



A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Madrid, a 27 de octubre de 2011

Referencia: presentación de resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre del 2011 y previsión de cierre del ejercicio.

Les remitimos la anunciada presentación sobre los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre del 2011 y previsión de cierre del ejercicio, 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.

Quedamos a su disposición para cualquier aclaración.

Atentamente,

Miguel Ángel Pérez Álvarez
Secretario del Consejo de Administración



ÍNDICE

1. **Introducción**
2. **Resultado de las Unidades de Negocio 9M11 y Precierre 2011**
 - Arroz
 - Pasta
3. **Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 9M11 y Precierre 2011**
 - Cuenta de Resultados
 - Evolución del Endeudamiento
4. **Conclusión**
5. **Anexo Materias Primas**
6. **Calendario Corporativo 2011**
7. **Advertencia Legal**



Introducción

Introducción

- El tercer trimestre 2011 ha reflejado una mejoría para Ebro respecto a los resultados semestrales a pesar de seguir manteniendo el mismo entorno adverso en términos de materia prima y competencia. El crecimiento del Ebitda respecto al 2T2011 ha sido de un 27,4% vs el 1,7% que obtuvimos en el mismo periodo del 2010, lo que refleja que la situación del 2T2011 fue coyuntural.
- Para el último trimestre esperamos continuar crecimiento en resultados una vez sean efectivas las subidas de precios y se haya ajustado el nivel promocional.
- Durante este trimestre, hemos concluido la operación de compra-venta de la división arroceras de Deoleo ("SOS"). La CNC ha establecido como condición la licencia o venta de la marca Nomen, proceso que se acometerá inmediatamente.
- Con la compra de SOS incorporamos al grupo el negocio americano de ARI con marcas como Abu Bint, Blue Ribbon y Adolphus; a su vez incorporamos las marcas Lassie en Holanda, Saludaes en Portugal y SOS en España, que consolidaremos totalmente en el 4T2011 y supondrán una contribución de aproximadamente 6 MEUR en Ebitda en ese periodo.
- La incorporación de estas nuevas marcas en nuestro grupo nos permitirá reforzar nuestra presencia en EEUU y España con cuotas de mercado en volumen del 27% y 28% respectivamente, al igual que nos dará una presencia relevante en nuevos mercados como el holandés (28% de cuota de mercado) y Oriente Medio.





Resultado de las Unidades de Negocio 9M11 y Precierre 2011



ARROZ



Arroz

Arroz

- Nuestra división arrocera ha mostrado en el tercer trimestre una mejora importante respecto al 9M2010 tanto en ventas como en Ebitda. Incluso descontando el efecto positivo por la consolidación de dos meses de los negocios Americanos de SOS (ARI) que aportaron cerca de 2 MEUR de Ebitda.
- Esta mejoría se debe principalmente al excelente comportamiento de Herba, que sigue demostrando su fortaleza y estabilidad, con resultados muy sólidos tanto en ventas como Ebitda, por su buen hacer en la gestión del negocio, aprovisionamiento de materia prima y políticas comerciales. Herba refleja un crecimiento de Ebitda de un 13,4% respecto al mismo periodo del 2010.
- Nuestros negocios americanos también han mostrado un satisfactorio comportamiento, creciendo un 1% en Ebitda en dólares con relación al año anterior, pese a seguir experimentando los efectos negativos de los retrasos en la maquinaria de empaquetado y paletizado de la fábrica de Memphis, del bajo rendimiento por Tn de arroz derivado de la mala cosecha 10/11 y una intensa actividad promocional durante los primeros nueve meses del año.
- La filial americana de SOS ("ARI"), no solo nos da la posibilidad de afianzar nuestra posición en Estados Unidos, sino que nos da acceso a un interesante mercado, como es Arabia Saudita.
- Durante los 9M2011 vemos con satisfacción que aumentan nuestras cuotas de mercado en Europa, y que se mantienen en EE.UU. dentro de un entorno difícil. Son especialmente interesantes los aumentos de cuota en microondas y arroces aromáticos.
- Las nuevas cosechas en EE.UU. son de menor cantidad pero de buena calidad. En España esperamos cosechas óptimas y en el mercado mundial, India abre las barreras a la exportación, circunstancia que ayudará a compensar la presión al alza de los precios que existe en Tailandia. El mercado del arroz se encuentra estabilizado, mostrando una leve tendencia al alza.



