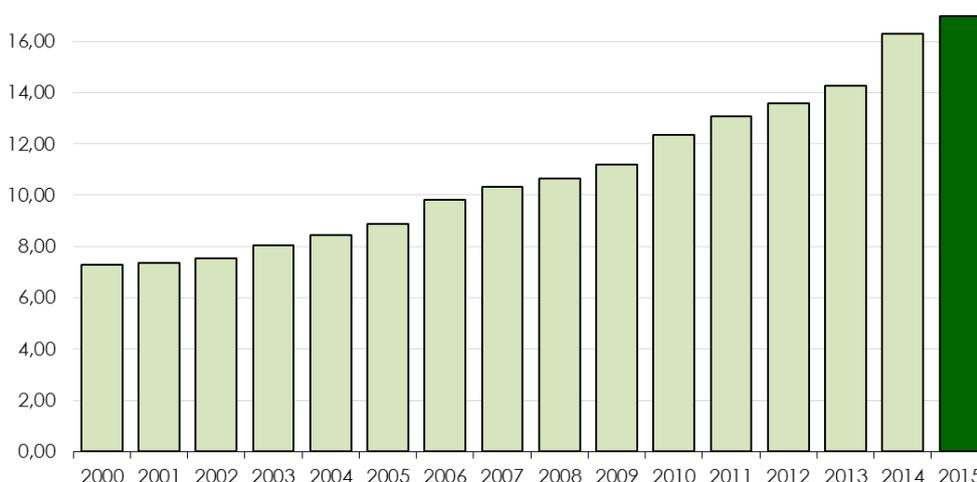
Política de remuneración al accionista

La política de remuneración al accionista desarrollada por Vidrala tiene como objetivo la sostenibilidad a largo plazo del dividendo en efectivo como instrumento principal 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, Vidrala desarrolla las herramientas complementarias de retribución que se consideran eficientes y consistentes con cada coyuntura de negocio.

Como verificación de esta política, a lo largo del año 2015 se repartieron en efectivo 68,46 céntimos de euro por acción en concepto de dividendos y prima de asistencia a la junta general. Significó un incremento de un cinco por ciento respecto al año precedente, considerando que todas las acciones ofrecidas gratuitamente en la ampliación liberada ejecutada a fin del año 2014 fueron íntegramente beneficiarias de dividendos y primas.

A los efectos de los desembolsos previstos durante el año 2016, Vidrala ha anunciado una propuesta de reparto de resultados que representa un incremento en el dividendo de un diez por ciento con respecto al año anterior. El primer reparto a cuenta ha sido satisfecho el 15 de febrero de 2016.

REMUNERACIÓN EN EFECTIVO (DIVIDENDOS Y PRIMAS) AL ACCIONISTA
Millones de euros. Desde 2000.



La Acción

La cotización de la acción cerró el año 2015 en 46,55 euros equivalente a una capitalización bursátil de 1.154 millones de euros. Refleja una revalorización en el año, sin considerar dividendos, del 22,5%.

En el conjunto de 2015 el volumen de negociación en bolsa ascendió a 4,3 millones acciones, equivalentes a un efectivo acumulado de 188,0 millones de euros.

Evolución de la cotización. Términos porcentuales comparados. Desde 2007

