Ebro PULEVA GRUPO

EBRO PULEVA

9M06 y Precierre 2006

A por los 3000

ÍNDICE

I
Introducción

II
Resultado de las Unidades de Negocio 9M06 y Precierre

01 Azúcar

02 Arroz

03 Lácteos

04 Pasta

III
Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 9M06 y Precierre

01 Cuenta de Resultados

02 Evolución del endeudamiento

IV
Conclusión

V
Anexo I Cifras en formato NIC

VI
Anexo II Ventas por Regiones

VII
Calendario Corporativo 2006

VIII
Advertencia Legal

Introducción

Ebro Puleva; A por los 3000! Nuestra Capitalización y Facturación se acercaya a los EUR 3.000 Mio.

* Desde la presentación de resultados anterior lo más relevante ha sido:
  - La ejecución de la venta de los negocios en Centro América.
  - El anuncio y confirmación de la adquisición de Minute Rice que a fecha de esta presentación ya ha sido pagada. Empezaremos a consolidarla a partir del primero de noviembre.
* Y desde un punto de vista de negocio, lo más destacado ha sido:
  - Excelente comportamiento de nuestras marcas con reforzamiento de nuestras posiciones en los mercados en que ya estamos instalados.
  - Buena acogida en aquellos en los que estamos entrando tanto en arroz como en pasta (Polonia, Libia, Hungría, Chequia, etc.).
  - Excelente generación de caja que en doce meses nos ha permitido comprar NWP (USD 363Mio.) y tener un nivel de deuda menor que hace un año.
* Si bien, vivimos inmersos en un entorno de fuerte inflación de materias primas (energía, arroz, trigo y recientemente leche)

Resultado de las Unidades de Negocio 9M06 y Precierre

01

Azúcar

02

Arroz

03

Lácteos

04

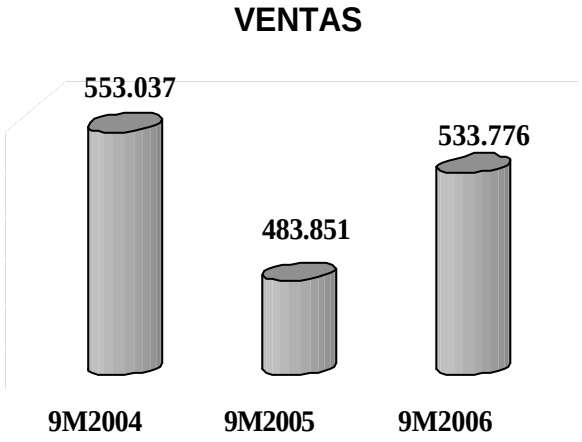
Pasta

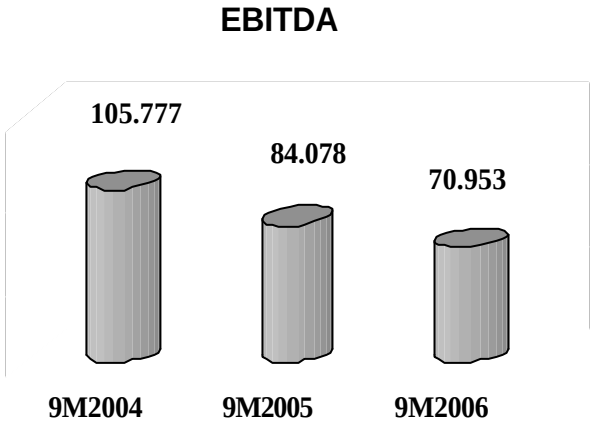
01 AZÚCAR

Contingentes a la Intervención

* La nueva regulación azucarera entró en vigor el pasado 1 de julio. La Comisión Europea ya había reducido la cuota en 2,5 Mio de Tn antes del inicio de la campaña. Ello unido a la fuerte desclasificación que se hizo en la campaña 05/06 hace que durante la campaña actual haya menos azúcar en circulación lo que ha hecho posible, después de muchos meses, el equilibrio del mercado azucarero y la recuperación de los precios.

* Por otra parte, durante el ejercicio 2006 se ha podido vender azúcar a la Intervención y Azúcar C a precios por encima de los estimados en nuestra indicación de febrero.





Los albores de la Reforma

* En estas circunstancias la cifra de negocio crece un 10,3%.

* El Ebitda de la División en los primeros 9 meses del ejercicio, ha alcanzado los niveles de la estimación para todo el ejercicio que dimos en nuestra presentación de febrero de "Primera Lectura de la Reforma" y alcanza ya EUR 71Mio. En todo caso supone una caída del 15.6% respecto al mismo periodo del ejercicio precedente.

