



PRIMER AÑO

Bolsa de Madrid

24 de octubre de 2001

Oct	◆ Consejos de Administración
Dic	◆ Celebración Juntas Generales
Enero	◆ Inicio Ejercicio 2001 Ebro Puleva
	◆ Disolución de Azucarera El Carpio
Feb	◆ Fusión efectiva de las compañías
Mar	◆ Cierres de Jedula, Salamanca y Salobreña
	◆ Biocarburantes Andaluces, S.A.
	◆ Filialización negocio del azúcar
	◆ Incremento del beneficio por acción +15%
Abr	◆ Pago dividendo de 44 pesetas brutas
May	◆ Lanzamiento Yogures Líquidos Puleva

..... en un año

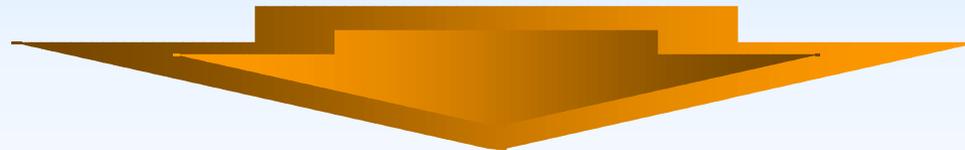
Jun	<ul style="list-style-type: none">◆ Incremento del beneficio por acción +20%◆ Lanzamineto BLA
Jul	<ul style="list-style-type: none">◆ Dividendo en especie Puleva Biotech◆ Dividendo en efectivo 20 pesetas
Ago	<ul style="list-style-type: none">◆ Venta Vasco da Gama
Sep	<ul style="list-style-type: none">◆ Ampliación liberada 1x5◆ Presentación a analistas Puleva Biotech◆ Fusión Leyma-Ram con Puleva◆ Incremento del beneficio por acción +26%
Oct	<ul style="list-style-type: none">◆ Inauguración Mundirriz en Marruecos◆ Racionalización participadas y venta de Progando.◆ Presentación analistas "Primer Año"
Dic	<ul style="list-style-type: none">◆ Incremento del beneficio por acción +?

Objetivos



- ✓ Llegar a ser un Grupo líder en alimentos funcionales a través de la aplicación de:
 - ✓ **Enfoque consumidor**
 - ✓ **Politica Marquista**
 - ✓ **Innovación e I+D**

- ✓ Competir con eficacia y desarrollar una optima base para el crecimiento rentable a medio y largo plazo:
 - ✓ **Externa:** Vía adquisiciones, gracias a su capacidad financiera.
 - ✓ **Interna:** Mediante el desarrollo orgánico (innovación e I+D) y la creación de nuevos mercados.



Oportunidad única de posicionarse ante el nuevo entorno

Bases para el desarrollo



- ① Nueva filosofía de gestión
- ② Potenciar los negocios estratégicos:
 - Aquéllos en los que se tenga una posición de liderazgo.
 - Aquéllos con un alto valor añadido
- ③ Innovación e I +D  Functional food
- ④ Gestionar eficazmente los negocios no estratégicos
- ⑤ Administrar los activos del Grupo
- ⑥ Capital Humano: **Equipo directivo con experiencia contrastada**

Enfocado hacia la creación de valor

Con experiencia en integración de negocios

Con vocación de liderazgo

Garantía de éxito

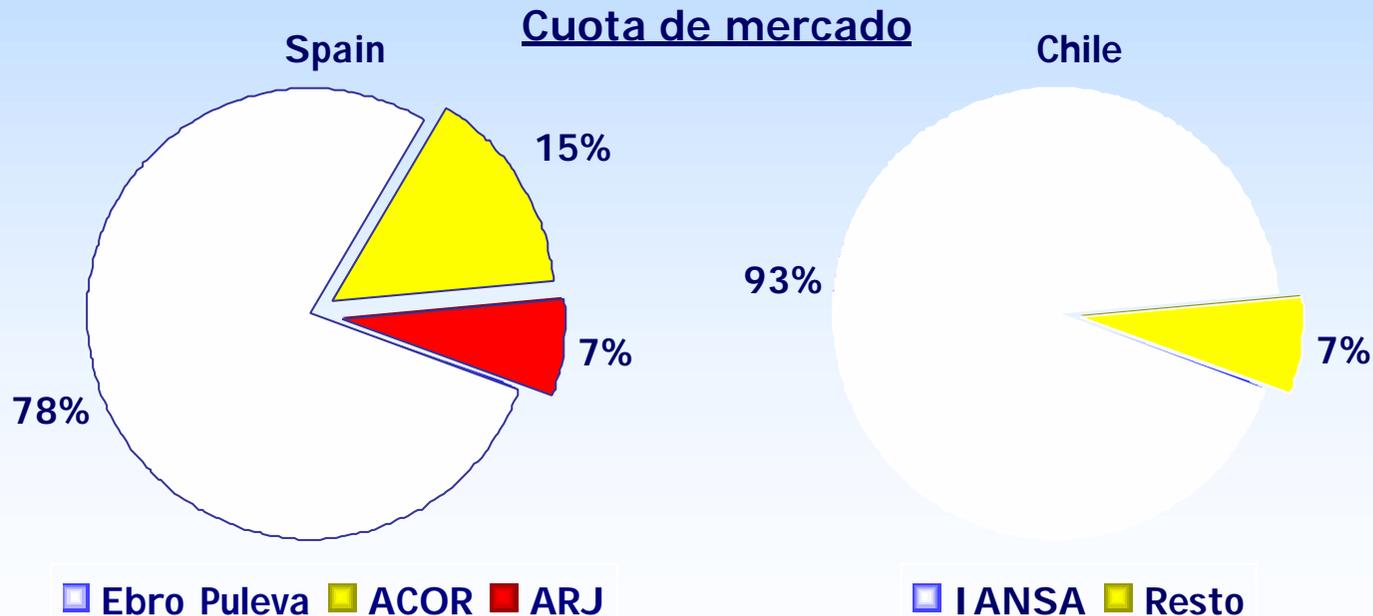
Maximización del valor de Ebro Puleva

Azúcar: cash cow



① Mejora de la rentabilidad futura basada en la reducción de costes:

- Modernización industrial y agrícola
 - ✓ Aumento de la capacidad de producción por planta
 - ✓ Optimización de la eficacia en el proceso de producción
- Otros ahorros de costes



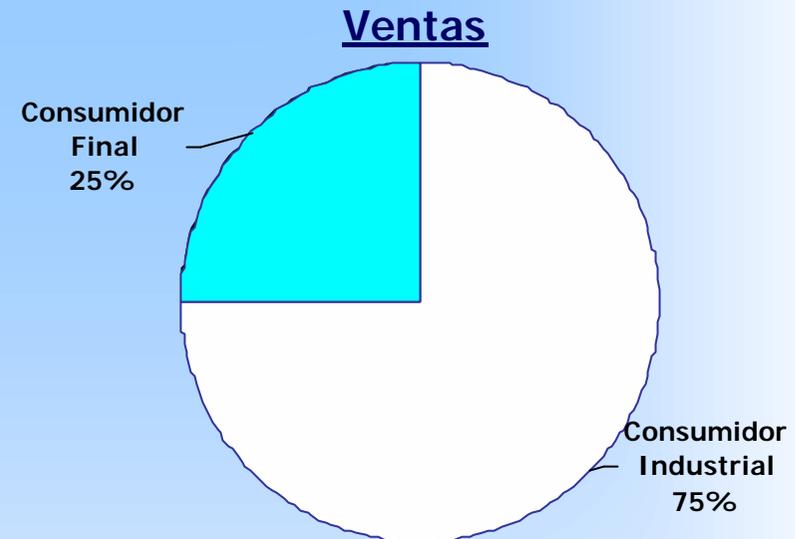
Azúcar:

Objetivo alcanzar niveles europeos



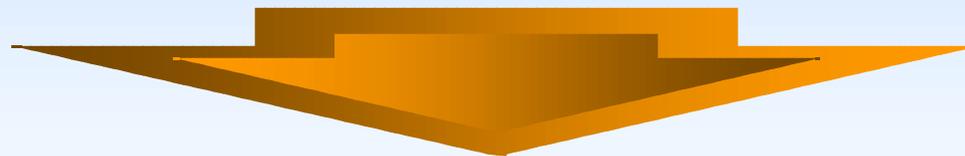
② Mejora de la rentabilidad futura basada en la aplicación de I+D y enfoque consumidor

- ✓ Mejora del Margen Bruto
- ✓ Nuevas oportunidades de negocio



(TM de azúcar/fabrica)	Hoy
España	77.000
Media U.E.	95.000

Duración Campaña	Hoy
España	77
Media U.E.	90 días

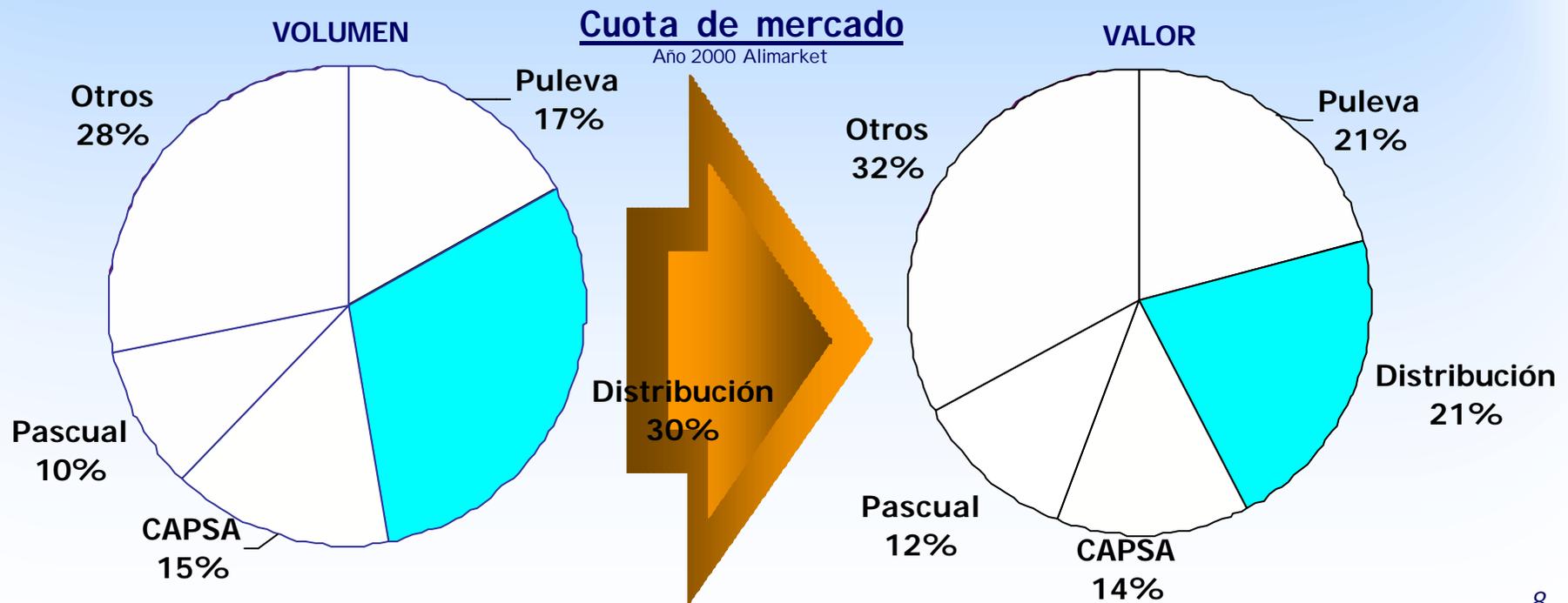


Negocio que se comporta como un bono con mucho margen de mejora y con posibilidades de crecimiento

Lácteos: innovar e I+D



- ◆ Mejora de su línea de productos desde los genéricos (UHT) hacia **productos de alto valor añadido**.
- ◆ Fuerte reconocimiento de marca
- ◆ Líder en **Innovación e I+D**
- ◆ **Liderazgo en productos de valor añadido**
 - Creando nuevos mercados
 - Siendo el referente del sector

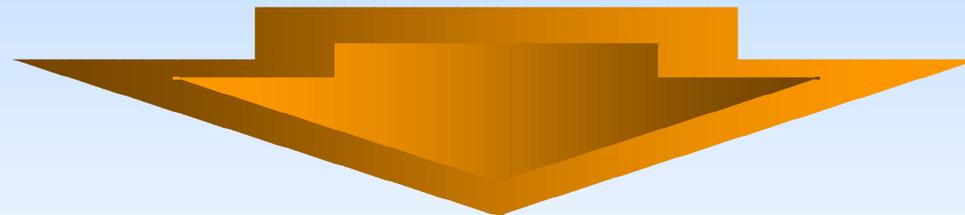


Lácteos:

Creando valor



- ◆ Nueva gama de **yogures sólidos modelo americano** (finales de año)
- ◆ Ampliación de gama **yogures líquidos** (finales de año)
- ◆ Nuevos lanzamientos de **fermentados** en base a nuevas tecnologías
- ◆ Ampliación concepto Omega



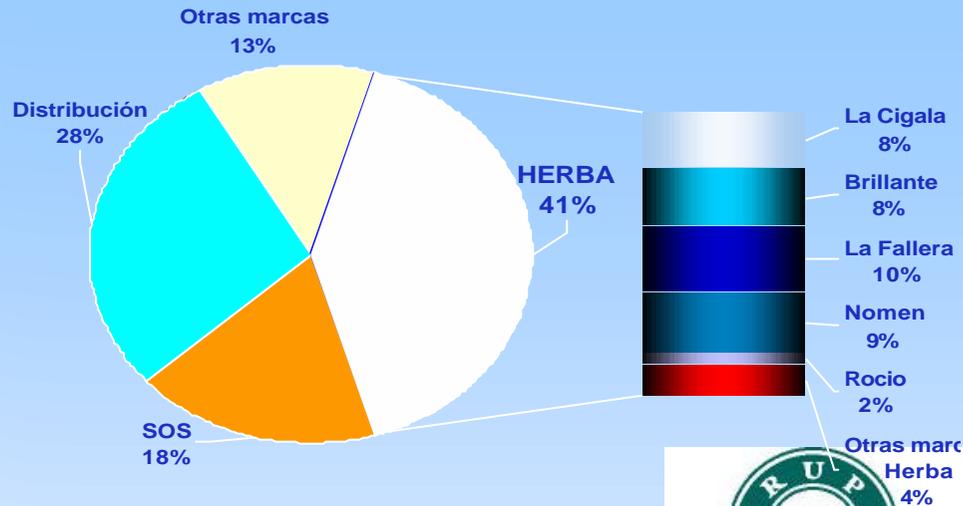
Ventas (2001-2005) + 50%
Margen Bruto de los nuevos productos superior al 45%

