



RESULTADOS 2021

ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2021**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
3. **RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2021**
 - 3.1 Cuenta de resultados
 - 3.2 Evolución del endeudamiento
4. **CONCLUSIÓN**
5. **ANEXO**
6. **CALENDARIO CORPORATIVO 2022**
7. **CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO**
8. **ADVERTENCIA LEGAL**



INTRODUCCIÓN



1. Introducción

- o 2020 fue un año de resultados extraordinarios por distintas razones, fundamentalmente (i) las compras compulsivas por la pandemia durante el primer semestre, (ii) el aumento del consumo en los hogares (donde desarrollamos la mayor parte de nuestras ventas), (iii) la adecuada organización y optimización de nuestra capacidad fabril y (iv) nuestra alta capacidad de respuesta.
- o Durante 2021 hemos tenido que afrontar nuevos retos muy complicados. A las sucesivas oleadas Covid-19 y los problemas de gestión de personal que conlleva, se han unido distintos fenómenos meteorológicos, como Filomena, el temporal de frío polar que afectó a Norteamérica durante la primera quincena de febrero, el huracán Nicholas que afectó a Freeport y la sequía en Andalucía, que solo permitió un 50% de siembra. Aunque, sin duda, la dificultad más importante ha sido el inicio de una espiral de inflación de costes, que se ha acelerado en el segundo semestre y se ha traducido en importantes subidas de precios:
 - o Del trigo duro en Europa, desde 280 EUR a 540 EUR por tonelada.
 - o De los fletes marítimos, desde 1.000 USD a 8.000 USD por contenedor.
 - o De los costes energéticos, que han subido más del triple en los últimos meses.
 - o De los envases y todo tipo de materias primas auxiliares (ej. Pallets +60%).
- o Todo ello ha derivado en un aumento de costes de 143 MEUR con respecto al 2019 y de 83 MEUR en relación a 2020.
- o En este difícil contexto, el Grupo ha sido capaz de lograr un resultado muy en línea con el de 2020 y muestra un sano crecimiento respecto a 2019.
- o Durante 2021 hemos tomado una importante decisión estratégica con la venta del negocio de pasta seca y sémolas de Panzani en Francia, lo que nos permitirá concentrar nuestros recursos en el fresco, el premium y el convenience donde vemos más rentabilidad y crecimiento.

RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 2021



2.1.1 Arroz 2021

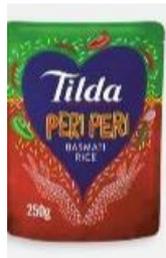
- 0 Las nuevas cosechas 21/22, tanto en EE.UU. como en Europa, han sido débiles, lo que no ha contribuido a la relajación en los fuertes precios locales. El coste de los arroces aromáticos se ha encarecido significativamente, no por el precio en origen, sino por su coste en destino como consecuencia de los elevados precios del transporte.
- 0 Estas subidas, junto con la inflación energética y de los envases, nos han llevado a implementar una política de subida de tarifas que ha variado por país, en función del mayor o menor impacto que ha tenido en cada uno la inflación de costes.
- 0 Las ventas de productos de más valor siguen registrando crecimientos de doble dígito, y podemos ver especialmente esta magnífica trayectoria en los productos microondas.
- 0 La integración de Tilda está siendo muy exitosa.



2.1.2 Arroz 2021

- La cifra de ventas desciende un leve 2% hasta 1.810,6 MEUR respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, al haber perdido los volúmenes extraordinarios registrados en 2020 por la pandemia. Si analizamos el trimestre aislado, las ventas crecen un 8,6% impulsadas por la buena evolución de las marcas, la subida de precios implementada parcialmente al final del trimestre y el efecto acopio que se produce al anunciar la subida.
- La inversión publicitaria se eleva un 6,4% hasta 40 MEUR. El incremento en el trimestre aislado es de un 15%.
- El Ebitda-A de la División decrece un 2,7% hasta 231,7 MEUR. En el trimestre aislado el Ebitda-A está plano comparándolo con el ultimo trimestre de 2020. El tipo de cambio tiene un efecto negativo en el Ebitda-A de 2,3 MEUR.
- El Resultado Operativo se reduce un 3,1% hasta 171,1 MEUR.

