



A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Madrid, a 30 de octubre de 2013

Referencia: presentación relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre de 2013 y a la previsión de cierre del ejercicio.

Les remitimos la presentación anunciada esta mañana relativa a los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods durante el tercer trimestre del 2013 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.

Atentamente,

Miguel Ángel Pérez Álvarez
Secretario del Consejo de Administración

Ebro

Presentación de
Resultados 9M
Y Precierre 2013

2013



Ebro

ÍNDICE

1. Resultado de las Unidades de Negocio 9M y Precierre 2013
 - 1.1 Arroz
 - 1.2 Pasta
2. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Food: 9M y Precierre 2013
 - 2.1 Cuenta de Resultados
 - 2.2 Detalle de la partida del resultado operativo
 - 2.2 Evolución del Endeudamiento
3. Conclusión
4. Calendario Corporativo 2013
5. Advertencia Legal

Ebro

Resultado de las Unidades de Negocio 9M y Precierre *01*



División Arroz *11*





División Arroz

- Durante el ejercicio 2013 Ebro se está enfrentando a una serie de retos, alguno de los cuales no eran previsibles y que están afectando a nuestros negocios.
- Vemos dos entornos geográficos con comportamientos distintos y a su vez nuestros dos productos, arroz y pasta, también han tenido una evolución diferente.
- Diversos acontecimientos exógenos están afectando a la marcha de nuestro negocio arrocero:
 - En EE.UU., el precio del arroz ha tendido al alza, empujado por la sequía de Texas que afecta por segundo año consecutivo pero esta vez con mayor gravedad por haberse agotado los inventarios de empalmé que tuvimos en el primer año. La sequía hace que ARI se tenga que aprovisionar en más del 50% de otros estados, lo cual anula su competitividad en la mayor parte de sus negocios de marca blanca e industriales. La sequía también afecta a Riviana ya que provoca un incremento de los precios de la materia prima en EE.UU. y reduce la rentabilidad de los negocios menos marquisistas y el Food Service.
 - Abandono del negocio de congelados por no haber conseguido la rentabilidad necesaria.
 - Marruecos, que es una filial muy rentable, ha visto durante una buena parte del ejercicio cómo se deterioraba su rentabilidad por influencia de entrada de arroz de contrabando.
 - Incumplimiento por parte de los productores de arroz basmati.

Ebro



División Arroz

- Estos efectos, que en buena medida no se deben repetir, se enmarcan en una evolución positiva de nuestro negocio central arrocero.
- Estamos muy satisfechos de nuestras ventas con marca en Norteamérica, donde crecemos al 2% consolidando nuestro liderazgo, y especialmente por la evolución de las categorías de aromáticas y Ready to Serve.
- Los lanzamientos efectuados a ambos lados del Atlántico: Sabroz, Brillante a la Sartén, SOS Para y SOS Platos, Riz a Poeler en Francia y los nuevos sabores de Ready-to-Serve Microwaveable (arroz con frijoles y multigrano) en EE.UU. han tenido una muy buena acogida.
- En el tercer trimestre se está produciendo un desplome de los precios en Tailandia por la insostenibilidad del sistema de intervención y que está afectando a todos los mercados.
- Si bien esta bajada afectará la ocupación de las plantas del Sur de Europa, nos permitirá reducir sensiblemente el coste de nuestros aprovisionamientos.
- Nuestra nueva planta en la India evitará incumplimientos como los del pasado aunque no es previsible un descenso en el precio de basmati porque la cosecha es normal y no hay grandes inventarios. La fábrica no ha empezado su actividad, al depender de la cosecha, por lo que durante el ejercicio sólo ha producido contribución negativa.

Ebro



División Arroz

- Las ventas de la división se mantienen en torno a los 825 MEUR pese a las últimas bajadas de precios de las materias primas.
- La expansión a nuevos mercados y un reforzado esfuerzo en lanzamientos son acompañadas de una mayor inversión publicitaria. Así la cifra se eleva un 19% hasta 18,4 MEUR.
- El Ebitda de la división se deja un 16%, casi 19 MEUR que vienen explicadas principalmente por los distintos efectos anunciados: incumplimientos de contratos de basmati, sequía de Texas, Marruecos, discontinuación de productos y entrada en nuevos mercados. A su vez, el efecto traslación del tipo de cambio tiene un efecto negativo en nuestras cuentas de 1,8 MEUR.
- El ROCE de la división se deja casi 290 puntos básicos hasta 15,5%.

