Viscofan
The casing company

Resultados
Enero - Diciembre 2021

25 de febrero de 2022



Aviso legal

El presente documento puede contener manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de la Compañía a la fecha de realización del mismo adicionales a la información financiera obligatoria cuyo único propósito es proporcionar información más detallada sobre perspectivas de comportamiento futuro.

Dichas intenciones, expectativas o previsiones no constituyen garantías de cumplimiento e implican riesgos, incertidumbres así como otros factores de relevancia que podrían determinar que los desarrollos y resultados concretos difieran sustancialmente de los expuestos en estas intenciones, expectativas o previsiones.

Esta circunstancia debe ser tenida en cuenta principalmente por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por la Compañía y, en particular, por los analistas e inversores que manejen el presente documento.

La información financiera contenida en este documento en relación al ejercicio 2021 y su comparativa con el ejercicio precedente ha sido elaborada bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), la información de las cuentas anuales se encuentra auditada y disponible en la página web de la compañía www.viscofan.com y en la página web de la CNMV www.cnmv.es .

1 Balance periodo MORE TO BE. 2016-2021

2 Resultados 2021

3 Estrategia Beyond 25

1 Balance periodo MORE TO BE. 2016-2021

2 Resultados 2021

3 Estrategia Beyond 25

MORE TO BE 2016-2021. Etapa de transformación para el Grupo Viscofan con crecimiento, inversión, diversificación y con un sólido balance financiero



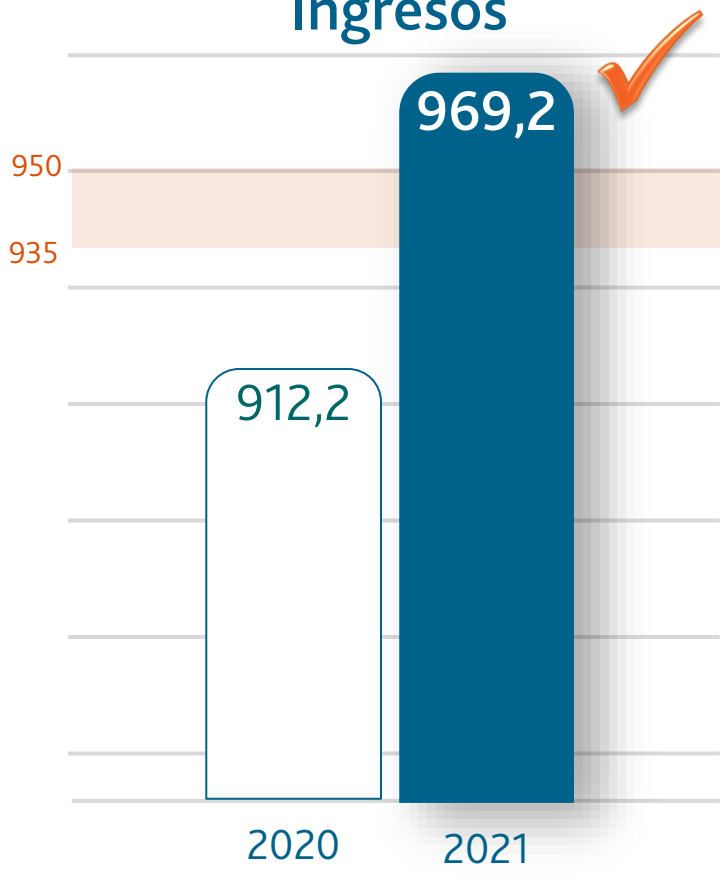
[1] Retribución accionistas: Dividendo + Prima asistencia JGA + Recompra de acciones amortizadas

MORE TO BE. Los mejores resultados de nuestra historia superando los objetivos marcados para el año

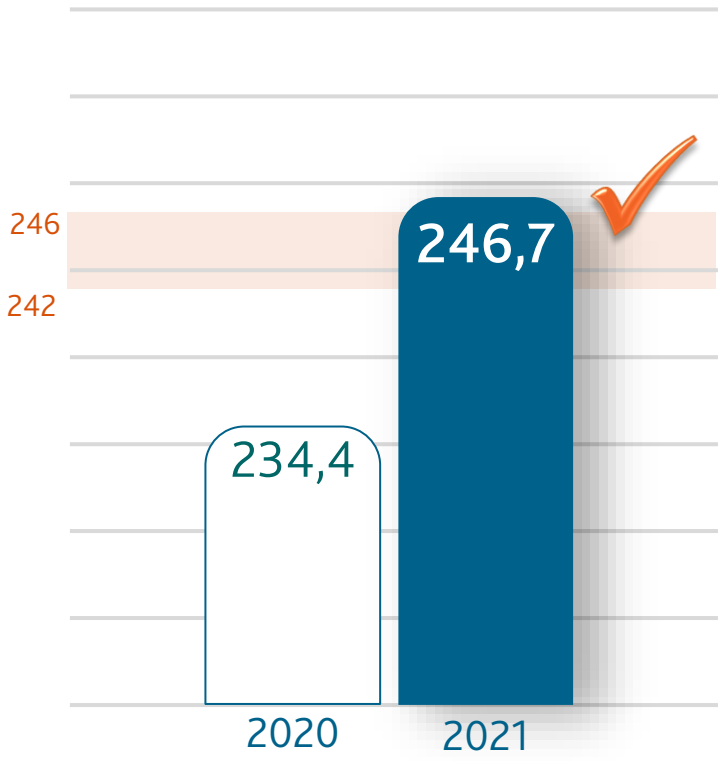
Cifras reportadas vs. Guidance

(Millones €)

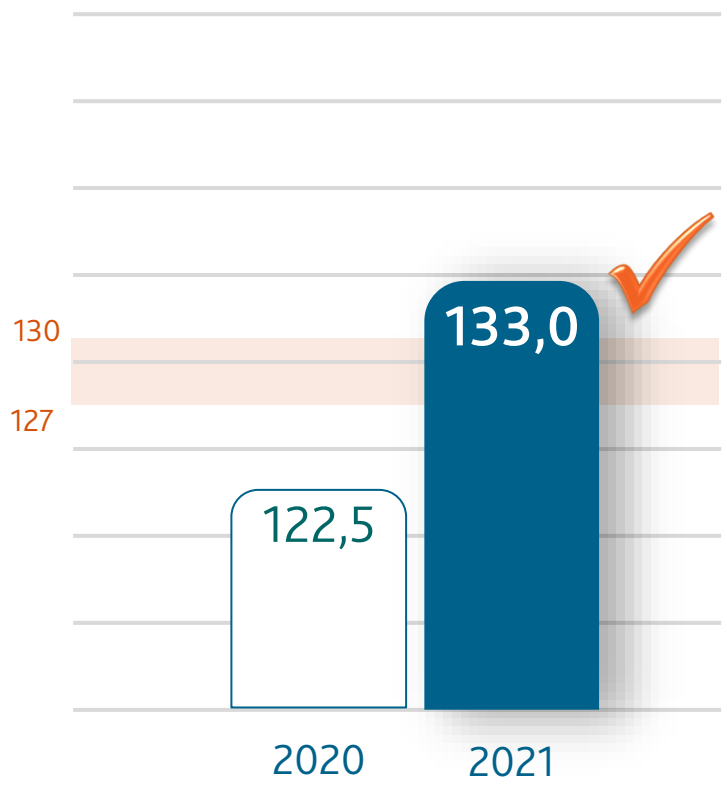
Ingresos



EBITDA



Resultado Neto

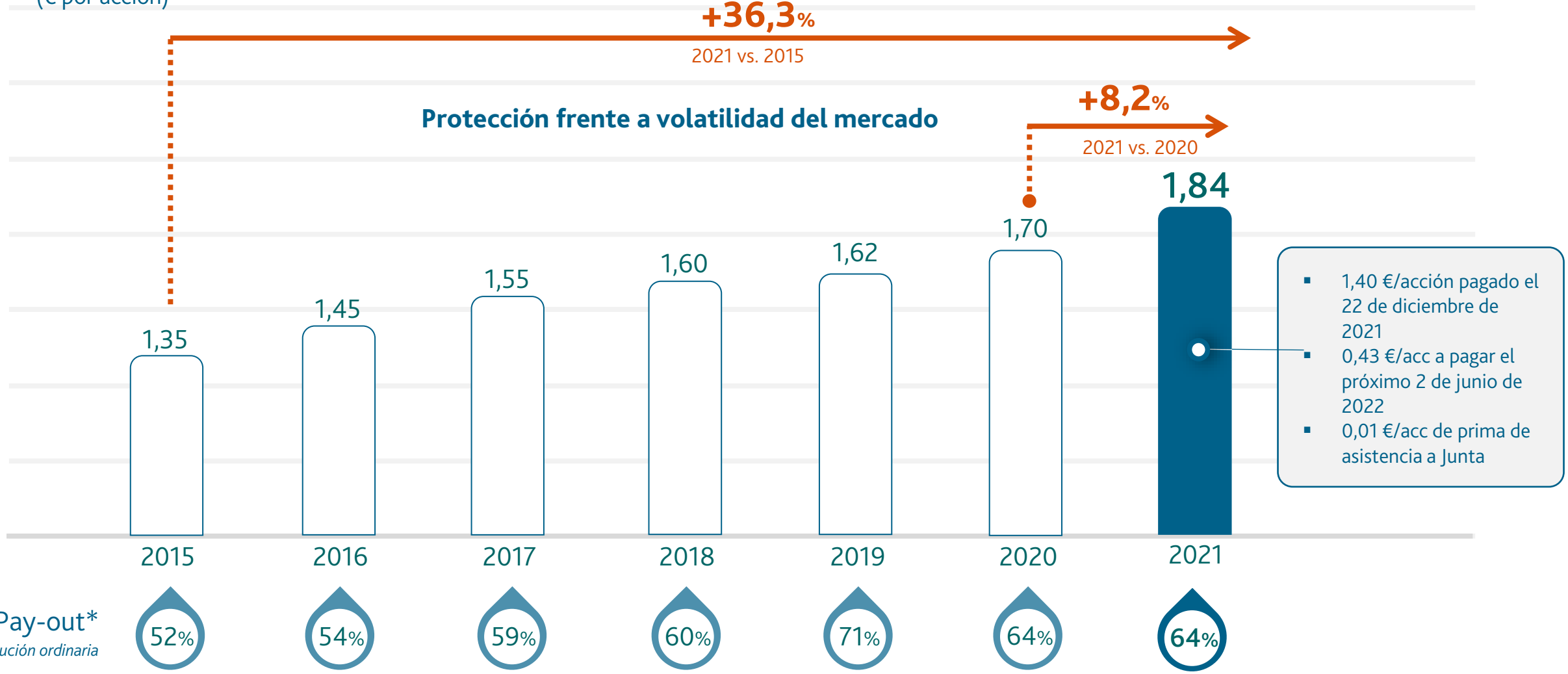


US$/€ = 1,18 vs. 1,20
BRL/€ = 6,38 vs. 6,25

MORE TO BE. Remuneración creciente al accionista

Retribución ordinaria

(€ por acción)



1 Balance periodo MORE TO BE. 2016-2021

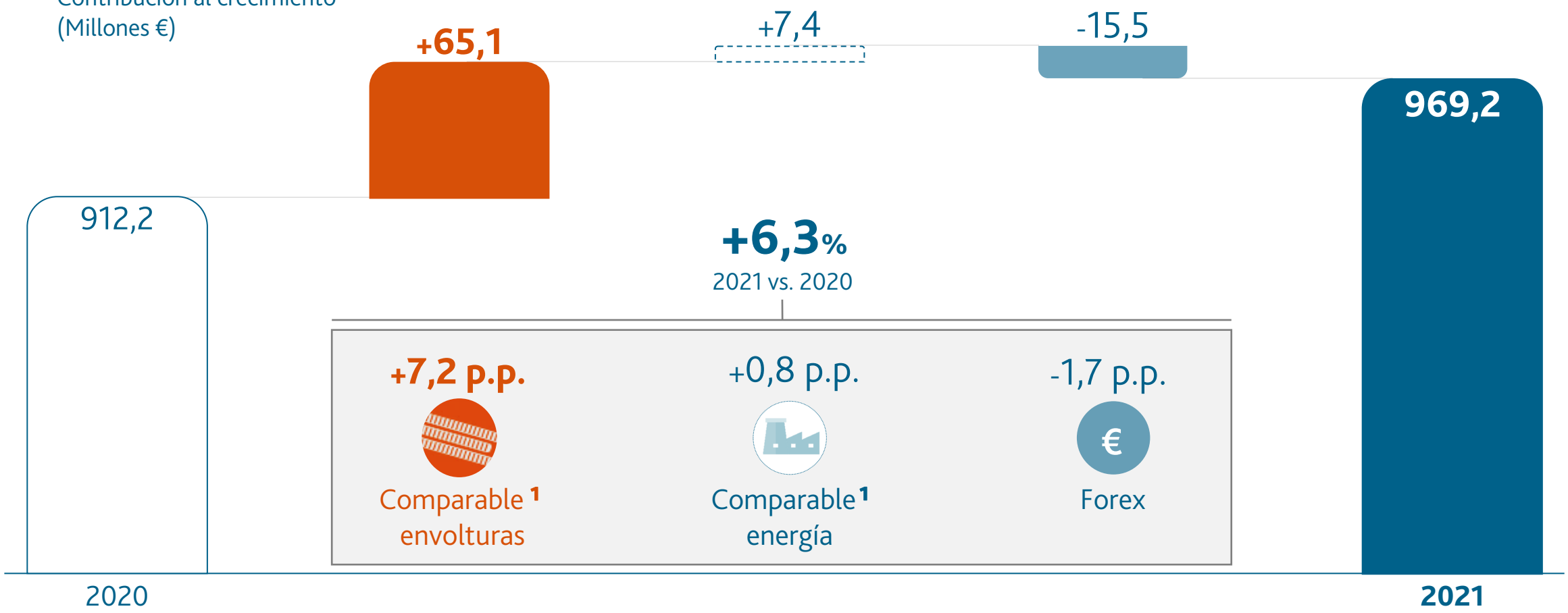
2 Resultados 2021

3 Estrategia Beyond 25

Fuerte crecimiento impulsado por los volúmenes y la mejora en el mix de precios

Ingresos 2021

Contribución al crecimiento
(Millones €)



[1] Comparable: El crecimiento comparable excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

Crecimiento comparable en todas las regiones, destacando la fortaleza de China, el sudeste asiático y la recuperación en Europa

Ingresos 2021

Desglose por áreas geográficas[1]
(Millones €)

