

Ebro

Declaración Intermedia
Cuentas Consolidadas 1er Trimestre



Ebro

ÍNDICE

- 1. Resultado de las unidades de negocio en 1T14**
 - 1.1 Arroz
 - 1.2 Pasta
- 2. Resultado consolidado del Grupo Ebro Foods 1T14**
 - 2.1 Cuenta de resultados
 - 2.2 Evolución del endeudamiento
- 3. Conclusión**
- 4. Calendario corporativo 2014**
- 5. Advertencia legal**



Resultado de las Unidades de Negocio 1T14

01



División Arroz

11



Ebro



División Arroz

- o La irrupción de Tailandia en el mercado mundial de arroz ha derivado en un entorno de precios a la baja, situándose en unos 400 USD/Tn. Esta situación repercute en:
 - o Un abastecimiento de variedades indicas a menor precio que la campaña anterior.
 - o El uso de arroz de Tailandia para nuestras filiales del norte de Europa impide diluir costes fijos de nuestras fábricas de vaporizado en España pero por el contrario repercute en un menor coste de aprovisionamiento para esas filiales.
 - o Un precio del japónica más competitivo que ayuda a la rentabilidad de las filiales de España, Italia y Portugal.
- o En general, en cuanto a la materia prima vemos un mercado estable a precios bajos excepto las especialidades (basmati, risotto, etc.).
- o Respecto a los problemas que afrontamos el ejercicio pasado:
 - o El basmati ha estado estable durante el periodo pero a precios altos. La fábrica de la India está con ocupaciones por encima del 80% y con rendimientos cada vez más óptimos, si bien faltan ajustes y rodaje pues estamos en fase de aprendizaje.
 - o En EE.UU. la sequía de Texas continúa provocando un precio de aprovisionamiento superior al del mercado mundial, lo que implica una mayor competencia interna por la imposibilidad de realizar exportaciones.
 - o Marruecos ha tenido un comportamiento bastante mejor, si bien todavía estamos percibiendo en el 1T los efectos del exceso de arroz del pasado ejercicio. Esperamos que siga la tendencia positiva y mejore por la llegada del Ramadán.



División Arroz

- Respecto a la evolución del negocio:
 - En Europa, las marcas han tenido un comportamiento muy satisfactorio, con crecimientos en Francia cercanos al doble dígito y una positiva trayectoria en ventas de nuestra marca Brillante.
 - En Norteamérica, hemos vivido un positivo primer trimestre, con crecimientos en las categorías de mayor valor añadido pero con un peor comportamiento de las categorías más básicas tanto de Riviana como de ARI, provocado por la ya comentada mayor competitividad interna del mercado EE.UU.
- Así, las ventas de la división se sitúan en 276,2 MEUR, con una pequeña disminución respecto del mismo periodo del año anterior.
- La inversión publicitaria, que esperamos sea estable en su total anual, se ha contraído 1,9 MEUR en el trimestre por efectos del calendario de las campañas publicitarias.
- El Ebitda de la división retrocede 0,5 MEUR hasta 35,4 MEUR con un impacto negativo del tipo de cambio de 0,6 MEUR.
- La gran capacidad de ARI y sus escasos resultados penalizan todos los ratios de rentabilidad y hacen retroceder el ROCE hasta el 14,7%.

Miles de EUR	1T12	1T13	1T14	14/13	TAMI 14/12
Ventas	277.510	278.658	276.181	-0,9%	-0,2%
Publicidad	8.118	7.877	5.975	-24,1%	-14,2%
Ebitda	35.730	35.899	35.374	-1,5%	-0,5%
Margen Ebitda	12,9%	12,9%	12,8%		
Ebit	28.888	29.388	28.712	-2,3%	-0,3%
Rtdo. Operativo	28.380	28.665	27.904	-2,7%	-0,8%
ROCE	18,6	18,3	14,7		

División Pasta

12



Ebro



División Pasta

- Durante el mes de marzo el precio del trigo duro ha sufrido tensiones alcistas por los problemas logísticos provocados por las heladas de los Grandes Lagos en Canadá y la crisis ucraniana en Europa, situándose de esta manera en los niveles de hace un año. Pese a ello no estimamos necesario, por el momento, hacer incrementos de precio ya que las intenciones de siembra son buenas en EE.UU. y Canadá y los precios ya están ajustándose.
- En Europa hemos relanzado todos los productos clásicos de pasta fresca y salsas:
 - Reformulando y mejorando su calidad.
 - Modernizando y mejorando el envasado.
 - Apoyándolo con una importante campaña publicitaria.
- Estos productos han experimentado crecimientos de volumen hasta de doble dígito. Durante el segundo trimestre acometeremos la renovación de las pastas secas que han visto retroceder algo sus volúmenes durante el período.
- En Norteamérica la evolución también ha sido muy satisfactoria, ya que en un contexto competitivo muy agresivo en promociones (especialmente en Canadá donde llegan a ser de hasta el 80%), hemos experimentado un incremento de volúmenes en casi todas las marcas de pasta blanca. Los lanzamientos de Sin Gluten y 150 Calorías siguen el plan establecido con una buena evolución.
- Estamos trabajando en la integración entre Olivieri y Catelli y los resultados son alentadores por el potencial del mercado y el gran valor de nuestras marcas.



