

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Madrid, a 29 de octubre de 2009

Referencia: presentación de resultados del tercer trimestre y previsión de cierre 2009 del Grupo Ebro Puleva.

Les remitimos la presentación sobre los resultados del tercer trimestre y la previsión de cierre del ejercicio 2009 del Grupo Ebro Puleva, que se va a realizar hoy en la Sala de Juntas de la segunda planta del domicilio social, sito en el Paseo de la Castellana número 20 de Madrid.

Quedamos a su disposición para cualquier aclaración.

Atentamente,

Miguel Ángel Pérez Álvarez
Secretario del Consejo de Administración



ÍNDICE

1. Introducción
2. Resultado de las Unidades de Negocio 9M09 y Precierre 2009
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
 - 2.3 Lácteos
3. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 9M09 y Precierre 2009
 - 3.1 Cuenta de Resultados
 - 3.2 Evolución del endeudamiento
4. Conclusión
5. Calendario Corporativo 2009
6. Advertencia Legal





Introducción

1

Ebro PULEVA
GRUPO

Smart Taste, Smart Growth

- ◁ Los resultados obtenidos durante los nueve primeros meses muestran de nuevo, una tasa de crecimiento como la de los dos anteriores periodos del año en curso.
- ◁ Nuestros productos se han comportado excepcionalmente mercado a mercado y hemos profundizado en las sinergias arroz/pasta generando un fuerte crecimiento orgánico y una mejora de rentabilidades.
- ◁ Los resultados proyectados para el ejercicio completo mantienen la senda marcada y serán el colofón al plan estratégico 2006-2009. Durante este periodo habremos mantenido un crecimiento en TAMI del 16%.
- ◁ Los ejercicios 2006 y 2007 fueron años de crecimiento inorgánico y 2008 y 2009 de crecimiento orgánico, materialización de sinergias, gestión de materias primas, optimización del mapa industrial, inversión en marcas e I+D y reforzamiento del balance, dejando la Compañía lista para la siguiente etapa de crecimiento.



Ebro PULEVA
GRUPO



Resultado de las Unidades de Negocio 9M09 y Precierre 2009

2

Ebro PULEVA
GRUPO

2.1

Áreas de Negocios
Arroz



Ebro PULEVA
GRUPO



◀ ARROZ

Ya Sin Extraordinarios, un Buen Año

- ◀ La volatilidad de los mercados de materias primas continua. Cuando en 2008 vimos los precios del arroz triplicarse por movimientos principalmente especulativos, anticipamos que los stocks acumulados alcanzarían niveles muy elevados lo que, acompañado de la llegada de las nuevas cosechas, redundarían en una bajada significativa de los precios.
- ◀ Efectivamente, a la espera de la confirmación de cosechas y las políticas comerciales de los grandes países exportadores hay una importante corrección de precios de arroz (-30%).
- ◀ Nuestra División ha aplicado una política de compras conservadora, agotando los stocks de la campaña 2008, con el objeto de prepararse para la nueva coyuntura de precios de materia prima. En el 3T09 hemos dado salida a inventarios de producto adquiridos a precios más elevados de los actuales del mercado, lo que ha afectado a los márgenes comerciales en el tercer trimestre que volverán a su nivel estándar recuperar el cuarto trimestre.
- ◀ Las previsiones para lo que resta de ejercicio son muy satisfactorias. A pesar de no poder efectuar operaciones de trading que en el año anterior supusieron unos 20 MEUR de contribución al Ebitda, seremos capaces de repetir resultado en el año completo.
- ◀ La disponibilidad de materia prima europea y americana en cantidad y precio adecuados, y el acceso privilegiado al aprovisionamiento internacional del que goza nuestra División, supondrá un elemento de competitividad con el que se espera poder fortalecer nuestra actividad marquista en el próximo ejercicio.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ ARROZ

Baja de Inventarios de Materia Prima a Precios Históricos

- ◀ Durante los primeros nueve meses las ventas se elevan un 1,1% hasta 655 MEUR.
- ◀ Incrementamos la inversión publicitaria en 3,7 MEUR (un 21% respecto a mismo periodo del ejercicio pasado) y 54 p.b. respecto de las ventas.
- ◀ El negocio ha sido capaz de generar prácticamente lo mismo a pesar de no haber podido realizar las operaciones de trading que impactaron en más de 20 MEUR a la rentabilidad el año pasado. Así, el Ebitda se contrae en un 4,5% hasta 85,6 MEUR incluyendo el ajuste de inventarios de materia prima que ha tenido lugar este trimestre y el efecto de aumento de inversión publicitaria.
- ◀ El impacto de la variación de la divisa nos favorece en 3,3 MEUR al comparar con las cifras de los 9M08.
- ◀ Con todo, el ROCE se eleva hasta el 19,4%.

