

Presentación de Resultados Nueve Primeros Meses y Precierre del Ejercicio 2005



Integrando

Índice

- 1 **Introducción**
- 2 **Resultados de las Unidades de Negocio 9M05 y Precierre**
 - * **Azúcar**
 - * **Arroz**
 - * **Lácteos**
 - * **Pasta**
- 3 **Resultados Consolidados del Grupo Ebro Puleva 9M05 y Precierre**
 - * **Cuenta de Resultados**
 - * **Evolución del Endeudamiento**
- 4 **Conclusiones**
- 5 **Anexo Riviana**
- 6 **Anexo Conciliación NIIF**
- 7 **Calendario Corporativo 2005**
- 8 **Advertencia Legal**

* **Integrando**



Introducción

Fieles a nuestro compromiso, durante estos meses nos hemos centrado en los tres puntos a los que nos comprometimos en julio:



1. Integrar y gestionar...



Introducción

- 1 Trabajar en integrar y gestionar nuestros negocios, procurando resolver definitivamente determinados problemas o poniendo las bases para una próxima solución:
 - En el Área Láctea hemos tomado las medidas que nos han permitido solucionar de una forma definitiva el exceso de activos industriales. Con la transformación de Jerez y la venta de Arteixo, hemos conseguido reducir los recursos humanos en 208 personas, 15% de la plantilla media.
 - En Riviana hemos iniciado el proceso de mejora operativa mediante inversiones en automatización y modernización y por otra parte, hemos acordado el cierre de las plantas redundantes (Abbeville) y actuando en los servicios centrales de Houston. En esta misma línea, esta misma semana hemos acordado la venta de la fábrica de Mobile (19 personas) y la marca China Doll asociada a su actividad cuya contribución anual es negativa de USD -0.15 Mio.
 - En Panzani seguimos extrayendo Sinergias Comerciales, Industriales, de Distribución y Costes y renegociando los contratos con proveedores.
 - En los últimos 9 meses hemos reducido en un 10% la plantilla de la división azucarera.
 - En el Holding hemos reducido los costes de estructura en un 47%.
 - En total, en lo que llevamos de año hemos invertido EUR 12.8 Mio. en reestructuraciones (presentados restando del Ebitda) que retornarán en años siguientes.

*** Integrando**

Ebro PULEVA
GRUPO

2. Reducir el endeudamiento...



Introducción II

- 2 Reducir nuestro endeudamiento tanto a través de la generación operativa como a través de las desinversiones de negocios no estratégicos y de inmuebles. A fecha de esta presentación hemos acordado ventas por valor de:

Concepto en EUR miles	Precio Vta.	Cobrado a 30Sept	Cobrado a 27Oct	Pendiente
Ope. Inmobiliarias España	84.490	56.965	-	27.525
Ope. Inmobiliarias Extranjero	12.250	1.350	1.100	9.800
Otros Activos	61.483	14.867	6.616	40.000
TOTAL	158.223	73.182	7.716	77.325¹

¹ De los que EUR 15 Mio. con posteridad a 31.12.2005

En estos últimos meses vendimos las sedes (de la filial azucarera y la del holding,) la fábrica de Arteixo y la marca Leyma asociada a su actividad, abandonamos finalmente nuestras operaciones en Chile y vendimos otros activos inmobiliarios en Córdoba y Liverpool.

Más recientemente, hemos llegado a un acuerdo con un grupo de inversores canarios para la venta de un negocio agrícola en Tenerife lo que supondrá un ingreso de EUR 31.5 Mio con una reducción de la contribución neta anual de tan solo EUR 0.4 Mio.

Todas estas desinversiones van en la línea de reducir agresivamente el endeudamiento contraído para la compra de Riviana y Panzani y así estar preparados para la siguiente fase.

3. Prepararnos para la Reforma de la OCM del azúcar.



Introducción III

- 3 Trabajamos en preparar el negocio azucarero para el nuevo marco que se derivará tanto de la nueva OCM como de la ronda de Doha en curso.
- * Prevemos disponer de una definición del nuevo marco regulatorio a partir de enero 2006.
- * En el periodo 2000-2005 hemos mejorando todos nuestros parámetros competitivos y hoy nos comparamos favorablemente con los mejores productores europeos.

