



RESULTADOS
2018

Ebro 1

Índice

- **RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2018**

 - 1.1 Arroz

 - 1.2 Pasta

- **RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2018**

 - 2.1 Cuenta de resultados

 - 2.2 Evolución del endeudamiento

- **CONCLUSIÓN**

- **CALENDARIO CORPORATIVO 2019**

- **ADVERTENCIA LEGAL**



RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2018



1.1.1 Arroz 2018

- Durante el último trimestre se han cerrado las cosechas en Europa y Norteamérica. En Italia ha habido repunte en redondos e índicas, mientras que en España solo ha afectado a estas últimas variedades. Los precios de los arroces índica se han visto presionados al alza tras el anuncio de la UE de activar la cláusula de salvaguardia para frenar la importación libre de aranceles de países EBA. En EE.UU. el precio se ha ajustado a la baja, especialmente en Texas.
- En Europa crecemos en la mayoría de las marcas en un mercado plano. El éxito de los nuevos desarrollos en microondas ha sido tal que se han puesto en marcha una importante inversión para aumentar capacidad; recientemente hemos aprobado una inversión importante (70 MEUR) en una gran planta de precocinados en la antigua fábrica azucarera de La Rinconada, que esperamos esté aportando resultados en el última parte de 2020.
- En Norteamérica hemos implantado las distintas medidas que anunciamos en nuestro último informe:
 - hemos realizado con éxito la última subida de tarifas para corregir la presión inflacionista (materias primas, materias primas auxiliares, distribución y salarios) que lastraba el resultado,
 - las nuevas líneas de microondas de Memphis trabajan ya mucho mejor, y
 - hemos llevado acabo los ajustes en Freeport sin problemas que reseñar.
- Sin embargo, persisten los problemas de distribución y de rotación en fábrica (especialmente Freeport) por la situación de pleno empleo existente en EE.UU.
- Aún cuando las medidas adoptadas requieren de un mayor tiempo de maduración, en los resultados del último trimestre se observa una incipiente recuperación que se irá consolidando en los próximos trimestres.



1.1.2 Arroz 2018

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio se elevan un 5%, hasta 1.412,7 MEUR, principalmente por la subida de precios de la materia prima y el crecimiento en volúmenes en Europa.
- La inversión publicitaria decrece en 1,1 MEUR, hasta 27 MEUR, en un año que hemos dado mayor relevancia a la inversión de marketing en el punto de venta.
- El EBITDA se contrae un 21,4% hasta 162 MEUR. Sólo en el último mes se ha empezado a trasladar al resultado la última subida de tarifas implementada en EE.UU. La evolución del tipo de cambio, ha restado 3,5 MEUR al EBITDA.
- El Ebit se reduce un 28,2% hasta 123,9 MEUR principalmente por las recientes inversiones que aportan nueva capacidad y que están ya empezando a aportar.

Miles de EUR	2016	2017	2018	18/17	TAMI 18/16
Ventas	1.283.853	1.345.026	1.412.702	5,0%	4,9%
Publicidad	30.135	28.088	26.969	-4,0%	-5,4%
Ebitda	196.264	205.988	161.933	-21,4%	-9,2%
Margen Ebitda	15,3%	15,3%	11,5%		
Ebit	163.561	172.522	123.857	-28,2%	-13,0%
Rtdo. Operativo	169.240	174.027	125.390	-27,9%	-13,9%



1.2.1 Pasta 2018

- El nivel de precio del trigo duro, tras la buena cosecha 18/19, nos ha permitido tomar posiciones a largo con el fin de eliminar el riesgo de volatilidad en 2019.
- En lo que se refiere a nuestros negocios:
 - En Panzani, tras la caída en verano debida a la bajada del consumo de pasta por las altas temperaturas alcanzadas, las ventas crecen con fuerza en el último trimestre. La conocida como "crisis de los chalecos amarillos" ha afectado negativamente al aprovisionamiento y a la venta de fresco; sin embargo, el impacto ha sido positivo en la venta de productos secos por el efecto acopio. Las menores ventas en verano y el comportamiento negativo de Roland Monterrat han generado un ligero decrecimiento en la contribución.
 - En Garofalo, durante 2018 hemos incrementado la publicidad un 55%. Tras nuestras inversiones dirigidas a mejorar su distribución ponderada, ésta crece muy notablemente, liderando el crecimiento del segmento premium de pasta seca en varios mercados.
 - Bertagni, la última compra realizada por el Grupo en el segmento fresco premium, consolida desde abril y aporta desde su incorporación 9,5 MEUR al EBITDA.
 - Riviana Pasta, aunque en menor medida que en Arroz, se ve afectada por los problemas de distribución y la situación de pleno empleo en EE.UU. En Canadá, en el último trimestre se ha apreciado una cierta relajación en la presión competitiva, lo que ha permitido recuperar márgenes y volver al crecimiento.



