

# EBRO FOODS 2012

## Informe de Gestión 2012 EEFF resumidos Consolidados 2012



**Ebro**



## ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Resultado de las Unidades de Negocio 2012**
  - 2.1 Pasta
  - 2.2 Arroz
- 3. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 2012**
  - 3.1 Cuenta de Resultados
  - 3.2 Detalle de la Partida del Resultado Operativo
  - 3.3 Evolución del Endeudamiento
- 4. Perspectivas**
- 5. Anexo**
- 6. Calendario Corporativo 2013**
- 7. Advertencia Legal**





**01**

*Introducción*

## Introducción

- Los hitos más significativos del Grupo durante el ejercicio 2012 han sido:
  - En Pasta Europa, demostrar que es posible seguir creciendo en volumen aun siendo un mercado maduro y en situación de crisis, gracias al acertado posicionamiento de nuestras marcas core y su proximidad al consumidor. Hemos tenido acertados lanzamientos, destacando especialmente la apertura de un nuevo territorio en el campo de la patata.
  - En Arroz Europa, lograr un buen resultado que no ha sido nada fácil por la gran competencia que existe con las Marcas del Distribuidor (MDD) y las dificultades para mejorar condiciones de venta en algunos países. Destacamos la exitosa integración de SOS y el éxito del lanzamiento de Sabroz que es ya la 5ª marca de España.
  - En Arroz Norteamérica, en un entorno climatológicamente adverso a causa de la sequía que todavía permanece en Tejas, cerrar un buen año obteniendo el mejor resultado de la historia, afianzando la posición de la categoría Ready to Serve (RTS) y creciendo en congelado en un entorno de mucha competencia.
  - En Pasta Norteamérica, tras dos años influidos por el altísimo resultado del 2010, fruto de la coincidencia de una buena situación de materia prima y de una tarifa elevada, la importante subida posterior del precio del trigo duro nos llevó a realizar tres aumentos de tarifa de precios que no fueron seguidas por todo el sector, lo que hizo que perdiésemos nuestro posicionamiento en el lineal. Ello, unido a los vaivenes habidos en los precios de las materias primas, repercutió en nuestras cuotas de mercado durante el primer trimestre. Esta situación nos ha conducido a una importante reflexión que ha conllevado no sólo un cambio estratégico sino también de nuestro equipo directivo. En este sentido, hemos comenzado a trabajar en posicionar nuestros precios en línea con la competencia, asignando al mismo tiempo más recursos para el sostenimiento de las marcas.



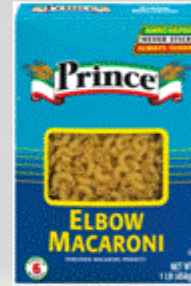


**02**

*Resultado de las Unidades  
de Negocio 2012*

# 2.1

## PASTA



## Esperada recuperación en el último trimestre

- Durante el tercer trimestre se implementaron los ajustes de precios que nos hacen ser más competitivos, realizando un importante esfuerzo publicitario para relanzar las marcas. En el último trimestre la Publicidad ha crecido un 25% sobre el mismo trimestre del año anterior.
- De este modo, las Ventas se han incrementado un 5,8% hasta 982 MEUR por la recuperación de los volúmenes.
- El Ebitda ha crecido un 0,6% hasta 145 MEUR. El tipo de cambio ha contribuido positivamente con 4,8 MEUR sobre el año anterior.
- El margen Ebitda se sitúa en el 14,8% pero si eliminamos el efecto Birkel de nuestras cuentas, el margen de la división estaría en el 15,8%.