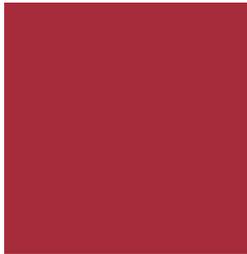
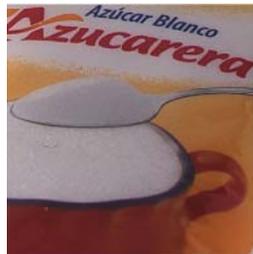
Estrategia Azucarera 2000/2005	2000	2005	.05/00
Plantilla Fija	1.636	1.100	-32,8%
Costes Fijos (EUR Mio/año)	130	105	-19,2%
Gastos Fijos (Sin Amort.)	31	17	-45,2%
Número Plantas Azucar	12	8	-33,3%
Rendimiento Agrícola (Tns/Ha)	8,80	9,85	11,9%
Consumo Energético (Kwh/Tn Az)	2.969	2.423	-18,4%

- * La empresa Biocarburantes de Castilla y León, en la que participamos junto con Abengoa, iniciará su actividad durante el primer trimestre de 2006. Su objetivo es producir unos 200 Mio Litros anuales de Bioetanol, base cereal. Esta inversión nos está permitiendo conocer de primera mano los factores críticos de este mercado.

R

Resultados de las
Unidades de Negocio

Ebro PULEVA
GRUPO



Azúcar

Ebro PULEVA
GRUPO



Un entorno complejo

- * Durante la campaña 04/05 se han producido:
- * Impactos Circunstanciales Externos que han provocado una sobreoferta de azúcar en la UE estimada en unos 1.2 Mio Tns. lo que ha supuesto que por primera vez en más de 20 años se hayan presentado 0.870 Mio. Tns a la Intervención en paralelo a una presión generalizada de precios a la baja sin que fuera acompañada por una reducción en el precio de la remolacha.
- * Impactos Circunstanciales Internos que son:

- La Reducción de Cuota

Campaña	03/04	04/05	05/06
Cesión Fusión AE y SGA	-	-	30.000
Desclasificación	4.356	-	34.500
Cuota del año	771.000	776.500	712.000

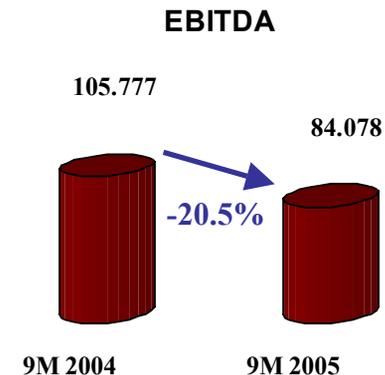
- Una climatología adversa Campaña Sur 04/05 sin embargo compensada por las excelentes perspectivas de la Campaña Norte 05/06.
- Un importante esfuerzo en controlar las variables internas a través de la reducción de los costes de estructura (venta de la sede social, reducción de personal, etc) y un plan de mejoras operativas.



La UE ha dado los primeros pasos para reconducir los excedentes de oferta

- * La inestabilidad ya observada en el sector desde principios de año continua, hasta el punto que la Unión Europea se ha visto obligada a anunciar una fuerte desclasificación (de 1,8 millones de toneladas) para la campaña Campaña 05/06 lo que permitirá adecuar la producción, absorber excesos de stock y ajustar al consumo. A esta inestabilidad hemos de añadirle la inherente al proceso de negociación de la nueva OCM del sector, la cual persistirá mientras no se acabe de definir la reforma. Todo ello con efectos negativos en el 2005.
- * Esto ha producido una caída en ventas del 12.5% y una caída de la contribución (Ebitda) del 20.5%. En este entorno de inestabilidad seguimos generando un margen Ebitda/Ventas del 17.4%.
- * Una vez iniciada la Campaña en la Zona Norte, podemos confirmar buenas expectativas tanto en riqueza como en volumen lo que ayudará a un mejor año 2006.

Miles de EUR	9M2005	9M2004	.05/04
Ventas	483.851	553.037	-12,5%
Ebitda	84.078	105.777	-20,5%
Margen Ebitda	17,4%	19,1%	-9,1%
Ebit	67.053	88.603	-24,3%
Rtdo. Operativo	67.900	80.170	-15,3%
ROCE	17,1	21,0	-18,6%



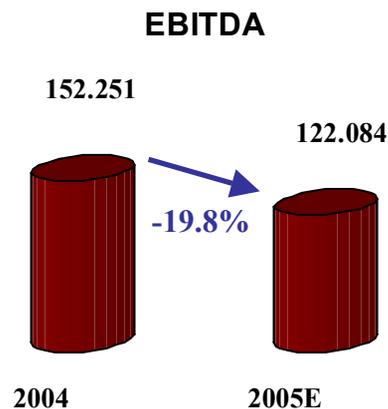
* **Integrando**



Un ejercicio caracterizado por la inestabilidad de precios.

- * Las cifras para el último trimestre mostrarán una tónica similar a la de los meses anteriores. Terminaremos el año con un nivel de ventas un 11% inferior y un Ebitda un 20% inferiores a los del año pasado.
- * En todo caso seguimos manteniendo un Ebitda/Ventas muy cercano al 19%.