Miles de EUR	9M07	9M08	9M09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	553.072	647.763	654.925	1,1%	8,8%
Publicidad	19.498	17.430	21.166	21,4%	4,2%
Ebitda	64.998	89.592	85.600	-4,5%	14,8%
Margen Ebitda	11,8%	13,8%	13,1%	-5,5%	5,5%
Ebit	49.500	74.026	69.901	-5,6%	18,8%
Rtdo. Operativo	48.538	73.805	63.190	-14,4%	14,1%
ROCE	13,4	18,6	19,4		

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ ARROZ

Introducción Nuevos Productos y Aumento de la Publicidad

- ◀ La nueva cosecha (Oct 2009) está aportando buenas cantidades y a un precio adecuado lo que con unos inventarios a cero nos dará una ventaja competitiva frente a nuestros competidores.
- ◀ Las ventas previstas para ejercicio completo se contraen un 4,6% hasta 850 MEUR.
- ◀ El Ebitda estimado para la División, ya sin el efecto extraordinario de trading retrocederá un 7,7% hasta 116,8 MEUR.
- ◀ Estimamos que el tipo de cambio año sobre año tendrá un efecto prácticamente nulo. Sobre esa base y considerando el aumento del esfuerzo publicitario el Ebitda comparable habría bajado un 3%.

Miles de EUR	2007	2008	E2009	E09/08	TAMI E09/07
Ventas	741.107	890.969	849.560	-4,6%	7,1%
Publicidad	22.863	20.214	25.315	25,2%	5,2%
Ebitda	96.194	126.560	116.829	-7,7%	10,2%
Margen Ebitda	13,0%	14,2%	13,8%	-3,2%	2,9%
Ebit	75.297	105.724	95.800	-9,4%	12,8%
Rtdo. Operativo	74.287	104.365	87.747	-15,9%	8,7%
ROCE	15,1	19,0	n.d.		

Ebro PULEVA
GRUPO

2.2

Áreas de Negocios Pasta



Ebro PULEVA
GRUPO



◁ PASTA

Maximizando la Rentabilidad

- ◁ Los nueve primeros meses del ejercicio se han caracterizado por contar con una materia prima con un coste inferior que un año antes. Nuestra División ha gestionado este factor buscando maximizar la rentabilidad y a su vez ser capaces de mantener un importante nivel de crecimiento mediante la inversión en nuestro portafolio y nuestros consumidores.
- ◁ En líneas generales hemos mantenido las cuotas de mercado pese a la crisis que las marcas están sufriendo en los distintos mercados. El mercado de la pasta seca en Francia crece en volumen al 3,5% y en EE.UU. al 4,6% y nuestras cuotas se mantienen al 36,3% y el 23,1% respectivamente.
- ◁ Hemos trabajado en expandir el margen bruto con la idea de invertir los ahorros obtenidos en equipos innovación, comunicación y aumento de la promoción para acercarnos más al consumidor.
- ◁ Los resultados de la División mantienen las altas tasas de crecimiento observadas durante el primer semestre y es de esperar que mantengan este ritmo durante el último trimestre.
- ◁ Los precios de trigo duro continúan débiles y el panorama para los próximos meses es que continúen así.

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ PASTA

Crecimiento, Cumpliendo a Corto e Invertiendo en el Largo

- ◁ Las ventas del periodo han experimentado una contracción de casi el 3% hasta 692,3 MEUR, consecuencia de la fuerte bajada de la materia prima ya que en unidades hemos experimentado una mejora en torno al 3% en toda la División.
- ◁ Seguimos invirtiendo en nuestras marcas con lo que el gasto publicitario se incrementa un 8,4% hasta 37,4 MEUR, lo que representa un 5,4% de las ventas.
- ◁ El Ebitda se eleva un 41% hasta casi 95 MEUR tanto por la mejora del mix de producto como por los ahorros generados por la integración, la reducción de los costes de producción y los ahorros logísticos. A esta fecha, el cambio euro/dólar nos ha favorecido en 3 MEUR.
- ◁ El ROCE se sitúa en el 21,6%, 840 pb más que hace un año.

Miles de EUR	9M07	9M08	9M09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	529.255	713.065	692.308	-2,9%	14,4%
Publicidad	28.601	34.538	37.431	8,4%	14,4%
Ebitda	62.461	67.208	94.807	41,1%	23,2%
Margen Ebitda	11,8%	9,4%	13,7%	45,3%	7,7%
Ebit	39.965	45.257	73.818	63,1%	35,9%
Rtdo. Operativo	38.944	36.381	71.767	97,3%	35,8%
ROCE	14,5	12,6	21,6		

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ PASTA

Márgenes Completamente Reestablecidos

- ◀ La debilidad del trigo duro nos llevarán a unas ventas menores si bien, mantendremos el mismo tono de crecimiento en unidades.
- ◀ Seguimos introduciendo productos innovadores con más margen en los distintos mercados por lo que estamos invirtiendo fuertemente en comunicación, así el importe por este concepto se elevará un 6% hasta 50 MEUR. El efecto positivo del euro/dólar para el año completo ascendería a 0,5 MEUR.
- ◀ Para el final de el ejercicio esperamos incrementar en un 31,5% la contribución de la División que se elevará hasta 139 MEUR con un margen 15%.

