



LA UNION DE DOS LIDERES

Madrid, 2 de Junio de 2000

Para conseguir una dimensión europea

CAMPOFRIO Y NAVIDUL SE FUSIONAN

El grupo resultante alcanzará una facturación de 250.000 millones de pesetas, con un objetivo de cash-flow neto de 20.000 millones de pesetas

Madrid, 2 de junio de 2000.-

El Consejo de Administración de Campofrío y los accionistas de Navidul han notificado esta mañana a la CNMV su decisión de fusionar ambas compañías. El acuerdo alcanzado prevé la adquisición por parte de Campofrío del 49,5% del capital de Navidul y la aportación del 50,5% restante mediante una ampliación de capital equivalente al 16% de la nueva compañía. Este aumento será suscrito en su totalidad por la familia Díaz, principal accionista de Navidul, que de esta forma se suma al grupo líder del sector cárnico español.

El objetivo de esta integración es lograr una dimensión europea y crear un grupo más competitivo para seguir ofreciendo al consumidor productos de calidad a precios competitivos. El proceso de integración sitúa al actual presidente de Navidul, Luis Serrano Martín, durante los próximos tres años, en la copresidencia de Campofrío Alimentación, S.A., que compartirá con el actual presidente Pedro Bailvé Lantero. Juan José Guibelalde Iñurritegui continuará como primer ejecutivo de la sociedad en su calidad de vicepresidente y consejero delegado, mientras que Juan Carlos Ramonell y Miguel Ibarrola asumirán la gestión operativa en entorno de la Unión Europea, en calidad de presidente y vicepresidente respectivamente. Por su parte Anthony Luiso, que ingresó en el grupo a primeros de 1999, mantendrá la presidencia del área internacional del Grupo Campofrío.

Se prevé que la fusión precisará 90 días para su formalización y tendrá efectos económicos a partir de la celebración de sus respectivas juntas generales, previstas para finales de este mes. En los primeros días de julio ambas compañías realizarán sus trabajos

de captura de sinergias, donde existen considerables economías de escala, especialmente en la gestión de materias primas, optimización de fábricas y mejor y mayor utilización de la red logística y de distribución, especializando todas las líneas de negocio.

Esta nueva operación, añadida a los volúmenes de venta de Omsa Alimentación, de reciente incorporación al grupo y actualmente controlada en un 87,2% por Campofrío, representará una cuota del mercado de entre el 21 y el 22%.

La nueva dimensión y la adecuada gestión de las marcas del grupo deben dar respuesta a los nuevos requerimientos del consumidor, apoyados en la capacidad tecnológica e innovadora demostrada sobradamente hasta ahora en su trayectoria empresarial.

Campofrío Alimentación, S.A., en esta nueva etapa, se constituye como un grupo de dimensión europea con una posición de indiscutible liderazgo en Europa que favorecerá sustancialmente las exportaciones de productos españoles, apoyados en redes de distribución ya existentes y también a través de las filiales establecidas en el exterior.

El grupo prevé superar la facturación de 250.000 millones de pesetas en el próximo año y una generación de cash-flow cercana a los 20.000 millones de pesetas en el primer ejercicio, con las sociedades Omsa y Navidul consolidadas a partir de las fechas de su incorporación al Grupo Campofrío Alimentación, S.A.



Descripción de la Transacción



- **Fusión entre Navidul y Campofrío**
- **Transacción valorada en aproximadamente Ptas 50.000 MM**
- **La fusión se realizará mediante una combinación de canje de acciones y pago en efectivo:**
 - ⇒ **Emisión de 6.253.247 nuevas acciones (16% de la Nueva Campofrío)**
 - ⇒ **Pago en efectivo de 14.161 millones de Ptas**



Esquema de Transacción



<u>Campofrío</u>	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
------------------	------------	--------------

Valor de Empresa* (MM):	125.000	750
-------------------------	---------	-----

<u>Navidul</u>	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
----------------	------------	--------------

Valor de Empresa (MM):	48.000	290
------------------------	--------	-----

<u>Valor Conjunto**</u>	<u>ESP</u>	<u>Euros</u>
-------------------------	------------	--------------

