



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

Madrid, a 27 de abril de 2022

**Referencia: presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre del ejercicio 2020.**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley del Mercado de Valores, Ebro Foods, S.A.(la “Sociedad”) publica como

**OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

que la presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2022, la cual se va a realizar hoy en la Sala de Juntas de la segunda planta del domicilio social, sito en el Paseo de la Castellana, 20 de Madrid.

Atentamente,

Luis Peña Pazos  
Secretario del Consejo de Administración



## ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1T22**
  - 2.1 Arroz
  - 2.2 Pasta
- 3. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 1T22**
  - 3.1 Cuenta de resultados
  - 3.2 Evolución del endeudamiento
- 4. CONCLUSIÓN**
- 5. CALENDARIO CORPORATIVO 2022**
- 6. CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO**
- 7. ADVERTENCIA LEGAL**





## INTRODUCCIÓN

### 1. Introducción

- Tras un 2021 muy complejo, lleno de retos y dificultades, hemos iniciado un 2022 en el que por circunstancias adicionales, volvemos a experimentar una situación similar de complejidad y dificultad.
- Así, en este primer trimestre del ejercicio, a la espiral inflacionista del 21 se han añadido nuevos desafíos derivados principalmente de la invasión rusa en Ucrania. Si bien es cierto que el Grupo Ebro no tiene exposición alguna a esos países, los efectos colaterales son importantes: (i) nuevas olas de inflación en materias primas y auxiliares, transporte, energía y costes laborales, así como (ii) la huelga de transporte en España por el encarecimiento del combustible, que ha tenido un impacto directo en los lineales por el efecto acopio en algunos productos y marcas y las roturas de stock en otros, por la imposibilidad de servir a nuestros clientes en tiempo y forma.
- Si el escenario base de inflación al iniciar el ejercicio se situaba en 174 MEUR, durante la última revisión y tras valorar los efectos de la guerra en Ucrania, nuestras estimaciones de gastos para el año 2022 se han incrementado en otros 60 MEUR. En total 234,4 MEUR que se unen a la inflación ya arrastrada de los años 2020 y 2021.
- En este difícil contexto, el Grupo ha sido capaz de lograr un resultado muy satisfactorio gracias al crecimiento significativo de las ventas y las altas coberturas de materia prima de las que disponíamos, particularmente en arroz.
- Durante el trimestre hemos alcanzado un acuerdo para la compra de los activos de la compañía InHarvest, Inc., empresa estadounidense con importante presencia en el negocio industrial (B2B), Food Service y Private Label de especialidades premium de arroz, quinoa y granos en Estados Unidos. La operación, valorada en 48,7 MUSD, comprende las dos plantas operadas por InHarvest en Colusa y Woodland (California), estratégicamente situadas en las zonas arroceras del Oeste de Estados Unidos, donde el Grupo Ebro no tenía presencia fabril.



### 2.1.1 Arroz 1T22

- Si en el 1T21 nos enfrentábamos a una importante inflación relacionada principalmente con las peculiaridades de nuestros negocios, en este 1T22 la inflación ya es generalizada y afecta a todo y a todos.
- La situación climática en España continúa impactando negativamente en las superficies arroceras de Andalucía y Extremadura, que representan más del 60% del total de España. Ante esta compleja situación, hemos aprovechado nuestra estructura de aprovisionamientos global para realizar importantes compras, teniendo que asumir un altísimo coste de los fletes en las mercancías de importación. Esta situación no es exclusiva de España y se está repitiendo en otros muchos mercados de materia prima: los precios están fuertes ante perspectivas a la baja de tierras dedicadas al cultivo del arroz, siembras anticipadas inferiores por climatología o factores de competencia con otros cereales.
- En EE.UU. las grandes inversiones industriales que hemos realizado los últimos años nos han permitido alcanzar cotas muy altas de servicio para nuestros clientes. Este impecable servicio al cliente ha favorecido un círculo virtuoso que nos ha permitido reforzar las inversiones en marketing y realizar promociones que han impulsado nuevamente las relaciones comerciales con clientes. Todo ello se ha traducido en una satisfactoria subida de ventas que ha supuesto el crecimiento a doble dígito de Riviana. Por otro lado, la situación de pleno empleo en EE.UU. continúa dificultando la captación de personal capacitado en fábrica y el especializado en logística.
- La entrada en funcionamiento de la macroplanta de La Rinconada y la mejora de productividad por las inversiones realizadas también en otras plantas, como las de Tilda, han sido factores determinantes para el incremento de ventas de la División y la contribución al Ebitda-A absoluto.