Miles de EUR	2007	2008	E2009	E09/08	TAMI	E09/07
Ventas	762.489	993.696	937.948	-5,6%		10,9%
Publicidad	38.207	47.273	50.211	6,2%		14,6%
Ebitda	88.450	105.993	139.388	31,5%		25,5%
Margen Ebitda	11,6%	10,7%	14,9%	39,3%		13,2%
Ebit	58.274	75.581	111.619	47,7%		38,4%
Rtdo. Operativo	56.709	65.312	106.348	62,8%		36,9%
ROCE	12,0	14,8				



2.3

Áreas de Negocios Lácteos



◀ LÁCTEOS

Nuevos Productos Menos Vulnerables a la Inestabilidad Económica

- ◀ El mercado de bebidas lácteas crece en volumen un 1% tras la caída en 2008. Sin embargo, la fuerte acción promocional de los fabricantes, el crecimiento de las marcas blancas y las rebajas en PVP ofrecidas por la distribución hacen que en valor la categoría se contraiga. Puleva recupera cuotas de mercado en el segmento de leches de valor añadido y batidos. Las marcas blancas empiezan a frenar su ritmo de crecimiento.
- ◀ Los precios de la leche en origen han continuado la tendencia bajista situándose a niveles de principios de 2007. En los próximos meses se espera un leve repunte del precio de la leche, consecuencia de las medidas aprobadas por la Comisión Europea en apoyo del sector lácteo con la introducción de restituciones a la exportación de mantequilla, queso y leche en polvo.
- ◀ Estos resultados, frente a la situación general del sector y de la economía española en particular, confirman como acertadas las decisiones estratégicas, organizativas y las medidas de ahorro y austeridad tomadas en años anteriores.
- ◀ Tras el ajuste coyuntural producido por la crisis volveremos a mayores tasas de crecimiento vía la especialización como venía siendo la tendencia en los últimos quince años lo que aunado a los actuales planes de ahorro, proveerán al División de un sano crecimiento.
- ◀ Este ejercicio hemos realizado tres lanzamientos muy importantes, uno en alimentación infantil que permite ser cocinado en microondas (Papiyá), una nueva categoría (Mixer) orientada a los adolescentes y nuevas variedades de Calcio (Calcio Café y Calcio Muesli) dirigidas a las necesidades de aquellos que su ritmo de vida no les deja mucho tiempo para alimentarse saludablemente y que aúna los conceptos de salud, conviniencia y placer. Estos productos tendrán un efecto positivo en los resultados de los próximos años.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ LÁCTEOS

Recupera el Ritmo de Crecimiento

- ◀ Los resultados de nuestra División Láctea en los nueve primeros meses son una clara constatación numérica de la estrategia que siempre ha transmitido la compañía; centramos en el crecimiento en valor y en los distintos parámetros de rentabilidad. No tanto en los volúmenes.
- ◀ Las ventas durante los nueve primeros meses se contraen casi un 14% hasta los 331 MEUR, sin embargo invertimos en valor casi 50 puntos básicos más en publicidad en su relación con las ventas. Hemos obtenido una gran ventaja de la bajada del coste del GRP que en España ha sido especialmente acusada.
- ◀ El Ebitda de la División se elevan un 42% hasta 47 MEUR dejando atrás el parón que sufrió en 2007 y la contracción en 2008 debido a la apreciación de la materia prima y la crisis de consumo en España respectivamente. En TAMI en todo el periodo mantenemos un crecimiento en Ebitda de doble dígito.
- ◀ El ROCE se sitúa en el 31% con un incremento de 13,8 puntos porcentuales.

Miles de EUR	9M07	9M08	9M09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	382.044	383.510	330.445	-13,8%	-7,0%
Publicidad	12.469	12.385	12.112	-2,2%	-1,4%
Ebitda	38.535	33.206	47.081	41,8%	10,5%
Margen Ebitda	10,1%	8,7%	14,2%	64,6%	18,9%
Ebit	26.879	21.790	35.904	64,8%	15,6%
Rtdo. Operativo	25.871	19.766	34.641	75,3%	15,7%
ROCE	18,3	17,1	30,9		

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ LÁCTEOS

Ventas con Valor Añadido

- ◀ Previsiblemente las ventas de la División retrocederán un 13% hasta los 441 MEUR, principalmente por la importante bajada del precio de la materia prima.
- ◀ Pese a ello, el mejor mix de ventas y los ahorros de las reestructuraciones elevarán el margen Ebitda en más de 4 puntos porcentuales hasta el 14,3% lo que dejaría el Ebitda previsto para el fin del ejercicio 2009 entorno a los 63 MEUR con un refuerzo de la inversión publicitaria de 4T para apoyar los nuevos lanzamientos.
- ◀ Hemos alcanzado un nuevo escalón de resultados que trabajaremos en consolidar en el próximo año.

Miles de EUR	2007	2008	E2009	E09/08	TAMI	E09/07
Ventas	527.489	506.064	440.748	-12,9%		-8,6%
Publicidad	17.536	15.694	17.279	10,1%		-0,7%
Ebitda	53.033	50.135	63.100	25,9%		9,1%
Margen Ebitda	10,1%	9,9%	14,3%	44,5%		19,3%
Ebit	37.541	34.993	48.201	37,7%		13,3%
Rtdo. Operativo	36.379	31.572	46.037	45,8%		12,5%
ROCE	19,1	19,2				

Ebro PULEVA
GRUPO



Grupo Ebro Puleva
Resultados Consolidados
9M09 y Precierre 2009

3

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ RESULTADO CONSOLIDADO 9M09 y Precierre 2009

Un 20% más de Contribución!

- ◁ Las Ventas se contraen un 3% hasta 1.665 MEUR influidas principalmente por la bajada de precios de las materias primas y su impacto en los precios de venta.
- ◁ La inversión publicitaria pasa de representar el 3,9% de las ventas a el 4,4% incrementándose en un 11% hasta 73,6 MEUR lo que, dada la caída del coste del GRP, es una señal de fuerte compromiso con nuestras marcas.
- ◁ El crecimiento del Ebitda se aproxima al 20% respecto al ejercicio anterior, al 17% en TAMI desde 9M07. Mejoramos el margen en 240 p.b. hasta el 13%.
- ◁ Con una mucho menor carga financiera el Resultado antes de impuestos se eleva un 106% hasta 133 MEUR.
- ◁ El Beneficio Neto y el B.P.A. sube un 45%.