Miles de EUR	9M11	9M12	9M13	13/12	TAM113/12
Ventas	853.582	851.485	825.099	-0,8%	12,4%
Publicidad	1.6612	15.429	18.415	19,3%	5,3%
Coste	92.532	117.748	99.194	-15,8%	3,5%
Margen Ebitda	24,2%	24,2%	22,0%	-15,1%	-7,9%
Ebit	76.833	98.913	75.719	-18,8%	1,3%
Ratio Operativo	74,598	87,834	75,818	-13,8%	0,7%
ROCE	15,5	15,4	15,5		



División Arroz

- La cifra de ventas para el ejercicio completo estimamos ascenderá hasta los 1.118 MEUR un 1,1% más, lo que en un entorno general de bajada de materia prima muestra un buen tono que nos hace ser optimistas para 2014.
- Mantendremos el diferencial de 3 MEUR de inversión publicitaria, 23 MEUR, casi un 15% más que el ejercicio anterior y con una marca menos.
- El Ebitda estimamos que continuará adoleciendo de los negativos impactos que nos han afectado durante el ejercicio y caerá hasta 140 MEUR.

Miles de EUR	2011	2012	2013	13/12	TAM113/12
Ventas	920.792	1.105.735	1.117.775	1,1%	10,2%
Publicidad	15.790	20.219	23.185	14,7%	11,1%
Coste	135.933	161.035	140.123	-13,0%	1,8%
Margen Ebitda	24,2%	24,2%	22,0%	-14,1%	-7,9%
Ebit	11.3695	133.927	112.875	-15,9%	-0,4%
Ratio Operativo	103,035	130,021	108,830	-16,5%	2,7%
ROCE	15,5	15,4	ND		

División Pasta

12



División Pasta

- En la división Pasta el año está siendo muy bueno pero también hemos tenido que afrontar acontecimientos inesperados. El más importante ha sido en Francia donde "la crisis de la carne de caballo" ha supuesto para Penzani incurrir en costes para garantizar el uso de buey francés en nuestras boloñesas y platos de pasta rellena de carne.
- Por lo demás vemos que en el mercado francés, en un entorno tranquilo de materia prima pero con una creciente competitividad de las marcas blancas y otros fabricantes que han aumentado enormemente su nivel promocional, mantenemos las cuotas de mercado y la rentabilidad.
- En Europa, el trigo a 260 MEUR permite compensar otras alzas de ingredientes y de condiciones comerciales por parte de los distribuidores.
- En Norteamérica vemos cómo las medidas iniciadas en septiembre de 2012 están dando sus frutos y hemos corregido y recuperado cuota de mercado, aumentando nuestra inversión publicitaria y mejorando sensiblemente la rentabilidad.
- Queremos destacar la buena evolución de los lanzamientos de productos sin gluten en EE.UU. y Canadá, así como la de nuestras salsas en el mercado canadiense.



División Pasta

- Recientemente hemos realizado el anuncio de la compra de Olivieri, compañía la marca líder de pasta fresca y salsas frescas en Canadá.
- Con una cuota de mercado del 51% en pasta fresca y del 41% en salsas frescas y una plantilla de aproximadamente 375 empleadas, la cifra bruta de ventas durante el ejercicio 2012 fue de 105,5 MCAD.
- La operación, valorada en 120 MCAD, se prevé que pueda ejecutarse antes de que finalice 2013, una vez recibida la aprobación pertinente por parte de las Autoridades de la Competencia canadienses.
- Olivieri se enmarca en nuestra matriz de productos y países en un área geográfica, Norteamérica, donde contábamos con alimentación seca (arroz y pasta seca) pero no contábamos con el área principal de crecimiento del Grupo que es la distribución fresca.
- Olivieri proporciona una nueva plataforma de distribución para los productos de distribución fresca del Grupo y colaborará muy estrechamente con Lustucru Frais.