## 2.1.2 Arroz 1T22

- La cifra de ventas crece un 24,2% hasta 562,3 MEUR, respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, fundamentalmente por: el buen servicio, la satisfactoria evolución de las marcas, la subida de precios implementada parcialmente al final del trimestre y el efecto acopio derivado de la invasión a Ucrania.
- La inversión publicitaria se eleva un 32,4%, hasta 12,5 MEUR.
- El Ebitda-A de la División crece un 12,1%, hasta 73,1 MEUR. El tipo de cambio tiene un efecto positivo en el Ebitda-A de 2,9 MEUR.
- El Resultado Operativo sube un 15,5%, hasta 56,6 MEUR.

| Miles de EUR           | 1T20    | 1T21    | 1T22    | 22/21 | TAMI 22/20 |
|------------------------|---------|---------|---------|-------|------------|
| <b>Ventas</b>          | 500.924 | 452.687 | 562.280 | 24,2% | 5,9%       |
| <b>Publicidad</b>      | 10.302  | 9.405   | 12.453  | 32,4% | 9,9%       |
| <b>EBITDA-A</b>        | 62.629  | 65.209  | 73.112  | 12,1% | 8,0%       |
| <b>Margen EBITDA-A</b> | 12,5%   | 14,4%   | 13,0%   | -     | -          |
| <b>Ebit-A</b>          | 48.828  | 50.854  | 57.557  | 13,2% | 8,6%       |
| <b>Rtdo. Operativo</b> | 49.092  | 49.036  | 56.648  | 15,5% | 7,4%       |

\* En el 1T21 y 1T22 se ha reclasificado el negocio de arroz de Panzani desde la División Pasta a Arroz.



## 2.2.1 Pasta 1T22

- Tras la reducción en la anterior campaña del 50% de la cosecha en Norteamérica, principal zona exportadora, el trigo duro, nuestra principal materia prima en Garofalo, ha venido experimentando una importante inflación. Cabe destacar que la situación de guerra entre Ucrania y Rusia no ha significado mayores subidas, ya que la producción característica de esa zona es el trigo "blando".
- Desde el punto de vista de evolución de los negocios,
  - Garofalo ha registrado un trimestre muy positivo, impulsado por el incremento de la demanda como consecuencia de los mayores aprovisionamientos por el temor a la guerra.
  - El negocio de pasta fresca, por su parte, se ha visto afectado por:
    - El incremento de los precios de las materias primas (semolina, huevos, carne, etc.), de la energía (electricidad principalmente) y de las materias primas auxiliares de embalaje (plásticos y cartones).
    - La interrupción de la cadena de suministro por la falta de materias primas y la huelga de trabajadores, ya finalizada, en las plantas de Lustucru Frais, que han reducido la productividad en el trimestre.
    - La ausencia de promociones durante la temporada de negociaciones para el traspaso de precios (en Francia hasta el 28 de febrero) que han impactado los volúmenes de ventas en los meses de enero y febrero.



## 2.2.2 Pasta 1T22

- La facturación crece un 19,2%, hasta 166,1 MEUR.
- La publicidad, influida por el contexto vivido por la División, decrece un 17,8%, hasta 6,4 MEUR.
- El Ebitda-A de la división crece un 1,5%, hasta 17,4 MEUR, con un margen que decrece casi 2pp. por las razones antes mencionadas. El tipo de cambio no tiene efecto en estas cuentas.
- El Resultado Operativo se reduce un 1,2%, hasta 7,9 MEUR.

| Miles de EUR           | 1T20    | 1T21    | 1T22    | 22/21  | TAMI 22/20 |
|------------------------|---------|---------|---------|--------|------------|
| <b>Ventas</b>          | 164.571 | 139.363 | 166.142 | 19,2%  | 0,5%       |
| <b>Publicidad</b>      | 8.000   | 7.851   | 6.452   | -17,8% | -10,2%     |
| <b>EBITDA-A</b>        | 18.450  | 17.095  | 17.359  | 1,5%   | -3,0%      |
| <b>Margen EBITDA-A</b> | 11,2%   | 12,3%   | 10,4%   | -      | -          |
| <b>Ebit-A</b>          | 10.614  | 8.877   | 8.697   | -2,0%  | -9,5%      |
| <b>Rtdo. Operativo</b> | 8.924   | 7.952   | 7.859   | -1,2%  | -6,2%      |

\* En el 1T21 y 1T22 se ha reclasificado el negocio de arroz de Panzani desde la División Pasta a Arroz.



