



COMUNICADO DE PRENSA

A pesar de caer los resultados un 39% respecto al primer semestre de 2005

EL GRUPO SOS OBTIENE UN RESULTADO NETO DE 10,83 MILLONES DE € EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2006, CIFRA SUPERIOR A LA ALCANZADA EN TODO EL EJERCICIO 2005

- **Los márgenes en la división de aceite de oliva, que en el segundo semestre de 2005 lastraron los resultados del ejercicio completo, se han recuperado**
- **La facturación del primer semestre de 2006 aumenta de forma significativa (un 28,58%) respecto al mismo periodo del año anterior, situándose en los 714,5 millones de euros**

Madrid, 31 de agosto de 2006. El Grupo SOS líder marquista en los sectores de aceites, arroz y galletas, ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) los resultados correspondientes al primer semestre de su ejercicio fiscal 2006, que muestran la recuperación de los márgenes en la división aceitera, que durante 2005 lastraron el resultado global del ejercicio.

Concretamente, el resultado neto ha sido 10,83 millones de € en el primer semestre de 2006, por encima de los 10,33 millones de euros de todo el ejercicio 2005, si bien con respecto al mismo periodo del año anterior, los resultados de este semestre caen un 39%. Por lo tanto, se confirma que la situación registrada durante el último periodo de 2005 y los primeros meses de 2006 era puramente coyuntural y provocada por la fuerte subida de los precios del aceite de oliva, en más de un 43,3%, lo que provocó el consiguiente descenso global de salidas (consumo interno y exportaciones) que se cifran en un 24% para todo el sector olivarero español.

A pesar de esta situación sectorial, las marcas del Grupo SOS han mantenido sus cuotas de mercado, aún habiendo repercutido la subida durante este semestre. La compañía ha incrementado su facturación durante el primer semestre de 2006 en un 28,58% respecto al mismo periodo del año anterior, hasta los 714,5 millones de euros.

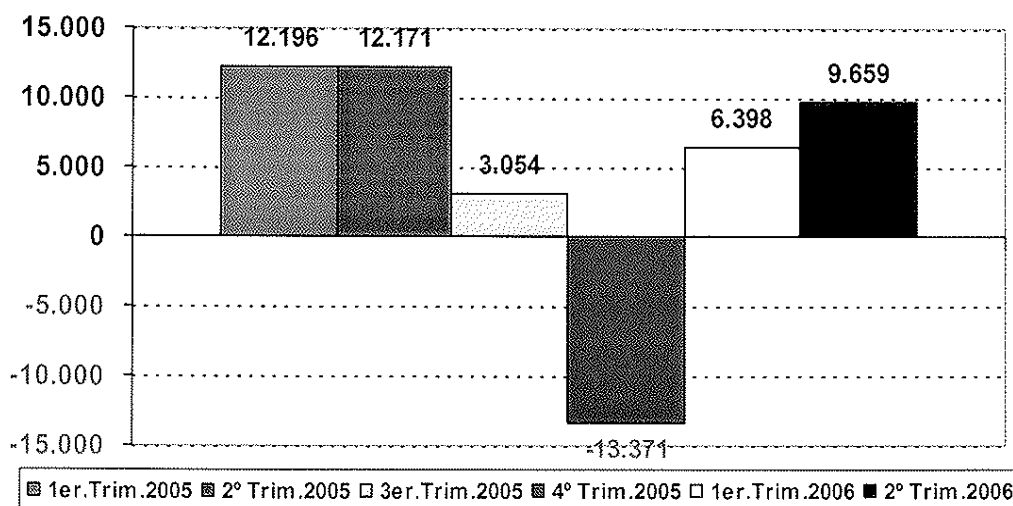
Todo ello permite afirmar que la evolución del primer semestre del ejercicio en curso ha sido muy buena y que continuará la consolidación de la recuperación de los márgenes en la división de aceite de oliva, con la previsión de que se sitúen en los ratios habituales de esta área de negocio en España dadas las previsiones de una buena cosecha olivarera.

En lo que a los mercados internacionales se refiere, con la incorporación de Carapelli, las ventas internacionales del Grupo no han sufrido descenso, compensando las bajadas en países con mayor sensibilidad a los aumentos de precio, como es el caso de Brasil, con el crecimiento de las exportaciones en mercados donde el consumo es más consistente, como Canadá, México y Estados Unidos, donde la facturación ha crecido un 20% en este primer semestre.

El esfuerzo llevado a cabo por la compañía en la actividad aceitera, con el apoyo del Consejo de Administración, a lo largo de los últimos doce meses en un contexto muy difícil ha permitido la adquisición de la aceitera italiana Carapelli Firenze, S.p.A., convirtiéndose en líder mundial del aceite de oliva, invirtiendo en instalaciones portuarias en España e instalaciones industriales en Marruecos para garantizar el abastecimiento procedente de terceros países y con el objetivo estratégico de largo plazo de ser el líder indiscutible de la Dieta Mediterránea.

El EBITDA alcanzado por el Grupo SOS en este primer semestre es de 38 millones de euros, un 9,3% menos, aunque la evolución de este ratio es hacia el crecimiento impulsado por la recuperación del EBITDA de la división aceitera, que está ya recuperando los niveles habituales y superando la situación del último semestre de 2005, como se observa en el siguiente gráfico.

Evolución EBITDA trimestral aceites (en miles de euros)



Por otra parte hay que tener en cuenta el incremento de los gastos financieros de 6 millones de euros debidos a la financiación de las compras de Lassie y de Carapelli, cuyos datos en este último caso están consolidados en las cifras del Grupo sólo desde el mes de abril. En este sentido mencionar que el comportamiento del sector aceitero en Italia ha sido similar al de España. Con la incorporación de Carapelli, las marcas del Grupo SOS son las líderes del mercado italiano, tanto en aceites vírgenes extra como en refinado.

En el área de negocio del arroz la rentabilidad ha experimentado una mejora de los márgenes del primer semestre con respecto a períodos precedentes, incrementándose el EBITDA en un 62,21%. Esto es debido a la consistencia del negocio marquista en todas las regiones donde opera el Grupo, a la incorporación del negocio arrocero de Lassie y al desarrollo de productos de valor añadido bajo la gama de platos preparados.

Sin embargo, tanto en Europa como en Estados Unidos los precios de la materia prima están subiendo con el consiguiente efecto en las exportaciones a granel del Grupo; este impacto se está amortiguando gracias al buen desarrollo de las exportaciones bajo marca, destacando *Abu Bint* líder en Arabia Saudí.

El área de galletas ha tenido un desarrollo excelente durante este periodo, su rentabilidad se sitúa por encima del 16% sobre ventas, con un crecimiento en volumen del 6% y en valor del 13%. Estas cifras se están consiguiendo gracias a lo orientación hacia las galletas de valor añadido, a la gama *Flakes* y a la diferenciación de la marca *Cuétara* gracias a la incorporación de *Oleosan* en su formulación, que ha sido muy bien acogida por el consumidor.

Durante el periodo presentado, se ha materializado la presencia del Grupo SOS en materia de biodiésel con la ejecución de la primera fase del plan para la instalación de una planta de biodiésel con una capacidad de producción de 200.000 toneladas en Andujar (Jaén), consistente en el acondicionamiento de los terrenos elegidos a tal efecto y en la presentación de las solicitudes para los oportunos permisos medioambientales. En estos momentos también están cerrándose los acuerdos con los pertinentes proveedores y distribuidores.