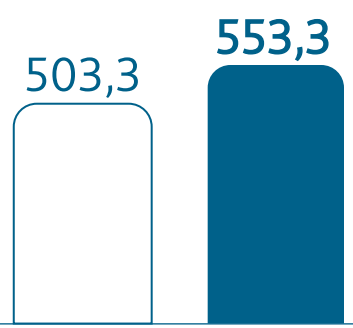
€969,2 Mn
GRUPO VISCOFAN

+6,3%	+8,0%
vs. 2020	Comparable[2]



57,1%
EUROPA Y ASIA PACÍFICO

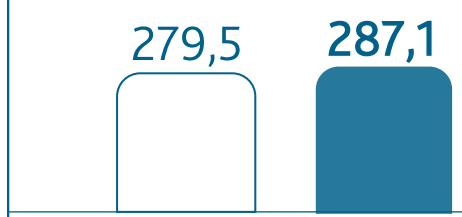
+9,9%	+9,8%
vs. 2020	Comparable[2]





29,6%
NORTE AMÉRICA

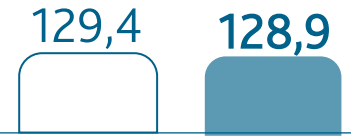
+2,7%	+5,5%
vs. 2020	Comparable[2]





13,3%
SUD AMÉRICA

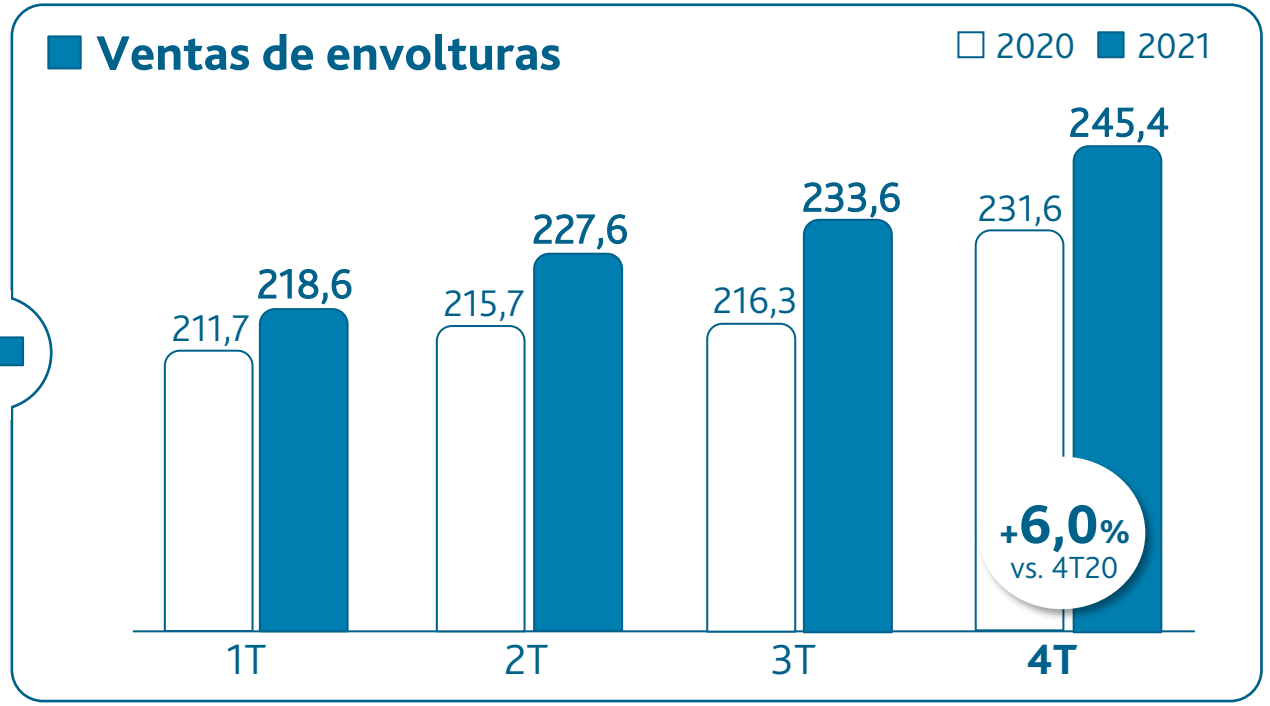
-0,4%	+6,2%
vs. 2020	Comparable[2]

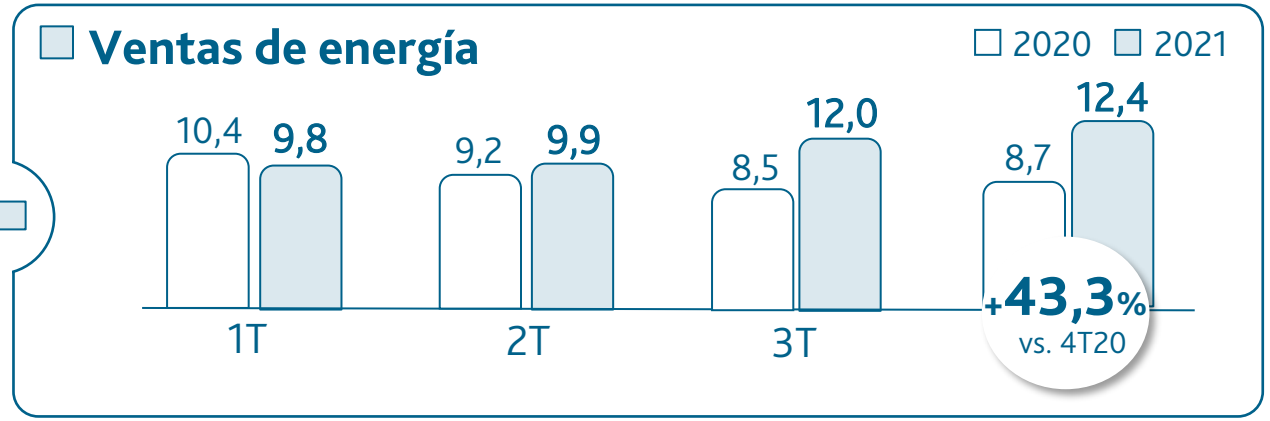


[1] Ingresos por origen de ventas.
[2] Comparable: El crecimiento comparable excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

Nuevo máximo histórico de ingresos trimestrales



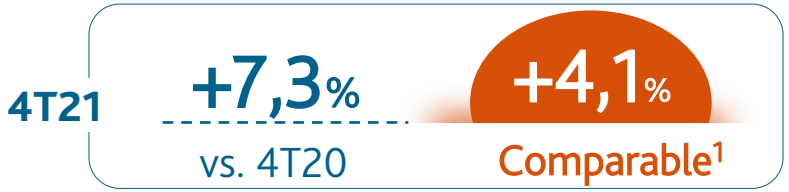


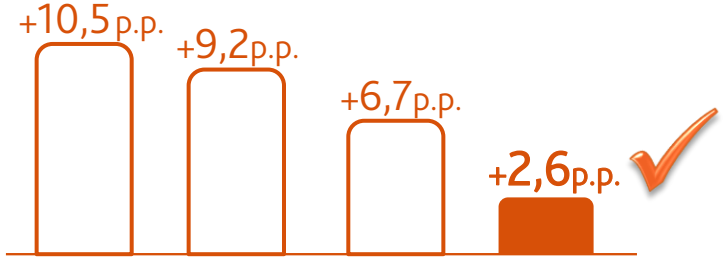


Sólido comportamiento de los volúmenes en 4T21 al que se suman la mejora del mix de precios, la contribución de las ventas de energía y el tipo de cambio, frente al mejor trimestre de 2020

Ingresos trimestrales

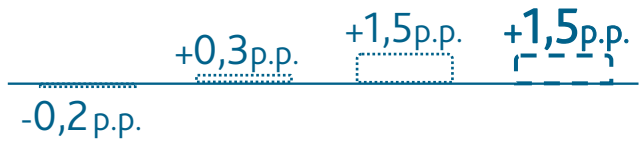
Contribución al crecimiento (p.p.)





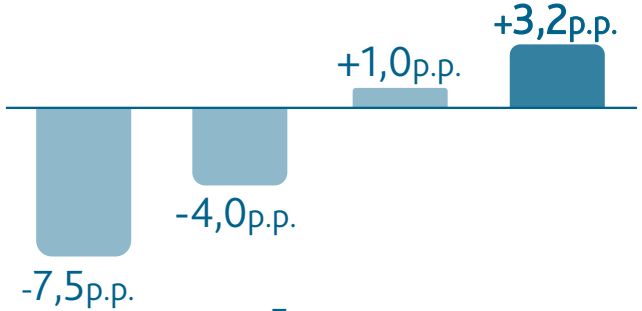
Comparable[1] envolturas

1T 2T 3T 4T



Comparable[1] cogeneración

1T 2T 3T 4T



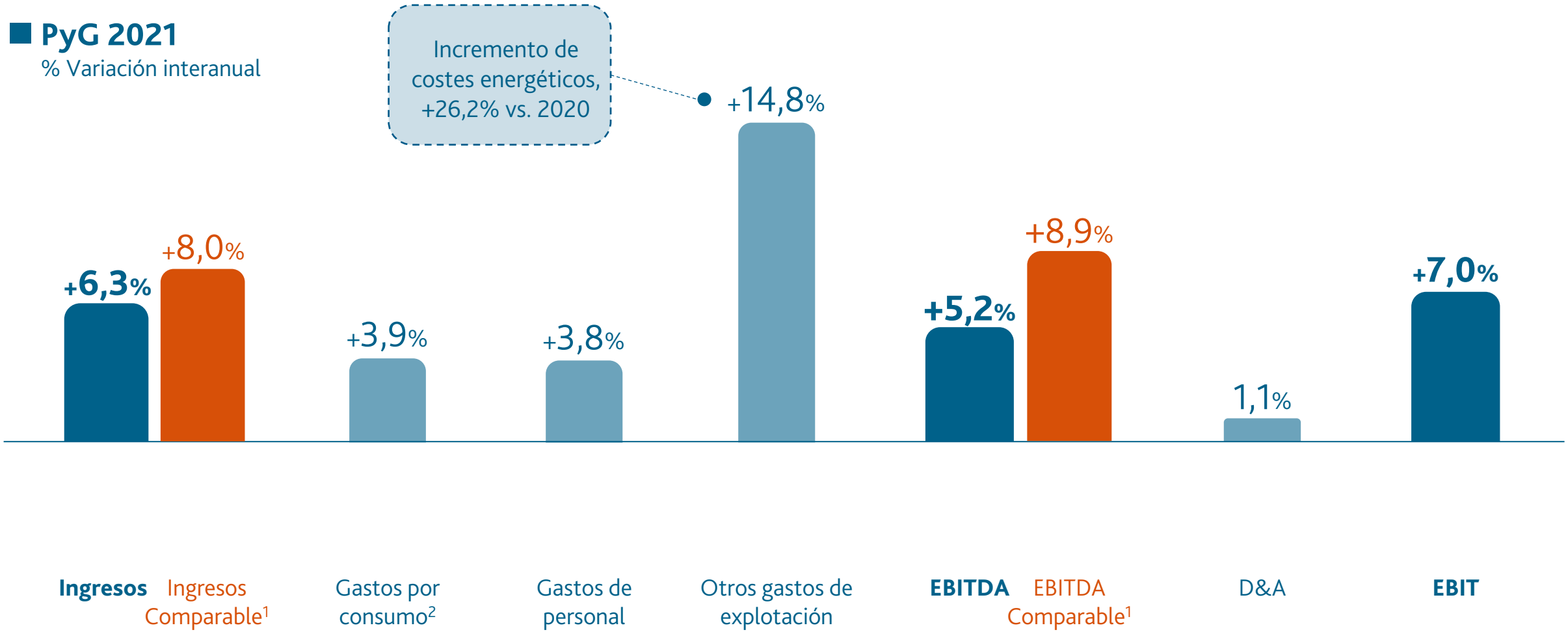
Forex

1T 2T 3T 4T

[1] Comparable: Excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

El apalancamiento por mayores volúmenes, la disciplina comercial y las eficiencias productivas contrarrestan la fuerte inflación de costes energéticos…

PyG 2021
% Variación interanual



[1] Comparable: El crecimiento comparable excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

[2] Gastos por consumo = Aprovisionamientos +/- Variación de productos terminados y en curso.

...permitiendo crecimientos del EBITDA acumulado e incluso mejorar ligeramente la rentabilidad en términos comparables

EBITDA 2021

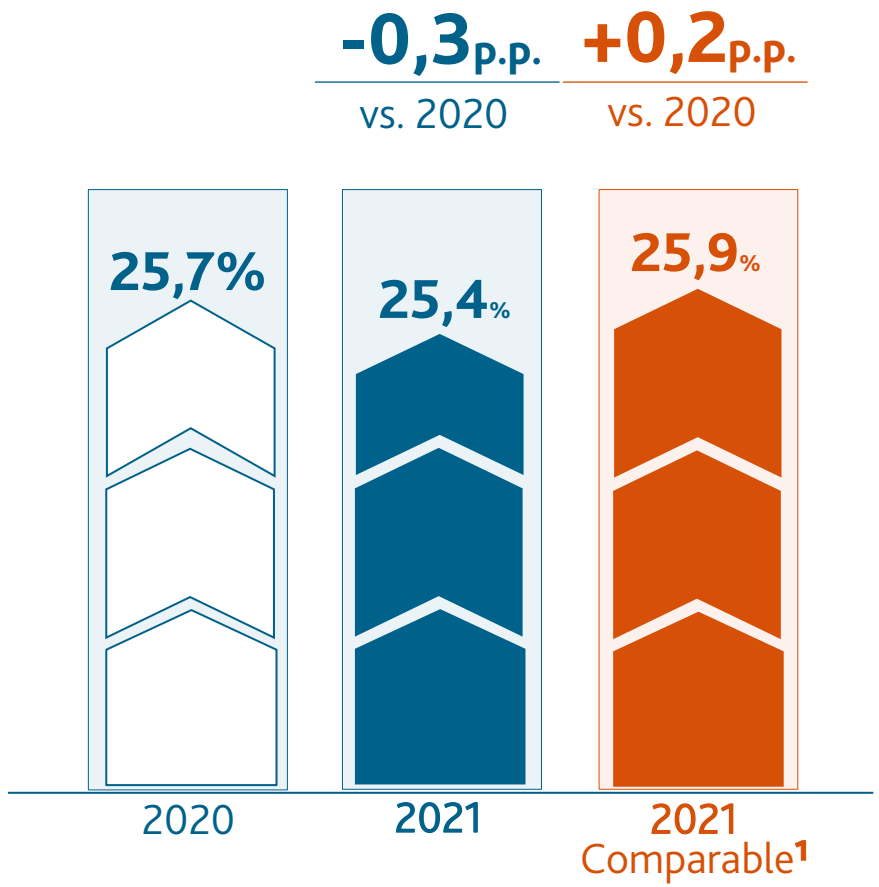
Contribución al crecimiento
(Millones € y p.p.)



