

2009

EBRO PULEVA
Sin Sorpresas

Crecimiento Orgánico

+ 13,5% Ebitda

Incremento Inversión Publicitaria

+ 8%

Crecimiento TAMI 09/06 Ebitda

+ 13,6%

Mejora del ROCE

Del 15,1% al 20,5%

Reducción Endeudamiento

500 MEUR Menos

Aumento Cotización

+ 48,3%

Dividendo Distribuido

145 MEUR

ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Resultado de las Unidades de Negocio 2009**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
 - 2.3 Lácteos
- 3. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Puleva 2009**
 - 3.1 Cuenta de Resultados
 - 3.2 Evolución del Endeudamiento
- 4. Conclusión**
- 5. Calendario Corporativo 2010**
- 6. Advertencia Legal**





Introducción

1

Sin Sorpresas

- ◁ Los resultados obtenidos en el último trimestre de 2009 han venido a consolidar un crecimiento que no se ha detenido una vez estabilizado el precio de las materias primas.
- ◁ Durante el ejercicio 2009 hemos ejecutado sinergias entre los distintos negocios, invertido en innovación y lanzamiento de nuevos productos, reforzado nuestra inversión publicitaria, concentrado nuestros recursos en reducir costes y hemos dejado el terreno preparado para la optimización de nuestro mapa industrial en Norteamérica.
- ◁ Todo ello ha permitido obtener un crecimiento del Ebitda del 13,5% y la rentabilidad, medida en términos de ROCE, ha pasado del 15,1% al 20,4%.
- ◁ Estos resultados son el colofón del periodo estratégico 2006-2009, durante el cual hemos crecido en TAMI un 13,6% un crecimiento muy por encima de la media del sector.
- ◁ La desinversión del Negocio Azucarero y la fuerte generación de caja del presente ejercicio nos han permitido, tras repartir un dividendo de 145 MEUR, reducir la Deuda Neta en 500 MEUR.
- ◁ Durante el último trimestre se anunció nuestra entrada en el IBEX 35 lo que nos da una mayor visibilidad y permitirá aumentar la liquidez de la acción.
- ◁ Nuestra estrategia de comunicación constante y transparente hace que unos resultados con un crecimiento sostenido de dos dígitos no sorprendan al mercado.





Resultado de las Unidades de Negocio 2009

2

2.1

Áreas de Negocios

Arroz





◁ ARROZ

Crecimiento a Malas y a las Buenas

- ◁ Durante el primer semestre del año vimos importantes correcciones a la baja en los precios de la materia prima. El tercer trimestre confirmó esas correcciones a medida que las nuevas cosechas aportaron mayor disponibilidad de materia prima. Sin embargo, en el último trimestre la volatilidad ha vuelto a aflorar en los mercados mundiales del arroz por la fuerte demanda de Filipinas (compras públicas por más de 2.000.000 Tm en el periodo noviembre-diciembre). Pese a ello, una vez absorbida esta eventualidad y tras confirmar unas buenas cosechas, los precios de la materia han retomado su tendencia bajista.
- ◁ Observamos en el cuarto trimestre un crecimiento de la categoría por encima de la media del año. Esto nos hace pensar que nuestros productos mantendrán tasas de crecimiento importantes una vez finalizada la recesión.
- ◁ La disponibilidad de materia prima en cantidad y precio adecuados, y el acceso privilegiado al aprovisionamiento internacional del que goza nuestra División, supondrá un elemento de competitividad con el que fortaleceremos nuestra actividad marquista en el próximo ejercicio.



