

GRUPO CONSOLIDADO

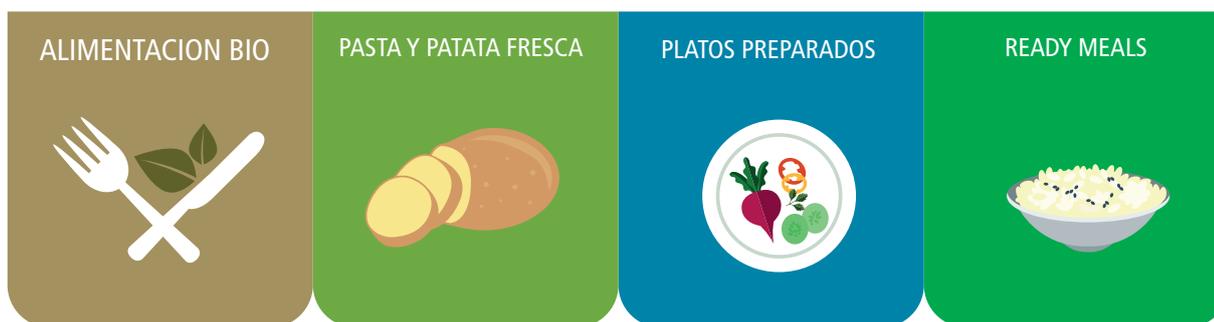
ÁREA ARROZ

ÁREA PASTA, SALSAS Y OTROS

Core Business



Otros Negocios



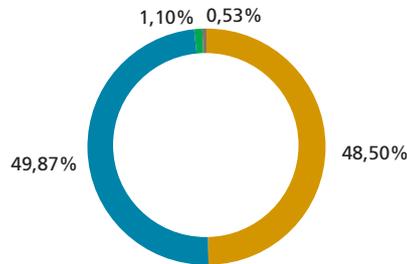
Las áreas principales de negocio de Ebro Foods son el arroz y la pasta y las salsas. Dentro de ellas, Ebro desarrolla su modelo de negocio con las diferentes tecnologías que existen: seco, fresco, cocinado y congelado.

Además de los negocios de arroz y pasta, el Grupo está desarrollando un área de negocio Healthy Food y Orgánico en torno a las últimas adquisiciones que ha realizado en el segmento BIO, concretamente Celnat y Vegetalia y las actividades relacionadas con la salud y productos ecológicos de todas las filiales. Esta nueva área de negocio se articula bajo la compañía Alimentation Santé y dada su reciente implantación, de momento se presenta bajo el paraguas del negocio pasta.

El Grupo desarrolla también su actividad en la producción y comercialización de productos de alto valor añadido en otras categorías, como los *ready meals*, la patata fresca y otros territorios conexos.

Grupo Consolidado

DETALLE DE PLANTILLA POR ÁREAS DE NEGOCIO



6184

PLANTILLA MEDIA TRABAJADORES



ARROZ



PASTA



HOLDING



OTROS

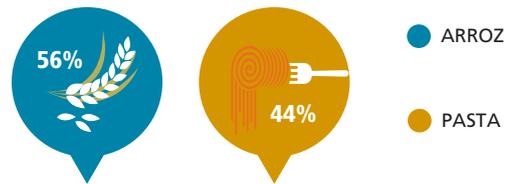
DETALLE VENTAS DEL GRUPO



2.459,2

VENTAS (MILL.€)

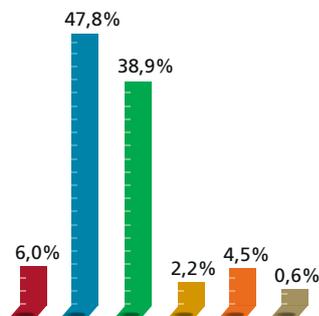
DETALLE EBITDA DEL GRUPO



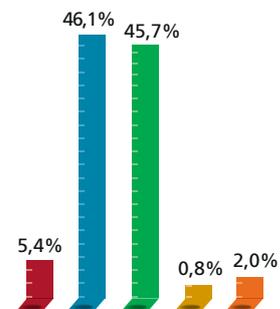
344.1

EBITDA (MILL.€)

DETALLE VENTAS DEL GRUPO POR ÁREAS GEOGRÁFICAS



DETALLE EBITDA DEL GRUPO POR ÁREAS GEOGRÁFICAS



● ESPAÑA ● EUROPA ● NORTEAMÉRICA ● ÁFRICA ● ASIA ● OTROS

Evolución del Grupo en 2016

Entorno

El año 2016 ha supuesto una continuidad en el ciclo de recuperación de las principales economías desarrolladas aunque no exento de determinados sobresaltos, especialmente de carácter político. El crecimiento medio del PIB de la Eurozona fue del 1,7% basado en el consumo interno y en una política monetaria muy laxa. Las perspectivas son positivas con un incremento general de la confianza, mejora del comercio mundial apoyada por un euro débil y políticas fiscales no restrictivas. Pese a todo, subsisten los riesgos de carácter político si bien en general se considera que con un sesgo a la baja.

Estados Unidos experimentó cierta ralentización en su crecimiento a lo largo del año con un crecimiento anual del PIB del 1,6%, por debajo de los años anteriores. Sin embargo su cuadro macroeconómico se puede considerar ideal con prácticamente pleno empleo, inflación controlada, incremento del número de asalariados y, por fin, mejoras en los salarios medios. Este escenario ha impulsado un cambio de ciclo en la política monetaria. El índice de confianza de los consumidores es positivo alimentado por el impulso fiscal anunciado por el nuevo presidente.

Pese a un cuadro macro que anima a la mejora en la confianza, hay determinadas sombras sobre el comercio en forma de proteccionismo e irrupción de políticas oportunistas que imponen cierto grado de cautela.

