

RESULTADOS 1S17



Ebro

ÍNDICE

RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 1S17

1.1 Arroz

1.2 Pasta

RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO EBRO FOODS 1S17

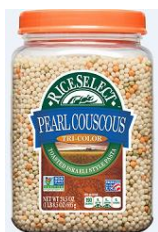
2.1 Cuenta de resultados

2.2 Evolución del endeudamiento

CONCLUSIÓN

CALENDARIO CORPORATIVO 2017

ADVERTENCIA LEGAL



1.RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

1S17

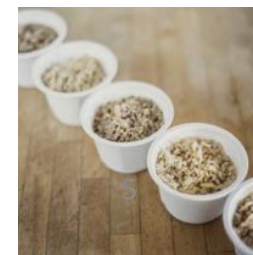


1.1DIVISIÓN DE ARROZ



ARROZ

- Un semestre muy favorable para nuestro negocio arrocero. Durante el segundo trimestre los precios de las variedades aromáticas, basmati y hom mali, han tenido una acusada volatilidad influida por la menor siembra debido a los bajos precios del año anterior, el hom mali después de muchos meses de precios muy reducidos vuelve a niveles más normales. Sin embargo, nuestras filiales están suficientemente aprovisionadas desde nuestros centros en India y Bangkok.
- En Europa hemos tenido un nivel de precios más bajos de lo normal, especialmente en los arroces japónica, lo que ha motivado que se planteen medidas de salvaguardia para frenar importaciones baratas de países EBA. La cosecha de Texas será normal, lo que es bueno para Freeport.
- La estrategia de seguir apostando por la introducción de nuevos productos nos lleva a crecer más que el mercado en los principales países en los que operamos. Así, en el segmento retail, en Europa crecemos al 3% y en EE.UU. también un 3%, en un mercado que decrece al 2%. Aunque se reduce el volumen en los segmentos tradicionales compensamos con crecimientos de doble dígito en las gamas de producto de mayor valor añadido (microondas, aromáticos y especialidades) en los que nuestro liderazgo es cada vez más importante. Hemos iniciado la introducción de arroces Bio en la gran distribución tanto en EE.UU. como en Europa.
- De las inversiones en capital anunciadas en anteriores presentaciones, cabe destacar que en el trimestre hemos empezado las ampliaciones de las fábricas de arroces microondas y realizado unas importantes inversiones para el incremento de la capacidad de las fábricas de la India y Tailandia.



ARROZ

- La cifra de ventas aumenta un 5,6% hasta 673 MEUR, con un mix de ventas muy propicio y creciendo en mayor medida en los productos de alto valor añadido.
- La estrategia de comunicación que ha acompañado a los más recientes lanzamientos (Ancient Grains, Benefit, Ecológicos, etc. todos ellos bajo el paraguas de alimentación saludable), ha estado centrada en medios digitales (bloggers, webs, colaboración con restaurantes y chefs reconocidos, etc.), más eficientes y afines al consumidor moderno que buscamos. Después de un periodo de fuertes lanzamientos, la inversión publicitaria se racionaliza de forma estacional y así en el periodo invertimos 3 MEUR menos hasta 13,2 MEUR. La inversión publicitaria seguramente se equilibre en el segundo semestre pues hay planeadas fuertes campañas para reforzar los nuevos lanzamientos.
- El Ebitda de la División sube un 13,2% hasta 110,4 MEUR, manteniendo el ritmo de crecimiento de los pasados trimestres y con un muy satisfactorio margen del 16,4%. El tipo de cambio no ha tenido efecto relevante en estas cuentas.

Miles de EUR	1S15	1S16	1S17	17/16	TAMI 17/15
Ventas	633.328	637.484	672.989	5,6%	3,1%
Publicidad	14.560	16.127	13.247	-17,9%	-4,6%
Ebitda	85.209	97.445	110.354	13,2%	13,8%
Margen Ebitda	13,5%	15,3%	16,4%		
Ebit	71.139	81.926	94.086	14,8%	15,0%
Rtdo. Operativo	69.959	90.633	99.676	10,0%	19,4%



