



Alimenta tu vida



PRIMER TRIMESTRE 2008

AVISO LEGAL



Esta presentación ha sido realizada por la Compañía con el fin único de ser empleada para la presentación de los resultados del Grupo correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2008. Todas las cifras vienen expresadas bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), salvo que se especifique lo contrario.

La información recogida en este documento y cualquiera de sus datos sobre proyecciones o estimaciones a futuro no han sido verificados de forma independiente, y la compañía no se responsabiliza de ninguna manera de que la información u opiniones contenidas en el presente documento sean exactas y completas.

Ni la Compañía, ni ninguno de sus asesores o representantes, tendrá responsabilidad alguna (por negligencia o cualquier otro tipo) de los daños o perjuicios cualesquiera, derivadas de cualquier uso del presente documento o de su contenido o en conexión con este documento.

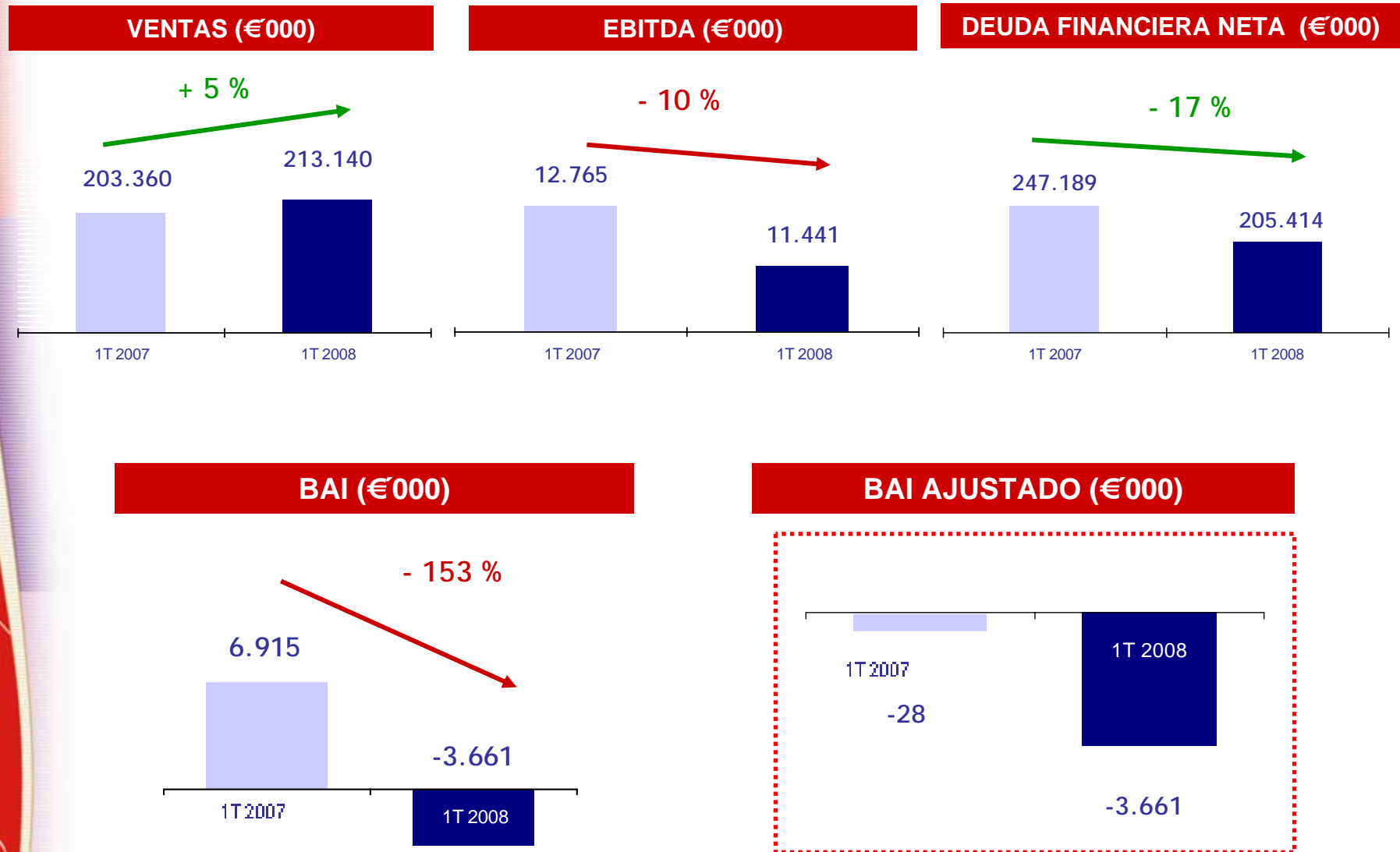
Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