* El pasado Julio se publicó el Real Decreto 890/2006 por el que entre otros puntos se fija el máximo de ayuda a la reestructuración al sector agrícola azucarero en el 15%. En este contexto el importe indemnizatorio por el abandono de la cuota de la fábrica de Ciudad Real que nos han asignado es del 86% (86% x 730EUR x 22000tn=EUR 13,8 Mio.)

* Los resultados de los 9M06 incluyen EUR 25 Mio de gastos de reestructuración por la Nueva OCM.

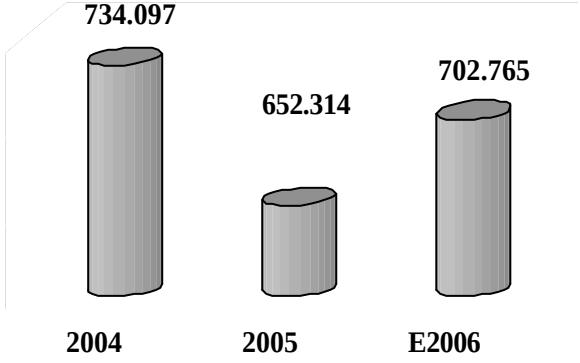
Miles de EUR	9M2004	9M2005	9M2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	553.037	483.851	533.776	10,3%	-1,8%
Ebitda	105.777	84.078	70.953	-15,6%	-18,1%
Margen Ebitda	*19,1%*	*17,4%*	*13,3%*	*-23,5%*	*-16,6%*
Ebit	88.603	67.053	50.797	-24,2%	-24,3%
Rtdo. Operativo	80.170	67.900	25.879	-61,9%	-43,2%
ROCE	*21,0*	*17,1*	*12,7*		

Mayor Equilibrio en el Mercado Azucarero Europeo

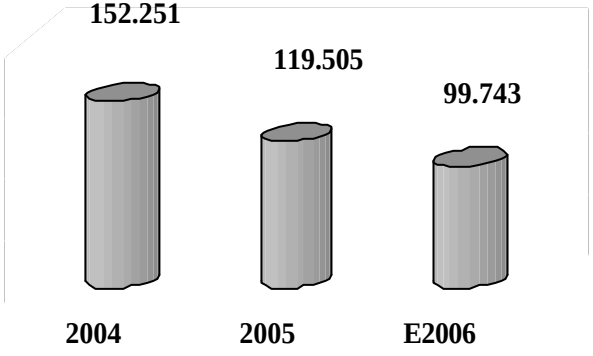
* Las negociaciones en la OMC se interrumpieron este julio pasado. Todo hace pensar en un periodo más o menos largo hasta que se renueven las conversaciones. Mientras tanto los actuales niveles de aranceles de importación a la U.E. y restituciones a las exportaciones se mantendrán.

* Para la campaña azucarera 06/07 otras 1,5 Mio. de Tn de cuota se han acogido al fondo de reestructuración. En vista de un mayor equilibrio en el mercado azucarero Europeo es de esperar que esta situación se mantenga durante los próximos 3 meses del año.

VENTAS



EBITDA



Un Mejor Precio y un Mercado Más Ajustado

* El pasado 24 de febrero nos reunimos para hacer balance de las medidas aprobadas por la Comisión Europea en el marco de la Reforma de la OCM del Sector Azucarero. En el modelo que utilizamos establecimos un precio de venta del azúcar conservador.

* Durante el ejercicio 2006 hemos visto como los recortes a la producción introducidos por las Autoridades europeas han funcionado y hemos podido vender azúcar a precio mejor de lo esperado. Es este contexto esperamos que la división acabe el ejercicio 2006 con un 7.7% más de ventas, entorno a los EUR 703 Mio. y un Ebitda cercano a los EUR 100Mio.

* En la Cuenta de Resultados estimada para el cierre del año figuran ya los importes por la baja de activos, indemnizaciones y demás gastos de reestructuración y provisiones provocados por la reestructuración que estamos inmersos. En este ejercicio ascenderán a unos EUR 30 Mio.

Miles de EUR	2004	2005	E2006	E06/05	CAG E06/04
Ventas	734.097	652.314	702.765	7,7%	-2,2%
Ebitda	152.251	119.505	99.743	-16,5%	-19,1%
Margen Ebitda	*20,7%*	*18,3%*	*14,2%*	*-22,5%*	*-17,3%*
Ebit	118.205	86.273	66.981	-22,4%	-24,7%
Rtdo. Operativo	72.126	83.733	36.133	-56,8%	-29,2%
ROCE	*21,0*	*15,6*	*12,2*		

02 ARROZ

Minute
White Rice
LONG GRAIN

brilliante
La CIGALA
Si Bon!
Ready to Serve
WILD RICE

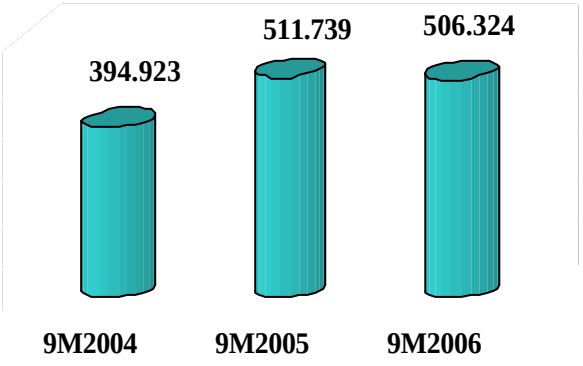
Volatilidad del Precio de la Materia Prima

* Estos resultados aún no incluyen la contribución de Minute Rice que se empezará a consolidar en noviembre.

