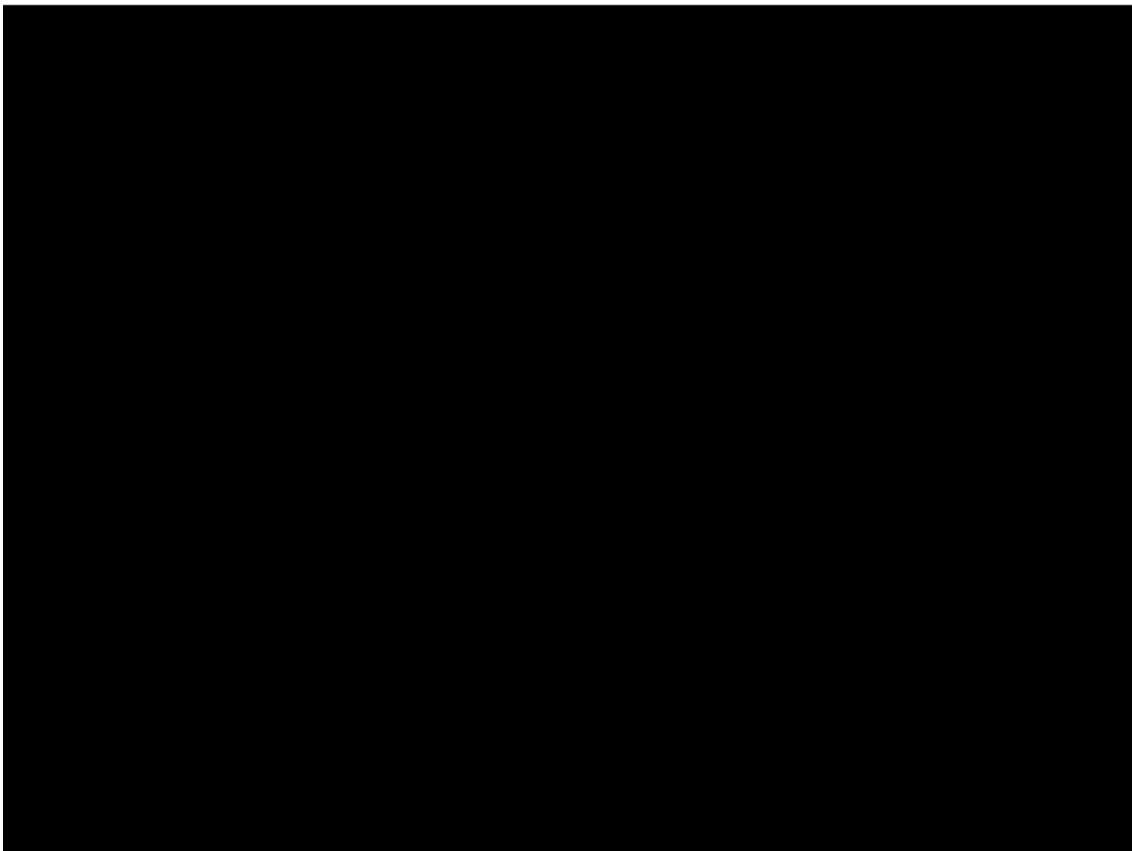




El año de transición

Antonio Hernández Callejas

Enero 2004



1.- Introducción

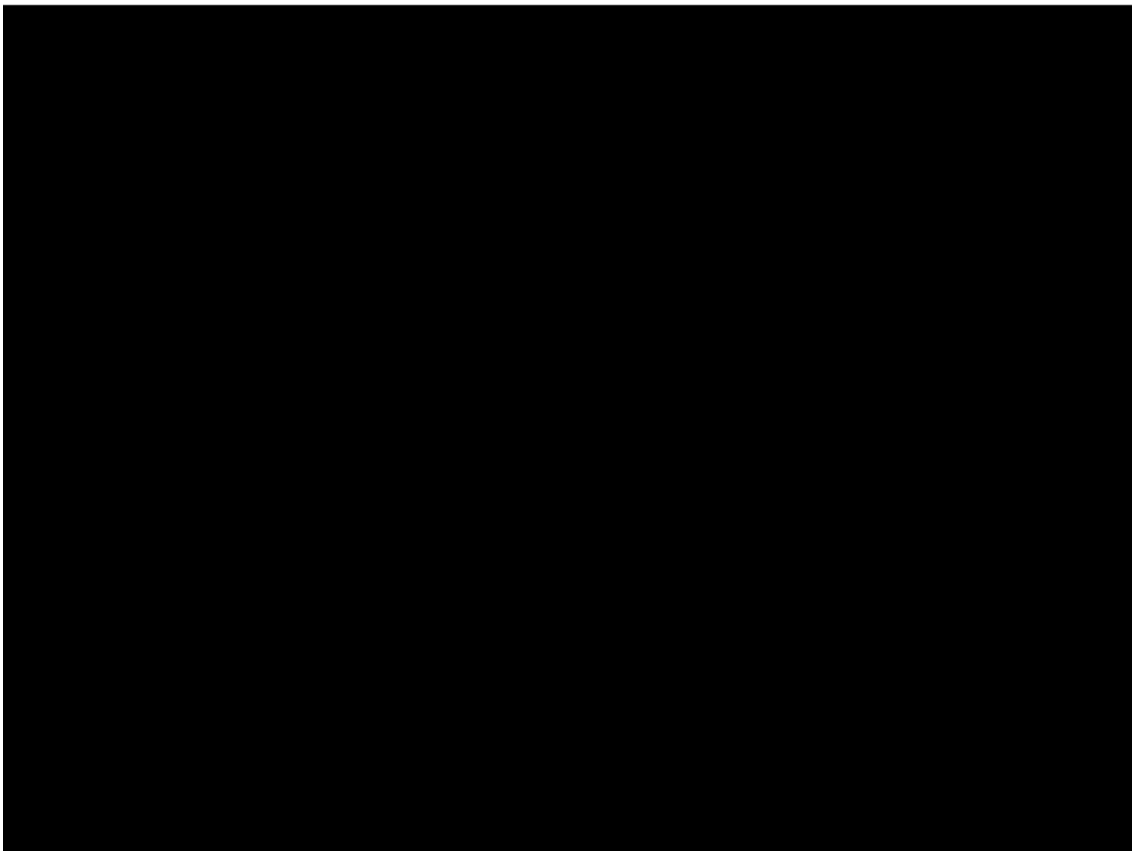
El ejercicio 2003 ha resultado un año difícil, habiendo concurrido en él circunstancias de diversa índole que han afectado al desenvolvimiento del negocio.