División Pasta

- Estos resultados son los primeros en incluir nuestra adquisición en Canadá, Olivieri. Olivieri ha contribuido a las ventas con 18 MCAD y al Ebitda con 1,9 MCAD. Las cifras de Birkel hemos procedido a desconsolidarlas para facilitar la comparativa.
- Las ventas de la división se elevan un 6% hasta 234,7 MEUR, 1 MEUR más que el ejercicio anterior si eliminamos el efecto Olivieri.
- El Ebitda se eleva un 19,4% hasta 35,4 MEUR aupado por las renovadas gamas en Francia, el éxito de los nuevos productos en EE.UU., 1,3 MEUR que aporta Olivieri y un mejor coste de aprovisionamiento. La divisa contribuye negativamente con 0,7 MEUR.
- El margen Ebitda vuelve a recuperar el 15,1% y el ROCE el 26,6%, ambos niveles muy satisfactorios para negocios de alimentación marquista.

Miles de EUR	1T12	1T13	1T14	14/13	TAMI 14/12
Ventas	247.397	221.558	234.656	5,9%	-2,6%
Publicidad	13.562	15.551	13.880	-10,7%	1,2%
Ebitda	32.144	29.630	35.380	19,4%	4,9%
Margen Ebitda	13,0%	13,4%	15,1%		
Ebit	25.394	23.096	28.072	21,5%	5,1%
Rtdo. Operativo	24.657	22.703	27.263	20,1%	5,2%
ROCE	23,3	24,8	26,6		



02 Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 1T14





Resultado Consolidado 1T14

- Las ventas del Grupo crecen un 2,6% hasta 500 MEUR. Cabe destacar que a perímetro constante habrían permanecido planas no acusando el hecho de que los precios medios de las materias primas durante el trimestre hayan sido inferiores a los del ejercicio precedente.
- Las campañas publicitarias llevan cierto retraso respecto al calendario del ejercicio anterior, por ello la inversión se contrae en 3,5 MEUR hasta 20 MEUR.
- El Ebitda crece un 7,5% hasta 68,3 MEUR pese a tener un impacto negativo de la divisa de 1,3 MEUR.
- El resultado antes de impuestos crece un 23,8% empujado no sólo por el mejor resultado operativo sino también por la plusvalía generada con la desinversión en Deoleo que ha ascendido a 9,9 MEUR. Que viene a compensar la minusvalía registrada el año anterior por el deterioro de su cotización.
- El beneficio neto se incrementa un 18% hasta 38,9MEUR.

Miles de EUR	1T12	1T13	1T14	14/13	TAMI 14/12
Ventas	515.502	487.594	500.051	2,6%	-1,5%
Publicidad	21.779	23.499	20.015	-14,8%	-4,1%
Ebitda	65.127	63.539	68.310	7,5%	2,4%
Margen Ebitda	12,6%	13,0%	13,7%		
Ebit	51.172	50.164	54.072	7,8%	2,8%
Rtdo. Operativo	49.614	48.995	52.511	7,2%	2,9%
Rtdo. Antes Impuestos	46.550	48.646	60.242	23,8%	13,8%
B° Neto en Gestion Continuada	33.100	32.949	39.121	18,7%	8,7%
Beneficio Neto	32.261	32.918	38.867	18,1%	9,8%
ROCE	20,6	20,0	17,9		



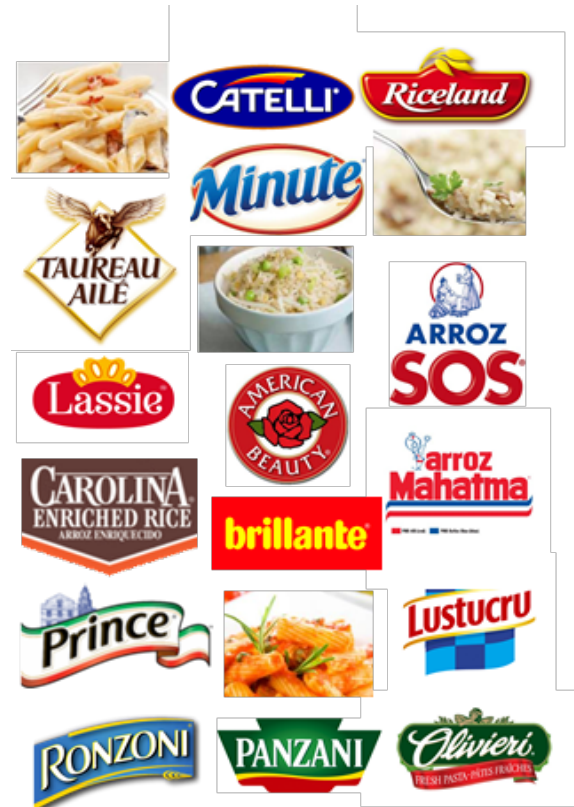
Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el primer trimestre con 297,2 MEUR, habiendo reducido la deuda neta en 41,1 MEUR respecto al final del ejercicio 2013.
- Los fondos propios se elevan un 0,8% sobre el ejercicio precedente hasta 1.731,5 MEUR.
- El apalancamiento se sitúa en el 17,2%, es un apalancamiento cómodo que nos permite seguir buscando oportunidades de inversión inorgánica.