Miles de EUR	2010	2011	2012	12/11	TAMI 12/10
<b>Ventas</b>	915.892	928.297	982.226	5,8%	3,6%
<b>Publicidad</b>	55.184	49.135	49.567	0,9%	-5,2%
<b>Ebitda</b>	160.484	144.457	145.370	0,6%	-4,8%
<b>Margen Ebitda</b>	17,5%	15,6%	14,8%	-4,9%	-8,1%
<b>Ebit</b>	133.741	119.064	116.634	-2,0%	-6,6%
<b>Rtdo. Operativo</b>	122.806	107.798	108.002	0,2%	-6,2%
<b>ROCE</b>	30,3	26,1	22,4	-14,2%	-14,0%



# 2.2

## ARROZ





## Sano crecimiento en Arroz

- Nomen y otras marcas pequeñas han salido de nuestro perímetro de consolidación en septiembre. Estas marcas aportaban casi 5 MEUR al año. La cifra de Ventas ha crecido un 20% hasta 1.106 MEUR, principalmente por la incorporación de ARI y SOS que este año contribuyen 8 y 9 meses más, respectivamente que en 2011.
- El Ebitda de la División ha crecido un 18,4% hasta 161 MEUR. El efecto del tipo de cambio ha contribuido positivamente con 7,5 MEUR. El Grupo SOS ha contribuido con 27 MEUR a esta cifra.
- El Resultado Operativo de la División ha crecido un 26% hasta 130 MEUR.

Miles de EUR	2010	2011	2012	12/11	TAMI 12/10
<b>Ventas</b>	811.337	920.752	1.105.738	20,1%	16,7%
<b>Publicidad</b>	23.648	18.790	20.219	7,6%	-7,5%
<b>Ebitda</b>	123.263	135.953	161.035	18,4%	14,3%
<b>Margen Ebitda</b>	15,2%	14,8%	14,6%	-1,4%	-2,1%
<b>Ebit</b>	99.019	113.698	133.927	17,8%	16,3%
<b>Rtdo. Operativo</b>	103.024	103.056	130.021	26,2%	12,3%
<b>ROCE</b>	19,6	18,8	18,4	-2,1%	-3,1%





**03**

*Resultado Consolidado del  
Grupo Ebro Foods 2012*

## Sólido crecimiento de todas las cifras

- La cifra de Ventas Neta consolidada ha crecido un 13%, hasta 2.041 MEUR.
- El Ebitda ha crecido cerca de un 10% hasta 299,6 MEUR. El efecto del tipo de cambio ha contribuido con 12,3 MEUR a este resultado. ARI y Birkel han aportado 214 MEUR a la cifra de Ventas pero apenas han contribuido al Ebitda empeorando el margen consolidado del Grupo hasta el 14,7%.
- Con todo, el Beneficio Neto ha crecido un 4,5% hasta 158,5 MEUR. Esta cifra recoge una nueva provisión por 4,5 MEUR que realizamos a final de año para reflejar el valor en ese momento de la cotización de nuestra participada Deoleo (0,275 EUR/acc).

Miles de EUR	2010	2011	2012	12/11	TAMI 12/10
<b>Ventas</b>	1.688.957	1.804.111	2.041.266	13,1%	9,9%
<b>Publicidad</b>	80.444	69.454	70.570	1,6%	-6,3%
<b>Ebitda</b>	267.479	273.106	299.576	9,7%	5,8%
<b>Margen Ebitda</b>	15,8%	15,1%	14,7%	-3,1%	-3,7%
<b>Ebit</b>	211.573	224.022	242.295	8,2%	7,0%
<b>Rtdo. Operativo</b>	200.023	219.074	253.393	15,7%	12,6%
<b>Rtdo. Antes Impuestos</b>	192.504	222.393	247.901	11,5%	13,5%
<b>Bº Neto en Gestion Continuada</b>	128.972	151.643	158.451	4,5%	10,8%
<b>Beneficio Neto</b>	388.797	151.542	158.451	4,6%	-36,2%
<b>ROCE</b>	21,3	22,2	20,0	-9,9%	-3,1%



## Alta generación de caja y baja deuda

- Acabamos el ejercicio con una posición de Deuda Neta de 244 MEUR, habiendo reducido en 145 MEUR la deuda de final de 2011.
- El ratio de Apalancamiento se sitúa en el 14% y el de DN/Ebitda en 0,8. Un nivel de endeudamiento bajo que nos permite apalancarnos haciendo compras que generen valor para nuestro accionista.
- En febrero de 2013 hemos anunciado la compra de una participación del 25% en Riso Scotti por 18 MEUR. Scotti, que comercializa su marca en más de 70 países, es un grupo italiano especializado en la producción y procesamiento de arroz, líder de la especialidad de arroz para 'risotto' en Italia. Además, la empresa cuenta en su portafolio con productos como leches de arroz y soja, galletas de arroz y aceites de arroz, entre otros, que se dirigen al segmento premium.
- En el ejercicio 2013 estamos estudiando otras operaciones corporativas, que solo realizaremos en el caso de que veamos un valor real para nuestros accionistas.

