



# RESULTADOS 1S21

# ÍNDICE

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1S21**
  - 2.1 Arroz
  - 2.2 Pasta
- 3. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 1S21**
  - 3.1 Cuenta de resultados
  - 3.2 Evolución del endeudamiento
- 4. CONCLUSIÓN**
- 5. CALENDARIO CORPORATIVO 2021**
- 6. CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO**
- 7. ADVERTENCIA LEGAL**



# INTRODUCCIÓN



# 1. Introducción

- o La llegada de la COVID-19 ("COVID") en marzo de 2020 supuso un cambio radical en la vida de todos. Nuestro Grupo registró incrementos sustanciales de la demanda ligados al temor de los consumidores por el desabastecimiento, lo que provoca una distorsión en la comparativa entre ambos ejercicios. En este contexto, queremos destacar que el Grupo logra un resultado muy satisfactorio.
- o El año 2020 fue un año de profundos cambios en Ebro, pues tomamos importantes decisiones estratégicas dentro de un contexto difícilísimo de pandemia, que supuso un parón sin precedentes de la economía mundial y conmocionó los cimientos de nuestra sociedad. Pese a ello, Ebro consiguió los mejores resultados de su historia, ya que el incremento de la demanda de los hogares y nuestra escasa exposición al canal Horeca nos permitió hacer frente a los grandes problemas:
  - o aumento de 60 MEUR del coste de las materias primas respecto al 2019.
  - o aumento de gastos por COVID de 15 MEUR.
  - o problemas de absentismo y de salud de los trabajadores en algunas plantas.
  - o proceso de venta de la división de pasta seca en EE.UU. y Canadá.
- o Culminamos con éxito la venta de la división de pasta seca norteamericana a la vez que finalizábamos un ejercicio récord. Estas dos cosas nos permitieron repartir un dividendo extraordinario de 300 MEUR.
- o Ya el año 2021 se ha caracterizado por:
  - o La continuación de la pandemia, si bien el consumo en los hogares deja de tener factores impulsivos y el Horeca sigue sufriendo.
  - o La altísima inflación de costes de materias primas y material de envasado que estimamos que en el ejercicio 2021 supondrán + 45 MEUR de coste para el arroz y + 15 MEUR para la pasta.
  - o La explosión del coste del transporte, especialmente desde Asia a Europa y EE.UU., que encarece nuestras compras de arroces aromáticos y también penaliza nuestras exportaciones de pasta a EE.UU. (Garofalo).

# RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1S21



## 2.1.1 Arroz 1S21

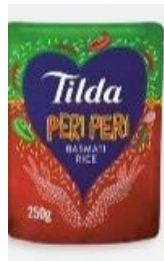
- 0 Tras un espectacular 2020, nos enfrentamos a un año en el que han desaparecido las compras irreflexivas y hemos vuelto a la antigua normalidad de alta competencia de los distribuidores y vuelta a las promociones. Con todo, podemos decir que estamos en volúmenes superiores al 2019 y que nuestras marcas han salido fortalecidas.
- 0 Estamos teniendo que hacer frente a una importante inflación de costes. El transporte desde Asia se ha más que triplicado, lo que eleva el coste de los arroces aromáticos, que son un capítulo fundamental para Riviana y para Tilda. Es cierto que esto afecta por igual a todos los operadores, pero el trasladarlo a la tarifa está resultando una labor muy intensa.
- 0 En EE.UU., se ha empezado a cosechar y pensamos que la cosecha se reducirá al menos en un 15% respecto al 2020, lo cual va a dar un tono de firmeza al mercado.
- 0 En España, el área de cultivo en Andalucía se ha reducido un 50% por la sequía.
- 0 Afortunadamente, Ebro tiene coberturas importantes y fuentes de suministro alternativas que nos protegen y aunque a veces pensamos que penalizan la foto del Circulante, en estos momentos nos compensan sobradamente.
- 0 También nuestras principales apuestas, que son los productos *convenience*, crecen a doble dígito incluso respecto al 2020 y en octubre entrará en funcionamiento la macrofábrica de la Rinconada.



## 2.1.2 Arroz 1S21

- Los resultados del primer semestre muestran una caída del 9,6% en la cifra de ventas, hasta 866 MEUR, una vez desaparece el efecto acopio del 1S20 por el inicio de la pandemia. Sin embargo, en TAMI 21/19 la cifra de ventas muestra un sano crecimiento de un 5,9%.
- La inversión publicitaria desciende un 8,6%, hasta 16,3 MEUR, cayendo, en proporción, menos que la cifra de ventas.
- El Ebitda-a decrece un 7%, hasta 116,3 MEUR. En TAMI 21/19, salvando el efecto COVID de 2020, crecemos un 8,6%. Logramos mejorar el margen en 30pb pese a tener un tipo de cambio que tiene un efecto negativo de 4,5 MEUR, una materia prima inflacionista y mayores costes de fletes.