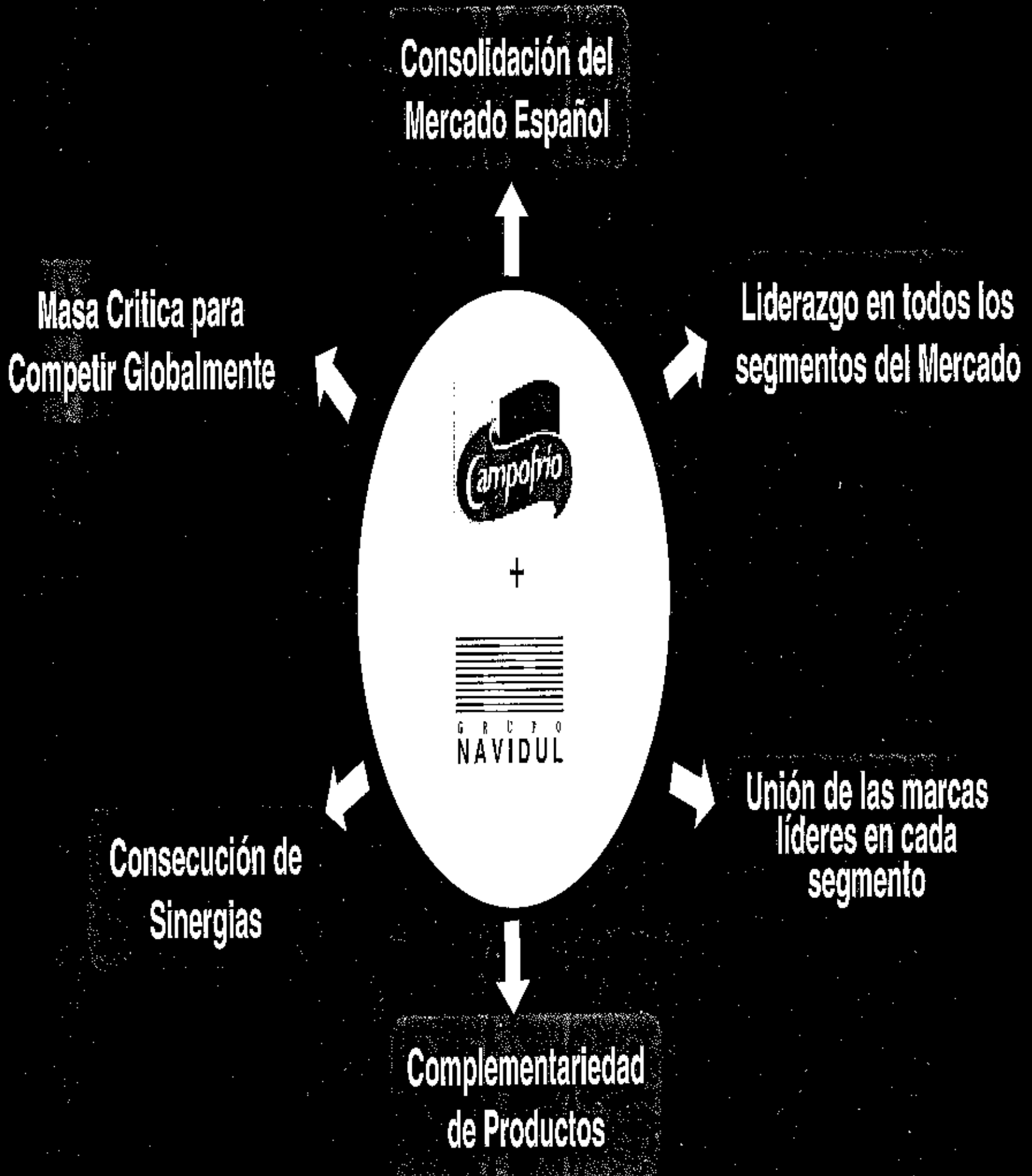
Valor de Empresa (MM)	173.000	1.040
-----------------------	---------	-------

