



KRAFT AMPLÍA SU LIDERAZGO EN GALLETAS A TRAVÉS DE LA COMPRA DE UNITED BISCUITS EN LA PENÍNSULA IBÉRICA Y RECUPERA LOS DERECHOS DE LAS MARCAS DE NABISCO EN LOS PRINCIPALES MERCADOS

Madrid, 10 de Julio de 2006 -- Kraft Foods Inc., un líder global en marcas de alimentación y bebidas, ha anunciado la compra de las operaciones de United Biscuits (UB) en España y Portugal. El acuerdo también devuelve a Kraft los derechos de todas las marcas registradas de Nabisco, incluidas *Oreo* y *Ritz*, en la Unión Europea, Europa del Este, Oriente Medio y África.

Esta operación contribuye a ampliar el liderazgo global de Kraft en el mercado de galletas y proporciona una plataforma para acelerar su crecimiento en esta categoría clave, a través tanto de los mercados consolidados como los que están en desarrollo.

Además de las marcas de Nabisco, las operaciones de UB en España y Portugal incluyen marcas de galletas líderes en cada país, como *Fontaneda*, *Filipinos*, *Artiach*, *Chiquilín* y *Triunfo*, así como Royal, líder en la categoría de postres instantáneos. El acuerdo también incluye los negocios de productos cárnicos en conserva, tomate y zumos de frutas de UB en la Península Ibérica, que se comercializan con marcas tan conocidas como Apis y Fruco. También se incluyen las siete plantas de producción de UB 1.300 trabajadores en la Península Ibérica. Los negocios de UB en España y Portugal generaron ingresos netos de unos 400 millones de dólares en 2005.

Cuando se complete la adquisición, Kraft duplicará su tamaño en la Península Ibérica y se convertirá en una de las 10 mayores compañías de alimentación en esta área. Las marcas adquiridas tienen una fuerte presencia en los hogares españoles y portugueses y convierten a la compañía en líder en el mercado de galletas de España y Portugal (dos de los mercados donde esta categoría crece más rápidamente en la UE) y en postres instantáneos. Este liderazgo se añade a las primeras posiciones de Kraft en las categorías de queso crema, queso procesado y bebidas refrescantes en polvo.

La combinación de Kraft Foods y United Biscuits en la Península Ibérica tendrá más de 2.000 empleados y 11 plantas de producción. A las actuales plantas de Kraft ubicadas en Hospital de Órbigo (León), Zamora, Mahón (Menorca) y Dos Hermanas (Sevilla), esta transacción añade las fábricas de UB en Mem Martins (Portugal) Montornés del Vallés (Barcelona), Orozko (Vizcaya), Viana (Navarra), Mérida, Montijo y Don Benito (Badajoz).

Hugh Roberts, Presidente de Kraft International Commercial, comentó: "Estamos muy contentos de poder expandir significativamente el alcance global de nuestras marcas de galletas Nabisco, a través de la recuperación de las licencias que UB tenía desde 2000. Con



nuestra amplia cartera de marcas, esperamos conseguir un crecimiento aún más rápido en esta categoría clave”.

Acerca de esta adquisición del negocio español y portugués de UB por parte de Kraft, Joachim Krawczyk, ‘Group Vice President’ de Kraft y Presidente de Kraft en la Unión Europea, afirmó: “Este acuerdo nos lleva a la primera posición en el mercado Ibérico de galletas y postres preparados. En este sentido, adquirimos talento y marcas de gran valor para la familia Kraft”.

La adquisición de UB Iberia y de los derechos sobre las marcas de Nabisco en los mercados citados se ha valorado en 1.070 millones de dólares, sujeta a ciertos ajustes al cierre de la operación. La adquisición se financia por medio de la asunción de 548 millones de dólares de deuda, emitida por el negocio adquirido inmediatamente antes de la adquisición, y por un valor de 522 millones de dólares del reembolso de la actual inversión de Kraft en UB, que principalmente consistía en bonos emitidos a descuento (‘deep discounted securities’). Este reembolso se traducirá en el reconocimiento de un beneficio único no en efectivo antes de impuestos de 243 millones de dólares. Excluyendo el impacto de este beneficio de una sola vez, se prevé que la transacción aporte aproximadamente un incremento de 2 centavos de beneficio por acción durante los primeros doce meses de propiedad.

Se espera cerrar la transacción en el tercer trimestre. Después del cierre, Kraft no mantendrá participaciones en United Biscuits ni en ninguna de sus filiales.

