

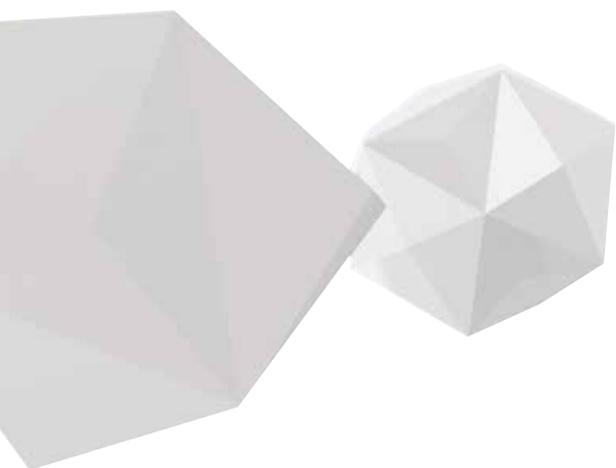


**Memoria
Anual**

2015

Memoria Anual

2015



Un nuevo ejercicio que consolida la sostenibilidad empresarial dando forma y sentido a un modelo de negocio centrado en nuestros Asociados y Proveedores en pro del beneficio mutuo.

El Grupo Euromadi está presente en:



El Grupo Euromadi colabora con:



Una año más llega la hora de rendir cuentas de la actividad empresarial desarrollada por el Grupo Euromadi. Y lo hacemos gustosamente: no solo por la realidad objetiva que muestran las cuentas de 2015, sino porque con el paso del tiempo damos forma y sentido a un modelo de negocio en el que creemos profundamente. Un modelo de éxito que comparte a mitades conocimiento y experiencia a la vez que ventanas abiertas a la innovación para adaptarnos a los cambios del mercado. ...y nos sigue consolidando como líderes del sector.



Jaime Rodríguez
Presidente y Consejero Delegado



Y centrados en el ejercicio 2015, deseo transmitir de entrada un clima de confianza y optimismo. A pesar de las incertidumbres sociales y del alto nivel de concentración de la distribución española, a pesar del decrecimiento demográfico, de la creciente competencia o de la exigencia del consumidor... lo que nos hace fuertes ante estas amenazas es una lectura positiva y realista que nos permita convertir las debilidades en retos, estos en proyectos y los proyectos en éxito. Esta ha sido la traza del Grupo Euromadi desde 1993 y creo sinceramente que es la llave que nos ha llevado al día de hoy. Confianza y optimismo.

Permítanme algunos ejemplos ilustrativos de 2015. Nuestra filial Desarrollo de Marcas gestiona desde enero las marcas propias de nuevas compañías las cuales a día de hoy se han integrado en nuestro Grupo. Segundo: nuestra intensa conexión con el mercado proporciona la identificación de riesgos y oportunidades que impulsan áreas de diversificación del negocio con lo que, de facto, el Grupo Euromadi ejerce como Central de Servicios. Más: la respuesta a la eficiencia en los procesos y la competitividad de los Asociados está en el impulso de la logística de marca propia y de fabricante, del surtido eficiente, de un modelo verticalizado de bazar, acciones que culminan con la implantación del Plan estratégico 2016-2020. Y cuarto: la categorización de productos de innovación implantada en más de 6.000 puntos de venta para generar valor ante nuevas necesidades. Lo que decía. Respuestas a los retos: expansión de marcas propias, diversificación del negocio, Central de servicios, plan estratégico logístico e innovación. ¿No les parece apasionante?

Y ya lo apuntaba al principio. Con la plena complicitad de Asociados y Proveedores, el volumen de ventas agregadas de 2015 es prácticamente el mismo que el año anterior, gracias al excelente comportamiento de los socios que han permitido recuperar el 6% perdido por la desaparición de El Árbol. Trabajo en común, tenacidad, ilusión, esfuerzo, eficiencia, talento y... simplicidad. Sí, a veces lo más simple se esconde en lo más obvio. Fijense, en esta página y todas las que siguen Asociados y Proveedores se escriben siempre con mayúscula. Son los protagonistas. Son, en definitiva, los nombres propios del Grupo Euromadi. A ellos mi profundo agradecimiento.