(*) Considerando la deuda asumida en la adquisición de OMSA

(**) Sin considerar el valor derivado de las sinergias potenciales



Razonamiento Estratégico



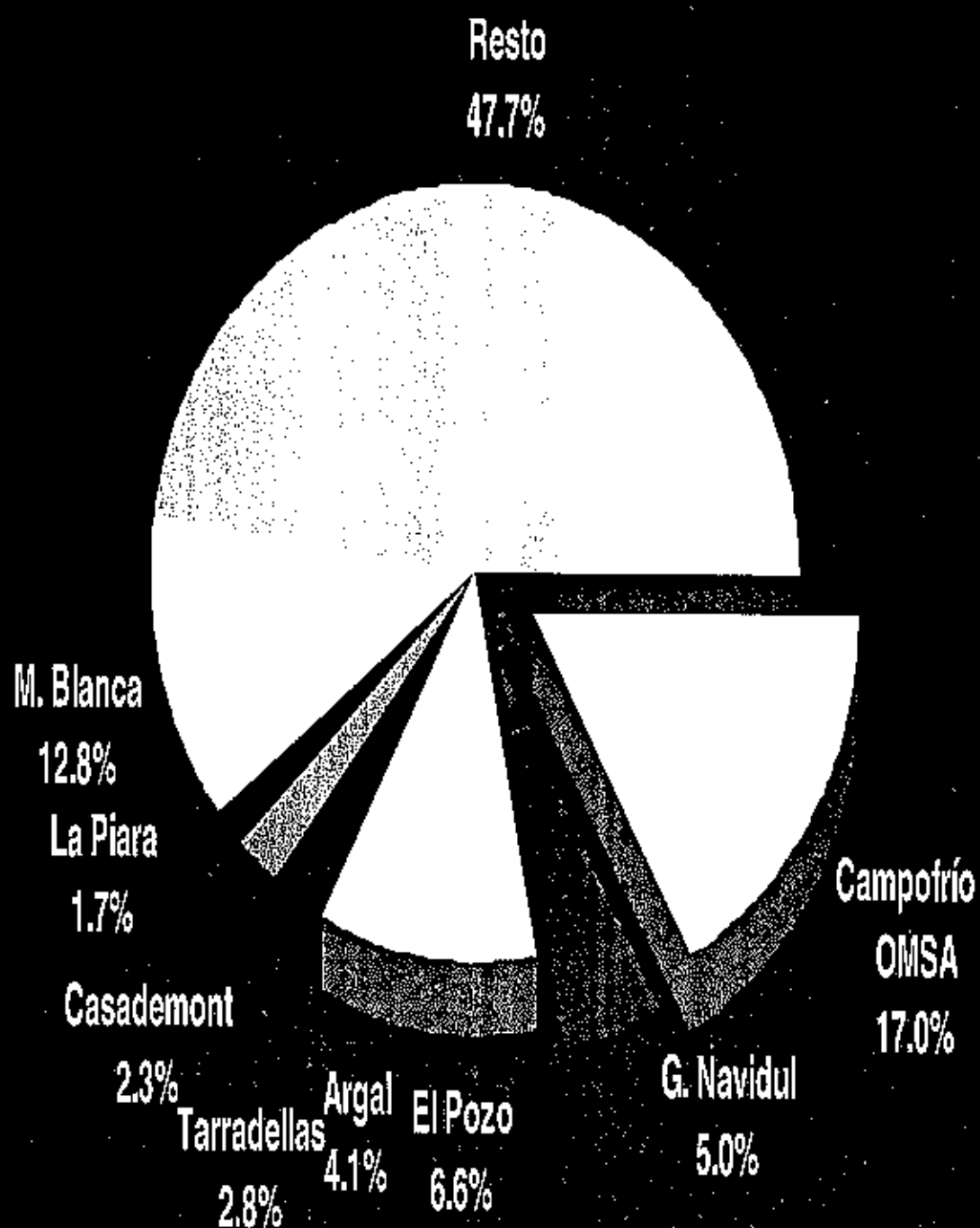


Consolidación del Mercado Español



LÍDER INDISCUTIBLE DEL MERCADO ESPAÑOL

Mejora de la cuota de Mercado Conjunta: 22%



Fuente: Nielsen (TAM FM 99)