[1] Comparable: El crecimiento comparable excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

Margen EBITDA 2021

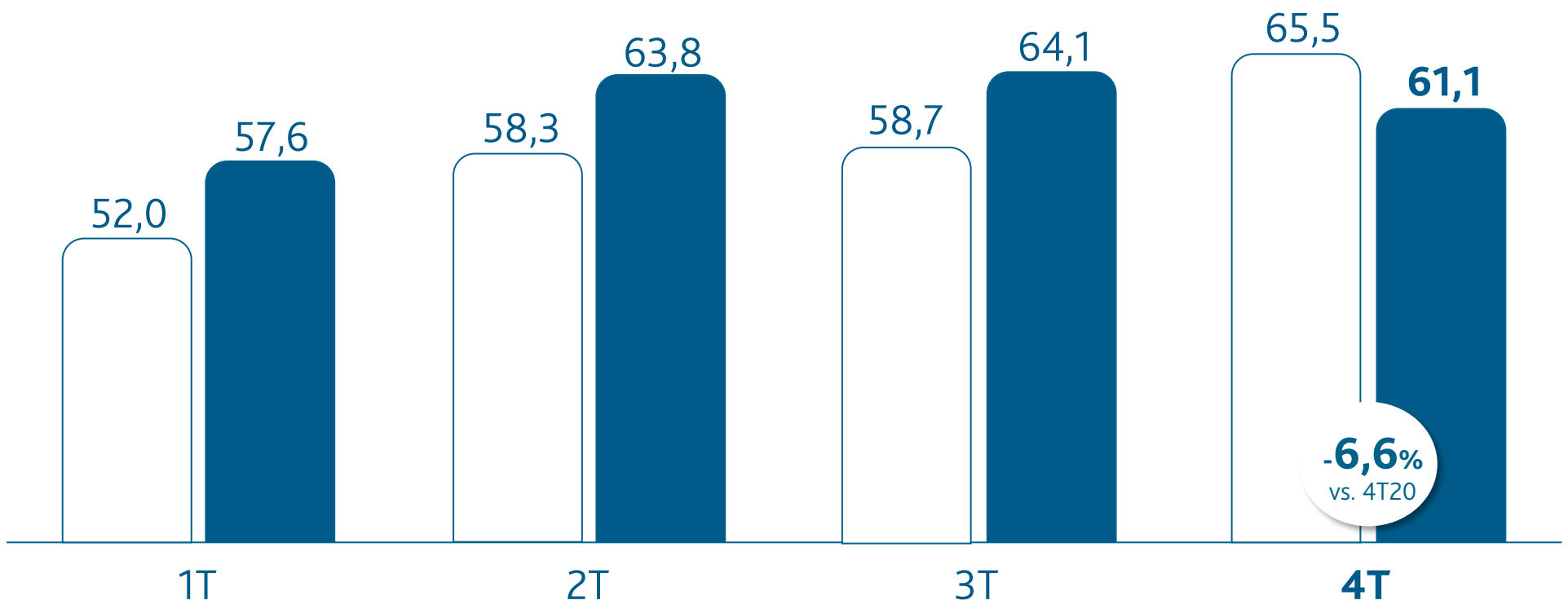
(En porcentaje)



El súbito incremento de los costes energéticos y de transporte en 4T erosiona los resultados operativos del trimestre

EBITDA trimestral

Reportado (Millones €)



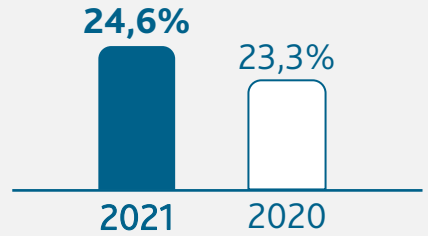
La solidez operativa y financiera permiten que Viscofan alcance un máximo histórico de Resultado Neto

EVOLUCIÓN EBIT-RESULTADO NETO

Reportado (Millones €)

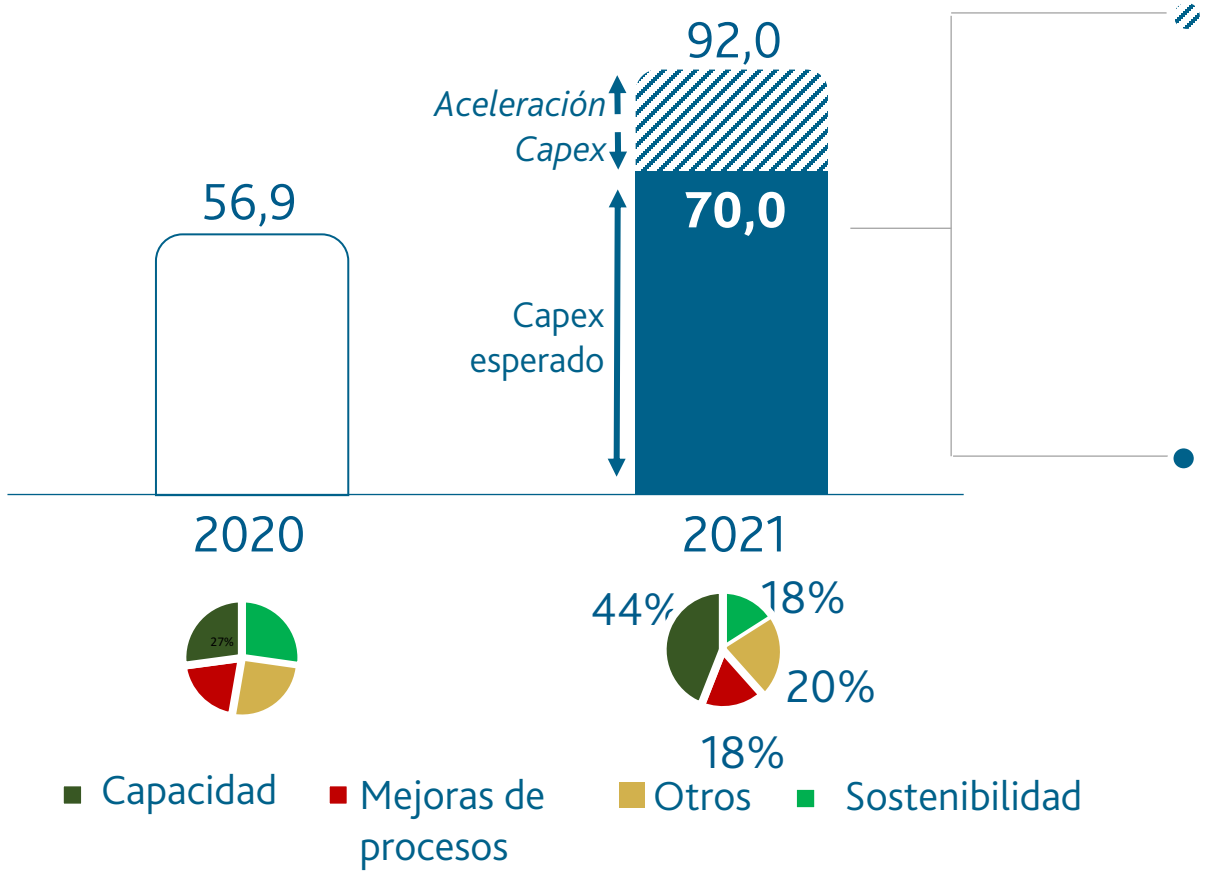
En millones de €	2021	2020	Var. %
EBIT reportado	174,4	162,9	+7,0%
Resultado financiero	+2,0	-3,3	c.s.
Impuestos	-43,4	-37,1	+16,9%
Resultado Neto	133,0	122,5	+8,6%

Tasa fiscal efectiva.



Aceleración en los proyectos de inversión en el último trimestre para poder dar servicio al aumento en la demanda

CAPEX. Desglose por tipo
(Millones €)



Anticipación Proyectos Beyond25

- Aumento de capacidad de envolturas de colágeno en varias plantas
- Inversión de mejora tecnológica en la planta de Danville (USA)
- Hidrolizados en Alemania

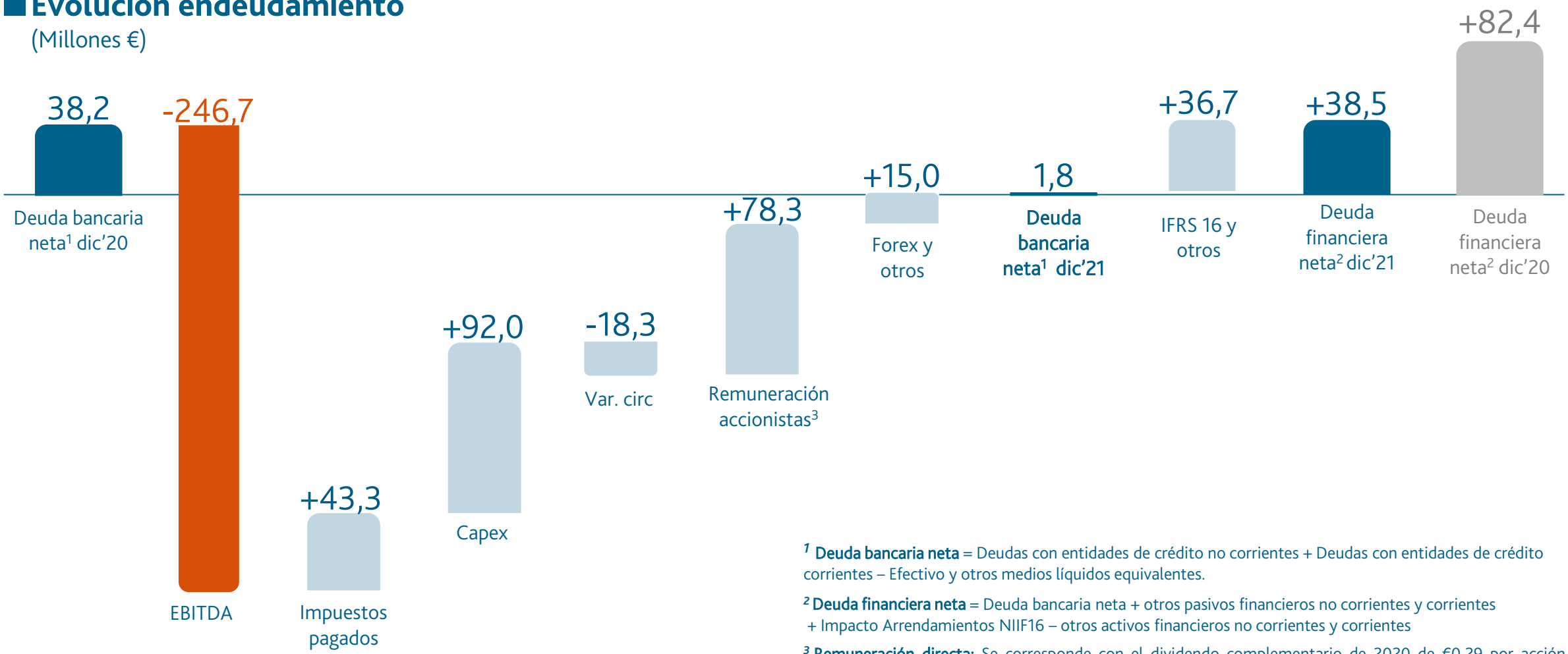
Proyectos MORE TO BE 2021

- Aumento de capacidad de fibrosa en Cáseda
- Inversiones en mejora tecnológica en New Jersey (USA)
- Aumento capacidad converting
- Inversiones en sostenibilidad

Sólida generación de caja que permite acelerar proyectos de inversión, aumentar la remuneración a los accionistas mientras que se fortalece el balance

Evolución endeudamiento

(Millones €)



[1] **Deuda bancaria neta** = Deudas con entidades de crédito no corrientes + Deudas con entidades de crédito corrientes – Efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

[2] **Deuda financiera neta** = Deuda bancaria neta + otros pasivos financieros no corrientes y corrientes + Impacto Arrendamientos NIIF16 – otros activos financieros no corrientes y corrientes

[3] **Remuneración directa:** Se corresponde con el dividendo complementario de 2020 de €0,29 por acción pagado en junio 2021 y con el dividendo a cuenta del ejercicio 2021 de €1,40 por acción pagado en diciembre de 2021.

Guidance 2022

US$/€: 1,15

En millones de €	Importe	Variación
Ingresos	1.047-1.065	+8% / +10%
EBITDA	257-263	+4% / +6%
Resultado Neto	139-144	+5% / +8%
Capex	≈100	

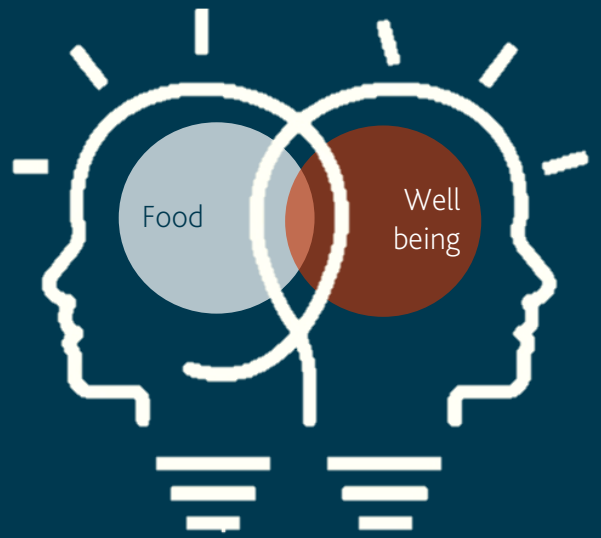

Beyond 25
Viscofan

Beyond25

- Nuevo propósito
- Nuevo “route to market”
- Transformación operativa
- Nueva organización
- Objetivos 2025



- Nuevo propósito
- Nuevo “route to market”
- Transformación operativa





Reshaping food and wellbeing.
For many, for long.