Contenido

1. datos 2015 y estructura Grupo

06

Datos del Grupo

trayectoria con sentido

08

Mirada abierta

para dar forma al futuro

2. servicios del Grupo

18

Líneas de servicio

el fondo del modelo de gestión

20

Marcas de fabricantes

el Proveedor como partner

28

Sector Perfumería

Club Perfumería / Persé

30

Servicios administrativos

gestión integral

10

Gestión del Grupo

comité de dirección

12

Volumen de ventas

datos y cuota de mercado

14

Grupo Euromadi

estructura societaria

22

Marcas propias

generadoras de tráfico

24

Importación Productos frescos No alimentación

26

Logística

excelencia en la gestión

32

Servicios Valor Añadido

ventajas y ahorro para los Asociados

34

EuromadiPort Spar Española

36

EMD internacional

respuesta global

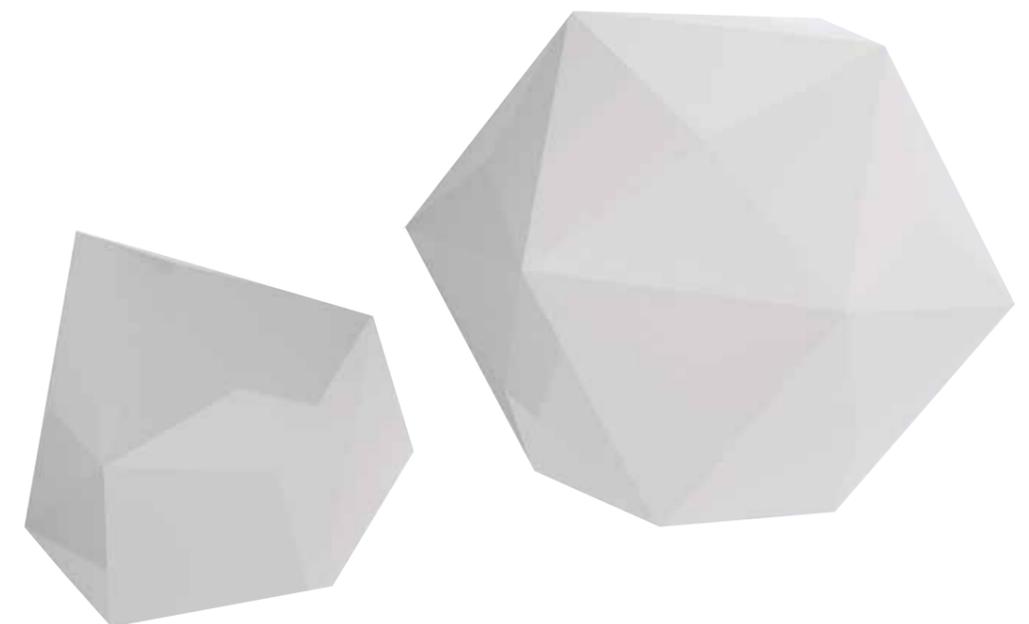
3. informes

40

Informe de auditoría, balances y cuentas anuales Euromadi

46

Informe de auditoría, balances y cuentas anuales consolidadas



Datos del Grupo

Trayectoria con sentido

Un año más, los registros cuantitativos homologan la credibilidad y consolidación del liderazgo del Grupo Euromadi.

Datos que derivan de una gestión eficiente en una doble orientación: establecer una relación de partenariado con los Proveedores y proporcionar el mejor Servicio a sus Asociados para facilitarles la máxima competitividad y beneficio.

2015: un ejercicio gratificante que afianza la fortaleza y vitalidad de un proyecto que empezó en 1993.

Venta global

13.728

millones de euros

Realidad social

73.287

empleados

Unión

145

empresas asociadas

Consolidación

20 %

de cuota de mercado

Implantación

13.127

puntos de venta

Sector profesional

312

puntos de venta cash & carry

309

plataformas

Club Perfumería

43,9 %

de cuota de mercado en PDM

Mirada abierta para dar forma al futuro



Horizonte

1. Pensar en futuro

Para afianzar los valores competitivos y diferenciales de sus Asociados, la Central de Compras y Servicios multisectorial enfoca sus objetivos bajo tres parámetros: perspectiva amplia y a largo plazo, anticipación al cambio y gestión eficiente e innovadora.



Modelo

2. Dar forma y sentido a nuestras líneas de servicio

Hablar de lo singular que da forma y sentido a nuestro modelo de gestión, es hablar de transparencia, un valor que conlleva diálogo con los Asociados y, en consecuencia, identificación de oportunidades y la creación de áreas de diversificación convirtiendo al Grupo Euromadi en una Central de servicios.



Asociados

3. La razón de ser

La esencia de Euromadi se origina y radica en la unión de los Asociados. Tal cual: es la razón de ser, es el auténtico sentido del Grupo. Es la fortaleza que sostiene y catapulta la generación de diversas líneas de Servicios para facilitar la máxima competitividad y beneficio a los Asociados.



Partners

4. Más que Proveedores

El éxito de la alianza con nuestros Proveedores se sustenta en la relación en términos de partenariatado lo que conlleva negociaciones fluidas y sostenibles a medio y largo plazo, así como compartir estrategias y áreas conjuntas de crecimiento.

Futuro

5. Mirada abierta

Un horizonte esperanzador, un modelo de negocio a la vez estable e innovador, la participación activa de nuestros Asociados, la relación de partenariatado con los Proveedores... Así se concibe el Grupo Euromadi. Este es en el fondo lo que da forma y sentido al modelo de negocio. Esa es la mirada abierta y permanente que ha permitido consolidar el liderazgo del Grupo en el sector de la distribución.

Gestión del Grupo

Comité de dirección

La gestión empresarial de la Central de compras y servicios integra un capital humano de más de 73.000 personas que conforman las 145 empresas Asociadas, y una estructura de profesionales que desarrollan su actividad en la sede central de Esplugues de Llobregat (Barcelona) y en las oficinas de Madrid, las Palmas de Gran Canaria, San Sebastián y Sevilla.



Jaime Rodríguez Bertiz
Presidente y Consejero Delegado



Antonio Font Soler
Director General



José Martínez Castro
Director Área Comercial



Jaime Font Arnó
Director Área Financiera



Pedro Rodríguez Montey
Director Área Jurídica y Servicios



Javier Larrañaga Zulaica
Director Club de Perfumería



Anna Fossas Felip
Directora de RR. HH.



José Antonio García Enric
Director de Sistemas

Volumen de ventas globales agregadas

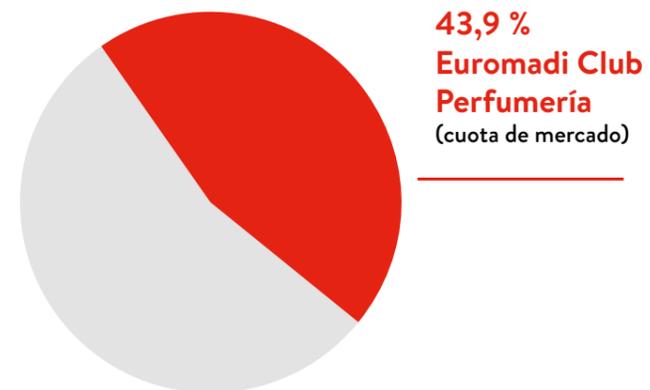
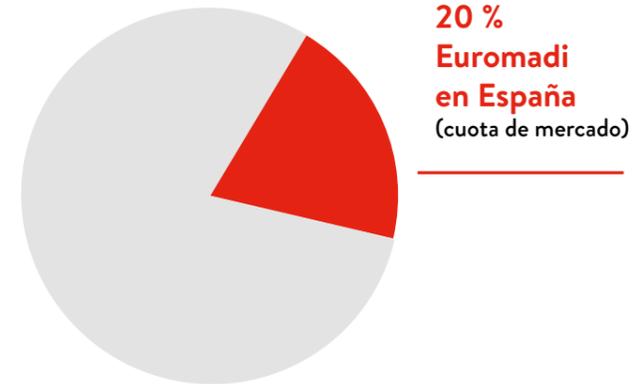