Miles de EUR.	9M07	9M08	9M09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	1.443.111	1.717.107	1.665.167	-3,0%	7,4%
Publicidad	62.929	66.371	73.594	10,9%	8,1%
Ebitda	159.056	181.968	217.110	19,3%	16,8%
Margen Ebitda	11,0%	10,6%	13,0%	23,0%	8,8%
Ebit	107.700	130.150	166.339	27,8%	24,3%
Resultado Operativo	110.999	123.320	151.388	22,8%	16,8%
Rtdo. Antes Impuestos	53.112	64.752	133.465	106,1%	58,5%
Rtdo. Neto Act. Discont.	34.738	57.149	43.188	-24,4%	11,5%
Beneficio Neto	57.790	92.698	134.701	45,3%	52,7%
ROCE	13,7	13,8	19,5		

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ RESULTADO CONSOLIDADO 9M09 y Precierre 2009

Viento en Popa

- ◁ Las Ventas del Grupo a final de año se reducirán en un 6,8%, por la bajada de precios de las materias primas y su traslación al consumidor a través de medidas que incentiven el consumo.
- ◁ Seguimos invirtiendo más en publicidad. Para el año completo esperamos haber incrementado nuestra inversión publicitaria en un 11,5% hasta 95,8 MEUR, lo que representa un 4,3% de las ventas (70 p.b. por encima del ejercicio anterior).
- ◁ El Ebitda esperado alcanzará 306 MEUR. Con un incremento 12,7% sobre el ejercicio anterior y un 16% en TAMI sobre 2007 lo que supone un margen de un 14% sobre ventas. Ganamos lo mismo que en 2007 incluyendo la contribución de la actividad Azucarera.
- ◁ El Beneficio Neto se elevará hasta 177,8 MEUR un 36% más que el ejercicio anterior.

Miles de EUR.	2007	2008	E2009	E09/08	TAMI E09/07
Ventas	2.004.182	2.367.902	2.207.571	-6,8%	5,0%
Publicidad	81.169	85.913	95.770	11,5%	8,6%
Ebitda	226.854	271.821	306.232	12,7%	16,2%
Margen Ebitda	11,3%	11,5%	13,9%	20,8%	10,7%
Ebit	158.919	201.821	238.656	18,3%	22,5%
Resultado Operativo	162.936	194.790	218.766	12,3%	15,9%
Rtdo. Antes Impuestos	82.851	103.454	191.189	84,8%	51,9%
Rtdo. Neto Act. Discont.	29.833	57.965	43.184	-25,5%	20,3%
Beneficio Neto	90.577	130.637	177.834	36,1%	40,1%
ROCE	13,0	15,1	N.d.		

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ RESULTADO CONSOLIDADO 9M09 y Precierre 2009

Crecimiento Sostenido Trimestre a Trimestre

◀ Para facilitar el análisis hemos incluido esta tabla resumen de la evolución trimestre a trimestre de los últimos años.

	1T	2T	2T/1T	3T	3T/2T	4T	4T/3T
2007	56.422	59.325	5%	43.309	-27%	67.798	57%
2008	56.236	62.294	11%	63.438	2%	89.853	42%
08/07	-0,3%	5,0%		4,6%		33%	
2009	68.017	76.005	12%	73.088	-4%	89.122	22%
09/08	20,9%	2,2%		15%		-1%	

Estimado

◀ Puede verse cómo desde el 4T08, venimos disfrutando de un crecimiento sobre igual periodo del año anterior.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO 9M09 y PRECIERRE 2009

Listos para Crecer

◀ La Deuda Neta del Grupo se reduce a 30 de septiembre hasta 545 MEUR, un 56% menos comparado con igual fecha del año anterior, principalmente por el cobro de la venta de la División Azucarera, una muy importante reducción de circulante y a pesar del impacto negativo de la evolución de las divisas.

◀ Prevedemos una acumulación de materia prima en el 4T por lo que esperamos ver cierto repunte a final del año. Para entonces esperamos unos 603 MEUR lo que equivaldría a 2X Ebitda 09E.

Miles EUR	30 Sep 07	31 Dic 07	30 Sep 08	31 Dic 08	30 Sep 09	31 Dic 09E	Dic09E/Dic08
Deuda Neta	1.112.236	988.249	1.233.271	1.055.853	545.272	603.450	-42,8%
Deuda Neta Media	1.149.657	1.129.254	1.205.893	1.208.078	770.943	N/D	
Fondos Propios	1.177.288	1.198.245	1.189.193	1.203.131	1.228.326	1.264.077	5,1%
Apalancamiento DN	94,5%	82,5%	103,7%	87,8%	44,4%	47,7%	
Apalancamiento DNM	97,7%	94,2%	101,4%	100,4%	62,8%	N/D	
x Ebitda (DN)		3,2		3,9		2,0	
x Ebitda (DNM)		3,7		4,4		N/D	

Ebro PULEVA
GRUPO



Grupo Ebro Puleva Conclusión

4

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ CONCLUSIÓN

Consolidando unos Excelentes Resultados

- ◁ Estos resultados muestran que las cifras de los dos trimestres anteriores no eran un hecho aislado. Desde el 4T08 hasta hoy, venimos acumulando un crecimiento muy notable.
- ◁ Nuestros negocios tienen un comportamiento muy sólido no solo en sus datos financieros si no en sus posiciones de mercado y en la percepción que nuestros consumidores tienen de ellos.
- ◁ Para el año completo, preveemos un resultado igual al del 2007 a pesar de haber vendido el Negocio Azucarero, haber reducido la deuda a la mitad y entregado, desde entonces, 133,6 MEUR a nuestros accionistas en forma de Dividendos.
- ◁ Estamos trabajando en definir nuestra propuesta estratégica para los próximos años con objetivos tan exigentes como los marcados en el anterior ciclo, lo que será de nuevo aliciente para seguir teniendo su confianza.

