
HIJOS DE ANTONIO BARCELÓ

Ventas en el exterior y crecimiento del negocio

La internacionalización del negocio, con el 40% de la facturación en los mercados exteriores y el crecimiento del EBITDA del 4%, han marcado un año lleno de reconocimientos.

Fundado en 1876, Hijos de Antonio Barceló es uno de los 20 principales grupos vitivinícolas de España. Desarrolla su actividad en la elaboración, crianza, embotellado y comercialización de vinos de calidad, actuando tanto en el mercado nacional como en el internacional.

La internacionalización del negocio, con el 40% de la facturación en los mercados exteriores y su presencia en las Denominaciones de Origen líderes en España sitúan a la Compañía en una posición diversificada y con proyección. Las ventas exteriores concentraron en el continente americano el 24% de la facturación y en Europa el 15%.

LAS BODEGAS Y SUS MARCAS

Para la elaboración de sus vinos, la Compañía dispone de Bodegas en cinco de las zonas vinícolas más prestigiosas del país, desarrollando diferentes líneas de negocio, entre las que destacamos:

- Vinos acogidos a las D.O. Ribera del Duero, D.O. Rueda y D.O. Toro. Suponen el 30% de la facturación total del Grupo de Bodegas y su desarrollo se realiza primordialmente bajo la marca Viña Mayor, que ampara vinos de las tres denominaciones de origen citadas.
- Vinos acogidos a la D.O.Ca. Rioja, Glorioso y Cosme Palacio son las marcas referentes de Bodegas Palacio, que ya representa el 27% de la facturación gracias al crecimiento del 11% en este ejercicio.

Hijos de Antonio Barceló se ha posicionado en el puesto 16, la 4ª compañía española, en la clasificación de *Top 100 Wineries of the World*

■ Vinos rosados de calidad elaborados en Bodegas Peñascal (Valladolid). La marca Peñascal sigue siendo la líder de vinos rosados España, y representa el 18% de la facturación.

■ Por último, las líneas de negocio constituidas por los vinos Quinados, otros vinos dulces y vinos de Castilla y León, suponen el 25% restante de la facturación.

La Compañía conjuga tradición e innovación en la elaboración de sus vinos, y dentro de su política de sostenibilidad tiene certificaciones de calidad (ISO 9001), medio ambiente (ISO 14001) y seguridad alimentaria (ISO 22000). Además, como muestra de su compromiso por el respeto al medio ambiente en el entorno vitivinícola, tiene acogido su viñedo de Ribera del Duero al reglamento de *Viñedo ecológico*, es miembro del proyecto

Wineries for Climate Protection y toma parte activa en acciones de fomento de la sostenibilidad.

Durante el ejercicio 2015, el mayor foco a nuestras marcas principales –han crecido un 13% frente al 2.8% que ha crecido el mercado– y la optimización de procesos, han provocado un cambio de mix y la mejora de la rentabilidad unitaria. Todo ello se ha traducido en crecimientos en el BAI y en el EBITDA del 15% y del 4% respectivamente. En 2015 ha destacado:

■ Hijos de Antonio Barceló se ha posicionado en el puesto 16, la 4ª compañía española, en la clasificación de *Top 100 Wineries of the World*.

■ La continuidad de la apuesta en potenciar la imagen de sus marcas con inserciones publicitarias en distintos medios y actividades.

■ El impulso y la renovación de la imagen de nuestra marca Cosme Palacio y la consecución de 95 puntos en la Guía Peñin para el Cosme Palacio 1894 tinto 2012.

■ La remodelación de las instalaciones y del entorno de Bodegas Palacio que finalizará en el primer trimestre del 2016.

■ Y la optimización de procesos logísticos y operativos que nos permitirán ser más competitivos.