



**A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

Madrid, a 27 de febrero de 2020

**Referencia: presentación a analistas anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al ejercicio 2019.**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley del Mercado de Valores, Ebro Foods, S.A. publica como

**OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

la presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods durante el ejercicio 2019, que se va a realizar hoy en la sala de Juntas de la segunda planta del domicilio social, sito en el Paseo de la Castellana número 20 de Madrid.

Atentamente,

Luis Peña Pazos  
Secretario del Consejo de Administración



## ÍNDICE

1. **RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2019**
  - 1.1 Arroz
  - 1.2 Pasta
2. **RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2019**
  - 2.1 Cuenta de resultados 2019
  - 2.2 Evolución del endeudamiento
3. **CONCLUSIÓN**
4. **CALENDARIO CORPORATIVO 2020**
5. **CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO**
6. **ADVERTENCIA LEGAL**



## RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2019



### 1.1.1 Arroz 2019

- En 2018 tuvimos que afrontar muchos problemas de subidas de coste de las materias primas y de logística en nuestra filial americana. Ello nos obligó a efectuar importantes cambios en 2019 que están dando resultados:
  - Subidas de precios para trasladar los aumentos de coste.
  - Cambios organizativos en las estructuras de logística y de producción.
  - Reducción de la actividad de Freeport, abandonando los volúmenes de poca rentabilidad (200.000tn).
  - Inversiones para mejora de eficiencia de las plantas de Freeport y Memphis, que habían caído por problemas de adecuados mantenimiento y falta de personal cualificado.
  - Entrada en funcionamiento de la planta nueva de vasitos de Memphis, así como las inversiones en Tailandia e India.
  - Se resolvieron los problemas del cambio de almacén de distribución en el Noreste de EE.UU., que habían provocado problemas graves de servicio.
- Todo este esfuerzo continúa en 2020, pero los resultados ya son materiales en 2019.
- Terminamos el año 2019 con precios altos de materia prima por la escasa cosecha en EE.UU., la sequía en Tailandia, la salinidad en España y los aranceles a Myanmar y Camboya.



## 1.1.2 Arroz 2019

- Tenemos un mercado que crece (2,5% en EE.UU.) y nosotros crecemos por encima:
  - En España, destaca la evolución de las ventas de Sabroz y los productos microondas, que crecen a doble dígito. Recientemente hemos anunciado el inicio del proceso de reordenación urbanística de los terrenos de la fábrica de San Juan de Aznalfarache, la mayor fábrica de arroz de Europa (65.000 m2), que posibilitará, a largo plazo, el traslado de la producción a otras fábricas como la de La Rinconada.
  - En EE.UU., las ventas han sido buenas en todas las marcas y más que duplican el crecimiento de su mercado. Destacan especialmente las ventas de vasitos Minute.
  - Respecto al resto de filiales europeas, destacan los crecimientos de nuestros negocios en Alemania, Bélgica, Reino Unido e Italia.
  - Continúan los trabajos de integración de Tilda, incorporada al Grupo el pasado septiembre, si bien con algún retraso en Oriente Medio. La bajada de precio del Basmati no está teniendo el impacto deseado por la dificultad de encontrar partidas que cumplan con las exigentes normativas en materia de residuos de pesticidas de Europa y Norteamérica.



## 1.1.3 Arroz 2019

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio se elevan un 11% hasta 1.566,2 MEUR; Tilda aporta 55,6 MEUR.
- La inversión publicitaria crece en 6 MEUR, un 22,4%, hasta 33 MEUR.
- El EBITDA-A crece un 18,7% hasta 192,3 MEUR, y el margen EBITDA-A se eleva 80pb. hasta 12,3%. Tilda aporta 6,1 MEUR. La evolución del tipo de cambio aporta 5,1 MEUR. En el trimestre aislado el crecimiento es del 20%.

Miles de EUR	2017	2018	2019	19/18	TAMI 19/17
<b>Ventas</b>	1.345.026	1.412.702	1.566.239	10,9%	7,9%
<b>Publicidad</b>	28.088	26.969	33.010	22,4%	8,4%
<b>EBITDA-A</b>	205.988	161.933	192.264	18,7%	-3,4%
<b>Margen EBITDA-A</b>	15,3%	11,5%	12,3%		
<b>EBIT-A</b>	172.522	123.857	143.061	15,5%	-8,9%
<b>Rtdo. Operativo</b>	174.027	125.390	134.447	7,2%	-12,1%