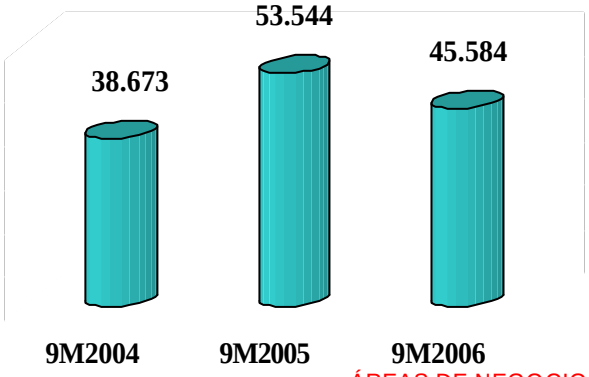
* Los resultados de la división reflejan la situación de erosión de márgenes industriales que ha venido experimentando el mercado arrocero durante la campaña 05/06, principalmente por las alzas continuadas de los precios de la materia prima y del coste de la energía.

* Nos reunimos recientemente para repasar las medidas de carácter estratégico; empezamos una nueva etapa en la que lo más visible será la profunda reordenación industrial pero lo más trascendente será la apertura de un nuevo modelo de desarrollo.

VENTAS



EBITDA



Introducción de Nuevos Productos y Aumento de la Publicidad

* En este contexto, las ventas de la división experimentan un leve retroceso de un 1%, hasta los EUR 506Mio.

* El Ebitda baja un 15% principalmente por la erosión en márgenes de la actividad industrial. Es importante remarcar el incremento efectuado en publicidad que se eleva en los nueve primeros meses hasta los EUR 17 Mio. y el coste extraordinario asociado a la introducción de los productos microondas que en EE.UU. asciende a los EUR 3.6 Mio.

* También impacta al resto de márgenes los gastos de reestructuración y cierre de fábricas en EE.UU. que ascienden a EUR 4 Mio.

Miles de EUR	9M2004[1]	9M2005[1]	9M2006[1]	.06/05	CAG 06/04
Ventas	394.923	511.739	506.324	-1,1%	13,2%
Ebitda	38.673	53.544	45.584	-14,9%	8,6%
Margen Ebitda	*9,8%*	*10,5%*	*9,0%*	*-14,0%*	*-4,1%*
Ebit	30.559	39.536	30.734	-22,3%	0,3%
Rtdo. Operativo	30.618	37.724	24.433	-35,2%	-10,7%
ROCE	*15,0*	*14,4*	*n.a.*		

[1] De acuerdo con las NIC, estas cifras no incluyen la contribución de los negocios de Centro América ni en el 2006 ni en el resto de los años.

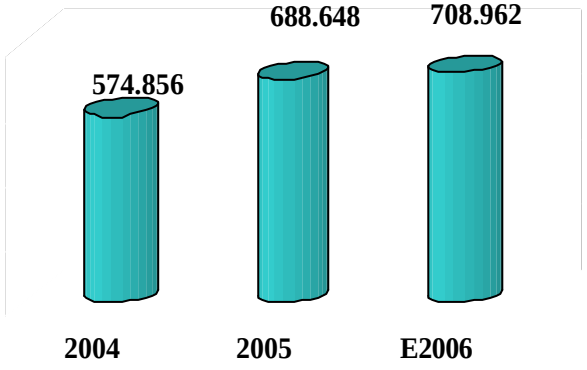
Arroz Inflacionista

* Tras el cierre de precios de la cosecha 05/06, los precios de la materia prima han seguido subiendo durante todo el ejercicio 2006. Esto ha producido una reducción del margen de la actividad industrial.

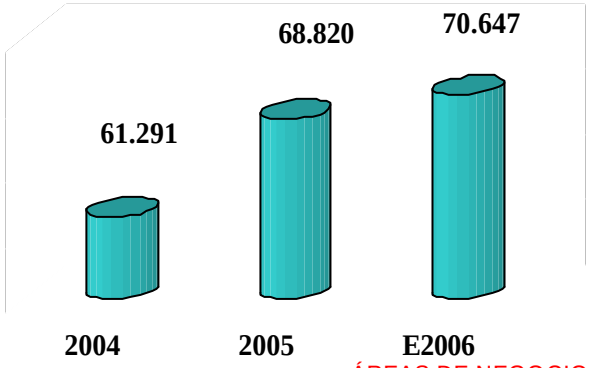
* El negocio marquista muestra unas fuertes tasas de crecimiento gracias al aumento de la inversión en publicidad que hemos efectuado todo el ejercicio. Esta evolución es consistente con nuestra estrategia de bascular el peso hacia el mercado marquista.

