



1T11

Declaración Intermedia Cuentas Consolidadas 1er Trimestre

Ebro



ÍNDICE

- 1. Resultado de las Unidades de Negocio 1T11**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
- 2. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 1T11**
 - 2.1 Cuenta de Resultados
 - 2.2 Evolución del Endeudamiento
- 3. Valoración de los Resultados**
- 4. Calendario Corporativo 2011**
- 5. Advertencia Legal**



1

RESULTADOS DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1T11





1.1

Arroz

ARROZ



Con la Visión Puesta en el Segundo Semestre

- Si bien los mercados asiáticos se han mantenido estables durante todo el año, el mercado en EE.UU. subió en el 4T10. Este alza no se ha consolidado y después de tres meses la materia prima ha descendido a niveles previos.
- En Europa también se ha producido una subida de la materia prima en más de un 20% para las variedades índica y en porcentajes superiores para las japónicas.
- Hemos conseguido subir nuestras tarifas en EE.UU. para todas las categorías (retail e industrial) y eso se traducirá en mejora de márgenes en el 2T.
- En Europa hemos subido el precio a ventas industriales pero no así en retail donde la extrema sensibilidad de los distribuidores y la presión de la MDD no lo han permitido todavía. Nuestra razonable situación de stocks evita una repercusión excesiva pero se hará necesaria una subida de precios en el segundo semestre.
- Nuestra cuota de mercado se mantiene en EE.UU. en torno al 22% y crece en Europa excepto en España donde el primer trimestre ha tenido una mayor debilidad.
- Seguimos apostando por la inversión en I+D y estudiando los gustos de los consumidores de los distintos mercados para seguir ofreciéndoles productos que se adecuen a sus necesidades, de este modo la marca “Brillante” apostará por lanzar un nuevo y revolucionario concepto durante el segundo semestre de 2011. En ese semestre podremos comenzar a ver los resultados de nuestros primeros lanzamientos de productos congelados en Norteamérica bajo el concepto de arroz congelado con Minute Steamers y en Francia en arroz a la sartén con Riz a Pôeler.

ARROZ

- En el primer trimestre 2011 las ventas han crecido un 1,2% hasta 200,2 MEUR gracias a nuestras actividades industriales.
- El Ebitda decreció un 1 MEUR, hasta 27,5 MEUR en gran parte debido al retraso en el cierre de la fábrica de Houston, que ha seguido operando hasta su cierre al final de abril, lo que transitoriamente ha duplicado costes en EE.UU. La evolución del tipo de cambio EURUSD no ha tenido efecto en nuestras cuentas.
- Dada la buena base de nuestro coste de aprovisionamiento, los nuevos productos que están introduciéndose en mercado y los ahorros de costes de Memphis, esperamos generar un Ebitda superior al proyectado en los próximos meses.
- El ROCE de la División se ha situado en el 19,3%.

Miles de EUR	1T09	1T10	1T11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	224.841	197.790	200.211	1,2%	-5,6%
Publicidad	8.195	8.028	7.757	-3,4%	-2,7%
EBITDA	28.897	28.506	27.551	-4,7%	-2,4%
Margen EBITDA	12,9%	14,4%	13,8%	-4,5%	3,5%
EBIT	23.544	22.765	22.678	-0,4%	-1,9%
Rdto. Operativo	22.023	24.136	22.418	-7,1%	0,9%
ROCE	19,4	20,1	19,3	-3,98%	-0,26%