Por una parte, en este año recién terminado se ha anunciado el fin del actual marco regulatorio del sector, lo que ha contribuido a despejar incertidumbres, haciendo vislumbrar nuevas expectativas de negocio.

Por otra, la coyuntura del mercado internacional del arroz ha combinado dos factores excepcionales:

- a) precios muy deprimidos del arroz USA a lo largo del primer semestre 2003; y
- b) coyuntura también bajista del tipo de cambio del USD frente al EUR.

Ambos factores han contribuido a elevar la competitividad del arroz de importación frente al producido en Europa, con la consiguiente merma de los márgenes comerciales para los productores europeos



1.- Introducción (...)

Esta coyuntura ha afectado negativamente a los resultados del Grupo Herba durante los tres primeros trimestres del año 2003, en particular a las operaciones del negocio industrial, y solo se ha corregido con la llegada de la nueva cosecha recolectada en octubre, y con el repunte de precios del arroz USA en la segunda mitad del año.

Ello ha motivado una desigual distribución de los resultados del Grupo a lo largo del año, tal y como se aprecia en el cuadro siguiente:

	Ene/Sept. 2003		Oct/Dic 2003		Ejercicio 2003	
	Miles €	% Anual	Miles €	% Anual	Miles €	% Anual
Ventas / ingresos explotación	314.273		116.888		431.161	
Coste de ventas	-244.980		-87.689		-332.669	
MARGEN BRUTO	69.293	22%	29.199	25%	98.492	23%
MARGEN COMERCIAL	25.233	8%	12.246	10%	37.479	9%
RTDO. EXPLOTACIÓN (EBIT)	16.622	5%	7.854	7%	24.476	6%
<i>EBITDA</i>	<i>24.041</i>	<i>8%</i>	<i>10.995</i>	<i>9%</i>	<i>35.036</i>	<i>8%</i>
B.A.I.	14.222	5%	7.359	6%	21.581	5%

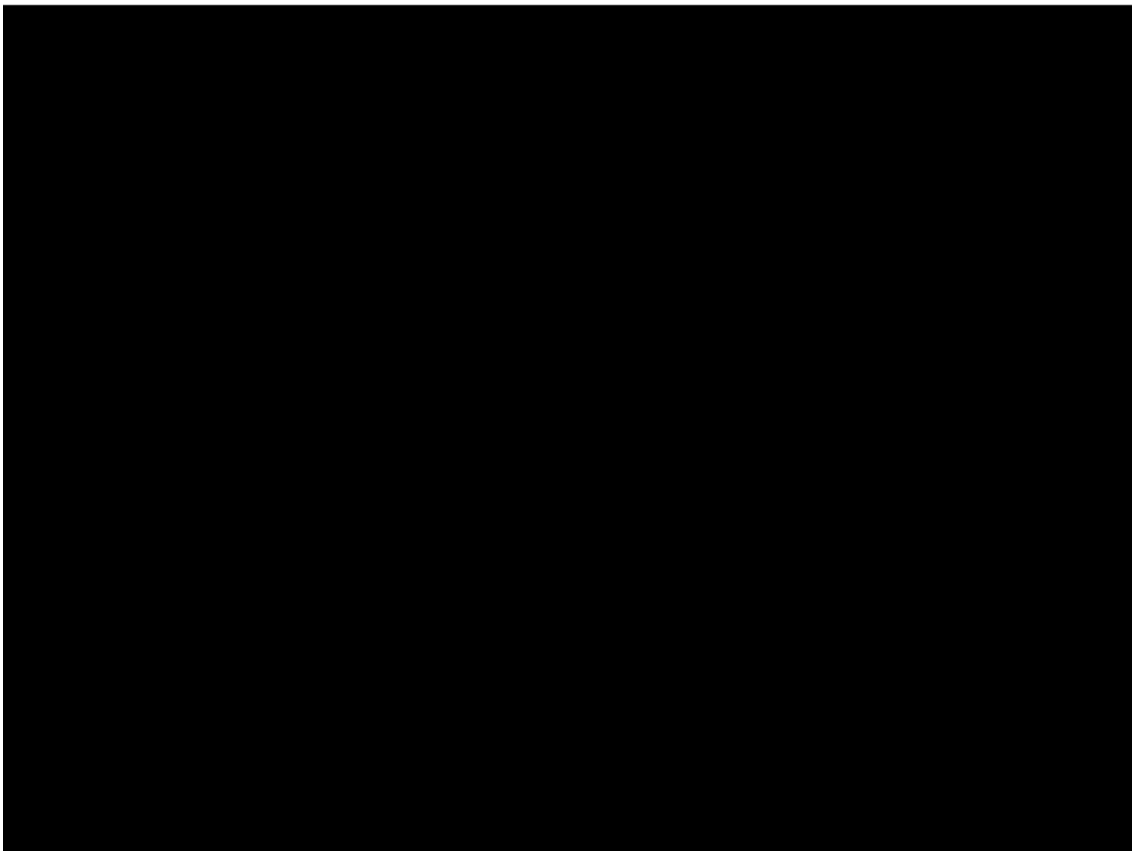
Ebro PULEVA
GRUPO
HERBA DIVISIÓN
ARROZ

2.-Nuevo marco regulatorio (...)

Este nuevo marco regulatorio introduce nuevos e importantes elementos de competitividad en el sector, lo que hace mejorar su proyección futura. Por ejemplo:

- ◆El arroz europeo se hace más competitivo a nivel internacional, especialmente ante la amenaza de los tratados EBA, que deja de serlo.
- ◆El arroz europeo se hace más competitivo frente a productos alternativos (pasta, legumbres, ...).
- ◆Se potencian nuevos usos o utilidades del arroz, como ingrediente para otras industrias alimentarias (harinas, cerveza, desayunos, ...).
- ◆Se incentiva y protege a los agricultores con importantes ayudas directas, lo que garantiza la supervivencia del sector.