Miles de EUR	2006	2007	2008	2009E	09E/08	TAMI 09E/06
Ventas	1.744.687	2.004.182	2.367.902	2.207.571	-6,8%	8,2%
Publicidad	64.646	81.169	85.913	95.770	11,5%	14,0%
Ebitda	210.257	226.854	271.821	306.232	12,7%	13,4%
Margen Ebitda	12,1%	11,3%	11,5%	13,9%		

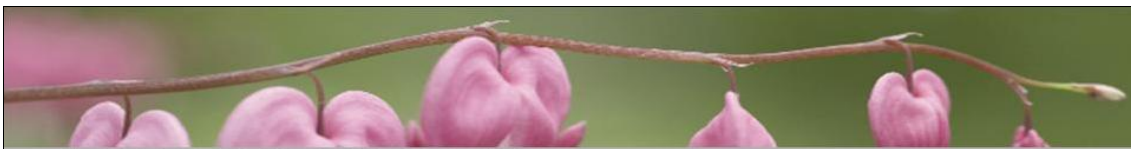
Ebro PULEVA
GRUPO



Calendario Corporativo

5

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ CALENDARIO CORPORATIVO

En el año 2009 Ebro Puleva continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

26 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2008
2 de abril	Pago trimestral de dividendo
29 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
2 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
30 de julio	Presentación resultados 1er semestre
2 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
29 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2009
17 de diciembre	Anuncio dividendo 2010 a cuenta 2009
22 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario

Ebro PULEVA
GRUPO



Advertencia Legal

6

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ 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.
- ◀ Los principales riesgos e incertidumbres que afectan a las actividades de el Grupo son los mismos que se detallan en las páginas 219 y siguientes de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2008 y que se encuentra disponible en la web www.ebropuleva.com. Estimamos que no se han producido cambios significativos que puedan afectar a los seis meses restantes del presente ejercicio. El Grupo mantiene cierta exposición a los mercados de materias primas y al traslado de modificaciones en el precio a sus clientes. Asimismo, existe una exposición a fluctuaciones en los tipos de cambio, especialmente del dólar, y a variaciones de los tipos de interés.

Ebro PULEVA
GRUPO



ÍNDICE

1. **Introducción**
2. **Resultado de las Unidades de Negocio 1S09**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
 - 2.3 Lácteos
3. **Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 1S09**
 - 3.1 Cuenta de Resultados
 - 3.2 Evolución del endeudamiento
4. **Conclusión**
5. **Anexo I Materias Primas Evolución**
6. **Calendario Corporativo 2009**
7. **Advertencia Legal**





Introducción

1

Ebro PULEVA
GRUPO

Una Dieta para Superar la Crisis

- ◁ En un entorno como el actual nuestros resultados hablan por si solos.
- ◁ La situación económica está produciendo un trasvase del canal hostelería hacia el canal retail y de la proteína al hidrato de carbono. Nuestros productos arroz, pasta y lácteo al ser bienes de primera necesidad y de consumo en el hogar son anticíclicos y crecen en épocas de crisis. Además estamos aprovechando este momento para fidelizar a nuestros consumidores con el lanzamiento de nuevos productos y formatos más adecuados a las necesidades específicas de cada consumidor.
- ◁ Nos encontramos con un precio de nuestras materias primas que se ha deshinchado desde los picos recientemente alcanzados. Esto produce dos efectos:
 - ◁ Nos permite llevar una estrategia de precios que encaja con la situación de crisis que hoy domina al consumidor, haciendo más atractivos nuestros productos.
 - ◁ Estamos liberando recursos de forma significativa tanto por el menor valor de las existencias, como por un menor volumen que en el año anterior. Esta situación está siendo especialmente propicia para la generación de caja y la reducción del endeudamiento.



Ebro PULEVA
GRUPO



Resultado de las Unidades de Negocio 1S09

2

Ebro PULEVA
GRUPO

2.1

Áreas de Negocios
Arroz



Ebro PULEVA
GRUPO



◀ ARROZ

Aún Sin Extraordinarios Un Trimestre Excepcional

- ◀ A medida que las nuevas cosechas han aportado mayor disponibilidad de materia prima y las limitaciones a la exportación en países asiáticos han ido suavizándose, los precios del arroz en los mercados internacionales confirman una importante corrección a la baja, especialmente en las variedades de tipo índica. Hemos mantenido una política de aprovisionamiento conservadora, reduciendo compras a lo imprescindible y liberando circulante durante este primer semestre para entrar en la nueva campaña con existencias mínimas.
- ◀ El auge de las marcas blancas ha afectado levemente a la División que ha visto reducidos sus volúmenes en productos de bajo valor añadido donde hay mayor competencia. Sin embargo hemos visto crecer de forma importante nuestras líneas con más valor añadido, lo que aunado a las sinergias que hemos generado han repercutido en un resultado record.
- ◀ La construcción de la fábrica de Memphis sigue a buen ritmo manteniendo el objetivo del 3T09 y durante el trimestre han sido concluidas las nuevas instalaciones productivas de las filiales (Danrice) y Herba Bangkok (Tailandia), estando ya a plena actividad productiva.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ ARROZ