Ebro



1.2

Áreas de negocio: Pasta

Ebro

PASTA



Volatilidad del Precio del Trigo Duro

- El trigo duro ha experimentado una importante subida que se inició en el 3T10 y alcanzó su máximo en febrero de 2011 subiendo el precio en este periodo de 190EUR/t a 340EUR/t. A partir de marzo ha experimentado una reducción estando en estos momentos en torno a 290EUR/t.
- NWP y Panzani subieron sus precios un 16-18% en octubre de 2010. En EE.UU. se implementó rápidamente la subida pero en Europa solo se ha completado a primeros de marzo lo que repercute en el Ebitda. Actualmente, estamos presentando una nueva subida de 7 céntimos a la distribución.
- En EE.UU. nuestra cuota de mercado se mantiene en 24,4% gracias al espléndido comportamiento de nuestras marcas de valor añadido Smart Taste y Garden Delight.
- Es de señalar que nuestro lanzamiento de pasta de cocción rápida apunta a ventas de 15 MUSD en su primer año.
- En Europa se mantiene la cuota de Pasta Seca por encima de 36% y aumentamos en 2.5 pp nuestra cuota de mercado en Pasta Fresca.

PASTA

Desviación a Corregir en los Próximos Trimestres

- Durante este primer trimestre nuestras ventas se han incrementado un 2,3%.
- En el primer trimestre de 2010 tuvimos un crecimiento del Ebitda del 46% lo que hacía difícil la comparación. Este trimestre hemos invertido un 3,6% más en publicidad hasta 15,5 MEUR. El Ebitda de la división ha decrecido un 7% hasta 38,8 MEUR debido al incremento de los precios del trigo duro, esta desviación se ira corrigiendo a lo largo del ejercicio puesto que se está trasladando la nueva subida al consumidor.
- El crecimiento medio acumulado en los dos últimos ejercicios sigue en los dos dígitos, supera el 16%.
- El riesgo de divisa no ha tenido efecto en estas cuentas.
- El ROCE de la división alcanzó niveles por encima del 30%.

Miles de EUR	1T09	1T10	1T11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	241.171	231.003	236.233	2,3%	-1,0%
Publicidad	11.789	14.962	15.505	3,6%	14,7%
EBITDA	28.619	41.718	38.809	-7,0%	16,4%
Margen EBITDA	11,9%	18,1%	16,43%	-9,0%	17,7%
EBIT	21.247	34.652	31.901	-7,9%	22,5%
Rdto. Operativo	20.594	34.459	31.576	-8,4%	23,8%
ROCE	16,4	26,3	30,3	15,21%	35,9%



Ebro



2

GRUPO EBRO PULEVA RESULTADOS CONSOLIDADOS 1T11



2.1

Resultado Consolidado 1T11



Un Trimestre de Transición

- Durante el trimestre se ha procedido a la venta del 29,9% de Biosearch manteniendo actualmente un 20,8%, en concepto de inversión financiera, por lo que la sociedad ha dejado de ser consolidada en el Grupo. No se descarta ir dando salida ordenada a esta participación. En 2010 el Ebitda de la biotecnológica fue de 4.1 MEUR.
- La cifra de ventas consolidada ,sin apenas movimiento, crece hasta 426 MEUR.
- El Ebitda decrece 3 MEUR hasta 63,4 MEUR con un margen próximo al 15%. En los próximos trimestres confiamos corregir esta tendencia. En TAMI en los tres últimos ejercicios tenemos un crecimiento del 8%.
- El Beneficio Neto en Gestión Continua crece un 9,6% hasta 32,3 MEUR empujado por la ausencia de Gastos Financieros derivados de nuestro nivel de endeudamiento.

Miles de EUR	1T09	1T10	1T11	11/10	TAMI 11/09
Ventas	459.944	422.945	426.127	0,8%	-3,7%
Publicidad	21.981	23.875	23.798	-0,3%	4,1%
EBITDA	54.213	66.417	63.387	-4,6%	8,1%
Margen EBITDA	11,8%	15,7%	14,88%	-5,3%	12,3%
EBIT	41.150	53.421	51.269	-4,0%	11,6%
Rdto. Operativo	46.051	50.116	50.893	1,6%	5,1%
Rdto. Antes de impuestos	39.377	47.038	51.165	8,8%	14,0%
Bº Neto en Gestión Continua	29.291	29.471	32.305	9,6%	5,0%
Actividades Discontinuas	3.151	10.967	0	-100,0%	-100,0%
Beneficio Neto	32.566	40.286	32.166	-20,2%	-0,6%
ROCE	15,2	19,8	22,0	11,11%	20,3%