Respecto del nuevo marco para las importaciones, hasta el momento éste no ha sido definido. La Unión Europea ha propuesto un contingente de importación de 450.000 Tm de arroz cáscara, con un arancel fijo de 65 €/Tm, aunque todavía no se ha alcanzado ningún acuerdo con los países terceros productores.

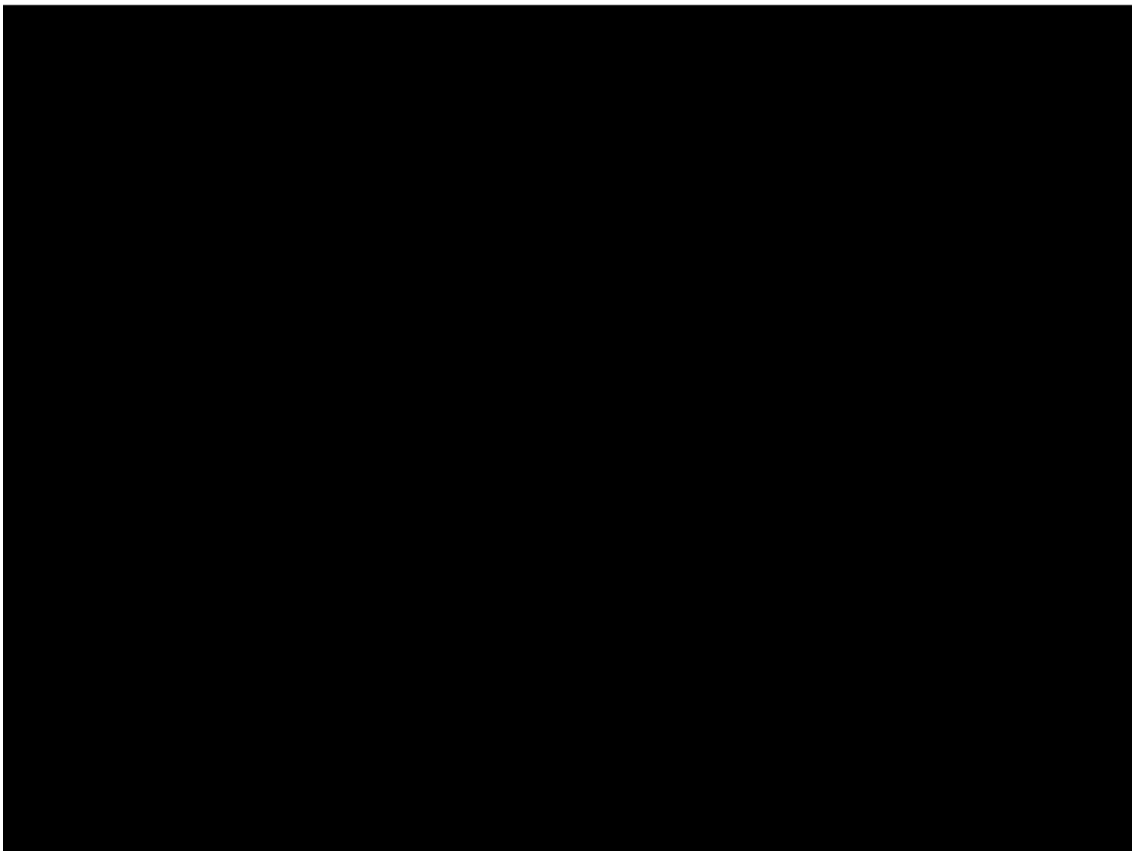


2.-Nuevo marco regulatorio (...)

2.2 PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2004

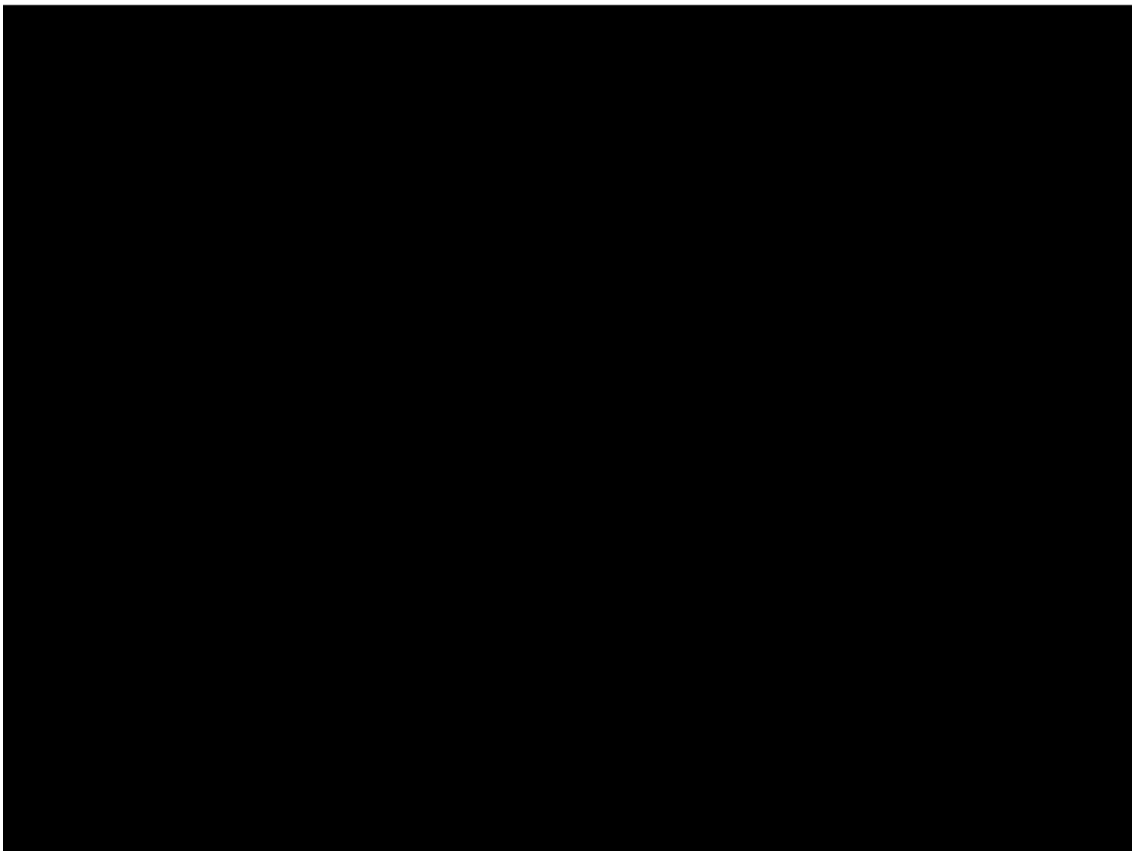
Para el año 2004 recién iniciado, las expectativas para el negocio arrocero son bastante optimistas:

- ◆ De entrada, la problemática de la competencia del arroz USA de importación ha remitido bastante, a pesar de los bajos tipos de cambio USD/EUR actuales.
- ◆ El arroz de la campaña 2003/2004 ha sido adquirido un 6% más barato que la anterior, lo que representa una reducción en costes del orden de 5,5 millones € en términos anuales, la mayor parte del cual será retenido en el margen comercial.
- ◆ El arroz de la campaña 2004/2005 sufrirá una drástica reducción, como consecuencia de la entrada en vigor de la nueva OCM del sector, lo que beneficiará nuestras operaciones del último trimestre del año 2004.



Descripción

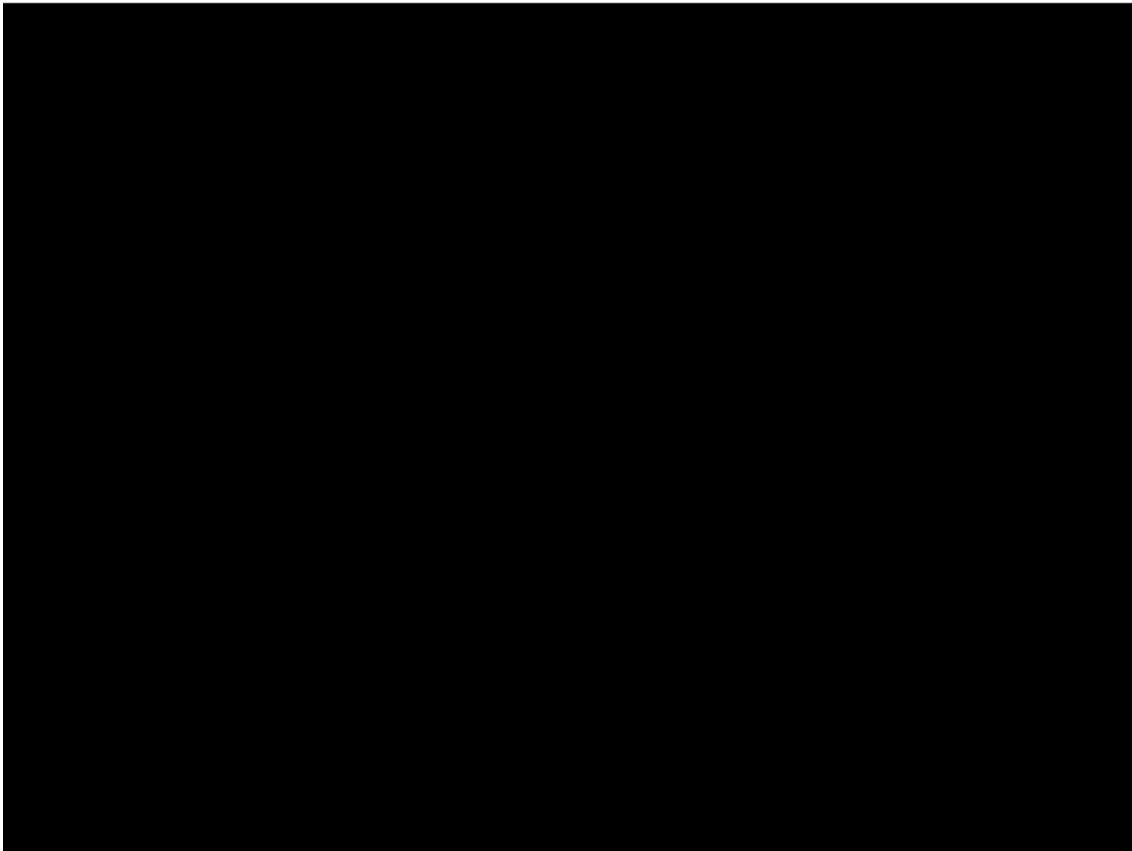
- ◆ Adquisición de las marcas de arroz de Kraft Foods en Alemania, Dinamarca y Austria . Las marcas compradas son Reis-Fit®, comercializada en Alemania y Austria, y Ris-Fix®, que se comercializa en Dinamarca. La cifra de ventas de las dos marcas sumaron un total de 21 millones de euros en 2002
- ◆ La combinación de Reis Fit® y la marca Oryza®, ya presente en este mercado, ha convertido a Euryza en el líder del mercado de marcas de arroz de Alemania con el 22% del mercado. Asimismo, la adquisición de la marca Ris-Fix® ha permitido su entrada en el mercado danés de marcas de arroz.
- ◆ Reis Fit & Ris Fix venden 8.000 tns



Ratios significativos

- ◆ Los márgenes obtenidos son satisfactorios 27,8% ebitda/vtas.
- ◆ No tiene ni activos fijos ni deuda.

(000 euros)	2003
Ventas	17.000
Ebitda	4.719
Ebitda/Vtas	27,8%
EV/Ebitda	4,5
P/Ventas	1,2
PER	9,7



Descripción

- ◆ **STEVENS & BROTHERTON:** Compañía comercializadora de productos alimentarios filial de Riviana Foods suministrando los mismos a las grandes cadenas, distribuidores y productores en Inglaterra.