Unión de las Marcas Líderes



La Nueva Campofrío,

aglutina los productos



con mayor



reconocimiento de



marca, dentro del

sector de elaborados



cárnicos





Consecución de Sinergias



Importantes Sinergias potenciales

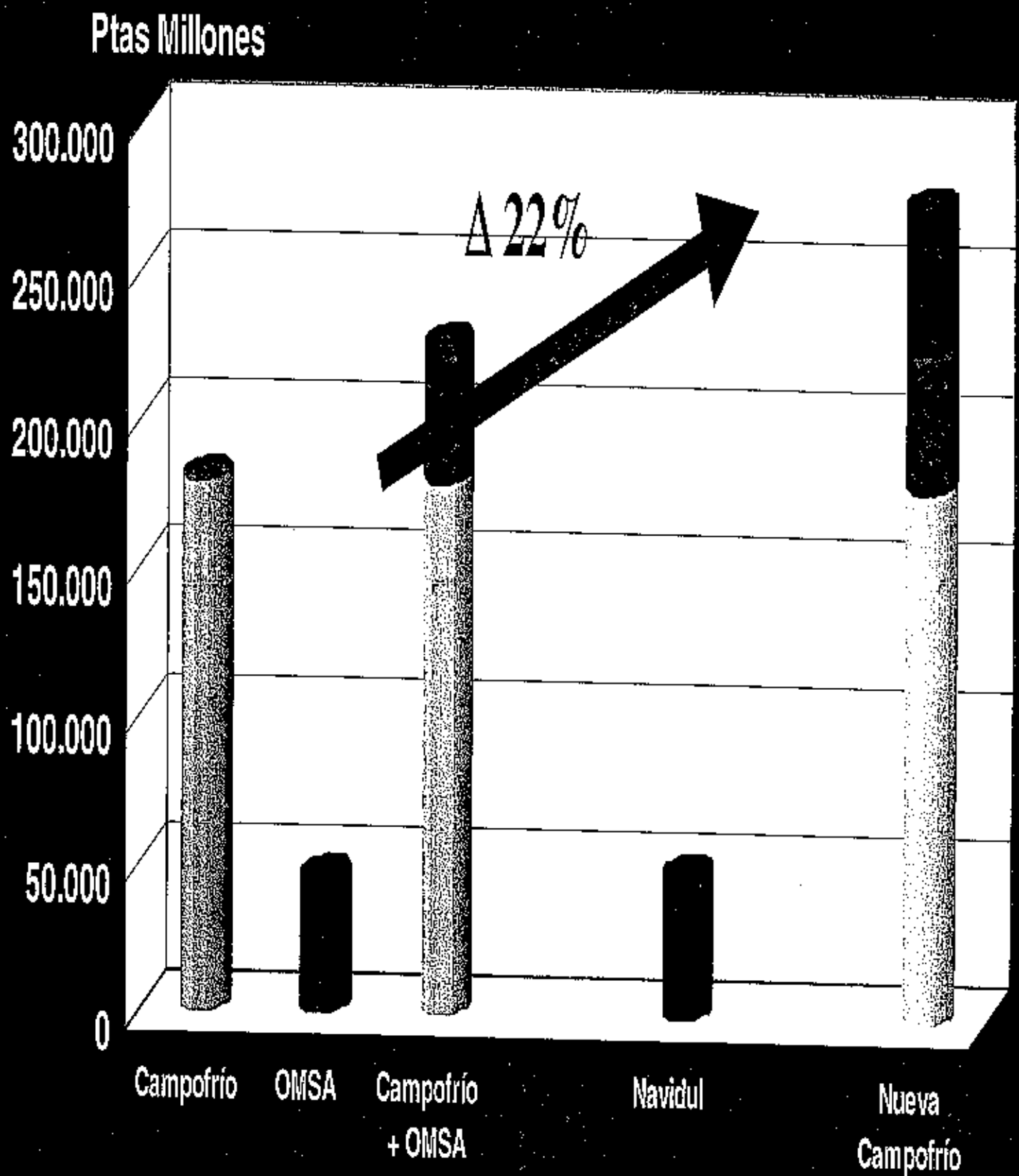
Comercial	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización de estrategias comerciales⇒ Reforzamiento de la posición de negociación frente a la Distribución⇒ Coordinación en los mercados exteriores: exportación
Compras	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización en las compras de Materias Primas y Materiales Auxiliares
Almacenaje y Logística	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización de centros logísticos y rutas de distribución
Producción	<ul style="list-style-type: none">⇒ Especialización de Plantas Productivas⇒ Racionalización de inversiones⇒ Aprovechamiento de capacidad excedentaria
Gastos Generales	<ul style="list-style-type: none">⇒ Optimización de gastos generales
Inversiones en el Extranjero	<ul style="list-style-type: none">⇒ Homogeneización de la estrategia internacional (presencia directa vs. acuerdos de distribución)