### 3.1 Cuenta de Resultados 1T22

- La cifra de Ventas consolidada en el 1T22 crece respecto de la de 1T21 un 23,9%, hasta 725,8 MEUR, por la buena evolución de los productos de alto valor añadido, el efecto acopio relacionado con la guerra en Ucrania y el positivo traspaso de precios durante los últimos meses.
- Las inversión publicitaria aumenta un 10,2%, hasta 18,8 MEUR, poniendo de relieve el esfuerzo del Grupo por fortalecer nuestro negocio de manera orgánica, apostando por el crecimiento y consolidación de nuestras marcas.
- El Ebitda-A sube un 11,2%, hasta 87 MEUR. La divisa tiene un efecto de traslación positivo de 2,8 MEUR sobre el Ebitda-A. El Margen Ebitda-A se contrae en 140 pb. hasta el 12,0%, principalmente por la inflación de materias primas.
- El Resultado Operativo crece un 15,3%, hasta 60,7 MEUR. No existen, entre los Operativos, componentes significativos que reseñar.
- El Beneficio Neto de las operaciones continuadas del 1T22 crece un 14,5%, hasta 41,5 MEUR. Sin embargo, el resultado neto total decrece en 1T22 frente a 1T21 un 21,4%, ya que el ejercicio pasado contábamos con el componente extraordinario de los negocios discontinuados de pasta en Norteamérica que se vendieron durante el 1T21.



| Miles de EUR                 | 1T20    | 1T21    | 1T22    | 22/21  | TAMI 22/20 |
|------------------------------|---------|---------|---------|--------|------------|
| <b>Ventas</b>                | 643.164 | 585.874 | 725.795 | 23,9%  | 6,2%       |
| <b>Publicidad</b>            | 18.280  | 17.051  | 18.798  | 10,2%  | 1,4%       |
| <b>EBITDA-A</b>              | 78.256  | 78.267  | 87.002  | 11,2%  | 5,4%       |
| <b>Margen EBITDA-A</b>       | 12,2%   | 13,4%   | 12,0%   | -      | -          |
| <b>Ebit-A</b>                | 56.248  | 55.305  | 62.383  | 12,8%  | 5,3%       |
| <b>Rtdo. Operativo</b>       | 55.218  | 52.674  | 60.732  | 15,3%  | 4,9%       |
| <b>Rtdo. Antes Impuestos</b> | 54.943  | 54.513  | 58.300  | 6,9%   | 3,0%       |
| <b>Beneficio Neto</b>        | 47.771  | 52.844  | 41.520  | -21,4% | -6,8%      |
| <b>ROCE-A</b>                | n.d.    | n.d.    | 9,8%    | -      | -          |



### 3.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el trimestre con una posición de Deuda Neta de 555,1 MEUR, 50 MEUR más que a cierre de ejercicio 2021.
- El Circulante crece en 72,3 MEUR sobre el cierre del ejercicio anterior por los precios más altos de los stocks y las fuertes posiciones de garantía tomadas ante: (i) la imparable inflación de las materias primas en destino, (ii) el riesgo de suministro y (iii) las condiciones climáticas que pueden afectar a las próximas cosechas.
- Los pagos por impuesto de Sociedades ascienden a 44,8 MEUR. Este importe incluye el pago de 28,7 MEUR a la hacienda francesa por la plusvalía en la venta de las acciones de Panzani, importe que será recuperado prácticamente en su totalidad en el 2T o en el 3T, siendo la tributación final de 3,4 MEUR.
- Las inversiones en Capex suponen un total de 18,2 MEUR durante el trimestre.

| Miles de EUR              | 31 Mar 20 | 31 Dic 20 | 31 Mar 21 | 31 Dic 21 | 31 Mar 22 | 22/21  | TAMI 22/20 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|------------|
| <b>Deuda Neta</b>         | 985.502   | 950.757   | 894.986   | 504.723   | 555.138   | -38,0% | -24,9%     |
| <b>Deuda neta media</b>   | 925.350   | 917.574   | 893.527   | 865.418   | 775.435   | -13,2% | -8,5%      |
| <b>Fondos Propios</b>     | 2.302.937 | 1.927.351 | 2.048.332 | 2.101.627 | 2.161.160 | 5,5%   | -3,1%      |
| <b>Apalancamiento DN</b>  | 42,8%     | 49,3%     | 43,7%     | 24,0%     | 25,7%     |        |            |
| <b>Apalancamiento DNM</b> | 40,2%     | 47,6%     | 43,6%     | 41,2%     | 35,9%     |        |            |
| <b>x EBITDA-A (DN)</b>    |           | 2,19      |           | 1,43      |           |        |            |
| <b>x EBITDA-A (DNM)</b>   |           | 2,11      |           | 2,45      |           |        |            |