Miles de EUR	1S19	1S20	1S21	21/20	TAMI 21/19
<b>Ventas</b>	772.030	957.981	865.977	-9,6%	5,9%
<b>Publicidad</b>	16.627	17.866	16.332	-8,6%	-0,9%
<b>Ebitda-a</b>	98.514	125.047	116.263	-7,0%	8,6%
<b>Margen Ebitda-a</b>	12,8%	13,1%	13,4%		
<b>Ebit-a</b>	76.089	96.534	87.587	-9,3%	7,3%
<b>Rtdo. Operativo</b>	74.131	94.457	85.707	-9,3%	7,5%



## 2.2.1 Pasta 1S21

- Respecto a la Pasta, hemos concluido en condiciones muy satisfactorias la venta de la marca Ronzoni y las plantas que quedaban en Norteamérica.
- En este semestre, el negocio de pasta ha tenido también que afrontar un mercado en el que ya pasaron las compras compulsivas de la pandemia y en el que hemos tenido que volver a recuperar la distribución que perdimos cuando concentramos la producción en las principales referencias.
- Además, hemos tenido que gestionar el alto coste del transporte a EE.UU., que es un mercado muy relevante para las ventas de Bertagni y Garofalo.
- Igualmente, el debilitamiento del USD ha contribuido negativamente a la rentabilidad de estas exportaciones.
- Por el contrario, las ventas de salsas tienen un crecimiento de doble dígito y nuestras ventas de pasta fresca crecen más de un 8%. Hay que señalar que los productos frescos han mantenido sus tasas de crecimiento habituales y no se han visto afectados por la COVID.





## 2.2.2 Pasta 1S21

- En este semestre hemos vivido un mercado de materia prima fuerte. Los productos frescos de la división de Pasta apenas acusaron del efecto COVID; por ello en el 1S21 la bajada no es tan significativa como en el arroz y en la pasta seca. Con todo, la cifra de ventas decrece un 5,8%, hasta 540 MEUR. En TAMI 21/19, y a perímetro constante, el crecimiento es de un 6,5%.
- La inversión publicitaria crece un 10,2%, hasta 28,7 MEUR, principalmente por Garofalo y Olivieri.
- El Ebitda-a retrocede un leve 2,4%, hasta 68,8 MEUR. En TAMI 21/19, y a perímetro constante, el crecimiento es de un 7%. El tipo de cambio no ha tenido un impacto significativo en esta división.

Miles de EUR	1S19	1S20	1S21	21/20	TAMI 21/19
<b>Ventas</b>	476.189	573.025	540.062	-5,8%	6,5%
<b>Publicidad</b>	22.592	26.083	28.749	10,2%	12,8%
<b>Ebitda-a</b>	60.132	70.522	68.805	-2,4%	7,0%
<b>Margen Ebitda-a</b>	12,6%	12,3%	12,7%		
<b>Ebit-a</b>	37.456	45.556	42.802	-6,0%	6,9%
<b>Rtdo. Operativo</b>	34.192	41.115	40.001	-2,7%	8,2%



# RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 1S21



## 3.1 Cuenta de Resultados 1S21

- La cifra de Ventas consolidada decrece un 7,3% hasta 1.380 MEUR con una contribución negativa de 28 MEUR por la traslación de la divisa. En TAMI 21/19, de forma que eliminamos el efecto COVID de 2020, el crecimiento es de un 6,4%.
- La Publicidad crece un 1,8%, hasta 44,8 MEUR. En TAMI 21/19 el crecimiento es de un 6,8%.
- El Ebitda-a consolidado del primer semestre decrece un 6%, hasta 177,3 MEUR, con un margen que mejora en 10pb pese a las presiones inflacionistas a las que estamos expuestos. El tipo de cambio tiene un efecto negativo de 4,5 MEUR en el Ebitda-a. En TAMI 21/19 el crecimiento es de un 7,8%.
- Durante el trimestre se ha producido el cobro de la venta de Ronzoni y la planta de Winchester (Virginia) por 95 MUSD.
- Durante el semestre, la plusvalía neta de las ventas realizadas es de 30 MEUR. Así, el Beneficio Neto en el 1S21 se eleva un 4,3%, hasta 107,2 MEUR. En TAMI 21/19 el crecimiento es de un 20%.

Miles de EUR	1S19	1S20	1S21	21/20	TAMI 21/19
<b>Ventas</b>	1.218.670	1.487.904	1.379.772	-7,3%	6,4%
<b>Publicidad</b>	39.255	43.979	44.787	1,8%	6,8%
<b>Ebitda-a</b>	152.612	188.513	177.272	-6,0%	7,8%
<b>Margen Ebitda-a</b>	12,5%	12,7%	12,8%		
<b>Ebit-a</b>	106.818	134.288	121.814	-9,3%	6,8%
<b>Rtdo. Operativo</b>	107.488	128.946	117.018	-9,3%	4,3%
<b>Rtdo. Antes Impuestos</b>	106.620	126.144	116.868	-7,4%	4,7%
<b>Bº Neto en Gestion Continuada</b>	79.188	89.733	85.746	-4,4%	4,1%
<b>Beneficio Neto</b>	74.456	102.755	107.159	4,3%	20,0%
<b>ROCE- A %</b>	11,4%	13,2%	10,0%		