Líder en España y Europa

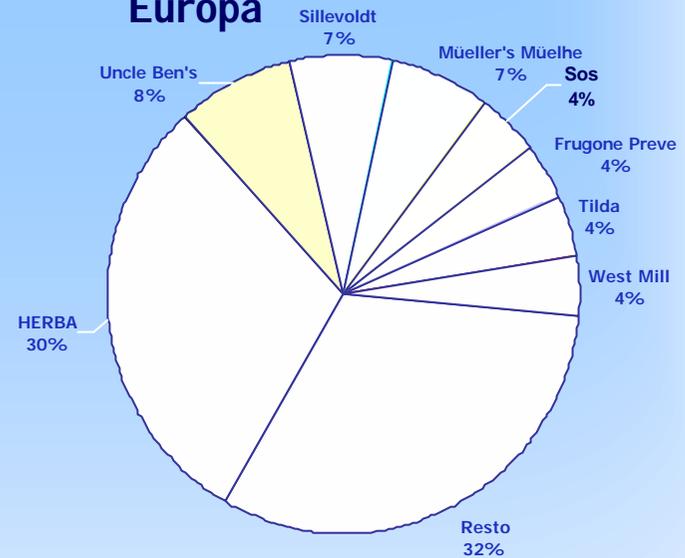
Cuota de Mercado del Grupo Herba



España



Europa



Arroces Especiales



Arroz Vaporizado



Crecimiento anual 18%
Total mercado 3%

Crecimiento anual 9,1%
Total mercado 13%

(*) Datos España semana 39 año 2001 Nielsen, Herba 10

Arroz: presencia en 40 países



- ◆ **Consolidar el liderazgo:** Promocionando sus marcas líderes en cada segmento de mercado
- ◆ Potenciación y desarrollo de **nuevos productos** con **mayores márgenes** y entrada en **nuevos mercados**
- ◆ **Crear sinergias** en el nuevo Grupo que permitan una mejora de productividad a través de mayor eficiencia en las actividades de compra, producción y distribución.
- ◆ **Aumento de la capacidad productiva**
- ◆ El **Grupo Herba** es líder del mercado del arroz en la UE y cuenta con una importante red de distribución en España y en el resto de Europa, donde está presente a través de sus filiales.

Grupo Herba:

- A. Mundiarroz (Portugal)
- J.Heap (U.K.)
- Boost (Bélgica)
- Mundiriso (Italia)
- RFAC (Francia)
- Herba Hellas (Grecia)
- Euryza (Alemania)
- Marruecos

Arroz:

Mejora del mix de consumidor...



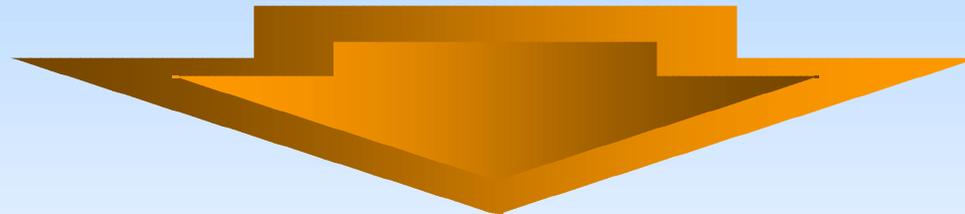
- ◆ Desarrollo de **nuevos productos de valor añadido**
 - Arroz Rápido '5
 - Arroz Vaporizado de Nueva Generación: SCR '8
 - Arroces Cocinados
 - ✓ Placer: Textura y sabor de recién hecho
 - ✓ Conveniencia: 1-2 minutos de preparación en microondas, 1 año de vida del producto

- ◆ **Expansión de las actividades del Grupo** en el Reino Unido
 - Nueva planta para el desarrollo de las nuevas oportunidades de mercado
 - Alianzas estratégicas

...industrial a consumidor final

◆ Marruecos: oportunidad mercado emergente

- Promoción de cultivos eficientes: apoyo a proyectos agrícolas base de nuestro suministro
- Molino de arroz y planta de envasado
- La Cigala ya tiene notoriedad, liderazgo en tres años.



Inversiones 2001-2003

- Inmovilizado 18 m €
- Capital circulante 24 m €

Crecimiento anual 2001-03

- Ventas +8%
- Ebit +15%

Gestora de Patrimonio: G.D.P.

