



Alimenta tu vida

**RESULTADOS
PRIMER
SEMESTRE 2007**



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 semestre del ejercicio 2007. Todas las cifras vienen expresadas bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), salvo que se especifique lo contrario.

La información financiera consolidada relativa al primer semestre 2006 ha sido modificada como consecuencia de la reclasificación como operaciones discontinuadas en primer semestre 2006 del resultado de aquellas actividades que han sido clasificadas como tales en el primer semestre 2007.

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.

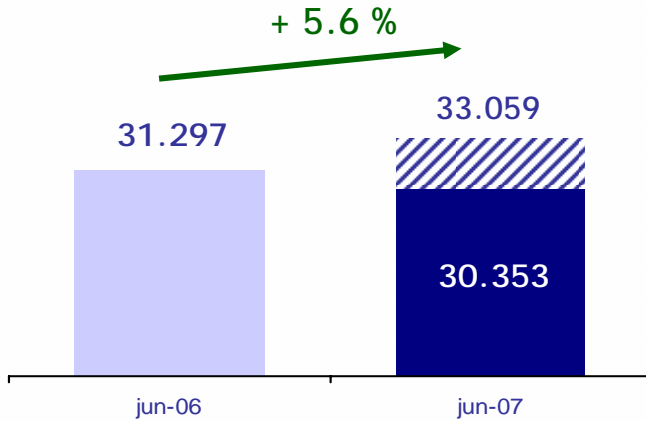
Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

- Se mantiene en el primer semestre de 2007 la tendencia positiva de resultados operativos del Grupo si excluimos el efecto del restructuring en España.
- La evolución del BAI corresponde a unos mayores resultados extraordinarios positivos en el 2006, así como, a unas mayores cargas financieras en el 2007 por el efecto de los incrementos de tipos, las inversiones realizadas y el adelanto del dividendo en especie.
- Continúa siendo clave el consolidar la mejora de resultados operativos en nuestra filial rusa.
- El grupo Campofrio obtiene un 24 % de cuota de mercado para productos de libre servicio en España(*)

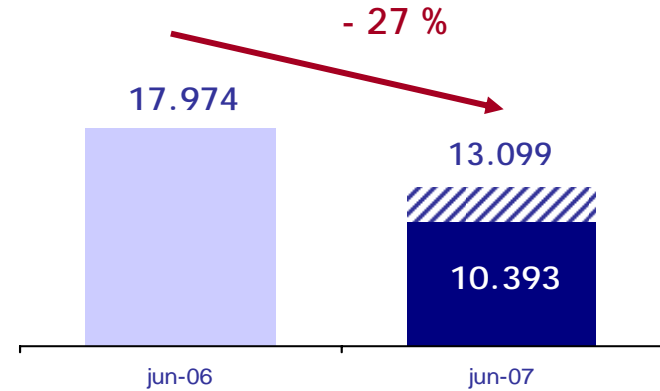
CIFRAS CLAVE GRUPO - JUNIO 07



EBITDA (€'000)

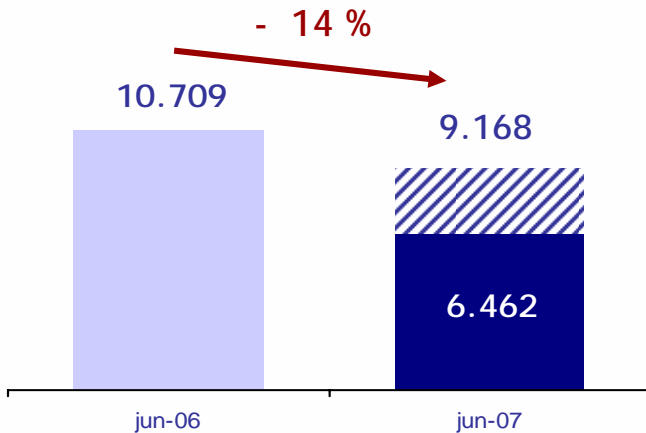


BAI (€'000)

