

Presentación para inversores
Adquisición de Cesare Fiorucci

20 de enero de 2011



Exención de responsabilidad

El presente documento ha sido elaborado por Campofrio Food Group con el propósito exclusivo de utilizarlo durante la presentación de los resultados financieros correspondientes al primer semestre del ejercicio fiscal de 2010. En consecuencia, el presente documento no podrá ser revelado ni publicado, ni tampoco utilizado por cualquier otra persona o entidad para un propósito diferente al expuesto sin contar con el consentimiento previo y expreso por escrito de Campofrio Food Group.

La información y las opiniones o declaraciones que se efectúen en el presente documento no han sido verificadas por terceras partes independientes. En concreto, la información financiera incluida en este documento y relacionada con Campofrio Food Group, S. A., y sus filiales no ha sido auditada, incluyendo aquellas de Cesare Fiorucci consolidadas bajo los estándares italianos GAAP. No existe garantía explícita ni implícita en relación con la imparcialidad, precisión, integridad o corrección de las informaciones, opiniones o declaraciones expresadas en el presente documento, que deberán leerse conjuntamente con otra información disponible públicamente.

Ni Campofrio Food Group ni sus filiales o sus socios asumirán responsabilidad de tipo alguno, independientemente de que ésta esté relacionada con negligencia o cualquier otro motivo, como consecuencia de cualquier daño o pérdida que pudiera derivarse de cualquier utilización del presente documento o de sus contenidos. Ni el presente documento ni parte alguna de éste constituye un contrato, ni tampoco podrá ser utilizado para su incorporación en cualquier contrato o acuerdo, ni de cara a la elaboración de éstos.

Esta presentación puede contener "declaraciones de intenciones" acerca de Campofrio Food Group. Las declaraciones de intenciones pueden incluir comentarios relacionados con las perspectivas de Campofrio Food Group de cara al futuro de la empresa, así como otras declaraciones u opiniones, planes futuros y estrategias o eventos anticipados, perspectivas financieras y estimaciones, así como declaraciones o expectativas similares en relación con aspectos que no sean hechos históricos. Las declaraciones de intenciones estarán sujetas a los riesgos e incertidumbres que podrían provocar que los resultados reales fueran sustancialmente diferentes a los expresados en las declaraciones o a los que éstas pudieran hacer referencia de forma implícita. Estos riesgos e incertidumbres incluyen la disponibilidad y los precios del ganado, materias primas y suministros, costes del ganado, enfermedades de éste, seguridad alimentaria, precios de productos, crecimiento, el entorno competitivo y las condiciones de mercado relacionadas, capacidad de efectuar adquisiciones e integrarlas satisfactoriamente, eficacias operativas, acceso al capital, coste del cumplimiento de las normas medioambientales y sanitarias, resultados adversos de litigios en curso y acción de los gobiernos nacionales y extranjeros. Los analistas e inversores no deberían depositar una excesiva confianza en dichas declaraciones de intenciones. Campofrio Food Group no asume obligación alguna relacionada con corregir públicamente esas declaraciones de futuro para reflejar los acontecimientos que pudieran producirse con posterioridad a la fecha de esta presentación.

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Ni este documento ni ninguna de las informaciones contenidas en él constituye una oferta de adquisición, venta o intercambio, ni tampoco una solicitud de oferta de adquisición, venta o intercambio de títulos; tampoco constituirá una solicitud de voto o aprobación en cualquier otra jurisdicción, ni tampoco asesoramiento o recomendación de tipo alguno con respecto a dichos títulos.

Todas las cifras e información relacionada con Cesare Fiorucci han sido facilitadas por los directivos de la compañía, incluidos los estados financieros no auditados de 2010.

La traducción en lengua española del estado financiero consolidado, originalmente publicado en lengua inglesa, ha sido elaborada únicamente para facilitar la tarea de los lectores de habla española. A pesar de los esfuerzos llevados a cabo en esta traducción, es posible que haya algunas omisiones o aproximaciones. Campofrio Food Group, sus representantes y empleados declinan toda responsabilidad en este sentido. En caso de que exista alguna discrepancia, prevalecerá la versión en lengua inglesa.