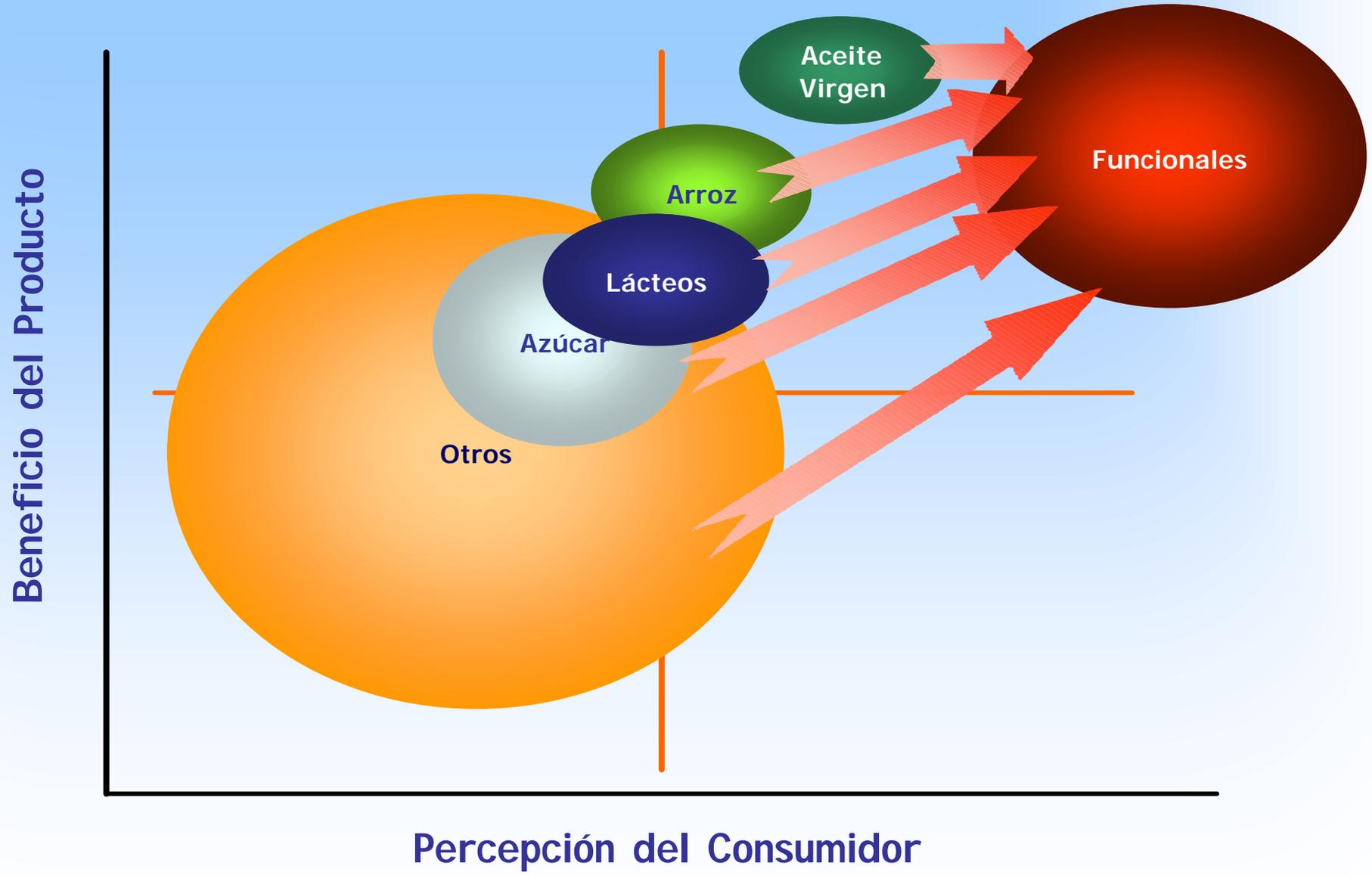


Patrimonio inmobiliario no afecto a la actividad industrial

- ◆ **22.900m²** en inmuebles de primera categoría (Balmes, Ruiz de Alarcón, Montalban, Villanueva)
- ◆ **4.250.000m²** de suelo en proceso de gestión iniciado o con posibilidad de iniciación.
 - 2.647.093m² de suelo donde se ha iniciado el proceso de gestión
- ◆ El Grupo dispone de mas de 650 viviendas y 200 solares de diferente categoría
- ◆ **1.803.264m²** de suelo en Tenerife
 - Aproximadamente 1km de costa
- ◆ **1.629** hectáreas en dos fincas en Soria
- ◆ **Otros...**



Optimización del Valor



PulevaBiotech: el futuro



Componentes bioactivos

<u>Nombre</u>	<u>Efecto</u>	<u>Aplicación</u>	
CV-33	Antioxidante	Cardiovascular	} Novel food
BR-17	Neuroprotector	Sistema nervioso	
BR-24	Neuroprotector	Sistema nervioso	
AL-41	Antialérgico	Alergia	
IM-36	Resistencia a microorg.	Infecciones	
AL-10	Tolerancia oral	Alergia	
IM-32	Prebiótico	Función intestinal	
CV-63	Enf. Cardiovascular	Cardiovascular	
CV-17	Enf. Cardiovascular	Cardiovascular	

Fuentes de ingresos

- Comercialización nacional e internacional de biomoléculas
- Royalties por la cesión del uso de las patentes fruto de los nuevos desarrollos
- Venta de patentes
- Ingresos por proyectos de investigación y desarrollo realizados a medida para otras compañías

◆ CV- 33:

- Es un antioxidante de origen natural que ejerce un efecto protector frente al desarrollo de la enfermedad cardiovascular ya que ejerce un efecto beneficioso sobre ciertos procesos que están implicados en el avance de esta enfermedad

◆ BR-17

- El producto BR-17 es un producto natural con una gran actividad neuroprotectora. En diferentes enfermedades neurodegenerativas se producen procesos de muerte neuronal por causas desconocidas. BR-17 actúa reduciendo la muerte de neuronas inducida por daño químico y puede por ello frenar el desarrollo de enfermedades neurodegenerativas. Puede ser un producto con efecto beneficioso en la prevención de enfermedades neurodegenerativas, especialmente en la enfermedad de **Alzheimer y Stroke (infarto cerebral)**.

◆ BR-24:

- Es otro neuroprotector que ejerce un efecto similar al Br-17 pero parece actuar por un mecanismo diferente. Puede tener efecto preventivo ante enfermedades como Alzheimer, Stroke e incluso podría existir la posibilidad de que este producto pudiera servir para el tratamiento de enfermos con estas patologías aunque cuando se desencadenan estas enfermedades es difícil pararlas.

◆ AL-41:

- Al-41 es un producto natural apto para su utilización en alimentación con capacidad para reducir tanto la sensibilidad a sufrir **fenómenos alérgicos** como la sintomatología asociada a ellos. Este efecto está mediado por la capacidad antiinflamatoria y la inhibición de la liberación de mediadores por parte de los mastocitos ejercidas por AL-41.

◆ IM-36:

- IM-36 es un compuesto a base de glúcidos complejos con capacidad para actuar como falsos receptores bacterianos. Su excelente resistencia a la digestión permite que alcancen la mucosa intestinal en perfecto estado y allí desarrollan sus efectos **antiinfecciosos** (por bloqueo de la capacidad de adhesión de microorganismos patógenos) e inmunoestimuladores.

◆ AL-10:

- El producto AL-10 se presenta como un sustituto a las formulaciones a base de leche de vaca basándose en su **menor alergenicidad**, una mayor proporción de componentes lácteos bioactivos así como un aumento en la eficiencia de absorción de minerales tan esenciales como el calcio, hierro o magnesio. Estos efectos beneficiosos se obtienen sin afectar en absoluto el valor nutricional ni las propiedades organolépticas de las fórmulas a base de leche de vaca.

...esta aquí.



◆ **IM-32:**

- El éxito de los productos con probióticos y la aparición de los prebióticos nos lleva a la creación de productos simbióticos de segunda generación. En este sentido aparece IM-32 como un producto a base de oligosacáridos modificados altamente puros para su utilización como prebióticos selectivos.

◆ **CV-63:**

- Consiste en una mezcla de aceites vegetales (oliva, girasol, arroz...) que ejercen un efecto beneficioso en la prevención de la enfermedad cardiovascular ya que reducen el nivel de colesterol.

