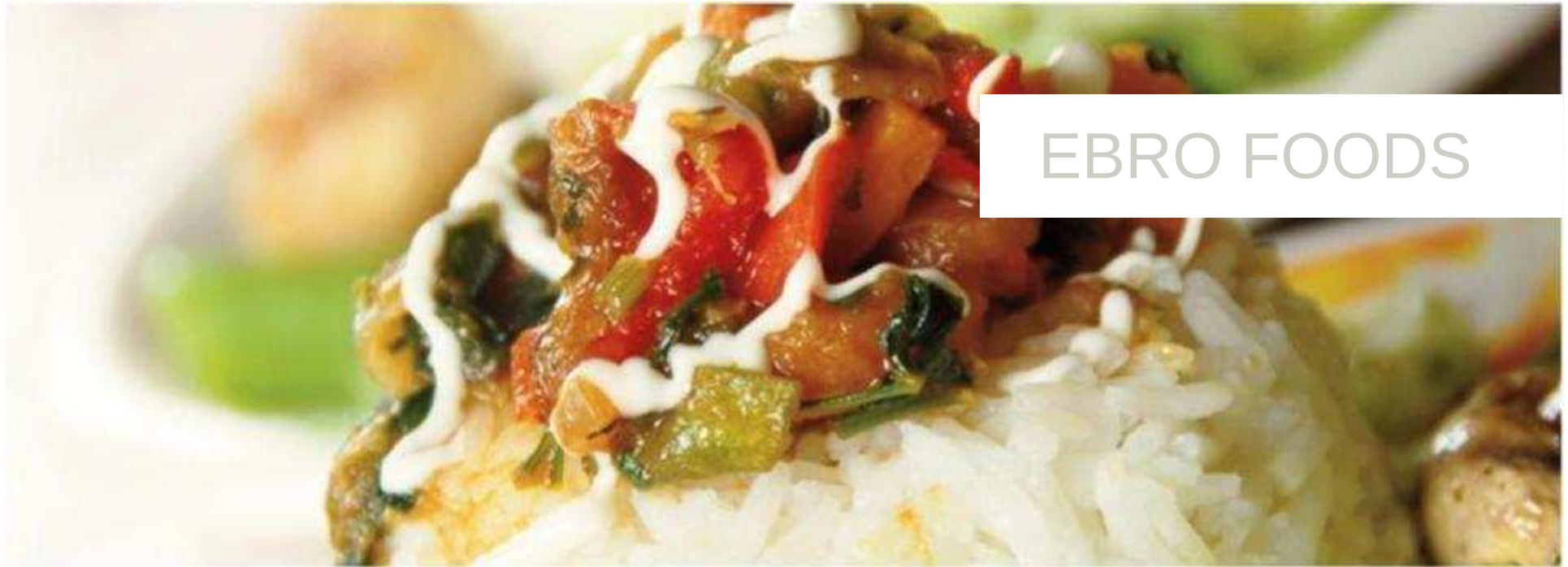




EBRO FOODS



Cierre 2011

Ebro



ÍNDICE

1. **Introducción**
2. **Resultado de las Unidades de Negocio. Cierre 2011**
 - Arroz
 - Pasta
3. **Resultado Consolidado del Grupo Ebro Foods. Cierre 2011**
 - Cuenta de Resultados
 - Evolución del Endeudamiento
4. **Conclusión**
5. **Anexo Materias Primas**
6. **Calendario Corporativo 2012**
7. **Advertencia Legal**



Introducción

Introducción

- 2011 ha sido un año complejo por la gran volatilidad que han sufrido los precios de las materias primas, en concreto el trigo duro. En este contexto, la compañía ha sabido adoptar las políticas de aprovisionamiento y subida de precios adecuadas, cerrando un ejercicio con muy buenos resultados.
- A lo largo del año hemos materializado dos importantes compras dentro de nuestra estrategia de crecimiento inorgánico:
 - En septiembre de 2011 cerramos la adquisición de la división arrocera de Deoleo (SOS), con la que incorporamos a nuestros activos: la marca SOS a nivel mundial, los activos del negocio arrocero español de SOS, las sociedades holandesas que operan el negocio arrocero en ese país con la marca Lassie, la marca Saludaes en Portugal y los negocios arroceros de EEUU y Oriente Medio a través de American Rice Inc (ARI). El importe de esta operación fue de 205MEUR.
 - En diciembre de 2011 alcanzamos un acuerdo con la compañía Strom Products Ltd. para la adquisición de su negocio de pasta en Estados Unidos y Canadá. Con ello, incorporamos a nuestro portfolio las marcas No Yolks y Wacky Mac que desarrollan su actividad principal en el ámbito de las pastas saludables. El importe de la operación fue de 50MUSD.
- Para completar la adquisición de SOS, La Comisión Nacional de Competencia estableció como condición la licencia o venta de las marcas Nomen, La Parrilla, La Cazuela, Pavo Real y Nobleza.