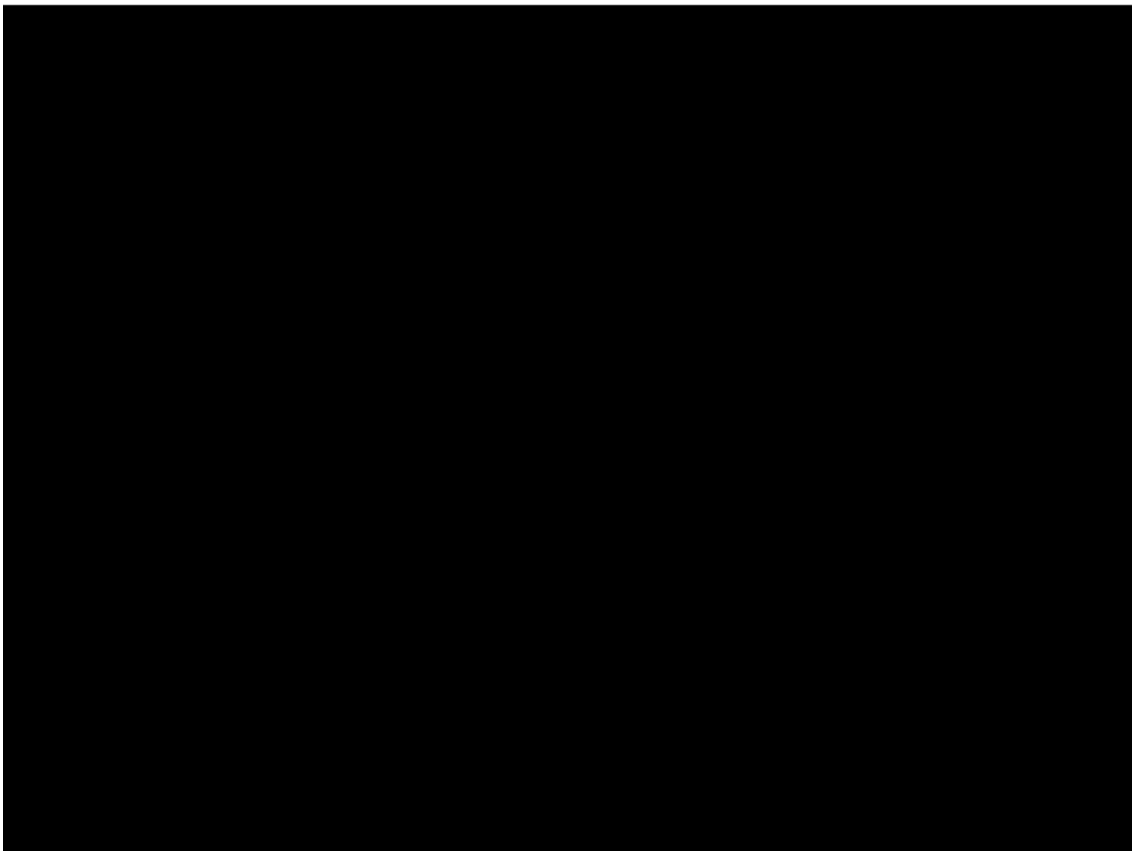
- ✓ Su negocio esta dividido en tres áreas:

Retail

Ingredientes / Industrial

Mercado étnico.

- ✓ S&B esta especializada en la venta como ingrediente industrial de arroz, pasta, fruta seca y congelada, fruta y vegetales en lata. En el mercado étnico su marca "Phoenix" ha estado en el mercado durante los últimos 40 años convirtiéndola en una las más conocidas y prestigiosas marcas de arroz en el Reino Unido. "Phoenix" es probablemente la mas popular marca usada en los restaurantes chinos y take-aways estando también a la venta en los todos los "cash & carry" étnicos de UK e Irlanda.



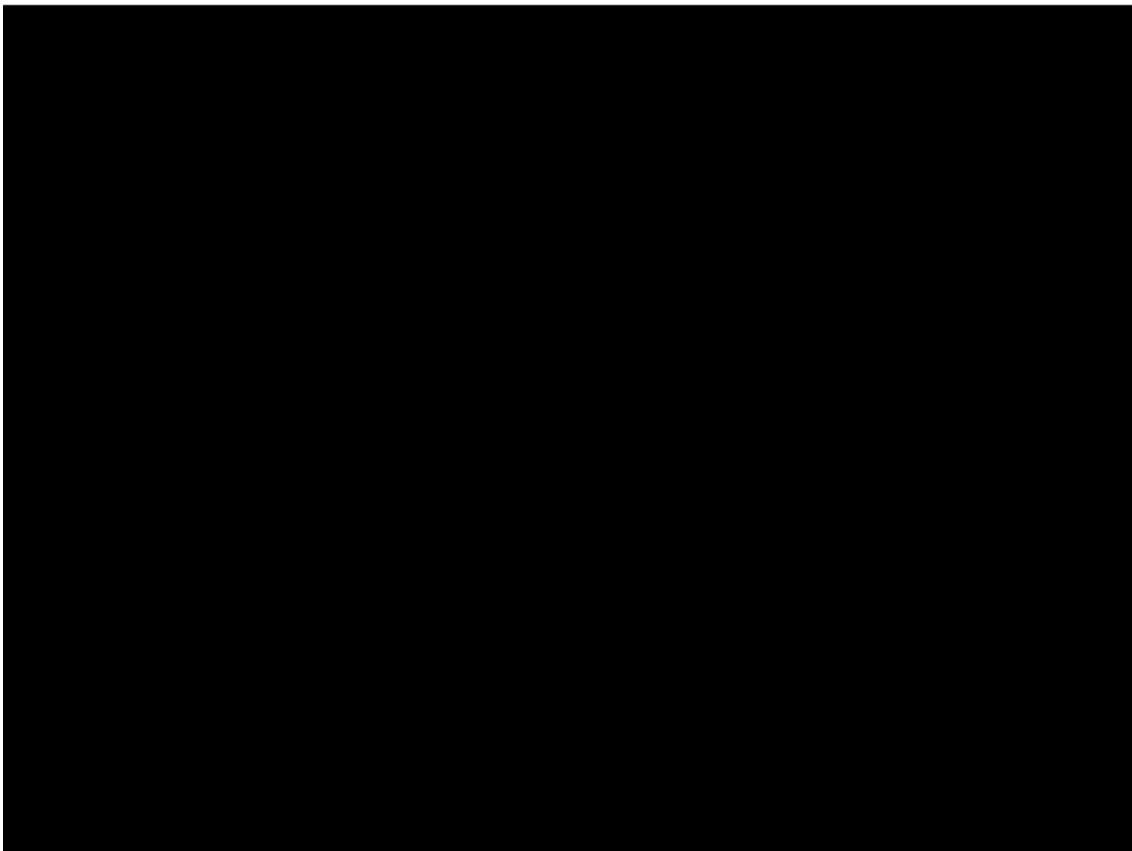
Ratios significativos

- ◆ Adjuntamos en el siguiente cuadro los resultados en el 2003 de Joseph Heap, Stevens & Brotherton y los presupuestos de la joint venture para 2004 en el que ya se puede ver el efecto beneficioso de la fusión sin haber tenido tiempo material para implantar las diferentes sinergias.

