



ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Resultado de las Unidades de Negocio 1S09**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
 - 2.3 Lácteos
- 3. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 1S09**
 - 3.1 Cuenta de Resultados
 - 3.2 Evolución del endeudamiento
- 4. Conclusión**
- 5. Anexo I Materias Primas Evolución**
- 6. Calendario Corporativo 2009**
- 7. Advertencia Legal**





Introducción

1

Una Dieta para Superar la Crisis

- ◁ En un entorno como el actual nuestros resultados hablan por si solos.
- ◁ La situación económica está produciendo un trasvase del canal hostelería hacia el canal retail y de la proteína al hidrato de carbono. Nuestros productos arroz, pasta y lácteo al ser bienes de primera necesidad y de consumo en el hogar son anticíclicos y crecen en épocas de crisis. Además estamos aprovechando este momento para fidelizar a nuestros consumidores con el lanzamiento de nuevos productos y formatos más adecuados a las necesidades específicas de cada consumidor.
- ◁ Nos encontramos con un precio de nuestras materias primas que se ha deshinchado desde los picos recientemente alcanzados. Esto produce dos efectos:
 - ◁ Nos permite llevar una estrategia de precios que encaja con la situación de crisis que hoy domina al consumidor, haciendo más atractivos nuestros productos.
 - ◁ Estamos liberando recursos de forma significativa tanto por el menor valor de las existencias, como por un menor volumen que en el año anterior. Esta situación está siendo especialmente propicia para la generación de caja y la reducción del endeudamiento.





Resultado de las Unidades de Negocio 1S09

2

2.1

Áreas de Negocios

Arroz





◁ ARROZ

Aún Sin Extraordinarios Un Trimestre Excepcional

- ◁ A medida que las nuevas cosechas han aportado mayor disponibilidad de materia prima y las limitaciones a la exportación en países asiáticos han ido suavizándose, los precios del arroz en los mercados internacionales confirman una importante corrección a la baja, especialmente en las variedades de tipo índica. Hemos mantenido una política de aprovisionamiento conservadora, reduciendo compras a lo imprescindible y liberando circulante durante este primer semestre para entrar en la nueva campaña con existencias mínimas.
- ◁ El auge de las marcas blancas ha afectado levemente a la División que ha visto reducidos sus volúmenes en productos de bajo valor añadido donde hay mayor competencia. Sin embargo hemos visto crecer de forma importante nuestras líneas con más valor añadido, lo que aunado a las sinergias que hemos generado han repercutido en un resultado record.
- ◁ La construcción de la fábrica de Memphis sigue a buen ritmo manteniendo el objetivo del 3T09 y durante el trimestre han sido concluidas las nuevas instalaciones productivas de las filiales (Danrice) y Herba Bangkok (Tailandia), estando ya a plena actividad productiva.



◁ ARROZ

Introducción Nuevos Productos Y Aumento De La Publicidad

- ◁ Durante los cinco primeros meses de 2008 vivimos una escalada exponencial del precio de la materia prima lo que llevó a un acopio extraordinario de producto por parte de los distribuidores y gracias a nuestra estrategia de aprovisionamiento, fuimos capaces de mantener un coste de inventarios bajo. La combinación de ambos factores impactó en los márgenes elevando la cifra de Ebitda 2T08/2T07 de forma sorprendente. Conviene recordar estos factores para entender el análisis 1S09/1S08.
- ◁ A pesar de lo anterior, el negocio ha sido capaz de crecer de forma que ha generado lo mismo a pesar de no haber podido realizar las operaciones de trading que tan favorablemente impactaron a la rentabilidad el año pasado.
- ◁ Eliminando el efecto de aumento de inversión publicitaria, el Ebitda habría alcanzado el mismo nivel que el año anterior.
- ◁ El ROCE se eleva hasta el 18,6% gracias a una menor necesidad de circulante.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	368.431	428.605	443.202	3,4%	9,7%
Publicidad	12.967	11.834	14.665	23,9%	6,3%
Ebitda	42.770	61.126	58.158	-4,9%	16,6%
Margen Ebitda	11,6%	14,3%	13,1%	-8,0%	6,3%
Ebit	32.554	50.791	47.627	-6,2%	21,0%
Rtdo. Operativo	32.213	50.209	42.174	-16,0%	14,4%
ROCE	12,4	18,1	18,6		