* En la estimación del precierre se incluyen 2 meses de contribución de Minute Rice. Por no estar a la fecha de esta presentación dentro del grupo incluimos la que hasta el momento es nuestra mejor estimación.

VENTAS



EBITDA



Reforzando las Marcas con Publicidad e Innovación

* La nueva cosecha (Oct 2006) y la nuevas medidas introducidas como parte del nuevo modelo de desarrollo permitirá cambiar el entorno de márgenes vivido durante los dos ejercicios precedentes. El 4T en Europa mostrará ya crecimientos destacables.

* Las ventas previstas para ejercicio completo ya incluirán dos meses de Minute Rice que esperamos contribuya con EUR 12 Mio. llegando la división hasta los EUR 709 Mio.

* El Ebitda estimado para Minute es de EUR 3.7 Mio. que eleva el Ebitda esperado para la División hasta los EUR 70.5Mio.

Miles de EUR	2004 [1]	2005 [1]	E2006[1]	E06/05	CAG E06/04
Ventas	574.856	688.648	708.962	2,9%	11,1%
Ebitda	61.291	68.820	70.647	2,7%	7,4%
Margen Ebitda	*10,7%*	*10,0%*	*10,0%*	*-0,3%*	*-3,3%*
Ebit	47.624	49.147	50.387	2,5%	2,9%
Rtdo. Operativo	47.086	46.932	40.917	-12,8%	-6,8%
ROCE	*15,2*	*13,1*	*n.a.*		

[1] De acuerdo con las NIC, estas cifras no incluyen la contribución de los negocios de Centro América ni en el 2006 ni en el resto de los años.

03 LÁCTEOS

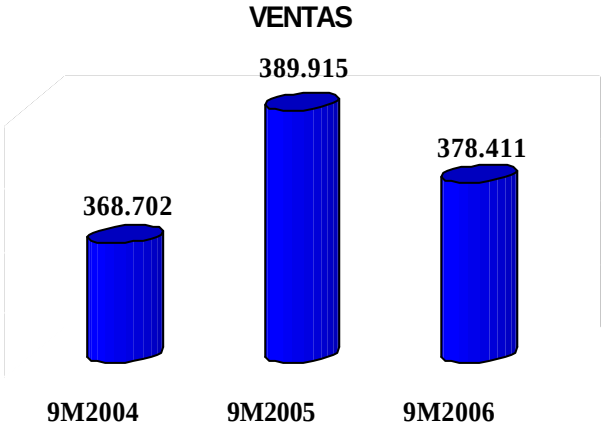
Max
Energía+
Crecimiento
• CALCIO
PULEVA
Gran
Sabor
OMEGA 3
RAM
A la Taza
Light
PULEVA
Batido
de
Vainilla

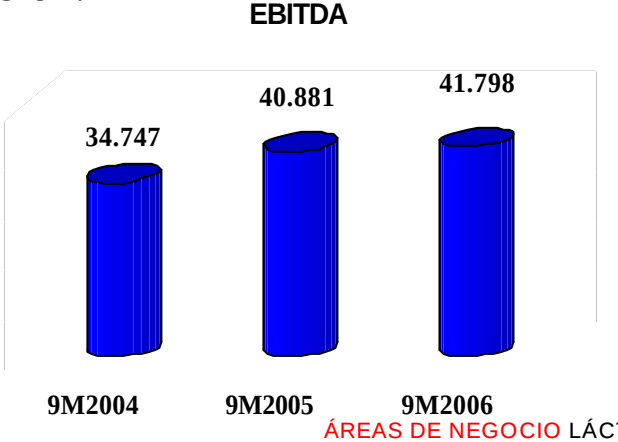
Nuevo sprinter; Puleva Max Max

* Lactimilk, pese a las medidas de reestructuración llevadas a cabo en el ejercicio anterior, experimenta una importante merma en resultados por el posicionamiento de la competencia que, con una política de bajada de precios está afectando la rentabilidad de las segundas marcas.

* Puleva como marca premium se mantiene al margen y rentabiliza los últimos lanzamientos (Puleva Max) que en los primeros 9 meses acumulan crecimientos del 57% retomando el testigo de los productos de la gama Calcio y Omega3. Los productos de nutrición infantil se han introducido con gran éxito.

* El incremento de los costes energéticos y más recientemente el de la materias primas difuminan la buena marcha de los nuevos lanzamientos y de las reestructuraciones efectuadas en la división.