Arroz

9M 2011

- La cifra de ventas crece un 8,6% y si eliminamos el efecto del tipo de cambio hubiera crecido más de un 12%.
- El Ebitda de la división crece un 5,4% hasta 92,5 MEUR. A divisa constante y sin nuevos negocios el Ebitda crece en 4,8 MEUR.
- El Resultado Operativo crece un 2%.

Miles de EUR	9M09	9M10	9M11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	654.925	602.055	653.582	8,6%	-0,1%
Publicidad	21.166	20.699	16.612	-19,7%	-11,4%
Ebitda	85.600	87.779	92.532	5,4%	4,0%
Margen Ebitda	13,1%	14,6%	14,2%	-2,9%	4,1%
Ebit	69.901	70.488	76.653	8,7%	4,7%
Rtdo. Operativo	63.190	73.185	74.598	1,9%	8,7%
ROCE	19,4	19,9	19,5	-2,0%	0,3%



Arroz

Arroz Precierre 2011

- Las Ventas estimadas para el cierre de 2011 crecerán cerca del 15%, hasta 929,3 MEUR teniendo en cuenta la incorporación de SOS a nuestros negocios.
- El Ebitda estimado para el cierre del 2011 crece un 6,8% teniendo en cuenta una contribución negativa estimada de 3,6 MEUR por la evolución de la divisa (tipo de cambio 1,4013).
- El Resultado Operativo estimado para el cierre del 2011 crece alrededor del 7%.

Miles de EUR	2009	2010	E2011	E11/10	TAMI	E11/09
Ventas	836.147	811.337	929.309	14,5%		5,4%
Publicidad	24.175	23.648	20.103	-15,0%		-8,8%
Ebitda	118.561	123.263	131.669	6,8%		5,4%
Margen Ebitda	14,2%	15,2%	14,2%	-6,7%		0,0%
Ebit	97.575	99.019	109.116	10,2%		5,7%
Rtdo. Operativo	82.157	103.024	110.020	6,8%		15,7%
ROCE	19,7	19,6	ND	ND		ND



PASTA



Pasta

Pasta

- En el periodo 9M2011, hemos soportado el incremento del precio de la materia prima hasta cotas de 320/330 EUR/Tm en Europa y niveles superiores en Norteamérica. Esto nos ha obligado a realizar tres subidas de precios en diciembre, junio y agosto en EE.UU., que han supuesto un total de 22 centavos por libra. En Europa la subida ha sido de 16 céntimos por kilo en dos escalones.
- Las dificultades del mercado por la subida de precios nos ha obligado a realizar un sobreesfuerzo en el primer semestre vía promociones, de cara a no perder nuestra posición de liderazgo (24,5% de cuota de mercado) en este mercado tan competitivo.
- En el 4T2011 las acciones correctoras iniciadas para compensar el aumento de la materia prima tendrán pleno impacto, y aunque puedan afectar momentáneamente a la cuota de mercado, contribuirán a fortalecer el Ebitda al final del ejercicio de NWP.
- Panzani sigue demostrando una gran solidez y crece, a pesar de los altos niveles de precio de la materia prima, gracias al éxito de su cartera de productos. Estamos llevando a cabo un plan de inversión de 36 MEUR (2011-2014) en las fábricas de pasta fresca con el objetivo de atender correctamente la fuerte demanda de los nuevos lanzamientos.
- En Alemania hemos tenido dificultades a la hora de trasladar las subidas de precios al distribuidor, lo que se ha unido a la necesaria reestructuración de Birkel. En este sentido, se está ajustando la producción a la parte del negocio que es rentable y estratégico para el grupo, las marcas Birkel y 3 Glocken, por lo que se ha vendido a los directivos la planta dedicada principalmente al negocio de MDD. Esta reestructuración supone una inversión de 8,5 MEUR en 2011.



Pasta

9M 2011

- Las Ventas de 9M2011 crecen hasta 683,4 MEUR, un 2,1% respecto al mismo periodo de 2010. Sin tener en cuenta el efecto del tipo de cambio lo hubiera hecho en un 5%.
- El Ebitda se ve afectado por el entorno competitivo en EE.UU., la contribución negativa de Birkel, la alta volatilidad del precio del trigo duro y por un efecto negativo de tipo de cambio de 2,7 MEUR.
- Seguimos manteniendo unos niveles de ROCE muy rentables de 27,3%.