## 3.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el primer semestre con una posición de Deuda Neta de 947,7 MEUR, 3,2 MEUR menos que a cierre de ejercicio 2020. Esta cifra recoge los pagos efectuados de dividendo de abril y junio, y a su vez el devengo del pago del dividendo de octubre que asciende a 29,2 MEUR.
- El Circulante crece en 115 MEUR sobre el cierre del ejercicio anterior por las fuertes posiciones tomadas ante la imparable inflación de las materias primas en destino.
- La desinversión del negocio de pasta seca en Norteamérica supone 195 MEUR y el pago por Impuesto de Sociedades 77 MEUR.
- Adicionalmente, estamos concluyendo la construcción de la fábrica de la Rinconada que esperamos empiece a trabajar ya en el cuarto trimestre. Así, el Capex en el semestre alcanza 49 MEUR.

Miles de EUR	30 Jun 19	31 Dic 19	30 Jun 20	31 Dic 20	30 Jun 21	21/20	TAMI 21/19
<b>Deuda Neta</b>	831.730	999.849	949.680	950.870	947.654	-0,2%	6,7%
<b>Deuda neta media</b>	725.051	871.658	965.013	917.583	894.189	-7,3%	11,1%
<b>Fondos Propios</b>	2.195.244	2.262.203	2.240.385	1.927.351	1.999.379	-10,8%	-4,6%
<b>Apalancamiento DN</b>	37,9%	44,2%	42,4%	49,3%	47,4%	11,8%	11,8%
<b>Apalancamiento DNM</b>	33,0%	38,5%	43,1%	47,6%	44,7%	3,8%	16,4%
<b>x Ebitda-a (DN)</b>		2,92		2,19			
<b>x Ebitda-a (DNM)</b>		2,5		2,11			



# CONCLUSIÓN



## 4. Conclusión

- Si bien la comparativa con 2020 es difícil debido a la distorsión que supuso la irrupción de la pandemia, respecto al ejercicio 2019 el crecimiento es muy fuerte.
- La caída de ventas se produce en las marcas más económicas y en los formatos de menor valor añadido. Por el contrario, y a pesar de la inflación tan fuerte de materias primas, la vuelta a los lineales de los productos *convenience* hacen crecer la rentabilidad.
- El caos en la industria de transporte marítimo está complicando y encareciendo el precio de nuestras materias primas en destino, tanto que en ocasiones el coste del flete es prácticamente igual al del producto transportado.
- Las previsiones de nuevas subidas de precios de las materias primas para la cosecha 21/22 nos está llevando a adelantar las compras, incrementando así nuestro Circulante.
- Hemos realizado la salida del negocio de pasta seca en Norteamérica en términos muy satisfactorios. Tras ello, hemos recibido una oferta vinculante de CVC Capital Partners VIII por Panzani. La operación se ha valorado en 550 MEUR y estamos en negociaciones en exclusiva. De materializarse esa desinversión, Ebro mantendría su presencia en el negocio de pasta seca premium con Garofalo.
- Estos movimientos se enmarcan en el objetivo estratégico de concentración de recursos para el refuerzo de los negocios mas rentables y de mayor crecimiento del Grupo que son los: *premium*, frescos y *convenience*.



## 5. Calendario Corporativo

En el año 2021 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

➤ 25 de febrero	Presentación resultados cierre 2020 ✓
➤ 6 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 28 de abril	Presentación resultados 1er trimestre 2021 ✓
➤ 30 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 28 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre 2021 ✓
➤ 1 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 27 de octubre	Presentación resultados 9M21 y pre cierre 2021



## 6. Cálculo Medidas Alternativas de Rend.

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

	30/06/2019	30/06/2020	30/06/2021	21/20	TAMI 21/19
<b>EBITDA(A)</b>	<b>152.612</b>	<b>188.513</b>	<b>177.272</b>	<b>-6,0%</b>	<b>7,8%</b>
Dotaciones para amortizaciones	(45.794)	(54.225)	(55.458)	2,3%	10,0%
<b>EBIT(A)</b>	<b>106.818</b>	<b>134.288</b>	<b>121.814</b>	<b>-9,3%</b>	<b>6,8%</b>
Ingresos no recurrentes	5.574	1.964	688	-65,0%	-64,9%
Gastos no recurrentes	(4.944)	(7.306)	(5.484)	-24,9%	5,3%
<b>RESULTADO OPERATIVO</b>	<b>107.448</b>	<b>128.946</b>	<b>117.018</b>	<b>-9,3%</b>	<b>4,4%</b>

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

	30/06/2019	30/06/2020	30/06/2021
(+) Pasivos financieros no corrientes	584.557	861.261	532.908
(+) Otros pasivos financieros corrientes	453.440	416.909	766.734
(-) Suma de fianzas a pagar	(97)	(851)	(745)
(-) Tesorería y otros activos líquidos	(205.092)	(326.239)	(350.614)
(-) Derivados – activo	(1.228)	(1.789)	(1.580)
(+) Derivados – pasivo	150	389	951
<b>TOTAL DEUDA NETA</b>	<b>831.730</b>	<b>949.680</b>	<b>947.654</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.



## 7. 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 2020 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.