Una Marca Menos. Menos Ventas pero Más Rentables

* El retroceso de las ventas un 3% se debe esencialmente a la venta de la marca Leyma en agosto de 2005.

* Empujada por la buena marcha de los nuevos productos para jóvenes y de las leches de continuación pero matizada por los incrementos de los costes energéticos y más recientemente por el incremento del coste de la materia prima, que se ha acentuado este verano con la larga sequía que sufrimos en España, la División obtiene un Ebitda de EUR 42 Mio.

* La división alcanza un Margen Ebitda/Ventas del 11%. El ROCE de la división es ya del 17,5%.

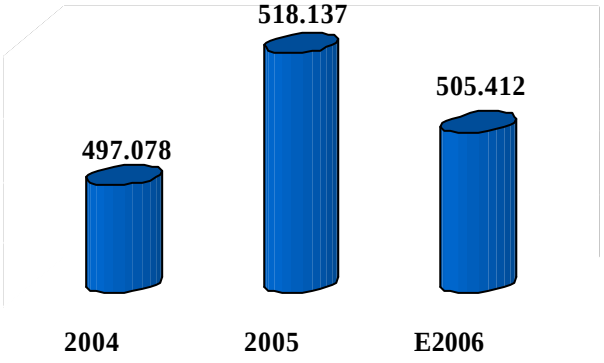
Miles de EUR	9M2004	9M2005	9M2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	368.702	389.915	378.411	-3,0%	1,3%
Ebitda	34.747	40.881	41.798	2,2%	9,7%
Margen Ebitda	*9,4%*	*10,5%*	*11,0%*	*5,4%*	*8,3%*
Ebit	23.255	28.141	29.462	4,7%	12,6%
Rtdo. Operativo	22.473	23.916	28.575	19,5%	12,8%
ROCE	*14,5*	*15,7*	*17,5*		

Invirtiendo los Ahorros en Rentabilidad Futura

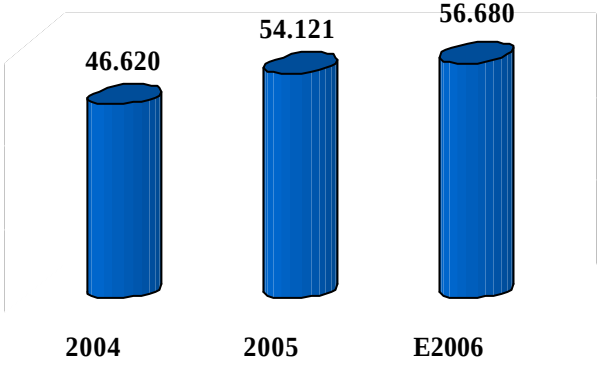
* Los lanzamientos del 2006 como Max que ya llevaba un crecimiento acumulado a Septiembre sobre 2005 del 57.1% o de nuestros productos Peques que han hecho crecer nuestra división de Nutrición Infantil en un 86.2% o el Calcio Soja con un crecimiento del 93.1% nos hacen ver unas nuevas vías de negocio para los próximos años.

* El lanzamiento de estas nuevas gamas de productos ha hecho que incurramos en importantes inversiones publicitarias y costes comerciales asociados que serán fuente de fuertes resultados futuros.

VENTAS



EBITDA



Buen ROCE

* Previsiblemente las ventas de la División retrocederán un 2.5% hasta los EUR 505Mio. principalmente por la venta de la marca Leyma durante el ejercicio anterior.

* Pese a ello, el mejor mix de ventas y los ahorros de las reestructuraciones elevan el margen Ebitda en casi un punto porcentual hasta el 11.2% lo que dejaría el Ebitda previsto para el fin del ejercicio 2006 entorno a los EUR 56.7 Mio.

* El ROCE se elevará hasta el 18%.

Miles de EUR	2004	2005	E2006	E06/05	CAG E06/04
Ventas	497.078	518.137	505.412	-2,5%	0,8%
Ebitda	46.620	54.121	56.680	4,7%	10,3%
Margen Ebitda	*9,4%*	*10,4%*	*11,2%*	*7,4%*	*9,3%*
Ebit	31.078	37.507	40.224	7,2%	13,8%
Rtdo. Operativo	31.111	31.473	39.323	24,9%	12,4%
ROCE	*14,3*	*16,6*	*17,9*		

04 PASTA

BANZANI

RONZONI
HEALTHY HARVEST

Lustucru
Gnocchi
à Poêler

Creamette
ELBOW
MACARONI

Lustucru
Tomate Basilic

Qué Pasta!

* La División de Pasta, hasta hace muy poco compuesta solo por Panzani y desde junio con la incorporación de New World Pasta, tiene ya un tamaño destacado en el Grupo.

