

EBRO FOODS
2012

9M y Precierre 2012

Ebro





ÍNDICE

- 1. Resultado de las Unidades de Negocio 9M y Precierre 2012**
 - 1.1 Pasta
 - 1.2 Arroz
- 2. Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods 9M y Precierre 2012**
 - 2.1 Cuenta de Resultados
 - 2.2 Detalle de la Partida del Resultado Operativo
 - 2.3 Evolución del Endeudamiento
- 3. Resumen**
- 4. Calendario Corporativo 2012**
- 5. Advertencia Legal**



Ebro

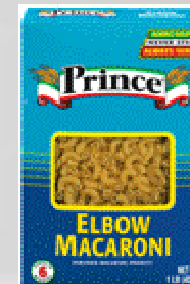


01

*Resultado de las Unidades
de Negocio 9M y Precierre 2012*

1.1

PASTA



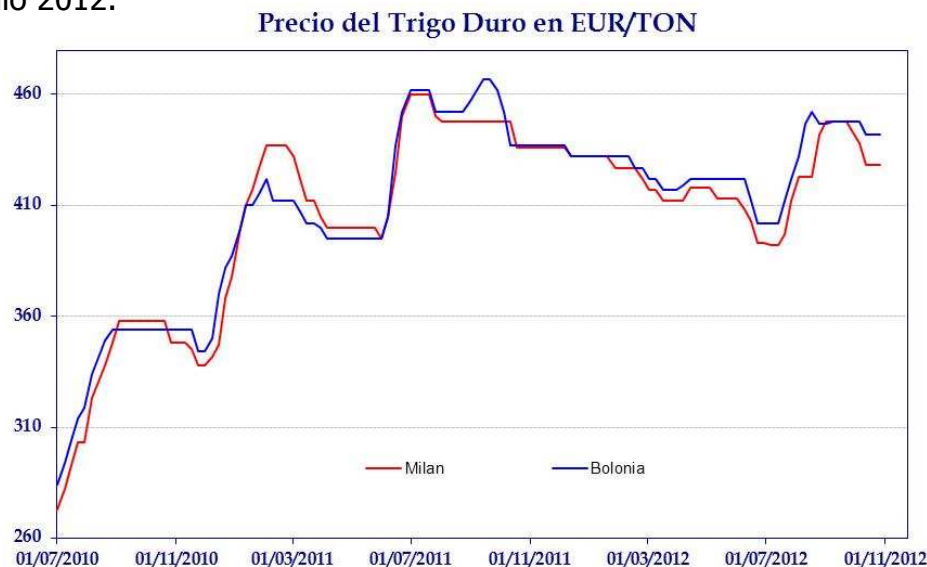
En Norteamérica tomamos cartas en el asunto

- Los incrementos que ha experimentado el precio del trigo duro en las dos últimas cosechas nos llevó a repercutir el aumento del precio de la materia prima a la distribución.
- En Norteamérica esta medida fue entendida y aceptada por los distribuidores. Sin embargo, la variación de precios alteró el status quo existente entre los distintos participantes del mercado, posicionándonos como la marca más cara.
- A esto se unieron unas coberturas contratadas en máximos del verano de 2011 y una contracción del consumo que contribuyó a que esas coberturas no se hayan agotado hasta bien entrado 2012, impidiendo así realizar bajadas de precios que mejorasen nuestra competitividad. El alto precio nos ha hecho retroceder en cuotas de mercado y nos obligó a aumentar las promociones.
- Actualmente, con una situación de materias primas más estable y habiendo tomado las decisiones necesarias: efectuando una renovación del equipo gestor y ajustando nuestro nivel de precios, podremos recuperar nuestra posición con una situación competitiva más adecuada.
- Durante los primeros 9 meses del año la categoría Pasta en EE.UU. ha caído un 4%, observando una cierta recuperación ya que en el primer semestre esta caída era del 6%.



Y Europa sigue creciendo

- Durante 2012 en Europa hemos tenido una situación tranquila en trigo duro pero que vuelve a experimentar una subida moderada a partir de junio 2012.



- Los mercados en que compiten nuestros productos (pasta seca, pasta fresca y salsas) están en crecimiento (1-3%) y nuestras marcas refuerzan ligeramente sus cuotas de mercado creciendo por encima de esas tasas.
- Cabe destacar el lanzamiento en Francia de Noisette a Poêler que ha tenido un crecimiento muy por encima del originalmente previsto, lo que nos llena de satisfacción al ser nuestro primer producto de patata, un territorio en el que estamos dispuestos a profundizar. Durante el mes de octubre hemos observado un crecimiento del 7% en las ventas de salsas, con productos como los Bolo Balls que, en menos de un año, se colocan como la quinta referencia más vendida de salsas en Francia.