Masa Crítica para Competir Globalmente



Ventas Proforma Estimadas del 2001 > Ptas 275.000 MM





Equipo de Gestión Ganador



- ▶ **Campofrío y Navidul cuentan con equipos de gestión altamente cualificados, con áreas de especialización complementarias que:**
 - **Permitirá la consecución de importantes mejoras comerciales**
 - **Permitirá una mayor capacidad de crecimiento y gestión de nuevos negocios**

- ▶ **Fuerte compromiso desde la Co-presidencia de integración de los equipos para maximizar sinergias**



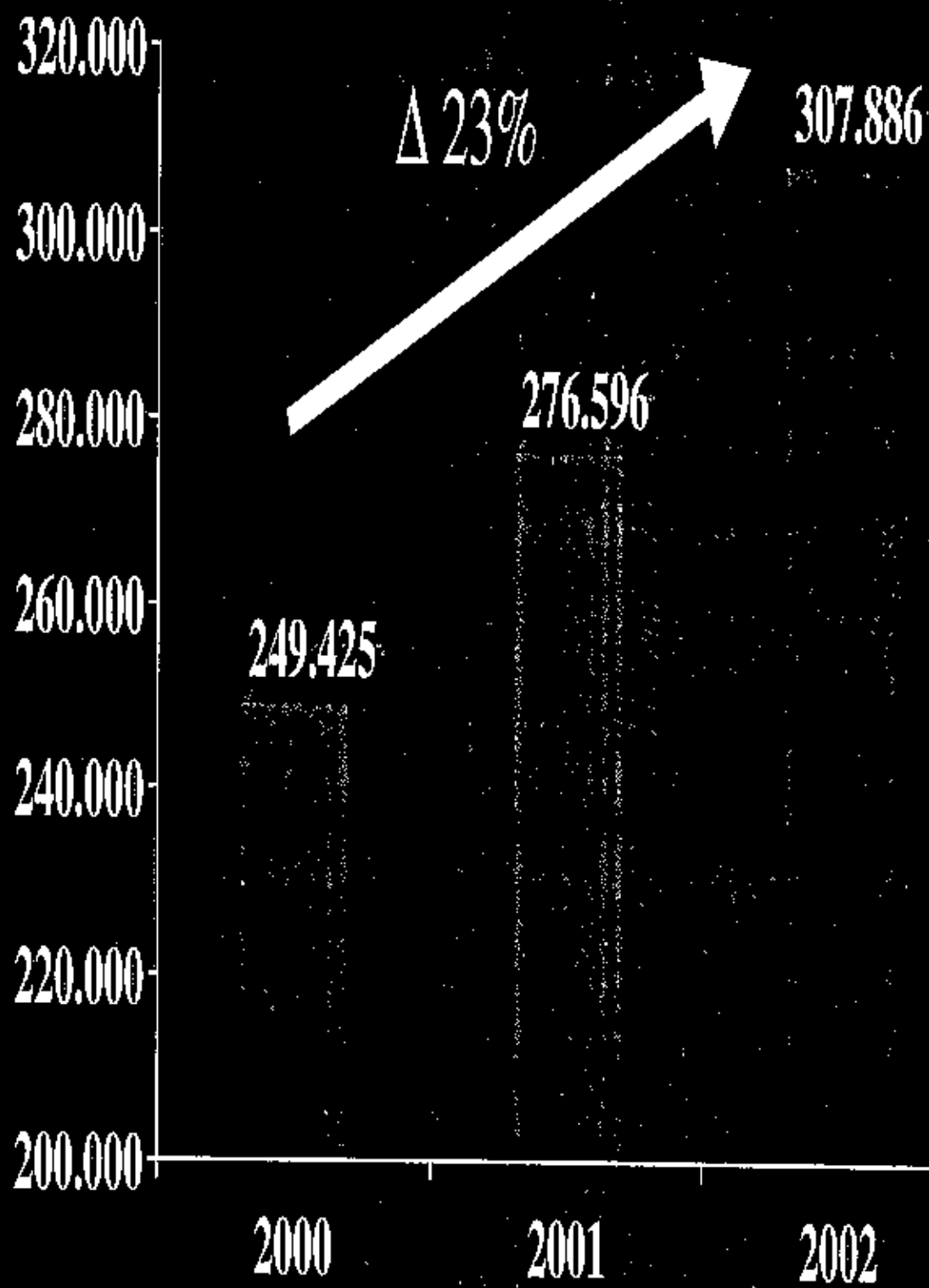
