



COMISION NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES  
Paseo de la Castellana, 19  
28046 – Madrid –

### **COMUNICACIÓN HECHO RELEVANTE**

Madrid, 26 de enero de 2007

De conformidad con lo previsto en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, por medio de la presente se procede a comunicar para su incorporación a los registros públicos de la Comisión Nacional del Mercado de valores, el siguiente hecho relevante:

Con fecha 24 de enero, Grupo Campofrío ha firmado un acuerdo con la Compañía francesa Maisadour Vivadour Val de Sèvre Holding para la venta del 100% de las acciones del Grupo Montagne Noire por un importe aproximado de 14 millones de euros. La operación que se encontraba sujeta a la aprobación del Consejo de Administración de la compañía matriz del Grupo comprador ha obtenido ya dicha aprobación.

El Grupo Montagne Noire está especializado en la venta de productos delicatessen dentro del sector de los elaborados cárnicos, especialmente salchichón y jamón de Bayonne.

Campofrío realiza este movimiento de acuerdo con las líneas estratégicas definidas para el área internacional, donde el Grupo se ha marcado como objetivo estar presente en países con potencial y donde pueda ocupar los puestos número uno o dos del mercado o de los segmentos en los que compita, asentándose en el desarrollo de sus marcas.

Lo cual se comunica a los efectos legales oportunos.

Atentamente,

Fdo. Alfredo Sanfeliz Mezquita  
Secretario del Consejo de Administración

Se adjunta Nota de Prensa



## **CAMPOFRÍO DESINVIERTE SU FILIAL FRANCESA MONTAGNE NOIRE POR 14 MILLONES DE EUROS**

**Madrid – 26 de enero de 2007.** El Grupo Campofrío ha firmado un acuerdo con la Compañía francesa Maisadour Vivadour Val de Sèvre Holding para la venta del 100% de las acciones del Grupo Montagne Noire por un importe aproximado de 14 millones de euros.

Esta filial, que la compañía adquirió en 1999, es actualmente la tercera del sector por cuota de mercado en Francia y en el primer semestre de 2006 facturó 38,9 millones de euros, con un EBITDA de 1,1 millones de euros.

Esta operación responde a la estrategia de marca de la compañía, cuyo objetivo es ser el primer o segundo operador en los países y mercados en los que compita, como ocurre actualmente es las áreas geográficas donde está presente donde ocupa posiciones de liderazgo a través de sus filiales Campofrío Portugal, Tabco en Rumanía y Campomos en Moscú, área de influencia de esta filial.

La venta de Montagne Noire, que producía mayoritariamente marca de distribución debido fundamentalmente a las particularidades del mercado francés, permite que la división internacional de Campofrío se ajuste totalmente a la estrategia de marca del Grupo, que Campofrío sigue reforzando con su apuesta constante por la calidad y la inversión en I+D+i y marketing.

Del mismo modo, con esta desinversión el Grupo mejora su posicionamiento para hacer frente a nuevas oportunidades de crecimiento que permitan crear valor para los accionistas.

### **Acerca del Grupo Campofrío**

Campofrío es la compañía internacional de alimentación y nutrición líder del mercado de elaborados cárnicos en España. Con una clara orientación al consumidor, tiene inversiones en tres continentes e instalaciones industriales en cuatro países, llegando a más de 250 millones de consumidores en más de 40 países en el mundo.

El Grupo Campofrío ha adaptado su filosofía de Vida Sana como estilo de vida en el que se reflejan sus propias claves: continua búsqueda de productos



saludables que proporcionen la máxima satisfacción a los consumidores y aseguren la mejora de su calidad de vida.

Con una plantilla de 5.713 personas, la facturación del Grupo Campofrío en 2005 ascendió a 911 millones de euros. Cotiza en la Bolsa de Madrid y tiene una capitalización bursátil de 723.851.000 euros (enero de 2007).

Para más información:  
SERFUSIÓN  
Miguel Angel Fernández Algaba  
+34 91 597 18 26