Objetivos

- Destacar los aspectos más relevantes de la adquisición de Cesare Fiorucci por Campofrio Food Group.
- Describir los principales hechos relacionados con la actividad de Cesare Fiorucci.
- Debatir el rol y la importancia estratégica de la adquisición de Cesare Fiorucci por Campofrio Food Group.

Orden del día

Visión general de la transacción

Nuestra ambición

Cesare Fiorucci

Motivos de la transacción

Preguntas y respuestas

Campofrio Food Group ha aceptado adquirir la marca italiana número 1 en elaborados cárnicos, local e internacionalmente.

Adquisición del 100% del capital social

- Campofrio Food Group ha aceptado adquirir el 100% del capital social de Cesare Fiorucci, S.p.A., (Cesare Fiorucci Group), sociedad matriz de varias empresas:
 - subsidiarias situadas en Italia, USA, Reino Unido, Francia y Alemania.
- Son vendedores: Vestar Capital Partners (65%), familia Fiorucci (30%) y directivos de la empresa (5%).

Transacción de 171 millones €

- Precio de acciones: 45 millones €.
- Deuda financiera neta consolidada: 126 millones €.
- Transacción sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones previas, incluyendo, entre otras, la aprobación o no oposición a la transacción por parte de las autoridades antimonopolio.

Líder en elaborados cárnicos de marca en Italia

- Uno de los líderes italianos.
- Fuerte posición: 320 millones € en ventas netas (previsión 2010).
- Principal competidor de marca: cuota del 15,7% del mercado de marca.
- Principal actor en el extranjero:
 - La actividad en el extranjero representa el 30% de los ingresos totales.
 - Presente en 58 países.

Clave para Campofrio Food Group

- Italia es el tercer productor en Europa y el cuarto país consumidor.
- Alto potencial en la consolidación del mercado para las actividades de marcas.
- Competidor centrado en productos de marca, principalmente en charcutería y servicio de alimentación.
- Cobertura nacional y fuerte presencia en el extranjero.

Orden del día

Visión general de la transacción

Nuestra ambición

Cesare Fiorucci

Motivos de la transacción

Preguntas y respuestas

Nuestra ambición está clara: convertirnos en el líder europeo en carne procesada en 2015...

Nuestra ambición

Crear la empresa alimentaria basada en productos cárnicos líder en Europa, con escala, alcance y destrezas únicos.

Liderar el crecimiento y la rentabilidad de nuestro sector.

Lograr un múltiplo por encima del sector obteniendo un valor incremental a través de la consolidación y la gestión de la cartera.

... que signifique que nos centramos en el crecimiento inorgánico y orgánico eficiente.

1

Reorganización de la cartera para lograr ingresos de calidad.

- Salida de la actividades de baja rentabilidad.
- Aceleración de la mejora de la miscelánea.

2

Fomentando el crecimiento

- Incremento de nuestras inversiones en el respaldo de las marcas y en innovación.

3

Refuerzo de la posición líder en costes

- Sinergias.
- Una organización optimizada.