Miles de EUR	30 Sep 10	31 Dic 10	30 Sep 11	31-dic-11	30 Sep 12	31-dic-12	12/11	TAMI 12/10
<b>Deuda Neta</b>	-53.466	17.600	327.823	390.073	297.298	244.804	-37,2%	273%
<b>Deuda neta media</b>	508.386	378.336	79.405	139.157	313.786	294.114	111,4%	-12%
<b>Fondos Propios</b>	1.500.321	1.592.743	1.518.655	1.587.298	1.669.045	1.692.209	6,6%	3%
<b>Apalancamiento DN</b>	-3,6%	1,1%	21,6%	24,6%	17,8%	14,5%		
<b>Apalancamiento DNM</b>	33,9%	23,8%	5,2%	8,8%	18,8%	17,4%		
<b>x Ebitda (DN)</b>		0,07		1,43		0,82	-42,8%	252%
<b>x Ebitda (DNM)</b>		1,4		0,5		0,98	92,7%	-17%





**04**

*Perspectivas*

## Perspectivas

- Para el año 2013 esperamos un entorno de volatilidad en las materias primas menos agresivo que el que hemos visto en los dos últimos años, sobre todo en trigo duro.
- Tras dos ejercicios complicados en nuestra división americana de pasta, prevemos que 2013 sea un año mas tranquilo, tanto por la mayor estabilidad de precios del trigo duro, como por los cambios que hemos realizado en nuestra estrategia. Decisiones de las que esperamos resultados muy positivos a medio/largo plazo.
- En el resto de las filiales hemos decidido apostar fuertemente por la consolidación de nuestras marcas y durante el año 2013 haremos un gran esfuerzo a nivel grupo incrementando de manera considerable nuestras inversiones en marketing y publicidad.
- Durante este año seguiremos cosechando resultados muy positivos de la integración de las dos últimas adquisiciones que realizamos: No Yolks y SOS de las que todavía quedan sinergias por extraer.
- Para 2013 hemos incrementado nuestro dividendo ordinario de 0,45 EUR por acción a 0,48 EUR por acción. Si no encontramos mejores inversiones, al igual que se hizo en 2012, se valorarán nuevas decisiones respecto a dividendos extraordinarios o compra de autocartera.



**05**

*Anexo*

## Anexo Ventas Geográficas

- Es importante resaltar la posición geográfica del Grupo que tras las últimas adquisiciones quedaría de la siguiente forma:



- Europa Occidental es nuestra principal área de negocio y representa el 44% de nuestras Ventas.
- Norteamérica (Canadá, EE.UU. y México) representa el 38,6% de nuestras Ventas.
- Tenemos una exposición a España del 7,3% donde solo operamos con nuestro negocio de arroz.
- Europa del Este representa un 4,4%.
- Con la compra de ARI hemos reforzado nuestra posición en Oriente Medio que representa el 2,7%.
- A su vez el continente africano representa un 2%.
- “Otros” entre los que están varios países asiáticos y sudamericanos representan el 1,1%.







**06**

*Calendario Corporativo*



En el año 2013 Ebro continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

10 de enero	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,16 EUR/acc)
28 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2012
25 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
10 de mayo	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,16 EUR/acc)
26 de julio	Presentación de resultados del primer semestre
10 de septiembre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,16 EUR/acc)
30 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre
18 de diciembre	Anuncio dividendo 2014 a cuenta 2013



07

*Advertencia Legal*



## 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 2011 y que se encuentra disponible en la web [www.ebrofoods.es](http://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.