

GRUPO CONSOLIDADO

ÁREA ARROZ

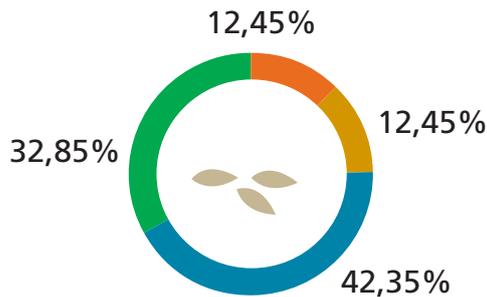
ÁREA PASTA, SALSAS Y OTROS



## Área Arroz

Es el área de negocio en la que el grupo ostenta la posición de líder mundial. sus orígenes en España se remontan al año 1950 y es a partir del año 1986 cuando comienza su expansión internacional con la adquisición de marcas y compañías líderes en Europa, Estados Unidos y Canadá. Presentes hoy también en el continente africano y asiático, la actividad de la división se desarrolla a través de un amplio portfolio de marcas y productos líderes en su categoría. Esta área de negocio supone el 51% de las ventas de ebro.

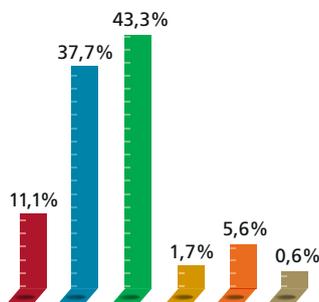
### DETALLE DE PLANTILLA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS



**3.084**

PLANTILLA MEDIA TRABAJADORES

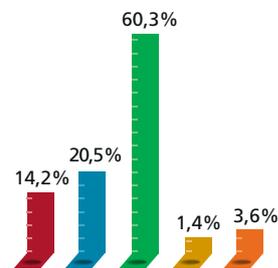
### DETALLE DE VENTAS DE LA DIVISIÓN DE ARROZ POR ÁREAS GEOGRÁFICAS



**1.283,8**

VENTAS (MILL.€)

### DETALLE DE DE EBITDA DE LA DIVISIÓN DE ARROZ POR ÁREAS GEOGRÁFICAS



**196,2**

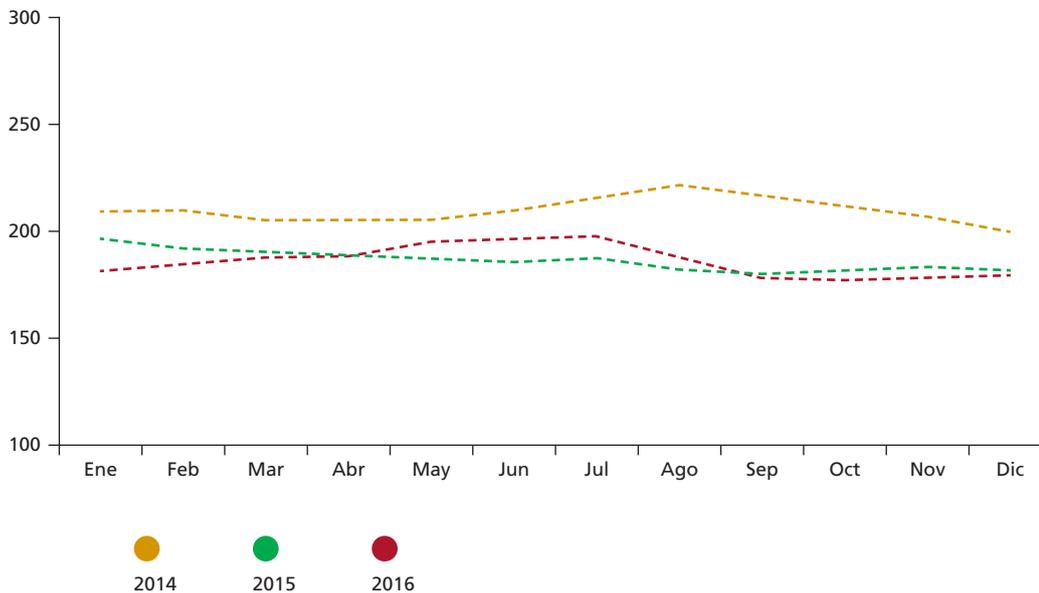
EBITDA (MILL.€)