Introducción Nuevos Productos Y Aumento De La Publicidad

- ◀ Durante los cinco primeros meses de 2008 vivimos una escalada exponencial del precio de la materia prima lo que llevó a un acopio extraordinario de producto por parte de los distribuidores y gracias a nuestra estrategia de aprovisionamiento, fuimos capaces de mantener un coste de inventarios bajo. La combinación de ambos factores impactó en los márgenes elevando la cifra de Ebitda 2T08/2T07 de forma sorprendente. Conviene recordar estos factores para entender el análisis 1S09/1S08.
- ◀ A pesar de lo anterior, el negocio ha sido capaz de crecer de forma que ha generado lo mismo a pesar de no haber podido realizar las operaciones de trading que tan favorablemente impactaron a la rentabilidad el año pasado.
- ◀ Eliminando el efecto de aumento de inversión publicitaria, el Ebitda habría alcanzado el mismo nivel que el año anterior.
- ◀ El ROCE se eleva hasta el 18,6% gracias a una menor necesidad de circulante.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	368.431	428.605	443.202	3,4%	9,7%
Publicidad	12.967	11.834	14.665	23,9%	6,3%
Ebitda	42.770	61.126	58.158	-4,9%	16,6%
Margen Ebitda	11,6%	14,3%	13,1%	-8,0%	6,3%
Ebit	32.554	50.791	47.627	-6,2%	21,0%
Rtdo. Operativo	32.213	50.209	42.174	-16,0%	14,4%
ROCE	12,4	18,1	18,6		

Ebro PULEVA
GRUPO

2.2

Áreas de Negocios Pasta



Ebro PULEVA
GRUPO



◀ PASTA

Más Pasta Significa Más *Pasta*

- ◀ El primer semestre de 2009 se ha caracterizado por contar con unos precios del trigo duro hasta un 50% más bajos que en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que hemos gestionado buscando un equilibrio entre más volumen y más valor para dar más cuota o mayor rentabilidad a nuestro portafolio.
- ◀ Según Nielsen incrementamos nuestras cuotas en volumen en detrimento de segundos y terceros participantes. Los distribuidores están aplicando promociones a nuestros productos y empujando su marca blanca de modo que el líder y la marca de la distribución amplían su cuota sobre un mercado que crece de forma importante en este ejercicio.
- ◀ La nueva cosecha de trigo duro 09/10 se empezó a recoger a finales de mayo. Como esperábamos los volúmenes y stocks van a hacer que los precios medios para la próxima campaña sean ligeramente más bajos que los de la anterior.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ PASTA

Introducción Nuevos Productos Y Aumento De La Publicidad

- ◀ Con una materia prima mucho más barata, las ventas de la División se mantienen en 464 MEUR.
- ◀ El Ebitda, con un aumento adicional de la inversión en publicidad que crece un 7% hasta 24,4 MEUR, sube hasta 61,7 MEUR con un crecimiento del 54%. A divisa constante la mejora hubiera sido 2,7 MEUR inferior.
- ◀ El margen Ebitda se eleva 470 puntos básicos hasta 13,3%.
- ◀ El ROCE se sitúa en el 19,8% dejando atrás la contracción sufrida por el aumento de circulante consecuencia del alza de los precios de las materias primas que sufrimos en la cosecha anterior.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	341.143	464.895	463.897	-0,2%	16,6%
Publicidad	16.436	22.775	24.428	7,3%	21,9%
Ebitda	48.092	40.138	61.711	53,7%	13,3%
Margen Ebitda	14,1%	8,6%	13,3%	54,1%	-2,9%
Ebit	32.940	25.266	47.432	87,7%	20,0%
Rtdo. Operativo	32.370	16.753	46.158	175,5%	19,4%
ROCE	17,1	10,1	19,8		

Ebro PULEVA
GRUPO

2.3

Áreas de Negocios Lácteos



Ebro PULEVA
GRUPO

◀ LÁCTEOS

Recuperando el Ritmo de Crecimiento

- ◀ El mercado de bebidas lácteas ha pasado de decrecer en 2008 a crecer en volumen un tímido 1,3% en este semestre. Sin embargo, la fuerte acción promocional de los fabricantes, el crecimiento de las marcas blancas y las rebajas en PVP ofrecidas por la distribución hacen que en valor la categoría se contraiga de forma importante. Puleva recupera cuotas de mercado en el segmento de leches de valor añadido y batidos.
- ◀ Los precios de la materia prima han continuado la tendencia bajista situándose a niveles de principios de 2007. Para tratar de frenar esta caída de precios, la Comisión Europea ha aprobado medidas de apoyo como la introducción de restituciones a la exportación y compras de intervención. Y a partir del mes de abril de 2009, España recibirá un aumento de cuota, lo que posibilitará una mayor producción.
- ◀ Estos resultados, frente a la situación general del sector y de la economía española en particular, confirman como acertadas las decisiones estratégicas y las medidas de ahorro y austeridad tomadas en años anteriores. En definitiva, la fortaleza del modelo de negocio.
- ◀ Estamos especialmente satisfechos con el éxito ya consolidado en la categoría infantil que continúa con un alto crecimiento, 13,9% en volumen respecto al año anterior. En el último año hemos ganado 5,4 puntos de cuota de mercado, pasando con Puleva Peques desde el 44,8% hasta el 50,2% del volumen.