Reshaping food and wellbeing

Implicación estratégica



Nuestra tecnología y nuestra presencia global nos permite estar en una posición privilegiada para dar forma a un mundo mejor. Contribuimos a mejorar el **acceso a la alimentación** alrededor del mundo, y también podemos **ayudar a través de la nutrición y nuestro know-how al bienestar de las personas.**

Diferenciación **Negocio Tradicional** (TB) y **Nuevos Negocios** (NB)

For many…

Implicación estratégica



Si algo nos caracteriza es que siempre hemos querido ser relevantes, generar impacto, y por eso nuestro campo de acción es el mundo**, "for many",** significa que cuanta más gente pueda disfrutar de nuestros productos, servicios, y soluciones, mejor para nuestro propósito.

Nueva segmentación geográfica
(EMEA, APAC, NAM, SAM)

For long

Implicación estratégica



Y por supuesto, generamos un impacto que permanece, un proyecto de futuro, que quiere ser para siempre, **"for long"**. Un impacto duradero en cada persona, en la vida, en el bienestar de todos. Este es nuestro propósito sostenible.

Sostenibilidad como nuevo pilar estratégico transversal

Nuestro recorrido estratégico

Nuevo propósito

Be ONE

2006-2011

"Una estrategia para explotar nuestras economías de escala"





Be MORE

2012-2015

"Una estrategia para atacar la oportunidad de crecimiento"

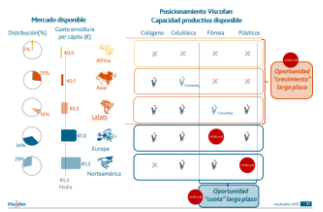




MORE TO BE

2016-2021

"Una estrategia para ser el auténtico líder global, the casing company"





Pilar estratégico

Coste

Tecnología

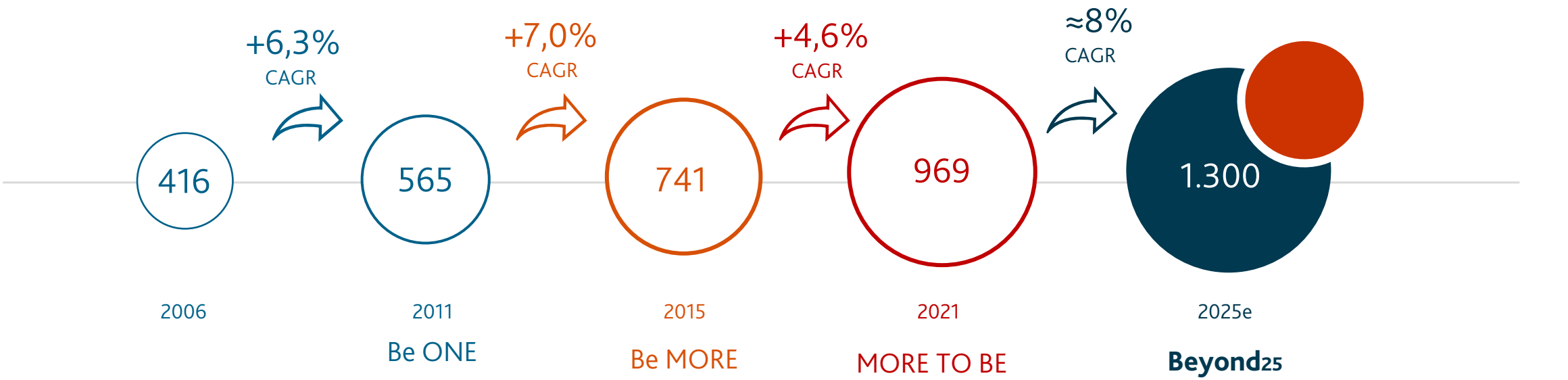
Servicio

Nuevo plan: Crecer con rentabilidad

Sostenibilidad como nuevo pilar estratégico

Ingresos Grupo Viscofan*

* Excluye cifra de negocios de desinversiones

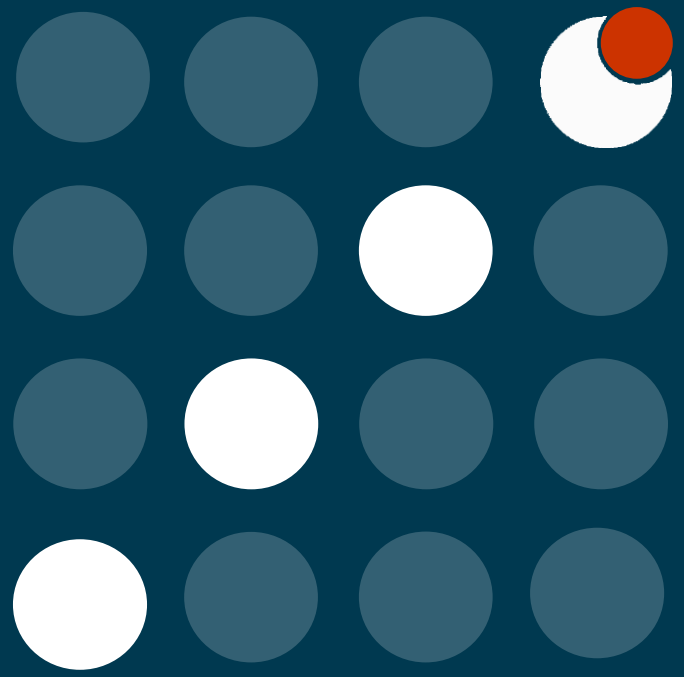


Nuevo propósito

Nuevo “route to market”

Transformación operativa

Nueva organización



Propuesta de valor de Viscofan

Cadena de valor

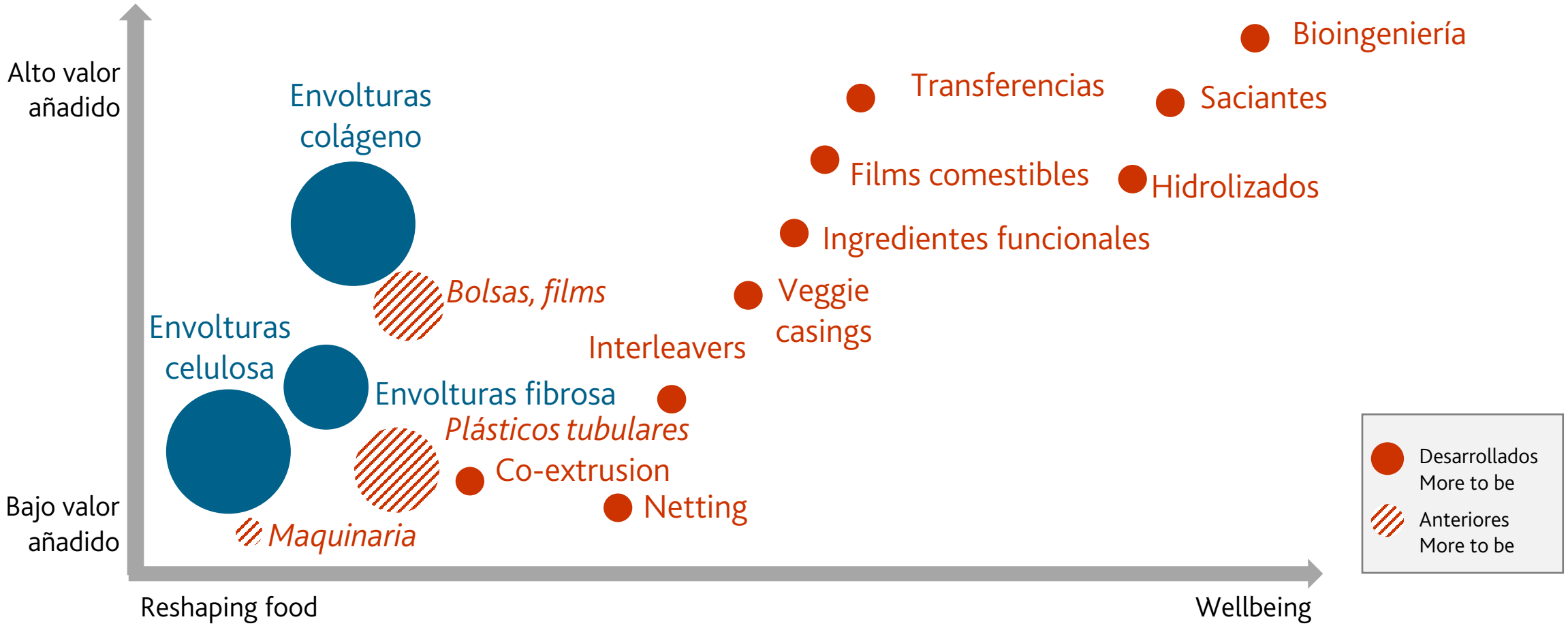








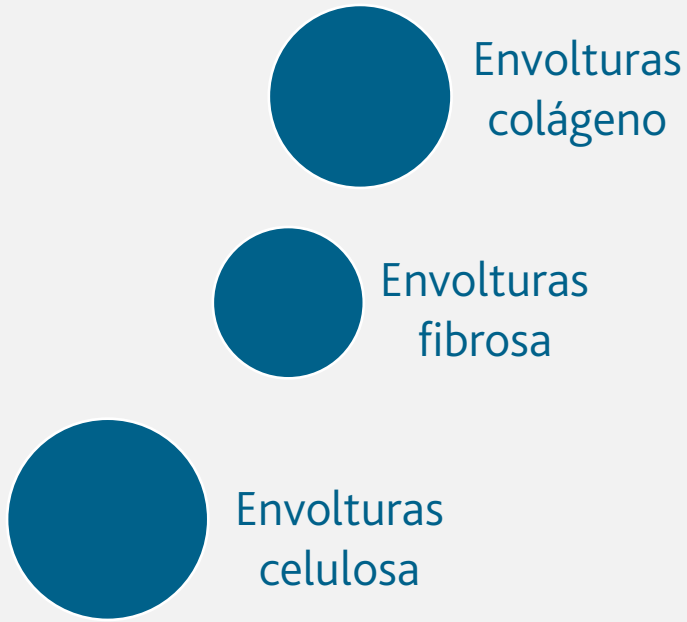
Posicionamiento de productos en nuestro propósito



Nueva segmentación con dos focos estratégicos

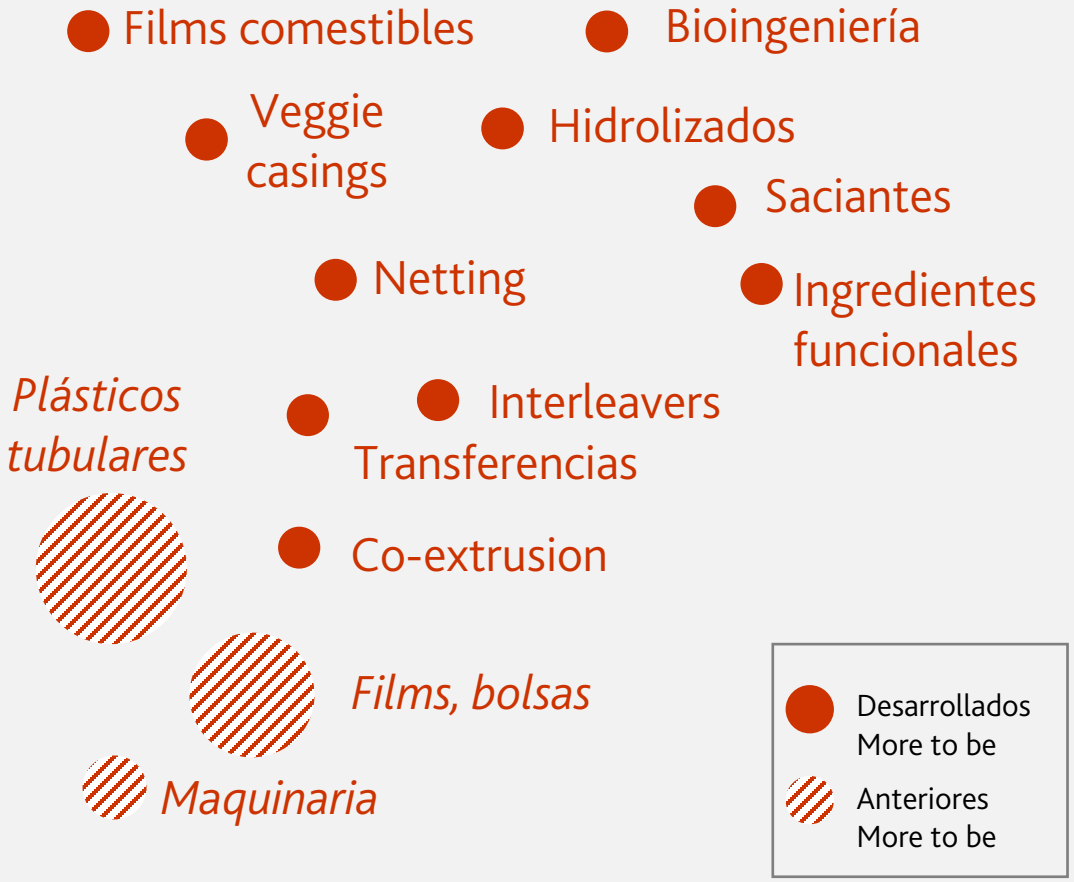
⟵ Traditional Business (TB) ⟶

€809 Mn



⟵ New Business (NB) ⟶

€116 Mn



Nueva segmentación con dos focos estratégicos





Viscofan

Reshaping food and wellbeing.
For many, for long.

