



RESULTADOS 9M21

# ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M21**
  - 2.1 Arroz
  - 2.2 Pasta
3. **RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 9M21**
  - 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

- Venimos de un excelente año 2020 en el que el confinamiento aumentó el consumo en los hogares y dada nuestra escasa exposición al canal Horeca y a la excelente gestión de la actividad productiva en momentos complejos, pudimos disfrutar de elevados niveles de ventas y rentabilidades.
- En 2021 ya no se producen compras compulsivas pues se ha visibilizado la normalidad en los suministros; no obstante, el Grupo mantiene un sano crecimiento respecto a 2019.
- El fenómeno más importante, que afecta a todos los sectores, es la importante situación de inflación de costes que viene afectando todo el ejercicio pero que se ha acelerado enormemente desde junio de 2021. Esta inflación:
  - Se inicia con una subida de los fletes que en muchos orígenes, sobre todo los asiáticos, llega a multiplicarse por diez.
  - A ello le ha seguido la energía, que triplica su coste en los últimos meses.
  - Afecta igualmente a los elementos de envase; los plásticos, como consecuencia del aumento de precio del petróleo pero también el papel o cartón.
  - Se ha visto también agravada por la mala cosecha de trigo duro en Norteamérica, que ha hecho que el precio del mismo se haya prácticamente duplicado desde principios de agosto.
- Ya en el año 2020 tuvimos que afrontar aumentos de coste de 60 MEUR (30 MEUR en la división arrocera y 30 MEUR en pasta) con respecto al 2019. En este 2021 todo apunta a una subida de 83 MEUR (52 MEUR en arroz y 31 MEUR en pasta).

# RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M21



## 2.1.1 Arroz 9M21

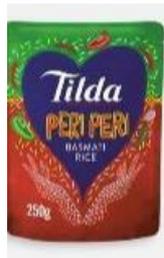
- 0 El coste de los arroces aromáticos se ha encarecido significativamente, no por el precio en origen sino por su coste en destino como consecuencia de los elevados precios del transporte.
- 0 Afortunadamente, nuestra posición de existencias de materias primas viene siendo muy sólida lo que, aunado al tamaño relativo del Grupo, nos ha permitido hacer frente a estas subidas.
- 0 En EE.UU., la cosecha se estima un 15% inferior al año anterior, lo que asegura un mercado muy firme.
- 0 En Europa, la sequía que ha afectado a Andalucía (provocando una reducción en su área de siembra del 50%) y el bajísimo nivel de los pantanos, también auguran un mercado muy firme.
- 0 Por todo ello, junto con el agravante de la inflación energética y de los envases, hemos tenido que empezar a implementar una política de subida de tarifas. Esta subida, que se inició en Norteamérica, se está continuando actualmente en la UE.
- 0 Nuestras ventas de productos de más valor siguen con crecimientos de doble dígito, especialmente los productos microondas. La integración de Tilda está siendo muy exitosa.
- 0 Esperamos que la nueva macroplanta de la Rinconada entre en funcionamiento antes de final de año.
- 0 Tenemos implementado un ambicioso plan de reducción de costes que está dando sus frutos en los márgenes.



## 2.1.2 Arroz 9M21

- La cifra de ventas disminuye respecto al mismo periodo del ejercicio anterior un 5,4% hasta 1.312,5 MEUR, al haber perdido los volúmenes extraordinarios de 2020 relacionados con la pandemia. Si analizamos el trimestre aislado, las ventas crecen un 3,8%.
- La inversión publicitaria se eleva un 3% hasta 27,6 MEUR. El incremento en el trimestre aislado de la inversión es de un 26,2%.
- El Ebitda-A de la División decrece un 3,7% hasta 173,4 MEUR. En el trimestre aislado el Ebitda-A crece un 3,9% en línea con la cifra de ventas comparable. El tipo de cambio tiene un efecto negativo en el Ebitda-A de 3,8 MEUR.
- El Resultado Operativo se sitúa en línea con el del ejercicio anterior y asciende a 134 MEUR.

| Miles de EUR           | 9M19      | 9M20      | 9M21      | 21/20 | TAMI 21/19 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
| <b>Ventas</b>          | 1.154.205 | 1.388.014 | 1.312.486 | -5,4% | 6,6%       |
| <b>Publicidad</b>      | 27.820    | 26.808    | 27.619    | 3,0%  | -0,4%      |
| <b>Ebitda-A</b>        | 141.443   | 180.023   | 173.381   | -3,7% | 10,7%      |
| <b>Margen Ebitda-A</b> | 12,3%     | 13,0%     | 13,2%     | -     | -          |
| <b>Ebit-A</b>          | 106.625   | 137.075   | 130.196   | -5,0% | 10,5%      |
| <b>Rtdo. Operativo</b> | 103.151   | 134.273   | 133.917   | -0,3% | 13,9%      |