Miles de EUR	2005E	2004	.05/04
Ventas	654.454	734.097	-10,8%
Ebitda	122.084	152.251	-19,8%
Margen Ebitda	18,7%	20,7%	-10,1%
Ebit	88.626	118.205	-25,0%
Rtdo. Operativo	89.472	72.126	24,0%
ROCE	15,9	21,0	-24,3%



* **Integrando**



¿Una nueva oportunidad para el sector azucarero español?

- * En este ejercicio se ha iniciado un proceso de cambio en el marco de referencia con tres importantes hitos que son el Resultado del Panel de la OMC, el Borrador de la OCM y las negociaciones de la cumbre de Doha en la OMC. De ellos es de esperar un aumento de las importaciones en la UE y una reducción tanto de las exportaciones como de la producción de la UE. Se producirá una reducción significativa de los precios del azúcar y la remolacha que unidos a las ayudas compensatorias contempladas en el Fondo de Reestructuración, previsto en la OCM, incentivarán el abandono selectivo de los productores/regiones menos competitivos.
- * Todo ello ha provocado la percepción/necesidad entre los actores del mercado de buscar nuevos posicionamientos originando una situación de desorden que no se resolverá hasta que se conozca el pleno alcance de la Reforma.
- * Conoceremos dicho alcance previsiblemente en Dic05/ Ene06 y esperamos que el proceso de ajuste del mercado se prolongue durante todo el ejercicio 2006.
- * Hemos venido preparándonos para estos tiempos lo que nos permite estar hoy en una excelente posición competitiva en línea con los productores europeos más eficientes. Aún así no hemos agotado nuestro potencial de mejoras ni en lo Agronómico ni en lo Industrial ni en la Eficiencia Operativa.
- * A corto plazo debemos esperar una actividad azúcar más pequeña y menos rentable. A medio plazo recuperaremos rentabilidad y explotaremos las oportunidades alternativas que se nos ofrecen.



Arroz

Ebro PULEVA
GRUPO



Primera campaña entera bajo la nueva OCM en Europa.

- * La Campaña 04/05 recién concluida ha sido la primera después de la reforma de la OCM de arroz.

EUR/Tn	Cosecha 03/04	Cosecha 04/05
Precio Intervención	300	150
Precio Efectivo Compra	280	175

- * En este primer año después de la Reforma hemos pasado a comprar por encima de los precios oficiales de intervención debido a la presión agrícola y política sufrida. Esto ha llevado a una disminución de la cifra de ventas y de los márgenes de ventas industriales indiferenciadas (poco valor añadido) y sin embargo ha hecho elevar los márgenes de las marcas en 900 puntos básicos.
- * Nuestra división de arroz Europa ha reaccionado invirtiendo en I+D (colaboración con Puleva Bio.) para dar más valor a las ventas industriales (y así diferenciar esa categoría de productos) e invirtiendo en publicidad para las marcas, que en lo que llevamos de ejercicio se ha elevado un 15% respecto al mismo periodo del año anterior. (ver Spots)
- * Nuestros productos microondas han tenido un gran éxito y hoy somos líderes en esa categoría. Para atender a su alta demanda estamos construyendo una fábrica en Jerez para su formato en Doy Bag (tanto para arroz como para pasta) y ayer mismo el Consejo aprobó una nueva inversión para el formato en vasitos.
- * Riviana ha iniciado el proceso de reconversión con el cierre de una planta y se está invirtiendo en automatización y una planta de arroz salvaje de alto valor añadido.



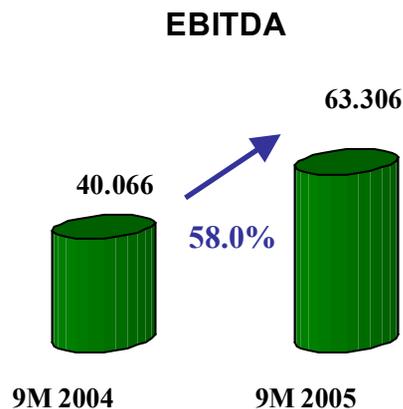
Grupo Arroz Nueve Primeros Meses de 2005



El liderazgo y el tamaño dan la fuerza

- * Tras el cierre de precios de la cosecha 04/05, los precios de la materia prima han subido en el 2T y 3T. Esto ha producido una reducción del margen de la actividad industrial. Por otra parte la contribución del negocio marquista muestra unas fuertes tasas de crecimiento.
- * Esta evolución es consistente con nuestra estrategia de bascular el peso hacia el mercado marquista lo que incide muy positivamente en nuestro margen de la división arrocera que aumenta en 100 puntos básicos.
- * Eliminando el efecto Riviana nuestro Ebitda repite en los primeros 9 meses en comparación con el año anterior.
- * Por su parte Riviana (ver Anexo) continua mostrando unos resultados muy satisfactorios.