## 4. Conclusión

- Vivimos un momento de enorme incertidumbre como consecuencia de todos los factores enumerados a lo largo de la presentación.
- El contexto inflacionista no favorece la eventual necesidad de nuevas subidas de precios, pues vemos una fuerte oposición tanto de los distribuidores como de los consumidores, que vuelven a fijarse en el precio como variable muy importante en sus decisiones de compra.
- Por otro lado, estimamos que el previsible repunte del negocio del canal HORECA incidirá en una menor compra de productos para el consumo doméstico, nuestro principal canal de ventas.
- En cuanto a la logística, confiamos en una progresiva normalización de la situación y de los problemas de congestión en los puertos.
- No obstante lo anterior, tenemos hitos muy positivos:
  - Los buenos resultados alcanzados en el 1T22, que nos permiten afrontar con cierta tranquilidad el resto del ejercicio.
  - Nuestra estupenda situación financiera, que nos protege frente a cambios en el horizonte de los tipos de interés.
  - La adquisición de InHarvest, que nos permite seguir creciendo y consolidando nuestra posición en nuestro mercado más importante, USA. En este sentido, seguiremos analizando operaciones que puedan generar sinergias para el conjunto del Grupo.



## 5. Calendario Corporativo

En el año 2022 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

|                 |  |
|-----------------|--|
| ➤ 28 de febrero | Presentación resultados cierre 2021 ✓                      |
| ➤ 1 de abril    | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓ |
| ➤ 27 de abril   | Presentación resultados 1er trimestre 2022 ✓               |
| ➤ 30 de junio   | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)   |
| ➤ 26 de julio   | Presentación de resultados del 1er semestre 2022           |
| ➤ 3 de octubre  | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)   |
| ➤ 27 de octubre | Presentación resultados 9M22 y pre cierre 2022             |



## 6. Cálculo Medidas Alternativas de Rend.

- 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-A. 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). El EBITDA-A está calculado de forma consistente con el EBITDA de años anteriores.
- EBIT-A. El EBIT-A se calcula trayendo del EBITDA-A la amortización del ejercicio. El EBIT-A está calculado de forma consistente con el EBIT de años anteriores.

|                                | 31/03/2020    | 31/03/2021    | 31/03/2022    | 2022 - 2021  |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| <b>EBITDA(A)</b>               | <b>78.256</b> | <b>78.267</b> | <b>87.002</b> | <b>8.735</b> |
| Dotaciones para amortizaciones | (22.008)      | (22.962)      | (24.619)      | (1.657)      |
| <b>EBIT(A)</b>                 | <b>56.248</b> | <b>55.305</b> | <b>62.383</b> | <b>7.078</b> |
| Ingresos no recurrentes        | 1.259         | 200           | 126           | (74)         |
| Gastos no recurrentes          | (2.289)       | (2.831)       | (1.777)       | 1.054        |
| <b>RESULTADO OPERATIVO</b>     | <b>55.218</b> | <b>52.674</b> | <b>60.732</b> | <b>8.058</b> |

- CAPEX. Pagos por inversiones en activos fijos productivos.
- Deuda Neta:

|   | 31/03/2020     | 31/03/2021     | 31/03/2022     |
|---|----------------|----------------|----------------|
| (+) Pasivos financieros no corrientes             | 720.329        | 565.835        | 578.762        |
| (+) Otros pasivos financieros corrientes          | 596.702        | 658.816        | 350.939        |
| (+) Pasivos financieros disponibles para la venta | 0              | 0              | 0              |
| (-) Préstamos a empresas asociadas                | 0              | (1.122)        | (1.122)        |
| (-) Suma de fianzas a pagar                       | (879)          | (864)          | (676)          |
| (-) Tesorería y otros activos líquidos            | (331.232)      | (326.856)      | (372.807)      |
| (-) Derivados – activo                            | (1.901)        | (2.749)        | (1.032)        |
| (+) Derivados – pasivo                            | 2.483          | 1.926          | 1.074          |
| <b>TOTAL DEUDA NETA</b>                           | <b>985.502</b> | <b>894.986</b> | <b>555.138</b> |

- Deuda Neta (media): La deuda neta media se corresponde con la media móvil de un periodo de 13 meses del cálculo de deuda neta anterior.
- Capital Circulante (medio). Media móvil de un periodo de 13 meses de la suma de existencias, clientes por ventas y prestaciones de servicios, otras partidas deudoras menos acreedores comerciales y otras deudas corrientes.
- Capital Empleado (medio). Media móvil de un periodo de 13 meses de la suma de intangibles, propiedades, planta y equipo y capital circulante.
- ROCE-A: Cociente entre el resultado medio después de amortizaciones y antes de impuestos del último periodo de doce meses (sin extraordinarios o no recurrentes) dividido entre el capital empleado medio definido anteriormente. El ROCE-A está calculado de forma consistente con el ROCE de años anteriores.

## 7. 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 las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2021 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.