



A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Madrid, a 25 de abril de 2018

Referencia: presentación a analistas anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al primer trimestre de 2018.

Les remitimos la presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods durante el primer trimestre 2018 que se va a realizar hoy en la Sala de Juntas de la segunda planta del domicilio social, sito en el Paseo de la Castellana número 20 de Madrid.

Atentamente,

Luis Peña Pazos
Secretario del Consejo de Administración



Índice

- **RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1T18**
 - 1.1 Arroz
 - 1.2 Pasta
- **RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 1T18**
 - 2.1 Cuenta de resultados
 - 2.2 Evolución del endeudamiento
- **CONCLUSIÓN**
- **CALENDARIO CORPORATIVO 2018**
- **ADVERTENCIA LEGAL**





Arroz 1T18

- Después de un 1T17 con crecimiento record de la División (+18%) tanto en Norteamérica como en Europa, el primer trimestre de 2018 presenta unos resultados sensiblemente inferiores debido al importante incremento del precio de las materias primas (media +22%), que afecta fundamentalmente a Riviana como consecuencia de la subida de los arroces aromáticos y el grano largo local.
- Esta subida, que se inicia con la llegada de la cosecha 17/18, nos repercute a partir de enero, si bien para mediados del 2T lo habremos trasladado a las tarifas.
- Esperamos que tanto los aumentos del área de cultivo (del orden del 20% en EE.UU.) y las lluvias de marzo y abril (que han resuelto el problema de sequía que amenazaba con no poder sembrar en el sur de Europa) ayuden a tener un segundo semestre con mejor precio de la materia prima.
- En EE.UU. nos encontramos algunos problemas añadidos, relacionados con la situación de pleno empleo que existe en el país:
 - Falta de personal en alguna de nuestras plantas y, en especial, de personal de mantenimiento (especialmente demandado tras los huracanes que afectaron a EE.UU. el año pasado).
 - Incremento del coste logístico en un 10% por el endurecimiento de la normativa, por la falta de conductores y el incremento del precio de los carburantes.
- Los volúmenes son buenos y, en un mercado que está bastante plano, las marcas de Ebro crecen tanto en Norteamérica como en Europa. El Grupo sigue liderando el sector y tenemos una buena aceptación de nuestras marcas y nuevos productos.



Arroz 1T18

- Presentamos unos resultados del primer trimestre que muestran un saludable crecimiento en cuanto a ventas, que se elevan un 2% hasta 346,1 MEUR.
- Sin embargo, el Ebitda de la División se reduce un 25% hasta 45 MEUR, con un nivel de rentabilidad del 13% por los problemas en Norteamérica antes referidos: incremento sustancial del precio de la materia prima y el consiguiente desfase temporal en el ajuste de precios finales, y la falta de operarios en fábricas y camioneros, con ulteriores retrasos en producción y transporte y penalizaciones en la entrega.
- El tipo de cambio ha tenido un impacto negativo en el Ebitda de la división de 3 MEUR.
- El Resultado Operativo decrece un 26% hasta 42,6 MEUR, a su vez afectado por importantes gastos de puesta en marcha de las nuevas líneas de congelados.

Miles de EUR	1T16	1T17	1T18	18/17	TAMI 18/16
Ventas	327.749	339.708	346.148	1,9%	2,8%
Publicidad	8.481	6.427	6.713	4,4%	-11,0%
Ebitda	50.231	59.402	44.872	-24,5%	-5,5%
Margen Ebitda	15,3%	17,5%	13,0%		
Ebit	42.439	51.239	36.400	-29,0%	-7,4%
Rtdo. Operativo	51.169	57.610	42.576	-26,1%	-8,8%