Route to market

TB. Fortalecer nuestro liderazgo





+5%/+7%

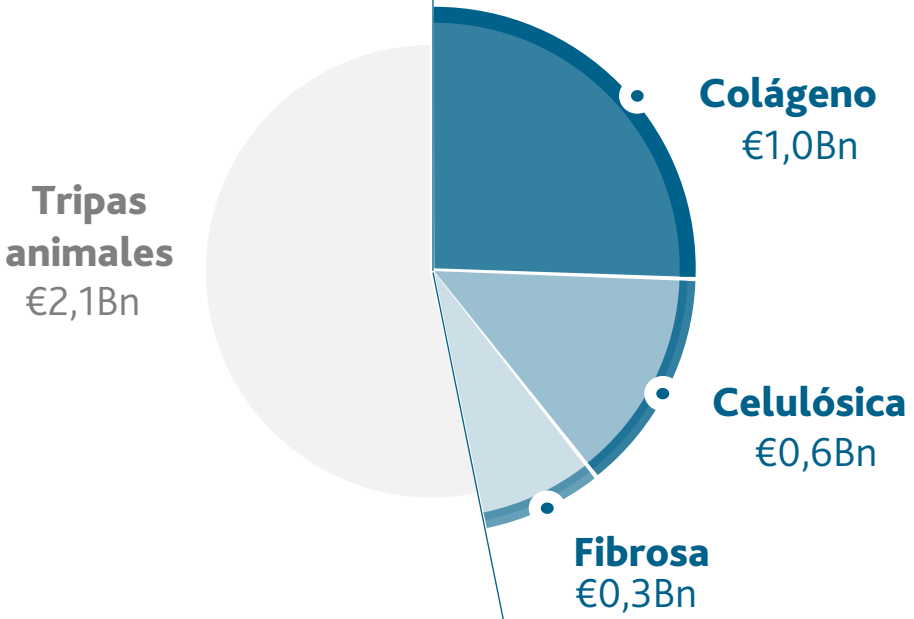
Crecimiento esperado Viscofan
CAGRe 2022-2025

€4.000 millones

Tamaño de mercado



Mercado con sólidos fundamentos de crecimiento



Crecimiento mercado de envolturas

+2%/+4%

POBLACIÓN

Crecimiento poblacional
Desarrollo población urbana



HÁBITOS ALIMENTACIÓN

Mayor consumo de proteína
Más veganos y vegetarianos
Conveniencia y variedad
Alimentación saludable y sostenible



INDUSTRIA ALIMENTARIA

Sofisticación
Aseguramiento servicio
Economía circular
Productividad
Valor añadido



Colágeno

Route to market

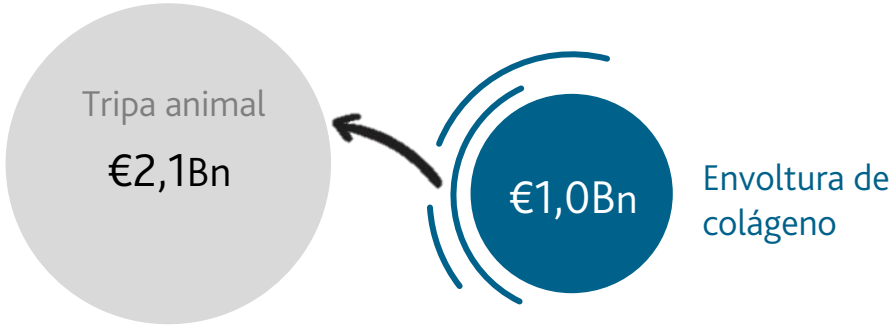
- ✓ I+D: Desarrollo de nuevos productos para sustituir la tripa animal

- ✓ Promoción envoltura Natur en nuevos mercados
- ✓ Proyectos específicos por geografías

- ✓ Ampliación de capacidad de extrusión y converting de colágeno para atender a la demanda prevista
- ✓ Impulso tecnología con menor requerimiento de captación de agua

Viscofan: Objetivo en 2025 Convertir 5%-7% del mercado de tripa animal

1. El mercado de tripa mundial es más del doble que el de envolturas de colágeno



2. Contexto con catalizadores para la conversión de tripa



- Inflación de costes salariales. Búsqueda de automatización
- Disrupciones de la cadena de suministro. Aseguramiento del servicio

Fibrosa

- ✓ Capacidad instalada para ser el mayor productor mundial de fibrosa
- ✓ Adecuación de catálogo productivo en EE.UU y Europa
- ✓ Expandir el crecimiento a otras áreas geográficas emergentes
- ✓ Evolución de la nueva tecnología

Viscofan: Objetivo en 2025 Liderazgo de mercado en esta tecnología



Adaptación de catálogo

Intercambio know-how



Celulósica



- ✓ Gran oportunidad de acceso a proteína en mercados emergentes

- ✓ Capacidad instalada para una rápida adaptabilidad al crecimiento
- ✓ Posicionamiento global, cercanía al mercado

- ✓ Mejora servicio y producto con la nueva tecnología en Danville
- ✓ Aprendizaje y mejoras con la nueva tecnología de Cáseda

Viscofan: Objetivo en 2025 Adopción de celulósica en nuevos mercados

Combinando sostenibilidad y competitividad

"Nutrición básica a costes muy competitivos frente a un entorno de inflación"

"Origen vegetal y sostenible"

"Ahorros productivos y eficiencia al productor alimentario"

"Versatilidad de recetas"

Asia

Catalizador de crecimiento



China

1.400 Mn personas

0,2 € casing per capita

Número 2

Presencia productiva propia

Iniciativas:

- Ayudar al mercado en su búsqueda de productividad y automatización
- Ampliación de capacidad colágeno
- Desarrollo nuevos productos
- Impulso comercial tripa celulósica

Sudeste Asiático

580 Mn personas

0,2 € casing per cápita

Número 1

Presencia comercial

Iniciativas:

- Preparados para acompañar al crecimiento del mercado
- Incrementar presencia e impulso comercial
- Desarrollo de producto

Asia

Catalizador de crecimiento



India

1.400 Mn personas

0,0 € casing per cápita

n.s.

Presencia comercial

Iniciativas:

- Desarrollar el mercado
- Lanzamiento de productos (veggie y celulósica)
- Desarrollo de producto final en instalaciones de cliente
- Equipo local

Japón

125 Mn personas

0,7 € casing per capita

n.s.

Presencia comercial

Iniciativas:

- Ganar presencia
- Oficina comercial desde 2021
- Apoyo asistencia técnica
- Desarrollo de nuevos productos

SAM

Foco en volumen



Sudamérica

530 Mn personas

0,4 € per cápita

Número 1

Presencia productiva propia

Iniciativas:

- Acompañar en el proceso de sofisticación de la industria con más portfolio de producto
- Apoyo en la productividad de nuestros clientes
- Potencial de crecimiento en la región con más densidad de población urbana.

Mercados desarrollados

Foco en propuestas de valor

Norteamérica



- 500 Mn
- 1,1€ casings per cápita
- Número 1
- Presencia productiva propia

Iniciativas:

- Ayuda automatización clientes y retos de sostenibilidad
- Impulso y desarrollo productos snacking
- Productos de valor añadido

Europa

- 750 Mn
- 0,8 € casing per cápita
- Número 1
- Presencia productiva propia



Viscofan

Reshaping food and wellbeing.
For many, for long.

Route to market

NB. Crecer y ganar tamaño



NB. Crecer y ganar tamaño

Enfoque del uso del colágeno como ingrediente en distintas aplicaciones.



Proceso productivo desarrollado en base al liderazgo tecnológico en envolturas y adquisiciones

Impulso de la propuesta de valor a los clientes con nuevas soluciones y servicios de valor añadido.

Equipo comprometido con un extenso know-how tecnológico y comercial

Soluciones con factores diferenciales

Films comestibles
Innovación disruptiva para llegar a más mercados

Hidrolizados de colágeno
Producto premium

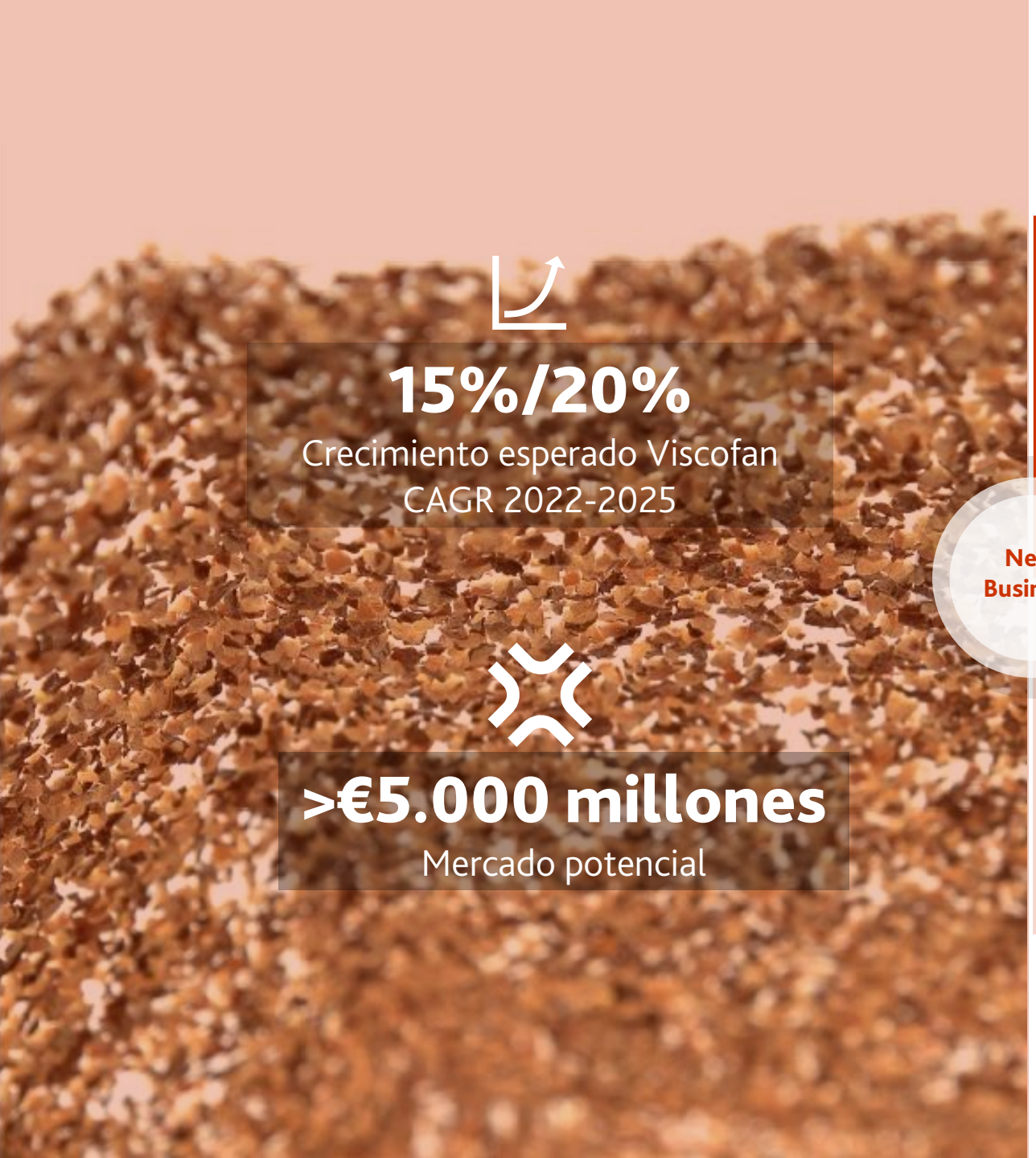


Transferencia de ingredientes
Producto para aportar variedad y ayudar a la eficiencia
Proceso ya industrializado

Veggie casing
Única empresa a nivel mundial con producto tubular

Soluciones aplicadas
Plásticos biodegradables, maquinaria, desarrollos específicos

Nutra-farma-bio
Liderando proyectos relevantes con posible potencial a largo plazo



15%/20%
Crecimiento esperado Viscofan
CAGR 2022-2025

>€5.000 millones
Mercado potencial



Hidrolizados de colágeno

Una oportunidad de crecimiento Beyond25

VISCOFAN COLLinstant®
PREMIUM COLLAGEN HYDROLYSATE

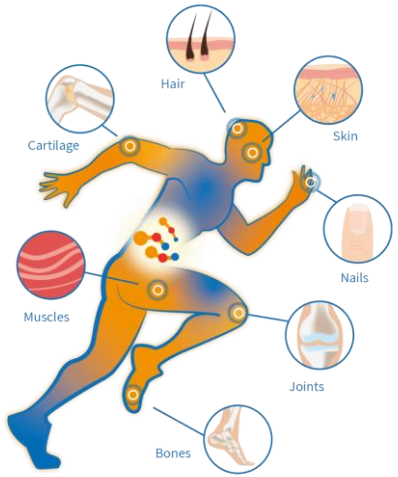
- ✓ Amplio know-how sobre el colágeno
- ✓ Producto premium

- ✓ Lanzamiento y marketing de productos
- ✓ Refuerzo equipo comercial
- ✓ Partnership con distribuidores

- ✓ Ampliación de capacidad en Alemania
- ✓ Sinergias productivas con envolturas
- ✓ Diversificación proveedores

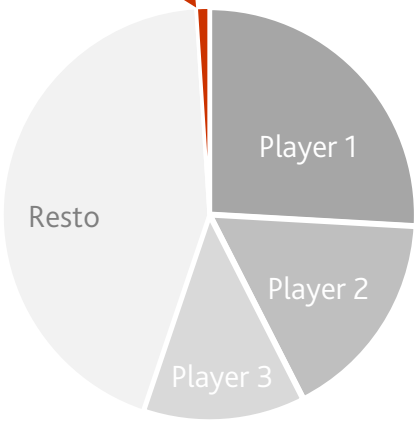
Viscofan: Objetivo en 2025 de una cuota de mercado del 3%

1. Múltiples aplicaciones en alimentación y salud



2. Mercado con potencial de crecimiento

Viscofan **<1%.Cuota actual**



- ✓ Valor estimado 1 bn €
- ✓ Crecimiento anual 10% CAGR
- ✓ Principales mercados Europa y Norteamérica

Veggie casing

Una oportunidad de crecimiento Beyond25

Veggie Casing

- ✓ 2019-2021. Periodo de lanzamiento, promoción y pruebas clientes

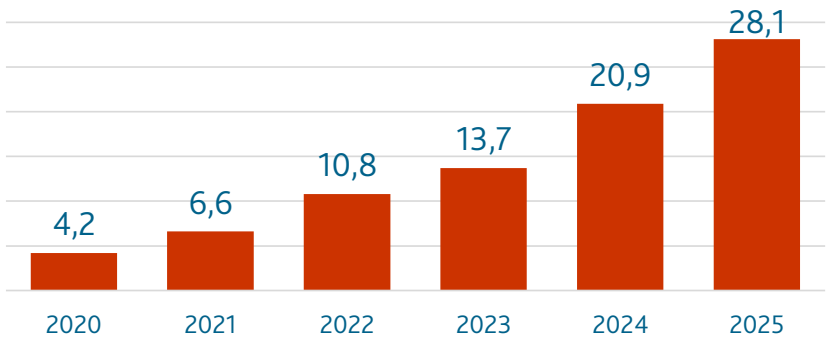
- ✓ Beyond. Adecuar la capacidad al crecimiento del mercado
- ✓ Objetivo industrializar y hacer más eficiente el proceso productivo

- ✓ Actualmente menos de 1% de las ventas aunque en más de 20 países.
- ✓ Beyond. Mayor expansión comercial.
- ✓ Crecimiento de productos plant-based en Asia

Viscofan:
Objetivo en 2025
3% de las ventas de Viscofan

1. Consumo productos plant-based meat en alza

Global retail Plant-based meat market. Bn US$



*Fuente: Bloomberg Intelligence

2. Convenience: Búsqueda de mayores alternativas



- Consumidor vegano y vegetariano en búsqueda de mayor variedad de productos
- **Embutido perfecto para satisfacer esta demanda**
- Catalizador en India para desarrollar la industria del embutido

ediLEAF

Una oportunidad de crecimiento Beyond25

Viscofan ediLEAF
EASY & QUICK FLAVOURING

Ingrediente. Film comestible

- **Desarrollo:** Producto ya desarrollado y patentado
- **Operaciones:** Prevista la inversión de capacidad productiva e industrialización del proceso
- **Comercial:** Lanzamiento en diciembre 2021

Líneas de producto

- Aplicación de hierbas y/o especias en productos cárnicos o pescados.
- Transferir hierbas y/o especias a productos lácteos, como quesos tiernos tipo *Feta*.
- Marinar carnes o añadir salsas en productos cocinados.
- Sushi preparado.