(millones de euros)

Magnitudes 2015

- Ventas globales**
13.728 M €
- Empleados grupo**
73.287
- Número de Asociados**
145
- Puntos de venta**
13.127
- Puntos cash & carry**
312
- Plataformas**
309

Datos y cuota de mercado



En sus 23 años de trayectoria, el Grupo Euromadi mantiene su liderazgo gracias al excelente comportamiento de los Asociados. Sin duda, una realidad objetiva que homologa la gestión empresarial y retroalimenta la confianza de Asociados y Proveedores.

De los datos 2015

La huella de los datos de 2015 transmite principalmente satisfacción por el liderazgo del Grupo y su consolidación durante tantos años. Además, el crecimiento del pago centralizado, supone una mayor participación del negocio de los Asociados con la aportación de beneficio y eficiencia, principal objetivo de la Central.

Estos valores absolutos toman mayor dimensión al constatar la consolidación y crecimiento de la cuota de mercado tanto a nivel global del sector de la distribución como la cuota de mercado en el canal PDM gestionado a través del Club de Perfumería de Euromadi rozando ya el 44%.

Grupo Euromadi

Estructura societaria

El Grupo Euromadi es la Central de Compras y Servicios multisectorial líder en el ámbito europeo y referente en el sector de la distribución.

Misión

Facilitar a los Asociados el acceso al producto con las mejores ventajas y prestaciones para disponer de mayor capacidad competitiva y proporcionar el máximo beneficio.

Valores

Transparencia, innovación, diversificación y capacidad de adaptación como motor de gestión.
Firmeza en incrementar la cuota de participación en el mercado y proactividad con stakeholders, socios, Proveedores y empleados.

Visión

Consolidar el liderazgo como central de compras y servicios para fortalecer la competitividad ante los grandes operadores, perfeccionar la negociación con los Proveedores, afianzando la verticalización para atender mejor a los socios del Grupo.

Estructura societaria



Participación societaria del Grupo Euromadi en las distintas sociedades que integra y acotación de la actividad.



Euromadi

Participación sociedad: 100 %
Es la marca histórica de la sociedad bajo la cual se desarrolla la gestión global y la dirección empresarial del Grupo Euromadi.



Markant españa

Participación sociedad: 100 %
Servicios cárnicos, Pescados, Frutas y hortalizas, Refrigerados y congelados, No Alimentación



Desarrollo de marcas

Participación sociedad: 75 %
Marcas: Alteza, Centra Line, Selex, Spar, Tandy, Vivó, VivóChef, Crowe, Sensations, Perfect Beauty



Persé

Participación sociedad: 100 %
Perfumería selectiva, Lola Make Up by Persé, Lola Skin, Organic Skin, Lola accessories



EuromadiPort

Participación sociedad: 100 %
Central de compras de Portugal



AMK Ibérica

Participación sociedad: 75 %
Correduría de seguros



SPAR Española SA

Participación sociedad: 25,3 %
Gestión enseña SPAR



EMD Internacional

Participación sociedad: 17,5 %
Acuerdos internacionales, marcas propias y marcas de fabricantes



The background of the cover is a 3D-rendered tunnel with a curved, metallic surface. A prominent horizontal red band runs across the middle of the tunnel. On the left side, a large white oval light is visible, and a series of smaller white oval lights recede into the distance on the right side, creating a sense of depth and perspective. The overall aesthetic is clean, modern, and architectural.

Líneas de servicio

Memoria anual
Grupo Euromadi

2015

Líneas de servicio

El fondo del modelo de gestión

El modelo de gestión se focaliza en el cumplimiento de la misión del Grupo cuyo epicentro está en los Asociados. Para ello Euromadi propone, desarrolla y ofrece a sus Asociados diversas líneas de servicio para cubrir los ámbitos clave del sector de la distribución y garantizar, a la vez, la capacidad competitiva del grupo.

Organización

El Grupo Euromadi estructura sus recursos humanos para atender todas sus líneas de servicio a sus Asociados y a los Distribuidores del Grupo con eficiencia, transparencia, responsabilidad y competitividad.

Valor

La efectividad del modelo radica en la especialización y articulación de líneas de servicio y relaciones que generen valor para todos los agentes de la cadena de negocio. Con este objetivo el modelo genera herramientas eficientes que permiten a los Asociados competir en igualdad de precios con los grandes operadores y contando, al mismo tiempo, con el apoyo de los fabricantes.

Líneas de servicio

Marcas de fabricantes

Marcas propias

Importación/Productos frescos
/No alimentación

Servicios logística

Perfumería

Servicios Administrativos

Servicios de Valor Añadido

EuromadiPort

Spar Española

Estar conectados al mercado y mantener un diálogo abierto con los Asociados, permite identificar oportunidades y riesgos para ofrecer nuevos servicios.

Mirada

Partiendo del patrimonio cimentado en la confianza mutua con los Asociados, fruto de nuestra larga colaboración, la visión estratégica de las líneas de negocio gravita sobre dos conceptos tan intangibles como vitales. Por un lado, se parte de una mirada optimista como motor de creatividad y transformación para activar actitudes y decisiones frente a los desafíos que impone el mercado. Por otro, se percibe la autoestima personal y colectiva como nutriente de las personas que componen una organización y comparten la misma misión y objetivos.



Marcas fabricantes

El Proveedor como partner

Las claves para afrontar con éxito el mercado actual exigen alinearse de manera estratégica y tener una comunicación fluida con los Proveedores.