Miles de EUR	31 Mar 12	31 Dic 12	31 Mar 13	31 Dic 13	31 Mar 14	13/12	TAMI 13/11
Deuda Neta	331.101	244.804	258.067	338.291	297.163	38,2%	1,1%
Deuda neta media	218.674	294.114	270.878	260.820	278.604	-11,3%	9,2%
Fondos Propios	1.620.521	1.692.209	1.739.921	1.705.756	1.731.490	0,8%	2,6%
Apalancamiento DN	20,4%	14,5%	14,8%	19,8%	17,2%	37,1%	-1,5%
Apalancamiento DNM	13,5%	17,4%	15,6%	15,3%	16,1%	-12,0%	6,4%
x Ebitda (DN)		0,8		1,2			
x Ebitda (DNM)		1,0		0,9			

Conclusión

03



Ebro



Conclusión

- o El Grupo empieza el 2014 con buen pie:
 - o En la división arrocera los efectos exógenos que nos afectaron en el ejercicio precedente empiezan a corregirse. Las marcas están teniendo una buena evolución y los productos nuevos un gran éxito.
 - o En la división de pasta, donde estamos integrando la última adquisición de Olivieri, hay cierta inestabilidad de la materia prima y un entorno competitivo más agresivo por las mayores ventas bajo promoción. Pese a ello, nuestras marcas salen reforzadas con crecimiento en volúmenes, rentabilidad y cuotas de mercado.
- o Durante el trimestre hemos materializado nuestra decisión de no avanzar en la toma de control de Deoleo. Después de tres años en la compañía llegamos a la conclusión de que es un sector complejo y reconocemos que no tenemos el conocimiento necesario para generar valor a nuestros accionistas con esta área de negocio. Seguiremos procediendo con la venta de activos no estratégicos que aligeren nuestro balance y mejoren la rentabilidad del Grupo.
- o Es cierto que en el pasado hemos crecido exponencialmente vía adquisiciones. Sin embargo y sin desatender oportunidades inorgánicas que puedan surgir, cada vez es más relevante el crecimiento orgánico que necesariamente tiene que estar basado en el I+D. Estos resultados lo constatan.



Calendario Corporativo

En el año 2014 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

26 de Febrero

2 Abril

29 de abril

2 de julio

30 de julio

2 de octubre

30 de octubre

22 de diciembre

Presentación resultados 2013

Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc)

Presentación resultados 1er trimestre

Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc)

Presentación de resultados del primer semestre

Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc)

Presentación resultados 3er trimestre y pre cierre 2014

Pago de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc)

Advertencia legal

- 0 Esta presentación contiene nuestro leal entender a la fecha de la misma en cuanto a las estimaciones sobre el crecimiento futuro en las diferentes líneas de negocio y el negocio global, cuota de mercado, resultados financieros y otros aspectos de la actividad y situación concernientes a la Compañía.
- 0 Todos los datos que contiene este informe están elaborados según las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC's).
- 0 El contenido de esta presentación no es garantía de nuestra actuación futura e implica riesgos e incertidumbres. Los resultados reales pueden ser materialmente distintos de los indicados en nuestras estimaciones como resultado de varios factores.
- 0 Analistas e inversores no deben depender de estas estimaciones que hablan sólo a la fecha de esta presentación. Ebro Foods no asume la obligación de informar públicamente de los resultados de cualquier revisión de estas estimaciones que pueden estar hechas para reflejar sucesos y circunstancias posteriores de la fecha de esta presentación, incluyendo, sin limitación, cambios en los negocios de Ebro Foods o estrategia de adquisiciones o para reflejar acontecimientos de sucesos imprevistos. Animamos a analistas e inversores a consultar el Informe Anual de la Compañía así como los documentos presentados a las Autoridades, y en particular a la CNMV.
- 0 Los principales riesgos e incertidumbres que afectan a las actividades de el Grupo son los mismos que se detallan en la Nota 28 de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2012 y que se encuentra disponible en la web www.ebrofoods.es. Estimamos que durante el presente ejercicio no se han producido cambios significativos. El Grupo mantiene cierta exposición a los mercados de materias primas y al traslado de modificaciones en el precio a sus clientes. Asimismo, existe una exposición a fluctuaciones en los tipos de cambio, especialmente del dólar, y a variaciones de los tipos de interés.