Miles de EUR	9M2005	9M2004	.05/04
Ventas	579.224	403.302	43,6%
Ebitda	63.306	40.066	58,0%
Margen Ebitda	10,9%	9,9%	10,0%
Ebit	47.130	33.244	41,8%
Rtdo. Operativo	45.262	33.303	35,9%
ROCE	14,4	15,0	-4,0%



* **Integrando**



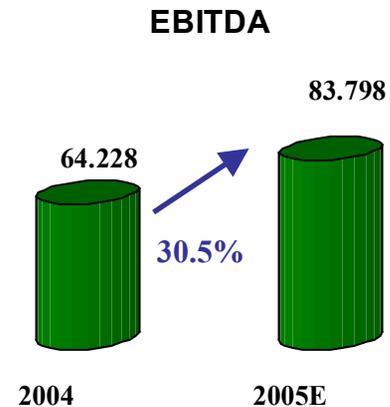
Grupo Arroz
Precierre Ejercicio 2005



La nueva cosecha y las reestructuraciones en EE.UU.

- * La nueva cosecha (Oct 2005) permitirá cambiar el entorno de márgenes vivido en el 2T y 3T. En todo caso el 4T en Europa no mostrará todavía crecimientos destacables.
- * Riviana por su parte tendrá una buena tasa de crecimiento que reflejará la ejecución de las operaciones de reestructuración llevadas a cabo durante este 2005.

Miles de EUR	2005E	2004	.05/04
Ventas	784.943	605.107	29,7%
Ebitda	83.798	64.228	30,5%
Margen Ebitda	10,7%	10,6%	0,6%
Ebit	61.332	52.059	17,8%
Rtdo. Operativo	59.444	53.088	12,0%
ROCE	13,5	15,2	-11,2%





Grupo Arroz
Estado General



Expansión orgánica

- * En arroz estamos desarrollando una estrategia que en los dos últimos años ha estado centrada en el crecimiento inorgánico. Desde hace unos meses hemos empezado a abrir un proceso de crecimiento orgánico con la apertura de negocios en nuevos países Polonia, Chequia y hoy ya podemos anunciar la apertura de Herba Tailandia este último para garantizarnos el abastecimiento de arroz asiático.
- * No renunciamos a nuevas compra que encajen en nuestra estrategia de crecer en marcas líderes de mercados.
- * Nuestro negocio arrocero ya vive consistentemente con un Ebitda/Ventas muy cercano al 11% y continuamos trabajando para mejorar ese ratio.

* **Integrando**



Lácteos

Ebro PULEVA
GRUPO



Optimizando el Valor de nuestras marcas.

- * La gestión separada de las dos unidades de negocio de la división de láctea, ha dado sus frutos; cada marca tiene su posicionamiento y enfoque. También hemos afrontado una racionalización industrial y de costes.
- * La marca Puleva continua creciendo en leches de valor añadido, destacando el comportamiento de Puleva Omega 3, Puleva Max y Peques, así como la consolidación de la posición de liderazgo en batidos gracias a buen comportamiento de la botella de Pet. También queremos destacar el lanzamiento de Puleva Calcio Soja, que refuerza la posición de Puleva Calcio.
- * Las marcas de Lactimilk atienden las necesidades de los consumidores en materia de comodidad, para ello durante el ejercicio 2005 se han lanzado nuevos formatos y agrupaciones (Pack 2x2). Lactimilk continua concentrando sus esfuerzos en el relanzamiento de las marcas Ram y El Castillo con la ayuda de nuevas inversiones publicitarias.
- * La reordenación industrial, con el cese de actividad láctea de la fábrica de Jerez y la venta de la fábrica de Arteixo, ha supuesto importantes ahorros de estructura que influirán sobre todo en el ejercicio 2006.



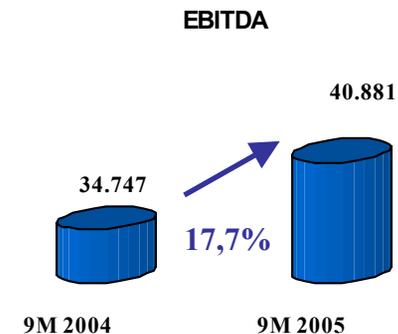
Grupo Lácteo Nueve Primeros Meses de 2005



La estabilización del precio de la materia prima, los esfuerzos hechos en publicidad y los nuevos productos hacen crecer con fuerza a la división láctea

- * El crecimiento ya apuntado en el primer semestre continua. Así, las ventas en este periodo crecen un 5.8% y el Ebitda en un 17.7%. Estas cifras todavía no reflejan las ventajas derivadas del cierre de la fábrica de Jerez (efectiva a 1 de julio) y las de la venta de la fábrica de Arteixo (efectiva a 1 de septiembre).
- * En los últimos 9 meses hemos consolidado una tendencia positiva que se confirmará al cierre del año.

