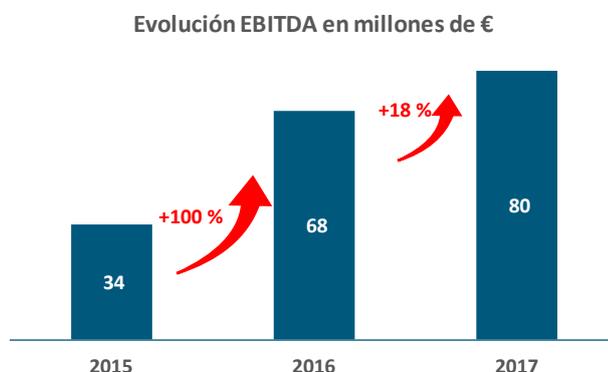


O Grupo Nueva Pescanova obtém lucros um ano antes do mercado no seu Plano Estratégico 2020

- A firma atingiu em 2017 um Ebitda de 80 milhões de euros, o que representa 18% mais do que o ano anterior.
- A faturação foi de 1.081 milhões de euros, perante os 1.060 milhões de 2016. No caso do canal retalhista, as vendas aumentaram 6,3%.
- Um dos principais fitos de 2017 foi o restabelecimento do equilíbrio patrimonial do Grupo graças ao aumento de capital em 135 milhões de euros

Vigo, 21 de março de 2018.- O Grupo Nueva Pescanova fechou 2017 com melhores resultados do que o que tinham projetado para este exercício no Plano Estratégico 2020. Desta maneira, o Grupo conseguiu pela primeira vez, obter lucros. A firma faturou um montante total de 1.081 milhões de euros, 2% acima de 2016 (1.060 milhões). As vendas do canal retalhista, um segmento estratégico para o Grupo, aumentaram 6,3%.

O resultado bruto da exploração (Ebitda) aumentou em 18% a respeito do exercício anterior, e atingiu os 80 milhões de euros. Desta maneira, o Grupo conseguiu um resultado líquido positivo depois de impostos um ano antes do previsto no Plano Estratégico, devido também a vários desinvestimentos em ativos não rentáveis ou não estratégicos visados no Plano, tais como a fábrica de farinhas Hasenosa e a empresa Novahonduras.



A fortaleza da nova situação patrimonial e a redução da dívida do Grupo graças ao aumento de capital garantem os recursos para a execução do Plano Estratégico até 2020. O aumento de capital permitiu



passar de 12 milhões de euros para 144 milhões de euros de capital social, como estava previsto no Plano de Viabilidade ratificado em sede judicial. Da mesma maneira, a dívida reestruturada foi reduzida em 35%. O endividamento líquido a justo valor melhorou em 2017, atingindo um rácio de 6,5 vezes Ebitda.

Durante o exercício fiscal de 2017, apresentou o novo design da marca «Pescanova», renovando tanto a imagem comercial quanto a corporativa do Grupo Nueva Pescanova. Além disso, posicionou-se como a empresa fabricante com maior ganho na penetração no mercado doméstico e a sexta firma que mais entra nas casas dos consumidores espanhóis. A firma pretende que a sua identidade seja um reflexo da nova estratégia do Grupo, centrada, entre outros aspetos, numa aposta firme por vender com a marca «Pescanova» e pela inovação, lançando novos produtos e formatos focados para as novas tendências de consumo. Seguindo esta filosofia inovadora, durante o exercício fiscal de 2017 o Grupo desenvolveu mais de 20 produtos novos.

Por outro lado, em 2017 foi criada uma Direção de Responsabilidade Social Corporativa da companhia, com o intuito de multiplicar os seus esforços em RSC, presente no DNA da empresa, e que a tem levado, entre outros assuntos, a impulsar projetos de apoio e desenvolvimento nas Comunidades onde opera, com a criação de escolas para filhos de colaboradores, habitação social, etc., em diversos países de todo o mundo.

O Plano Estratégico do Grupo Nueva Pescanova fixa até 2020, entre outros desafios, quadruplicar o Ebitda em quatro anos; uma nova ambição comercial focando os esforços no denominado Big 5 (Espanha, Portugal, França, Itália e USA); a otimização de custos; a gestão dos processos e a centralização de todas as filiais da companhia numa só organização vertical.

Sobre o Grupo Nueva Pescanova

O Grupo Nueva Pescanova é uma multinacional galega líder do setor especializado na captura, cultura, produção e comercialização de produtos do mar. Fundada em 1960, dá emprego a mais de 11.000 pessoas e opera em 24 países de 4 continentes. A Pescanova comercializa os seus produtos em 80 países dos cinco continentes.