Estas claves radican en las negociaciones diarias con los Proveedores y en la búsqueda de puntos de encuentro con los fabricantes con el fin de compartir estrategias y encontrar áreas de crecimiento conjunto con los Asociados para mejorar la rentabilidad y aumentar la competitividad.



Marcas fabricantes

La división de negocio del área comercial está orientada a mejorar la competitividad de los Asociados en el ámbito de las marcas líderes tanto en el canal Retail como en el canal Cash/Mayor y Food service.



Un posicionamiento

Euromadi como el engranaje perfecto para defender los intereses de los Asociados, ayudando a dinamizar los planes de los Proveedores.



Una propuesta

Trabajar para alcanzar puntos de encuentro y compartir estrategias que generen valor y proporcionen beneficio mutuo.

Internacionalización



La participación societaria de Euromadi en la plataforma europea de gran consumo EMD (European Marketing Distribution) es otra fortaleza del Grupo en beneficio del Asociado.

Más allá de las negociaciones de ámbito nacional, los acuerdos con Proveedores y marcas transnacionales se llevan a cabo mediante EMD International, lo que permite establecer acuerdos de mayor dimensión proporcionando más competitividad y ventajas a los Asociados y asumir compromisos a nivel europeo.

Una estrategia de acuerdos a nivel nacional y transnacional para generar la máxima **capacidad competitiva** para los Asociados.



Marcas propias generadoras de tráfico

A través de la sociedad Desarrollo de Marcas, el Grupo Euromadi pilota la gestión integral de marcas propias. Una estrategia competitiva sustentada sobre los pilares de la internacionalización,

surtido y rentabilidad para facilitar al máximo el beneficio de sus Asociados. Desde enero de 2015, nuestra filial gestiona las marcas propias de diferentes Asociados que por su volumen así lo hacen posible.



Más de 4.000 referencias constituyen un **activo fundamental** del Grupo y un elemento indispensable para la **competitividad** de los Asociados.



5 sectores de actuación

- alimentación
- cosmética
- higiene personal
- hogar
- alimentos para mascotas



Surtido completo

- amplio surtido de referencias en refrigerados, congelados y productos frescos.



Desarrollo global del ciclo

- definición del producto, parámetros y control de calidad
- diseño, presentación, selección de fabricantes
- logística de suministro

Importación Productos frescos No alimentación

Markant es la sociedad filial del Grupo Euromadi que gestiona y desarrolla, en exclusiva para sus Asociados, productos de sectores estratégicos de consumo para favorecer a los Asociados en términos de competitividad y calidad.

La especialización del Grupo en sectores estratégicos de consumo se concreta en 3 grandes bloques de producto que gestiona Markant en el mercado nacional y de importación bajo estos criterios básicos: selección de productos de calidad a precios competitivos, rentabilidad del surtido, gestión de stocks y soluciones *convenience*. Hablamos de un amplio surtido de frutas, verduras y hortalizas, productos cárnicos, pescado, bazar y textil.



Servicio a los socios

Trabajo en común

Compromiso

Máximo beneficio a los Asociados



Una estrategia a todos los niveles para generar la máxima **capacidad competitiva** para los Asociados.



Sector Productos frescos

Markant gestiona la compra y logística de productos frescos nacionales y de importación garantizando la cadena de frío desde el origen hasta el punto de venta.

- frutas y hortalizas
- productos de 1ª y 4ª gama
- carnes
- pescados



Sector No alimentación

En su sala de exposición al servicio del Asociado, Markant presenta la mayor parte de los artículos de las campañas y promociones anuales.

- menaje
- bazar
- textil
- electrónica
- juguetes



Acciones Estrategia de negocio

Campañas estacionales

- camping playa y jardín
- textil y calzado
- escolar y juguete
- Navidad
- promociones personalizadas
- acciones In&Out
- clusterización por módulos

La filosofía se basa en encontrar fórmulas satisfactorias, actuando como engranaje perfecto para defender los intereses de los Asociados a la vez que dinamiza los planes de los Proveedores y fideliza el consumo.

La estrategia de negociación de grandes volúmenes con los Proveedores junto con acciones comerciales conjuntas, proporciona puntos de encuentro, compartir estrategias y encontrar áreas de crecimiento conjunto con los Asociados para mejorar la competitividad y facilitar la rentabilidad. A la estrategia negociadora y de compra deben añadirse dos valores añadidos de alto valor para cerrar el ciclo con excelencia: la programación de campañas de temporada y el servicio logístico propio del Grupo Euromadi.



Logística

Excelencia en la gestión

La red logística integrada de Euromadi es un referente nacional en *supply chain* del país.

Hoy, constituye una pieza clave para la eficiencia de los procesos, la excelencia en la gestión y un servicio de acreditado valor para los Asociados y los Proveedores.

En este contexto la logística tanto de marca propia como de fabricante se orienta a la recomendación de surtidos eficientes, un modelo verticalizado entre otras contempladas en el Plan Estratégico 2016-2020.

Tecnología que une

Nuestras 2 plataformas logísticas ejercen de puente entre la Central, el Asociado y el Proveedor. Las plataformas están dotadas de la más avanzada tecnología para facilitar a los Asociados la óptima gestión de sus pedidos.

- intercambio electrónico de datos
- radiofrecuencia
- picking de pedidos por voz
- gestión propia de la flota logística

Sistema logístico integrado

Plataforma alimentación
congelados, refrigerados,
productos frescos
y alimentación seca

Plataforma no alimentación
y perfumería

Prestaciones | Gestión

18.000 m²
de superficie

Gestión de mercancías de
**fabricantes nacionales
e internacionales**

Picking en referencias de media
y baja rotación

Más de **4.000 referencias**
y de **130 puntos de entrega**

Generación de pedidos de
reposición nivelando el stock
en las plataformas

Transporte de recogidas en paralelo
con el de entregas para minimizar
tráfico e impacto medioambiental



Una red logística de referencia que abre las puertas a la **excelencia en la gestión** al servicio de Asociados y Proveedores.