* New World Pasta ("NWP") tiene una situación financiera óptima pero todavía es necesario avanzar en temas organizativos y estratégicos en los que estamos trabajando en estrecha colaboración con Riviana y Panzani.

* Estamos definiendo un Plan de Marketing que asigne un futuro y personalidad a cada una de las marcas, completando su gama de productos y excitando un proceso de innovación.

* Estamos reforzando los aspectos básicos de la producción: control en la compra de materia prima, calidad, costes, etc.

* Entre Panzani y NWP estamos creando un equipo sólido, cohesionado y experto en las peculiaridades del mundo de la pasta que nos refuerce en la posición de líderes del mercado Americano.

Configurando la Nueva División

* En los resultados de los 9M05 del Grupo solo lo consolidan por 5 meses de 2005 Panzani. En los de 9M06 hay contribución completa de Panzani pero solo 4 meses de NWP.

* NWP contribuye con EUR 80 Mio. a la cifra de ventas del negocio pasta que se eleva hasta los EUR 405 Mio.

* En el Ebitda NWP añade EUR 14 Mio. empujando la misma cifra de la división hasta los EUR 60.3 Mio.

Miles de EUR	9M2005[1]	9M2006[2]	.06/05
Ventas	183.614	405.433	120,8%
Ebitda	23.765	60.296	153,7%
Margen Ebitda	*12,9%*	*14,9%*	*14,9%*
Ebit	15.766	41.808	165,2%
Rtdo. Operativo	17.796	44.430	149,7%
ROCE	*10,9*	*17,5*	

[1] Panzani consolida desde Mayo 2005 [2] NWP consolida desde Junio 2006

En un ejercicio Proforma Consolidaría ya más que el azúcar

* En los resultados de la división en 2005 solo se incluían 8 meses de contribución de Panzani. Para el cierre del ejercicio 2006 del Grupo se consolidará Panzani por 12 meses pero solo 7 meses de NWP.

* NWP contribuirá con EUR 145 Mio. a la cifra de negocio de la División que en total se eleva hasta los EUR 584.5 Mio.

* Previsiblemente el Ebitda de la División se situará en los EUR 88.7 Mio. de los cuales EUR 27 Mio. corresponderán a la filial Norteamericana.

Miles de EUR	2005 [1]	E2006 [2]	E06/05
Ventas	289.588	584.480	101,8%
Ebitda	44.416	88.669	99,6%
Margen Ebitda	*15,3%*	*15,2%*	*-1,1%*
Ebit	31.492	62.186	97,5%
Rtdo. Operativo	33.957	60.465	78,1%
ROCE	*14,5*	*17,5*	

[1] Panzani consolida desde Mayo 2005 [2] NWP consolida desde Junio 2006

Resultados Consolidados del grupo Ebro Puleva 9M06 y Precierre

01

Cuenta de Resultados Consolidados

02

Evolución del Endeudamiento

CONSOLIDADO 9M06 y Precierre

Cambios en el Perímetro

* El pasado agosto se efectuó la venta de nuestros negocios en Centro América. De acuerdo a las NIIC, los resultados generados en la venta de estos negocios, los efectos fiscales de dicha venta, así como los resultados generados por su actividad hasta la fecha de su venta, se presentan en un único importe neto en el epígrafe "Actividades Discontinuadas" en la cuenta de Perdidas y Ganancias tanto de los 9 meses como en el Precierre. En los ejercicios anteriores los ingresos y gastos de estos negocios en dichos ejercicios también han sido reclasificados a "Actividades Discontinuadas".

* Para facilitar la comparación homogénea con ejercicios anteriores hemos considerado más representativo incluir el resultado generado por la venta de estos negocios en 2006 como un resultado operativo (no recurrente) dejando los resultados de las actividades ordinarias de los 8 meses de 2006 de los negocios vendidos como "Actividades discontinuadas". En el Anexo I se muestran las cuentas de resultados de 9M y Precierre de acuerdo con estrictos criterios NIC.

* En los resultados de 9M06 no se incluye todavía la contribución de Minute Rice que empezará a consolidar a partir de noviembre.

CONSOLIDADO 9M06

Consolidado de Gestión

* La facturación del Grupo Consolidado crece un 20.3% frente al mismo periodo del año anterior y un 21.8% (TAMI) respecto al 2004.

* Para reforzar el posicionamiento de nuestras marcas hemos aumentado la inversión publicitaria en un 75% hasta los EUR 54.5 Mio. (2.8% sobre Ventas)

* El Ebitda se eleva un 7% hasta EUR 208.4 Mio., apoyado en la incorporación de nuevos negocios que compensan la disminución de rentabilidad del negocio azucarero y la compleja situación del mercado de las materias primas.

* En los 9 primeros meses hemos utilizado los resultados obtenidos con las desinversiones en las reestructuraciones de los negocios, principalmente, en las que se sitúan en el marco de la Reforma del Sector Azucarero.

