

**GRUPO SOS OBTIENE UN BENEFICIO NETO DE 14 MILLONES DE EUROS, UN 29% MÁS QUE EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2007**

- **El EBITDA en este período supera los 47,6 millones de euros, un 25,2% más que en el ejercicio anterior.**
- **La rentabilidad de la división aceitera crece más de un 64% por el descenso de los precios del aceite de oliva en origen.**

**Madrid, 31 de agosto de 2007.** Grupo SOS, líder marquista en los sectores de aceites, arroz y galletas, ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) los resultados correspondientes al primer semestre del ejercicio 2007, que manifiestan un notable incremento de la rentabilidad del negocio, especialmente en la división aceitera.

En los primeros seis meses del año, el beneficio neto ha sido de 14 millones de euros, un 29% más que en el primer semestre de 2006, y el EBITDA ha alcanzado los 47,6 millones, lo que supone un crecimiento del 25,2% respecto al mismo período del año anterior. La facturación ha descendido ligeramente hasta los 676,4 millones de euros, un 5% menos que en 2006, principalmente como consecuencia de la bajada de precios del aceite de oliva.

La división aceitera del Grupo ha registrado un considerable aumento de la rentabilidad, con un EBITDA de 26,3 millones de euros, un 64,1% más que en el primer semestre de 2006. Este incremento de beneficios ha venido motivado por la moderación de los precios del aceite de oliva en origen, debido a las elevadas disponibilidades de la campaña 2006/07, que previsiblemente superarán las 1.400 miles de toneladas.

A la recuperación de la rentabilidad ha contribuido la gestión del Grupo en las campañas pasadas, manteniendo la oferta al consumidor y la estabilidad en los precios de venta, con el consiguiente impacto en los márgenes en períodos de fuerte volatilidad. Esto ha ayudado a conservar el posicionamiento de las marcas de la compañía en los mercados internacionales, lo que se ha traducido ahora en una rápida recuperación de las ventas. No en vano, las ventas del Grupo han crecido un 11,7% en el exterior, con resultados especialmente positivos en Estados Unidos, Australia, México, Holanda, Brasil e India.

En el mercado italiano, las marcas de Grupo SOS, Carapelli y Sasso, también han experimentado notables incrementos, con un crecimiento conjunto en volumen del 20,2% respecto al primer semestre de 2006. De forma paralela, en el mercado español la marca Carbonell ha crecido en torno a un 11%.

En el segmento de aceites de semillas, la sequía y el aumento de la demanda mundial de semillas para biocombustibles han provocado el alza de los precios. Así, el precio del aceite de girasol se ha incrementado un 22,8% en los primeros seis meses del año, lo que ha revertido de forma negativa en esta área de negocio del Grupo, tanto en términos de volumen como de rentabilidad. En Italia, sin embargo, las ventas de la compañía han crecido un 30% gracias a la incorporación de la marca Friol, líder en el segmento de aceites de semillas especiales para fritura.

La facturación total de la división aceitera del Grupo en el primer semestre de 2007 ha sido ligeramente más baja por efecto de los precios inferiores del aceite de oliva. Así, las ventas han alcanzado los 430,3 millones de euros, un 10% por debajo de la cifra de negocio del mismo período de 2006.

La división aceitera representa el 63,6% de la facturación total de la compañía y el 55,3% del EBITDA total consolidado.

Por otra parte, la división de arroz ha registrado también resultados positivos, a pesar de que la disminución de las existencias mundiales ha originado aumentos de los precios en origen, que en España se han incrementado un 21,9%. Aunque los márgenes se han reducido, las ventas en volumen han crecido sustancialmente en Portugal, y se han mantenido en España y Holanda. Por su parte, American Rice ha experimentado también una evolución muy positiva en Estados Unidos, donde sus marcas se están posicionando favorablemente en el mercado del *retail*.

La facturación de la división arrocera en este primer semestre ha alcanzado los 134 millones de euros, un 9,4% más que en el mismo período de 2006. A su vez, el EBITDA se incrementó un 12,3%, hasta los 9,8 millones de euros.

La división de arroz supone el 19,8% de la facturación total del Grupo y el 20,7% del EBITDA total consolidado.

En el área de negocio de galletas, la subida del precio de las materias primas, especialmente de las harinas y grasas vegetales, ha obligado al Grupo a ajustar sus precios. Aunque el EBITDA ha registrado un ligero descenso del 6,7%, la rentabilidad ha crecido hasta alcanzar el 16,7%, gracias al mayor peso de los productos de valor añadido, donde el componente de coste de la materia prima es menor que en los productos básicos.

El área de galletas representa el 9,5% de la cifra total de ventas del Grupo y el 22,3% del EBITDA total consolidado.

Por último, la división de diversificación ha registrado unos resultados positivos, con un aumento de la facturación en torno al 7,1%, hasta los 47,4 millones de euros. El EBITDA, sin embargo, ha descendido un 55,4% por el impacto que ha supuesto la inversión publicitaria en el nuevo formato en *Tetra Pak* de las aceitunas Carbonell.

El área de diversificación constituye el 7% de la facturación total del Grupo y el 1,7% del EBITDA.

Los resultados del primer semestre del año ponen de manifiesto el excelente comportamiento de la división aceitera, principal área de negocio de Grupo SOS, gracias a la escasa volatilidad de los mercados, la fortaleza de las marcas y la capacidad exportadora de la compañía. Todo ello ha hecho posible que en este período más del 50% de las ventas de la compañía procedan del exterior.

En resumen, en palabras del presidente de Grupo SOS, Don Jesús Salazar Bello, “ha sido un buen semestre gracias, sobre todo, a la evolución del negocio del aceite de oliva, ya que los crecimientos en el mercado nacional y, especialmente, las exportaciones, nos permitirán alcanzar los objetivos que nos marcamos al comienzo del ejercicio”.