4

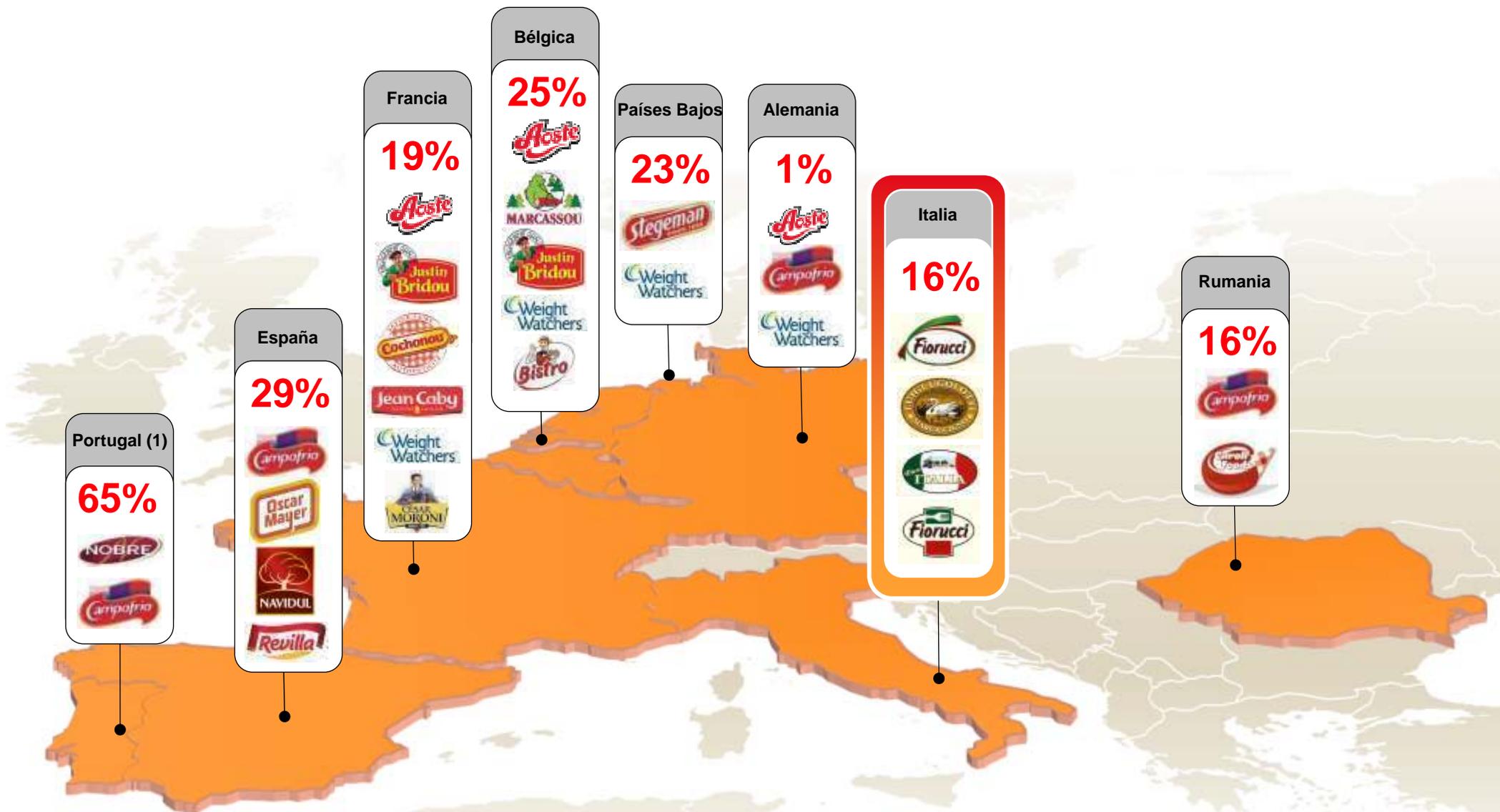
Reforzar una estructurada estrategia de M&A

- Aprovechar las capacidades del grupo.
- Formar o fortalecer celdas empresariales clave.
- Integrar eficiente y completamente nuevas empresas.



... creando una huella europea única con las marcas locales más fuertes

Cuota de mercado de las marcas CFG en el mercado de marcas (%)



(1) Cifras de Portugal exclusivamente para los segmentos de jamón cocido.

Fuente: MAT Nielsen / IRI Septiembre 2010 – Cuota de valor de carnes procesadas de marca en los canales minoristas modernos.