RESUMEN



- ➔ **Creación del líder indiscutible en el sector cárnico**
- ➔ **Equipo de management integrado y complementario**
- ➔ **Generación de importantes sinergias**
- ➔ **Importante generación de caja que le permitirá una estructura financiera potente**
- ➔ **Consolidación del mercado de elaborados cárnicos español**
- ➔ **Fortalecimiento de su posición en el mercado doméstico como base para competir y crecer en un mercado globalizado**



Estimación de Ventas



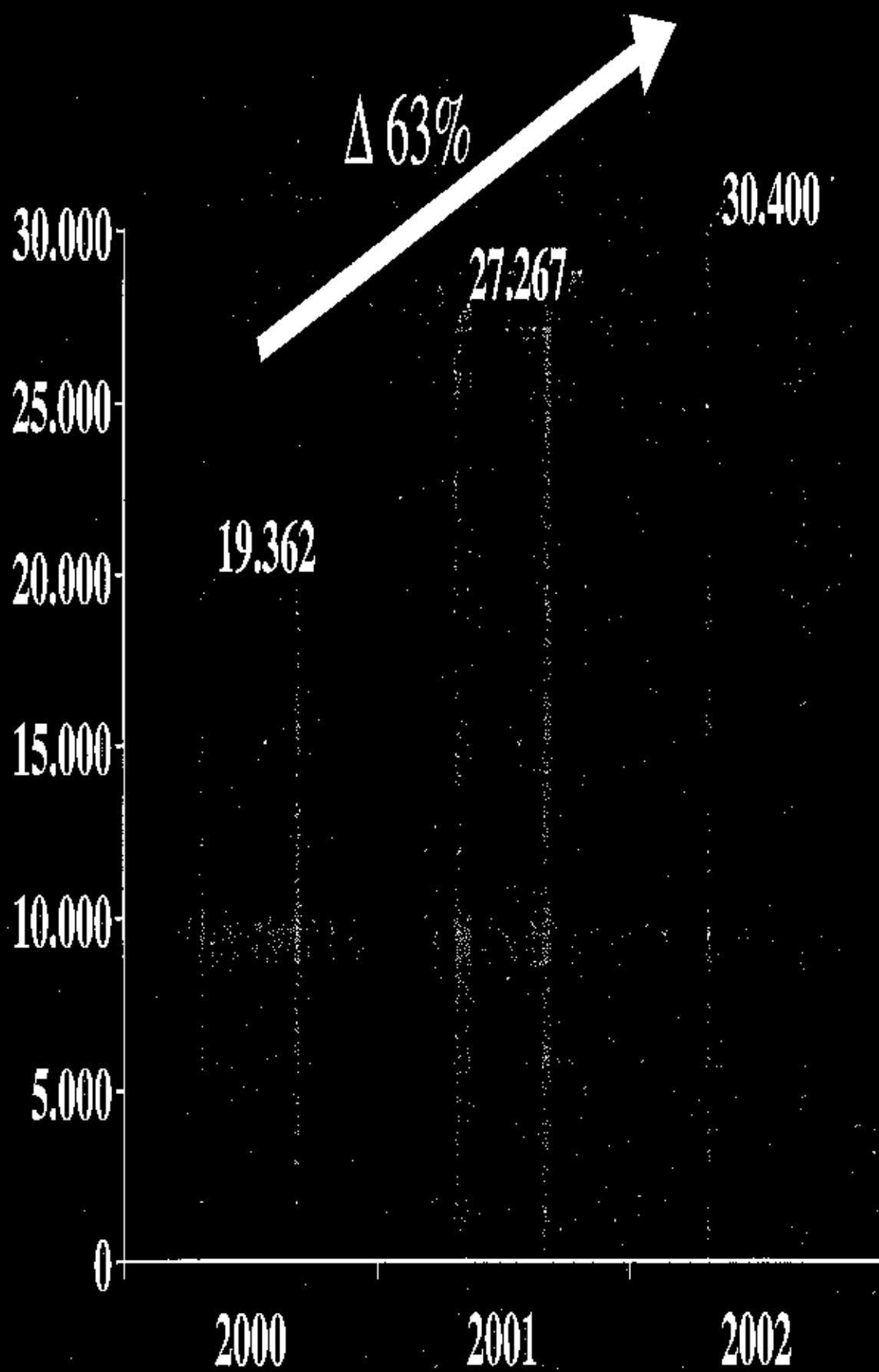
Fuente: Presupuestos de Campofrío y Navidul.