<i>Cifras en '000 Euros</i>	<i>HEAP 03</i>	<i>S&B 03</i>	<i>S&B HERBA 04</i>	<i>Incr(%)</i>
Ventas / Ingresos Explotacion	31.299	50.098	83.727	
Coste de ventas	-25.568	-44.131	-68.342	
MARGEN BRUTO	5.731	5.968	15.386	31,51
Amortizacion	-434	-59	-601	
Gastos comerciales & estructura	-3.816	-4.496	-11.109	
RESULTADO EXPLOTACION	1.481	1.412	3.676	26,97
Resultados Financieros	-27	45	-163	
Resultados Extraordinarios	0	-106	0	
BENEFICIO ANTES IMPUESTOS	1.454	1.351	3.512	25,12
Impuestos	-361	-335	-1.035	
Minoritarios	-29	0	-43	
BENEFICIO NETO	1.064	1.016	2.434	16,97

Descripción

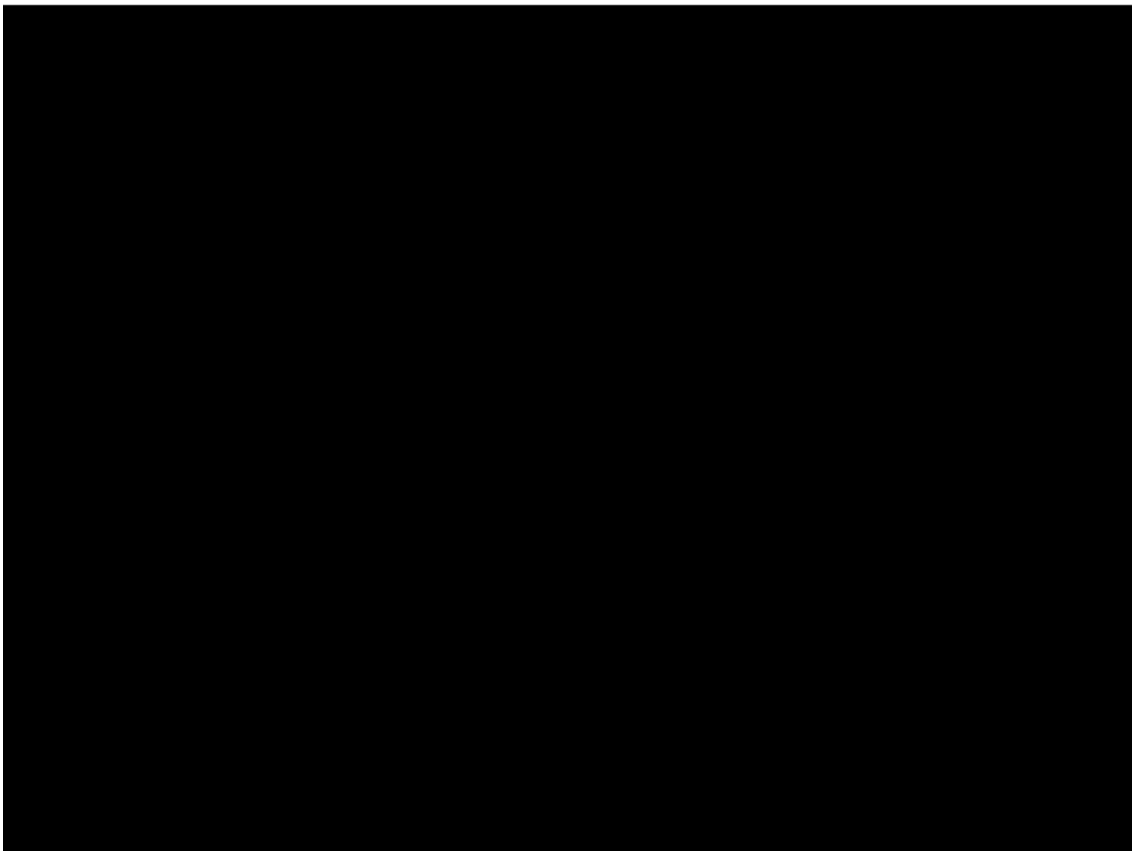
- ◆ Hungría es una de las economías más sólidas y grandes de la Europa del Este: Crecimiento PNB +3,3 %, PNB/habitante 9.930 \$US en 2002. Su ingreso en la UE tendrá lugar el 1 de Mayo 2004. Sin embargo, su divisa no será € hasta una fecha a definir.
- ◆ Consumo de arroz per capita moderadamente elevado (4,5 kg/habitante) y creciente: +6% en valor en el último año (mercado de consumo)
- ◆ Riceland, vende 12.000 tns de arroz y es la marca líder del mercado húngaro de arroces: 26,5% en volumen y 32% en valor. Teniendo un 46% en volumen en el segmento de envase de cartón, el de mayor valor añadido. Su marca es la marca premium.
- ◆ Empresa puramente comercial con estructura muy liviana, 5 empleados y sin instalaciones industriales.



