



EBRO PULEVA

1S06

Un Año en Pasta





Ebro PULEVA
GRUPO

I
Introducción

II
Resultado de las Unidades de Negocio 1S06

- 01 Azúcar
- 02 Arroz
- 03 Lácteos
- 04 Pasta
- 05 Biocarburantes

III
Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 1S06

- 01 Cuenta de Resultados
- 02 Evolución del endeudamiento

IV
Conclusión

V
Calendario Corporativo 2006

VI
Advertencia Legal

Introducción





Ebro Pul eva; De Azucarera a Grupo de Alimentación

- * El primer semestre del 2006, ha supuesto un nuevo hito en la evolución de Ebro Puleva, desde “la Azucarera” hacia la creación de un gran grupo de alimentación, proveedor de soluciones de conveniencia, saludables, con un portafolio de marcas de alto reconocimiento por el consumidor y con un mayor equilibrio entre mercados geográficos.
- * Con las últimas compras, Riviana, Panzani y New World Pasta nos confirmamos como la compañía líder mundial de platos principales de alimentación seca, en arroz y pasta.
- * Afrontamos ahora el gran reto de la integración entre estos negocios, en EE.UU. país en que por primera vez nos encontramos con las dos actividades principales que darán el carácter de líder global a Ebro Puleva.
- * A su vez, la marcha del resto de actividades es altamente satisfactoria, con una leve recuperación del negocio azucarero y un importante incremento en márgenes del negocio lácteo.



Resultado de las Unidades de Negocio S06

01

Azúcar

02

Arroz

03

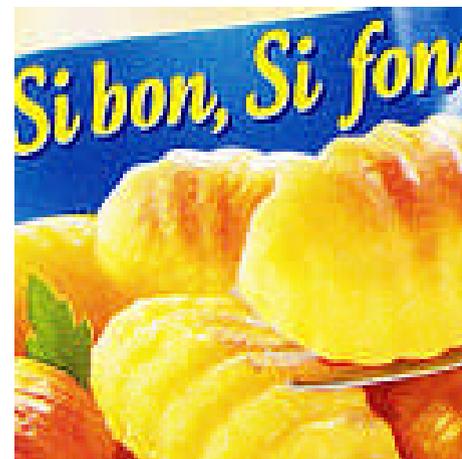
Lácteos

04

Pasta

05

Biocarburantes



01 AZÚCAR

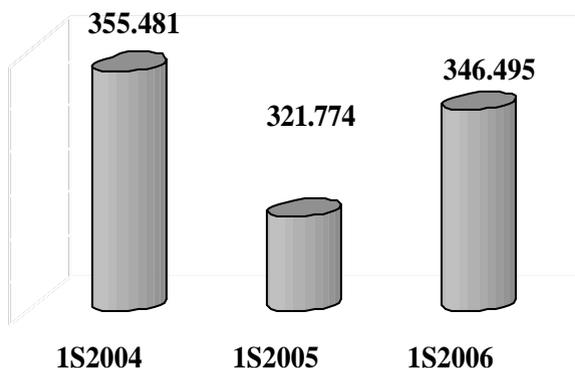




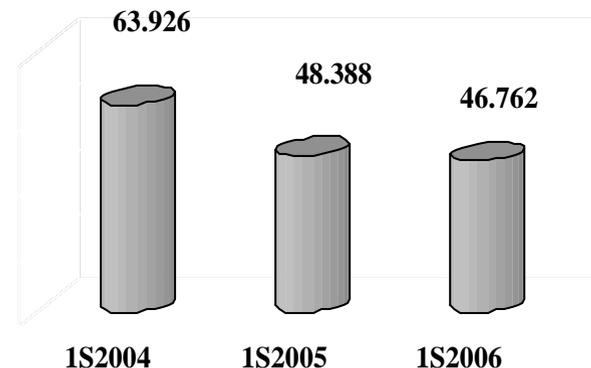
Contingentes a la Intervención y Mayor Competencia

- * En la división azucarera se mantiene la situación anunciada en el trimestre anterior, con incremento de la competencia, precios inferiores a los del pasado ejercicio y venta de contingentes a la intervención.
- * Al tiempo, los mercados internacionales descuentan una menor oferta procedente de la Unión Europea debido a la Reforma y unas menores exportaciones de Brasil que dedica una mayor proporción de su producción de caña a la destilación de bioetanol. Todo esto produce un precio del azúcar en alza, de forma que el precio en el mercado internacional se sitúa en niveles desconocidos desde 1980.