Orden del día

Visión general de la transacción

Nuestra ambición

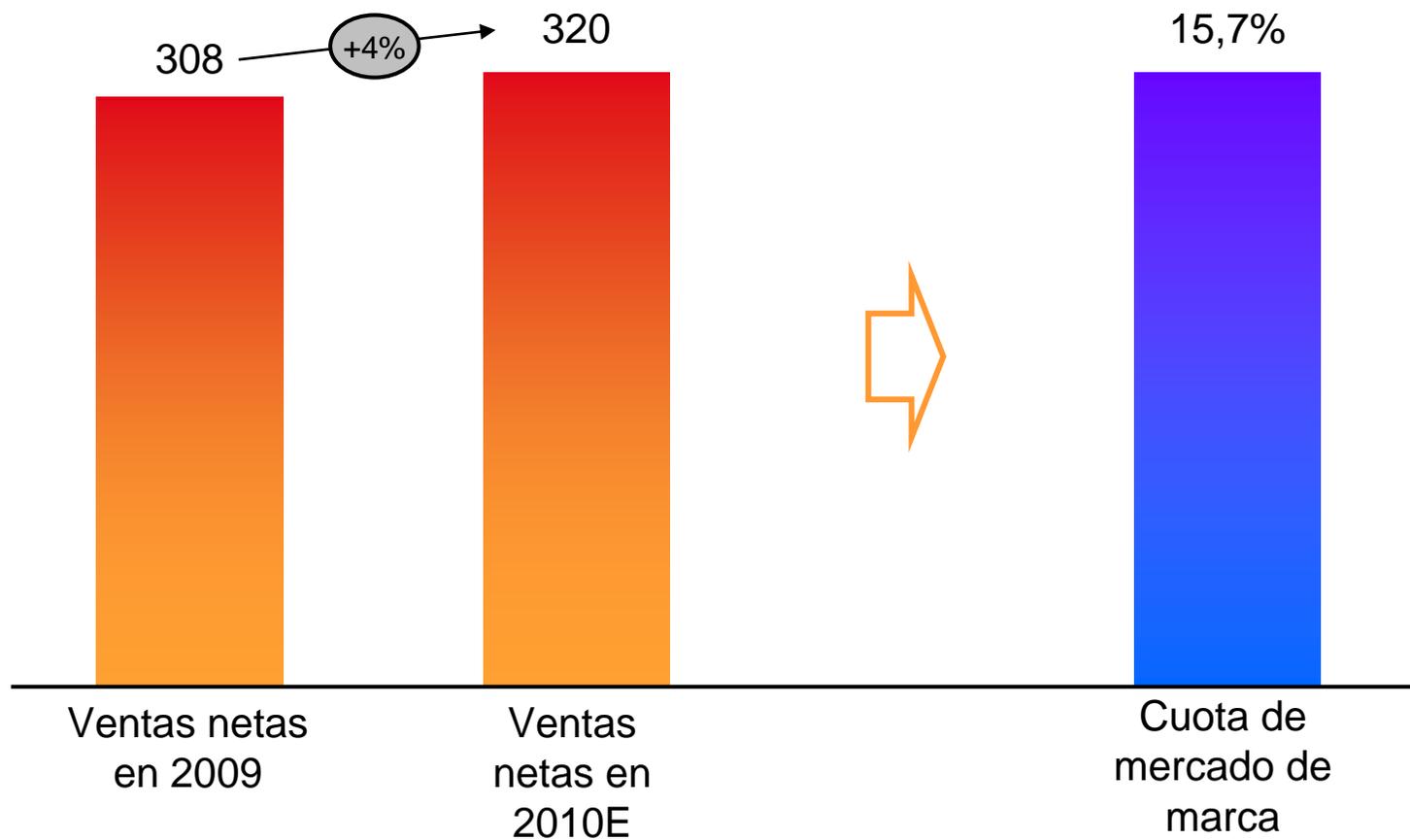
Cesare Fiorucci

Motivos de la transacción

Preguntas y respuestas

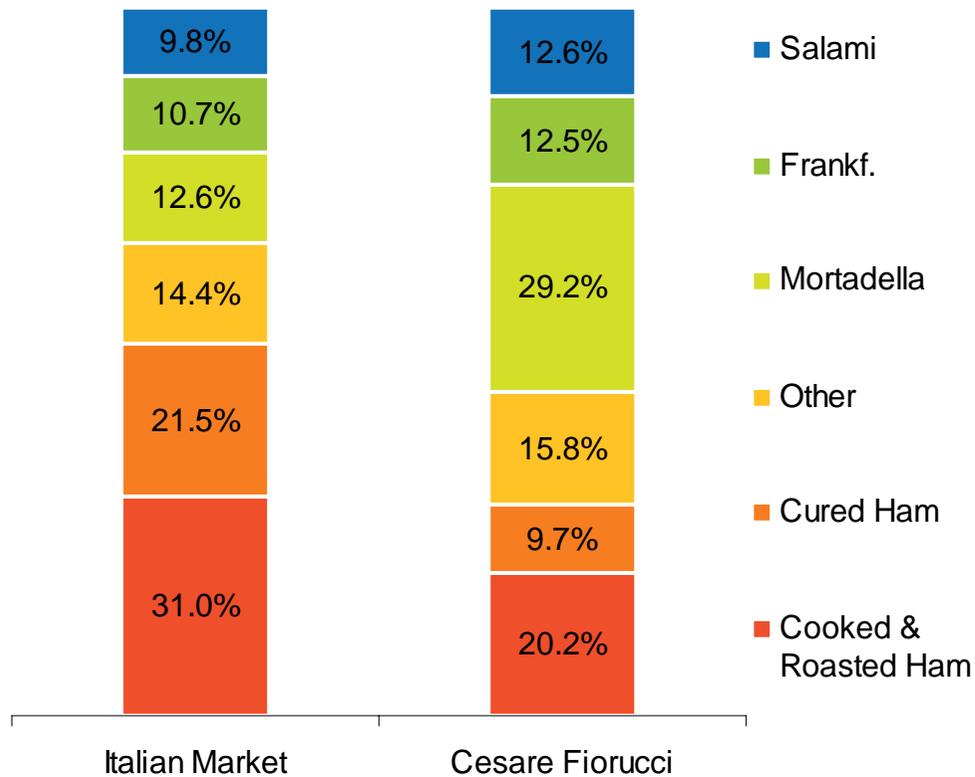
Cesare Fiorucci es propietario de la marca líder en Italia de elaborados cárnicos

Ventas netas y cuota de mercado de marca 2009-2010E (m €, %)