Ebro



*Resultado de las Unidades de
Negocio. Cierre 2011*



ARROZ



Arroz

Arroz

- Nuestra división arrocera, descontando la consolidación de SOS, ha mostrado en el 2011 una mejora importante respecto a 2010 tanto en ventas como en Ebitda.
- La incorporación de los negocios de SOS proporciona a la compañía una posición mucho mas consolidada en importantes mercados, como el americano. La fabrica de Freeport nos aportará muchas ventajas y posibilidades en la importación y exportación de la materia prima. En el mercado español, asumimos el liderazgo de los arroces redondos y en el mercado portugués afianzamos nuestra presencia en los lineales al habernos hecho con la segunda marca líder de este mercado y complementaria con Cigala en variedades tradicionales.
- Por otro lado, la incorporación de los negocios de SOS en Holanda y Oriente Medio, nos abre las puertas a estos dos nuevos mercados tan atractivos para nosotros. Con los negocios holandeses y su marca Lassie también incorporamos la fabrica de arroces instantáneos mas importante de Europa. La presencia en Oriente Medio y la exposición a mercados tan importantes como el de Arabia Saudí nos permite explorar nuevas vías de crecimiento y desarrollo.
- La nuevas cosechas en EE.UU. son de menor cantidad pero de buena calidad. En Europa la cosecha 2011 ha sido óptima y en el mercado mundial del arroz, aunque se esperan ciertos repuntes de precios en variedades muy específicas, se observa una tendencia a la baja impulsada por la irrupción de India en los mercados mundiales. Próxima la cosecha de Mercosur y Australia, no se esperan cambios significativos de tendencia.



Arroz

Cierre 2011

- Las ventas a cierre de 2011 han sido de 921MEUR. Descontando la incorporación de SOS a nuestros negocios, que ha supuesto una aportación de 87MEUR, hemos crecido en ventas un 3%.
- El Ebitda fue de 136MEUR creciendo un 10%. Descontando la contribución de SOS (6MEUR), la división arroceras ha tenido un comportamiento excelente, creciendo alrededor del 6%. Esta mejoría se debe principalmente al gran comportamiento de Herba que crece un 15,30% a nivel Ebitda respecto al 2010 gracias a la acertada gestión tanto del negocio como del abastecimiento de materias primas y sus políticas comerciales. Teniendo en cuenta que el impacto negativo por tipo de cambio es de 3,9MEUR, el Ebitda de la división podría haber alcanzado los 140MEUR.
- Nuestro negocio americano también ha mostrado un comportamiento muy positivo. Si descontamos el impacto negativo de 10MUSD provocado por los retrasos en la maquinaria de empaquetado y paletizado de la fábrica de Memphis y por el bajo rendimiento por Tn de arroz derivado de la mala calidad de la cosecha 10/11, hubiera registrado un crecimiento en Ebitda de alrededor del 8%.
- El Resultado Operativo se mantiene estable con relación al 2010 por la ausencia de los extraordinarios positivos de 2010.

Miles de EUR	2009	2010	2011	11/10	TAMI 11/09
Ventas	836.147	811.337	920.752	13,5%	4,9%
Publicidad	24.175	23.648	18.790	-20,5%	-11,8%
Ebitda	118.561	123.263	135.953	10,3%	7,1%
Margen Ebitda	14,2%	15,2%	14,8%	-2,8%	2,0%
Ebit	97.575	99.019	113.698	14,8%	7,9%
Rtdo. Operativo	82.157	103.024	103.056	0,0%	12,0%
ROCE	19,7	19,6	18,8	-4,1%	-2,3%





PASTA

Ebro



Pasta

- Durante 2011 hemos soportado una inflación en el precio del trigo duro de entorno a 100MEUR, por lo que con el objetivo de mantener nuestros márgenes, nos hemos visto obligados a repercutirla al consumidor a través de tres subidas de precios en diciembre, junio y agosto en EE.UU. (un total de 22 centavos por libra), y dos subidas en Europa (16 céntimos por kilo).
- Con este mismo objetivo, en el 4T tuvimos que rebajar el habitual nivel promocional y las inversiones en marketing variable. Una vez cumplido, durante 2012 volvemos a un nivel de inversión normalizado en promociones, lo que nos permitirá seguir consolidando nuestra posición de liderazgo en este mercado, situándose ya nuestra cuota de mercado por encima del 24%.
- Panzani sigue demostrando una gran solidez y crece un 10% a nivel ventas y cerca del 2% a nivel Ebitda. Seguimos adelante con la inversión en las fabricas de pasta fresca, 36MEUR (2011-2014), con la intención de optimizar sus procesos y así abastecer la gran demanda de los nuevos lanzamientos.
- Alemania ha sido el mercado mas complejo para lidiar con las subidas de precios de las materias primas. Los distribuidores minoristas a lo largo del 2011 han sido remisos a aceptar nuestras subidas en su totalidad, lo que ha influido en un deterioro de nuestros márgenes. A este hecho tenemos que añadir la decisión de la compañía de ajustar la estructura de producción del negocio alemán, concentrándola en la parte rentable del negocio, las marcas Birkel y 3Glocken. Esta reestructuración nos ha supuesto una inversión de 8,5MEUR durante el ejercicio.



