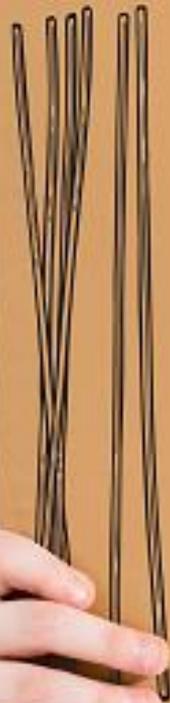


Ebro

Ebro



RESULTADOS
9M y Precierre 2019

ÍNDICE

1. RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M19 Y PRECIERRE 2019

1.1 Arroz

1.2 Pasta

2. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 9M19 Y PRECIERRE 2019

2.1 Cuenta de resultados 9M19

2.2 Cuenta de resultados Precierre 2019

2.3 Evolución del endeudamiento

3. CONCLUSIÓN

4. CALENDARIO CORPORATIVO 2019

5. CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO

6. ADVERTENCIA LEGAL



RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M19 y PRECIERRE 2019



1.1.1 Arroz 9M19 y Precierre 2019

- Durante el tercer trimestre ha finalizado la cosecha en EE.UU. y ha empezado la europea. La primera ha sido aproximadamente un 20% inferior al año pasado por las fuertes lluvias de la primavera que derivaron en una menor área sembrada. Ante esta situación, el mercado tiene una orientación alcista pero estamos cubiertos hasta fin de año. En lo que respecta a la cosecha europea, parece buena salvo en Andalucía, que tiene problemas de salinidad y se espera un 15% menos de producción, lo que puede poner algo de tensión en precio.
- La evolución de nuestras ventas está siendo muy positiva en Europa, donde nuestras marcas siguen creciendo en un mercado plano. En España y Francia estamos terminando un ejercicio muy bueno, así como en Reino Unido y Tailandia.
- Durante el trimestre se ha materializado la adquisición de Tilda por 342 MUSD. Tilda es una prestigiosa marca de Basmati, la primera en traer esta variedad a Europa hace ya 40 años, con ventas en más de 50 países y presencia importante en Reino Unido, Oriente Medio, Norte América y la India. Tilda nos consolida aún más nuestro posicionamiento como líderes del segmento premium.
- Estamos expectantes ante el desenlace del Brexit y sus implicaciones, que en principio serían positivas para nosotros dada nuestra alta implantación industrial en Reino Unido.
- En EE.UU., tras los problemas que tuvimos en las plantas de Freeport y Memphis, hemos realizado cambios en la organización y empezamos a ver mejora de productividades.



1.1.2 Arroz 9M19

- Por todo ello, vemos aumentar la cifra de ventas, respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, un 9,2% hasta 1.134,5 MEUR, pese a haber renunciado a aquellos volúmenes sin contribución de Freeport.
- La inversión publicitaria se eleva un 18,6% hasta 25 MEUR, 4 MEUR más.
- El EBITDA de la División crece un 18,3% hasta 140 MEUR. Se acelera el ritmo de crecimiento de los pasados trimestres y, en el trimestre aislado, recuperamos la contribución del 3T17. A su vez, la entrada en vigor de la NIIF 16 tiene un efecto positivo de 2,7 MEUR. El tipo de cambio tiene un efecto positivo de 4,2 MEUR. Tilda consolida ya en el mes de septiembre y aporta 1,3 MEUR.
- El Resultado Operativo crece un 6,2% hasta 101 MEUR, empujado por un crecimiento en el trimestre aislado del 23%.

Miles de EUR	9M17	9M18	9M19	19/18	TAMI 19/17
Ventas	975.124	1.038.516	1.134.457	9,2%	7,9%
Publicidad	21.727	21.126	25.064	18,6%	7,4%
Ebitda	153.741	118.176	139.832	18,3%	-4,6%
Margen Ebitda	15,8%	11,4%	12,3%	-	-
Ebit	129.395	90.476	104.318	15,3%	-10,2%
Rtdo. Operativo	134.337	94.996	100.861	6,2%	-13,4%



1.1.3 Arroz Precierre 2019

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio estimamos que se elevarán un 10%, hasta 1.553,5 MEUR; Tilda aportará 47 MEUR.
- La inversión publicitaria crecerá en 7,1 MEUR, un 26,3%, hasta 34 MEUR.
- El EBITDA crecerá un 20% hasta 193,8 MEUR y el margen Ebitda se elevará 100pb., hasta 12,5%. Tilda aportará 6 MEUR. La evolución del tipo de cambio, de permanecer a estos niveles, aportará 5 MEUR. En el trimestre aislado el crecimiento sería del 23%, con un margen próximo al 13%.