División Pasta

- La bajada del precio de ventas suscitada por el descenso del precio del trigo duro hace bajar la cifra de ventas pese a que en el trimestre ya vemos cierta recuperación. Así, la cifra de los primeros nueve meses cae un 0,7% hasta 709,4 MEUR.
- La estrategia de reforzamiento de las marcas con nuevos lanzamientos e inversión en publicidad está dando sus frutos: de esta forma, pese ha haber invertido 6,5MEUR más, el Ebitda crece un 4,4% hasta 102,2 MEUR recuperando a su vez 70 puntos básicos de margen que se sitúa en el 14,4%. Bilo a pesar de que la división contribuye negativamente con 1,9 MEUR al Ebitda.
- El ROCE de la división crece hasta el 24% por la mejora de la rentabilidad.

Miles de EUR	9M11	9M12	9M13	13/12	TAMI 13/11
Ventas	823.434	714.880	709.359	-0,7%	1,9%
Publicidad	19.202	37.055	43.553	17,5%	5,4%
Ebitda	102.482	97.877	102.197	4,4%	-0,1%
Margen Ebitda	12,0%	13,7%	14,4%	9,2%	-2,0%
Ebit	83.477	77.182	80.329	4,3%	-1,8%
Rtdo. Operativo	75.119	72.675	79.105	8,9%	2,6%
ROCE	27,2	22	24,2		



División Pasta

- Para fin de año estimamos que la cifra de ventas se reduzca en un 0,5% hasta 977,2 MEUR.
- Pese a que habremos invertido 8 MEUR más en publicidad, el Ebitda se elevará en otros 2 MEUR o un 1,6% hasta 148,3 MEUR, con un margen que recuperará 40 puntos básicos y alcanzará 15,2%. La divisa contribuirá negativamente con 2,1 MEUR al Ebitda.
- El Resultado Operativo estimamos crecerá un 6,3% por la menor carga de extraordinarios negativos.

Miles de EUR	2011	2012	2013	13/12	TAMI 13/11
Ventas	928.297	922.228	977.228	-0,5%	2,6%
Publicidad	49.139	49.291	57.378	16,4%	8,1%
Ebitda	144.487	148.032	148.311	1,6%	1,3%
Margen Ebitda	15,6%	16,2%	15,2%	2,9%	-1,2%
Ebit	119.064	117.296	118.992	1,3%	-0,1%
Rtdo. Operativo	127.798	138.003	114.787	8,3%	3,2%
ROCE	26,1	22,4	ND		



Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 9M y Precierre

02

9M-13



Resultado Consolidado Ebro 9M13

- La cifra de ventas consolidada se reduce un 1,3% hasta 1.499 MEUR.
- En los primeros 9 meses del ejercicio invertimos 9 MEUR más que en mismo periodo del año anterior en reforzar nuestras marcas y en nuevos lanzamientos. Así en el periodo la cifra de Publicidad aumenta un 17% hasta 62 MEUR.
- El Ebitda cae un 6% por los efectos que han acompañado a la división arroceros durante el ejercicio. El efecto de traslación de la divisa tiene un efecto negativo de 3,7 MEUR.

Méca de EUR	9M11	9M12	9M13	13/12	TAM113/11
Ventas	1.303.080	1.515.443	1.499.048	-1,3%	7,2%
Publicidad	57.117	55.271	62.410	17,2%	4,5%
Etiqueta	153.793	208.204	194.944	-6,4%	2,4%
Margen Ebitda	14,27%	15,7%	13,07%	-16,2%	-4,4%
Ebit	149.833	185.814	151.833	-18,3%	0,7%
Rtdo. Operativo	136.472	180.413	154.322	-14,9%	5,3%
Rtdo. Antes Impuestos	143.073	177.878	153.828	-13,5%	3,6%
Beneficio Neto	92.874	110.150	99.504	-9,7%	3,6%
ROCE	20,8	22,2	17,2		



Resultado Consolidado Precierre 2013

- Las ventas del Grupo estimamos se mantengan planas en 2.048,4 MEUR.
- Para final del ejercicio habremos invertido casi 11 MEUR más en publicidad, de acuerdo con la estrategia que nos habíamos marcado en este año.
- El Ebitda estimamos se sitúa en 279,7 MEUR principalmente por los efectos descritos y el efecto negativo de la divisa que asciende a 4,6 MEUR.
- El Beneficio Neto para final de año se situará entorno a 143 MEUR con un descenso del 10%.