Ratios significativos

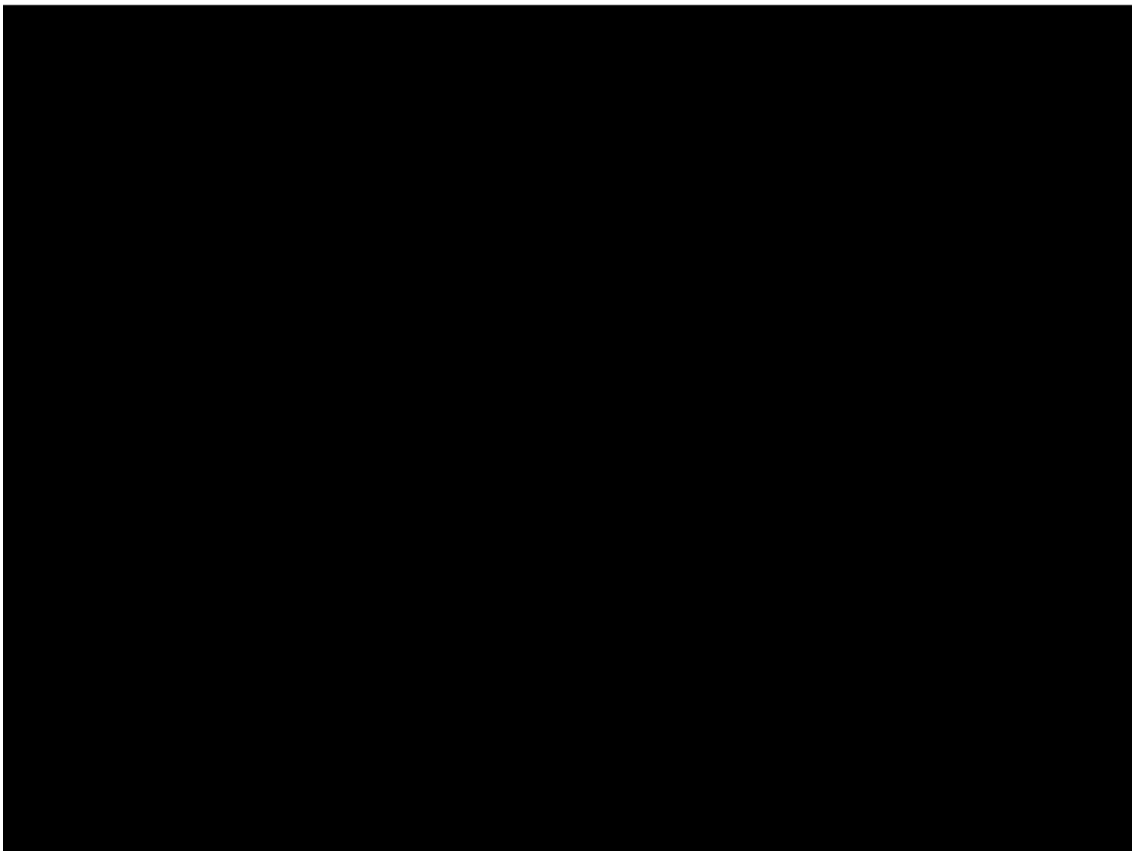
- ◆ Los márgenes obtenidos son satisfactorios 12,5% ebitda/vtas.
- ◆ No tiene ni activos fijos ni deuda.
- ◆ Los resultados obtenidos han sido mejor que los estimados al cierre de la operación.

(000 euros)	2003	2002
Ventas	6.729	6.983
Ebtida	858	872
Ebitda/Vtas	12,8%	12,5%
P/Ventas	0,4	
PER	4,6	



Lógica de la operación

- ◆ Con este producto, nuestra oferta a los clientes actuales se completa y accedemos a otros que adquieren el arroz blanco para su procesado(congelado).
- ◆ Esperamos poder alcanzar una posición muy relevante tanto en el suministro a fabricantes que compran arroz congelado como, proponer a fabricantes integrados, que nos confíen esa parte de su cadena de valor. Nosotros, por nuestro conocimiento y palanca sobre la materia prima, podríamos ejecutar con mayor eficiencia que ellos.
- ◆ El proyecto incluye el estudio de una segunda instalación en la zona entre Calais-Amberes, que suministraría a los fabricantes franceses e ingleses de platos preparados.
- ◆ El proyecto es una parte de un enfoque más global que supone el ir avanzado en procesos de creciente valor añadido y por tanto, defensa competitiva.



Ratios significativos

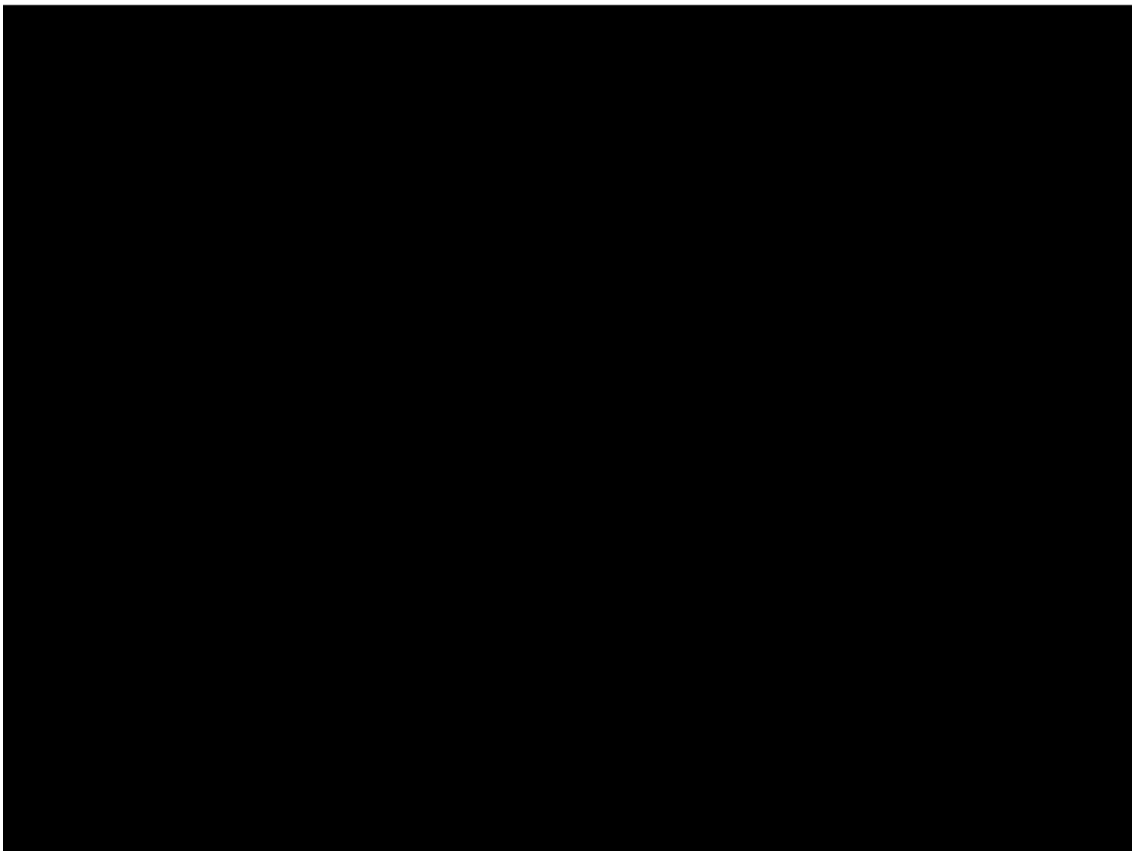
- ◆ La valoración alcanzada se ha basado en un concepto de 4xEbitda medio 2002+2003, una vez eliminados los efectos no recurrentes.
- ◆ Los resultados obtenidos han sido mejor que los estimados al cierre de la operación.