A DESTACAR EN EL PRIMER TRIMESTRE



- Mejora de las ventas del Grupo en un 5% este primer trimestre
- Mejora de la Deuda Financiera Neta del Grupo gracias a una sólida generación de caja
- El Consejo de Administración propondrá a la Junta General de Accionistas, a celebrar el día 17 de junio de 2008, el reparto de un dividendo en especie mediante la entrega de 1.698.185 acciones propias, en la proporción de 1 acción de la autocartera por cada 30 acciones de las que cada accionista sea titular, así como un dividendo en metálico por importe de 12 millones de euros
- Resultados a nivel de Grupo por debajo del año anterior debido fundamentalmente a:
 - Resultado extraordinario en el primer trimestre de 2007 de aproximadamente 7M€ por la venta de la filial francesa
 - Debilidad en los resultados de Rusia
 - Ventas menores en marzo de 2008 versus año anterior por calendario de Semana Santa
- Continua mejora del acercamiento y comunicación con los mercados

EVOLUCIÓN FINANCIERA DEL GRUPO



BAI 2007 incluye ingresos de 6.9 M€ correspondientes a parte del resultado consolidado de la venta de la filial francesa (Montagne Noire).



IBERIA

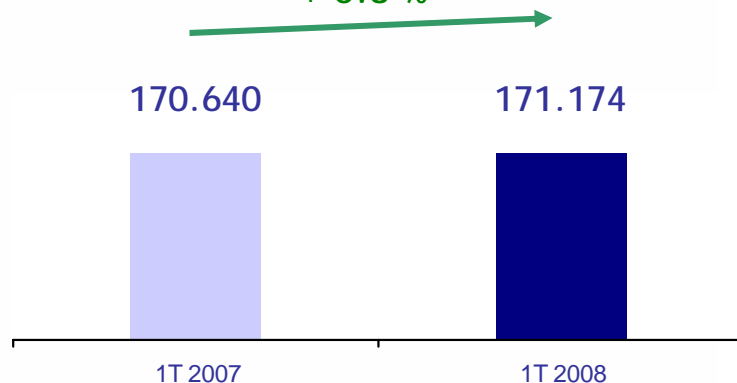
EVOLUCIÓN FINANCIERA IBERIA (Sin Carnes Selectas)



VENTAS (€'000)

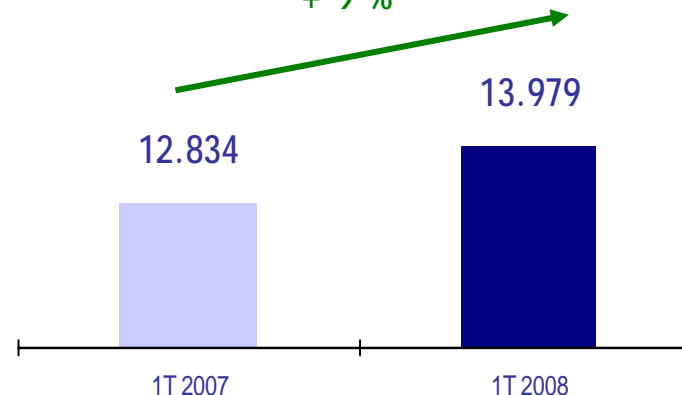
Ventas agregadas

+ 0.3 %



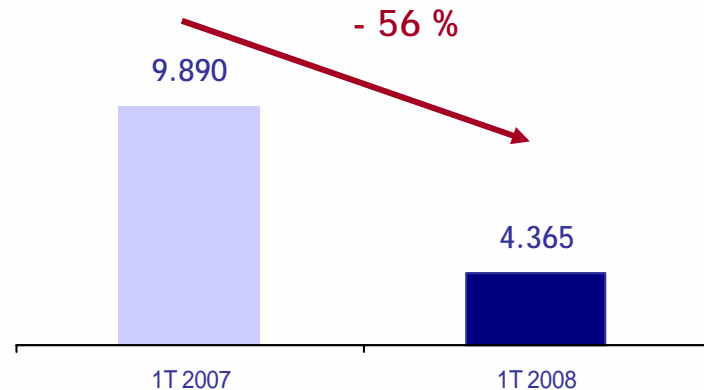
EBITDA (€'000)