Aplicación ediLEAF





Ingredientes para añadir sabor a los alimentos a través de una lámina comestible, sin desperdicio de ingredientes

Restauración



Consumo hogar

Empresas de alimentación

Plásticos

Una oportunidad de crecimiento Beyond25

Foco economía circular

eFAN

Envolturas de material plástico reciclado o de base biológica. Ayudar a los clientes en sus retos de sostenibilidad

Plantas certificadas

Certificación sostenible ISCC PLUS en nuestras plantas de plásticos

MMPP de origen reciclado

Aseguramiento materia prima reciclada, duplicada en 2022 vs. 2021 con 20.000 kgs

Foco en valor añadido

Envolturas de transferencia

Una alternativa rentable al ahumado, fritura o glaseado convencional del jamón

Look natural

Gama de envolturas especial con forma irregular, flexibilidad extraordinaria…

Permeables

Para absorber el olor y el sabor del humo durante el proceso de ahumado. Pelado fácil

Bioingeniería

Aprovechar nuestro know-how en colágeno en el ámbito médico







Triankle

Liderando el consorcio



Gel colágeno aplicaciones médicas

Ventas en USA y en Italia



Ardat

Contribuir al desarrollo de terapias avanzadas



Planta GMP en Alemania



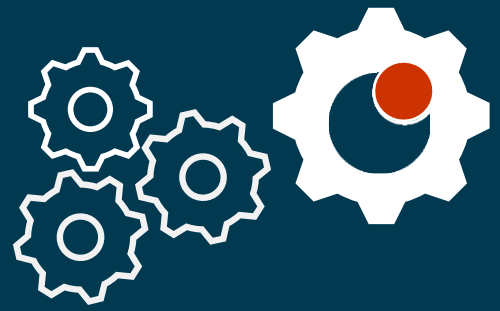
Cardiomesh

Búsqueda de pacientes

Nuevo propósito

Nuevo “route to market”

Transformación operativa

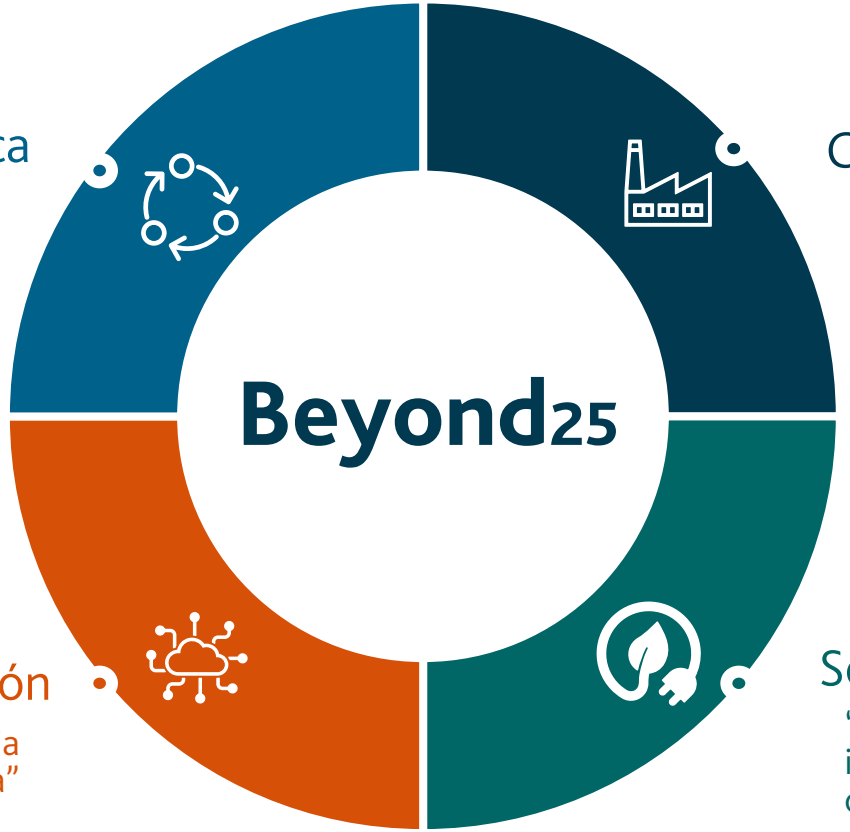


Nueva organización

Objetivos 2025

Multitud de proyectos de transformación

Capacidad, eficiencias, digitalización y sostenibilidad como base



Transferencia tecnológica
"Palanca para mejorar la rentabilidad"

Capacidad y eficiencias
"Crecer de manera rentable"

Digitalización
"Fuente de ventaja competitiva"

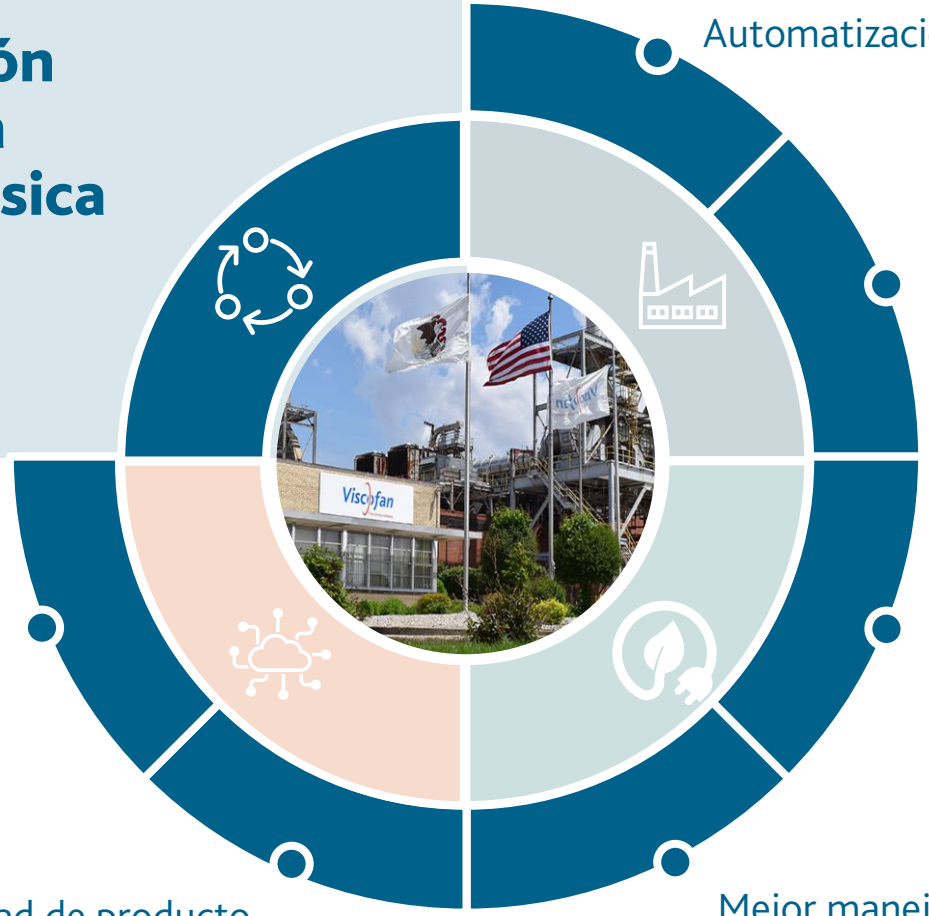
Sostenibilidad
"Buscando minimizar el impacto de nuestras operaciones"

Transferencia tecnológica

Buscando mejorar la rentabilidad en Norteamérica

Danville. Instalación nueva tecnología envolturas de celulósica

€25Mn
Capex



Aumento capacidad

Reforzar nuestro liderazgo en envolturas de colágeno

USA

Mayor output productivo gracias a la actualización tecnológica en New Jersey

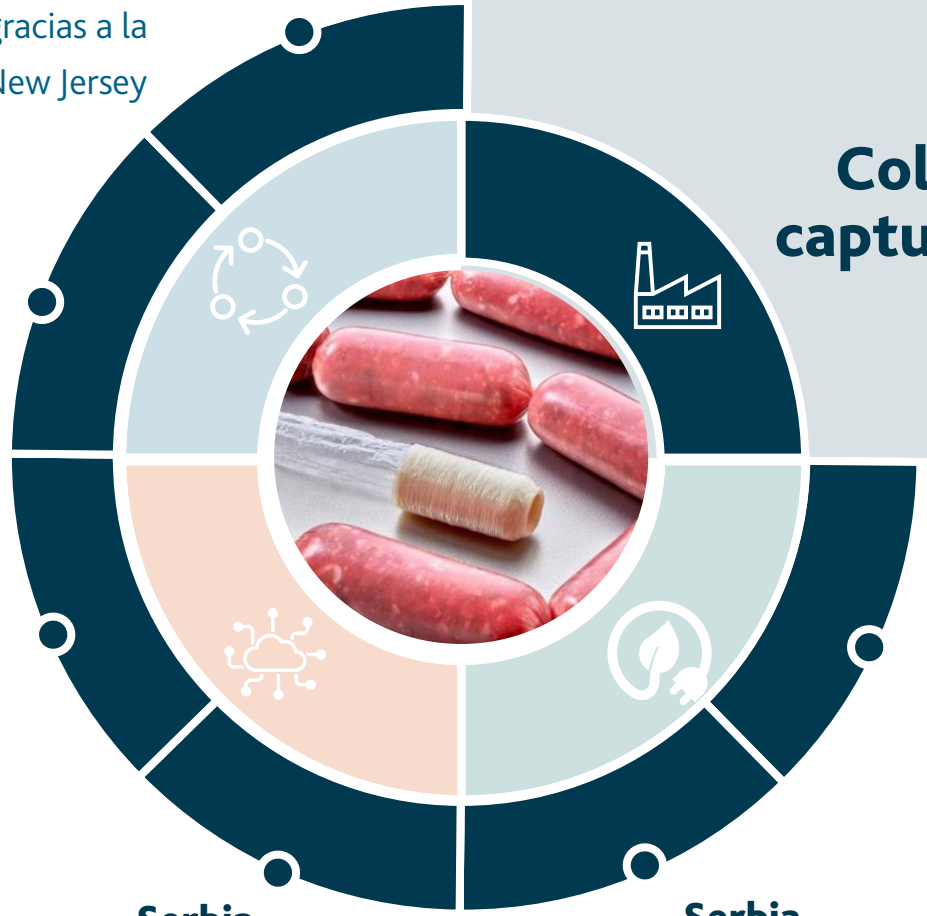
China

Aumentar capacidad de extrusión y converting

Adecuar cadena de suministro

Alemania

Capacidad dry-tech bajo la tecnología más avanzada del grupo



Colágeno. Preparados para capturar un 7% del mercado de tripas animales

España

Ampliación de capacidad bajo tecnología con menor requerimiento de agua. Dry-tech

Serbia

Ampliar capacidad de colágeno de largo calibre

Serbia

Instalar capacidad de edible collagen

Eficiencias

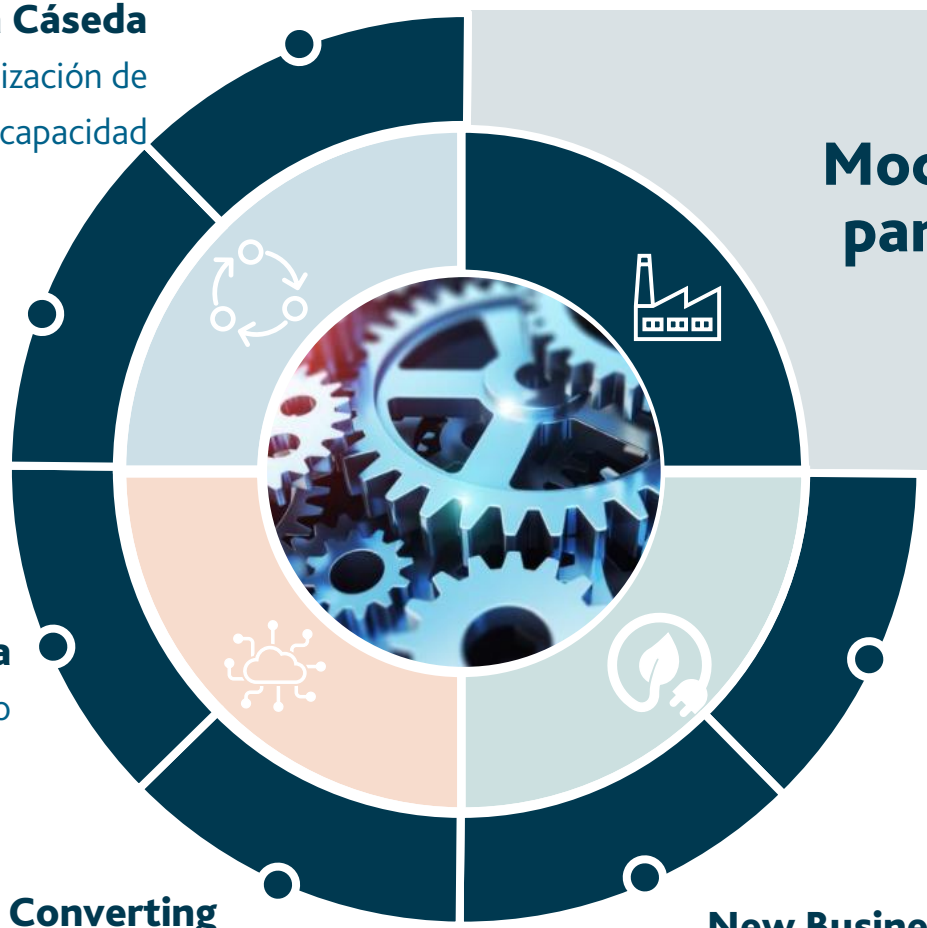
Mejorar el parque industrial y nuestra cadena de suministro