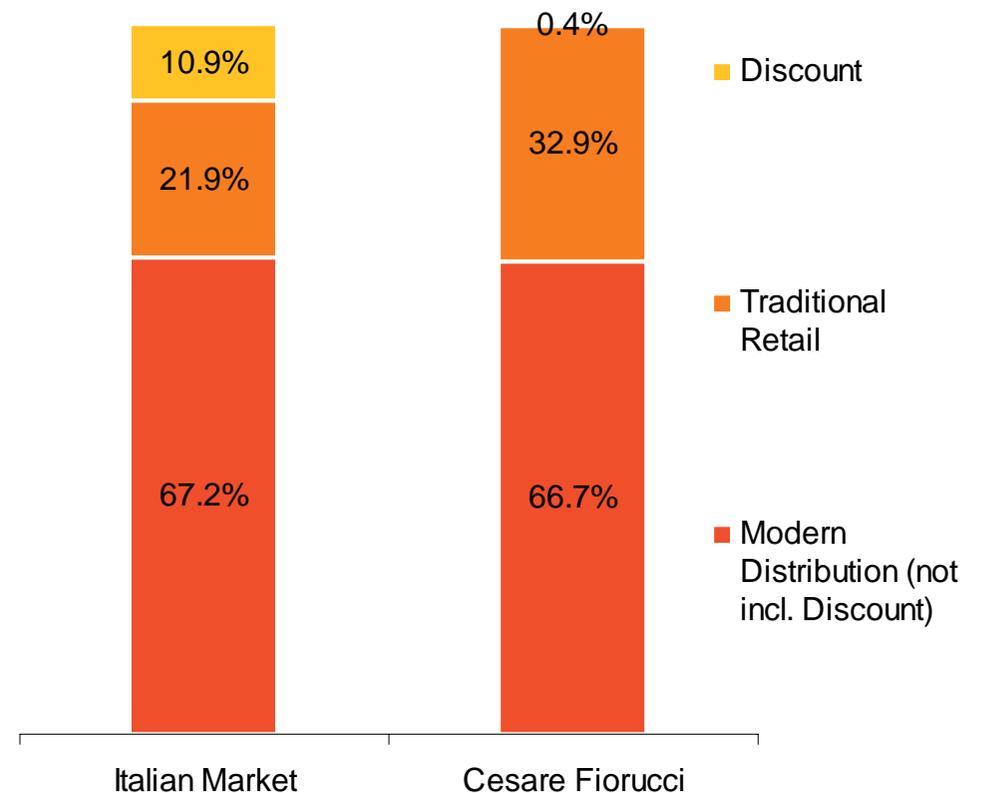


... presente en todas las principales líneas de charcutería y vende mediante los principales canales

Ventas totales del mercado y de Cesare Fiorucci. Desglose por línea de producto 2009