+ 9 %



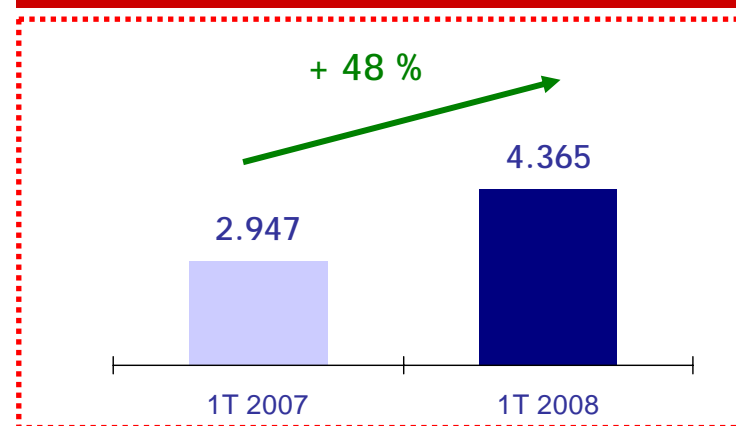
BAI (€'000)

- 56 %



BAI AJUSTADO (€'000)

+ 48 %

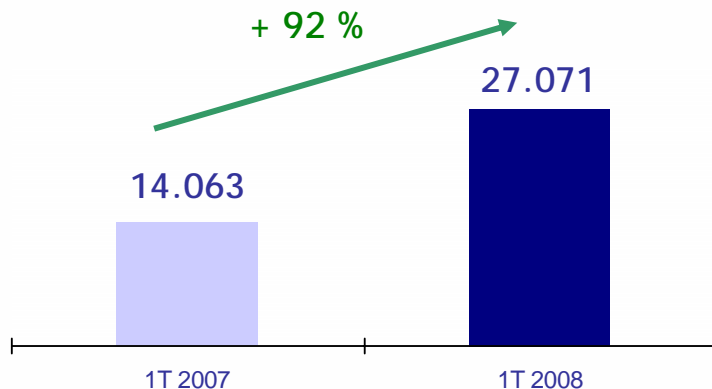


- BAI 2007 incluye ingresos de 6.9 M€ correspondientes a parte del resultado consolidado de la venta de la filial francesa (Montagne Noire). Si eliminamos este extraordinario, el BAI proforma supone un incremento del 48% respecto al mismo periodo del año anterior
- Otro punto importante que desvirtúa los resultados de perímetro comparable es la Semana Santa, que 2008 ha coincidido en el primer trimestre perjudicando el volumen de ventas

EVOLUCIÓN FINANCIERA UNIDAD DE FRESCOS

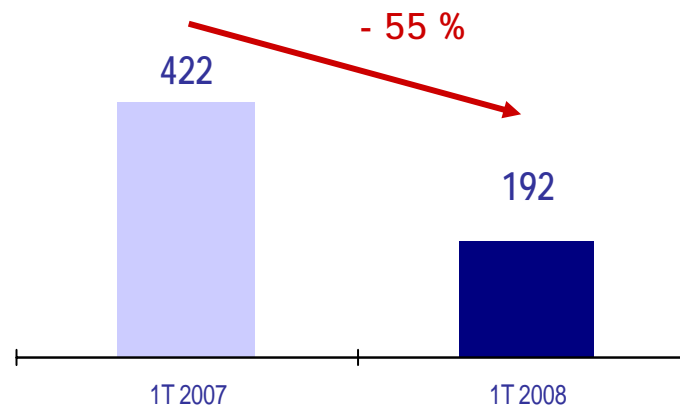


VENTAS (€000)