◆ **CV-17:**

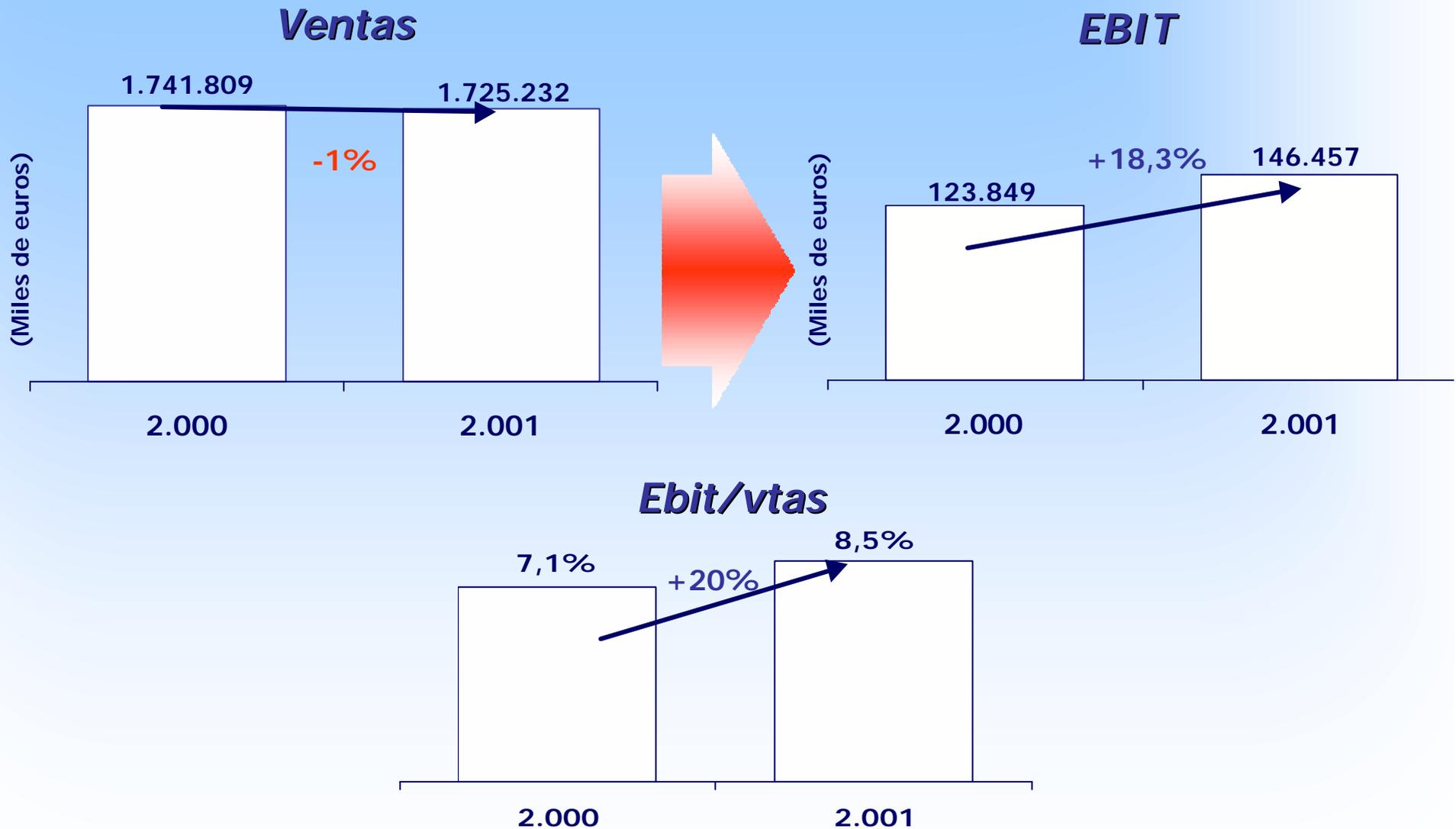
- Es un aceite omega-3, de origen marino, con un efecto protector sobre la enfermedad cardiovascular. Es producto de demostrado efecto en la prevención de enfermedades cardiovasculares y aunque ya está en el mercado, pensamos que es un producto con un mercado creciente y que vamos a producir con un estándar de calidad superior al del mercado.



