



**A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

Madrid, a 29 de abril de 2014

**Referencia: presentación a analistas relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2014.**

Les remitimos la presentación anunciada esta mañana relativa a los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods durante el primer trimestre del ejercicio 2014 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,

Miguel Ángel Pérez Álvarez  
Secretario del Consejo de Administración

# Ebro

Presentación de  
Resultados 1T14

2014



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

Ebro

## Resultado de las Unidades de Negocio 1T14

01



Ebro

## División Arroz

11





## División Arroz

- 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:
  - Un abastecimiento de variedades índicas a menor precio que la campaña anterior.
  - 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.
  - Un precio del japónica más competitivo que ayuda a la rentabilidad de las filiales de España, Italia y Portugal.
- En general, en cuanto a la materia prima vemos un mercado estable a precios bajos excepto las especialidades (basmati, risotto, etc.).
- Respecto a los problemas que afrontamos el ejercicio pasado:
  - 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 रहेje pues estamos en fase de aprendizaje.
  - 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.
  - 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.

Ebro



## 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 EEUU.
- 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 | 276.656 | 276.161 | -0,9%  | -0,2%      |
| Publicidad      | 6.126   | 7.877   | 5.975   | -24,2% | -14,2%     |
| Ebitda          | 35.730  | 35.899  | 35.374  | -1,5%  | -0,5%      |
| Margen Ebitda   | 12,7%   | 12,9%   | 12,8%   |        |            |
| Ebit            | 28.888  | 29.388  | 28.712  | -2,5%  | -0,3%      |
| Rtdo. Operativo | 28.380  | 28.885  | 27.904  | -2,7%  | -0,8%      |
| ROCE            | 18,6    | 18,3    | 14,7    |        |            |

Ebro

## 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 EEUU. 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.

Ebro



## División Pasta

- Estos resultados son los primeros en incluir nuestra adquisición en Canadá, Oliveri. Oliveri ha contribuido a las ventas con 18 MCAD y al Ebitda con 1,9 MCAD. Las cifras de Binkell 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 Oliveri.
- El Ebitda se eleva un 19,4% hasta 35,4 MEUR apoyado por las renovadas gamas en Francia, el éxito de los nuevos productos en EE.UU., 1,3 MEUR que aporta Oliveri 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 marplatense.

| Miles de EUR    | 2012    | 2013    | 2014    | 14/13  | YAME 14/12 |
|-----------------|---------|---------|---------|--------|------------|
| Ventas          | 247.397 | 221.898 | 234.858 | 5,9%   | -2,6%      |
| Publicidad      | 15.862  | 15.891  | 15.880  | -10,7% | 1,2%       |
| Ebitda          | 32.144  | 29.830  | 35.380  | 19,4%  | 4,9%       |
| Margen Ebitda   | 13,0%   | 13,4%   | 15,1%   |        |            |
| EBE             | 25.594  | 23.098  | 28.072  | 21,5%  | 5,1%       |
| Rtdo. Operativo | 24.637  | 22.703  | 27.283  | 20,1%  | 5,2%       |
| ROCE            | 25,5    | 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 Dealeo 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  | 23.489  | 20.015  | -14,8% | -4,1%      |
| Ebitda                        | 65.127  | 63.539  | 68.310  | 7,5%   | 2,4%       |
| Margin 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%      |
| Bº 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

- Aceberamos 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 13/12 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|------------|
| Deuda Neta          | 331.101   | 244.804   | 288.087   | 338.291   | 297.185   | 38,2%  | 1,1%       |
| Deuda neta media    | 21.8574   | 294.114   | 270.878   | 280.820   | 278.604   | -11,2% | 8,2%       |
| Fondos Propios      | 1.820.821 | 1.892.209 | 1.759.921 | 1.703.798 | 1.731.490 | 0,8%   | 2,8%       |
| Apalancamiento D/N  | 20,4%     | 14,8%     | 16,8%     | 19,8%     | 17,2%     | 37,1%  | -1,5%      |
| Apalancamiento D/NW | 15,5%     | 17,4%     | 16,8%     | 16,5%     | 16,1%     | -12,0% | 8,4%       |
| x Ebitda (D/N)      |           | 0,3       |           | 1,2       |           |        |            |
| x Ebitda (D/NW)     |           | 1,0       |           | 0,9       |           |        |            |

# Conclusión

03



**Ebro**



## Conclusión

- El Grupo empieza el 2014 con buen pie:
  - En la división arroceras 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.
  - 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.
- 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.
- 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.



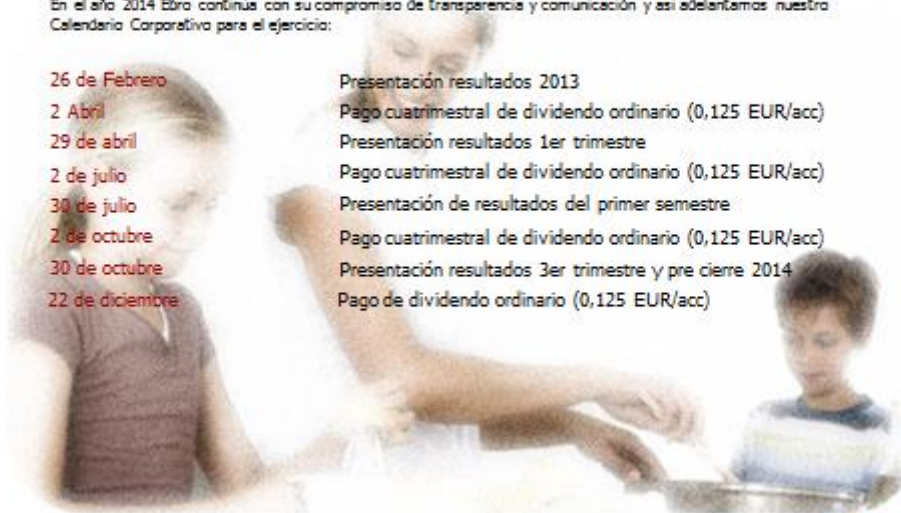
**Ebro**



## 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   | Presentación resultados 2013                              |
| 2 Abril         | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc) |
| 29 de abril     | Presentación resultados 1er trimestre                     |
| 2 de julio      | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc) |
| 30 de julio     | Presentación de resultados del primer semestre            |
| 2 de octubre    | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc) |
| 30 de octubre   | Presentación resultados 3er trimestre y pre cierre 2014   |
| 22 de diciembre | Pago de dividendo ordinario (0,125 EUR/acc)               |



## 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 2012 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.