Miles de EUR	9M09	9M10	9M11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	692.308	669.379	683.434	2,1%	-0,6%
Publicidad	37.431	43.153	39.203	-9,2%	2,3%
Ebitda	94.807	117.651	102.482	-12,9%	4,0%
Margen Ebitda	13,7%	17,6%	15,0%	-14,7%	4,6%
Ebit	73.818	97.569	83.477	-14,4%	6,3%
Rtdo. Operativo	71.767	91.254	75.119	-17,7%	2,3%
ROCE	21,6	29,3	27,3	-6,8%	12,4%



Pasta Precierre 2011

- Nuestra cifra de ventas estimada para el cierre del 2011 crece por encima del 4%, hasta 956,6 MEUR.
- El Ebitda estimado para el 2011 cae un 6% hasta 151 MEUR, mientras que en TAMI E11/09 crece un 5%. Este nivel de crecimiento demuestra la solidez de nuestro negocio incluso en condiciones adversas como las que hemos vivido en el 2011. El impacto negativo estimado para el 2011 por el tipo de cambio es de 3,5 MEUR.

Miles de EUR	2009	2010	E2011	E11/10	TAMI E11/09
Ventas	928.077	915.892	956.636	4,4%	1,5%
Publicidad	48.781	55.184	51.333	-7,0%	2,6%
Ebitda	137.057	160.484	150.897	-6,0%	4,9%
Margen Ebitda	14,8%	17,5%	15,8%	-10,0%	3,3%
Ebit	108.831	133.741	125.768	-6,0%	7,5%
Rtdo. Operativo	104.066	122.806	113.898	-7,3%	4,6%
ROCE	23,2	30,3	ND	ND	ND



*Resultado Consolidado del
Grupo Ebro Foods
9M2011 y Precierre 2011*



Consolidado 9M 2011

- Las Ventas acumuladas de los 9M2011 han crecido un 5% respecto al mismo período de 2010, principalmente por el incremento del precio de las materias primas.
- El Ebitda retrocede 8,8 MEUR, un 4,5%, hasta 185,8 MEUR, siendo el efecto negativo de la evolución del tipo de cambio de 7 MEUR.
- El Beneficio Neto en Gestión Continuada crece un 16%, hasta 93 MEUR.

Miles de EUR	9M09	9M10	9M11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	1.328.790	1.240.817	1.305.080	5,2%	-0,9%
Publicidad	61.406	64.736	57.113	-11,8%	-3,6%
Ebitda	169.335	194.601	185.793	-4,5%	4,7%
Margen Ebitda	12,7%	15,7%	14,2%	-9,2%	5,7%
Ebit	131.680	156.579	149.853	-4,3%	6,7%
Rtdo. Operativo	118.243	141.724	136.472	-3,7%	7,4%
Rtdo. Antes Impuestos	100.180	134.714	143.073	6,2%	19,5%
Bº Neto en Gestión Continuada	68.881	80.197	92.993	16,0%	16,2%
Beneficio Neto	134.701	346.065	92.674	-73,2%	-17,1%
ROCE	17,8	21,5	20,8	-3,3%	8,1%



Consolidado Precierre 2011

- Las Ventas estimadas para el 2011 crecerán alrededor del 9,4% con relación a 2010.
- El Ebitda estimado crecerá cerca del 2% considerando la incorporación de SCS, que contribuirá al Ebitda con 6 MEUR. Sin tener en cuenta el impacto negativo por tipo de cambio, estimado en 7,3 MEUR (Tipo de Cambio 1,4013), nuestro Ebitda sería de 279 MEUR.
- El Beneficio Neto en Gestión Continuada estimado crecerá por encima del 9% y en TAMI E11/09 crecerá más del 17%.

Miles de EUR	2009	2010	E2011	E11/10	TAMI E11/09
Ventas	1.746.586	1.684.653	1.842.847	9,4%	2,7%
Publicidad	75.701	80.444	72.985	-9,3%	-1,8%
Ebitda	240.898	267.479	272.058	1,7%	6,3%
Margen Ebitda	13,8%	15,9%	14,8%	-7,0%	3,5%
Ebit	190.348	211.573	222.910	5,4%	8,2%
Rtdo. Operativo	175.276	200.023	208.936	4,5%	9,2%
Rtdo. Antes Impuestos	137.455	192.504	214.030	11,2%	24,8%
Bº Neto en Gestión Continuada	102.693	128.972	140.731	9,1%	17,1%
Beneficio Neto	176.539	388.797	140.430	-63,9%	-10,8%
ROCE	18,5	21,3	ND	ND	ND



Deuda Neta

- A cierre estimado de 2011 tendremos una Deuda Neta de 327 MEUR, que incluirá el pago de la compra de SOS (205 MEUR), el pago de un dividendo extraordinario de 0,15 EUR por acción (23 MEUR), la compra de acciones de Deoleo (50 MEUR) y la compra de autocartera por valor de 54,5 MEUR.
- Los Fondos Propios estimados a cierre de 2011 decrecen un 3,5%.
- Una vez materializada la compra de SOS, seguimos manteniendo una holgada situación financiera que nos permite continuar analizando el mercado en busca de nuevas oportunidades de M&A.