◁ ARROZ

Introducción Nuevos Productos y Aumento de la Publicidad

- ◁ Para hacer una comparación fiel de los resultados hay que tener en cuenta que en 2008 ejecutamos operaciones de trading lo que supuso una contribución extraordinaria al Ebitda de 2008 de unos 20 MEUR. Una vez aclarado ese punto podemos decir que el comportamiento de la división ha sido muy satisfactorio.
- ◁ Las Ventas retroceden un 6% hasta 836,2 MEUR si bien, la progresión en volumen ha sido de un 3%. Eliminando el efecto de la volatilidad de la materia prima analizando un periodo más largo vemos como el crecimiento en TAMI desde 2007 es de un 6%.
- ◁ El Ebitda es de 118,6 MEUR manteniendo un margen del 14,2%, tras haber invertido en publicidad 4 MEUR más. No hay efectos destacables de tipo de cambio.
- ◁ La rentabilidad medida en términos de ROCE llega al 20%.

Miles de EUR	2007	2008	2009	09/08	TAMI 09/07
Ventas	741.107	890.969	836.147	-6,2%	6,2%
Publicidad	22.863	20.214	24.175	19,6%	2,8%
Ebitda	96.194	126.560	118.561	-6,3%	11,0%
Margen Ebitda	13,0%	14,2%	14,2%	-0,2%	4,5%
Ebit	75.297	105.724	97.575	-7,7%	13,8%
Rtdo. Operativo	74.287	104.365	82.157	-21,3%	5,2%
ROCE	15,1	19,0	19,7		

2.2

Áreas de Negocios Pasta





◁ PASTA

La Pasta es la "Pela"

- ◁ Durante el ejercicio 2009 hemos contado con una materia prima a un coste inferior al del año anterior. Nuestra División ha gestionado este factor buscando maximizar la rentabilidad y las posiciones de mercado. Los precios de trigo duro continúan débiles y el panorama es que continúen así hasta que haya una mayor visibilidad de los precios de la próxima campaña.
- ◁ A su vez hemos trabajado en expandir el margen bruto con la idea de invertir los ahorros obtenidos en innovación, comunicación y aumento de la promoción para acercarnos más al consumidor.
- ◁ Hemos mantenido las cuotas de mercado pese a la crisis que las marcas están sufriendo en los distintos mercados. El mercado de la pasta seca en Francia ha crecido en 2009 al 2% y en EE.UU. al 5,4%. Nosotros hemos mantenido nuestras cuotas en el 35% y el 23,4% respectivamente.
- ◁ Con todo ello, los resultados de la División arrojan crecimiento muy significativo tanto en absoluto como en relativo.



◁ PASTA

Márgenes Completamente Reestablecidos

- ◁ La debilidad del precio del trigo duro repercute en la cifra de Ventas que retrocede un 6,6% hasta 928 MEUR sin embargo, mantenemos un crecimiento en unidades en torno al 4%.
- ◁ El Ebitda de la División se eleva un 29% hasta 137 MEUR con un margen de casi el 15% que mejora de 410 puntos básicos tras haber invertido 1,5 MEUR más en publicidad. No hay efecto divisa relevante.
- ◁ El ROCE se sitúa en el 23,2%.

Miles de EUR	2007	2008	2009	09/08	TAMI 09/07
Ventas	762.489	993.696	928.077	-6,6%	10,3%
Publicidad	38.207	47.273	48.781	3,2%	13,0%
Ebitda	88.450	105.993	137.057	29,3%	24,5%
Margen Ebitda	11,6%	10,7%	14,8%	38,5%	12,8%
Ebit	58.274	75.581	108.831	44,0%	36,7%
Rtdo. Operativo	56.709	65.312	104.066	59,3%	35,5%
ROCE	12,0	14,8	23,2		