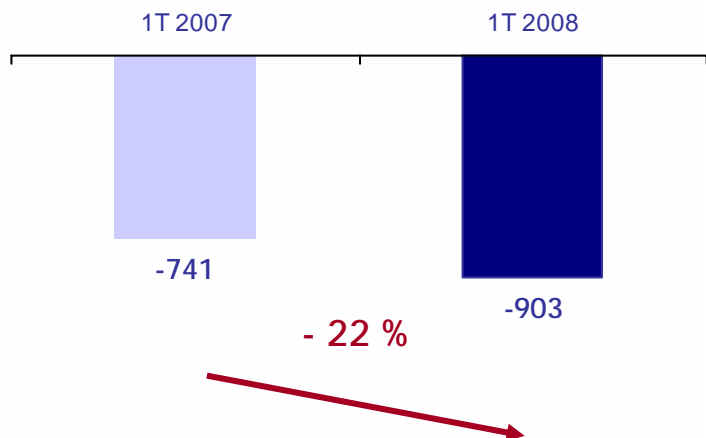


No incluye ventas "intercompany"

EBITDA (€000)



BAI (€000)



- 2008 incrementa la cifra de aprovisionamiento más que proporcionalmente al incremento de ventas, debido a la estrategia de anticipo de compra de materia prima como consecuencia del esperado incremento del precio. Esto implica un menor Ebitda en 2008

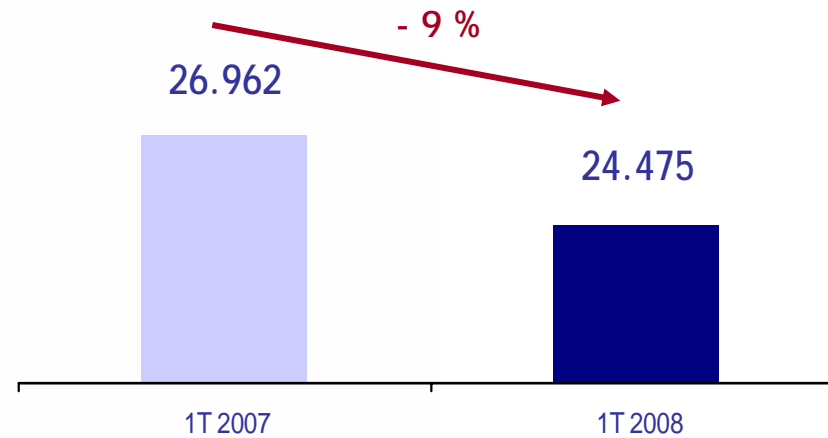


DIVISIÓN INTERNACIONAL

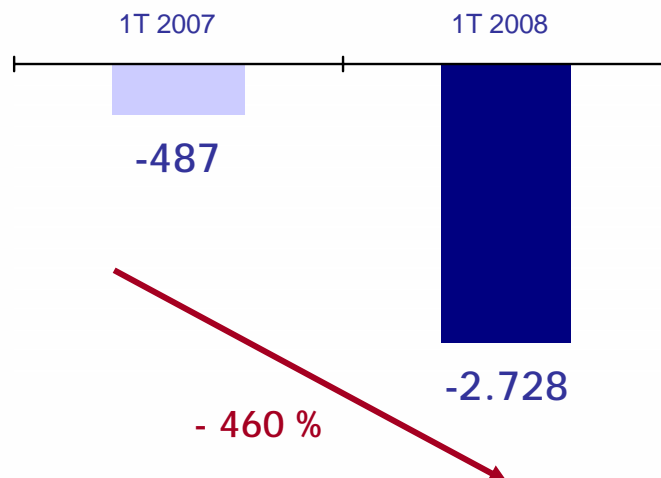
EVOLUCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL



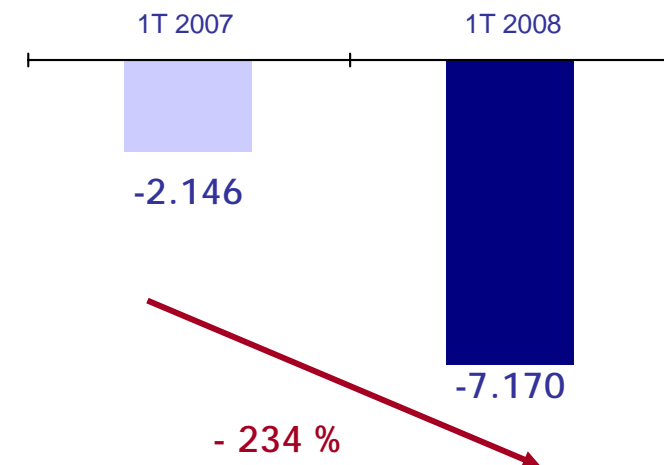
VENTAS (€'000)