Méca de EUR	2011	2012	2013	13/12	TAM113/11
Ventas	1.804.111	2.041.288	2.048.408	0,3%	8,8%
Publicidad	62.454	70.570	81.510	15,2%	8,2%
Etiqueta	273.108	299.576	279.890	-6,6%	1,2%
Margen Ebitda	15,17%	14,7%	13,7%	-7,0%	-10,0%
Ebit	224.022	242.295	221.490	-8,6%	-0,8%
Rtdo. Operativo	219.074	233.393	220.788	-12,9%	0,4%
Rtdo. Antes Impuestos	222.193	247.901	215.598	-13,0%	-1,5%
Beneficio Neto	151.542	158.592	143.029	-9,8%	-2,8%
ROCE	22,2	20,0	10,0		



Evolución del Endeudamiento

- En los últimos 12 meses la deuda neta se ha reducido en 37 MEUR, hasta los 259 MEUR incluyendo, entre otras partidas, el importe total del dividendo ordinario y extraordinario a repartir durante todo el ejercicio, el pago de la inversión en la India, la compra del 25% de Riso Scotti y la de Olivieri que acaba de anunciarse y está pendiente de ejecución.
- Para el fin del ejercicio esperamos haber pagado a su vez la compra de Olivieri y realizar importantes inversiones en capital circulante por el buen momento de materias primas en que nos encontramos así, la deuda neta esperamos se sitúe en 390 MEUR, lo que equivale a un múltiplo 1,4 Deuda Neta/Ebitda.
- Hay que tener en cuenta que en la cifra de Deuda Neta estamos registrando el valor de la compra de Olivieri pero ninguna contribución en el Ebitda de 2013.

Miles de EUR	30 Sep 11	31 Dic 11	30 Sep 12	31 Dic 12	30 Sep 13	31 Dic 13	E13/12	TAM E13/11
Deuda Neta	327.823	390.073	297.298	244.804	259.910	390.512	99,5%	0,1%
Deuda neta media	79.405	112.157	51.578	224.114	248.473	ND	ND	ND
Fondos Propios	1.518.853	1.587.293	1.669.048	1.692.209	1.683.949	ND	8,1%	ND
Aplazamiento DNV	21,0%	24,0%	17,5%	14,5%	15,4%	ND	-17,5%	ND
Aplazamiento DNV	5,2%	8,0%	18,5%	17,4%	14,8%	ND	ND	ND
x Ebitda (DN)		1,43		0,82		1,40		
x Ebitda (DNM)		2		1		ND		

Conclusión

03





Conclusión

- Aunque no hemos conseguido los objetivos previstos por las incidencias desatadas en la actividad arroceras pensamos que Ebro ha efectuado un buen ejercicio 2013 pues además hemos continuado nuestro plan estratégico con crecimiento táctico mediante la inversión de la planta de Olam en India y con crecimiento inorgánico con la compra del 25% de Scotti y la más reciente de Olivieri.
- Seguimos contemplando sin prisa las posibilidades estratégicas que se nos ofrezcan siempre que el precio sea adecuado.
- Estamos realizando un importante esfuerzo de reestructuración y en este sentido hemos cerrado la fábrica de Hamburgo. En 2014 esperamos seguir avanzando en este sentido.
- Durante el ejercicio se ha mejorado la integración entre todas las empresas del Grupo para consolidar un grupo más homogéneo.



Calendario Corporativo

En el año 2013 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

10 de enero	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,16 EUR/acc)
28 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2012
24 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 pre cierre
10 de diciembre	Pago de dividendo extraordinario (0,12 EUR/acc)
18 de diciembre	Anuncio dividendo 2014 a cuenta 2013



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. 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.