(000 euros)	2003	2002
Ventas	15.476	15.669
Ebitda	4.052	3.928
Ebitda/Vtas	26,2%	25,1%
EV/Ebitda	4,64	
P/Ventas	1,32	
PER	11,57	

3.2. MEJORAS OPERATIVAS (...)

Para el año 2004, se prevé profundizar más todavía en este tipo de actuaciones, tendentes a incrementar nuestra competitividad del Grupo en España, para lo cual hay importantes proyectos en estudio:

- ◆ Proyecto de reorganización industrial, que podría llevar a potenciar algunas de las plantas de producción, desplazando a otras.
- ◆ Proyecto de reorganización de las redes comerciales en España, concentrando recursos y aprovechando las sinergias inherentes, con el objetivo de disponer de una sola potente estructura que facilite la introducción de la nueva gama de productos.



3.3. NUEVOS PRODUCTOS (...)

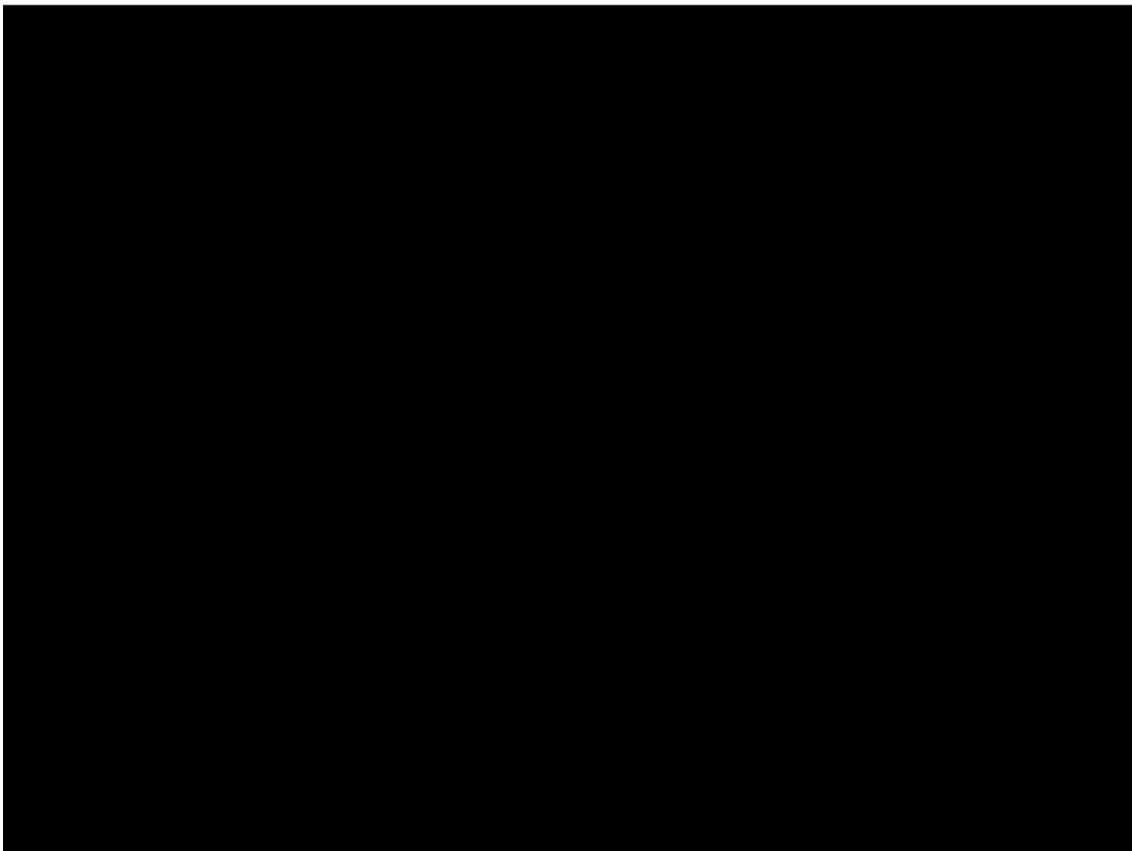
En España, la notoriedad y efectividad de la campaña de lanzamiento realizada en verano / otoño 2003 ha posibilitado multiplicar por 6 las ventas de arroces cocinados de nuestro competidor SOS con una campaña de similar intensidad:

VENTAS NOVEDADES ARROZ

Fuente: Nielsen Escaner Península

ESPAÑA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA
	43-03	44-03	45-03	46-03	47-03	48-03	49-03	50-03	51-03
BRILLANTE	6,45	9,37	6,73	6,92	6,19	7,29	6,54	6,29	6,56
	23.973	35.480	25.067	25.907	23.093	27.413	24.587	23.400	24.507
Otros	1,6	1,32	1,18	1,16	1,04	1,15	0,94	0,85	0,94
	5.818	4.800	4.291	4.218	3.782	4.182	3.418	3.091	3.418

El éxito de esta nueva línea de productos ha sido tal que, actualmente, ha sido necesario ampliar las instalaciones de producción, inicialmente previstas para una introducción mucho más discreta.



Advertencia

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.

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