2.3

Áreas de Negocios Lácteos





◁ LÁCTEOS

Nuevos Productos Menos Vulnerables a la Inestabilidad Económica

- ◁ Los precios de la leche en origen iniciaron a mediados de 2008 una tendencia bajista que se ha estabilizado en mayo de 2009 a niveles de principios de 2007. Desde entonces se han ajustado también los precios de los fabricantes.
- ◁ No nos hemos acobardado y durante este ejercicio hemos realizado tres lanzamientos muy importantes. Uno en alimentación infantil que permite ser cocinado en microondas (Papiyá), una nueva categoría (Mixer) orientada a los adolescentes y nuevas variedades de Calcio (Calcio Café y Calcio Muesli) dirigidas a las necesidades de aquellos que su ritmo de vida no les deja mucho tiempo para alimentarse saludablemente y que aúna los conceptos de salud, conviniencia y placer y una nueva Crema Ligera en envase Pet con solo 5% de materia grasa muy por debajo a las natas que hay en el mercado. Estos productos tendrán un efecto positivo en los resultados de los próximos años.
- ◁ El segmento de las leches infantiles continua con un alto crecimiento, por encima del doble dígito en volumen. El liderazgo de Puleva en este segmento es indiscutible y es el motor de crecimiento del mismo, donde desde primeros de año hemos ganado 9,5 puntos de cuota llegando al 57%.
- ◁ Las perspectivas para el año 2010 son muy positivas con una cartera de productos renovada y con un escenario estable de materia prima al menos hasta el próximo verano.
- ◁ Como hemos informado públicamente estamos analizando las opciones de futuro de esta División dentro de nuestro Grupo. Cualquier decisión será tomada teniendo en cuenta lo mejor a largo plazo para nuestros accionistas y para el propio negocio. No tenemos necesidad de vender.



◀ LÁCTEOS

Ventas con Valor Añadido

- ◀ Las ventas de la División retroceden un 12% hasta los 444 MEUR, por la bajada del precio de la materia prima y una caída de volúmenes en los productos menos diferenciados.
- ◀ Sin embargo, el crecimiento de las familias de productos con mayor valor añadido que mejora el mix de ventas y los ahorros obtenidos de las reorganizaciones industriales elevan el margen Ebitda en más de 5 puntos porcentuales hasta el 15% lo que lleva el Ebitda hasta 67 MEUR. Todo ello habiendo hecho un esfuerzo en la inversión publicitaria que se eleva un 9% hasta 17 MEUR para apoyar los nuevos lanzamientos.
- ◀ El ROCE de la División Láctea, la más madura en el proceso de desarrollo del grupo, roza el 33%.
- ◀ Hemos alcanzado un nuevo escalón de resultados que trabajaremos en consolidar en el próximo año.

Miles de EUR	2007	2008	2009	09/08	TAMI 09/07
Ventas	527.489	506.064	444.419	-12,2%	-8,2%
Publicidad	17.536	15.694	17.141	9,2%	-1,1%
Ebitda	53.033	50.135	67.084	33,8%	12,5%
Margen Ebitda	10,1%	9,9%	15,1%	52,4%	22,5%
Ebit	37.541	34.993	52.198	49,2%	17,9%
Rtdo. Operativo	36.379	31.572	49.694	57,4%	16,9%
ROCE	19,1	19,2	32,8		



Grupo Ebro Puleva
Resultados Consolidados
2009

3



◁ RESULTADO CONSOLIDADO 2009

Viento en Popa

- ◁ Las Ventas del Grupo a final de año se reducen en un 7,2%, por la bajada de precios de las materias primas. El crecimiento en unidades del Grupo ha estado entorno al 2,5%.
- ◁ Seguimos invirtiendo más en publicidad, un 8,1% más hasta 93 MEUR, lo que representa un 4,2% de las ventas (60 p.b. por encima del ejercicio anterior).
- ◁ El Ebitda alcanza 308,5 MEUR. Con un incremento 13,5% sobre el ejercicio anterior y un 16,6% en TAMI sobre 2007, lo que supone un margen de un 14% sobre ventas. Ganamos más que en 2007 cuando incluíamos la contribución de la actividad Azucarera. Todo ello sin un efecto destacable del cambio EUR/USD.
- ◁ El Beneficio Neto se eleva hasta 176,5 MEUR un 35% más que el ejercicio anterior.