2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000



Estimación de EBITDA



Fuente: Presupuestos de Campofrío y Navidul.

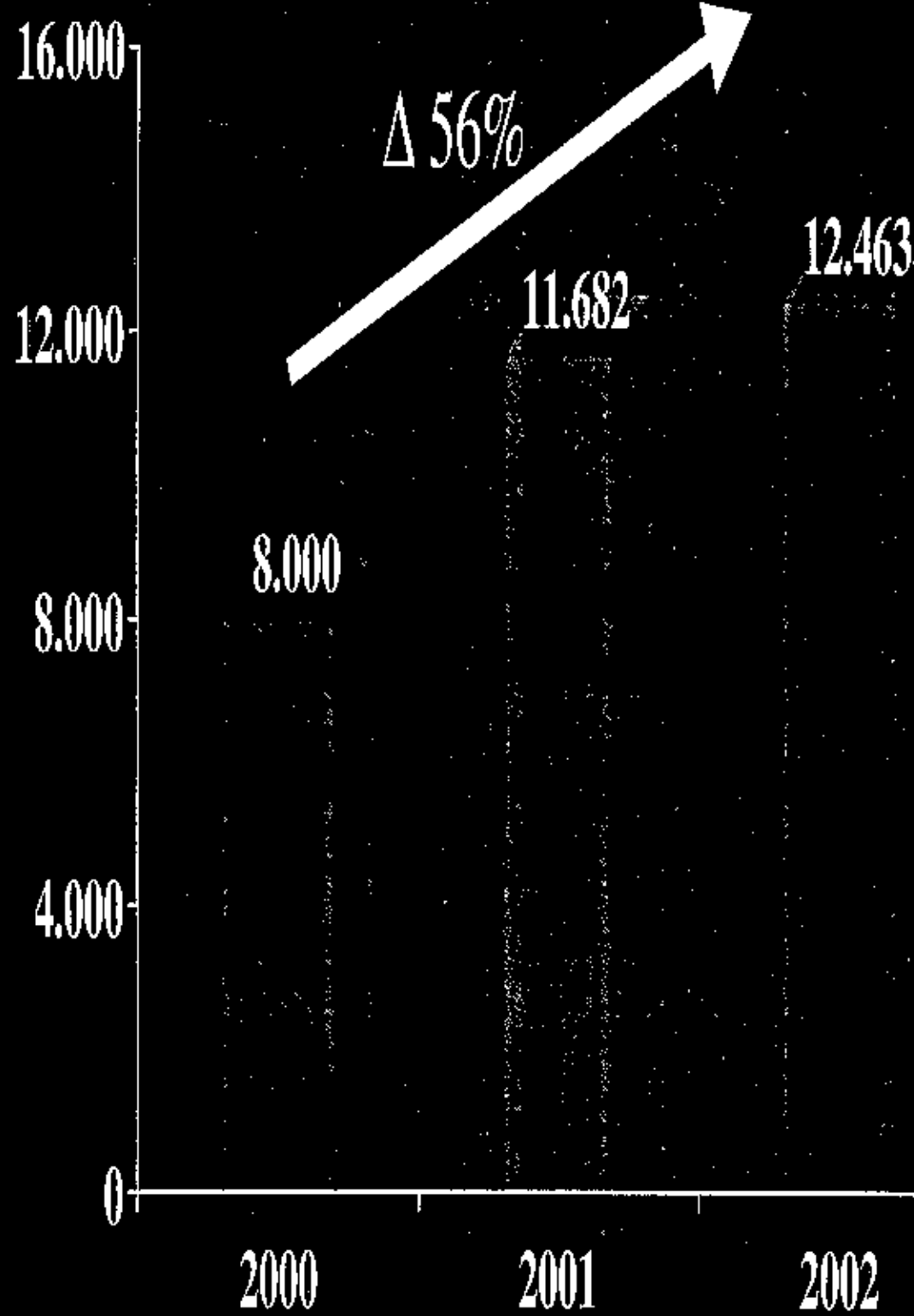
2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