Pasta 1T18

- El trigo duro ha tenido un comportamiento muy estable, con tendencia a la baja y con perspectivas de buenas cosechas en Europa. En Norteamérica, las previsiones sobre la próxima siembra adelantan expectativas cercanas a la cosecha anterior.
- En esta situación de la materia prima, la competencia (no sólo en MDD y Horeca sino también en marcas) se presenta especialmente agresiva en la actividad promocional.
- En Francia estamos redefiniendo nuestro negocio de sándwiches que sufre de alta competencia y un modelo de negocio intensivo en mano de obra. En los demás segmentos en los que Panzani opera, crece en cuotas de mercado y consolida su liderazgo, lo que nos da seguridad en términos estratégicos.
- Garofalo continua con su éxito en la penetración en mercados como el español y el francés, lo cual conlleva unos altos costes de introducción en mercados tan maduros.
- En EE.UU., contamos con el incremento de los costes logísticos ya comentados en arroz. En esa compleja situación, sin embargo, Riviana gana cuota de mercado, lo que confirma el éxito de la estrategia que venimos desarrollando de recuperación de nuestras marcas americanas. Fruto de esa estrategia, como aspectos más relevantes, cabe destacar que:
 - Recuperamos un importante distribuidor para el Sureste americano que se había perdido hace años.
 - Estamos teniendo una excelente reacción de los distribuidores a los nuevos productos que hemos presentado para este año, como Thick & Hearty y Homestyle pasta.
- En este primer trimestre hemos concluido la adquisición de Bertagni, movimiento estratégico que nos convierte en el segundo participante mundial en el mercado de la pasta fresca y que, estamos seguros, aportará sinergias con Panzani y Olivieri.

Pasta 1T18

- La facturación, con un mayor componente de actividad promocional, decrece un 3,6% hasta 296,3 MEUR.
- Tras el importante esfuerzo en publicidad realizado en el 1T17, que daba soporte tanto al lanzamiento de productos como al relanzamiento de las marcas americanas, en este trimestre y en el contexto de agresividad promocional ya comentado, hemos dado una mayor relevancia al trade marketing y, así, la inversión publicitaria se reduce 6 MEUR hasta 16 MEUR.
- El Ebitda de la división decrece un 5,4% hasta 35 MEUR, con un margen de 11,8%. El impacto de la divisa en el Ebitda es de 0,4 MEUR.
- El Resultado Operativo decrece un 10,2% hasta 23,1 MEUR, tras el importante incremento de 1T17.

Miles de EUR	1T16	1T17	1T18	18/17	TAMI 18/16
Ventas	299.577	307.196	296.282	-3,6%	-0,6%
Publicidad	17.040	22.058	15.935	-27,8%	-3,3%
Ebitda	35.148	36.886	34.886	-5,4%	-0,4%
Margen Ebitda	11,7%	12,0%	11,8%		
Ebit	25.512	25.592	23.745	-7,2%	-3,5%
Rtdo. Operativo	20.119	25.708	23.086	-10,2%	7,1%



Ebro

9



2. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO EBRO FOODS

Ebro

10

2.1 Cuenta de Resultados 1T18

- La cifra de Ventas consolidada cae un 1% hasta 629 MEUR por las diferencias de tipo de cambio y el aumento de la actividad promocional en Pasta.
- Las inversión publicitaria se reduce un 19% hasta 22,9 MEUR, principalmente por una mayor ponderación de la actividad promocional en el mix de comunicación con el consumidor, el componente extraordinario de soporte a las marcas americanas de pasta en el 1T17, y el componente divisa.
- El Ebitda decrece un 16% hasta 79 MEUR, principalmente por el coyuntural desfase en precios de compra y venta de arroz. La divisa tiene un efecto traslación negativo que implica 3,5 MEUR menos de Ebitda. El cambio de perímetro contribuye con 2 MEUR.
- El Resultado Operativo decrece un 20% hasta 64,8 MEUR.
- El Beneficio Neto se reduce un 15,8%, hasta 43,4 MEUR, en un trimestre en transición en que salimos muy penalizados.

Miles de EUR	1T16	1T17	1T18	18/17	TAMI 18/16
Ventas	613.186	634.222	628.751	-0,9%	1,3%
Publicidad	25.360	28.262	22.892	-19,0%	-5,0%
Ebitda	82.871	94.096	79.116	-15,9%	-2,3%
Margen Ebitda	13,5%	14,8%	12,6%		
Ebit	65.275	74.481	59.345	-20,3%	-4,7%
Rtdo. Operativo	68.664	81.100	64.888	-20,0%	-2,8%
Rtdo. Antes Impuestos	64.314	79.474	62.637	-21,2%	-1,3%
Beneficio Neto	43.320	51.603	43.433	-15,8%	0,1%
ROCE	16,3%	16,9%	14,9%		



2.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el primer trimestre con una posición de Deuda Neta de 610,1 MEUR, casi 93 MEUR más que a cierre de ejercicio 2017, principalmente por el desembolso de la compra de Bertagni y por el importante incremento de circulante en ambas divisiones que hemos realizado en prevención de los riesgos de sequía y potenciales subidas de precio de materia prima.
- Los Fondos Propios crecen en 2,3 MEUR desde cierre de 2017 hasta 2.077 MEUR.
- Tras la compra de Bertagni, seguimos analizando oportunidades de crecimiento inorgánico.