Miles de EUR	2007	2008	2009	09/08	TAMI 09/07
Ventas	2.004.182	2.367.902	2.197.731	-7,2%	4,7%
Publicidad	81.169	85.913	92.891	8,1%	7,0%
Ebitda	226.854	271.821	308.491	13,5%	16,6%
Margen Ebitda	11,3%	11,5%	14,0%	22,3%	11,4%
Ebit	158.919	201.821	240.445	19,1%	23,0%
Resultado Operati	162.936	194.790	222.318	14,1%	16,8%
Rtdo. Antes Impue	82.851	103.454	172.991	67,2%	44,5%
Rtdo. Neto Act. Dis	29.833	57.965	43.188	-25,5%	20,3%
Beneficio Neto	90.577	130.637	176.539	35,1%	39,6%
ROCE	13,0	15,1	20,4		

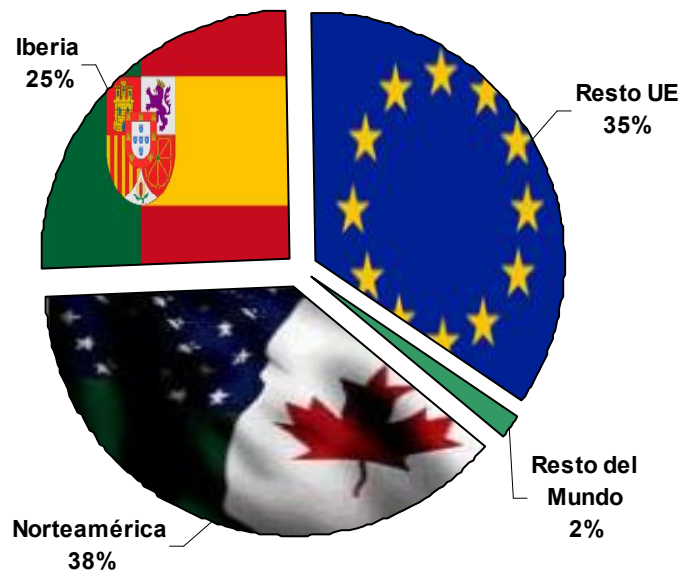


◀ RESULTADO CONSOLIDADO 2009

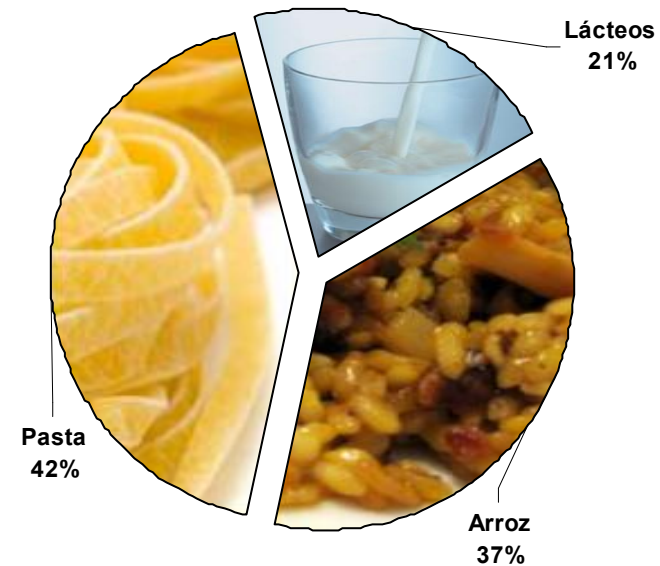
Geográficamente y por Negocios

◀ Para facilitar el análisis hemos incluido estas gráficas de nuestra huella geográfica y la contribución de los distintos negocios:

Ebitda por Zona Geográfica en 2009



Ebitda por Divisiones en 2009





◁ EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO

Sin Sorpresas, Hemos Cumplido

- ◁ La Deuda Neta del Grupo se reduce a final de 2009 hasta 556,8 MEUR, un 47% menos comparado el año anterior, principalmente por el cobro de la venta de la División Azucarera pero también, como puede analizarse, por una muy sana generación de caja.
- ◁ El ratio Deuda Neta/ Ebitda se sitúa en las 1,8 veces y tenemos un Apalancamiento del 44%.
- ◁ Tenemos una gran capacidad de invertir para construir el futuro.

Miles EUR	31 Dic 07	31 Dic 08	31 Dic 09	09/08	TAMI 09/07
Deuda Neta	988.249	1.055.853	556.800	-47,3%	-24,9%
Deuda Neta Media	1.129.254	1.208.078	716.725	-40,7%	-20,3%
Fondos Propios	1.198.245	1.203.131	1.279.468	6,3%	3,3%
<i>Apalancamiento DN</i>	<i>82,5%</i>	<i>87,8%</i>	<i>43,5%</i>	-50,4%	-27,4%
<i>Apalancamiento DNM</i>	<i>94,2%</i>	<i>100,4%</i>	<i>56,0%</i>	-44,2%	-22,9%
x Ebitda (DN)	3,2	3,9	1,8		
x Ebitda (DNM)	3,7	4,4	2,3		



Grupo Ebro Puleva
Conclusión

4



◁ CONCLUSIÓN

Recapitulación al Periodo Estratégico 2006-2009

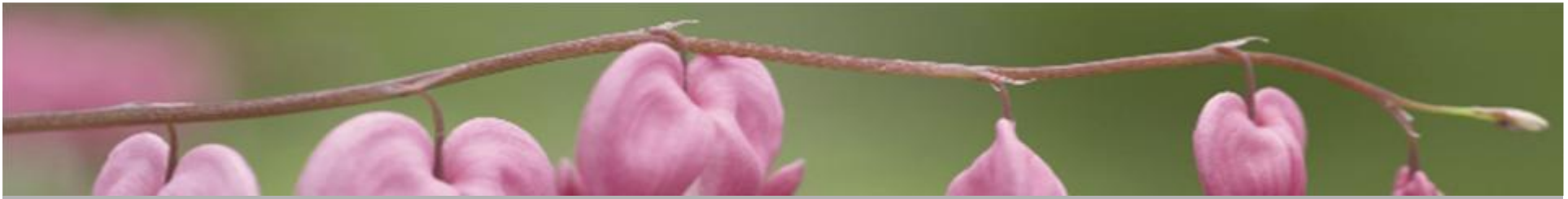
- ◁ **Estos resultados aunque no sorprendan, son excelentes tanto en términos absolutos como analizados en el contexto de situación global y de mercados.**
- ◁ **Confirman que somos una compañía:**
 - ◁ **Fiable (EBITDA+13,6% en TAMI desde 2006, el Margen Ebitda pasa del 12% al 14% y el ROCE del 13,1% en 2006 al 20,4% en 2009.**
 - ◁ **Comprometida con el accionista (habremos repartido 363 MEUR en Dividendos con cargo al periodo estratégico, 145 MEUR en 2009).**
 - ◁ **Y que está preparada para crecer (el ratio Deuda Neta/ Ebitda se sitúa en las 1,8 veces y el Apalancamiento en el 44%).**

Miles de EUR	2006	2007	2008	2009	09/08	TAMI 09/06
Ventas	1.744.687	2.004.182	2.367.902	2.197.731	-7,2%	8,0%
Publicidad	64.646	81.169	85.913	92.891	8,1%	12,8%
Ebitda	210.257	226.854	271.821	308.491	13,5%	13,6%
Margen Ebitda	12,1%	11,3%	11,5%	14,0%		



Calendario Corporativo

5



◀ CALENDARIO CORPORATIVO

En el año 2010 Ebro Puleva continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

26 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2009
5 de abril	Pago trimestral de dividendo
28 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
1 de julio	Pago trimestral de dividendo ordinario
28 de julio	Presentación resultados 1er semestre
1 de octubre	Pago trimestral de dividendo ordinario
27 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre 2010
22 de diciembre	Anuncio dividendo 2011 a cuenta 2010
23 de diciembre	Pago trimestral de dividendo ordinario



Advertencia
Legal

6

Ebro PULEVA
GRUPO



◁ ADVERTENCIA LEGAL

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 Puleva 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 Puleva 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 páginas 219 y siguientes de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2008 y que se encuentra disponible en la web www.ebropuleva.com. 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.