Sector Perfumería Club Perfumería y Persé

Euromadi gestiona el canal de Perfumería a través del Club de Perfumería y de la filial Persé (Perfumería Selectiva). La eficiencia y rigor en las estrategias de gestión han permitido un año más seguir liderando y consolidando la cuota de mercado generando servicio de valor para los Asociados.



Club Perfumería

Especializado en el canal de Perfumería y Droguería Moderna (PDM), el Club atiende al sector de belleza y cuidado corporal bajo la doble perspectiva de calidad de producto y mejora de la competitividad de los socios del Club que operan en el ámbito de las marcas líderes de Mass Market.

Cuota de mercado: 43,9 %

Las estrategias encaminadas a procurar acuerdos entre Asociados y Proveedores que generen negocio acercando marcas y productos en las mejores condiciones para el consumidor son, sin duda, la razón por la cual el Club de Perfumería mantiene su liderazgo en el Canal PDM incrementando además la distancia de cuota de mercado con la competencia.



Persé

Persé es la central especialista en la negociación y distribución del mercado selectivo de Perfumería y Cosmética. Su estrategia comercial incorpora como punto de lanza de su consolidación e incremento de la cuota de mercado, el desarrollo de marcas propias en diversas categorías como maquillaje, tratamientos faciales, accesorios, etc. marcas todas de distribución exclusiva para las empresas Asociadas al Grupo.

Organic Skin

Entre sus marcas singulares resalta "Organic Skin" por tratarse de la primera marca propia certificada de tratamiento ecológico 100% de venta en perfumerías.

El éxito de la organización está en **interpretar por adelantado** las tendencias del mercado con una visión empresarial lúcida e innovadora.







Servicios Administrativos Gestión integral

El departamento de administración gestiona todos los procedimientos administrativos con Asociados y Proveedores para el cobro y pago de las facturas emitidas por ambos interlocutores.

Simplicidad, transparencia y confidencialidad

La filosofía del Servicio persigue la optimización de la gestión y de costes, la simplificación y adaptación a los requerimientos administrativos en términos de transparencia y confidencialidad. El objetivo final procura el incremento del grado de satisfacción de los Asociados y ser un activo diferencial del Grupo.

Un servicio integrado de gestión desarrollado para Asociados y Proveedores para simplificar, unificar y homogeneizar la gestión administrativa y **optimizar tiempo y recursos humanos.**



Pago centralizado Intermediación de pagos

Los procesos administrativos están definidos de forma clara con el fin de liberar la carga administrativa a los Asociados manteniendo la transparencia y la confidencialidad de las condiciones individuales de cada uno de los socios.

El crecimiento significativo del pago centralizado durante los últimos ejercicios mejora la eficiencia y la transparencia, incrementa la seguridad, ahorra tiempo y recursos e indica, además, que ha aumentado la cuota de participación del negocio de los Asociados, lo que repercute directamente en la asignación de beneficios.



Seguridad

Sistema unificado de ficheros únicos (EDI) para asegurar, a la vez, seguridad y transparencia.



Ahorro costes

El pago centralizado supone para Asociados y Proveedores la reducción de estructuras y costes administrativos.



Servicios de Valor Añadido

Ventajas y ahorro para los Asociados

Los Servicios de Valor Añadido (SVA) constituyen un plus de ventajas y ahorro para los Asociados de Euromadi. Comprar juntos, comprar por volumen significa conseguir mejores condiciones... ahorrar en definitiva.

Objetivo y servicios

SVA actúa con la misión de ofrecer mejores condiciones a los Asociados en las partidas de gastos e inversiones. Fundamentalmente los Servicios de Valor Añadido se gestionan a través del Departamento SVA y la Correduría de Seguros AMK. Entre los que corresponden al capítulo de Gastos e Inversiones se enumeran estas tipologías de servicio:

- Comunicaciones: telefonía fija y móvil, datos, mensajería...
- Combustibles: descuentos en carburantes
- Energía eléctrica
- Consumibles: material de oficina, bolsas de papel y de plástico, papel film alimentario, bandejas...
- Vehículos: ventajas en las condiciones de compra o uso en régimen de renting
- Residuos: valorización de cartón, plástico, banales...
- Vestuario laboral
- Impresión y distribución folletos

SVA calidad y ahorro

AMK Seguros

Optimización de costes

AMK es la respuesta eficaz y rentable a una de las grandes partidas presupuestarias de los Asociados: los seguros

A través de la sociedad participada AMK Seguros, los Asociados de Euromadi se benefician de productos negociados y contratados de manera global con las principales aseguradoras del mercado, lo que permite una respuesta rentable a una de las partidas presupuestarias de mayor gasto.

La optimización de costes por la compra por volumen de partidas de gastos e inversiones modela un ciclo que **retroalimenta la mejora constante** de los beneficios para los Asociados.



EuromadiPort

Expansión y proximidad

La experiencia y modelo de negocio desarrollado por la central en España, impulsó en 2006 la creación de EuromadiPort, la sociedad que gestiona la actividad empresarial del mercado portugués.

En términos de expansión y proximidad, el objetivo de EuromadiPort es aportar a todos sus Asociados los servicios y prestaciones del Grupo a través de una estrategia global y competitiva para facilitar al máximo el beneficio de sus Asociados derivados de la experiencia del Grupo.

- Eficiencia de gestión
- Calidad de servicio
- Optimización de costes y más competitividad

Magnitudes 2015

Empleados
2.746

Tiendas propias y franquiciadas
1.825

Plataformas
32

Cash & Carry
39



Spar Española

Servicios para más de 1.200 establecimientos

Spar Española es titular en exclusiva del uso de la marca Spar en España.

Internacionalmente dispone de más de 12.000 establecimientos distribuidos por los 5 continentes constituyendo la cadena de venta minorista más grande del mundo.

Valores compartidos

Spar es una organización de minoristas y mayoristas independientes con una filosofía en plena sintonía con los valores y el modelo de gestión del Grupo Euromadi lo que permite actuar de manera local y pensar globalmente.