Miles de EUR	31 Mar 16	31 Dic 16	31 Mar 17	31 Dic 17	31 Mar 18	18/17	TAMI 18/16
Deuda Neta	413.897	443.206	396.284	517.185	610.104	54,0%	21,4%
Deuda neta media	418.954	404.137	405.271	489.333	455.007	12,3%	4,2%
Fondos Propios	1.969.446	2.079.326	2.117.549	2.074.637	2.076.970	-1,9%	2,7%
Apalancamiento DN	21,0%	21,3%	18,7%	24,9%	29,4%	57,0%	18,2%
Apalancamiento DNM	21,3%	19,4%	19,1%	23,6%	21,9%	14,5%	1,5%
x Ebitda (DN)		1,29		1,44			
x Ebitda (DNM)		1,2		1,4			





Conclusión

- Se constatan en el primer trimestre los principales riesgos que veníamos previendo: incremento de precio del arroz en las distintas áreas geográficas donde operamos y depreciación del dólar. A ello debe unirse los costes extraordinarios incurridos en EE.UU. relacionados con el pleno empleo, las nuevas políticas de transporte por carretera y el combustible.
- Hemos tomado posiciones fuertes en materia prima ante el importante riesgo de sequía que existía hasta hace bien poco y en prevención de riesgos mayores con la llegada de la cosecha 18/19.
- Tras un periodo de fuertes inversiones en publicidad (1T14-1T17 crecimiento TAMI 12%), en este trimestre estamos dando un mayor peso a la actividad promocional. Esta situación es coyuntural y prevemos concentrar la mayor parte del soporte publicitario a los lanzamientos planeados para la segunda parte del año.
- Tras el reciente anuncio de compra de Bertagni, se constata la importancia que tiene para el Grupo el negocio de fresco que, en proforma 2017, representa un 12,2% de las ventas del Grupo y es una de las mayores fuentes de crecimiento.
- Están en ejecución importantes proyectos de desarrollo orgánico que esperamos estén pronto operativos y contribuyendo a la rentabilidad y el crecimiento.
- En conclusión, un trimestre difícil, especialmente en arroz. Esperamos que las medidas tomadas para corregirlo queden implementadas desde mediados del 2T y que para el 2S veamos cierta moderación en los precios, una vez se han disipado los riesgos de sequía.



Calendario Corporativo

En el año 2018 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:



➤ 28 de febrero	Presentación resultados cierre 2017 ✓
➤ 3 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 25 de abril	Presentación resultados 1er trimestre ✓
➤ 29 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 25 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre
➤ 1 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 24 de octubre	Presentación resultados 9M18 y pre cierre 2018

Advertencia Legal

- 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. Todos los datos que contiene este informe están elaborados según las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC's). 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.
- 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.
- 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 2015 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.
- De acuerdo con las directrices de la Autoridad Europea sobre Valores y Mercados (ESMA en sus siglas inglesas) a continuación incluimos la descripción de los principales indicadores utilizados en este Informe. Estos indicadores se utilizan recurrentemente y de forma consistente por el Grupo para explicar la evolución de su actividad y no se ha modificado su definición:

- Ebitda. Resultado antes de impuesto, amortización e intereses descontados los resultados considerados extraordinarios o no recurrentes (básicamente los derivados de transacciones relacionados con activos fijos del Grupo, costes de reestructuración industrial, resultados o provisiones de contenciosos, etc).

	31/03/2016	31/03/2017	31/03/2018	1T18-1T17
EBITDA	82.871	94.096	79.116	(14.980)
Dotaciones para amortizaciones	(17.596)	(19.615)	(19.771)	(156)
Ingresos no recurrentes	9.191	7.941	7.379	(562)
Gastos no recurrentes	(5.802)	(1.322)	(1.836)	(514)
RESULTADO OPERATIVO	68.664	81.100	64.888	(16.212)

- Deuda neta. Pasivos financieros con coste, valor de las participaciones sujetas a opción put/call que califican como tales y, en su caso, dividendos devengados y pendientes de pago menos tesorería o equivalentes de efectivo.
- CAPEX. Pagos por inversiones en activos fijos productivos.
- ROCE. Medida de rentabilidad de los activos calculada como Resultado antes de impuesto e intereses descontados los resultados considerados extraordinarios o no recurrentes medio del periodo considerado dividido entre el Activo Neto medio del periodo minorado por los Activos Financieros y el Fondo de Comercio.