EBITDA (€'000)



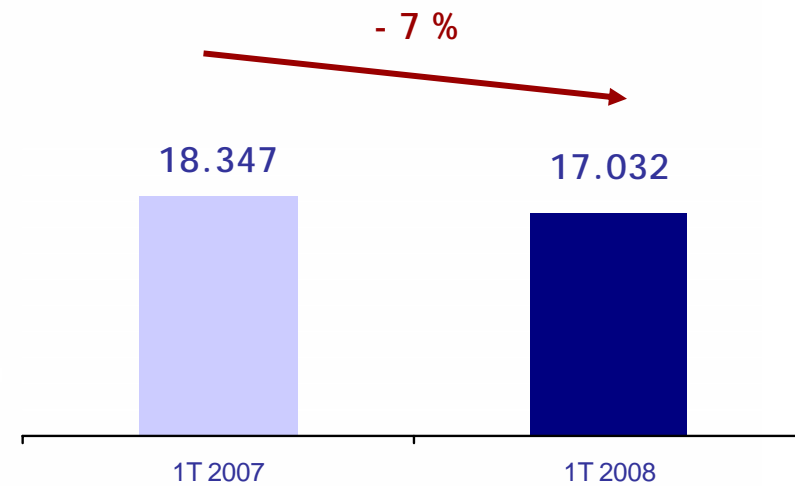
BAI (€'000)



EVOLUCIÓN FINANCIERA RUSIA

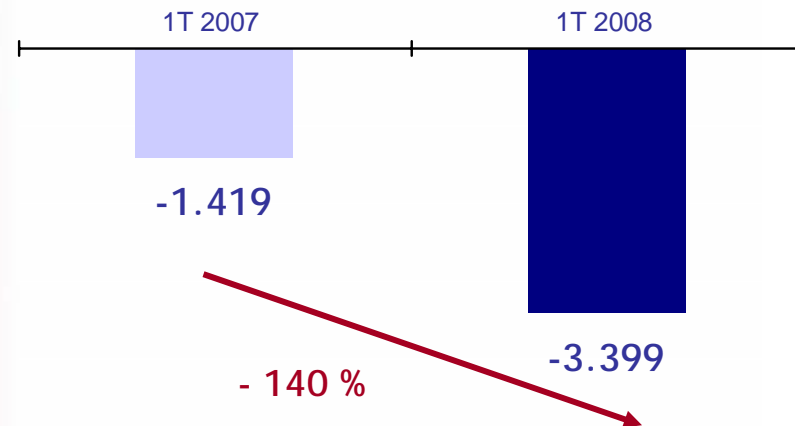


VENTAS (€'000)

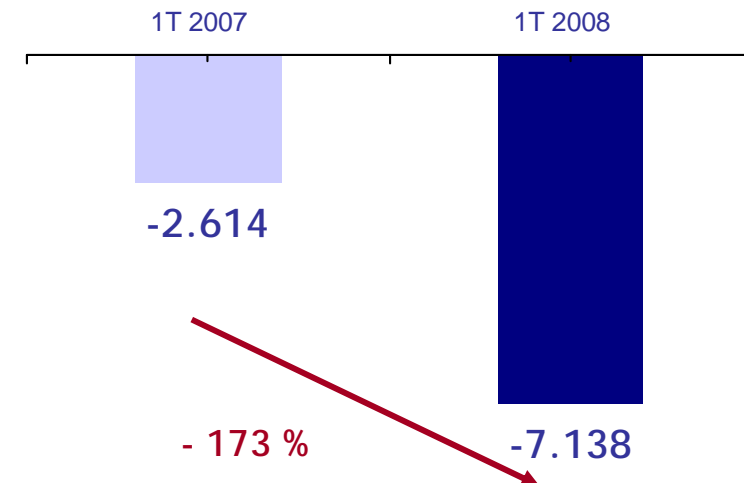


- Posición de liderazgo en moderna distribución, anticipándonos al trasvase esperado que se producirá en el mercado, donde todavía la distribución tradicional tiene mucha fuerza
- Continúa la presión del precio de la materia prima en este primer trimestre