Tipos establecimientos

Spar opera a través de 4 formatos de establecimientos para dar respuesta a diferentes necesidades del consumidor en cuanto a servicios de Alimentación, Droguería y Limpieza, Perfumería e Higiene.

Más importante que liderar el mercado es disponer de un **modelo de gestión eficiente**, que sea aceptado por los Asociados y exportable a otros países y organizaciones.




Tipologías supermercado

- Supermercado local
- Spar Express
- Euro Spar
- InterSpar



EMD Internacional Respuesta Global

La participación de Euromadi en EMD (*European Marketing Distribution*) es otra de las fortalezas de la compañía. Como referente en el sector de la distribución, EMD proporciona a sus socios economías de escala, más rentabilidad y mayor potencial de negocio para socios y Proveedores.

Plataforma europea

Esta alianza internacional permite establecer acuerdos con los Proveedores transnacionales y participar en la transformación de los mercados, tanto en relación a los productos como en la gestión, mejorando la competitividad desde una perspectiva internacional.

Eurocentral de compras

EMD es la respuesta idónea a la concentración industrial y comercial que genera un acercamiento de los agentes independientes y autónomos que operan en el mercado, siendo una de las mayores eurocentrales de productos de gran consumo en Europa, una organización de distribuidores independientes que agrupa organizaciones nacionales de 19 países europeos.

Ámbito de actividad

19 Países europeos

Superficie de ventas
4.000.000 m²

Cuota de mercado sector Alimentación europeo
14 %

Volumen de ventas
178.000 millones de €

Sede corporativa
Pfaffikon (Suiza)



La satisfacción del consumidor cierra el ciclo de nuestra gestión. Para ello es necesario actuar globalmente y localmente. **Pensar, en suma, “glocalmente”.**



**Informe de auditoría
Cuentas anuales**

2015



Av. de Roma, 157, Àtic.
08011 Barcelona
Tel.: 93 451 84 60
Fax: 93 451 48 38
bp@blazqueziplanas.com

INFORME DE AUDITORÍA INDEPENDIENTE DE CUENTAS ANUALES

A los Accionistas de
EUROMADI IBÉRICA, S.A.:

Informe sobre las cuentas anuales

Hemos auditado las cuentas anuales adjuntas de la sociedad **EUROMADI IBÉRICA, S.A.**, que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2015, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales

Los administradores son responsables de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de EUROMADI IBÉRICA, S.A., de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, que se identifica en la nota 2 de la memoria adjunta, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

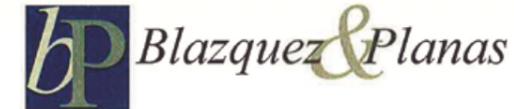
Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las cuentas anuales adjuntas basada en nuestra auditoría. Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Dicha normativa exige que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales están libres de incorrecciones materiales.

Una auditoría requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en las cuentas anuales. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para la formulación por parte de la entidad de las cuentas anuales, con el fin de diseñar los procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección, así como la evaluación de la presentación de las cuentas anuales tomadas en su conjunto.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión de auditoría.

BLAZQUEZ, PLANAS I ASSOCIATS, S.L.

Inscrito en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas con el número 50348. Inscrito en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 21031, Folio 186, Hoja B-15389 Inscripción 4ª - NIF: B-59129148



2

Opinión

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la sociedad EUROMADI IBÉRICA, S.A. a 31 de diciembre de 2015, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

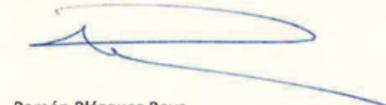
Párrafo de énfasis

Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención sobre lo indicado en la nota 14.e) de la memoria adjunta según la cual, a la fecha de formulación de las cuentas anuales, la Sociedad está siendo objeto de inspección fiscal. Se desconoce el importe de los pasivos fiscales adicionales que, en su caso, pueden derivarse de esta inspección fiscal.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

El informe de gestión adjunto del ejercicio 2015 contiene las explicaciones que los administradores consideran oportunas sobre la situación de la sociedad, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2015. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la sociedad.

BLAZQUEZ, PLANAS
I ASSOCIATS, S.L.



Ramón Blázquez Boya

Barcelona, 18 de marzo de 2016



BLAZQUEZ, PLANAS I ASSOCIATS, S.L.

Inscrito en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas con el número 50348. Inscrito en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 21031, Folio 186, Hoja B-15389 Inscripción 4ª - NIF: B-59129148

Balance de situación Euromadi

Activo	2015	2014
A. ACTIVO NO CORRIENTE	6.625.601,60	6.449.156,42
I] Inmovilizado intangible	29.004,91	30.134,19
3. Patentes, licencias, marcas y similares	0,00	00,00
5. Aplicaciones informáticas	29.004,91	30.134,19
II] Inmovilizado material	4.266.976,42	4.127.693,68
1. Terrenos y construcciones	3.542.053,05	3.602.177,98
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	724.923,37	525.515,70
IV] Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	1.819.270,20	1.854.610,51
1. Instrumentos de patrimonio	1.819.270,20	1.854.610,51
V] Inversiones financieras a largo plazo	306.518,47	253.997,56
1. Instrumentos de patrimonio	264.675,26	212.496,47
5. Otros activos financieros	41.843,21	41.501,09
VI] Activos por impuesto diferido	203.831,60	182.720,48
B. ACTIVO CORRIENTE	279.120.480,74	291.605.720,92
III] Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	148.617.386,29	164.181.335,09
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	6.617.487,08	6.295.880,49
b) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	6.617.487,08	6.295.880,49
2. Clientes empresas del grupo y asociadas	2.295.478,58	6.027,79
3. Deudores varios	139.704.420,63	157.392.461,90
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas	0,00	486.964,91
IV] Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	478.560,27	548.829,75
2. Créditos a empresa	478.560,27	548.829,75
VI] Periodificaciones a corto plazo	296.304,43	376.316,67
VII] Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	129.728.229,75	126.499.239,41
1. Tesorería	129.728.229,75	126.499.239,41
TOTAL ACTIVO (A+B)	285.746.082,34	298.054.877,34