1.2 DIVISIÓN DE PASTA



PASTA /

- El trigo duro ha tenido un segundo trimestre agitado con repuntes tanto en Europa como en Norteamérica. En Europa, el alza se debe a la especulación de los operadores derivada de la sequia que afecta a ciertas regiones productoras en Norteamérica. Sin embargo, la cosecha está progresando bien y con buena calidad. En Norteamérica ha habido sequia durante el periodo de siembra y se prevé una reducción del 17% en la superficie plantada respecto al ejercicio anterior. No obstante, de confirmarse la menor producción, los stocks de enlace seguirían siendo significativamente superiores a la media de los últimas 5 cosechas. En todo caso, aún debemos esperar a valorar la cosecha en función de la calidad aunque se estima que será buena. Ebro tiene coberturas amplias en buena parte de los mercados.
- En el aspecto comercial, la evolución ha sido mejor en Europa que en Norteamérica. Tanto Garofalo como Panzani han tenido un buen semestre. No obstante, el volumen en Francia se ha visto afectado por la tremenda ola de calor de junio que ha reducido el consumo de pasta.
- En EE.UU. y Canadá estamos en fase de relanzamiento y reposicionamiento de nuestras marcas aumentando la publicidad con el objeto de mejorar su equity. Continuamos observando debilidad en el segmento salud (integrales) y una consolidación del Gluten Free y de los productos orgánicos.
- Trabajamos en nuestra nueva división Bio compuesta por Celnat y Vegetalia y nuestro objetivo es tener un adecuado surtido de productos que podamos comercializar en todos los países en los que contamos con solidas estructuras comerciales. Además estamos mejorando la cadena de suministro de productos Bio gracias a nuestras distintas plataformas.



PASTA /

- La facturación se reduce un leve 1% hasta 604 MEUR.
- La inversión en relanzamiento de marcas en Norteamérica y de nuevos productos en todas las geografías nos llevan a mantener un elevado nivel de inversión publicitaria, que ya representa un 6% de las ventas y crece un 3,2% hasta 36,2 MEUR.
- El Ebitda de la división crece un 5,8% hasta 76,4 MEUR con un margen que sigue en fase de recuperación y se eleva hasta 12,7%. El impacto por la divisa en el Ebitda apenas es apreciable.
- El Resultado Operativo crece un 17,9% hasta 51,4 MEUR, por la ausencia de gastos extraordinarios ya que en el ejercicio pasado realizamos dotaciones derivados de cambios normativos en Francia.

Miles de EUR	1S15	1S16	1S17	17/16	TAMI 17/15
Ventas	584.997	609.292	604.073	-0,9%	1,6%
Publicidad	30.535	35.038	36.170	3,2%	8,8%
Ebitda	60.828	72.277	76.438	5,8%	12,1%
Margen Ebitda	10,4%	11,9%	12,7%		
Ebit	42.735	51.419	54.272	5,5%	12,7%
Rtdo. Operativo	41.840	43.562	51.368	17,9%	10,8%



2. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO EBRO FOODS 1S17



2.1 Cuenta de Resultados 1S17

- La cifra de ventas consolidada se eleva un 2,6%, hasta 1.248,8 MEUR, principalmente por la destacable evolución de la División arrocera. El cambio de perímetro (Vegetalia) aporta 6,1 MEUR a las ventas.
- Tras un periodo de fuertes inversiones en este primer semestre, la publicidad se recorta en un 3% hasta 49,4 MEUR pero solo de forma coyuntural pues estructuralmente la inversión es creciente y en TAMI 17/15 se eleva un 4,3%.
- El Ebitda crece un 10,5% hasta 181,7 MEUR; en TAMI 17/15 lo hace un 13,4%. Vegetalia contribuye con 1,2 MEUR a esta cifra. La divisa no ha contribuido significativamente a este resultado.
- El beneficio neto se incrementa un 5,2% hasta 92,1 MEUR.
- El ROCE muestra una sana evolución y crece hasta un 17,1%.

Miles de EUR	1S15	1S16	1S17	17/16	TAMI 17/15
Ventas	1.193.191	1.216.789	1.248.831	2,6%	2,3%
Publicidad	45.449	50.913	49.422	-2,9%	4,3%
Ebitda	141.269	164.391	181.722	10,5%	13,4%
Margen Ebitda	11,8%	13,5%	14,6%		
Ebit	108.675	127.731	142.979	11,9%	14,7%
Rtdo. Operativo	106.838	135.244	147.628	9,2%	17,5%
Rtdo. Antes Impuestos	96.407	132.899	143.540	8,0%	22,0%
Beneficio Neto	59.627	87.575	92.088	5,2%	24,3%
ROCE %	15,5%	16,8%	17,1%		