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ LÁCTEOS

En la Diferenciación está la Clave

- ◀ La pérdida de volumen debido a la crisis económica y el cambio en el mix de productos del consumidor, ha hecho que nuestras ventas hayan disminuido un 16%. Sin embargo, nuestra estrategia de fragmentación está funcionando de forma que somos capaces de mejorar la rentabilidad descomponiendo las ventas en mercados y formatos más pequeños.
- ◀ El Ebitda, crece al 34,7% hasta 31 MEUR, un muy significativo incremento de la rentabilidad que supone un margen Ebitda/Ventas del 14%, 520 puntos básicos más.
- ◀ Nuestro Resultado Operativo aumenta un 61% hasta 23 MEUR.
- ◀ El ROCE de la División se eleva en casi 1000 puntos básicos hasta el 26%.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	248.784	263.346	222.526	-15,5%	-5,4%
Publicidad	8.814	8.439	7.772	-7,9%	-6,1%
Ebitda	29.820	23.130	31.165	34,7%	2,2%
Margen Ebitda	12,0%	8,8%	14,0%	59,5%	8,1%
Ebit	22.046	15.470	23.707	53,2%	3,7%
Rtdo. Operativo	21.443	14.366	23.051	60,5%	3,7%
ROCE	19,1	16,2	25,9		

Ebro PULEVA
GRUPO



Grupo Ebro Puleva Resultados Consolidados

3

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ RESULTADO CONSOLIDADO 1S09

Viento en Popa

- ◁ La volatilidad de materias primas que hemos experimentado en las dos últimas campañas da lugar a volatilidad en nuestra cifra de ventas y a los márgenes relativos. Estas variables: "Ventas" y "Márgenes" pierden en este entorno su sentido tanto para el análisis del pasado como para la proyección hacia el futuro. Nuestros objetivos se focalizan en la creación de valor medido en términos de margen absoluto (el Ebitda ha crecido un 22% en el semestre y un 12% en TAMI desde 2007) y de rentabilidad medida mediante el ROCE que se eleva hasta el 17,8%.
- ◁ Seguimos reforzando la publicidad; pese a la importante deflación en sus precios, estamos invirtiendo un 10% más en este concepto, 49,3 MEUR lo que supone un 4,4% sobre Ventas, 500 pb más que en 2008.
- ◁ La política de austeridad, las sinergias generadas con la integración de arroz y pasta, la evolución favorable de las divisas, que aportan 5,7 MEUR, y la bajada del precio de las materias primas hacen que el Ebitda alcance 144 MEUR mostrando un crecimiento del 21,5% mejorando la tendencia observada en el 1T09.

Miles de EUR	1S07	1S08	1S09	.09/08	TAMI 09/07
Ventas	943.964	1.140.765	1.120.204	-1,8%	8,9%
Publicidad	39.253	44.964	49.335	9,7%	12,1%
Ebitda	115.747	118.530	144.022	21,5%	11,5%
Margen Ebitda	12,3%	10,4%	12,9%	23,7%	2,4%
Ebit	81.471	83.789	109.841	31,1%	16,1%
Resultado Operativo	95.407	77.907	97.676	25,4%	1,2%
Rtdo. Antes Impuestos	54.058	37.371	82.353	120,4%	23,4%
Beneficio Neto	49.070	78.619	98.232	24,9%	41,5%
ROCE	13,4	12,6	17,8		

Ebro PULEVA
GRUPO

◀ EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO 1S09

Tras el Cobro de la Venta de Azúcar

◀ La Deuda Neta del Grupo se reduce hasta 582 MEUR, un 53% menos comparado con igual fecha del año anterior, principalmente por el cobro de la venta de la División Azucarera, una muy importante reducción de circulante y a pesar del impacto negativo de la evolución de las divisas.

◀ No es de esperar que se mantenga el mismo nivel de stocks durante todo el año y podríamos ver cierto repunte a final del año por acopio de materias primas y por los pagos de maquinaria de la fábrica de Memphis por lo que mantenemos nuestro guidance de unos 650 MEUR, ligeramente superior a las 2X Ebitda.

◀ El Apalancamiento se sitúa en el 49%.

Miles EUR	31 Dic 07	30 Jun 08	31 Dic 08	31 Marz 09	30 Jun 09
Deuda Neta	988.250	1.248.645	1.055.853	1.165.185	581.621
Deuda Neta Media	1.129.254	1.193.061	1.208.078	1.158.742	865.518
Fondos Propios	1.198.245	1.158.724	1.203.131	1.240.548	1.198.012
Apalancamiento DN	82,5%	107,8%	87,8%	93,9%	48,5%
Apalancamiento DNM	94,2%	103,0%	100,4%	93,4%	72,2%
x Ebitda (DN)	3,2		3,9		
x Ebitda (DNM)	3,7		4,4		