Miles de EUR	9M2004	9M2005	9M2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	1.322.532	1.642.276	1.975.022	20,3%	22,2%
Ebitda	169.947	195.020	208.385	6,9%	10,7%
Margen Ebitda	*12,9%*	*11,9%*	*10,6%*	*-11,1%*	*-9,4%*
Ebit	131.053	141.521	141.282	-0,2%	3,8%
Resultado Operativo	163.549	202.862	219.037	8,0%	15,7%
Rtdo. Antes Impuestos	135.103	170.518	181.843	6,6%	16,0%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	94.471	125.366	130.769	4,3%	17,7%
ROCE	*15,6*	*13,3*	*12,2*		

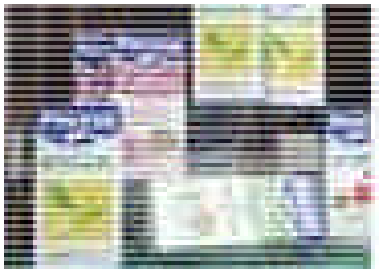
EVOLUCIÓN ENDEUDAMIENTO 9M06

Un Balance Optimizado

* En los últimos doce meses hemos hecho un importante esfuerzo en reducción de deuda que queremos resaltar. Para facilitar el análisis adjuntamos una tabla con un estado de orígenes y aplicación de fondos simplificada.

* Pese a incluir la compra de New World Pasta la Deuda Neta se reduce en EUR 15.5 Mio año sobre año.

	12 Meses
Deuda 30 sep 05	992.975
EBITDA	-294.929
Venta de CA (neto)	-148.000
Desinversiones de inmuebles	-87.163
Venta acciones Biotech	-22.500
Compra de NWP	290.000
CAPEX	93.938
Impuestos	55.706
Dividendo	52.971
Circulante, financiero y otros	44.444
Deuda cierre 30 sep 06	977.442



CONSOLIDADO
Precierre

Nos acercamos a los EUR 3.000 Mio de Ventas!

* La facturación estimada para el Grupo Consolidado durante el ejercicio 2006 crecerá un 19.3% frente a 2005 y un 21.1% (TAMI) respecto al 2004. Este importante crecimiento se debe a la estrategia de diversificación y se materializa en la incorporación de Riviana, Panzani y 7 meses de NWP y 2 de Minute Rice.

* El compromiso con nuestras marcas supondrá un crecimiento de la inversión publicitaria en un 42% hasta los EUR 73.1 Mio. (2.7% sobre Ventas)

* El Ebitda crecerá al 8.8% pasando ya la frontera de los EUR 300Mio., apoyándose en la incorporación de nuevos negocios que compensan la disminución de rentabilidad del negocio azucarero y la compleja situación del mercado de las materias primas.

* En el último trimestre seguimos con las provisiones de azúcar. Nuestro Beneficio Neto supera ya los EUR 185 Mio. lo que supone un BPA de 1.2 EUR (+19%).

Miles de EUR	2004	2005	E2006	E06/05	CAG E06/04
Ventas	1.814.359	2.266.992	2.703.833	19,3%	22,1%
Ebitda	248.489	281.564	306.443	8,8%	11,1%
Margen Ebitda	*13,7%*	*12,4%*	*11,3%*	*-8,7%*	*-9,0%*
Ebit	182.871	197.052	208.845	6,0%	6,9%
Resultado Operativo	194.408	247.117	295.609	19,6%	23,3%
Rtdo. Antes Impuestos	171.365	210.361	246.093	17,0%	19,8%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	126.573	155.641	185.001	18,9%	20,9%
BPA (EUR)	0,82	1,01	1,20		
ROCE	*15,6*	*12,8*	*12,4*		

EVOLUCIÓN ENDEUDAMIENTO Precierre

Tarifa Plana Pero con Más Minutos

* Mantenemos una estructura financiera optima para una empresa de alimentación. Deuda Neta / Fondos Propios = 1.

* Como nos comprometimos mantenemos los niveles de cobertura de la deuda (DN / Ebitda) por debajo de las 4 veces, teniendo en cuenta que la aportación de los nuevos negocios se reduce a 7 meses de contribución de NWP y solo dos de Minute Rice.

* Seguimos trabajando en reducir nuestro endeudamiento ya que la generación de caja es unos de los objetivos principales del equipo gestor. Digeriremos las últimas adquisiciones antes de acometer nuevas compras.