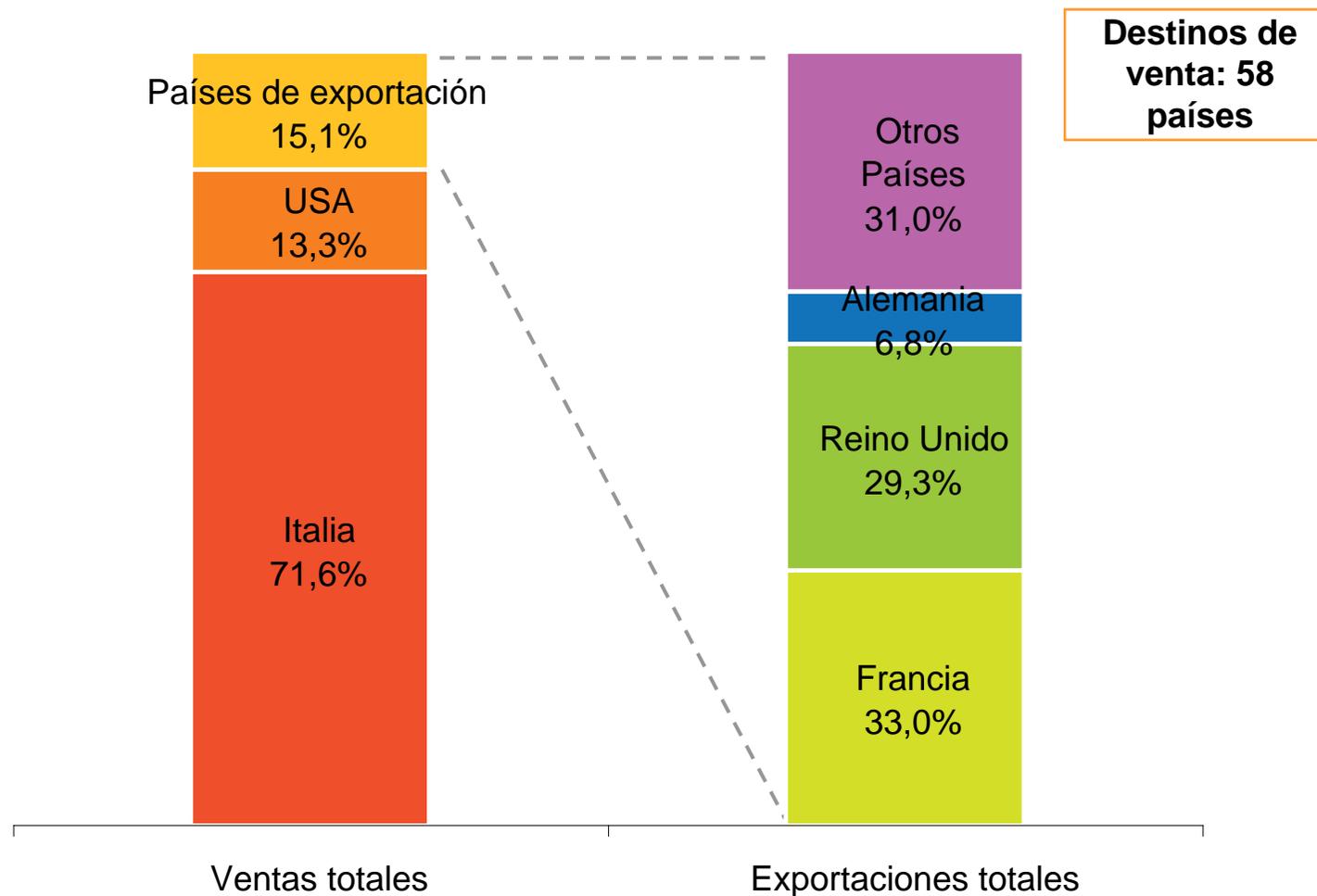


Ventas totales del mercado y de Cesare Fiorucci Desglose por canal 2009



Cesare Fiorucci no sólo es el líder local, sino que es la marca italiana más fuerte en el extranjero.

Volumen de ventas de Cesare Fiorucci - Desglose por geografía 2009



Los productos de Cesare Fiorucci se producen en 5 plantas situadas en Italia y USA

Langhirano (Parma)

- Productos: jamón curado loncheado DO
- Superficie zona construida: 1.350 (m²)

Felino (Parma)

- Productos: jamón curado DO
- Superficie zona construida: 3.800 (m²)

Nuova Mondial (Udine)

- Productos: jamón curado DO
- Superficie zona construida: 5.000 (m²)

S. Palomba (Roma)

- Productos: toda la charcutería tradicional italiana
- Superficie zona construida: 150.000 (m²)

Richmond (Virginia)

- Productos: salami, mortadela, jamón cocido y curado
- Superficie zona construida: 15.000 (m²)

Orden del día

Visión general de la transacción

Nuestra ambición

Cesare Fiorucci

**Motivos de la
transacción**

Preguntas y respuestas

El mercado italiano de carne procesada es uno de los mercados más atractivos de Europa.

1 4.º país por consumo de Europa.

- 4.º mayor mercado local (2.º mayor mercado europeo en el que CFG no está presente).
- El consumo per cápita (21 €) sigue siendo inferior al promedio (27,5 kg/cápita para los 9 países más relevantes).



El mercado local muestra un gran potencial de desarrollo.

2 Muy fragmentado.

- La cuota total de los 5 productores principales está por debajo del 25% (la mayoría con más de una marca en el mercado).



Oportunidades de consolidación.

3 El negocio de marca todavía es alto.

- Más del 70% de los productos de elaborados cárnicos se venden bajo la marca de los productores.