## 1.2.1 Pasta 2019

- En pasta se ha producido, en el segundo semestre, un crecimiento importante de los precios del trigo duro pero afortunadamente se ha detenido y, en este momento, tanto en Europa como en Norteamérica tenemos stocks a precio razonable hasta la próxima cosecha.
- En Italia, la nueva legislación que exige la indicación del origen de la sémola en el paquete ha hecho que el alza sea más acusada, afectando a la rentabilidad de Garofalo que, no obstante, ha tenido un buen ejercicio.
- Durante 2019 tuvimos una política de reducción de promociones que afectó a los volúmenes de Panzani. En 2020 volveremos nuevamente a las promociones pero con criterio más selectivo. Continúan los problemas con Roland Monterra.
- En pasta fresca hemos tenido un año récord de Bertagni y también han sido récord las ventas de gnocchi. Acabamos de inaugurar una línea de gnocchi en Canadá que debería ayudar a mejorar la rentabilidad de Olivieri.
- En EE.UU., se ha normalizado la situación en nuestro nuevo centro de distribución del Noreste, lo que ha incidido positivamente en la rentabilidad y en las ventas del último trimestre del ejercicio. En Canadá, estamos teniendo un buen desarrollo con crecimiento rentable y, a diferencia de EEUU, allí están funcionando especialmente bien las referencias de "Health and Wellness".



## 1.2.2 Pasta 2019

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio se elevan un 3,6%, hasta 1.312 MEUR. Podían haber crecido más pero en el último trimestre ha tenido especial impacto la política de reducción de promociones en Francia.
- La inversión publicitaria se reduce un 3,6% hasta 60 MEUR.
- El EBITDA-A crece en 9,3 MEUR, hasta 162,4 MEUR, recuperando en el último trimestre aislado márgenes del 15,2% empujado por la mejora del mix. La divisa tiene un efecto positivo de 1,7 MEUR. Bertagni, una vez integrada en el Grupo, crece un 32%; el cambio de perímetro supone 3,4 MEUR pues consolida desde abril 2018.

Miles de EUR	2017	2018	2019	19/18	TAMI 19/17
<b>Ventas</b>	1.184.816	1.265.957	1.311.925	3,6%	5,2%
<b>Publicidad</b>	65.571	62.688	60.404	-3,6%	-4,0%
<b>EBITDA-A</b>	158.861	153.170	162.418	6,0%	1,1%
<b>Margen EBITDA-A</b>	13,4%	12,1%	12,4%	2,3%	-3,9%
<b>EBIT-A</b>	114.890	104.546	101.480	-2,9%	-6,0%
<b>Rtdo. Operativo</b>	100.604	97.848	90.105	-7,9%	-5,4%



## RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2019



### 2.1 Cuenta de Resultados 2019

- Las ventas del Grupo crecen un 7,6% hasta 2.813,3 MEUR. Un importante crecimiento pese a la reducción de volúmenes en Freeport y las reducciones en la inversión promocional, sobre todo en Panzani.
- Hemos invertido un 2,8% más en publicidad, hasta 91,5 MEUR.
- El EBITDA-A crece un 11,5% hasta 342,7 MEUR. La divisa contribuye con 6,9 MEUR. La NIIF 16 aporta 13 MEUR. Tilda contribuye con 6 MEUR.
- El Resultado Operativo se reduce un 1,9% principalmente por los componentes extraordinarios relacionados con el cambio que estamos realizando en el Grupo: gasto de inversiones, indemnizaciones, *start up cost*, gastos de reestructuración y *write downs*.
- El tipo efectivo medio consolidado utilizado ha sido del 32,4% para 2019, siendo el 29,8% el aplicado para el ejercicio anterior. El aumento en el porcentaje es debido principalmente a las bases imponibles negativas obtenidas en 2019 en algunos países donde opera el Grupo, respecto de las que se ha considerado conveniente no registrar el crédito fiscal que se deriva de ellas por las incertidumbres existentes en cuando a que su realización se produjera en un plazo razonable.
- El Beneficio Neto se queda plano en 141,8 MEUR.



Miles de EUR	2017	2018	2019	19/18	TAMI 19/17
<b>Ventas</b>	2.473.381	2.613.947	2.813.298	7,6%	6,7%
<b>Publicidad</b>	92.551	89.014	91.477	2,8%	-0,6%
<b>EBITDA-A</b>	354.884	307.468	342.726	11,5%	-1,7%
<b>Margen EBITDA-A</b>	14,3%	11,8%	12,2%		
<b>EBIT-A</b>	276.784	220.131	231.085	5,0%	-8,6%
<b>Rtdo. Operativo</b>	269.633	216.561	212.441	-1,9%	-11,2%
<b>Rtdo. Antes Impuestos</b>	263.035	211.721	198.478	-6,3%	-13,1%
<b>Operaciones Discontinuas</b>	767	799	16.043	1907,9%	357,3%
<b>Gasto por Impuesto</b>	34.157	63.209	64.233	1,6%	37,1%
<b>Beneficio Neto</b>	220.600	141.589	141.752	0,1%	-19,8%
<b>ROCE-A</b>	12,3	12,3	11,1	-9,8%	-5,0%