Kraft Foods (NYSE:KFT) es la segunda mayor empresa de alimentación y bebidas del mundo. Desde hace más de 100 años, se ha dedicado a ayudar a las personas de todo el mundo a alimentarse y a vivir mejor. Cada día, los consumidores eligen cientos de millones de veces los productos que Kraft elabora dentro de sus marcas preferidas, incluyendo los quesos Kraft, los cafés Jacobs y Maxwell House y los chocolates Milka y Côte d’Or. Además, recientemente Kraft ha añadido en varios países a su gran variedad de productos el sistema de bebidas calientes Tassimo y la línea de productos South Beach Diet, dentro de su creciente oferta de productos saludables.

En España, Kraft Foods emplea a 845 trabajadores y dispone de plantas de producción en Hospital de Órbigo (León), Dos Hermanas (Sevilla), Zamora y Mahón (Menorca). La compañía produce marcas líderes en las categorías de queso, café, chocolate y salsas, como Milka, Suchard, Mayonesa Kraft, Philadelphia, Tranchettes, Saimaza o El Caserío.

Para mayor información sobre Kraft Food, visite nuestra página web, www.kraft.com.

###

Este comunicado de prensa incluye las proyecciones de los resultados futuros y otras previsiones. Estas previsiones se pueden identificar a través de palabras tales como "estrategia," "espera," "planes," "anticipaciones," "creencias," "bienes", "continuación", "estimaciones," "planificación"



"proyectos," "metas," "objetivos" y otras palabras de significado similar. También se pueden identificar porque no están directamente relacionadas con hechos históricos o actuales. Estas previsiones se basan en las actuales estimaciones de la compañía y están sujetas a riesgos e incertidumbres. En conexión con lo establecido en las provisiones "safe harbor" del Private Securities Litigation Reform Act de 1995, la compañía fielmente identifica factores de importancia que pueden causar resultados que difieran materialmente de aquellos contenidos en cualquier declaración hecha por o en beneficio de la compañía. Estos factores incluyen: a) el efecto sobre la compañía de la competencia en sus mercados, cambios en las preferencias del consumidor y demanda de sus productos, incluyendo tendencias de dietas, fluctuaciones en los precios de materias primas y condiciones de mercado y de la economía local; b) la capacidad de la empresa para promover el valor de la marca con éxito, anticipar y responder a las nuevas tendencias de consumidores, desarrollar nuevos productos y mercados, ampliar carteras de marca, competir de forma efectiva con productos de bajo precio en un ambiente de consolidación a niveles minoristas y de producción y para incrementar la productividad; c) la capacidad de la empresa para sumar e integrar adquisiciones con éxito y detectar los ahorros de costes y maximizar la utilización de activos contemplados en su programa de reestructuración; d) el impacto de ganancias y pérdidas, o pérdida de margen operativo, por la venta de negocios que se consideran menos estratégicos dentro de la cartera de la empresa; (e) el efecto de las economías extranjeras, cambios en los requisitos de impuestos y fluctuaciones de cambio; f) las fluctuaciones en niveles de inventarios de clientes y crédito y otros riesgos de negocio relacionados con las operaciones de clientes de la compañía; g) el acceso de la compañía a los mercados de crédito, a través de calificaciones de crédito y costes que podrían ser influenciados por calificaciones de crédito de Altria Group, Inc.; h) los gastos en beneficio de la compañía, que están sujetos a la inversión, rendimiento de los activos de planes de pensiones, tipos de interés e incremento de costes por beneficios médicos ofrecidos a los empleados en nómina o jubilados; i) el impacto de la retirada de productos por alteraciones, posibles efectos secundarios en consumidores, información sobre ingredientes y normativa de etiquetado, posibles quejas relacionadas con publicidad engañosa bajo la protección del consumidor u otras leyes, y la posibilidad de que los consumidores pudieran perder confianza en la seguridad y calidad de ciertos productos alimenticios; j) la preocupación del consumidor con respecto a organismos genéticamente modificados e implicaciones para la salud ocasionadas por la obesidad y los ácidos grasos trans; y k) la volatilidad potencial a corto plazo en el volumen de intercambio y precio de mercado de la acción de la compañía como resultado de la escisión del Grupo Altria Inc.

Cualquier suceso en cualquiera de estas áreas podría ocasionar que los resultados de la empresa difieran materialmente de los resultados que han sido proyectados por o en beneficio de la compañía. Las advertencias de la compañía establecidas en este listado de factores importantes no son exhaustivas. Para información adicional sobre estos y otros factores que podrían afectar a las previsiones futuras de la compañía, vea los registros de la compañía en la Securities and Exchange Commission, incluyendo el reporte más reciente suministrado por la empresa, Informe Anual en Form 10-K, e informes adicionales en Form 10-Q y 8-K. Cualquier comunicado o previsión en este comunicado se ha hecho hasta la fecha actual. La compañía no se responsabiliza de actualizar ninguna previsión en el futuro.