Un margen alto es clave en la estrategia de CFG.

4 Excelente imagen de los productos en el extranjero.

- Italia es el 4.º país exportador en Europa.
- Pero es 6.º en cuanto al volumen de importación en relación con el consumo total.



Potencial de negocio en intercompany y exportación.

Atractivo de Cesare Fiorucci como adquisición.

1

Gran empresa

- Entre los 4 productores líderes en Italia.
- Cobertura nacional y muy fuerte en el centro y sur de Italia.
- Productor líder en marca.



Potencial de consolidación para el negocio de marca desde una posición líder.

2

Gestión de cartera.

- Actor muy fuerte en productos de charcutería y servicio de alimentación.
- Amplia gama que cubre la carne procesada tradicional italiana.
- Entre el mayor reconocimiento de marca en el sector.



Complementaria a la cartera de marca de CFG.

3

Huella internacional.

- Plantas situadas en Italia y USA.
- Sirve a 58 países.
- Ya está presente en algunos de los mercados nacionales de CFG.
- Diversificación geográfica.



Oportunidades de crecimiento de exportación e intercompany.

4

Crecimiento eficiente.

- Optimización del coste y potencial de racionalización de las operaciones.
- Intercambio de conocimiento.



Programa de transformación por 5.ª vez.

5

Creación de valor

- Se espera que las sinergias sean a un nivel similar al de las transacciones anteriores de CFG.
- Mejora del margen esperado mediante el aumento de ventas y la reducción de costes.



Transacción Accretive.

Orden del día

Visión general de la transacción

Nuestra ambición

Cesare Fiorucci

Motivos de la transacción

**Preguntas y
respuestas**



CAMPOFRIO
FOOD GROUP

...food you know, for people you love