Respecto a los patrones de consumo hay determinadas tendencias, ya enumeradas por el Presidente al principio de este Informe, que se imponen en un consumidor que ve aumentar su capacidad de compra y donde la unidad familiar (en las economías desarrolladas) ha sufrido un cambio significativo:

- ◆ Preferencia por lo natural, saludable y bio. Necesidad de retornar a lo natural y de que este tipo de productos dejen de ser elitistas o al alcance de unos pocos consumidores de alto poder adquisitivo.
- ◆ El consumidor se ha vuelto más cauto: compra menos, compra más barato, ha incluido en su cesta marcas blancas de calidad pero está dispuesto a pagar más por productos que le satisfagan por su calidad, facilidad en la preparación e inmediatez.
- ◆ Crecimiento de los supermercados de proximidad con mayor frecuencia de compra y la aparición de nuevos actores (virtuales) en el mercado de distribución.
- ◆ La irrupción de la digitalización y la omnicanalidad

Los mercados de materias primas en general y los de grano (maíz, trigo y arroz) en particular se mantuvieron estables con previsiones de stock en máximos de los últimos años (ver Informes del IGC).

Resultados del grupo

A continuación se presentan las magnitudes más significativas del Grupo:

DATOS CONSOLIDADOS (MILES DE €)	2014	2015	2015-2014	2016	2016-2015	TAM 2016 -2014
Venta Neta	2.120.722	2.461.915	16,1%	2.459.246	(0,1%)	7,7%
EBITDA	287.251	314.724	9,6%	344.141	9,3%	9,5%
% sobre Venta neta	13,5%	12,8%		14,4%		
EBIT	227.242	246.314	8,4%	267.308	8,5%	8,5%
% sobre Venta neta	10,7%	10,0%		10,9%		
Beneficio Antes Impuestos	215.749	229.722	6,5%	259.410	12,9%	9,7%
% sobre Venta neta	10,2%	9,3%		10,5%		
Impuestos	(64.407)	(79.034)	(22,7%)	(83.591)	5,8%	13,9%
% sobre Venta neta	(3,0%)	(3,2%)		(3,4%)		
Resultado consol. ejercicio (Gestión continuada)	151.342	150.688	(0,4%)	175.819	16,7%	7,8%
% sobre Venta neta	7,1%	6,1%		7,1%		
Resultado neto de operaciones discontinuadas	(2.223)		(100,0%)			(100,0%)
% sobre Venta neta	(0,1%)					
Resultado Neto	146.013	144.846	(0,8%)	169.724	17,2%	7,8%
% sobre Venta neta	6,9%	5,9%		6,9%		
Circulante medio	442.036	482.300	(9,1%)	461.991	4,2%	
Capital empleado	1.363.346	1.579.447	(15,9%)	1.611.272	(2,0%)	
ROCE ⁽¹⁾	16,7	15,6		16,6		
Capex ⁽²⁾	67.123	81.466	21,4%	107.725	32,2%	
Plantilla media	5.189	5.759	11,0%	6.195	7,6%	

	31-12-14	31-12-15	2015-2014	31-12-16	2016-2015
Recursos Propios	1.849.485	1.966.259	6,3%	2.079.326	5,8%
Deuda Neta	405.617	426.280	5,1%	443.206	4,0%
Deuda Neta Media	333.178	424.940	27,5%	404.137	(4,9%)
Apalancamiento ⁽³⁾	0,18	0,22		0,19	
ACTIVOS TOTALES	3.162.068	3.403.676		3.645.478	

(1) ROCE = (Resultado de Explotación TAM últimos 12 meses / (Activos Intangibles - Propiedades, plantas y equipos - Circulante)

(2) Capex como salida de caja de inversión

(3) Cociente entre Deuda financiera Neta Media con coste entre los Recursos Propios (sin incluir minoritarios)

La **cifra de ventas** se mantuvo estable año sobre año debido a la reducción de precios derivada de un mercado de materias primas a la baja. Los cambios en el perímetro suponen un incremento de ventas de 52,5 millones de euros, los volúmenes del área arroz crecieron en todos nuestros mercados y tuvieron un comportamiento desigual en el área pasta (crecimiento en Europa, leve descenso en Norteamérica), el impacto del tipo de cambio no es significativo. El crecimiento TAMI del 7,7% refleja crecimiento orgánico producto de la renovación de formatos y productos e inorgánico vía adquisición.

La **generación de recursos, EBITDA**, aumenta un 9,3% con una aportación de los nuevos negocios de 7,2 millones de euros y sin un impacto relevante por la variación de tipo de cambio. El comportamiento ha sido especialmente positivo en el segmento arroz, en el que se han batido records de rentabilidad, mientras que para la actividad de pasta ha sido un buen año en nuestros negocios europeos y de nuevo un año difícil en Norteamérica, donde se impone la batalla en precios y promociones (el mercado en valor ha disminuido en un 0,8% mientras que en volumen crece un 0,8%).

La rentabilidad medida con el ratio EBITDA/Ventas asciende al 14,0% con una clara mejora en las filiales europeas mientras que en Estados Unidos se mantiene la menor rentabilidad fruto de la enorme competencia en precios.

El **Resultado Neto en Gestión Continuada** aumenta un 16,7% por el incremento de rentabilidad y los resultados no recurrentes producidos en el periodo (venta del negocio en Puerto Rico y de una propiedad inmobiliaria en España) minorados por otros gastos no recurrentes asociados al ajuste de ciertos complementos a la jubilación en Francia.

El **ROCE** aumenta hasta el 16,6% como corresponde al incremento de rentabilidad y a un capital empleado medio estable.