Miles de EUR	2019	2020	2021	21/20	TAMI 21/19
Ventas	1.592.464	1.846.799	1.810.570	-2,0%	6,6%
Publicidad	33.785	37.534	39.952	6,4%	8,7%
EBITDA-A	195.465	238.123	231.650	-2,7%	8,9%
Margen EBITDA-A	12,3%	12,9%	12,8%		
EBIT-A	146.131	180.719	173.057	-4,2%	8,8%
Rtdo. Operativo	136.672	176.592	171.102	-3,1%	11,9%



2.2.1 Pasta 2021

- Respecto a la pasta, después de la venta del negocio de la pasta seca norteamericano y de Panzani (Francia), el perímetro se ha reducido a Garofalo, Olivieri, Bertagni y Lustucru.
- Aunque la cosecha europea ha sido aceptable, la cosecha de Norteamérica, principal zona exportadora, se ha reducido al 50%. 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 540 Eur/tn actuales, la inflación más fuerte observada en esta materia prima desde 2007.
- Hemos implementado subidas de tarifas que compensan en gran medida estos incrementos de coste.
- 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 operaciones comerciales en EE.UU.
- Hemos concluido la venta de nuestro negocio de pasta seca, sémolas, cous cous y salsas del Grupo Panzani a CVC Capital Partners VIII por 550 MEUR.



2.2.2 Pasta 2021 Gestión Continuada

- La facturación decrece un 1%, hasta 1.122,2 MEUR. En el trimestre aislado, las ventas suben un 1,6% impulsadas por los incrementos de tarifas.
- Hemos reforzado la publicidad un 1%, hasta 52,9 MEUR. En TAMI, en los dos últimos ejercicios el incremento es de un 6,8%.
- El Ebitda-A de la división disminuye un 2,8%, hasta 136,5 MEUR, con un margen que decrece 20pb. por el importante y rápido incremento del precio del trigo duro. El tipo de cambio no tiene efecto en estas cuentas.
- El Resultado Operativo se reduce un 26,2%, hasta 59,1 MEUR. Esta reducción es debida, principalmente, a los gastos extraordinarios de 15,6 MEUR incurridos en la preparación y escisión de los negocios a vender de Panzani.

Miles de EUR	2019	2020	2021	21/20	TAMI 21/19
Ventas	982.782	1.133.350	1.122.243	-1,0%	6,9%
Publicidad	46.388	52.431	52.937	1,0%	6,8%
EBITDA-A	123.106	140.391	136.504	-2,8%	5,3%
Margen EBITDA-A	12,5%	12,4%	12,2%	-1,8%	-1,5%
EBIT-A	73.914	87.108	83.186	-4,5%	6,1%
Rtdo. Operativo	66.577	80.000	59.051	-26,2%	-5,8%



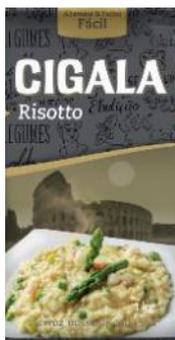
RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 2021



3.1 Cuenta de Resultados 2021 Gestión Continuada

- La cifra de Ventas consolidada en 2021 disminuye respecto de la de 2020 apenas un 0,7%, hasta 2.877,4 MEUR por la buena evolución de los productos de alto valor añadido y el positivo traspaso de precios durante el último trimestre.
- Las inversión publicitaria crece un 3,1%, hasta 91,4 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 2,9%, hasta 353,5 MEUR. El crecimiento en TAMI 19-21 es de un 7,4%. La divisa tiene un efecto de traslación negativo de 2,3 MEUR sobre el Ebitda-A.
- El Resultado Operativo crece un 20,2%, hasta 291,7 MEUR. Incluye un beneficio de 83 MEUR por la venta de Panzani (antes de impuestos).
- El Beneficio Neto crece un 24%, hasta 238,6 MEUR, principalmente por la plusvalía neta de las ventas de activos realizadas en el periodo, que asciende a 60,7 MEUR.

Miles de EUR	2019	2020	2021	21/20	TAMI 21/19
Ventas	2.510.381	2.897.589	2.877.432	-0,7%	7,1%
Publicidad	77.564	88.605	91.393	3,1%	8,5%
EBITDA-A	306.617	364.224	353.508	-2,9%	7,4%
Margen EBITDA-A	12,2%	12,6%	12,3%		
EBIT-A	206.592	252.022	240.004	-4,8%	7,8%
Rtdo. Operativo	191.142	242.623	291.729	20,2%	23,5%
Rtdo. Antes Impuestos	177.682	194.695	286.002	46,9%	26,9%
Rtdo Neto Operaciones Discontinuas	31.989	65.809	36.566	-44,4%	6,9%
Beneficio Neto	141.752	192.415	238.629	24,0%	29,7%
ROCE-A	<i>n.d.</i>	<i>11,5</i>	<i>11,6</i>		



3.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el ejercicio con una posición de Deuda Neta de 505MEUR, 446MEUR menos que a cierre de ejercicio 2020.
- El Circulante crece en 175 MEUR sobre el cierre del ejercicio anterior, por las fuertes posiciones tomadas ante la imparable inflación de las materias primas en destino y el riesgo de suministro por las condiciones climáticas.
- Las desinversiones en el negocio de pasta seca norteamericano y de Panzani suponen un ingreso de 753 MEUR.
- Como ya adelantamos, en el último trimestre hemos acelerado las inversiones en Capex, que suponen un total de 120 MEUR durante el ejercicio. El proyecto más relevante ha sido la nueva fábrica de La Rinconada, ya en funcionamiento, con una capacidad de 100 millones de vasitos microondas al año para la marca Brillante y nuestras marcas en Estados Unidos, donde la demanda de ese formato no para de crecer.
- Durante 2021 hemos repartido dividendos, entre ordinario y extraordinario, por valor de 174,9 MEUR.