Tecnología celulósica y fibrosa Cáseda
Evolución de la tecnología y utilización de capacidad

SAM
Maximizar capacidades de extrusión

China
Adecuar la cadena de suministro

Converting
Adecuación a la nueva dimensión productiva



New Business
Industrializar operaciones

Diversificación de proveedores
Búsqueda de nuevas fuentes y materiales

Modelo productivo más sólido para hacer frente a cualquier entorno

Digitalización

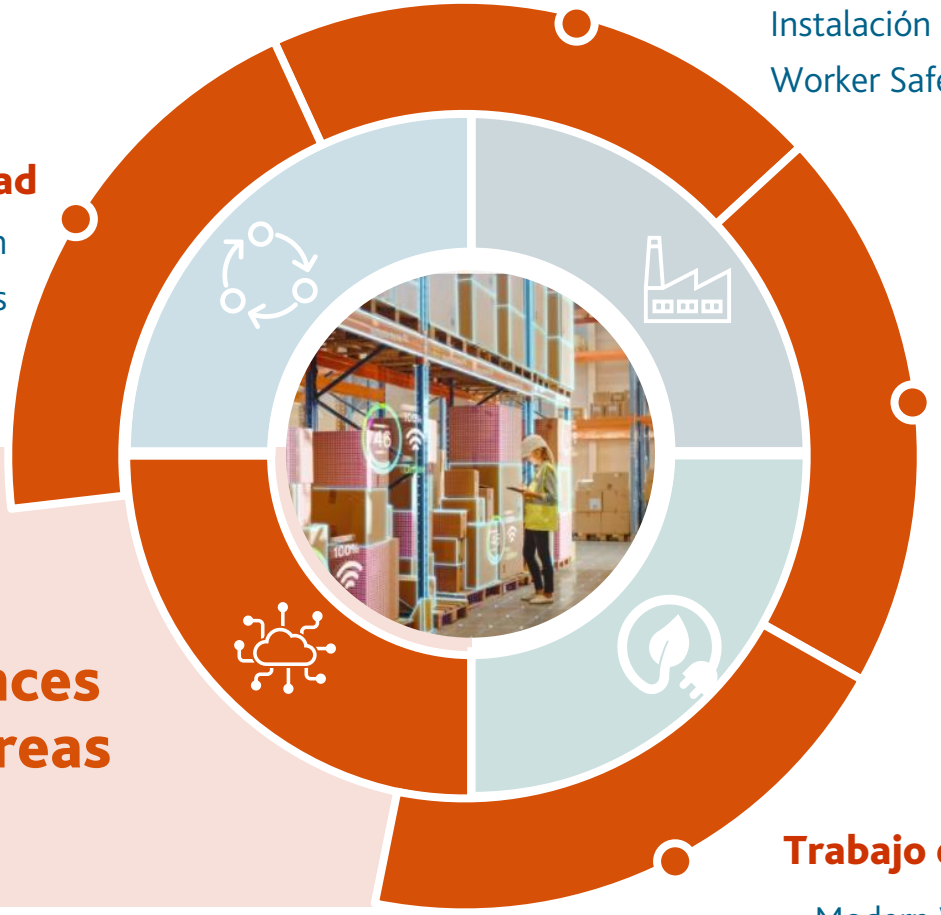
Palanca como fuente de ventaja competitiva

Modelo industrial

Instalación 5G Cáseda, Visión artificial, Machine learning, Lone Worker Safety, Remote expert, Big data

Eficiencia y productividad

Simplicidad, BBDD HR Global, Automatización (robótica), integración de socios



Orientación al cliente

CRM, segmentación de cliente, Data model, gestión y planificación de demanda, portal de distribuidor

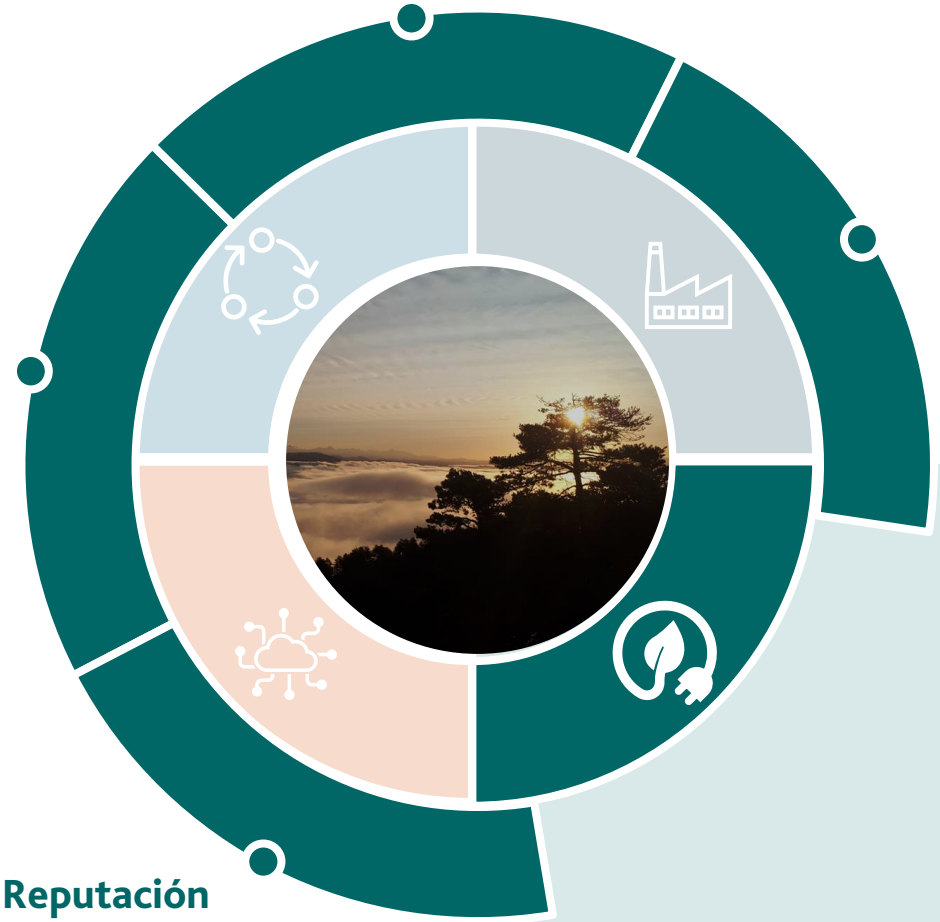
Digitalización
Aprovechando los avances actuales en múltiples áreas

Trabajo en equipo

Modern Workplace, comunicación, colaboración, innovación, project management

Sostenibilidad

Innovación para el crecimiento
Productos, procesos y nuevos modelos de negocio cumpliendo con demandas de sostenibilidad



Liderar la industria en sostenibilidad
Modelo de negocio más sólido, mitigar riesgos y aprovechar oportunidades del cambio climático, adelantar a regulación

Socio de nuestros clientes en los retos de sostenibilidad
Mejor percepción y encaje de nuestra visión y productos con la visión de sostenibilidad de los clientes

Reputación
Satisfaciendo las expectativas de nuestros grupos de interés. Atraer, motivar y retener el mejor talento

Sostenibilidad como nuevo pilar de nuestra estrategia

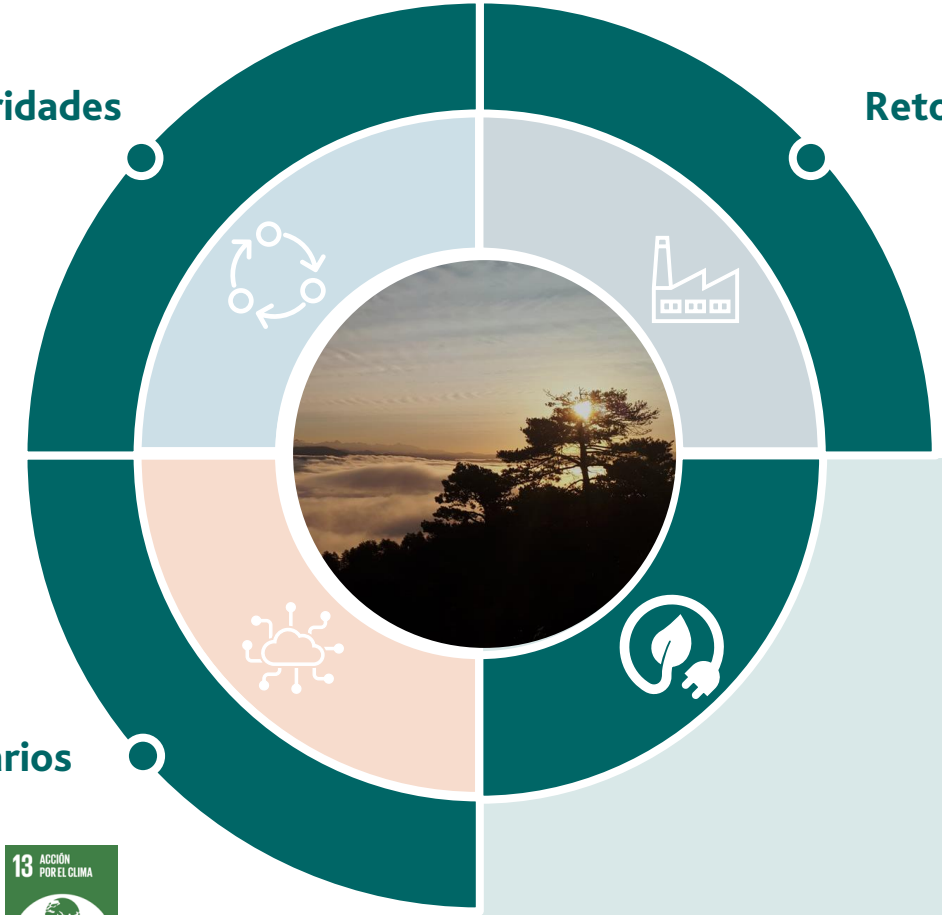
Sostenibilidad

Viscofan. Contribución y prioridades


En el proceso


En el producto


En las personas



Retos globales

Alimentación de una población en crecimiento

Cambio climático

Derechos humanos

Sostenibilidad como nuevo pilar de nuestra estrategia

Viscofan. ODS prioritarios

Nuevo



Sostenibilidad

Agua

Reducción de la captación de agua en m^3 / millón de metros extruidos

100 (2018) — 95 (2021) — 90 (2030) **-10%**

Residuos en vertedero

Reducción de residuos en vertederos en toneladas / millón de metros extruidos

100 (2018) — 93 (2021) — 70 (2030) **-30%**

Accidentabilidad

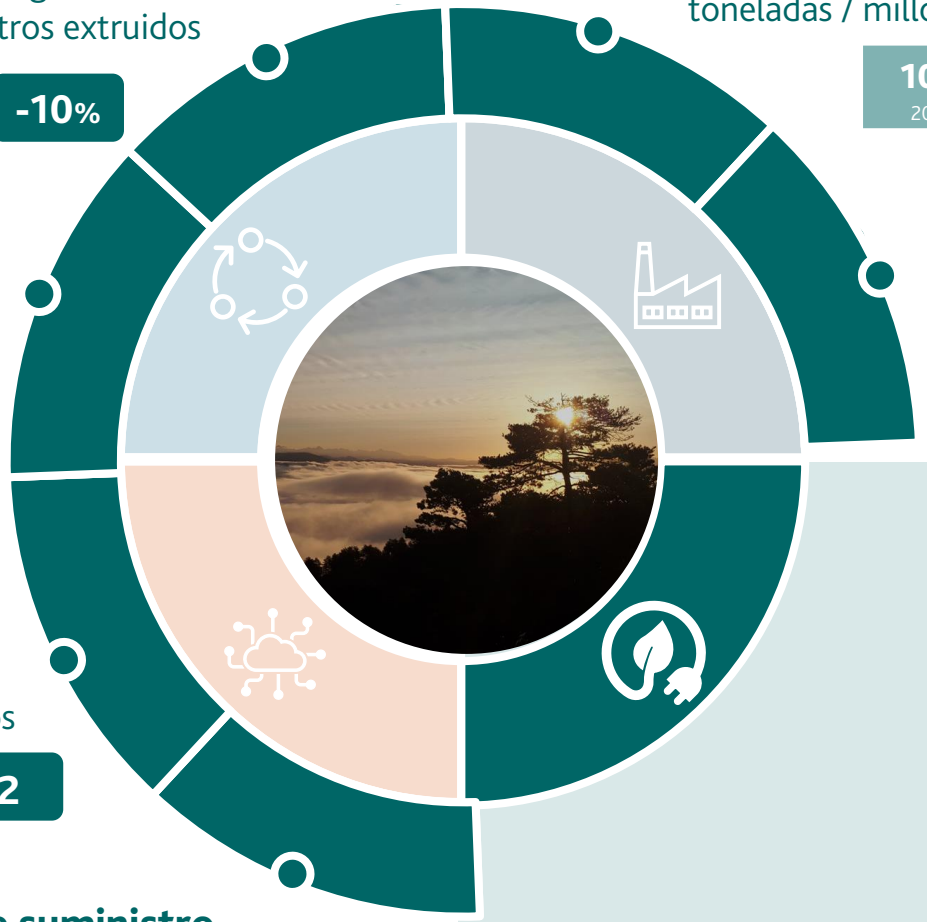
Reducción de la accidentabilidad en el trabajo