## Evolución del negocio arrocero en 2016

Tal y como se indica en los comentarios sobre el entorno, la tendencia general del mercado fue de estabilidad de precios con una producción mundial y un nivel de stock en la parte alta del registro histórico. La nueva cosecha 16/17 también fue excelente por lo que el suministro y los precios se han mantenido estables hasta final de año.

NEGOCIO ARROZ (MILES DE €)	2014	2015	2015/2014	2016	2016/2015	TAM 2016/2014
Venta Neta	1.139.697	1.287.726	13,0%	1.283.853	(0,3%)	6,1%
EBITDA	148.828	176.959	18,9%	196.264	10,9%	14,8%
% sobre Venta neta	13,1%	13,7%		15,3%		
EBIT	121.789	147.509	21,1%	163.561	10,9%	15,9%
% sobre Venta neta	10,7%	11,5%		12,7%		
Circulante medio	339.882	360.709	(6,1%)	362.483	(0,5%)	
Capital empleado	767.771	861.763	(12,2%)	891.758	(3,5%)	
ROCE	15,9	17,1		18,3		
Capex	32.440	39.555	21,9%	47.391	19,8%	

### ÍNDICE IPO ARROZ



Por zonas geográficas debemos destacar una abundante siembra y cosecha de arroces redondos en Europa, ante la reducción de superficie de arroces largos que resultan poco competitivos frente a este tipo de arroz con orígenes EBA. Esta circunstancia permitió asegurar suministro y precios locales frente a las restricciones de ejercicios anteriores.

En Estados Unidos la cosecha 15/16 fue algo más corta que la anterior, pero un stock local elevado y precios internacionales bajos permitieron mantener la estabilidad de precios durante la primera mitad de año.

La cosecha 16/17 ha sido excelente con un incremento del 22% en la superficie cultivada debido a la combinación de condiciones favorables (climáticas, fin de restricciones de agua en Texas, falta de alternativas más rentables) que deja la segunda mayor producción de la historia. Como consecuencia de esta situación los precios se mantienen a la baja.

**Precios campaña EEUU** (Fuente: USDA)

**AGOSTO-JULIO**

\$/CWT	16/17 (*)	15/16	14/15	13/14
Precio medio	10,1-10,9	12,2	13,4	16,3
Grano largo	9,5-10,0	11,2	11,9	15,4
Grano medio	12,0-12,8	15,3	18,3	19,2

(\*) Rango estimado

Las excepciones a los comentarios anteriores se centran en la variedad basmati donde las superficies sembradas fueron menores y por tanto la cosecha ha sido escasa (frente a otras variedades más rentables para el agricultor y que han situado al país a la cabeza de los exportadores mundiales) con importantes incrementos de precio e, incluso, incumplimiento de contratos.

Las ventas se mantuvieron estables, producto de un ligero incremento del volumen vendido y una reducción de precio en línea con los precios pagados en origen. La incorporación a año completo de Rice Select compensa la salida del negocio en Puerto Rico. Destaca:

- ◆ Año muy productivo en lanzamientos, con una extensa línea de productos centrados en los conceptos salud y conveniencia. Se han extendido las gamas desarrolladas en España a los principales países de Europa, rejuveneciendo las referencias que son objeto de competencia por la marca de distribuidor.
- ◆ Se ha creado con una nueva categoría dentro del concepto “vasitos” basada en otros granos (gama de quínoa, chía, etc.) y legumbres que combinan salud y conveniencia. Algunos como el combinado de quínoa blanca y roja ya se coloca como la cuarta referencia más vendida en España en esta categoría.
- ◆ Se mantiene el crecimiento a doble dígito (+25%) de las harinas especiales de alto valor añadido a través de la filial Herba Ingredients.
- ◆ Consolidación de la filial en la India, que además de servir de plataforma de aprovisionamiento, aumenta su presencia local con incremento de sus ventas con marca de un 25% hasta los 28 millones de euros.
- ◆ En Estados Unidos la participación en volumen se mantiene estable en el 22,34% (XAOC Nielsen) con leves mejoras en todos los segmentos, salvo formatos grandes de arroz tradicional y de menor valor añadido.
- ◆ Las ventas en Oriente Medio disminuyen al ajustarse el stock en poder de nuestros distribuidores de la marca Abu Bint. Se trata de una diferencia temporal.

El **Ebitda** aumenta un 10,9% interanual, lo que implica una mejor rentabilidad (15,3% de margen frente al 13,7% del año anterior). Los cambios en el perímetro (salida de Puerto Rico, año completo de Rice Select) se compensan por lo que el incremento es puramente orgánico.

La inversión publicitaria aumentó en 1,5 millones de euros, consolidando una inversión superior en un 33% a los niveles de los años 2013 y 2014, acorde con el gran esfuerzo comercial y de innovación realizado por este Área.

Riviana bate un nuevo record de generación de recursos con 123 millones de dólares (+14,7% sobre el año anterior), de los que sólo una pequeña parte corresponden a la incorporación a año completo de los activos de Rice Select (3,2 millones de US\$ adicionales) y pese a que una floja cosecha 15/16 de la variedad Texmati impidió a esta marca obtener los resultados previstos.

Respecto al resto de localizaciones, la evolución es especialmente satisfactoria en el negocio marquista español, mientras que el resto de países europeos presentan diferencias en función del calendario de comercialización de la nueva gama de productos, con una mejora sustancial de la rentabilidad en Holanda y un estadio inicial en Alemania.

Por orígenes, la aportación al Ebitda del negocio no americano es la siguiente:

	2014	2015	%	2016	%
España	28.539	23.191	32,2%	27.903	35,8%
Europa	40.873	41.307	57,4%	40.261	51,6%
Otros	3.916	7.522	10,4%	9.845	12,6%
<b>TOTAL EBITDA</b>	<b>73.328</b>	<b>72.020</b>	<b>100,0%</b>	<b>78.009</b>	<b>100,0%</b>

El crecimiento de Otros orígenes se debe al aumento de la actividad del negocio en la India y Tailandia, donde el Grupo ha reforzado su presencia tanto para asegurar el suministro de arroces largos o aromáticos, con unos precios y calidades que cumplan los requisitos internos, como para ir introduciéndose progresivamente en el mercado local.

El **ROCE** del Área vuelve a mejorar acompañando la mayor rentabilidad de negocio conseguida con un capital empleado medio en línea con el ejercicio anterior.

La inversión en activos fijos vuelve a crecer con una apuesta importante por líneas de negocio de elevado potencial de crecimiento. Las principales inversiones (**CAPEX**) acometidas en el Área corresponden a una nueva línea de producción de harinas e ingredientes (3,9 millones de euros), nueva fábrica de congelados en el Reino Unido (1,4 millones de euros), ampliación de las instalaciones en la India (2,2 millones de euros), nuevo almacén de producto terminado en Amberes (9,9 millones de euros) y Amsterdam (1 millón de euros), nuevas instalaciones en Camboya (1,9 millones de euros), ampliación de capacidad de arroz instantáneo en la planta de Memphis (1,8 millones de euros), finalización proyecto gluten free en Memphis (2,2 millones de euros) y la automatización de las líneas de empaquetado en la planta de Freeport (3,7 millones de euros).