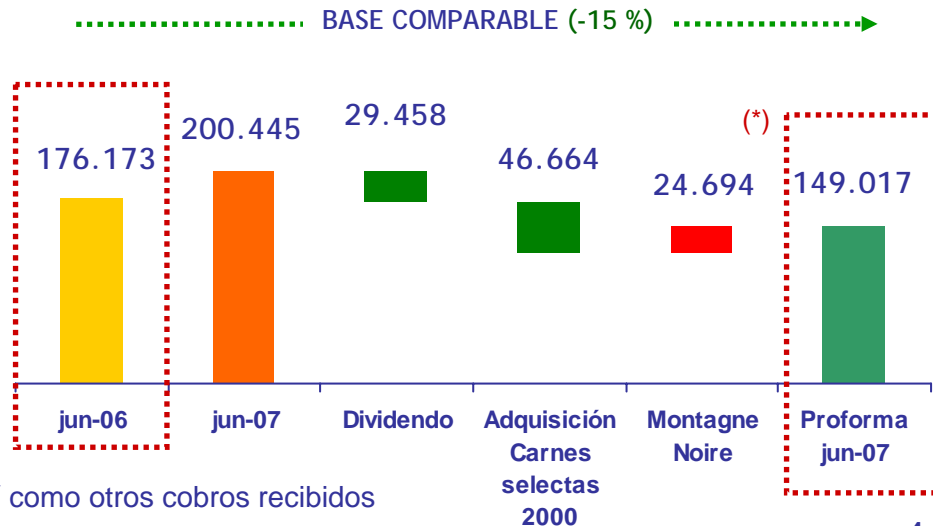


/// Datos 2007 incluyen un efecto neto por restructuring de -2.7M€

BDI ATRIBUIBLE (€'000)



DFN (€'000)



(*) 24.694 incluye DFN Montagne Noire a Junio 2007, así como otros cobros recibidos

Datos de Francia representados como resultados de Operaciones en Discontinuidad

P&L Resumida -JUNIO 07



(€000)	1S 2006	1S 2007	% Variac.
Ventas netas	394.412	439.042	11,3%
EBITDA	31.297	30.353	-3,0%
AMORTIZACIONES	13.903	16.032	15,3%
EBIT	17.394	14.321	-17,7%
Financieros	(8.134)	(10.597)	30,3%
Extraordinarios	8.714	6.670	-23,5%
BAI	17.974	10.393	-42,2%
BDI	10.709	6.462	-39,7%

Nota: El resultado de Francia se recoge como resultado por Operaciones en Discontinuidad

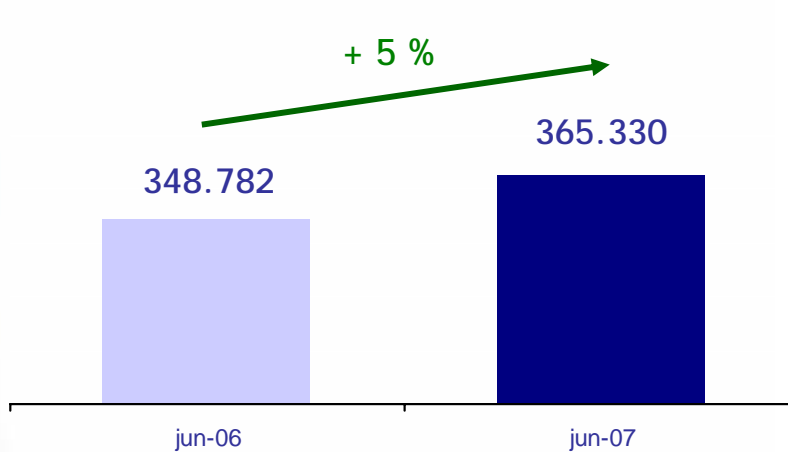


IBERIA

EVOLUCIÓN FINANCIERA IBERIA (Sin Carnes Selectas)