EBITDA (€'000)



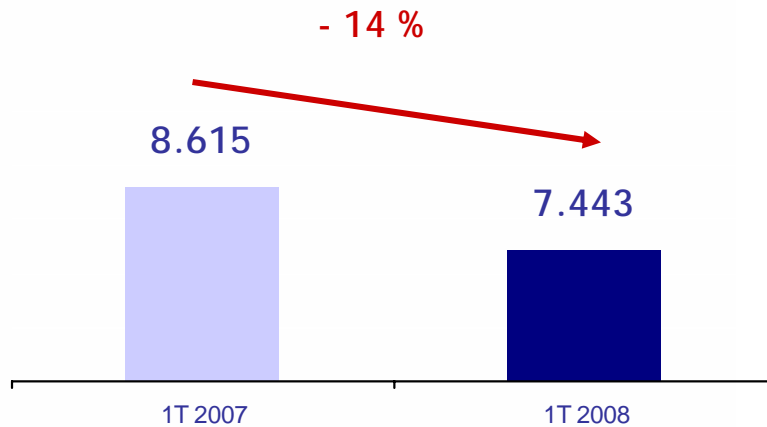
BAI (€'000)



EVOLUCIÓN FINANCIERA RUMANIA

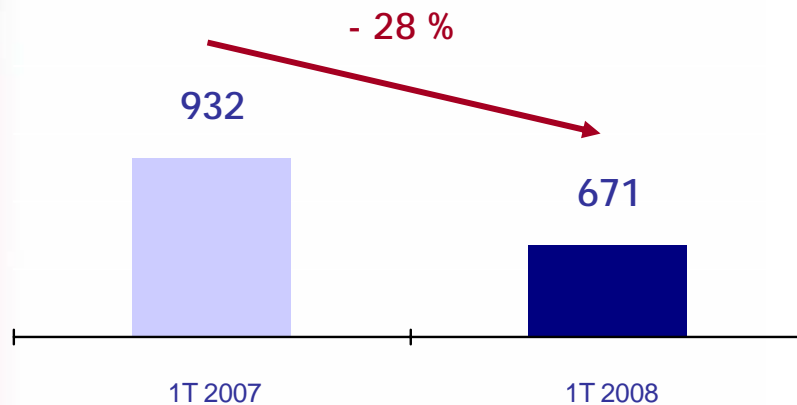


VENTAS (€000)

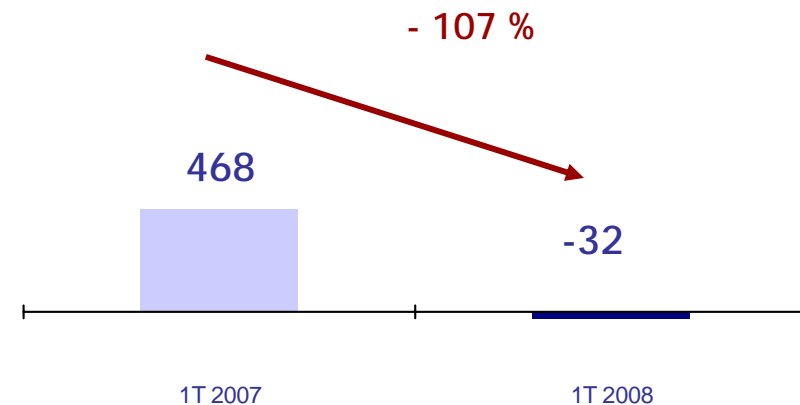


- Defensa de la situación de liderazgo, limitados por la capacidad actual instalada
- Continúan los planes de la Compañía para incrementar capacidad en el país y afrontar los planes de crecimiento futuro
- Impacto negativo de las diferencias de tipo de cambio (~178.000€)

EBITDA (€000)



BAI (€000)





CONCLUSIONES

RETOS CLAVE PARA EL AÑO



- Iberia se mantiene como motor de crecimiento del Grupo pese al entorno adverso actual, demostrando la fortaleza del Grupo Campofrio y sus marcas
- 2008, año clave para la puesta en valor de la filial rusa



Alimenta tu vida

**“ Campofrío cuida de ti y de tu familia
con sabor & equilibrio en cada
momento, y en cada lugar ”**