Los altos precios en Norteamérica hacen resentir los volúmenes

- Nuestras ventas crecen un 4,6% hasta 714 MEUR por los precios de nuestros productos pero nuestro Ebitda se contrae un 4,5% hasta 98 MEUR por la pérdida de volúmenes en Norteamérica.
- El tipo de cambio ha contribuido positivamente con 3,5 MEUR a este Ebitda sobre el año anterior.
- En un contexto de altos stocks y peor rentabilidad, nuestro ROCE medido en medias móviles de los últimos doce meses se contrae hasta el 22%.

Miles de EUR	9M10	9M11	9M12	12/11	TAMI 12/10
Ventas	669.379	683.434	714.660	4,6%	3,3%
Publicidad	43.153	39.203	37.201	-5,1%	-7,2%
Ebitda	117.651	102.482	97.847	-4,5%	-8,8%
Margen Ebitda	17,6%	15,0%	13,7%	-8,7%	-11,7%
Ebit	97.569	83.477	77.152	-7,6%	-11,1%
Rtdo. Operativo	91.254	75.119	72.673	-3,3%	-10,8%
ROCE	29,3	27,3	22,0	-19,4%	-13,3%



Los ajustes se están implementado en este último trimestre

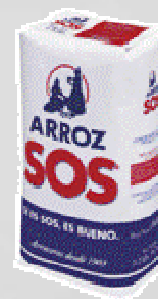
- Durante último trimestre se están implementando los ajustes de precios que nos harán ser más competitivos y estamos realizando un importante esfuerzo publicitario para relanzar las marcas. En el último trimestre la Publicidad crecerá un 40% sobre el mismo trimestre del año anterior.
- De este modo, las Ventas se incrementarán un 6,7% hasta 990 MEUR por la recuperación de los volúmenes.
- El Ebitda se recuperará hasta 144 MEUR quedando al mismo nivel del ejercicio anterior. El tipo de cambio contribuirá positivamente con 4,7 MEUR a este capítulo sobre el año anterior.
- Para todo el ejercicio el margen Ebitda se quedará en el 14,5% pero si eliminamos el efecto Birkel de nuestras cuentas, el margen de la división estaría en el 15,5%.

Miles de EUR	2010	2011	E2012	E12/11	TAMI E12/10
Ventas	915.892	928.297	990.262	6,7%	4,0%
Publicidad	55.184	49.135	51.221	4,2%	-3,7%
Ebitda	160.484	144.457	143.926	-0,4%	-5,3%
Margen Ebitda	17,5%	15,6%	14,5%	-6,6%	-8,9%
Ebit	133.741	119.064	115.083	-3,3%	-7,2%
Rtdo. Operativo	122.806	107.798	109.107	1,2%	-5,7%
ROCE	30,3	26,1	ND	ND	ND



12

ARROZ



Materias primas estables y buen tono industrial

- El arroz sigue siendo una materia prima con grandes stocks a nivel mundial, por lo que las tensiones inflacionistas que sufren los otros cereales no se materializan en subidas de precios de arroz, si bien hay ciertas variedades en determinadas zonas geográficas que por características propias sí han tenido repuntes.
- En Europa, el alto precio de la cosecha 11/12 ha provocado un descenso en la actividad industrial del último ejercicio teniendo que recurrir a los más competitivos arroces internacionales que sin embargo aportan menor margen. Con la llegada este último trimestre de la cosecha 12/13, hemos vuelto al uso de arroces comunitarios lo que está redundando en una mejor utilización de nuestra capacidad industrial.
- En EE.UU. también hemos disfrutado de un mercado más favorable que en el año 2011, especialmente en calidad. La sequía que afectó a la cosecha de Texas sí repercutió en ARI en el 2S pero no ha tenido un impacto tan negativo como estimábamos. Las últimas lluvias auguran una vuelta a la normalidad para la campaña de 13/14.
- Nuestra planta de Egipto ha vuelto a ponerse en marcha después de que el gobierno de ese país haya levantado en octubre la prohibición que pendía sobre la exportación de arroces egipcios desde marzo de 2008. En 2007, Egipto exportó 1,25 Millones de Toneladas y suministró entorno al 35% del arroz medio vendido en el mundo en ese año.
- La planta de Memphis trabaja con normalidad desde junio 2012, habiendo terminado durante el primer semestre con su puesta a punto.