Ebro PULEVA
GRUPO



Grupo Ebro Puleva
Conclusión

4

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ CONCLUSIÓN

Consolidando unos Excelentes Resultados

- ◀ Estos resultados confirman que al ser nuestros productos bienes de primera necesidad y consumo en el hogar, tienen carácter anticíclico y son capaces de crecer en tiempos de crisis. Esto, unido a una acertada gestión, hace que seamos capaces de mejorar todos los parámetros de rentabilidad.
- ◀ Nuestro liderazgo en las categorías en las que operamos se refuerza en estos momentos. Seguimos construyendo valor a largo plazo para nuestros accionistas.
- ◀ También confirman que nuestra diversificación geográfica y especialmente nuestra posición en Norteamérica es un auténtico garante de la estabilidad operativa y financiera de la compañía.
- ◀ Un semestre positivo que ha visto los últimos pasos para la venta de Azucarera, el cobro y posterior reducción del apalancamiento que ésta ha proporcionado.
- ◀ Un balance muy sólido nos permite estar tranquilos y listos para posibles oportunidades que pudieran traer nuevo crecimiento al Grupo.

Ebro PULEVA
GRUPO



Anexo I
Materias Primas

5

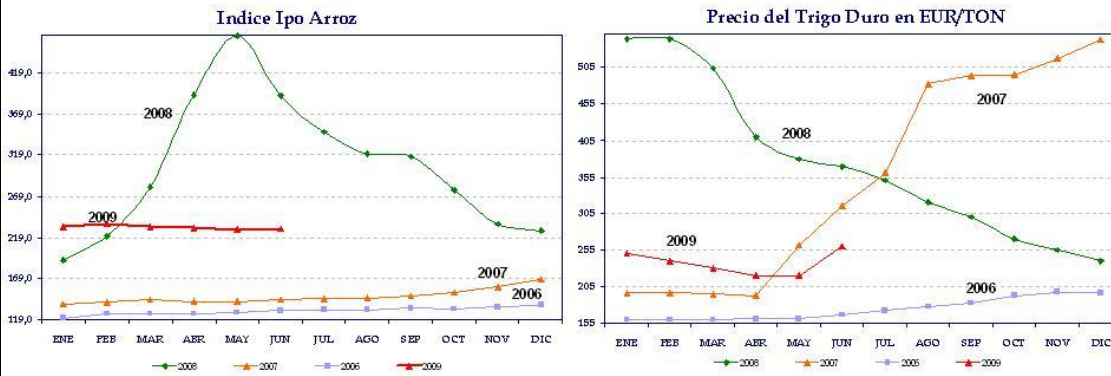
Ebro PULEVA
GRUPO



◁ ANEXOS

Materias Primas: Arroz y Pasta

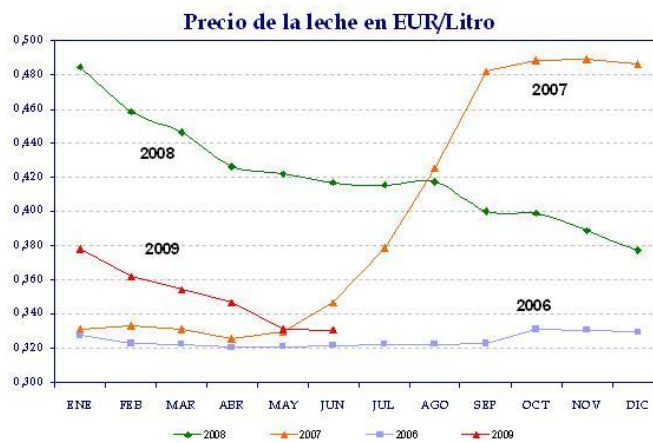
◁ Mostramos a continuación gráficos con la evolución de las materias primas:



◁ ANEXOS

Materias Primas: Leche

◁ Mostramos a continuación un gráfico con la evolución de la Leche:

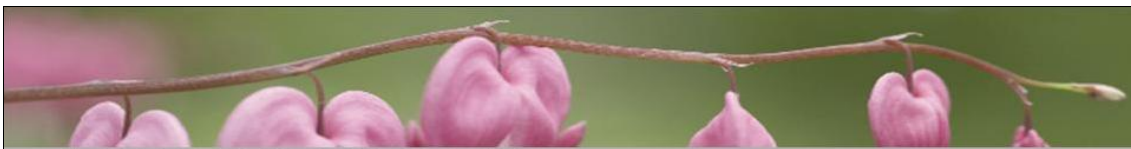




Calendario Corporativo

6

Ebro PULEVA
GRUPO



◀ CALENDARIO CORPORATIVO

En el año 2009 Ebro Puleva continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

26 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2008
2 de abril	Pago trimestral de dividendo
29 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
2 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
30 de julio	Presentación resultados 1er semestre
2 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
28 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2009
17 de diciembre	Anuncio dividendo 2010 a cuenta 2009
22 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario

Ebro PULEVA
GRUPO



Advertencia Legal

7

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ 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.
- ◁ Los principales riesgos e incertidumbres que afectan a las actividades de el Grupo son los mismos que se detallan en las páginas 219 y siguientes de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2008 y que se encuentra disponible en la web www.ebropuleva.com. Estimamos que no se han producido cambios significativos que puedan afectar a los seis meses restantes del presente ejercicio. El Grupo mantiene cierta exposición a los mercados de materias primas y al traslado de modificaciones en el precio a sus clientes. Asimismo, existe una exposición a fluctuaciones en los tipos de cambio, especialmente del dólar, y a variaciones de los tipos de interés.

Ebro PULEVA
GRUPO