Miles de EUR	30 Sep 09	31 Dic 09	30 Sep 10	31 Dic 10	30 Sep 11	E31 Dic 11	E11/10	TAMIE11/09
Deuda Neta	545.275	556.800	-53.466	17.600	327.823	327.035	1758,2%	-23,4%
Deuda neta media	770.943	716.725	508.386	378.336	79.405	ND	ND	ND
Fondos Propios	1.228.326	1.280.322	1.500.321	1.592.743	1.518.655	1.537.632	-3,5%	9,6%
Apalancamiento DN	44,4%	43,5%	-3,6%	1,1%	21,6%	21,3%	-705,7%	-30,1%
Apalancamiento DNM	62,8%	56,0%	33,9%	23,8%	5,2%	ND	ND	ND
x Ebitda (DN)		1,8		0,06		1,20		
x Ebitda (DNM)		2,3		1,4		ND		





Conclusión

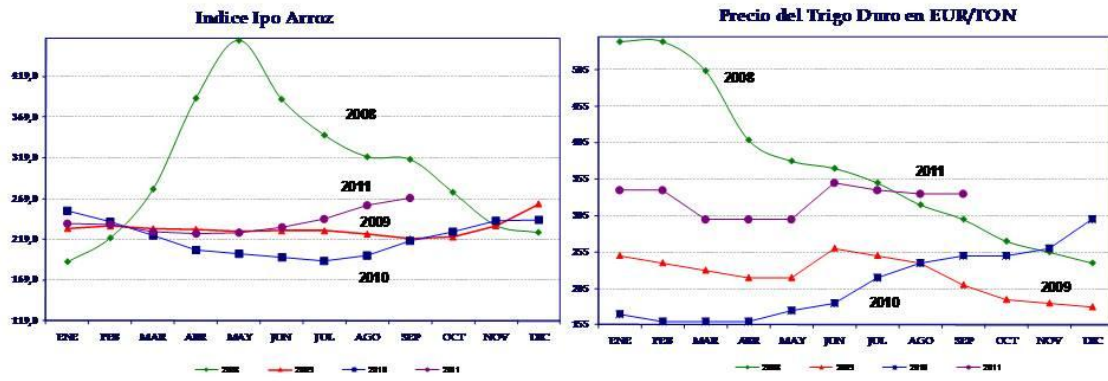
- Pese a ser un año complicado a nivel de materia prima, especialmente en trigo duro, hemos conseguido aplicar las medidas necesarias, que a partir de ahora nos permitirán ir recuperando paulatinamente los impactos negativos sufridos en nuestros márgenes. En general, preveemos un mercado de materias primas sostenido con tendencia al alza en arroz y posiblemente a la baja en trigo duro.
- Nuestros nuevos productos continúan dándonos satisfacción y vemos como Smart Taste, Garden Delight y las pastas de cocción rápida continúan creciendo al ritmo preciso y reforzando nuestra posición en la parte menos banalizada del lineal.
- En EE.UU. hemos abierto un nuevo mercado con nuestra irrupción en el segmento de platos preparados congelados que están obteniendo una prometedora acogida y que pueden hacer de Ebro un actor importante en esta zona.
- A fin de año habremos integrado todas las divisiones del grupo SOS y esperamos empezar a obtener sinergias desde entonces.
- Vamos a continuar trabajando en la reducción de costes y optimización de nuestra potente estructura industrial, que con la compra de SOS se incrementa en tres fabricas en EE.UU., Holanda y España.
- A largo plazo se puede apreciar la evolución positiva de nuestro negocio, con unos niveles de márgenes muy atractivos.





Materias Primas

Mostramos a continuación gráficos con la evolución de precios de materias primas:





Calendario Corporativo 2011 y 2012

21 de diciembre	Anuncio dividendo 2012 a cuenta 2011
22 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
29 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2011
2 de abril	Pago trimestral de dividendo ordinario
25 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
2 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario
24 de julio	Presentación resultados 1er semestre
2 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario
31 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2012
18 de diciembre	Anuncio dividendo 2013 a cuenta 2012
21 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario





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 2010 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.