Miles de EUR	9M2005	9M2004	.05/04
Ventas	389.915	368.702	5,8%
Ebitda	40.881	34.747	17,7%
Margen Ebitda	10,5%	9,4%	11,3%
Ebit	28.141	23.255	21,0%
Rtdo. Operativo	23.916	22.473	6,4%
ROCE	15,7	14,5	8,3%



* **Integrando**



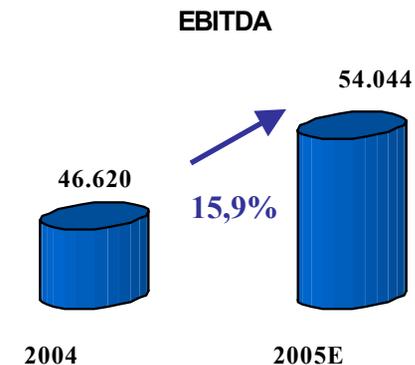
**Grupo Lácteo
Precierre Ejercicio 2005**



Los ahorros por el cierre de Jerez y la venta de Leyma empezarán a notarse en resultados del 2006

- * El nivel de contribución del negocio lácteo para el año completo estará entorno a los EUR 54 Mio. Para poner esta cifra en referencia, la Puleva que absorbimos generó en el año 2000 EUR 34 Mio.
- * Crecemos a tasas del 16% en Ebitda y seguimos reduciendo el peso de las ventas de menor valor añadido.

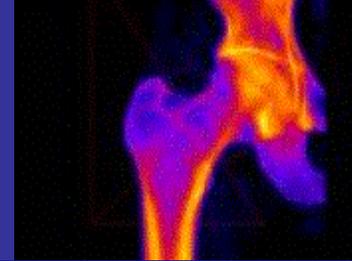
Miles de EUR	2005E	2004	.05/04
Ventas	516.895	497.078	4,0%
Ebitda	54.044	46.620	15,9%
Margen Ebitda	10,5%	9,4%	11,5%
Ebit	37.382	31.078	20,3%
Rtdo. Operativo	31.236	31.111	0,4%
ROCE	16,7	14,3	16,8%



* **Integrando**



Grupo Lácteo Estado General



Siempre por delante, los primeros en coger la ola.

- * Los ahorros consumados por las operaciones de reordenación industrial, que estimamos en EUR 8 Mio., nos permiten ver la perspectiva a medio plazo con un razonable optimismo.
- * Dentro de la reorganización, Lactimilk cede la gestión administrativa completa a Puleva, concentrando sus esfuerzos en labores comerciales y de marketing de las marcas Ram y El Castillo.
- * Para el próximo ejercicio, la marca Puleva seguirá concentrándose en el desarrollo de productos de valor, mediante la adecuada segmentación de los mercados, creando barreras tecnológicas y económicas, para hacer frente a las políticas de imitación de los competidores.
- * Las marcas Ram y El Castillo, seguirán con su estrategia de recuperar posición en las leches clásicas, buscando nuevas oportunidades de negocio en productos de mayor valor.

* **Integrando**



Panzani

Ebro PULEVA
GRUPO

Evolución de Panzani durante el ejercicio 2005 (cinco y ocho meses de 2005)

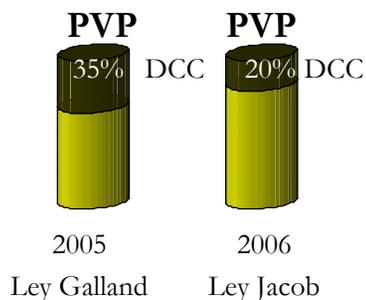


Et bon Appétit...



Situación del Mercado en Francia

- * Durante este ejercicio hemos observado un ralentizamiento del consumo alimenticio en Francia. Además se ha producido una deflación importante de los precios (- 1.2% por los 12 últimos meses) por la anticipación de la reforma a la Ley Galland que entrará en vigor en enero de 2006.
- * Esta reforma es conocida como Ley Jacob. La nueva Ley pretende parar la inflación que la Ley anterior estaba generando en los Descuentos en Condiciones Comerciales y provocar así una bajada de los precios al consumo (objetivo - 5 %). Desde enero 2006 todo Descuento en Condiciones Comercial que haga el productor al distribuidor que exceda del 20% deberá repercutirse en en PVP.