Ebro

1.2.2 Pasta 2018

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio se elevan un 6,6%, hasta 1.298,5 MEUR. Bertagni contribuye con 60,2 MEUR, por lo que el crecimiento orgánico se sitúa en torno a 1,6% pese al ya comentado impacto del calor en las ventas en Francia.
- La inversión publicitaria se reduce en 2,8 MEUR hasta 63,4 MEUR. Sin embargo, en el último trimestre hemos invertido un 20,6% más (respecto al trimestre del ejercicio anterior) equilibrando así las inversiones en publicidad y promoción.
- El EBITDA se contrae en 6,5 MEUR, hasta 156,5 MEUR. En comparación con el último trimestre de 2017, éste crece un 13,3% y eleva el margen trimestral al 15%, confirmando la recuperación esperada. El efecto divisa contribuye negativamente al Ebitda en 1 MEUR.

Miles de EUR	2016	2017	2018	18/17	TAMI 18/16
Ventas	1.236.227	1.218.404	1.298.533	6,6%	2,5%
Publicidad	70.840	66.154	63.368	-4,2%	-5,4%
Ebitda	157.089	162.977	156.465	-4,0%	-0,2%
Margen Ebitda	12,7%	13,4%	12,0%	-9,9%	-2,6%
Ebit	113.544	117.420	106.366	-9,4%	-3,2%
Rtdo. Operativo	93.294	102.050	99.415	-2,6%	3,2%



Ebro



RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2018



2.1 Cuenta de Resultados 2018

- Las ventas del Grupo crecen un 5,6%, hasta 2.646,5 MEUR. El crecimiento orgánico es de un sano 2%, sobre todo si se tiene en cuenta que las subidas de tarifas no se han acabado de implementar hasta el último trimestre.
- Durante el último trimestre hemos incrementado la publicidad en un 12% de forma que, año sobre año y a divisa constante, invertimos prácticamente la misma cantidad en publicidad (92,6 MEUR) que en el año pasado.
- El Ebitda se contrae un 13,4% hasta 310,8 MEUR, teniendo la divisa un impacto negativo de 4,4 MEUR. El margen Ebitda año sobre año se reduce en 2,6 puntos porcentuales hasta 11,7%. Si consideramos aisladamente el último trimestre, se observa que comienzan a dar sus frutos las medidas puestas en marcha durante el año, recuperándose los márgenes que se acercan al 14%.
- El beneficio neto decrece un 36% hasta 141,6 MEUR. A efectos comparativos, hay que recordar que el ejercicio precedente tuvimos un importante incremento del beneficio debido principalmente a las medidas de carácter impositivo aprobadas en los EE.UU., en Francia e Italia que se concretaron en un ingreso extraordinario único derivado de la contabilización del impuesto sobre sociedades por importe de 56,5 MEUR. Sin ese efecto exógeno, el decrecimiento del beneficio, pese a las dificultades del año, es de un 14%.

Miles de EUR	2016	2017	2018	18/17	TAMI 18/16
Ventas	2.459.246	2.506.969	2.646.523	5,6%	3,7%
Publicidad	100.401	93.134	89.694	-3,7%	-5,5%
Ebitda	344.141	359.000	310.763	-13,4%	-5,0%
Margen Ebitda	14,0%	14,3%	11,7%		
Ebit	267.308	279.314	221.951	-20,5%	-8,9%
Rtdo. Operativo	264.608	271.079	218.128	-19,5%	-9,2%
Rtdo. Antes Impuestos	259.410	264.131	212.950	-19,4%	-9,4%
Beneficio Neto	169.724	220.600	141.589	-35,8%	-8,7%
ROCE	16,6	12,3	12,0		



2.2 Evolución del Endeudamiento

Acabamos 2018 habiendo incrementado la deuda neta en 187,4 MEUR, hasta 704,6 MEUR, tras haber hecho importantes inversiones en:

- materias primas, para garantizar el suministro en un entorno de gran volatilidad,
- crecimiento orgánico de carácter estratégico vía Capex de inversión,

Miles de EUR	2016	2017	2018	18/17	TAMI 18/16
CAPEX Total	107.724	120.671	138.930	15,1%	13,6%

la compra de Bertagni, en la que computa el 100% de la valoración de compra aún cuando la participación de la propiedad es del 70%. En este sentido cabe recordar que, de este importe de Deuda Neta, 160,4 MEUR corresponden a los futuros compromisos de PUTs negociados en la compra de Garofalo, Bertagni, Santa Rita y Geovita.