2.2

Evolución del Endeudamiento



Sin Deuda

- Acabamos el primer trimestre con una posición de Deuda Neta de 33 MEUR que, recordamos incluyen en este saldo los dividendos extraordinarios de abril y julio de 2011 (46 MEUR).
- Los Fondos Propios se han incrementado año sobre año un 17% hasta 1.574 MEUR.
- Hemos anunciado los acuerdos para la compra de la división arrocera de SOS y Sunrice. En todo caso estas compras no se materializarán antes de junio de 2011. La inversión total asciende a unos 650 MEUR lo que nos permitirá de nuevo hacer un uso más óptimo del capital.

Miles Euros	31 Mar 09	31 Dic 09	31 Mar 10	31 Dic 10	31 Mar 11	Mar10/09	TAMI 10/08
Deuda Neta	1.165.185	556.800	545.971	17.600	32.855	-94,0%	-83,2%
Deuda Neta Media	1.158.742	716.725	588.993	378.336	243.531	-58,7%	-54,2%
Fondos Propios	1.240.548	1.279.468	1.345.862	1.592.743	1.574.200	17,0%	12,6%
Apalancamiento DN	93,9%	43,5%	40,6%	1,1%	2,1%	-94,9%	-85,1%
Apalancamiento DNM	93,4%	56,0%	43,8%	23,8%	15,5%	-64,7%	-59,3%
x EBITDA (DN)		1,8		0,1			
x EBITDA (DNM)		2,3		1,4			



3

VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS



3.1

Valoración de los Resultados



Consolidando el Crecimiento

- El primer trimestre del ejercicio 2010 fue un trimestre con un resultado excepcional, los resultados de este trimestre han sido buenos considerando el escenario extraordinario de materias primas. Al igual que en el pasado ejercicio avisamos que ese crecimiento del primer trimestre no era extrapolable a todo el ejercicio, este decrecimiento del Ebitda observado en el 1T11 no es extrapolable .
- Durante el trimestre hemos alcanzado precios máximos de nuestras materias primas pero desde que tocaron el máximo en febrero no han parado de bajar. Estamos implementando nuevas subidas de precios por lo que recuperaremos los niveles de rentabilidad previos.
- El 31 de mayo se votará por parte de los accionistas de Ricegrowers la posible adquisición por nuestra parte de Sunrice. Recientemente el Consejo de Administración de Sunrice ha presentado a los accionistas para su estudio el folleto de adquisición con las recomendaciones positivas de un experto independiente que refuerzan las que ya hizo en su día el Consejo. A su vez en estos días hemos recibido la aprobación de la operación por las Autoridades Gubernamentales Australianas que han dado su visto bueno en caso del voto favorable de los accionistas.
- Los acuerdos firmados por Ebro para la adquisición del negocio arrocero de SOS han abierto un nuevo y prometedor horizonte para el desarrollo de nuestras actividades de negocio. Ya se ha materializado la compra en Portugal de la marca Saludaes, mientras que cada una de las unidades de negocio de SOS en el resto del mundo (Holanda, EE.UU. y España, principalmente) están pendientes de autorización de las Autoridades de la Competencia tanto españolas como estadounidenses .
- Tenemos una cartera de nuevos lanzamientos importantes que en los próximos meses empezaremos a ver en los lineales y que darán a nuestra cuenta de resultados mayores márgenes.



4

CALENDARIO CORPORATIVO



4.1

Calendario Corporativo



En el año 2011 Ebro continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

28 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2010
4 de abril	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
29 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
4 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario y extraordinario
27 de julio	Presentación resultados 1er semestre
3 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario
26 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2011
21 de diciembre	Anuncio dividendo 2012 a cuenta 2011
22 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario



5

ADVERTENCIA LEGAL



5.1



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 páginas 221 y siguientes de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2009 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.