	Evo Vol Mercado Ene-Sept05	Panzani Vtas Ene-Sept05	Cuota de Mercado 2004	Cuota de Mercado 2005
Pasta Seca	-1,1%	-0,2%	36,4%	35,7%
Salsas	0,0%	5,1%	34,5%	34,9%
Arroz	0,6%	1,2%	32,1%	32,6%
Pasta Fresca	7,2%	3,4%	35,4%	34,2%

Fuente IRI- Secodip

- * En este entorno nuestras posiciones de mercado se mantienen; la presión del Hard Discount se materializa en la reducción de presencia de las segundas marcas.
- * Podemos decir que el ejercicio 2005 es año de transición, en el que hemos hecho un profundo estudio de las sinergias con el Grupo Ebro Puleva, hemos adaptado la oferta de productos a la política comercial y deflación del mercado y hemos lanzado nuevos productos como las pastas en doy-pack, gnocchis microondas, etc.

* **Integrando**

Ebro PULEVA
GRUPO

Panzani y Lustucru ...
Cinco Meses hasta Octubre de 2005



Cumpliendo

- * La dificultades económicas por las que ha pasado el mercado han afectado a la contribución de estos primeros cinco meses. En todo caso la marcha del negocio y su proceso de integración en Ebro Puleva es altamente satisfactorio.
- * En este entorno, mantenemos la inversión en marca como táctica para aprovechar las oportunidades que se presentan ya que los competidores más débiles no podrán mantener sus posiciones.

Miles de EUR	5M2005
Ventas	183.614
Ebitda	23.766
<i>Margen Ebitda</i>	<i>12,9%</i>
Ebit	15.767
Rtdo. Operativo	17.797

Mayo-Septiembre

* **Integrando**



Panzani y Lustucru Precierre del ejercicio 2005 (Ocho meses)



Unas marcas sólidas que crecen más que el mercado

- * La integración de Panzani en Ebro Puleva se ha producido en unas condiciones de mercado muy duras. En estos ocho meses se han producido una acumulación de problemas: subida de los precios del crudo, deflación, presión en el consumo y la anticipación del mercado a los efectos que pueda tener la Ley Jacob.
- * Mantenemos nuestro apoyo publicitario a las marcas. En este momento es cuando se consolidan y amplían las posiciones.
- * En Panzani a pesar de todo ello, la aportación económica, de apertura de nuevas posibilidades estratégicas y de ahorros es muy satisfactoria.

Miles de EUR	8M 2005E
Ventas	293.892
Ebitda	41.743
Margen Ebitda	14,2%
Ebit	28.884
Rtdo. Operativo	30.737

Mayo-Diciembre

* **Integrando**



Panzani y Lustucru Estado General



Para informar del tipo de acciones sinérgicas en las que estamos trabajando, presentamos una lista de materias:

Proveedores y servicios

Compra de Medios

Nielsen/IRI

IT

I+D+i

Publicidad

Auditoria Externa

Seguros

Consumos cartón

Consumos estuches de cartón

Consumos bobinas

Consumos tetrapak

Producción/venta intragrupo

Arroz

Doypack

Semolina

Azúcar

Congelados

Pasta seca

Comerciales

Pasta fresca

✓ UK

Pasta seca

✓ Norte de África

✓ Europa del Este

✓ EE.UU y Canadá

Arroz

✓ Norte de África

✓ Europa del Este

Semolina

Cous-cous

R

**Resultados Consolidados
del Grupo
Ebro Puleva**

***Ebro* PULEVA**
GRUPO



Nueve Primeros Meses de 2005

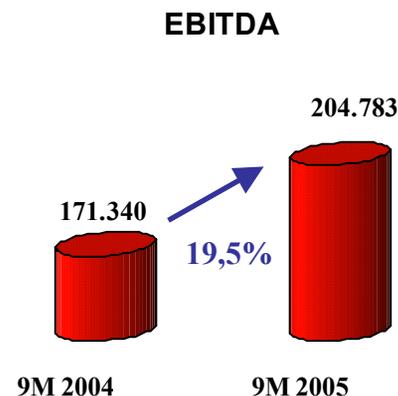
Un equipo



Consolidando las sinergias de un Grupo de Alimentación

- * Las cifras consolidadas de los nueve primeros meses del ejercicio 2005 incluyen la aportación de 9 meses de Riviana y de 5 meses de Panzani frente a un mes de contribución de Riviana del año pasado (para facilitar su comparación con el ejercicio anterior ya hemos sustraído la salida de Chile de nuestro perímetro de consolidación).
- * Con ello hemos alcanzado un crecimiento de la facturación del 28.5% y de un 19.5% en Ebitda. Es decir, la aportación de los nuevos negocios ha compensado la mala marcha del negocio azucarero.
- * Hemos materializado importantes desinversiones que nos han repercutido muy satisfactoriamente en la línea de Operativos y a 30 de Septiembre ya hemos alcanzado un resultado superior al del año 2004 completo.