## 2.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el ejercicio habiendo incrementado la deuda neta a un año en un 41,9% (295,2 MEUR), hasta 999,8 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 165 MEUR.
- El Circulante, en forma de Inventarios, incrementa en 57 MEUR principalmente por la incorporación de Tilda.
- El Capex se eleva a 149 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. Y el almacén de fresco en Communay.
  - La ampliación de la fábrica de vasitos en Memphis (líneas de empaquetado).
  - La ampliación de las instalaciones de Garofalo y el montaje de una línea nueva de pasta corta.
- Con Tilda, que solo aporta 4 meses de contribución, el múltiplo DN/EBITDA-A19 se queda en 2,9 veces.

Miles de EUR	31 Dic 17	31 Dic 18	31 Dic 19	19/18	TAMI 19/17
<b>Deuda Neta</b>	517.185	704.621	999.849	41,9%	39,0%
<b>Deuda neta media</b>	426.042	627.350	871.658	38,9%	43,0%
<b>Fondos Propios</b>	2.074.637	2.162.334	2.262.203	4,6%	4,4%
<b>Apalancamiento DN</b>	24,9%	32,6%	44,2%		
<b>Apalancamiento DNM</b>	20,5%	29,0%	38,5%		
<b>x EBITDA-A (DN)</b>	1,5	2,3	2,9		
<b>x EBITDA-A (DNM)</b>	1,2	2,0	2,5		



## CONCLUSIÓN



### 3. Conclusión

- Las ventas del Grupo crecen orgánicamente a buen ritmo pese a haber abandonado importantes volúmenes (no rentables) en Freeport y haber reducido las ventas en promoción en Panzani.
- El 2019 ha sido un ejercicio de revolución en la productividad de las plantas americanas, con cambios organizativos y con adecuadas inversiones que han llevado a la recuperación de la rentabilidad en la actividad arroceras en EE.UU.
- Ha sido un buen año para Garofalo y Bertagni, las enseñas internacionales *premium* del Grupo.
- Hemos comprado Tilda para seguir creciendo en *premium*. Y hemos salido del negocio Bio con importante plusvalía. Seguimos revisando la cartera para centrarnos en aquellos negocios con mayor proyección y mejores rentabilidades.
- Las fuertes inversiones orgánicas realizadas en los últimos ejercicios están empezando a activarse aunque no será hasta 2021 cuando empecemos a ver impactos relevantes. A su vez, vamos preparando el cambio a fábricas más modernas y eficientes. En esta transición se producen duplicidades que afectan a todos los parámetros de rentabilidad.
- En resumen, ha sido un buen año, con importante crecimiento.



### 4. Calendario Corporativo

En el año 2020 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

➤ 27 de febrero	Presentación resultados cierre 2019 ✓
➤ 1 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 29 de abril	Presentación resultados 1er trimestre 2020
➤ 30 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 29 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre 2020
➤ 1 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 28 de octubre	Presentación resultados 9M20 y pre cierre 2020





## 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-A. 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 contentiosos, etc). El EBITDA-A está calculado de forma consistente con el EBITDA de años anteriores.
- EBIT-A. El EBIT-A se calcula restando del EBITDA-A la amortización del ejercicio. El EBIT-A está calculado de forma consistente con el EBIT de años anteriores.

	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	2019 - 2018
<b>EBITDA-A</b>	<b>354.884</b>	<b>307.468</b>	<b>342.726</b>	<b>35.258</b>
Dotaciones para amortizaciones	(78.100)	(87.337)	(111.641)	(24.304)
<b>EBIT-A</b>	<b>276.784</b>	<b>220.131</b>	<b>231.085</b>	<b>10.954</b>
Ingresos no recurrentes	11.110	8.702	9.077	375
Gastos no recurrentes	(18.261)	(12.272)	(27.721)	(15.449)
<b>RESULTADO OPERATIVO</b>	<b>269.633</b>	<b>216.561</b>	<b>212.441</b>	<b>(4.120)</b>

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

	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019
(+) Pasivos financieros no corrientes	472.353	533.612	826.725
(+) Otros pasivos financieros corrientes	310.194	342.694	424.967
(-) Suma de fianzas a pagar	(98)	(97)	(97)
(-) Tesorería y otros activos líquidos	(269.411)	(171.450)	(252.072)
(-) Derivados – activo	(146)	(498)	(714)
(+) Derivados – pasivo	4.293	360	1.040
<b>TOTAL DEUDA NETA</b>	<b>517.185</b>	<b>704.621</b>	<b>999.849</b>

- 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-A: 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. El ROCE-A está calculado de forma consistente con el ROCE de años anteriores.

## 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 (NICs). 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](http://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.