2.2

Áreas de Negocios Pasta





◁ PASTA

Más Pasta Significa Más *Pasta*

- ◁ El primer semestre de 2009 se ha caracterizado por contar con unos precios del trigo duro hasta un 50% más bajos que en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que hemos gestionado buscando un equilibrio entre más volumen y más valor para dar más cuota o mayor rentabilidad a nuestro portafolio.
- ◁ Según Nielsen incrementamos nuestras cuotas en volumen en detrimento de segundos y terceros participantes. Los distribuidores están aplicando promociones a nuestros productos y empujando su marca blanca de modo que el líder y la marca de la distribución amplían su cuota sobre un mercado que crece de forma importante en este ejercicio.
- ◁ La nueva cosecha de trigo duro 09/10 se empezó a recoger a finales de mayo. Como esperábamos los volúmenes y stocks van a hacer que los precios medios para la próxima campaña sean ligeramente más bajos que los de la anterior.



◀ PASTA

Introducción Nuevos Productos Y Aumento De La Publicidad

- ◀ Con una materia prima mucho más barata, las ventas de la División se mantienen en 464 MEUR.
- ◀ El Ebitda, con un aumento adicional de la inversión en publicidad que crece un 7% hasta 24,4 MEUR, sube hasta 61,7 MEUR con un crecimiento del 54%. A divisa constante la mejora hubiera sido 2,7 MEUR inferior.
- ◀ El margen Ebitda se eleva 470 puntos básicos hasta 13,3%.
- ◀ El ROCE se sitúa en el 19,8% dejando atrás la contracción sufrida por el aumento de circulante consecuencia del alza de los precios de las materias primas que sufrimos en la cosecha anterior.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	341.143	464.895	463.897	-0,2%	16,6%
Publicidad	16.436	22.775	24.428	7,3%	21,9%
Ebitda	48.092	40.138	61.711	53,7%	13,3%
Margen Ebitda	14,1%	8,6%	13,3%	54,1%	-2,9%
Ebit	32.940	25.266	47.432	87,7%	20,0%
Rtdo. Operativo	32.370	16.753	46.158	175,5%	19,4%
ROCE	17,1	10,1	19,8		

2.3

Áreas de Negocios Lácteos





◁ LÁCTEOS

Recuperando el Ritmo de Crecimiento

- ◁ El mercado de bebidas lácteas ha pasado de decrecer en 2008 a crecer en volumen un tímido 1,3% en este semestre. Sin embargo, la fuerte acción promocional de los fabricantes, el crecimiento de las marcas blancas y las rebajas en PVP ofrecidas por la distribución hacen que en valor la categoría se contraiga de forma importante. Puleva recupera cuotas de mercado en el segmento de leches de valor añadido y batidos.
- ◁ Los precios de la materia prima han continuado la tendencia bajista situándose a niveles de principios de 2007. Para tratar de frenar esta caída de precios, la Comisión Europea ha aprobado medidas de apoyo como la introducción de restituciones a la exportación y compras de intervención. Y a partir del mes de abril de 2009, España recibirá un aumento de cuota, lo que posibilitará una mayor producción.
- ◁ Estos resultados, frente a la situación general del sector y de la economía española en particular, confirman como acertadas las decisiones estratégicas y las medidas de ahorro y austeridad tomadas en años anteriores. En definitiva, la fortaleza del modelo de negocio.
- ◁ Estamos especialmente satisfechos con el éxito ya consolidado en la categoría infantil que continúa con un alto crecimiento, 13,9% en volumen respecto al año anterior. En el último año hemos ganado 5,4 puntos de cuota de mercado, pasando con Puleva Peques desde el 44,8% hasta el 50,2% del volumen.



◀ LÁCTEOS

En la Diferenciación está la Clave

- ◀ La pérdida de volumen debido a la crisis económica y el cambio en el mix de productos del consumidor, ha hecho que nuestras ventas hayan disminuido un 16%. Sin embargo, nuestra estrategia de fragmentación está funcionando de forma que somos capaces de mejorar la rentabilidad descomponiendo las ventas en mercados y formatos más pequeños.
- ◀ El Ebitda, crece al 34,7% hasta 31 MEUR, un muy significativo incremento de la rentabilidad que supone un margen Ebitda/Ventas del 14%, 520 puntos básicos más.
- ◀ Nuestro Resultado Operativo aumenta un 61% hasta 23 MEUR.
- ◀ El ROCE de la División se eleva en casi 1000 puntos básicos hasta el 26%.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	248.784	263.346	222.526	-15,5%	-5,4%
Publicidad	8.814	8.439	7.772	-7,9%	-6,1%
Ebitda	29.820	23.130	31.165	34,7%	2,2%
Margen Ebitda	12,0%	8,8%	14,0%	59,5%	8,1%
Ebit	22.046	15.470	23.707	53,2%	3,7%
Rtdo. Operativo	21.443	14.366	23.051	60,5%	3,7%
ROCE	19,1	16,2	25,9		