VENTAS



EBITDA





Los albores de la Reforma de la OCM del Azúcar

- * En estas circunstancias la cifra de negocio crece un 7.7% sobre el mismo periodo del año anterior pero el Ebitda cae un 3.4% debido a los factores mencionados que reducen el margen de las operaciones y al incremento en el precio de la energía.
- * El inicio de la Campaña Sur es prometedor tanto en volúmenes como en costes.
- * El expediente de cierre de la fábrica de Ciudad Real se ha presentado recientemente y estamos a la espera de que antes de fin de mes se decida el importe indemnizatorio por el abandono de la cuota. Por otra parte las reformas emprendidas en los centros productivos para afrontar la nueva OCM tienen un impacto de EUR 8.7 Mio. (37% más que mismo concepto en 1S05) en nuestras cuentas.

Miles de EUR	1S2004	1S2005	1S2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	355.481	321.774	346.495	7,7%	-1,3%
Ebitda	63.926	48.388	46.762	-3,4%	-14,5%
Margen Ebitda	18,0%	15,0%	13,5%	-10,3%	-13,4%
Ebit	56.074	42.728	33.899	-20,7%	-22,2%
Rtdo. Operativo	46.050	39.817	21.429	-46,2%	-31,8%
ROCE	20,0	18,5	13,9		

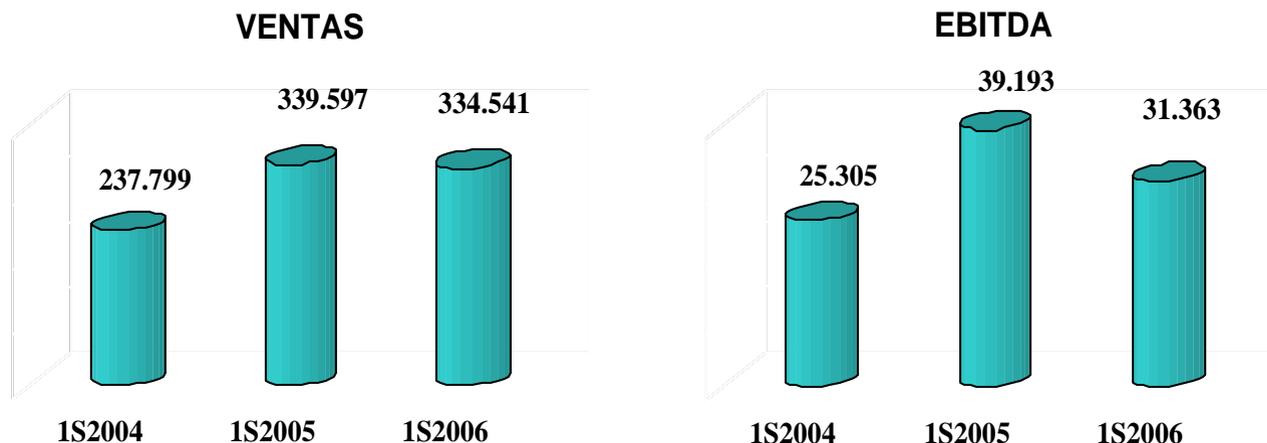
02 ARROZ





Volatilidad del Precio de la Materia Prima

- * La división arrocera se presenta ya sin la aportación de los negocios de Centro América que figuran como Actividades Discontinuadas en las cifras consolidadas.
- * El comportamiento de las ventas de la división es desigual, empujadas por la filial americana Riviana en la que la cifra de negocio repunta un 5% y contraídas por las filiales europeas que viven con unos precios muy volátiles de la materia prima.