Los Fondos Propios crecen un 4,2% hasta 2.162,3 MEUR.

Tras las fuertes inversiones comentadas y dado el desajuste coyuntural de la evolución de nuestro EBITDA, el múltiplo DN/EBITDA18 se eleva hasta 2,3 veces. Eliminados los efectos coyunturales, mantenemos un nivel de deuda muy gestionable y seguimos atentos a oportunidades de carácter inorgánico que observemos en el mercado.

Miles de EUR	31 Dic 16	31 Dic 17	31 Dic 18	18/17	TAMI 18/16
Deuda Neta	443.206	517.185	704.621	36,2%	26,1%
Deuda Neta Media	404.137	426.042	627.350	47,3%	24,6%
Fondos Propios	2.079.326	2.074.637	2.162.334	4,2%	2,0%
Apalancamiento DN	21,3%	24,9%	32,6%	30,7%	23,6%
Apalancamiento DNM	19,4%	20,5%	29,0%	41,3%	22,2%
x Ebitda (DN)	1,3	1,4	2,3		
x Ebitda (DNM)	1,2	1,2	2,0		



CONCLUSIÓN



Conclusión

- Hemos actuado sobre los diversos efectos de carácter extraordinario y, en gran medida, externos, acaecidos durante los primeros meses del ejercicio de forma que en el último trimestre se atisba ya la recuperación, que esperamos se consolidará en los próximos meses.
- Estamos muy satisfechos con la positiva evolución de las marcas y la acogida de los nuevos productos.
- Las fuertes inversiones orgánicas realizadas en el último trienio tienen una curva de rentabilidad distinta a las inversiones inorgánicas a las que estamos acostumbrados pero esperamos permitan pronto generar buenos crecimientos y rentabilidades.
- Garofalo continua su expansión internacional como marca premium del Grupo. La compra de Bertagni va a permitir expandir el concepto y no solo liderar la categoría premium en seco sino también, de la mano de Bertagni, conquistar el fresco.
- Las cosechas han sido buenas en general, lo que nos ha permitido hacer acopio de materias primas para entrar en el ejercicio 2019 con mayor estabilidad.
- En resumen, ha sido un año complicado pero los resultados del último trimestre nos confirman que lo peor ha quedado atrás y afrontamos el ejercicio 2019 en una buena posición para volver a la senda de crecimiento de los últimos años.



Calendario Corporativo

En el año 2019 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

➤ 28 de febrero	Presentación resultados cierre 2018 ✓
➤ 1 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 30 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
➤ 28 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 26 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre
➤ 1 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 31 de octubre	Presentación resultados 9M19 y pre cierre 2019



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 2017 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.
- 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. 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).

	<u>31/12/2016</u>	<u>31/12/2017</u>	<u>31/12/2018</u>	<u>2018 - 2017</u>
EBITDA	344.141	359.000	310.763	(48.237)
Dotaciones para amortizaciones	(76.833)	(79.686)	(88.812)	(9.126)
Ingresos no recurrentes	25.598	11.144	8.973	(2.171)
Gastos no recurrentes	(28.298)	(19.379)	(12.796)	6.583
RESULTADO OPERATIVO	264.608	271.079	218.128	(52.951)

- Deuda neta. Pasivos financieros con coste, valor de las participaciones sujetas a opción put/call que califican como tales y, en su caso, dividendos devengados y pendientes de pago menos tesorería o equivalentes de efectivo.
- CAPEX. Pagos por inversiones en activos fijos productivos.
- ROCE. Medida de rentabilidad de los activos calculada como Resultado antes de impuesto e intereses descontados los resultados considerados extraordinarios o no recurrentes medio del periodo considerado dividido entre el Activo Neto medio del periodo minorado por los Activos Financieros y el Fondo de Comercio.