PASIVO	2015	2014
A. PATRIMONIO NETO	24.489.455,06	23.563.274,67
A-1. FONDOS PROPIOS	24.358.134,71	23.471.088,41
I] Capital	4.243.540,80	4.243.540,80
1. Capital escriturado	4.243.540,80	4.243.540,80
II] Prima de emisión	599.227,89	1.693.055,06
III] Reservas	20.825.033,74	19.191.137,72
1. Legal y estatutarias	7.395.064,32	7.007.969,77
2. Otras reservas	13.429.969,42	12.183.167,95
IV] (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-3.183.796,96	-3.205.023,34
VII] Resultado del ejercicio	1.874.129,25	1.548.378,18
VIII] (Dividendo a cuenta)	-0,01	-0,01
A-2. AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR	131.320,35	92.186,26
I] Activos financieros disponibles para la venta	131.320,35	92.186,26
B. PASIVO NO CORRIENTE	420.908,17	420.668,31
I] Provisiones a largo plazo	28.282,08	28.282,08
4. Otras provisiones	28.282,08	28.282,08
II] Deudas a largo plazo	285.879,15	291.879,15
5. Otros pasivos financieros	285.879,15	291.879,15
IV] Pasivos por impuesto diferido	106.746,94	100.507,08
C. PASIVO CORRIENTE	260.835.719,11	274.070.934,36
III] Deudas a corto plazo	144.326.374,93	156.200.254,28
2. Deudas con entidades de crédito	144.326.374,93	156.200.254,28
V] Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	116.409.344,18	117.870.680,08
3. Acreedores varios	115.196.499,44	116.717.431,14
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	751.815,39	755.561,91
5. Pasivos por impuesto corriente	21.766,14	45.693,64
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	439.263,21	351.993,39
VI] Periodificaciones a corto plazo	100.000,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	285.746.082,34	298.054.877,34

Cuenta de pérdidas y ganancias Euromadi

Activo	2015	2014
A. OPERACIONES CONTINUADAS		
1. Importe neto de la cifra de negocios	580.626.382,75	583.734.691,65
b) Prestaciones de servicios	580.626.382,75	583.734.691,65
5. Otros ingresos de explotación	6.536.255,67	7.091.780,85
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	6.528.497,76	7.083.933,48
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	7.757,91	7.847,37
6. Gastos de personal	-5.811.589,16	-6.091.863,67
a) Sueldos, salarios y asimilados	-5.279.445,03	-5.530.439,36
b) Cargas sociales	-532.144,13	-561.424,31
7. Otros gastos de explotación	-578.799.814,93	-580.474.998,94
a) Servicios exteriores	-578.759.745,65	-580.424.674,19
b) Tributos	-40.069,28	-50.324,75
8. Amortización del inmovilizado	-193.881,63	-201.097,79
13. Otros resultados	147.091,20	34.546,18
A.1. RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+5+6+7+8+13)	2.504.443,90	4.093.058,28
14. Ingresos financieros	323.579,75	446.215,88
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio	59.478,43	68.261,50
a1) En empresas del grupo y asociadas	59.478,43	68.261,50
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	264.101,32	377.954,38
b2) De terceros	264.101,32	377.954,38
15. Gastos financieros	-705.670,60	-2.292.524,72
b) Por deudas con terceros	-705.670,60	-2.292.524,72
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	28.179,89	0,00
a) Deterioros y pérdidas	28.179,89	0,00
A.2. RESULTADO FINANCIERO (14+15+18)	-353.910,96	-1.846.308,84
A.3. RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	2.150.532,94	2.246.749,44
20. Impuestos sobre beneficios	-276.403,69	-698.371,26
A.4. RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+20)	1.874.129,25	1.548.378,18
A.5. RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4)	1.874.129,25	1.548.378,18



Av. de Roma, 157, Àtic.
08011 Barcelona
Tel.: 93 451 84 60
Fax: 93 451 48 38
bp@blazqueziplanas.com

INFORME DE AUDITORÍA INDEPENDIENTE DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

A los Accionistas de
EUROMADI IBÉRICA, S.A.:

Informe sobre las cuentas anuales consolidadas

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas adjuntas de la sociedad **EUROMADI IBÉRICA, S.A.**, que comprenden el balance consolidado a 31 de diciembre de 2015, la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado, el estado de flujos de efectivo consolidado y la memoria consolidada correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales consolidadas

Los administradores de la sociedad dominante son responsables de formular las cuentas anuales consolidadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio consolidado, de la situación financiera consolidada y de los resultados consolidados de **EUROMADI IBÉRICA, S.A.**, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, que se identifica en la nota 3 de la memoria adjunta, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales consolidadas libres de incorrección material, debida a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las cuentas anuales consolidadas adjuntas basada en nuestra auditoría. Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Dicha normativa exige que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales consolidadas están libres de incorrecciones materiales.

Una auditoría requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en las cuentas anuales consolidadas. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para la formulación por parte de la entidad de las cuentas anuales consolidadas, con el fin de diseñar los procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección, así como la evaluación de la presentación de las cuentas anuales consolidadas tomadas en su conjunto.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión de auditoría.

BLAZQUEZ, PLANAS I ASSOCIATS, S.L.

Inscrita en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas con el número 50348. Inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 21031, Folio 186, Hoja B-15389 Inscripción 4ª - NIF: B-59129148



2

Opinión

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio consolidado y de la situación financiera consolidada de la sociedad **EUROMADI IBÉRICA, S.A.** a 31 de diciembre de 2015, así como de sus resultados y flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Párrafo de énfasis

Sin que afecte a nuestra opinión de auditoría, llamamos la atención sobre lo indicado en la nota 20.e) de la memoria adjunta según la cual, a la fecha de formulación de las cuentas anuales, la sociedad dominante está siendo objeto de inspección fiscal. Se desconoce el importe de los pasivos fiscales adicionales que, en su caso, pueden derivarse de esta inspección fiscal.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

El informe de gestión consolidado adjunto del ejercicio 2015 contiene las explicaciones que los administradores consideran oportunas sobre la situación de la sociedad, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2015. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la sociedad.