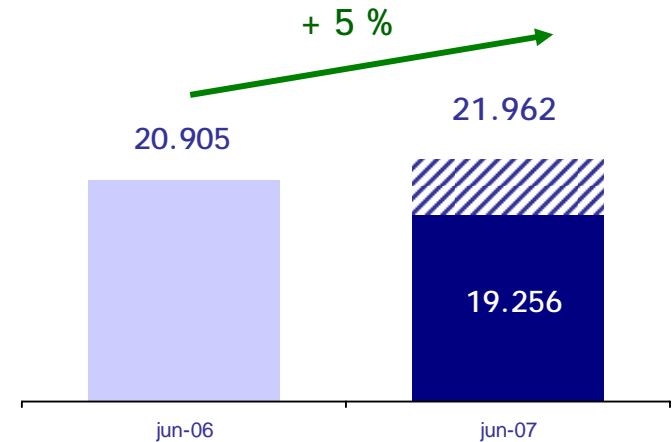


VENTAS* (€'000)

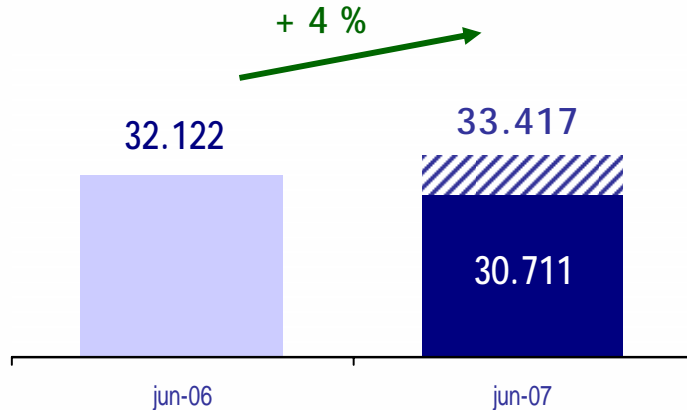


* Ventas agregadas

EBIT (€'000)



EBITDA (€'000)

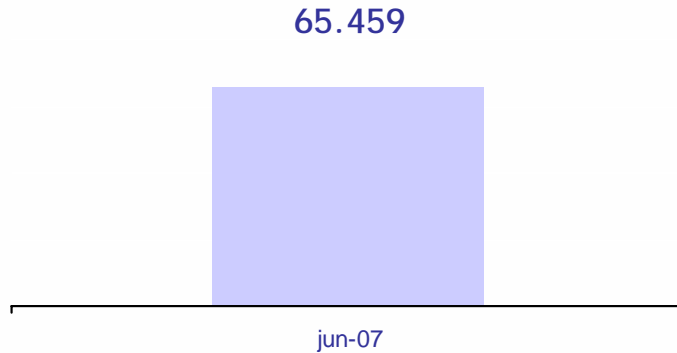


- 2007 incluye un efecto neto por un plan de reestructuración de 2.7M€. Implica un EBITDA proforma de Jun-2007 de 33,4M€, lo que supone un incremento del 4% comparado con el mismo periodo del año anterior.
- Últimos meses del semestre apuntan un débil consumo en alimentación, afectando al volumen de ventas.
- Dificultad para trasladar los incrementos de precio de mmpp al consumidor final. Se refleja principalmente en el jamón curado, cuya mmpp tuvo precios máximos en 06 y 07 es su periodo de venta.

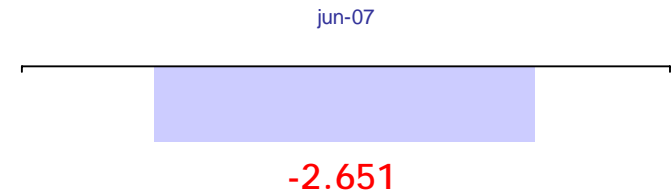
EVOLUCIÓN FINANCIERA Carnes Selectas 2000



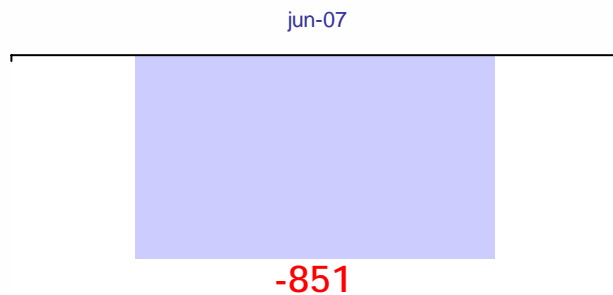
VENTAS (€000)



EBIT (€000)



EBITDA (€000)



- Debido a la estacionalidad del negocio, en este primer semestre se recogen los resultados menos positivos del año.
- Tras la reciente incorporación al grupo del matadero, aún no se ve reflejado el potencial esperado de dicha adquisición.

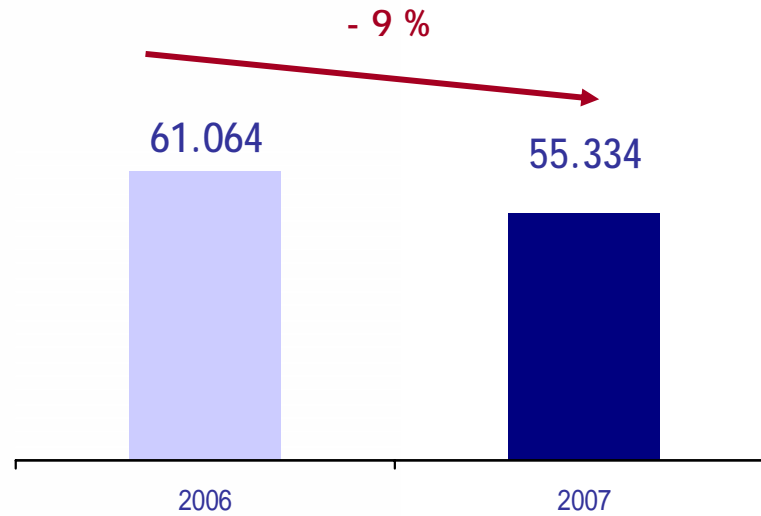


DIVISIÓN INTERNACIONAL

EVOLUCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL

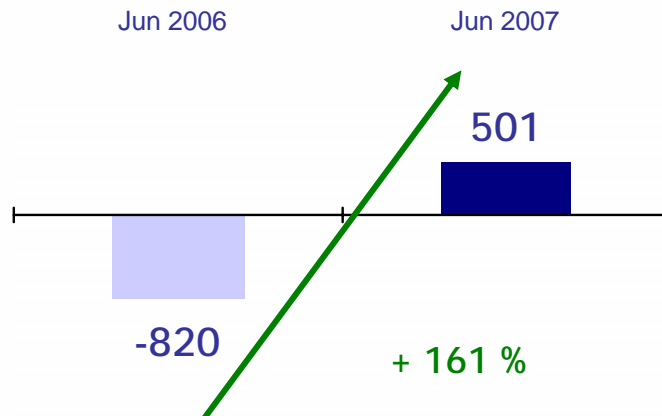


VENTAS* (€'000)

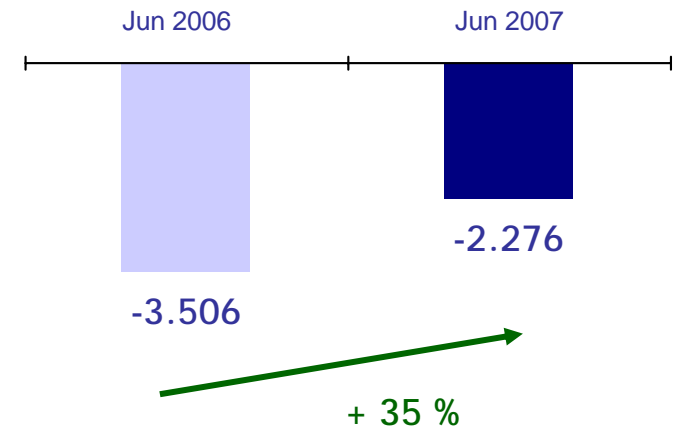


* Ventas agregadas

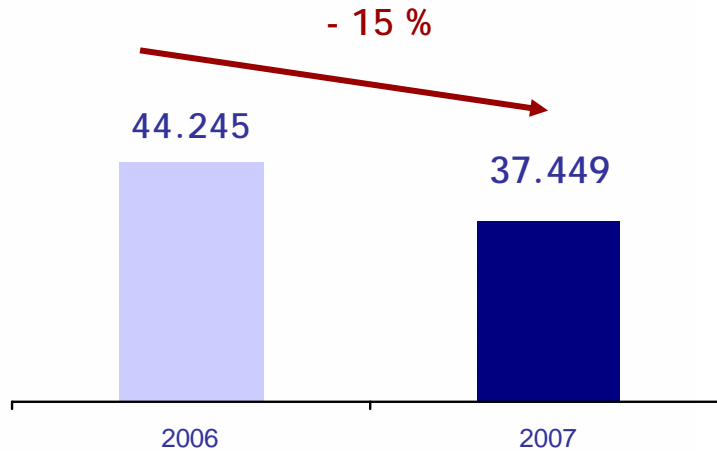
EBITDA (€'000)



EBIT (€'000)

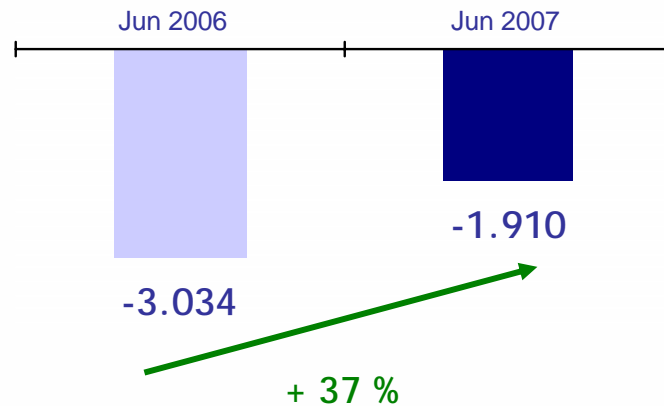


VENTAS (€000)

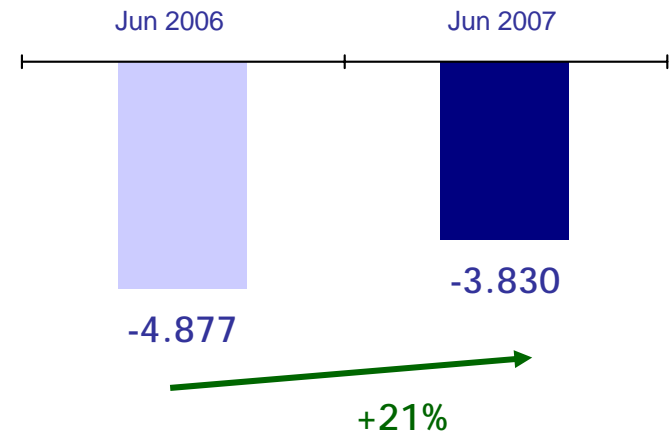


- Los resultados reflejan parte de la estrategia de mejora de la rentabilidad de la cartera de productos y la optimización comercial
- Continúa la mejora de resultados respecto al año anterior a nivel operativo

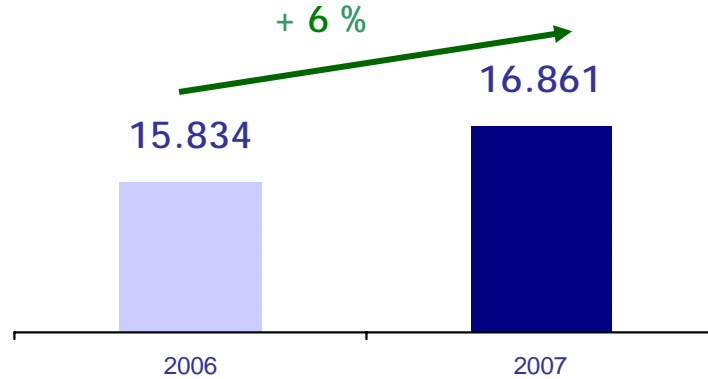
EBITDA (€000)



EBIT (€000)

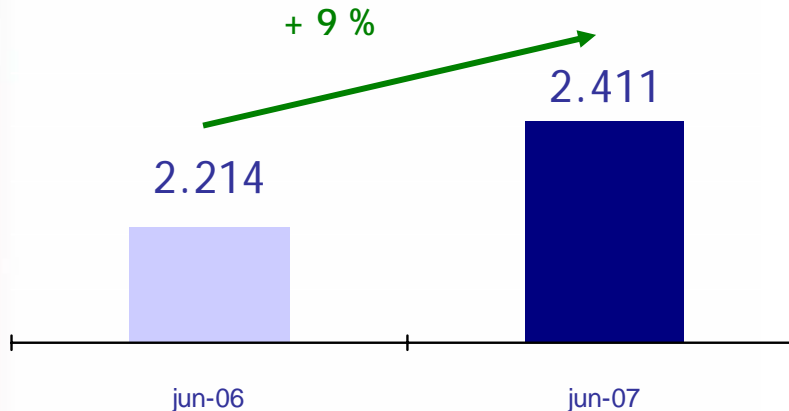


VENTAS (€'000)

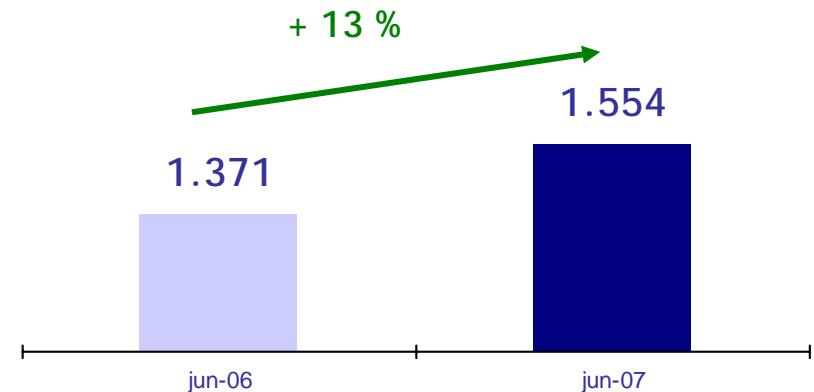


- Estrategia de defensa de la rentabilidad y posición en el mercado para mitigar el efecto de limitación de capacidad
- En marcha planes para incrementar la capacidad a mediados de 2008
- Mejora importante de la rentabilidad a nivel operativo en la filial

EBITDA (€'000)



EBIT (€'000)





CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Importantes inversiones en marketing e I+D, respaldando el liderazgo en los productos clásicos
- La filial rusa responde positivamente a la estrategia implementada y se espera a la consolidación de dichos resultados
- El Grupo cuenta con una sólida generación de caja y estructura financiera y mantiene abiertas las posibilidades de inversión en otros negocios que encajen con la estrategia