Miles de EUR	2017	2018	E2019	E19/18	TAMI	E19/17
Ventas	1.345.026	1.412.702	1.553.474	10,0%		7,5%
Publicidad	28.088	26.969	34.056	26,3%		10,1%
Ebitda	205.988	161.933	193.805	19,7%		-3,0%
Margen Ebitda	15,3%	11,5%	12,5%	-		-
Ebit	172.522	123.857	145.931	17,8%		-8,0%
Rtdo. Operativo	174.027	125.390	140.711	12,2%		-10,1%



1.2.1 Pasta 9M19 y Precierre 2019

- Las cosechas de trigo han sido malas en todas los países productores y sólo en Francia y España son de buena calidad. A pesar de contar con altos inventarios de la campaña anterior, el mercado del trigo está experimentando un fuerte alza de precio. Afortunadamente, el Grupo dispone de una amplia cobertura especialmente en EE.UU. donde llega hasta el segundo trimestre de 2020.
- En Europa, este año hemos seguido una política de reducción de la promoción y de mejora del mix de ventas que está dando buenos resultados, defendiendo la rentabilidad para la marca y para el distribuidor.
- En Norteamérica, tenemos resultados muy positivos en Canadá, con crecimiento de cuota de mercado y una notable implantación de los nuevos lanzamientos. En EE.UU., hemos sufrido muchísimas dificultades logísticas por problemas con nuestro nuevo centro de distribución del Noreste, lo que ha afectado a la rentabilidad y a las ventas. A día de hoy ya han sido resueltos. Vemos una buena tendencia de las marcas principales y los noodles.
- La pasta fresca tiene un buen comportamiento y acumula importantes crecimientos, tanto en Bertagni como en Lustucru. Olivieri mantiene su 48% de cuota de mercado en un entorno muy competitivo.
- Monterrat está experimentando un ejercicio negativo, afectado por la crisis del cerdo y la alta competitividad del negocio de sándwiches en Francia.
- Durante el trimestre hemos vendido Alimentation Santé por 58 MEUR, obteniendo una plusvalía, en menos de 3 años, de 17,2 MEUR.



1.2.2 Pasta 9M19

- o La facturación aumenta un 4,8% hasta 948,8 MEUR, mejorando la tendencia vista en los trimestres anteriores.
- o Reforzamos la publicidad un 2,3%, hasta 44,8 MEUR, en esa búsqueda de mejora del mix.
- o El EBITDA de la división crece un 7,7% hasta 107,1 MEUR, con un margen que crece 3pb., por el cambio de mix y pese al incremento del precio del trigo duro y la contribución negativa de Roland Monerrat. La nueva contabilización de los arrendamientos contribuye positivamente con 5,4 MEUR. El tipo de cambio no tiene efecto en estas cuentas.
- o La nueva NIIF 16 incrementa la amortización de forma que el Ebit decrece un 1%, hasta 63,7 MEUR.

Miles de EUR	9M17	9M18	9M19	19/18	TAMI 19/17
Ventas	870.963	905.422	948.821	4,8%	4,4%
Publicidad	50.054	43.823	44.825	2,3%	-5,4%
Ebitda	111.034	99.467	107.131	7,7%	-1,8%
Margen Ebitda	12,7%	11,0%	11,3%	-	-
Ebit	78.822	64.302	63.667	-1,0%	-10,1%
Rtdo. Operativo	76.718	62.610	58.246	-7,0%	-12,9%



1.2.3 Pasta Precierre 2019

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio estimamos que se elevarán un 2,2%, hasta 1.294 MEUR, ya que en el último trimestre tendrá más impacto la política de reducción de promociones.
- La inversión publicitaria se reducirá un 4,2% hasta 60 MEUR.
- El EBITDA crecerá en 6,8 MEUR, hasta 160 MEUR, recuperando en el último trimestre aislado márgenes del 15,3% empujado por la mejora del mix. La divisa, de seguir a este nivel, tendrá un efecto positivo de 0,87 MEUR. Bertagni, una vez integrada en el Grupo, tiene crecimientos próximos a un 50%; el cambio de perímetro supondrá 3,1 MEUR pues consolida desde abril 2018.

Miles de EUR	2017	2018	E2019	E19/18	TAMI	E19/17
Ventas	1.184.816	1.265.957	1.294.048	2,2%		4,5%
Publicidad	65.571	62.688	60.045	-4,2%		-4,3%
Ebitda	158.861	153.170	159.935	4,4%		0,3%
Margen Ebitda	13,4%	12,1%	12,4%	-		-
Ebit	114.890	104.546	98.457	-5,8%		-7,4%
Rtdo. Operativo	100.604	97.848	90.989	-7,0%		-4,9%



RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 9M19 Y PRECIERRE 2019



2.1 Cuenta de Resultados 9M19

- La cifra de Ventas consolidada crece un 7,2%, hasta 2.035,2 MEUR, mostrando la buena evolución de los negocios.
- Las inversión publicitaria crece un 5,8%, hasta 69,4 MEUR.
- El EBITDA crece un 13% hasta 236,8 MEUR. La divisa tiene un efecto traslación positivo de 4,6 MEUR más Ebitda. La entrada en vigor de la nueva NIIF 16 sobre arrendamientos, aporta 8,7 MEUR a esta cifra. El Ebitda, en el trimestre aislado, recupera la contribución de 2017 y crece un 31% hasta 77,5 MEUR.
- El Resultado Operativo crece un 0,6%, hasta 150,5 MEUR, al contar este año con menos extraordinarios positivos tras la venta en 2018 del negocio de SOS en México y más extraordinarios negativos, principalmente por el coste de las reestructuraciones en Norteamérica.
- El Beneficio Neto crece un 15,1% hasta 114,7 MEUR. Los resultados de Alimentation Santé ya aparecen desconsolidados por lo que se han eliminado también en la comparativa de años anteriores y solo figuran por el neto.

Miles de EUR	9M17	9M18	9M19	19/18	TAMI 19/17
Ventas	1.806.332	1.897.666	2.035.209	7,2%	6,1%
Publicidad	71.812	65.632	69.430	5,8%	-1,7%
Ebitda	257.607	209.620	236.854	13,0%	-4,1%
Margen Ebitda	14,3%	11,0%	11,6%	-	-
Ebit	200.578	146.287	157.580	7,7%	-11,4%
Rtdo. Operativo	203.622	149.593	150.542	0,6%	-14,0%
Rtdo. Antes Impuestos	198.661	146.977	148.789	1,2%	-13,5%
B° Neto en Gestion Continuada	134.178	105.139	107.504	2,2%	-10,5%
Beneficio Neto	127.998	99.727	114.747	15,1%	-5,3%
ROCE	16,6	11,9	11,7	-	-



2.2 Cuenta de Resultados Precierre 2019

- Las ventas del Grupo es previsible estimar que crezcan un 6,5%, hasta 2.784,6 MEUR. Un importante crecimiento pese a la reducción de volúmenes en Freeport y las reducciones del esfuerzo promocional.
- Para final de año esperamos haber invertido un 5,8% más en Publicidad, hasta 94 MEUR, manteniendo el mismo ritmo de inversión de los meses anteriores.
- El EBITDA crecerá un 11% hasta 340,6 MEUR y, de seguir a este nivel, la divisa contribuirá con 5,9 MEUR. La NIIF 16 aportará 12 MEUR. Tilda se espera que contribuya con 6 MEUR.
- El Beneficio Neto esperamos crezca un 12,4% hasta 159 MEUR.

Miles de EUR	2017	2018	E2019	E19/18	TAMI E19/17
Ventas	2.473.381	2.613.947	2.784.576	6,5%	6,1%
Publicidad	92.551	89.014	94.153	5,8%	0,9%
Ebitda	354.884	307.468	340.595	10,8%	-2,0%
Margen Ebitda	14,3%	11,8%	12,2%	-	-
Ebit	276.784	220.131	229.591	4,3%	-8,9%
Rtdo. Operativo	269.633	216.561	219.631	1,4%	-9,7%
Rtdo. Antes Impuestos	263.035	211.721	211.556	-0,1%	-10,3%
Bº Neto en Gestion Continuada	229.207	149.311	151.383	1,4%	-18,7%
Beneficio Neto	220.600	141.589	159.203	12,4%	-15,0%
ROCE	12,3	12,0	ND	-	-



2.3 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos los 9M19 habiendo incrementado la deuda neta a un año en 321 MEUR, hasta 1.041 MEUR, tras haber hecho importantes inversiones en Capex de expansión pero, sobre todo, tras la compra de Tilda (que asciende a 342 MUSD) y el registro de los alquileres como deuda (que asciende a 90 MEUR). Cabe recordar que la contabilización de los Puts que tenemos con los minoritarios de algunos negocios ascienden a 161 MEUR
- Los Fondos Propios crecen en 146 MEUR en los últimos 12 meses y se elevan a 2.257 MEUR.
- El Capex durante estos 9 meses se eleva a 107 MEUR, para final de año esperamos haber invertido 158 MEUR, siendo los proyectos más significativos que se están llevando a cabo actualmente:
 - La nueva planta de arroz de La Rinconada.
 - Las nuevas líneas de Gnocchi a la sartén en Canadá.
 - Inversiones para optimizar la distribución en Francia.
 - La ampliación de la fábrica de vasitos en Memphis (líneas de empaquetado).
- Para final de año, y teniendo en cuenta que Tilda solo aporta 4 meses de contribución, esperamos que el múltiplo DN/EBITDAE19 estará ligeramente por debajo de las 3 veces.