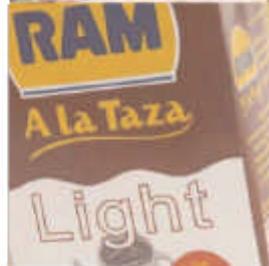


Introducción de Nuevos Productos en EE.UU.

- * Las ventas de la división retroceden un leve 1.5%. El Ebitda retrocede un 20% hasta los EUR 31.4 Mio. como consecuencia del incremento del precio de la materia prima tanto en la Unión Europea (con impacto principalmente en las filiales industriales de España e Italia) como en Estados Unidos, un incremento de los gastos de promoción y penetración de los nuevos productos (+USD2.2 Mio.), los costes de puesta en marcha de la planta de Jerez (EUR0.6Mio.) y un importante incremento de la inversión publicitaria (un 24% más hasta los EUR11.4 Mio.) .
- * También impacta al resto de márgenes los gastos de reestructuración y cierre de nuestras instalaciones en Abbeville (Luisiana) ya anunciados que ascienden a USD 5.1 Mio.

Miles de EUR	1S2004	1S2005	1S2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	237.799	339.597	334.541	-1,5%	18,6%
Ebitda	25.305	39.193	31.363	-20,0%	11,3%
Margen Ebitda	10,6%	11,5%	9,4%	-18,8%	-6,1%
Ebit	19.435	28.474	21.626	-24,1%	5,5%
Rtdo. Operativo	19.403	28.481	16.211	-43,1%	-8,6%
ROCE	14,9	13,6	10,3		

03 LÁCTEOS

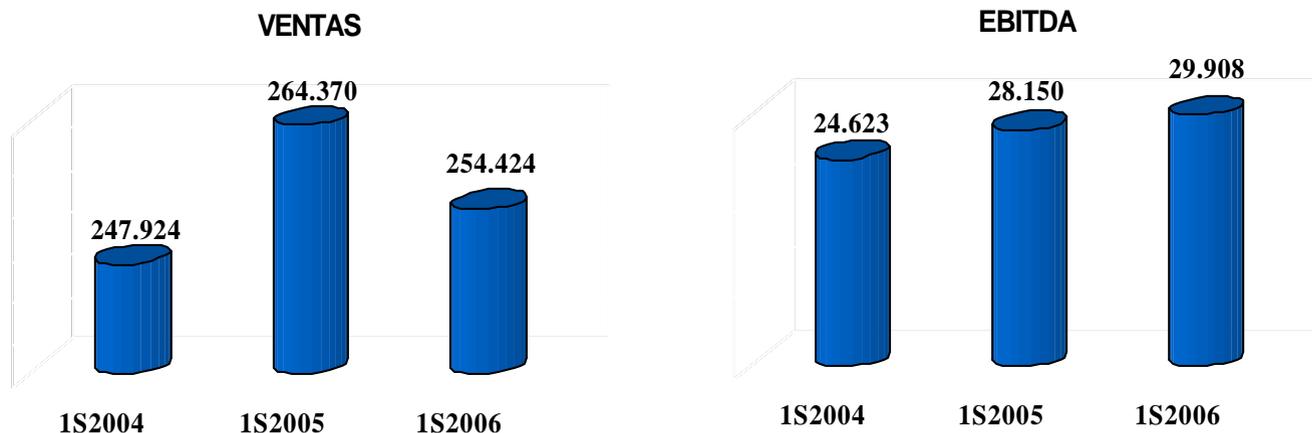




Rentabilizando la reestructuración



- * La división láctea, pese a sufrir los cambios de estrategia de la competencia que se ha reposicionado en base a la bajada de precios de sus productos, rentabiliza los esfuerzos realizados el ejercicio anterior con la venta de la marca Leyma y el cierre, como fábrica láctea, de Jerez y tiene un comportamiento muy satisfactorio.