Miles de EUR	9M2005	9M2004	.05/04
Ventas	1.709.761	1.330.911	28,5%
Ebitda	204.782	171.340	19,5%
Margen Ebitda	12,0%	12,9%	-7,0%
Ebit	149.115	132.321	12,7%
Resultado Operativo	210.400	164.817	27,7%
Rtdo. Antes Impuestos	177.562	136.429	30,1%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	125.366	94.471	32,7%
ROCE	13,8	15,6	-11,5%



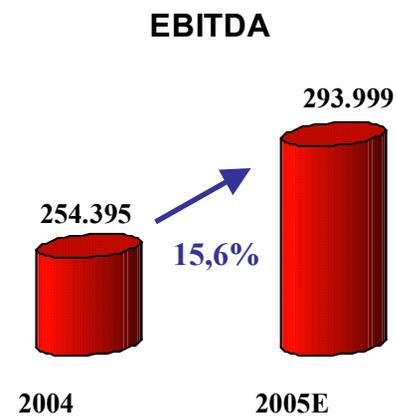
* Integrando



La fortaleza de las marcas y la fortaleza que dan las marcas

- * Las cifras consolidadas del Precierre del ejercicio 2005 incluyen la aportación 12 meses de Riviana y de 8 meses de Panzani mientras que las del del año pasado incluían tan solo 4 meses de Riviana.
- * Nuestra facturación crecerá por encima del 28% y el Ebitda cerca del 16% todo ello en un entorno económico y de consumo en alimentación de una dificultad enorme.
- * Estimamos que el Beneficio Neto (y el Beneficio por Acción) crecerá un 22% lo que demuestra que nuestras inversiones han sido fuertemente a creativas.

Miles de EUR	E2005	2004	.05/04
Ventas	2.373.143	1.844.610	28,7%
Ebitda	293.999	254.395	15,6%
Margen Ebitda	12,4%	13,8%	-10,2%
Ebit	206.393	188.408	9,5%
Resultado Operativo	265.564	203.446	30,5%
Rtdo. Antes Impuestos	221.801	172.689	28,4%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	153.610	126.206	21,7%
ROCE	13,3	15,2	-12,5%





Endeudamiento a 30 de septiembre y previsto a 31 de Diciembre del 2005



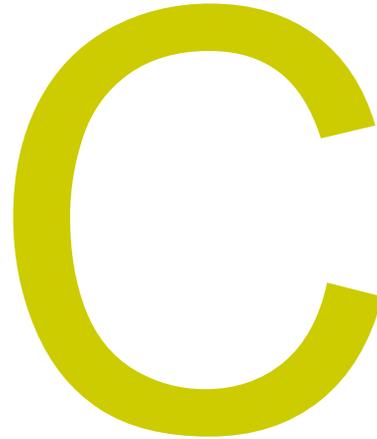
Reducir, Reducir, Reducir... Para preparar el próximo mordisco

- * Como anticipábamos en la Introducción, estamos gestionando nuestro endeudamiento con agresividad. En las tablas adjuntas pueden verse la evolución año sobre año, la reducción producida en el 3T y la que estimamos que se va a producir en el 4T.
- * Esto es debido a una combinación de los desinversiones ya anunciadas, la generación operativa y la acción sobre el Capex.

Miles de EUR	30-sep-04	31-dic-04	30-jun-05	30-sep-05	31-dic-05 ²
Deuda Neta	473.956	472.108	1.084.133	992.975	949.700
Deuda Media¹	313.301	352.087	710.025	804.582	846.036
Fondos Propios	924.844	958.866	967.930	1.044.026	1.072.657
Apalancamiento DN	51,2%	49,2%	112,0%	95,1%	88,5%
Apalancamiento DM	33,9%	36,7%	73,4%	77,1%	78,9%

¹ Deuda Financiera Neta Media.=Deuda Financiera Neta TAM de los últimos 12 meses.

² 31-Dic-05 Estimación

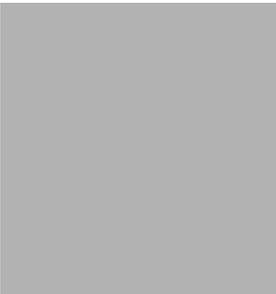


Conclusiones

Conclusiones



- * Marco definitivo División Láctea con dos fábricas menos.
- * Integración Riviana y Panzani. Extracción de sinergias y mejoras operativas(cierre Abbeville)
- * Desinversión en negocios no estratégicos y poco rentables (Chile, Catesa, China Doll, Leyma, etc.)
- * Reducción de los gastos de estructura de la Holding en un 47%.
- * Inicio del negocio de Bioetanol.
- * Preparación recta final Reforma azucarera con soluciones de futuro.
- * Rápida reducción de Deuda.
- * Gran trabajo al interno del grupo para preparar EVA 3.0.