Grupo Ebro Puleva
Resultados Consolidados

3



◁ RESULTADO CONSOLIDADO 1S09

Viento en Popa

- ◁ La volatilidad de materias primas que hemos experimentado en las dos últimas campañas da lugar a volatilidad en nuestra cifra de ventas y a los márgenes relativos. Estas variables: "Ventas" y "Márgenes" pierden en este entorno su sentido tanto para el análisis del pasado como para la proyección hacia el futuro. Nuestros objetivos se focalizan en la creación de valor medido en términos de margen absoluto (el Ebitda ha crecido un 22% en el semestre y un 12% en TAMI desde 2007) y de rentabilidad medida mediante el ROCE que se eleva hasta el 17,8%.
- ◁ Seguimos reforzando la publicidad; pese a la importante deflación en sus precios, estamos invirtiendo un 10% más en este concepto, 49,3 MEUR lo que supone un 4,4% sobre Ventas, 500 pb más que en 2008.
- ◁ La política de austeridad, las sinergias generadas con la integración de arroz y pasta, la evolución favorable de las divisas, que aportan 5,7 MEUR, y la bajada del precio de las materias primas hacen que el Ebitda alcance 144 MEUR mostrando un crecimiento del 21,5% mejorando la tendencia observada en el 1T09.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	943.964	1.140.765	1.120.204	-1,8%	8,9%
Publicidad	39.253	44.964	49.335	9,7%	12,1%
Ebitda	115.747	118.530	144.022	21,5%	11,5%
Margen Ebitda	12,3%	10,4%	12,9%	23,7%	2,4%
Ebit	81.471	83.789	109.841	31,1%	16,1%
Resultado Operativo	95.407	77.907	97.676	25,4%	1,2%
Rtdo. Antes Impuestos	54.058	37.371	82.353	120,4%	23,4%
Beneficio Neto	49.070	78.619	98.232	24,9%	41,5%
ROCE	13,4	12,6	17,8		

◀ EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO 1S09

Tras el Cobro de la Venta de Azúcar

- ◀ La Deuda Neta del Grupo se reduce hasta 582 MEUR, un 53% menos comparado con igual fecha del año anterior, principalmente por el cobro de la venta de la División Azucarera, una muy importante reducción de circulante y a pesar del impacto negativo de la evolución de las divisas.
- ◀ No es de esperar que se mantenga el mismo nivel de stocks durante todo el año y podríamos ver cierto repunte a final del año por acopio de materias primas y por los pagos de maquinaria de la fábrica de Memphis por lo que mantenemos nuestro guidance de unos 650 MEUR, ligeramente superior a las 2X Ebitda.
- ◀ El Apalancamiento se sitúa en el 49%.

Miles EUR	31 Dic 07	30 Jun 08	31 Dic 08	31 Marz 09	30 Jun 09
Deuda Neta	988.250	1.248.645	1.055.853	1.165.185	581.621
Deuda Neta Media	1.129.254	1.193.061	1.208.078	1.158.742	865.518
Fondos Propios	1.198.245	1.158.724	1.203.131	1.240.548	1.198.012
Apalancamiento DN	82,5%	107,8%	87,8%	93,9%	48,5%
Apalancamiento DNM	94,2%	103,0%	100,4%	93,4%	72,2%
x Ebitda (DN)	3,2		3,9		
x Ebitda (DNM)	3,7		4,4		



Grupo Ebro Puleva
Conclusión

4



◁ CONCLUSIÓN

Consolidando unos Excelentes Resultados

- ◁ **Estos resultados confirman que al ser nuestros productos bienes de primera necesidad y consumo en el hogar, tienen carácter anticíclico y son capaces de crecer en tiempos de crisis. Esto, unido a una acertada gestión, hace que seamos capaces de mejorar todos los parámetros de rentabilidad.**
- ◁ **Nuestro liderazgo en las categorías en las que operamos se refuerza en estos momentos. Seguimos construyendo valor a largo plazo para nuestros accionistas.**
- ◁ **También confirman que nuestra diversificación geográfica y especialmente nuestra posición en Norteamérica es un auténtico garante de la estabilidad operativa y financiera de la compañía.**
- ◁ **Un semestre positivo que ha visto los últimos pasos para la venta de Azucarera, el cobro y posterior reducción del apalancamiento que ésta ha proporcionado.**
- ◁ **Un balance muy sólido nos permite estar tranquilos y listos para posibles oportunidades que pudieran traer nuevo crecimiento al Grupo.**