Exitosa integración de los negocios de SOS y ARI

- Con la compra de Lassie se incorporó a la División una nueva fábrica en Holanda que junto con las de Bélgica y Alemania producían un exceso de capacidad en la zona. Durante el último trimestre hemos tomado la decisión de cerrar la fábrica de Hamburgo mejorando así la logística y nuestros costes de producción.
- En Europa hemos tenido un buen tono general de las ventas con marca, si bien tras la compra de SOS la CNC nos obligó a vender algunas marcas entre las que se encontraba Nomen. Desde septiembre estas marcas, que aportaban casi 5 MEUR al año, han salido de nuestro perímetro. Con todo, la integración de los negocios de SOS la valoramos como muy positiva ya que aportarán 27 MEUR a nuestro Ebitda E2012.
- Nuestras marcas en Norteamérica experimentan en general mejoras de ventas en una categoría que decrece al 1%. Destaca el continuo crecimiento de los arroces Jazmín de Tailandia. Por el contrario las ventas de arroces de importación de la India como el Basmati han sido severamente afectadas por los nuevos requerimientos fitosanitarios que exige la Autoridad de EEUU para la importación de arroces indios. Estamos desarrollando un nuevo proceso para dar solución a los retrasos que conllevan estos requerimientos. Las marcas de arroz "instant" sufren un moderado retroceso compensado por el avance del "Ready to Serve".
- Los lanzamientos efectuados a ambos lados del Atlántico han tenido una muy buena acogida y tanto Sabroz en España, Riz a Poeler en Francia y los arroces congelados de Minute Steamers en Norteamérica están contribuyendo al crecimiento en un contexto general de estancamiento del Consumo en los países desarrollados.



Últimos resultados con Nomen

- La cifra de ventas crece un 28,5% hasta 840 MEUR, principalmente por la incorporación de los nuevos negocios.
- El Ebitda de la División crece 25 MEUR, un 27% más. El efecto tipo de cambio ha contribuido positivamente con 5,5 MEUR y las marcas de arroz del Grupo SOS con 21 MEUR.
- El Resultado Operativo, dentro de nuestra línea de prudencia, recoge ya las provisiones de reestructuración de nuestra capacidad fabril en Alemania. Desarrollaremos el punto del "Resultado Operativo" en otro capítulo de esta presentación.

Miles de EUR	9M10	9M11	9M12	12/11	TAMI 12/10
Ventas	602.055	653.582	839.990	28,5%	18,1%
Publicidad	20.699	16.612	15.429	-7,1%	-13,7%
Ebitda	87.779	92.532	117.746	27,2%	15,8%
Margen Ebitda	14,6%	14,2%	14,0%	-1,0%	-1,9%
Ebit	70.488	76.653	96.913	26,4%	17,3%
Rtdo. Operativo	73.185	74.598	87.684	17,5%	9,5%
ROCE	19,9	19,5	18,4	-5,6%	-3,8%





Sano crecimiento en Arroz

- La cifra de Ventas crecerá un 22% hasta 1.126 MEUR, principalmente por la incorporación de los nuevos negocios.
- El Ebitda de la División crecerá un 20% hasta 163 MEUR. El efecto del tipo de cambio contribuirá positivamente con 7,7 MEUR y las marcas de arroz del Grupo SOS con 27 MEUR.
- El Resultado Operativo de la División para final de año estimamos que crecerá un 24% hasta 127,8 MEUR.

Miles de EUR	2010	2011	E2012	E12/11	TAMI E12/10
Ventas	811.337	920.752	1.126.020	22,3%	17,8%
Publicidad	23.648	18.790	22.698	20,8%	-2,0%
Ebitda	123.263	135.953	162.542	19,6%	14,8%
Margen Ebitda	15,2%	14,8%	14,4%	-2,2%	-2,5%
Ebit	99.019	113.698	134.736	18,5%	16,6%
Rtdo. Operativo	103.024	103.056	127.825	24,0%	11,4%
ROCE	19,6	18,8	ND	ND	ND





02

*Resultado Consolidado del
Grupo Ebro Foods 9M y Precierre 2012*



Con ayuda del perímetro, aumentan las Ventas

- La cifra de Ventas Neta consolidada crece un 16%, hasta 1.518 MEUR por los precios en Pasta en Norteamérica y por la incorporación de los nuevos negocios.
- El Ebitda crece cerca de un 12% hasta 208 MEUR. La evolución del tipo de cambio ha contribuido con 10 MEUR a este resultado.
- Abrimos un capítulo en la diapositiva siguiente para desarrollar el Resultado Operativo.
- El Beneficio Neto crece un 19% pese a contar con un comparable financiero negativo ya que en el primer semestre de 2011 no teníamos deuda.