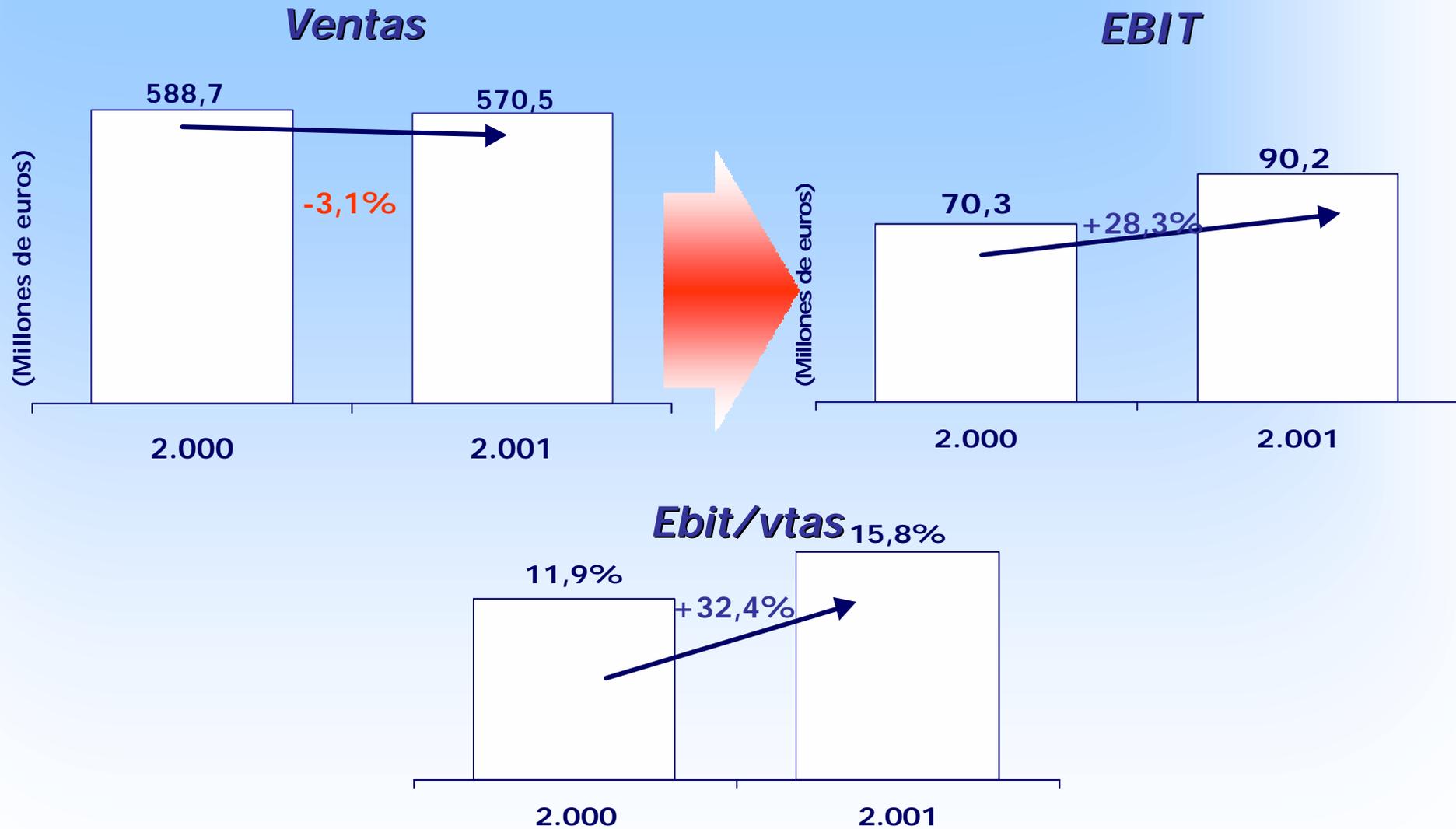
3er trimestre de 2001

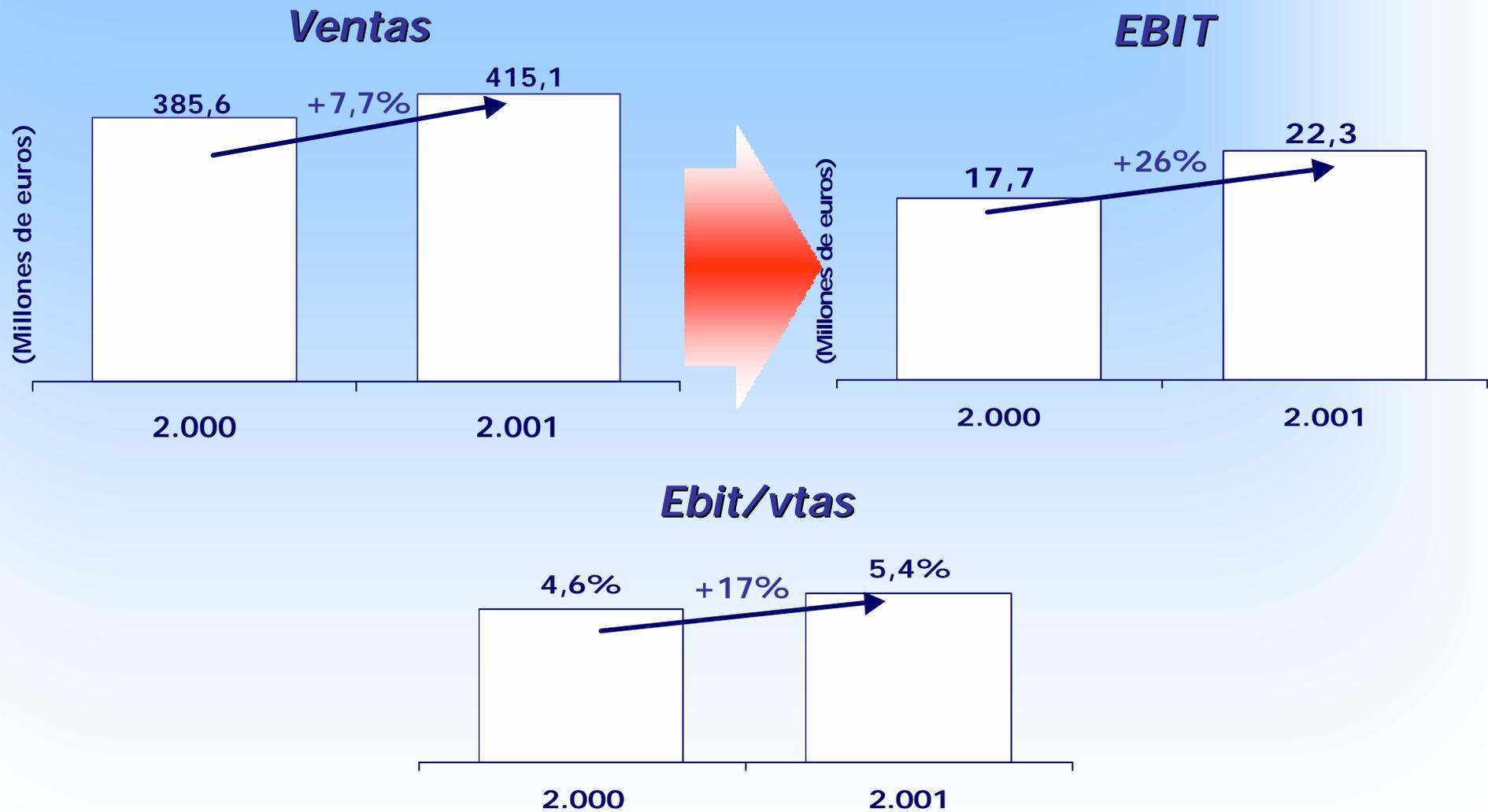
Bolsa de Madrid

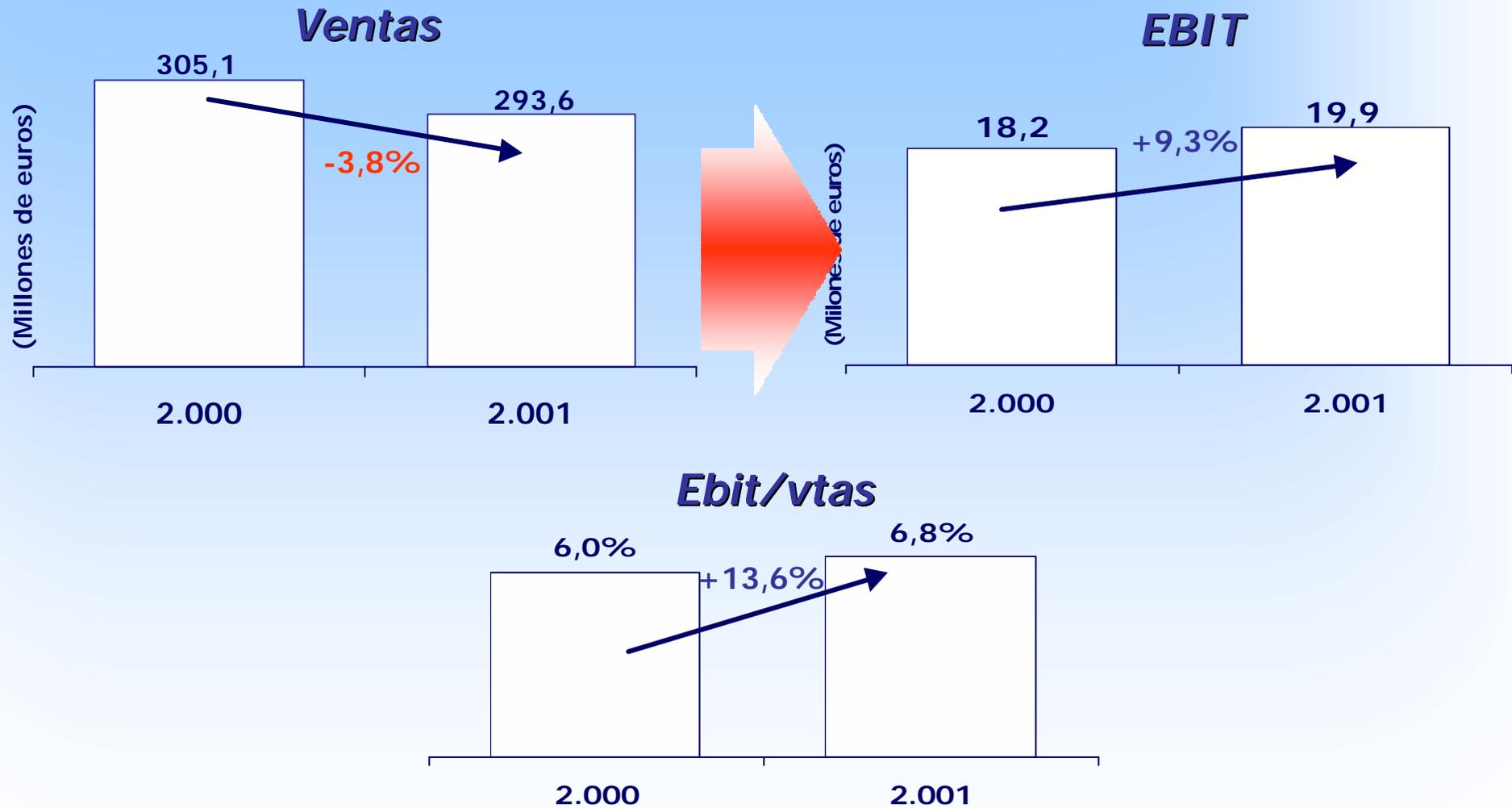
24 de octubre de 2001

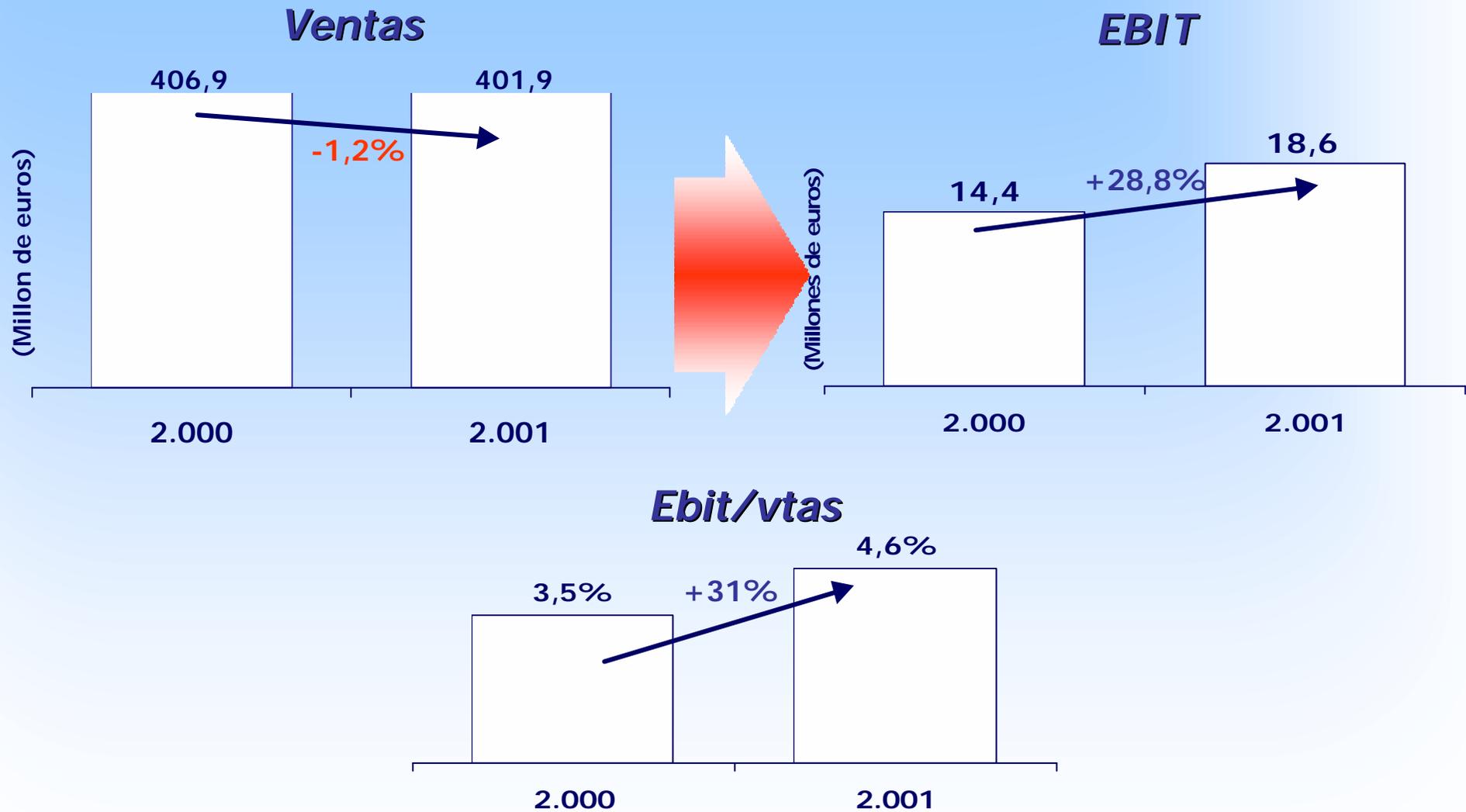