## 2.2.1 Pasta 9M21

- Respecto a la Pasta, después de la venta del negocio Norteamericano el perímetro se ha reducido al Grupo Panzani y Garofalo.
- Aunque la cosecha europea ha sido aceptable, la cosecha de Norteamérica, principal zona exportadora, ha sido solo un 50% de una cosecha normal. Esto ha producido una vertiginosa subida del precio del trigo duro europeo que ha pasado de 295 EUR/tn a principios de agosto hasta los 465 Eur/tn actuales, la inflación más fuerte observada en esta materia prima desde 2007.
- Estamos implementando subidas de tarifas que compensen estos incrementos de coste.
- En la división, los volúmenes se han normalizado después de las grandes ventas del 2T20. Sin embargo, la pasta fresca sigue creciendo con fuerza en Italia, Francia y Canadá.
- Garofalo se ha visto penalizada por el tipo de cambio del dólar y por la explosión del coste de los fletes dada la importancia que tienen sus ventas en EE.UU.
- Como ya anunciamos el pasado mes de julio, Ebro ha alcanzado un acuerdo con CVC Capital Partners VIII para la venta de nuestro negocio de pasta seca, sémolas, y salsas del Grupo Panzani. A día de hoy estamos pendientes de las oportunas autorizaciones regulatorias por las autoridades francesas. Tras la venta, Ebro mantendrá el negocio de arroz del Grupo Panzani, así como el de la pasta fresca.



## 2.2.2 Pasta 9M21

- La facturación decrece un 2% hasta 811,1 MEUR, mejorando la tendencia vista en los trimestres anteriores; así, si analizamos el trimestre aislado, las ventas se elevan un 6,7%.
- Reforzamos la publicidad un 9,6%, hasta 42,8 MEUR.
- El Ebitda-A de la división, pese al incremento del precio del trigo duro, crece un 3,2% hasta 100 MEUR, con un margen que crece 60pb. por la mejora del mix, las buenas coberturas y la adecuación de tarifas. El tipo de cambio no tiene efecto en estas cuentas.
- El Resultado Operativo se eleva un 9,1% hasta 56,3 MEUR.

| Miles de EUR           | 9M19    | 9M20    | 9M21    | 21/20 | TAMI 21/19 |
|------------------------|---------|---------|---------|-------|------------|
| <b>Ventas</b>          | 709.010 | 827.068 | 811.096 | -1,9% | 7,0%       |
| <b>Publicidad</b>      | 33.508  | 39.086  | 42.836  | 9,6%  | 13,1%      |
| <b>Ebitda-A</b>        | 87.982  | 96.847  | 99.961  | 3,2%  | 6,6%       |
| <b>Margen Ebitda-A</b> | 12,4%   | 11,7%   | 12,3%   | -     | -          |
| <b>Ebit-A</b>          | 52.968  | 59.059  | 60.664  | 2,7%  | 7,0%       |
| <b>Rtdo. Operativo</b> | 49.174  | 51.573  | 56.258  | 9,1%  | 7,0%       |



# RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 9M21



## 3.1 Cuenta de Resultados 9M21

- La cifra de Ventas consolidada decrece a nueve meses un 3,5%, hasta 2.082,8 MEUR, en sintonía con la ausencia de volúmenes extraordinarios observados en el comparable de 2020. Las Ventas, en el trimestre aislado, reflejan la subida de precios trasladada ya en muchos mercados y se elevan un 4,8%.
- Las inversión publicitaria crece un 6,2%, hasta 70 MEUR, y muestra el esfuerzo del Grupo por relanzar los productos nicho que, en el año de la pandemia, habíamos dejado en un segundo plano.
- El Ebitda-A disminuye un 1,6%, hasta 262,5 MEUR. La divisa tiene un efecto traslación negativo de 3,8 MEUR sobre el Ebitda-A.
- El Resultado Operativo crece un 1%, hasta 179 MEUR, al contar este año con menos extraordinarios negativos.
- El Beneficio Neto crece un 5,8%, hasta 155,2 MEUR, principalmente por la plusvalía neta de las ventas de activos realizadas en el periodo, que asciende a 30 MEUR.

| Miles de EUR                           | 9M19      | 9M20      | 9M21      | 21/20 | TAMI 21/19 |
|--|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
| <b>Ventas</b>                          | 1.821.825 | 2.158.690 | 2.082.821 | -3,5% | 6,9%       |
| <b>Publicidad</b>                      | 60.869    | 65.978    | 70.038    | 6,2%  | 7,3%       |
| <b>Ebitda-A</b>                        | 220.111   | 266.721   | 262.541   | -1,6% | 9,2%       |
| <b>Margen Ebitda-A</b>                 | 11,6%     | 12,4%     | 12,6%     | -     | -          |
| <b>Ebit-A</b>                          | 149.186   | 184.867   | 178.939   | -3,2% | 9,5%       |
| <b>Rtdo. Operativo</b>                 | 143.757   | 177.357   | 179.055   | 1,0%  | 11,6%      |
| <b>Rtdo. Antes Impuestos</b>           | 130.751   | 172.567   | 177.198   | 2,7%  | 16,4%      |
| <b>Rtdo Neto Operaciones Continuas</b> | 89.466    | 122.400   | 132.895   | 8,6%  | 21,9%      |
| <b>Beneficio Neto</b>                  | 114.747   | 146.672   | 155.219   | 5,8%  | 16,3%      |
| <b>ROCE-A %</b>                        | N.D       | N.D       | N.D       | -     | -          |