Miles EUR	31 Dic 04	30 Sep 05	31 Dic 05	30 Sep 06	31 Dic 06E	Sep06 / Sep05	Dic06E / Dic05
Deuda Neta	472.123	992.975	931.322	977.442	1.195.900	-1,6%	28,4%
Deuda Neta Media	352.088	804.582	841.427	1.014.818	1.056.932	26,1%	25,6%
Fondos Propios	961.160	1.044.026	1.076.582	1.152.331	1.197.027	10,4%	11,2%
Apalancamiento DN	*49,1%*	*95,1%*	*86,5%*	*84,8%*	*99,9%*		
Apalancamiento DNM	*36,6%*	*77,1%*	*78,2%*	*88,1%*	*88,3%*		
x Ebitda (DN)	1,9		3,2		3,9		
x Ebitda (DNM)	1,4		2,9		3,4		

Conclusiones

Conclusión

Afrontamos el Desafío con Orgullo

* Como hemos visto, esperamos un buen cierre de ejercicio fundamentado en la mejor evolución de lo esperado de la División azucarera y de las nuevas adquisiciones que compensan con creces la perdida de rentabilidad provocada por la fuerte inflación de materias primas (energía, arroz, trigo y recientemente leche) con la que convivimos.

* La exigencia de sinergias y convergencia entre los negocios norteamericanos recientemente adquiridos va a ser muy elevado. Entramos ahora en una etapa de importantes reordenaciones industriales en nuestros negocios que aflorarán costes de reestructuración pero que serán base de un nuevo modelo de desarrollo de los negocios que permitirá alcanzar importantes rentabilidades una vez implementado.

* Cumplimos nuestro objetivo de orientarnos hacia actividades con mayor peso de las marcas, en mercados desarrollados y con un mejor equilibrio entre zonas económicas (Anexo II).

Anexos I y II

ANEXO I

cuentas de resultados de 9M con criterios NIIC.

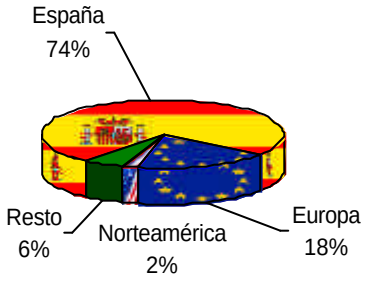
Miles de EUR	9M2004	9M2005	9M2006	.06/05	CAG 06/04
Ventas	1.322.532	1.642.276	1.975.022	20,3%	22,2%
Ebitda	169.947	195.020	208.385	6,9%	10,7%
Margen Ebitda	*12,9%*	*11,9%*	*10,6%*	*-11,1%*	*-9,4%*
Ebit	131.053	141.521	141.282	-0,2%	3,8%
Resultado Operativo	163.549	202.862	146.832	-27,6%	-5,2%
Rtdo. Antes Impuestos	135.103	170.518	109.706	-35,7%	-9,9%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	94.471	125.366	130.769	4,3%	17,7%
ROCE	*15,6*	*13,3*	*12,2*		

cuentas de resultados del Precierre con criterios NIIC.

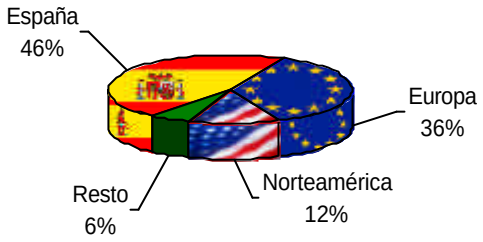
Miles de EUR	2004	2005	E2006	E06/05	CAG E06/04
Ventas	1.814.359	2.266.992	2.703.833	19,3%	22,1%
Ebitda	248.489	281.564	306.443	8,8%	11,1%
Margen Ebitda	*13,7%*	*12,4%*	*11,3%*	*-8,7%*	*-9,0%*
Ebit	182.871	197.052	208.845	6,0%	6,9%
Resultado Operativo	194.408	247.117	223.404	-9,6%	7,2%
Rtdo. Antes Impuestos	171.365	210.361	173.956	-17,3%	0,8%
Rtdo. Atrib. Soc. Dom.	126.573	155.641	185.001	18,9%	20,9%
ROCE	*15,6*	*12,8*	*12,4*		

Ventas Por Regiones

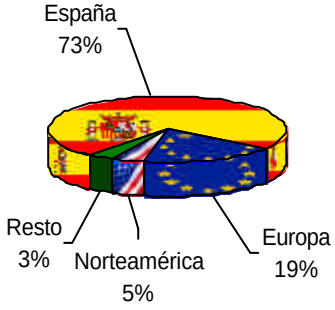
Ventas 9M04



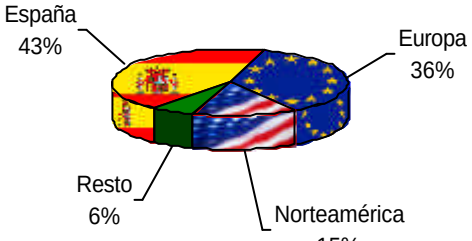
Ventas 9M06



Ventas Precierre 2004



Ventas Precierre 2006



Calendario Corporativo

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
30 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

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.