Análisis Económico Financiero :
Azucarera Ebro (solo negocio azúcar)











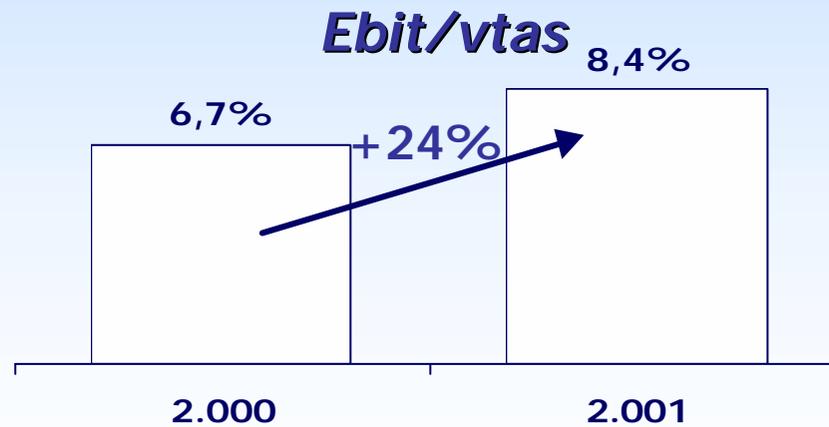
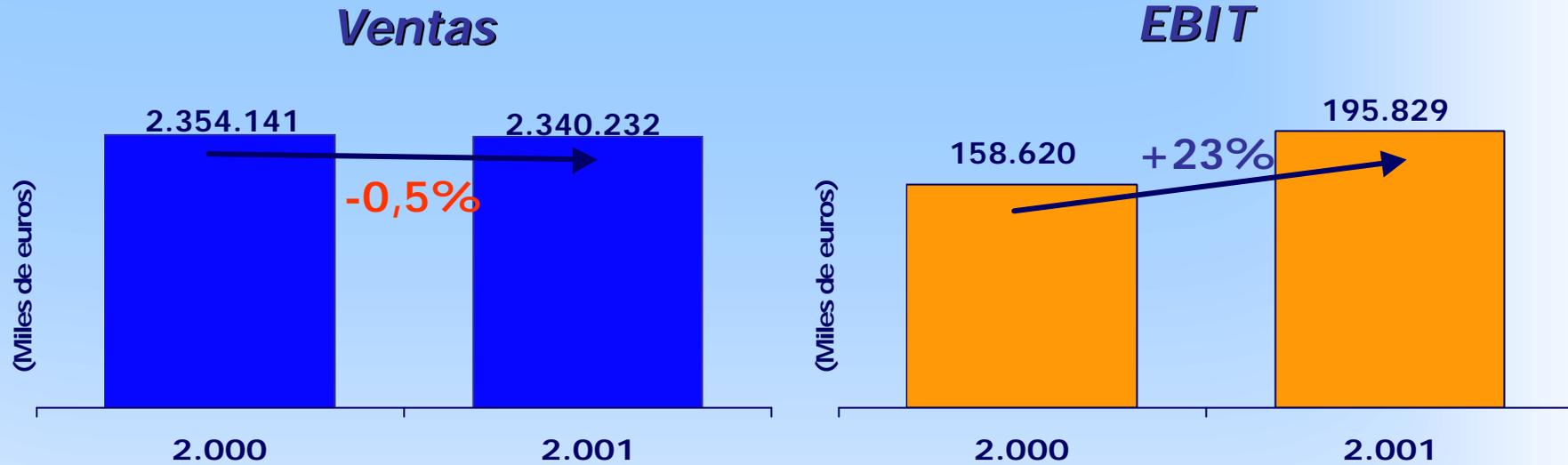
Perspectivas cierre del ejercicio 2001