0,38 (2018) — 0,29 (2021) — 0,19 (2030) **-50%**

Cambio climático

Reducción de las emisiones de CO_2 en toneladas / millón de metros extruidos

100 (2018) — 84 (2021) — 70 (2030) **-30%**



Diversidad

30% Mujeres en puestos directivos

16% (2018) — 18% (2021) — 30% (2030) **x2**

Cadena de suministro

100% Proveedores materias primas principales comprometidos con código ético

0% (2018) — 0% (2021) — 100% (2030) **100%**

Sostenibilidad como nuevo pilar de nuestra estrategia

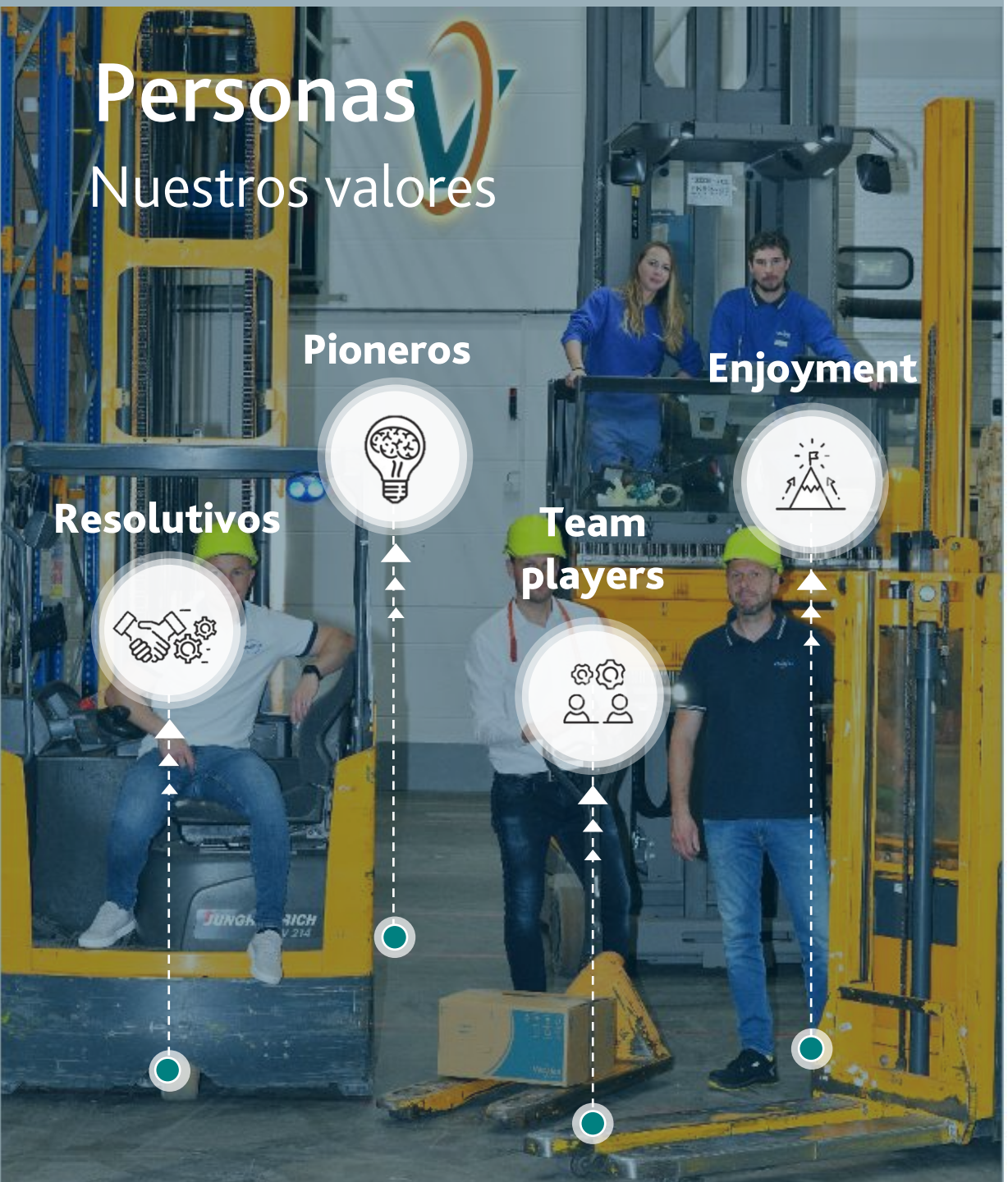
Nuevo “route to market”

Transformación operativa

Nueva organización

Objetivos 2025





Personas

Nuestros ejes de actuación

Nueva organización

- Diversidad
- Seguridad y salud
- Gestión del talento
- Agilidad, equipos transversales
- Motivación y compromiso

Organizados para cumplir nuestros objetivos

Nueva organización



José Antonio Canales
CEO



Andrés Díaz
CEO EMEA

Spain
Germany
Czech Rep.
Serbia
Belgium
UK
France
Russia



Gabriel Larrea
CEO NAM

United States
Canada
Mexico
Costa Rica



Juan Negri
CEO APAC

China
Australia
Thailand
India
Japan



Luis Bertoli
CEO SAM

Brazil
Uruguay



Óscar Ponz
CEO New Business



Jesús Calavia
Chief Operations Officer



M. Carmen Peña
Chief Financial Officer



Iñaki Goñi
Chief Commercial Officer



José Ángel Arrarás
Chief R&D+Q Officer



Beatriz Sesma
Chief Human Resources Officer



José Antonio Cortajarena
Chief Legal Officer



Iñaki Recalde
Chief Diversification Officer



César Arraiza
Chief Strategy, Organization and Systems Officer



Armando Ares
Chief IR&Comm. Officer

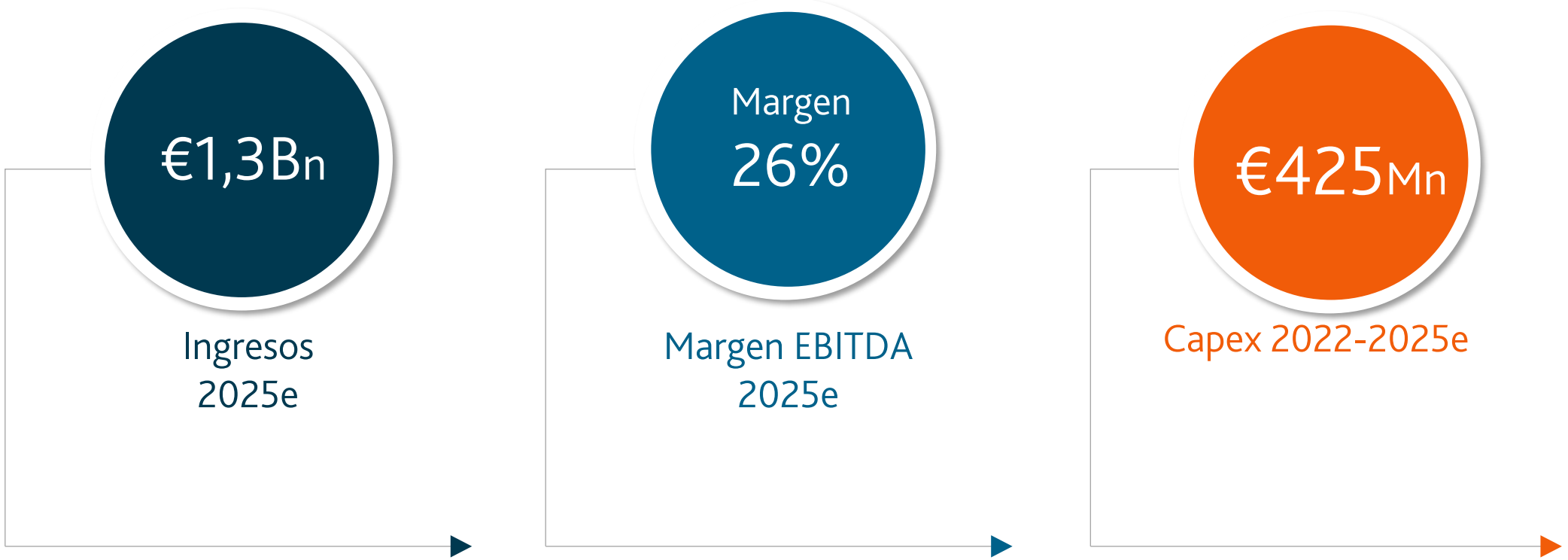
Transformación operativa

Nueva organización

Objetivos 2025



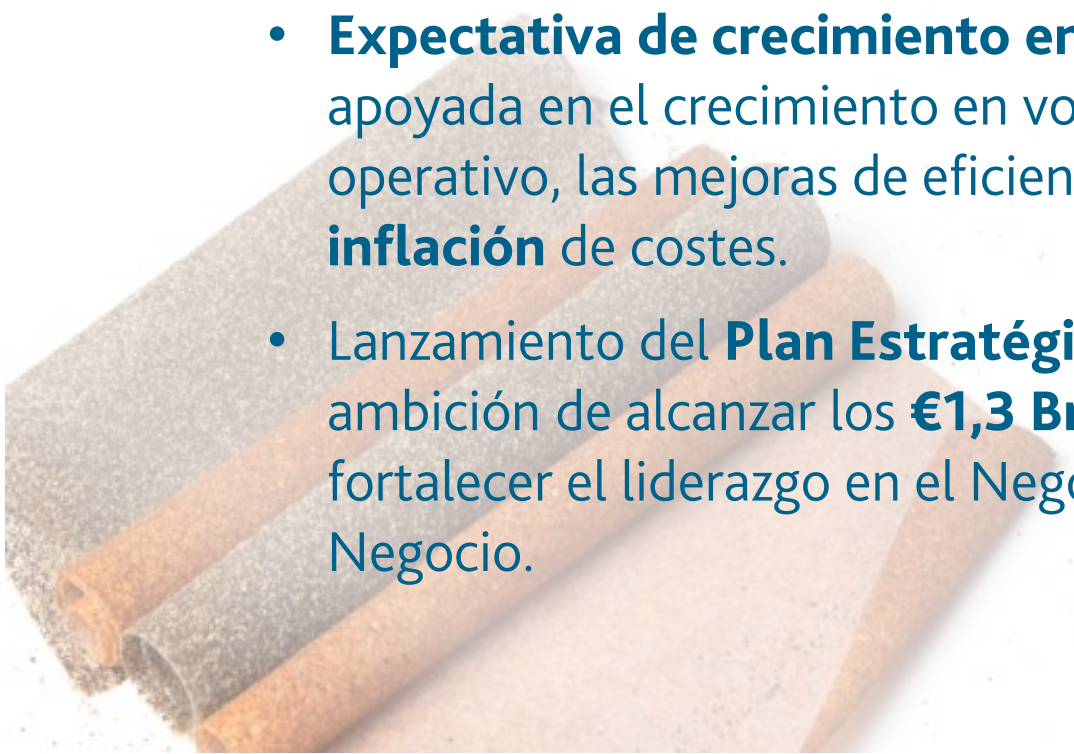
Una propuesta de valor única para lograr nuestra ambición Beyond25



US$/€: 1,15

Conclusiones

- Concluye el plan estratégico MORE TO BE con **los mejores resultados de la historia superando nuestra guía esperada para el año.**
- **Mayores volúmenes, mejora de mix de precios, eficiencias productivas y control de costes** permiten contrarrestar un entorno adverso de inflación.
- **La generación de caja se traduce en un balance más sólido** mientras se adelantan proyectos de inversión para apoyar el crecimiento esperado y futuro.
- **Expectativa de crecimiento en las principales magnitudes financieras para 2022** apoyada en el crecimiento en volúmenes, la subida de precios de venta, el apalancamiento operativo, las mejoras de eficiencia y ahorro de costes para compensar **el impacto de la inflación** de costes.
- Lanzamiento del **Plan Estratégico Beyond25** con un nuevo propósito y una nueva ambición de alcanzar los **€1,3 Bn de ingresos en 2025, con rentabilidad,** buscando fortalecer el liderazgo en el Negocio tradicional, y crecer y ganar tamaño en el Nuevo Negocio.



Anexo. Principales resultados financieros

Millones €	2021	Var %	*Comparable[1] % Var*	4T21	Var %	*Comparable[1] % Var*
Ingresos	969,2	+6,3%	***+8,0%***	257,8	+7,3%	***+4,1%***
EBITDA	246,7	+5,2%	***+8,9%***	61,1	-6,6%	***-13,0%***
Margen EBITDA	25,4%	-0,3 p.p.	***+0,2 p.p.***	23,7%	-3,5 p.p.	***-4,4 p.p.***
Rdo. explotación	174,4	+7,0%		43,1	-10,5%	
Rdo. antes de impuestos	176,4	+10,5%		45,1	+4,8%	
Impuestos	-43,4	+16,9%		-11,9	+41,2%	
Rdo Neto	133,0	+8,6%		33,2	-4,1%	

[1] Comparable: El crecimiento comparable excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio en 2021.

Anexo. Medidas Alternativas del Rendimiento

Las Medidas Alternativas del Rendimiento incluidas en este reporte son las siguientes:

- El EBITDA, o Resultado operativo antes de amortizaciones se calcula excluyendo los gastos por amortizaciones del Resultado operativo. El EBITDA es una medida comúnmente reportada y extendida entre los analistas, inversores y otros grupos de interés dentro de la industria de envolturas. El Grupo Viscofan utiliza esta medida para seguir la evolución del negocio y establecer objetivos operacionales y estratégicos en las compañías del Grupo. No obstante, no es un indicador definido en las NIIF y puede, por tanto, no ser comparable con otros indicadores similares empleados por otras empresas en sus reportes.

- Gastos por Consumo: Se calcula como el importe neto de los aprovisionamientos y la variación de productos terminados y en curso. La dirección hace seguimiento de los gastos por consumo como uno de los principales componentes de coste para Viscofan. El peso de los ingresos netos de este componente de coste sobre los ingresos o margen bruto también se analiza para estudiar la evolución del margen operativo. No obstante, no es un indicador definido en las NIIF y los gastos por consumo no deben considerase un sustituto de las distintas partidas de la cuenta de pérdidas y ganancias que lo componen. Además puede no ser comparable con otros indicadores similares empleados por otras empresas en sus reportes.

- Deuda bancaria neta: Se calcula como las deudas con entidades de crédito no corrientes más las deudas con entidades de crédito corrientes neteado de efectivo y otros medios líquidos equivalentes. La dirección considera que la deuda bancaria neta es relevante para los accionistas y otros grupos de interés porque proporciona un análisis de la solvencia del Grupo. No obstante, la Deuda bancaria neta no debe ser tenida en cuenta como sustituto de la Deuda bancaria bruta del balance consolidado, ni de otras partidas de pasivos y activos que puedan afectar a la solvencia del Grupo.

- Ingreso y EBITDA comparable: Esta medida excluye el impacto de la variación de los diferentes tipos de cambio con respecto al periodo comparable anterior y los resultados no recurrentes del negocio para presentar una comparación homogénea de la evolución del Grupo Viscofan. No obstante, los ingresos y EBITDA comparable no son indicadores definidos en las NIIF y pueden, por tanto, no ser comparables con otros indicadores similares empleados por otras empresas en sus reportes, ni deben considerarse un sustituto de los indicadores de evolución de negocio definidos en las NIIF.