Miles de EUR	9M10	9M11	9M12	12/11	TAMI 12/10
Ventas	1.240.817	1.305.080	1.518.443	16,3%	10,6%
Publicidad	64.736	57.113	53.251	-6,8%	-9,3%
Ebitda	194.601	185.793	208.204	12,1%	3,4%
Margen Ebitda	15,7%	14,2%	13,7%	-3,7%	-6,5%
Ebit	156.579	149.853	165.614	10,5%	2,8%
Rtdo. Operativo	141.724	136.472	180.413	32,2%	12,8%
Rtdo. Antes Impuestos	134.714	143.073	177.678	24,2%	14,8%
Bº Neto en Gestion Continuada	80.197	92.993	110.080	18,4%	17,2%
Beneficio Neto	346.065	92.674	110.150	18,9%	-43,6%
ROCE	21,5	20,8	19,9	-4,3%	-3,8%



Detalle de la partida del Resultado Operativo

- El salto del Ebit a Resultado Operativo incluye en su saldo neto varias partidas que por su cuantía hacen relevante el detalle de sus conceptos.
- En el lado positivo contabilizamos la venta de Nomen y otras marcas y la reversión por exceso de provisión de los litigios de la "Cuota Láctea" como consecuencia de la resolución final de estos litigios.
- Por otro lado, hemos contabilizado la realidad de la cotización de nuestras inversiones en Deoleo y Biosearch y la provisión de cierre de la fábrica de Alemania e indemnizaciones relacionadas.

Miles de Euros	Saldo al 30/09/2012
Beneficio Venta Nomen y Otras Marcas	31.495
Reversión Exceso Provisión Litigio "Cuota Láctea"	20.766
Otros ingresos	2.024
Total Otros ingresos operativos	54.285
Deterioro en Inversiones en Deoleo y en Biosearch	-21.040
Provisión Cierre de Fábrica Hamburgo e Indemnizaciones	-9.975
Otros Gastos	-8.471
Total Otros gastos operativos	-39.486
Neto	14.799



Sólido crecimiento de todas las cifras

- La cifra de Ventas Neta consolidada se disparará un 15%, hasta 2.067 MEUR.
- El Ebitda crecerá cerca de un 9% hasta 298 MEUR. El efecto del tipo de cambio habrá contribuido con 12,4 MEUR a este resultado. ARI y Birkel contribuirán con 229,4 MEUR a la cifra de Ventas pero apenas contribuirán al Ebitda empeorando el margen consolidado del Grupo hasta el 14,4%.
- No se prevén nuevas diferencias en cuanto a extraordinarios se refiere.
- Con todo, el Beneficio Neto crecerá un 6% en un año.

Miles de EUR	2010	2011	E2012	E12/11	TAMI E12/10
Ventas	1.688.957	1.804.111	2.066.904	14,6%	10,6%
Publicidad	80.444	69.454	74.767	7,6%	-3,6%
Ebitda	267.479	273.106	298.133	9,2%	5,6%
Margen Ebitda	15,8%	15,1%	14,4%	-4,7%	-4,6%
Ebit	211.573	224.022	240.069	7,2%	6,5%
Rtdo. Operativo	200.023	219.074	255.647	16,7%	13,1%
Rtdo. Antes Impuestos	192.504	222.393	253.487	14,0%	14,8%
Bº Neto en Gestion Continuada	128.972	151.643	160.249	5,7%	11,5%
Beneficio Neto	388.797	151.542	160.326	5,8%	-35,8%
ROCE	21,3	22,2	ND	ND	ND



Aunque el dólar sube, la Deuda baja

- Acabamos el trimestre con una posición de Deuda Neta de 297 MEUR, habiendo reducido en casi 100 MEUR la deuda de final de 2011.
- Para fin de año esperamos seguir reduciendo la deuda en otros 19 MEUR. De esta forma acabaríamos el año con una Deuda Neta estimada en 278,5 MEUR, situando en ratio de DN/Ebitda por debajo de uno.
- Con un Balance muy saneado seguimos analizando el mercado en busca de nuevas oportunidades pero, a corto plazo, no esperamos ninguna operación corporativa significativa y habrá que esperar seguramente a 2013 para materializar compras.