BLAZQUEZ, PLANAS
I ASSOCIATS, S.L.

Carles Planas Antiga

Barcelona, 18 de marzo de 2016



BLAZQUEZ, PLANAS I ASSOCIATS, S.L.

Inscrita en el Registro Oficial de Auditores de Cuentas con el número 50348. Inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 21031, Folio 186, Hoja B-15389 Inscripción 4ª - NIF: B-59129148

Balance de situación consolidado

Activo	2015	2014
A. ACTIVO NO CORRIENTE	6.526.573,98	6.337.190,72
I] Inmovilizado intangible	75.653,02	35.285,79
3. Patentes, licencias, marcas y similares	75.653,02	35.285,79
II] Inmovilizado material	4.508.416,57	4.433.237,99
1. Terrenos y construcciones	3.542.053,05	3.602.177,98
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	966.363,52	831.060,01
IV] Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	1.216.446,58	1.217.306,69
1. Participaciones puestas en equivalencia	1.216.446,58	1.217.306,69
V] Inversiones financieras a largo plazo	360.837,51	301.992,47
VI] Activos por impuesto diferido	365.220,30	349.367,78
B. ACTIVO CORRIENTE	305.541.481,46	319.608.309,49
II] Existencias	3.152.697,15	2.327.882,71
III] Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	165.506.260,89	183.070.392,51
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	24.703.140,18	23.851.425,41
4. Otros deudores	140.803.120,71	159.218.967,10
VI] Periodificaciones a corto plazo	315.050,52	392.764,10
VII] Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	136.567.472,90	133.817.270,17
TOTAL ACTIVO (A+B)	312.068.055,44	325.945.500,21

PASIVO	2015	2014
A. PATRIMONIO NETO	33.655.721,64	31.398.049,33
A-1. FONDOS PROPIOS	32.553.659,54	30.468.228,86
I] Capital	4.243.540,80	4.243.540,80
1. Capital escriturado	4.243.540,80	4.243.540,80
II] Prima de emisión	599.227,89	1.693.055,06
III] Reservas	27.761.545,46	24.999.748,79
IV] (Acciones y participaciones en patrimonio propias de la sociedad dominante)	-3.183.796,96	-3.205.023,34
VI] Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	3.133.142,36	2.736.907,56
VIII] (Dividendo a cuenta)	-0,01	-0,01
A-2. AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR	131.320,35	92.186,26
III] Otros ajustes por cambio de valor	131.320,35	92.186,26
A-4. SOCIOS EXTERNOS	970.741,75	837.634,21
B. PASIVO NO CORRIENTE	421.004,50	416.257,82
I] Provisiones a largo plazo	28.282,08	28.282,08
II] Deudas a largo plazo	285.879,15	286.629,76
4. Otros pasivos financieros	285.879,15	286.629,76
IV] Pasivos por impuesto diferido	106.843,37	101.345,98
C. PASIVO CORRIENTE	277.991.329,20	294.131.193,06
III] Deudas a corto plazo	144.326.374,93	156.200.254,28
2. Deudas con entidades de crédito	144.326.374,93	156.200.254,28
V] Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	133.564.954,27	137.930.938,78
1. Proveedores	12.251.224,16	15.460.431,98
3. Pasivos por impuesto corriente	59.860,14	70.193,64
4. Otros acreedores	121.253.869,97	122.400.313,16
VI] Periodificaciones a corto plazo	100.000,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	312.068.055,44	325.945.500,21

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada

Activo

2015

2014

A. OPERACIONES CONTINUADAS

1. Importe neto de la cifra de negocios	706.921.399,02	710.306.745,04
a) Ventas	102.268.181,59	104.564.113,75
b) Prestaciones de servicios	604.653.217,43	605.742.631,29
4. Aprovisionamientos	-91.168.134,16	-93.136.103,61
a) Consumo de mercaderías	-91.168.134,16	-93.136.103,61
5. Otros ingresos de explotación	2.938.085,18	3.818.721,20
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	2.922.134,45	3.800.025,72
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	15.950,73	18.695,48
6. Gastos de personal	-10.184.891,35	-10.222.049,08
a) Sueldos, salarios y asimilados	-8.954.065,33	-9.000.941,27
b) Cargas sociales	-1.230.826,02	-1.221.107,81
7. Otros gastos de explotación	-603.858.247,58	-604.518.261,98
b) Otros gastos de gestión corriente	-603.858.247,58	-604.518.261,98
8. Amortización del inmovilizado	-304.220,14	-312.367,31
14. Otros resultados	160.001,85	89.685,03
A.1. RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+4+5+6+7+8+14)	4.503.992,82	6.026.369,29
15. Ingresos financieros	281.409,89	434.341,22
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	281.409,89	434.341,22
16. Gastos financieros	-706.967,33	-2.292.524,72
18. Diferencias de cambio	-4.433,76	1.749,08
b) Otras diferencias de cambio	-4.433,76	1.749,08
A.2. RESULTADO FINANCIERO (15+16+18)	-429.991,20	-1.856.434,42
21. Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puestas en equivalencia	93.549,60	63.565,40
A.3. RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2+21)	4.167.551,22	4.233.500,27
24. Impuestos sobre beneficios	-871.562,11	-1.346.443,92
A.4. RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+24)	3.295.989,11	2.887.056,35
A.5. RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO (A.4)	3.295.989,11	2.887.056,35
Resultado atribuido a la sociedad dominante	3.133.142,36	2.736.907,56
Resultado atribuido a socios externos	162.846,75	150.148,79



Impresa en papel 100% reciclado

Esta memoria se ha impreso sobre papel Igloo 100% reciclado con lo que el impacto medioambiental se redujo en:



