

**Campofrio**  
*Alimenta tu vida*



**TERCER TRIMESTRE 2008**

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 tercer 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.

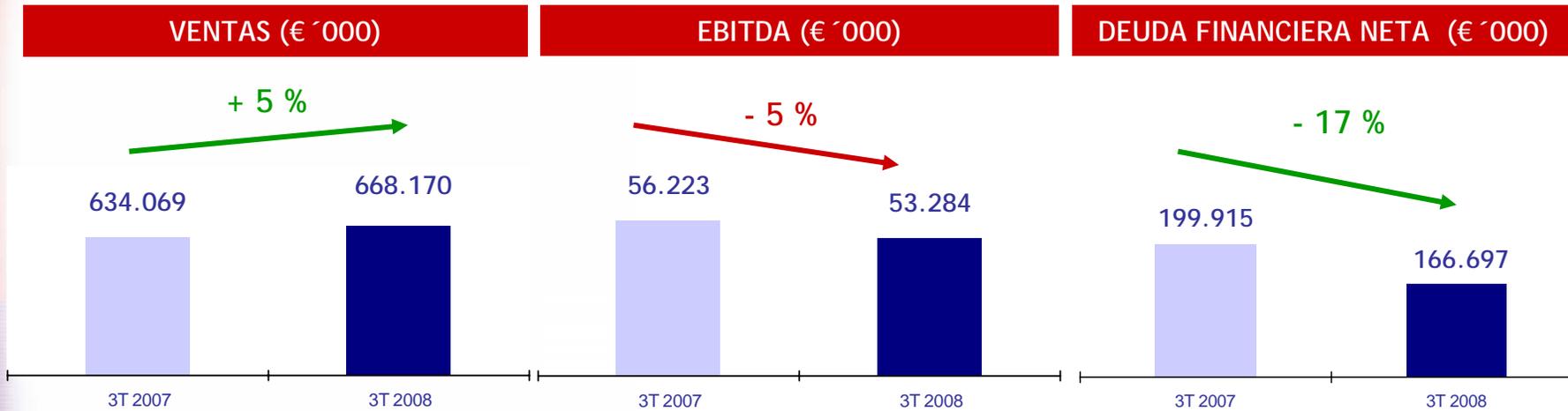
Este documento no representa oferta alguna o invitación a los inversores para que compren o suscriban acciones de ningún tipo y, de ninguna manera, constituye las bases de cualquier tipo de documento o compromiso.

# A DESTACAR EN EL TERCER TRIMESTRE

- Campofrio logra defender su marca en Iberia y mantener los resultados pese al difícil contexto actual de consumo y encarecimiento de materias primas
  - Se demuestra el liderazgo de la marca Campofrio con una mejora de las ventas del Grupo en 34M€ pese al incremento de las ventas de la marca de distribución
  - Las ventas de marca Campofrio en moderna distribución tienen un crecimiento superior al del mercado de marca
  - Crecimiento de loncheados y nuevos formatos de pizzas por encima de mercado
  - Disminuye la deuda financiera neta en un 17%
  
- Contexto de encarecimiento de las materias primas en los últimos meses:
  - El precio del cerdo vivo se incrementa en septiembre un 23% y en agosto un 13% en comparación con los mismos periodos de 2007. Otras materias primas importantes en nuestra formulación han sufrido crecimientos similares.
  
- En Rumania se trabaja en un plan de acción con objeto de mejorar la capacidad e intentar recuperar sus crecimientos en el corto plazo
  
- En octubre concluye positivamente la venta de la filial rusa Campomos a la compañía finlandesa Atria-Invest OY
  
- Se ha aprobado el reparto de un dividendo extraordinario de 47M€

# EVOLUCIÓN FINANCIERA DEL GRUPO

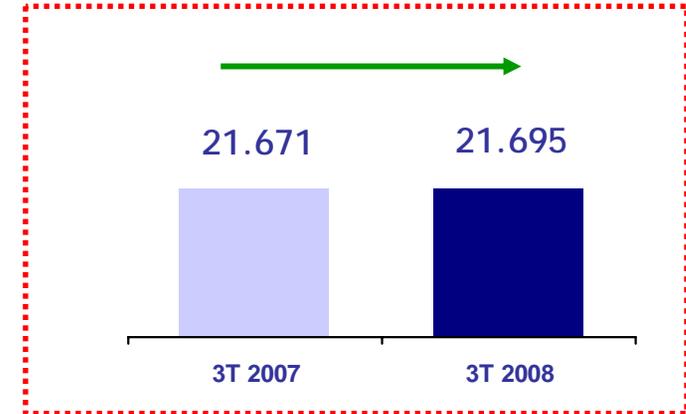
## (Operaciones en Continuidad)



### BAI (€ '000)

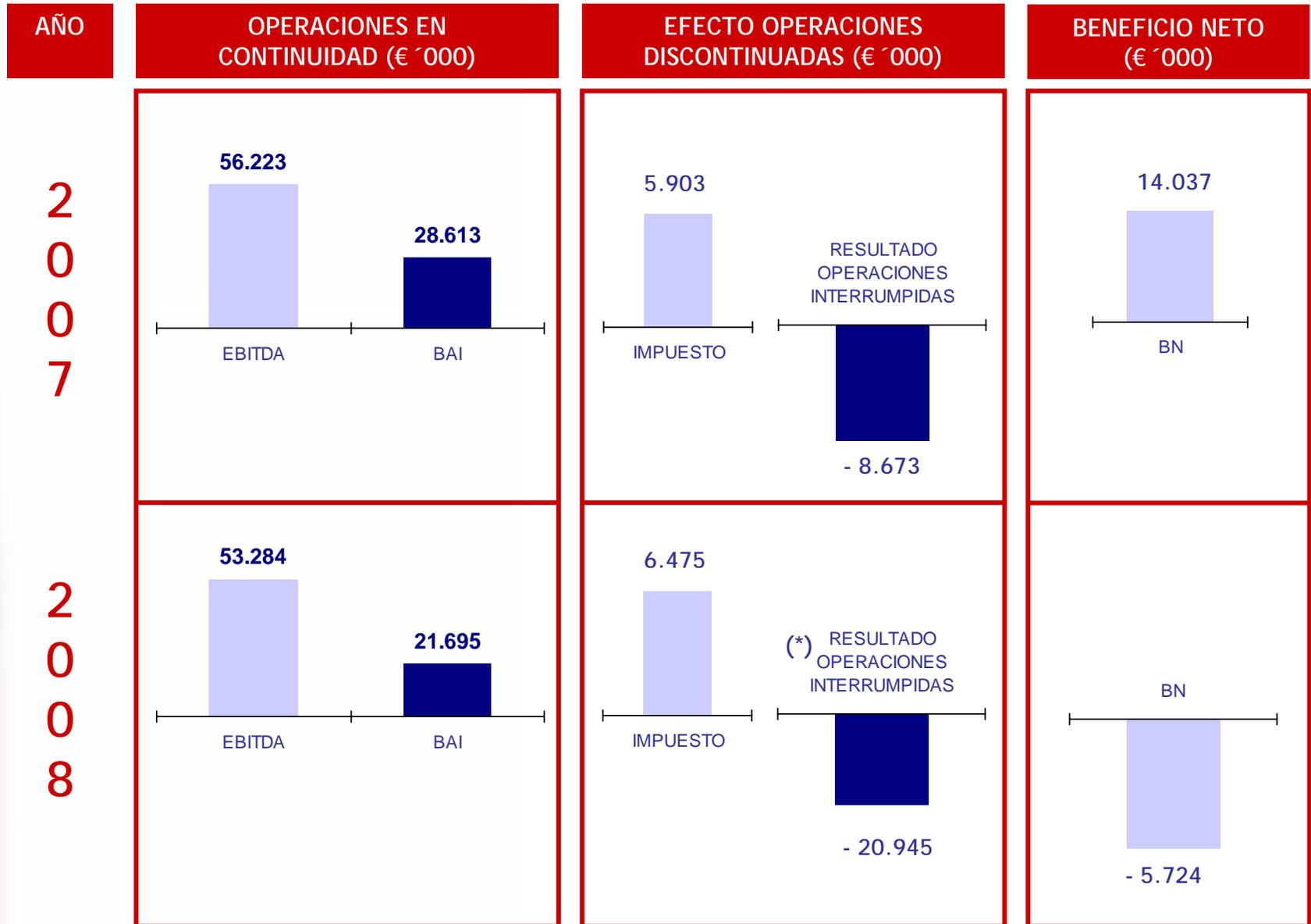


### BAI AJUSTADO (€ '000)



- Los datos de Rusia presentados como resultados de operaciones en discontinuidad
- 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 ajustado se mantiene respecto al mismo periodo del año anterior

# EVOLUCIÓN FINANCIERA DEL GRUPO II



(\*) Resultado de la venta de la filial Rusa Campomos en 2008



## RESULTADOS POR DIVISIÓN

# EVOLUCIÓN FINANCIERA IBERIA

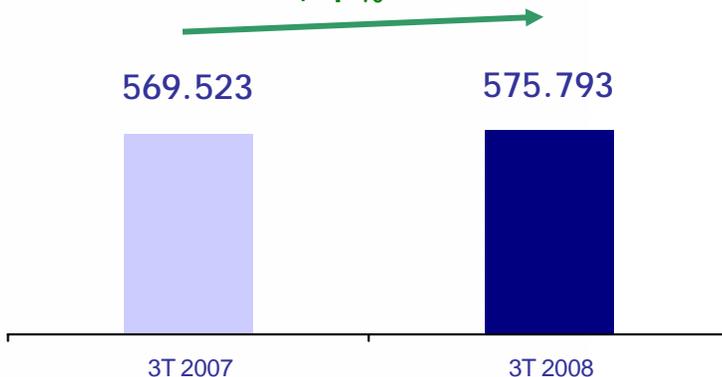
(No Incluye Unidad de Frescos)



## VENTAS (€ '000)

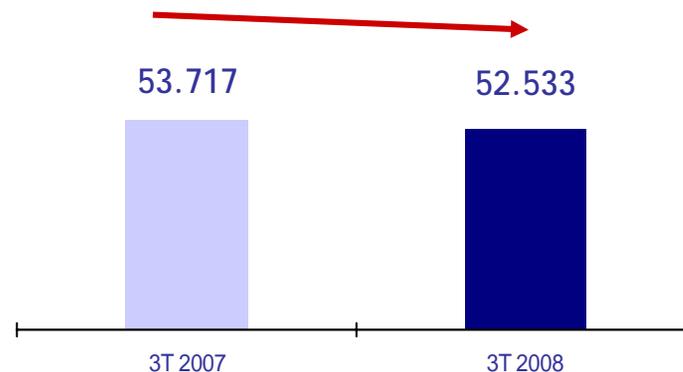
Ventas agregadas

+ 1 %



## EBITDA (€ '000)

- 2 %



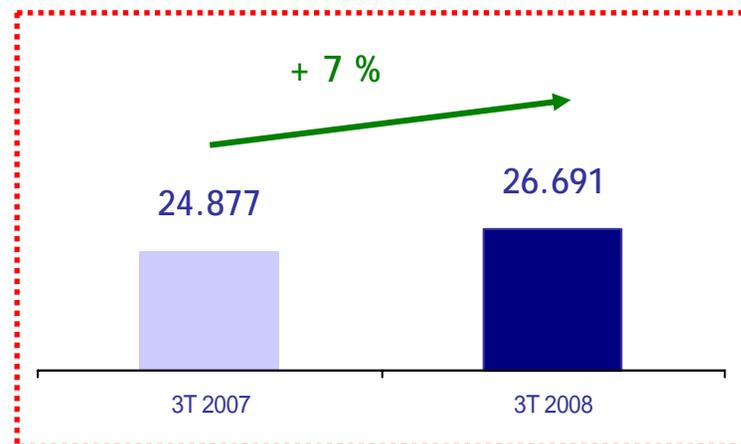
## BAI (€ '000)

- 16 %



## BAI AJUSTADO (€ '000)

+ 7 %



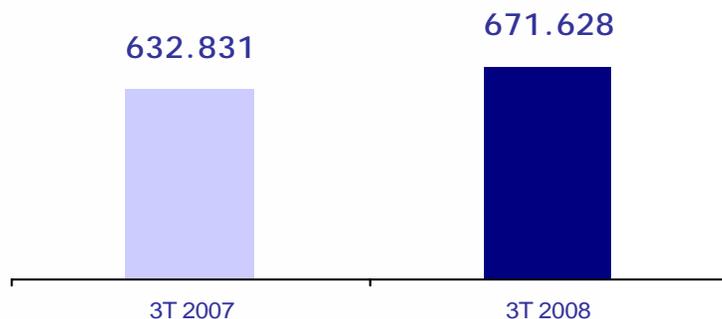
➤ BAI 2007 incluye ingresos extraordinarios de 6.9 M€ correspondientes a parte del resultado consolidado de la venta de la filial francesa (Montagne Noire). Si eliminamos este extraordinario, el BAI ajustado supone un incremento del 7% respecto al mismo periodo del año anterior

# EVOLUCIÓN FINANCIERA IBERIA (Incluye Unidad de Frescos)



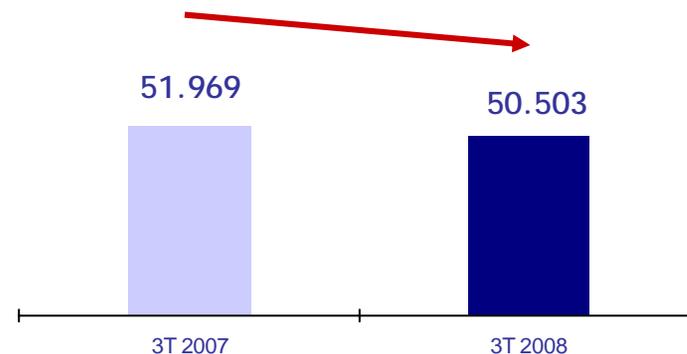
## VENTAS (€ '000)

Ventas agregadas + 6 %



## EBITDA (€ '000)

- 3 %



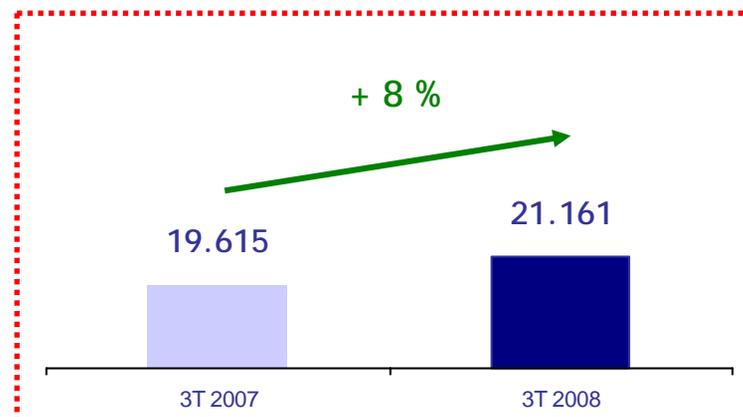
## BAI (€ '000)

- 20 %



## BAI AJUSTADO (€ '000)

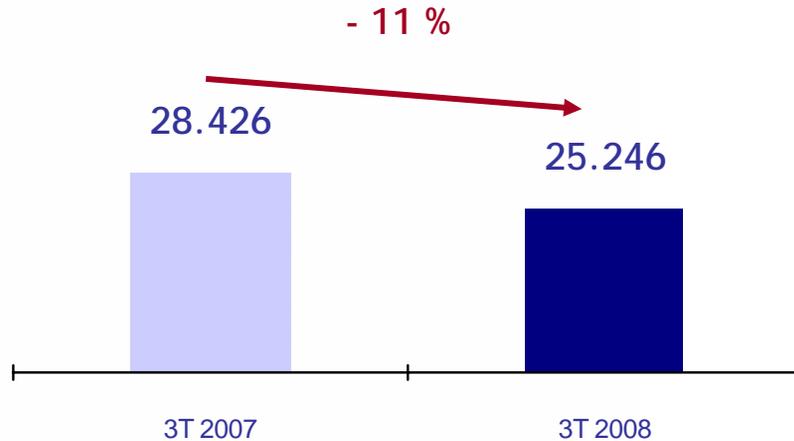
+ 8 %



- Sustancial crecimiento del volumen de negocio en la Unidad de Frescos en su segundo año, con un fuerte incremento en la actividad de exportación. Fuerte incremento del precio de la materia prima
- BAI 2007 incluye ingresos extraordinarios de 6.9 M€ correspondientes a parte del resultado consolidado de la venta de la filial francesa

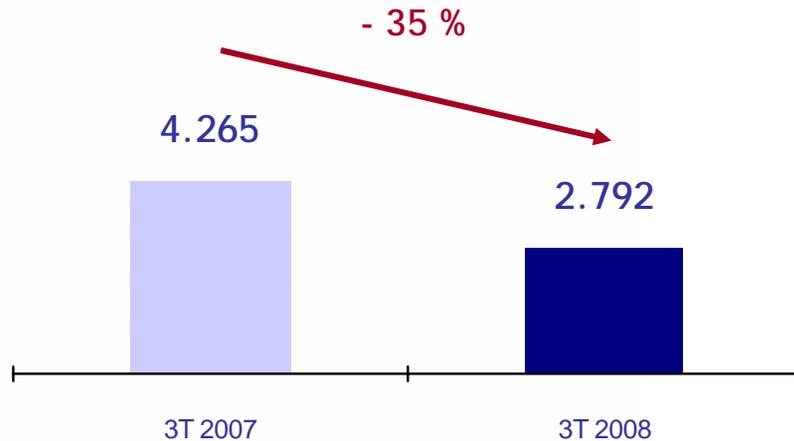
# EVOLUCIÓN FINANCIERA RUMANIA

## VENTAS (€'000)

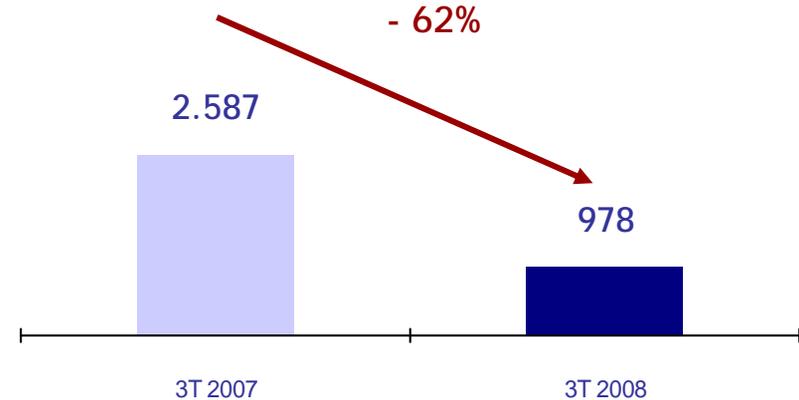


- La compañía esta trabajando en un plan de acción para incrementar capacidad en el país y afrontar los planes de crecimiento futuro
- Importantes subidas en el precio de la materia prima
- Impacto negativo de las diferencias de tipo de cambio

## EBITDA (€'000)



## BAI (€'000)





## CONCLUSIONES

- El Grupo Campofrio continuará apostando por la fortaleza de sus marcas y defendiendo su liderazgo
- Campofrio aprovechará su experiencia para desarrollar su nuevo proyecto derivado de la fusión con Groupe Smithfield Holdings, S.L. La nueva Campofrio Food Group dará lugar a la compañía de elaborados cárnicos líder en Europa



*Alimenta tu vida*

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