Anexo I
Materias Primas

5

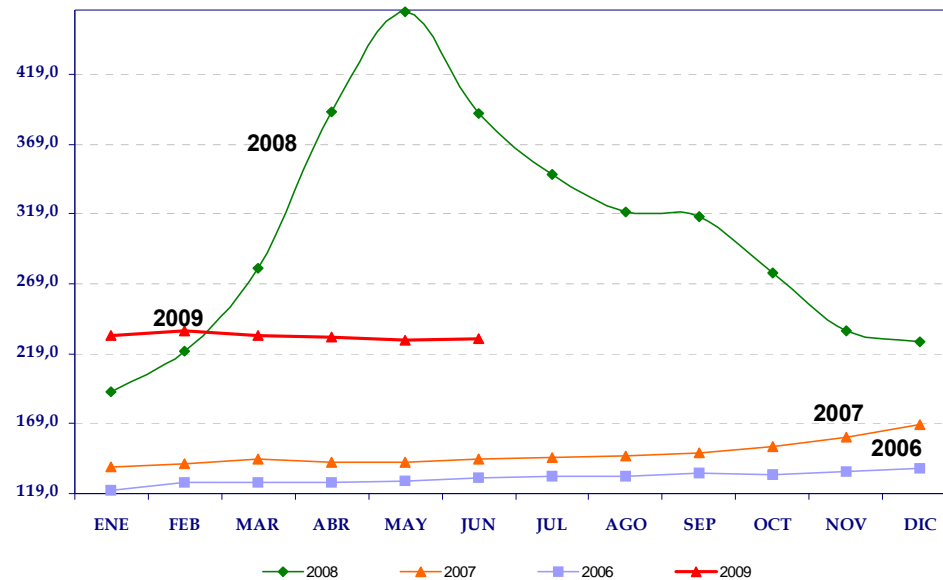


◀ ANEXOS

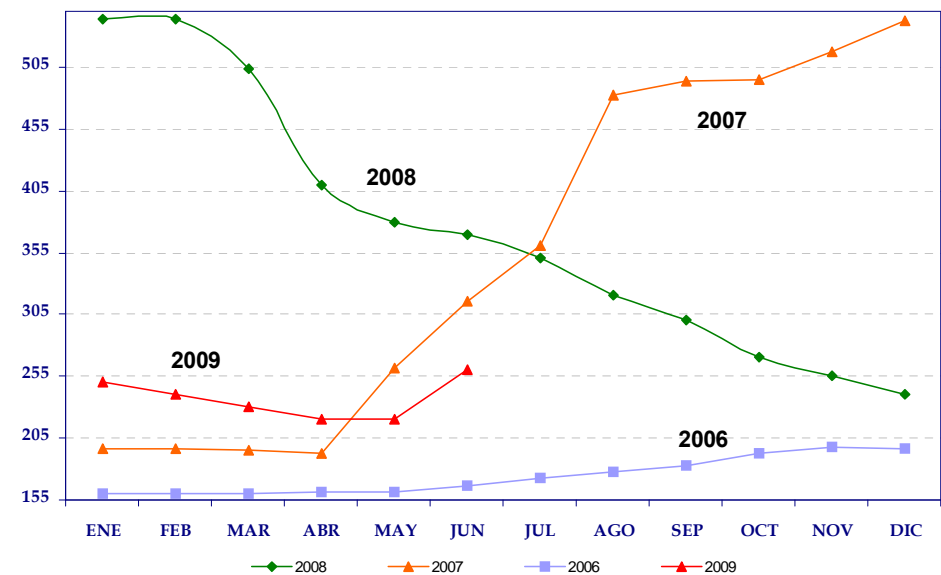
Materias Primas: Arroz y Pasta

◀ Mostramos a continuación gráficos con la evolución de las materias primas:

Indice Ipo Arroz

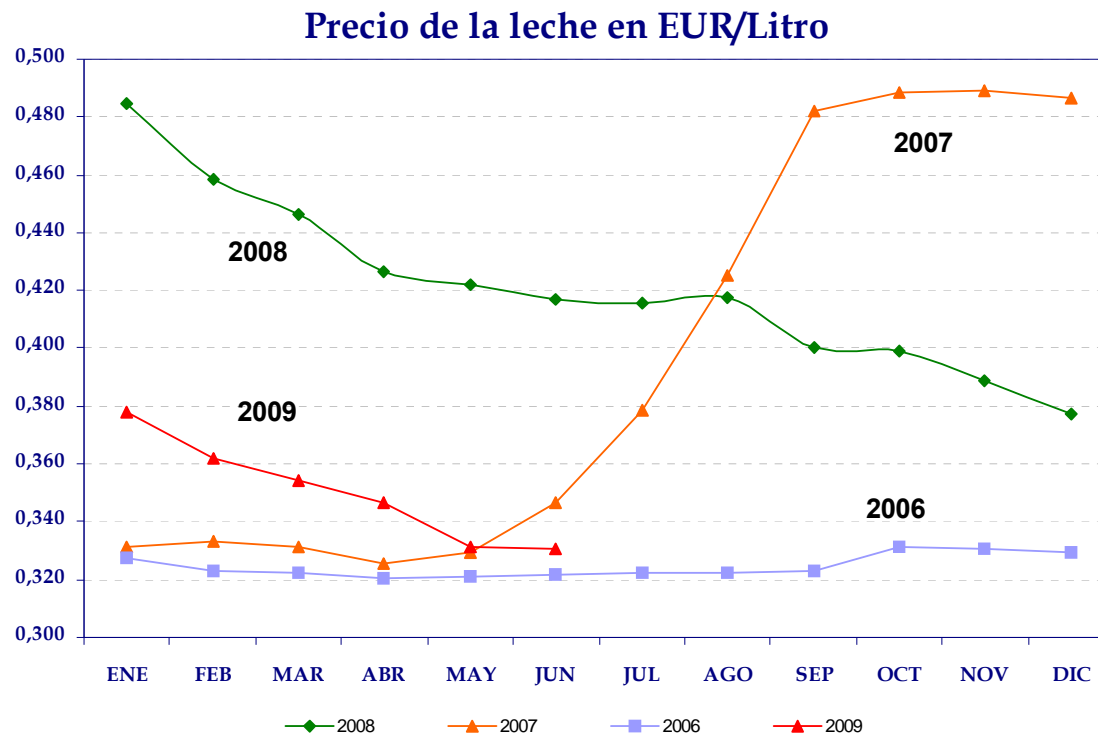


Precio del Trigo Duro en EUR/TON



Materias Primas: Leche

◁ Mostramos a continuación un gráfico con la evolución de la Leche:





Calendario Corporativo

6



◁ CALENDARIO CORPORATIVO

En el año 2009 Ebro Puleva continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

26 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2008
2 de abril	Pago trimestral de dividendo
29 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
2 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
30 de julio	Presentación resultados 1er semestre
2 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
28 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2009
17 de diciembre	Anuncio dividendo 2010 a cuenta 2009
22 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario



Advertencia
Legal

7

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ ADVERTENCIA LEGAL

Advertencia Legal

- ◁ Esta presentación contiene nuestro leal entender a la fecha de la misma en cuanto a las estimaciones sobre el crecimiento futuro en las diferentes líneas de negocio y el negocio global, cuota de mercado, resultados financieros y otros aspectos de la actividad y situación concernientes a la Compañía.
- ◁ Todos los datos que contiene este informe están elaborados según las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC's).
- ◁ El contenido de esta presentación no es garantía de nuestra actuación futura e implica riesgos e incertidumbres. Los resultados reales pueden ser materialmente distintos de los indicados en nuestras estimaciones como resultado de varios factores.
- ◁ Analistas e inversores no deben depender de estas estimaciones que hablan sólo a la fecha de esta presentación. Ebro Puleva no asume la obligación de informar públicamente de los resultados de cualquier revisión de estas estimaciones que pueden estar hechas para reflejar sucesos y circunstancias posteriores de la fecha de esta presentación, incluyendo, sin limitación, cambios en los negocios de Ebro Puleva o estrategia de adquisiciones o para reflejar acontecimientos de sucesos imprevistos. Animamos a analistas e inversores a consultar el Informe Anual de la Compañía así como los documentos presentados a las Autoridades, y en particular a la CNMV.
- ◁ Los principales riesgos e incertidumbres que afectan a las actividades de el Grupo son los mismos que se detallan en las páginas 219 y siguientes de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2008 y que se encuentra disponible en la web www.ebropuleva.com. Estimamos que no se han producido cambios significativos que puedan afectar a los seis meses restantes del presente ejercicio. El Grupo mantiene cierta exposición a los mercados de materias primas y al traslado de modificaciones en el precio a sus clientes. Asimismo, existe una exposición a fluctuaciones en los tipos de cambio, especialmente del dólar, y a variaciones de los tipos de interés.