2.2 Evolución del Endeudamiento

- Acabamos el primer semestre habiendo reducido ligeramente (-1,5%) la deuda neta a un año, hasta 454,8 MEUR, tras haber hecho importantes inversiones en materias primas y Capex.
- Los Fondos Propios se mantienen muy próximos a dos mil MEUR.
- Continuamos trabajando en las inversiones orgánicas de carácter estratégico: (i) de gestión de materia prima en Camboya, (ii) de optimización de la distribución en Francia y Bélgica, (iii) de optimización de la capacidad en Francia y EE.UU., (iv) de aumento de capacidad en Bangkok, India e Italia y (v) la instalación de nuevas capacidades en congelado en Reino Unido y EE.UU.
- Sin dejar de trabajar en la identificación de activos y negocios de interés, por lo que no descartamos nuevas adquisiciones antes de final del año.

Miles de EUR	30 Jun 15	31 Dic 15	30 Jun 16	31 Dic 16	30 Jun 17	17/16	TAMI 17/15
Deuda Neta	510.182	426.280	461.890	443.206	454.761	-1,5%	-5,6%
Deuda neta media	394.536	424.940	413.317	404.137	401.075	-3,0%	0,8%
Fondos Propios	1.875.798	1.966.259	1.951.883	2.079.326	1.996.515	2,3%	3,2%
Apalancamiento DN	27,2%	21,7%	23,7%	21,3%	22,8%	-3,7%	-8,5%
Apalancamiento DNM	21,0%	21,6%	21,2%	19,4%	20,1%	-5,1%	-2,3%
x Ebitda (DN)		1,35		1,29			
x Ebitda (DNM)		1,4		1,2			



CONCLUSIÓN



Conclusión

- Un semestre positivo desde el punto de vista de la rentabilidad y crecimiento de nuestros negocios. Crecemos en volumen y cuotas de mercado en los segmentos de más valor.
- Las sequías que afectan a las distintas zonas productoras y las operaciones especulativas con poco volumen fuera del tiempo de cosecha, hacen que el entorno de materias primas sea más volátil de lo que se preveía hace unos meses. Sin embargo, el Grupo cuenta con satisfactorios niveles de stock para hacer frente a los movimientos especulativos e invertir cuando se considere adecuado.
- Debemos seguir trabajando e invirtiendo en pasta en Norteamérica para lograr un mejor posicionamiento de nuestras marcas en un entorno muy competitivo.
- Las inversiones orgánicas están produciendo los retornos esperados. Hemos dado especial importancia a los negocios con mayor proyección: microondas, Bio, especialidades, salud y granos antiguos.
- Pero no por ello dejamos de lado las adquisiciones. En los próximos meses esperamos alguna compra de tamaño similar al de las últimas transacciones, que serán muy complementarias con nuestras actividades y generarán valor para la familia Ebro.



CALENDARIO CORPORATIVO

En el año 2017 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

➤ 28 de febrero	Presentación resultados cierre 2016 ✓
➤ 3 de abril	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 26 de abril	Presentación resultados 1er trimestre ✓
➤ 30 de junio	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc) ✓
➤ 26 de julio	Presentación de resultados del 1er semestre ✓
➤ 2 de octubre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,19 EUR/acc)
➤ 25 de octubre	Presentación resultados 9M17 y pre cierre 2017



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 la Nota 28 de las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2016 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.
- 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. 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).

	30/06/2017	30/06/2016	2017 - 2016
EBITDA	181.991	164.391	17.600
Dotaciones para amortizaciones	(38.743)	(36.660)	(2.083)
Ingresos no recurrentes	6.695	22.778	(16.083)
Gastos no recurrentes	(2.046)	(15.265)	13.219
RESULTADO OPERATIVO	147.897	135.244	12.653

- Deuda neta. Pasivos financieros con coste, valor de las participaciones sujetas a opción put/call que califican como tales y, en su caso, dividendos devengados y pendientes de pago menos tesorería o equivalentes de efectivo.
- CAPEX. Pagos por inversiones en activos fijos productivos.
- ROCE. Medida de rentabilidad de los activos calculada como Resultado antes de impuesto e intereses descontados los resultados considerados extraordinarios o no recurrentes medio del periodo considerado dividido entre el Activo Neto medio del periodo minorado por los Activos Financieros y el Fondo de Comercio.