Miles de EUR	31 Dic 19	31 Dic 20	31 Dic 21	21/20	TAMI 21/19
Deuda Neta	999.849	950.757	504.723	-46,9%	-29,0%
Deuda neta media	871.868	917.574	865.418	-5,7%	-0,4%
Fondos Propios	2.262.203	1.927.351	2.101.627	9,0%	-3,6%
Apalancamiento DN	44,2%	49,3%	24,0%		
Apalancamiento DNM	38,5%	47,6%	41,2%		
x EBITDA-A (DN)	2,9	2,2	1,4		
x EBITDA-A (DNM)	2,5	2,1	2,4		



CONCLUSIÓN



4. Conclusión

- Tras un año 2020 de fuertes ventas y buenos márgenes, nos hemos enfrentado a un año muy difícil en el que la inflación generalizada y las malas cosechas han aumentando significativamente nuestros costes.
- Hemos logrado altas tasas de utilización y servicio en nuestras fábricas que han permitido un alto apalancamiento operativo; hemos mejorado de forma generalizada nuestras cuotas de mercado; hemos optimizado costes logísticos y tomado buenas e importantes posiciones en materias primas que han ayudado a reducir los efectos negativos en rentabilidad. Por eso pensamos que hemos completado un ejercicio muy satisfactorio.
- Hemos finalizado con éxito los procesos de venta del negocio de pasta seca en Norteamérica y Francia.
- Nos enfrentamos a un 2022 que se prevé aún más difícil por la evolución de la inflación, la necesidad de negociar traspaso de precios y las sequías, pero confiamos en que nuestra buena situación de aprovisionamientos, el buen comportamiento de los nuevos productos y las nuevas inversiones, así como la capacidad de ajustar y mejorar la organización y productividad en las plantas, nos ayudará a sortear todas estas dificultades y afrontar de manera razonable el ejercicio.



5. ANEXO Cuenta de Resultados con Negocios Vendidos en Gestión Discontinuada

Pasta Resultados con Negocios Vendidos en Gestión Discontinuada

Miles de EUR	2020	2021	21/20
Ventas	666.072	671.879	0,9%
Publicidad	31.234	37.018	18,5%
EBITDA-A	81.302	84.856	4,4%
Margen EBITDA-A	12,2%	12,6%	3,5%
EBIT-A	46.803	50.477	7,8%
Rtdo. Operativo	42.915	46.360	8,0%

Resultado Consolidado con Negocios Vendidos en Gestión Discontinuada

Miles de EUR	2020	2021	21/20
Ventas	2.430.310	2.427.068	-0,1%
Publicidad	67.408	75.474	12,0%
EBITDA-A	305.132	301.860	-1,1%
Margen EBITDA-A	12,6%	12,4%	
EBIT-A	211.711	207.295	-2,1%
Rtdo. Operativo	205.533	203.058	-1,2%
Rtdo. Antes Impuestos	159.869	198.731	24,3%
Rtdo Neto Operaciones Discontinuas	89.424	105.027	17,4%
Beneficio Neto	192.415	238.629	24,0%



6. Calendario Corporativo

En el año 2022 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

➤ 28 de febrero	Presentación resultados cierre 2021 ✓
➤ 1 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 27 de abril	Presentación resultados 1er trimestre 2022
➤ 30 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 26 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre 2022
➤ 3 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 27 de octubre	Presentación resultados 9M22 y pre cierre 2022



7. 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.

	30/12/2020	31/12/2021	2021 - 2020
EBITDA(A)	305.132	301.860	(3.272)
Dotaciones para amortizaciones	(93.421)	(94.565)	(1.144)
EBIT(A)	211.711	207.295	(4.416)
Ingresos no recurrentes	4.746	9.454	4.708
Gastos no recurrentes	(10.924)	(13.691)	(2.767)
RESULTADO OPERATIVO	205.533	203.058	(2.475)

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

	30/12/2020	31/12/2021
(+) Pasivos financieros no corrientes	570.267	775.969
(+) Otros pasivos financieros corrientes	591.759	268.456
(+) Pasivos financieros disponibles para la venta	113	0
(-) Préstamos a empresas asociadas	(1.122)	(1.122)
(-) Suma de fianzas a pagar	(782)	(84)
(-) Tesorería y otros activos líquidos	(210.486)	(539.239)
(-) Derivados – activo	(1.611)	(527)
(+) Derivados – pasivo	2.732	1.270
TOTAL DEUDA NETA	950.870	504.723

- 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.

8. 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. 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.