Una Marca Menos. Menos Ventas pero Más Rentables

- * La reestructuración llevada a cabo el año anterior premia a la División a pesar del retroceso de las ventas en un leve 3.8% debido esencialmente a la venta de la marca Leyma en Agosto de 2005. Ayudado por la buena marcha de los nuevos productos para jóvenes y de las leches de continuación obtenemos una muy buena evolución del Ebitda que se eleva un 6.4% hasta EUR 30 Mio.
- * La división ya alcanza un Margen Ebitda próximo al 12%. El ROCE de la división se eleva hasta 18%.

Miles de EUR	1S2004	1S2005	1S2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	247.924	264.370	254.424	-3,8%	1,3%
Ebitda	24.623	28.150	29.908	6,2%	10,2%
Margen Ebitda	9,9%	10,6%	11,8%	10,4%	8,8%
Ebit	17.287	19.473	21.808	12,0%	12,3%
Rtdo. Operativo	16.633	15.781	21.093	33,7%	12,6%
ROCE	16,3	14,5	18,0		

Q4 PASTA



Un año Desde nuestra Entrada en Pasta

- * Ha transcurrido un año desde que Ebro Puleva se adentró en el negocio de la pasta. Un negocio en el que pretendemos ser el referente mundial. A fecha de hoy ya podemos decir que somos el segundo productor mundial.
- * En los resultados de la División se incluye un mes de consolidación de NWP. La nueva compañía contribuye con EUR 21 Mio. a la cifra de ventas del negocio pasta que se eleva hasta los EUR 35.5 Mio. A nivel Ebitda NWP añade EUR 2.9 Mio.

Miles de EUR	1S2005 ¹	1S2006	.06/05
Ventas	71.284	239.187	235,5%
Ebitda	9.423	35.538	277,1%
Margen Ebitda	13,2%	14,9%	12,4%
Ebit	4.466	24.788	455,0%
Rtdo. Operativo	5.231	28.367	442,3%
ROCE		16,4	

¹ Panzani consolida desde Mayo 2005



05 BIOCARBURANTES



Dosbio y Flexifuel

- 
- * Nuestro proyecto en el mercado de los biocarburantes sigue avanzando.
 - * Biocarburantes de Castilla y León está ya en marcha y actualmente dedica toda su producción a los mercados de exportación.
 - * Recientemente hemos anunciado que nuestra planta de Biodiesel, se ubicará en Jédula (Cádiz) y podemos decir que ya contamos con todos los permisos municipales.
 - * La localización de nuestra nueva planta de Bioetanol, en base remolacha, será en Miranda del Ebro (Burgos) reconvirtiendo la planta azucarera de dicha población.
 - * Dentro de nuestro compromiso con el campo español hemos contratado ya 100.000tn de producto domestico para su molturación en nuestras fábricas.
 - * Estamos promoviendo una flota de coches Flexifuel para empezar para todo el parque de vehículos del Grupo.

Resultados Consolidados del grupo Ebro Puleva 1S06

01

Cuenta de

Resultados

Consolidados

02

Evolución del

Endeudamiento





Una Apuesta por Los Productos al tamente Marquistas

- * En el momento de presentarse esta información se encuentra pendiente de cerrar la venta de nuestros negocios en Centro América. De acuerdo a las NIIF esa actividad se presenta como Actividades Discontinuadas por el neto de su resultado en la cuenta de Perdidas y Ganancias del periodo.
- * La facturación consolidada crece un 22.3% frente al mismo periodo del año anterior y un 21.7% (TAMI) respecto al 2004. Este importante crecimiento se apoya en la estrategia de diversificación y se materializa en la incorporación de Riviana y Panzani.
- * El compromiso con nuestras marcas ha supuesto un crecimiento de la inversión publicitaria en un 74% hasta los EUR 36 Mio.
- * El Ebitda crece al 12.3%, apoyado en la incorporación de nuevos negocios que compensan la disminución de rentabilidad del negocio azucarero y la compleja situación del mercado de materia prima del arroz en Europa.