Miles de EUR	30 Sep 10	31 Dic 10	30 Sep 11	31 Dic 11	30 Sep 12	E31 Dic 12	E12/11	TAMI E12/10
Deuda Neta	-53.466	17.600	327.823	390.073	297.298	278.507	-28,6%	297,8%
Deuda neta media	508.386	378.336	79.405	139.157	313.786	ND	ND	ND
Fondos Propios	1.500.321	1.592.743	1.518.655	1.587.298	1.669.045	1.721.967	8,5%	4,0%
Apalancamiento DN	-3,6%	1,1%	21,6%	24,6%	17,8%	16,2%	-17,5%	282,6%
Apalancamiento DNM	33,9%	23,8%	5,2%	ND	18,8%	ND	ND	ND
x Ebitda (DN)		0,07		1,43		0,93		
x Ebitda (DNM)		1,4		ND		ND		





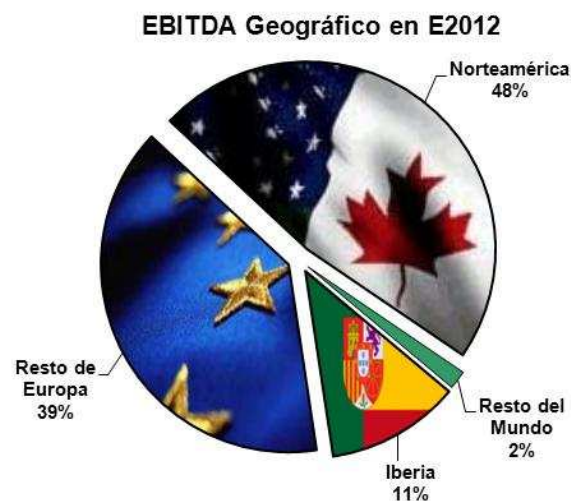
Resumen

- Seguimos en un entorno de volatilidad de precio de materias primas, más acusado en trigo duro que en arroz, pero cada vez las oscilaciones son menos virulentas.
- Llevamos dos años difíciles en nuestra unidad americana de pasta intentando gestionar las variaciones de materia prima, para que nos afecten lo menos posible a la rentabilidad, y las cuotas de mercado. Recientemente hemos tomado importantes decisiones organizativas que afectan a la cúpula directiva y a la estrategia de precios de nuestros productos.
- Seguimos trabajando en la eficiencia operativa de nuestras fábricas; Memphis trabaja a pleno rendimiento y optimizamos nuestra capacidad industrial; hemos decidido el cierre de la fábrica de Hamburgo.
- Nuestras marcas, exceptuando las de Pasta en EE.UU., siguen ganando cuotas de mercado, creciendo en mercados desarrollados que en último año se han visto sometidos a cierto estancamiento.
- Seguimos adelante con nuestra estrategia de apalancamiento en nuestras marcas para el lanzamiento de productos en categorías conexas como es el caso de la entrada en el mercado de la Patata en Francia, el mercado de las Salsas en Canadá y de los Congelados en EE.UU.
- Nuestro saneado balance nos permite estar atentos a oportunidades de adquisiciones que puedan surgir en el mercado siempre que en dichas compras veamos un valor real para nuestros accionistas. Cuando no encontremos compras adecuadas a estos objetivos seguiremos retribuyendo a nuestros accionistas con un atractivo dividendo, como el de este ejercicio, en el que se han repartido aparte del dividendo ordinario de 69,2 MEUR equivalente a 0,45 EUR por acción, un extraordinario de 1 acción por cada 99 acciones así como un dividendo asociado en concepto de pago a cuenta para los accionistas sujetos a retención conforme a la normativa fiscal vigente, o su equivalente en metálico en los demás casos, que se repartirá el próximo 11 de diciembre.



Resumen

- Tenemos un perfil geográfico balanceado, con exposición orgánica a mercados en desarrollo y un reparto de los orígenes del Ebitda muy balanceado con una exposición a los periféricos europeos de tan solo un 11% y el resto proveniente de países desarrollados que tienen una menor elasticidad de precios lo que nos ayuda a eliminar el efecto de la volatilidad materias primas.



- Con todo, sorteamos la difícil situación de los mercados geográficos donde operamos con crecimiento y buen fondo de negocio de cara al 2013 por un adecuado posicionamiento de nuestras marcas, buenas coberturas y con un calendario de los que esperamos sean exitosos lanzamientos.







En el año 2012 Ebro continua con su compromiso de transparencia y comunicación:

11 de enero	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,15 EUR/acc)
29 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2011
25 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
11 de mayo	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,15 EUR/acc)
24 de julio	Presentación de resultados del primer Semestre
11 de septiembre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,15 EUR/acc)
31 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre
11 de diciembre	Reparto de dividendo extraordinario (1 acción gratuita por cada 99) y el dividendo en metálico asociado
18 de diciembre	Anuncio Dividendo 2013 a cuenta 2012



05

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 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 2011 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.