## 3.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos los 9M21 con una posición de Deuda Neta de 904,1 MEUR, 46,7 MEUR menos que a cierre de ejercicio 2020.
- El Circulante crece en 111 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 105 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 a 9M21 alcanza 74 MEUR.

| Miles de EUR              | 30 Sep 19 | 31 Dic 19 | 30 Sep 20 | 31 Dic 20 | 30 Sep 21 | 21/20 | TAMI 21/19 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|------------|
| <b>Deuda Neta</b>         | 1.040.721 | 999.849   | 898.250   | 950.870   | 904.134   | 0,7%  | -6,8%      |
| <b>Deuda neta media</b>   | 790.981   | 871.869   | 947.150   | 917.583   | 896.265   | -5,4% | 6,4%       |
| <b>Fondos Propios</b>     | 2.256.975 | 2.262.203 | 2.242.068 | 1.927.351 | 2.070.019 | -7,7% | -4,2%      |
| <b>Apalancamiento DN</b>  | 46,1%     | 44,2%     | 40,1%     | 49,3%     | 43,7%     | 9,0%  | -2,7%      |
| <b>Apalancamiento DNM</b> | 35,0%     | 38,5%     | 42,2%     | 47,6%     | 43,3%     | 2,5%  | 11,2%      |
| <b>x Ebitda-A (DN)</b>    |           | 2,92      |           | 2,19      |           |       |            |
| <b>x Ebitda-A (DNM)</b>   |           | 2,54      |           | 2,11      |           |       |            |



# CONCLUSIÓN



## 4. Conclusión

- Tras un año de fuerte ventas y buenos márgenes por menor carga promocional nos estamos enfrentando a un año muy difícil en el que la inflación de costes y las malas cosechas están aumentando nuestros costes en 83 MEUR respecto a un 2020 también inflacionista (60 MEUR).
- No obstante, las buenas e importantes posiciones en materias primas y nuestra situación global en los mercados han permitido arbitrar y paliar en parte dichas subidas.
- La caída de ventas durante los primeros meses del año se ha producido en los productos de menor valor añadido. Por el contrario, la vuelta a los lineales de los productos *convenience* y la importante inversión publicitaria en estos productos hace que crezcan con fuerza sobre la base de 2019.
- El aumento de las tarifas deberá ayudar a la restauración de la rentabilidad y poder así apuntar a unas Ventas y Ebitda-A a final de año que estimamos entre 2.790 y 2.830 MEUR y 347 y 352 MEUR respectivamente, resultado que sería muy satisfactorio dado el entorno inflacionista que nos rodea y el difícil comparable con el extraordinario ejercicio 2020.



## 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.

|                                | <u>30/09/2019</u> | <u>30/09/2020</u> | <u>30/09/2021</u> | <u>2021 - 2020</u> |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| <b>EBITDA(A)</b>               | <b>220.111</b>    | <b>266.721</b>    | <b>262.541</b>    | <b>(4.180)</b>     |
| Dotaciones para amortizaciones | (70.925)          | (81.854)          | (83.602)          | (1.748)            |
| <b>EBIT(A)</b>                 | <b>149.186</b>    | <b>184.867</b>    | <b>178.939</b>    | <b>(5.928)</b>     |
| Ingresos no recurrentes        | 7.343             | 2.218             | 8.053             | 5.835              |
| Gastos no recurrentes          | (12.771)          | (9.228)           | (7.937)           | 1.291              |
| <b>RESULTADO OPERATIVO</b>     | <b>143.758</b>    | <b>177.857</b>    | <b>179.055</b>    | <b>1.198</b>       |

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

|  | <u>30/09/2019</u> | <u>30/09/2020</u> | <u>30/09/2021</u> |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| (+) Pasivos financieros no corrientes    | 552.019           | 836.771           | 555.748           |
| (+) Otros pasivos financieros corrientes | 774.930           | 370.020           | 724.021           |
| (-) Suma de fianzas a pagar              | (100)             | (817)             | (86)              |
| (-) Tesorería y otros activos líquidos   | (285.651)         | (308.065)         | (375.683)         |
| (-) Derivados – activo                   | (1.368)           | (1.181)           | (1.338)           |
| (+) Derivados – pasivo                   | 891               | 1.522             | 1.472             |
| <b>TOTAL DEUDA NETA</b>                  | <b>1.040.721</b>  | <b>898.250</b>    | <b>904.134</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.