Transparencia y Mayor Comparabilidad

Miles de EUR	1S2004	1S2005	1S2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	845.993	1.025.056	1.253.892	22,3%	21,7%
Ebitda	107.076	121.343	136.320	12,3%	12,8%
Margen Ebitda	12,7%	11,8%	10,9%	-8,2%	-7,3%
Ebit	84.506	89.686	94.036	4,9%	5,5%
Resultado Operativo	115.537	83.579	110.579	32,3%	-2,2%
Rtdo. Antes Impuestos	94.959	64.989	91.912	41,4%	-1,6%
Rtdo. Neto Ope. Disc.	0	3.062	4.114	34,4%	
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	67.397	47.802	67.797	41,8%	0,3%

- * A efectos de proporcionar una mayor comparabilidad y poder realizar un mejor seguimiento de la evolución de los negocios presentamos la información proforma en la que incluimos Centro América en consolidación plena. La entrega formal de los negocios se realizará antes del cierre del 3T06.

Miles de EUR	1S2004	1S2005	1S2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	845.993	1.068.152	1.303.352	22,0%	24,1%
Ebitda	107.076	127.523	143.642	12,6%	15,8%
Margen Ebitda	12,7%	11,9%	11,0%	-7,7%	-6,7%
Ebit	84.506	94.140	99.849	6,1%	8,7%
Resultado Operativo	115.537	88.033	116.381	32,2%	0,4%
Rtdo. Antes Impuestos	94.959	69.083	97.537	41,2%	1,3%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	67.397	47.802	67.797	41,8%	0,3%
ROCE	15,6	14,1	13,1		



Con la Deuda de la Compra NWP pero sin el Cobro de los Negocios Centroamericanos

- * La Deuda Neta se eleva un 10% respecto a la registrada en el mismo periodo del ejercicio 2005 hasta EUR1.192 Mio. Eliminando el efecto de la compra de NWP, nuestra Deuda Neta a esta fecha sería de EUR 907 Mio. Si consideramos el cobro del importe de la desinversión de Centro América, este saldo se situaría entorno a EUR 750 Mio.
- * Sin embargo, los Fondos Propios de la Compañía se elevan casi un 12% hasta EUR 1.082 Mio. por lo que el ratio de apalancamiento pasa de 1,12 a 1,10 pese a consolidar ya la deuda contraída por la adquisición de NWP y de no haber hecho todavía efectivo el cobro de los negocios centroamericanos que se registrarán en el tercer trimestre.

Miles EUR	31 Dic 04	30 Jun 05	31 Dic 05	30 Jun 06	Jun06/Jun05
Deuda Neta	472.123	1.084.133	931.322	1.192.208	10,0%
Deuda Neta Media	352.088	710.025	841.427	999.347	40,7%
Fondos Propios	961.160	967.930	1.076.582	1.081.614	11,7%
Apalancamiento DN	49,1%	112,0%	86,5%	110,2%	
Apalancamiento DNM	36,6%	73,4%	78,2%	92,4%	
x Ebitda (DN)		1,9		3,2	
x Ebitda (DNM)		1,4		2,9	

Conclusiones





Primer año en Pasta

- * Ya ha transcurrido un año desde la compra de Panzani, nuestro primer paso en el negocio de la Pasta, y junto con la nueva adquisición de NWP, nos situamos como el segundo productor mundial en este negocio.
- * Con la nueva incorporación se abre un proceso de integración de los negocios en Norte América lo que previsiblemente aportará sinergias que empezarán a aflorar en los próximos trimestres.
- * Los negocios tradicionales muestran una fortaleza madura en momentos difíciles como los que vive el mercado del consumo en Europa.
- * El desarrollo de la Estrategia 2006-2009 no ha hecho más que empezar.

Calendario Corporativo





Adecuada comunicación

En el año 2006 Ebro Puleva continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

24 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2005
3 de abril	Pago de dividendo
5 de abril	Junta General de Accionistas (2ª Convocatoria)
24 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
3 de julio	Pago de dividendo
20 de julio	Presentación resultados 1er semestre
2 de octubre	Pago de dividendo
26 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2006
22 de diciembre	Anuncio dividendo 2007 a cuenta 2006
27 de diciembre	Pago de dividendo



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.