AR
Anexo Riviana

Ebro PULEVA
GRUPO



Suerte con los huracanes!

- * Tras doce meses con nosotros Riviana continua dándonos resultados satisfactorios. Sus resultados en los nueve primeros meses son muy satisfactorios gracias a una sostenida demanda, buena cosecha de arroz y una gestión más agresiva.
- * Por otra parte, hemos arrancado el proceso de aligeramiento de estructura que se ha plasmado en una reducción de plantilla del 12% del total USA. Estas medidas tendrán su retorno en 2006.
- * Ya hemos empezado la venta de arroz microondas en EE.UU. y de pasta Panzani en Canadá.
- * Los fenómenos meteorológicos ocurridos en EE.UU. y Centro América no han tenido un impacto directo en nuestras Instalaciones si bien, tendrán un pequeño reflejo en el nivel de actividad.
- * Riviana ya está dentro de Ebro Puleva.

Riviana Nueve Primeros Meses de 2005

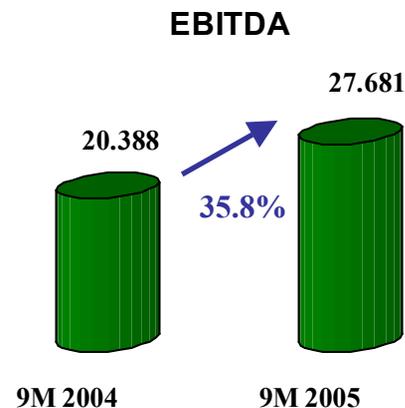


Grupo Riviana, reordenación industrial

- * En el mismo trimestre del año pasado sólo incluimos un mes de contribución de Riviana. En todo caso para facilitar el análisis aportamos los datos proforma de los 9M04.
- * En todo caso la mejora es sustancial y sobretodo basada en la mejora del negocio arroz EE.UU. frente a una mayor estabilidad de los negocios de Centro América.

Miles de EUR	9M2005	9M2004	.05/04
Ventas	242.289	232.508	4,2%
Ebitda	27.681	20.388	35,8%
<i>Margen Ebitda</i>	<i>11,4%</i>	<i>8,8%</i>	<i>30,3%</i>
Ebit	20.469	15.314	33,7%
Rtdo. Operativo	18.583	15.314	21,3%
ROCE	<i>13,0</i>	<i>10,7</i>	<i>21,5%</i>

A divisa constante Sept 2005





Riviana Precierre del Ejercicio 2005

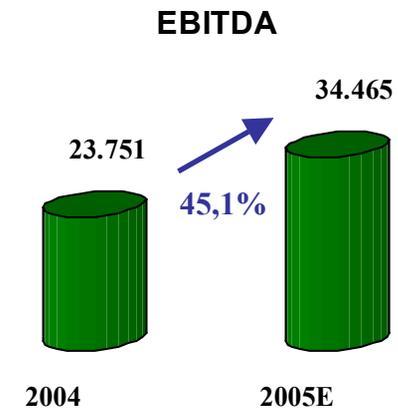


Grupo Riviana

- * Un año después, podemos ver con claridad la bondad de la inversión. Hemos generado un Fondo de Comercio fiscalmente deducible de EUR 40 Mio. Lo que supone un 13% del precio de compra.
- * Por tanto hoy puede confirmarse que la valoración aplicada fue muy favorable para los accionistas de Ebro Puleva.

Miles de EUR	2005E	2004	.05/04
Ventas	328.308	321.330	2,2%
Ebitda	34.465	23.751	45,1%
Margen Ebitda	10,5%	7,4%	42,0%
Ebit	24.170	25.972	-6,9%
Rtdo. Operativo	22.264	16.863	32,0%
ROCE	11,2	10,7	4,7%

A divisa constante Sept 2005



* **Integrando**



Calendario corporativo





Calendario 2005



Un mayor esfuerzo de comunicación

En el año 2005 Ebro Puleva continuará con su compromiso de transparencia y comunicación:

8 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2004
1 de abril	Pago de dividendo
27 de abril	Junta General de Accionistas
28 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
1 de julio	Pago de dividendo
28 de julio	Presentación resultados 1er semestre
3 de octubre	Pago de dividendo
27 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2005
22 de diciembre	Anuncio dividendo 2006 a cuenta 2005
27 de diciembre	Pago de dividendo



Advertencia



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 (NIIC'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.

En paralelo remitimos consolidación NIIC