Bolsa de Madrid

24 de octubre de 2001

Precierre ejercicio 2001:

Evolución muy positiva...

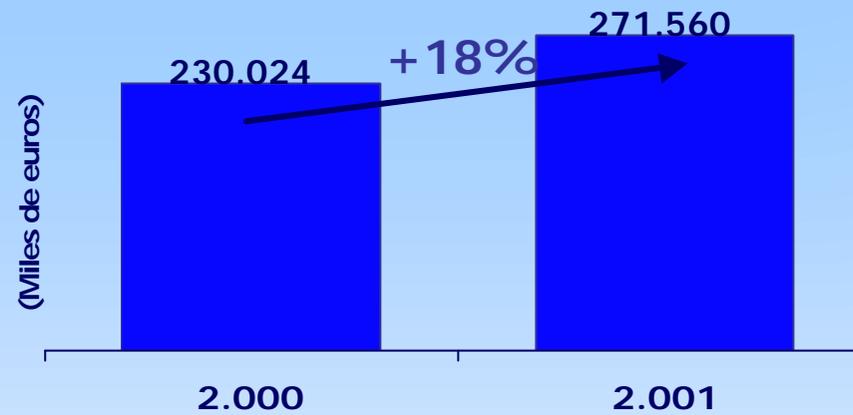


Precierre ejercicio 2001:

...en el primer año y creadora de ...



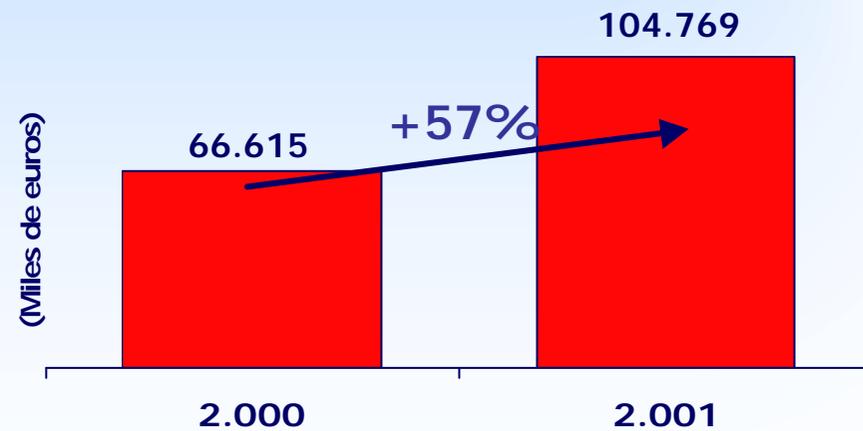
EBITDA



Rdo Actividades Ordinarias



Rdo Neto

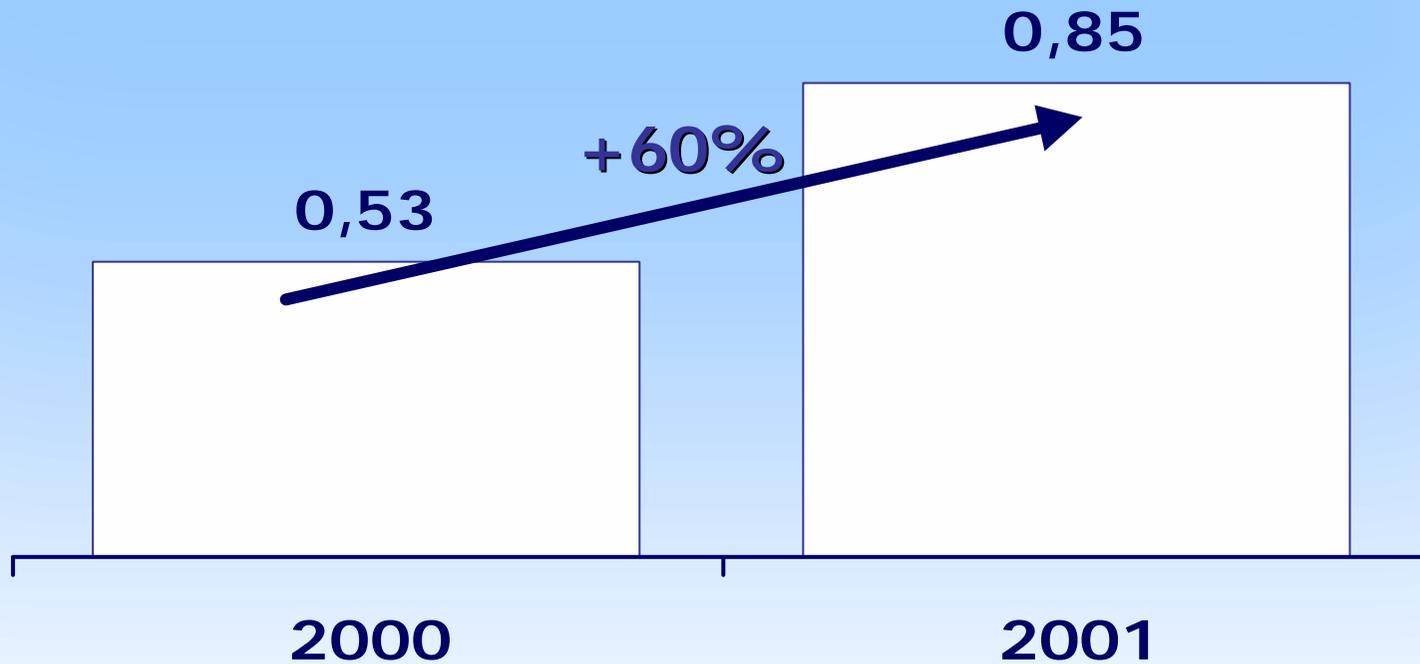


(*) Evolución esperada de las ventas plana

Precierre ejercicio 2001:
...valor para el accionista.



Beneficio por Acción



(*)Numero de acciones 123.092.314 después de la ampliación, que supone una acción nueva por cada 5 antiguas
(*) N° acciones a 31.12.00=104.494.955 equivalentes a 125.394.750