Miles de EUR	30 Sep 17	31 Dic 17	30 Sep 18	31-dic-18	30 Sep 19	E31 Dic 19	E19/18	TAMI	E19/17
Deuda Neta	454.652	517.185	719.443	704.621	1.040.721	1.015.186	44,1%		40,1%
Deuda neta media	407.560	426.042	578.822	627.350	790.981	ND	ND		ND
Fondos Propios	2.002.291	2.074.637	2.111.154	2.162.334	2.256.975	2.270.646	5,0%		4,6%
Apalancamiento DN	22,7%	24,9%	34,1%	32,6%	46,1%	44,7%	50,1%		33,9%
Apalancamiento DNM	20,4%	20,5%	27,4%	29,0%	35,0%	ND	ND		ND
x Ebitda (DN)		1,44		2,27		2,98			
x Ebitda (DNM)		1,19		2,02		ND			



CONCLUSIÓN



3. Conclusión

- 0 La subida de precio de las materias primas del último trimestre ha ocasionado que no realizáramos una mayor carga promocional como teníamos previsto. Sin embargo, las ventas del Grupo siguen creciendo a buen ritmo.
- 0 Durante los últimos años hemos venido ralentizando el nivel de adquisición de negocios por la ausencia de oportunidades. Sin embargo, durante el trimestre, hemos podido actuar sobre Tilda, una de las compañías que siempre hemos pretendido por su complementariedad con nuestro negocio e implantación fabril en Reino Unido e India.
- 0 La reinversión del capital en los últimos años ha estado orientada hacia el crecimiento orgánico, por los bajos costes de financiación y altas valoraciones. La desventaja es que la maduración de las inversiones es más lenta, lo que nos lleva a múltiplos de deuda cosméticamente más elevados. Pronto empezaremos a ver el retorno y volveremos a niveles de deuda medios alineados con nuestra normalidad.
- 0 Hemos finalizado la venta del negocio en el canal especializado "Bio". Los productos saludables, orgánicos y de base vegetal con alto contenido proteico siguen siendo muy interesantes por lo que nuestras principales enseñas tienen una categoría específica.
- 0 Seguiremos enfocados en reforzar los negocios estratégicos: premium, fresco y *convenience*.



4. 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 2019 ✓
➤ 28 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 26 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre 2019 ✓
➤ 1 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 31 de octubre	Presentación resultados 9M19 y pre cierre 2019 ✓



5. Cálculo Medidas Alternativas de Rendimiento

- 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).
- EBIT. El EBIT se calcula detrayendo del EBITDA la amortización del ejercicio.

	30/09/2017	30/09/2018	30/09/2019	2019 - 2018	31/12/2017	31/12/2018	E2019	2019 - 2018
EBITDA	257.607	209.623	236.854	27.231	354.884	307.468	340.595	33.127
Dotaciones para amortizaciones	(57.029)	(63.273)	(79.274)	(16.001)	(78.100)	(87.337)	(111.004)	(23.667)
Ingresos no recurrentes	6.724	8.485	7.343	(1.142)	11.110	8.702	8.509	(193)
Gastos no recurrentes	(3.680)	(5.198)	(14.381)	(9.183)	(18.261)	(12.272)	(18.469)	(6.197)
RESULTADO OPERATIVO	203.622	149.637	150.542	905	269.633	216.561	219.631	3.070
Dotaciones para amortizaciones	57.029	63.273	79.274	16.001	78.100	87.337	111.004	23.667
EBIT	200.578	146.350	157.580	7.723	276.784	220.131	229.591	20.540

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

	30/09/2017	30/09/2018	30/09/2019	31/12/2017	31/12/2018	E2019
(+) Pasivos financieros no corrientes	454.831	670.291	552.019	472.353	533.612	563.008
(+) Otros pasivos financieros corrientes	359.668	366.814	774.930	310.194	342.694	657.362
(-) Suma de fianzas a pagar	(98)	(99)	(100)	(98)	(97)	(100)
(-) Tesorería y otros activos líquidos	(364.605)	(316.161)	(285.651)	(269.411)	(171.450)	(204.338)
(-) Derivados – activo	(12)	(1.735)	(1.368)	(146)	(498)	(1.368)
(+) Derivados – pasivo	4.868	333	891	4.293	360	622
TOTAL DEUDA NETA	454.652	719.443	1.040.721	517.185	704.621	1.015.186

- Deuda Neta (media): La deuda neta media se corresponde con la media móvil de un período de 13 meses del cálculo de deuda neta anterior.
- Capital Circulante (medio). Media móvil de un período 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 período de 13 meses de la suma de intangibles, propiedades, planta y equipo y capital circulante.
- ROCE: Cociente entre el resultado medio después de amortizaciones y antes de impuestos del último período de doce meses (sin extraordinarios o no recurrentes) dividido entre el capital empleado medio definido anteriormente.

6. 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 2018 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.