* Se consideran de forma conservadora unas sinergias de Ptas 2.750 MM a partir de 2001



Estimación de Beneficio Neto



Fuente: Presupuestos de Campofrío y Navidul.

2000 Proforma: * OMSA consolida desde Enero, 2000, aunque la fecha efectiva es el 1 de Mayo

* Navidul se fusiona en Enero 2000, pero los gastos financieros y la amortización del Fondo de Comercio se hace desde el 30/06/00

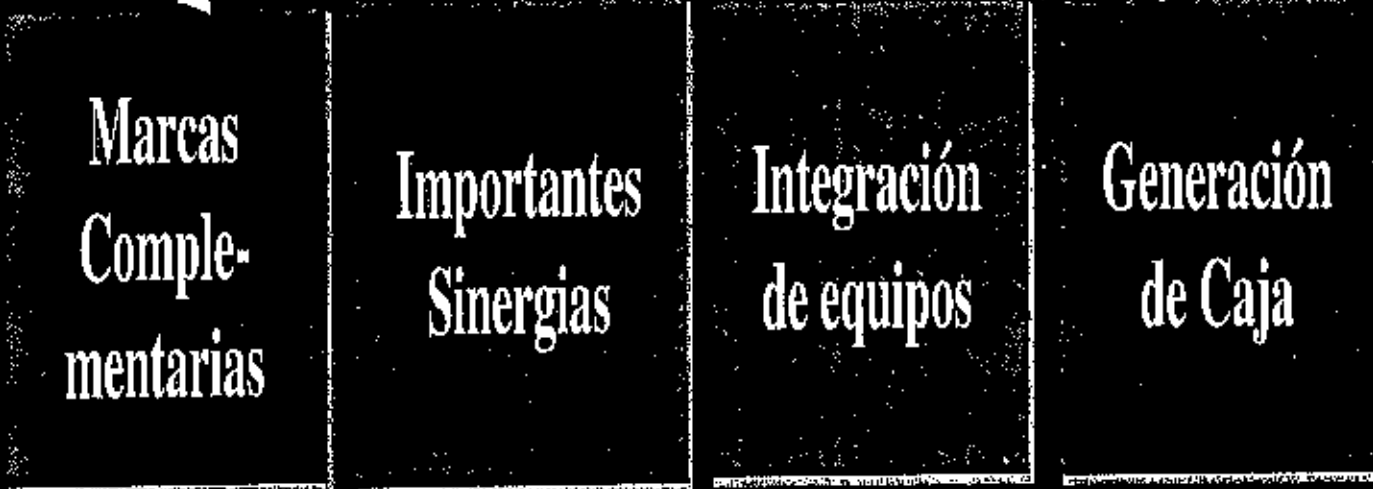
* Se consideran de forma conservadora unas sinergias de Ptas 2.750 MM a partir de 2001



RESUMEN



La unión de dos líderes



Creación de Valor