Pasta Cierre 2011

- Nuestra cifra de ventas crece un leve 1% hasta 928MEUR. Durante los tres primeros trimestres del 2011 a pesar de haber realizado considerables subidas de precio al consumidor, nuestros volúmenes no se vieron afectados. Realizamos una inversión extraordinaria de 20MUSD en promociones en EE.UU. para combatir las políticas tan agresivas de precios de nuestros competidores.
- El Ebitda disminuye un 10% hasta 144MEUR, esta caída refleja la importante subida en los precios del trigo duro, unido a la comparativa tan difícil con el 2010, un año excepcional donde obtuvimos resultados extraordinariamente positivos. En TAMI 11/09 crecemos un 3%. Teniendo en cuenta el impacto negativo por tipo de cambio de 3,1MEUR, el Ebitda de la división hubiera alcanzado 147MEUR.
- El resultado operativo decrece un 12% debido principalmente a las reestructuraciones en Alemania, que han supuesto una inversión en 2011 de 8,5MEUR.
- El ROCE de la división de pasta se mantiene en niveles de alta rentabilidad por encima del 26%.

Miles de EUR	2009	2010	2011	11/10	TAMI 11/09
Ventas	928.077	915.892	928.297	1,4%	0,0%
Publicidad	48.781	55.184	49.135	-11,0%	0,4%
Ebitda	137.057	160.484	144.457	-10,0%	2,7%
Margen Ebitda	14,8%	17,5%	15,6%	-11,2%	2,7%
Ebit	108.831	133.741	119.064	-11,0%	4,6%
Rtdo. Operativo	104.066	122.806	107.798	-12,2%	1,8%
ROCE	23,2	30,3	26,1	-13,9%	6,1%



*Resultado Consolidado del
Grupo Ebro Foods
Cierre 2011*



Consolidado cierre 2011

- Las ventas, respecto al ejercicio anterior, crecen alrededor 7%.
- El Ebitda 2011 alcanza 273MEUR. Descontando el impacto meramente de conversión por tipo de cambio de 7,1MEUR, habría alcanzado los 280MEUR con un crecimiento del 5%.
- El Beneficio Neto en Gestión Continuada aumenta más del 17% y en TAMI 11/09 más del 21%.
- El ROCE crece un 4% respecto al ejercicio 2010 hasta posicionarse por encima del 22%.

Miles de EUR	2009	2010	2011	11/10	TAMI 11/09
Ventas	1.746.586	1.688.957	1.804.111	6,8%	1,6%
Publicidad	75.701	80.444	69.454	-13,7%	-4,2%
Ebitda	240.898	267.479	273.106	2,1%	6,5%
Margen Ebitda	13,8%	15,8%	15,1%	-4,4%	4,8%
Ebit	190.348	211.573	224.022	5,9%	8,5%
Rtdo. Operativo	175.276	200.023	219.074	9,5%	11,8%
Rtdo. Antes Impuestos	137.455	192.504	222.393	15,5%	27,2%
Bº Neto en Gestion Continuada	102.693	128.972	151.643	17,6%	21,5%
Beneficio Neto	176.539	388.797	151.542	-61,0%	-7,3%
ROCE	18,5	21,3	22,2	4,2%	9,5%



Deuda Neta

- A cierre de 2011 nuestra Deuda Neta es de 390MEUR. Esta cifra incluye el pago de la compra del negocio arrocero de SOS (205MEUR), el pago de un dividendo extraordinario de 0,15 EUR por acción (23MEUR), la compra de acciones de Deoleo (50MEUR), la compra de autocartera por valor de 54,5MEUR y la compra de las marcas No Yolks y Wacky Mac (38MEUR). El dato de cierre se ha visto penalizado por la revalorización del dólar a final de año.
- Los Fondos Propios se sitúan en 1.587MEUR y en TAMI 11/09 crecen un 11%. El Apalancamiento se sitúa en 25% y el ratio DN/Ebitda en 1,4.
- Una vez materializadas las adquisiciones del negocio arrocero de SOS y de las marcas No Yolks y Wacky Mac, seguimos manteniendo una holgada situación financiera que nos permite continuar analizando el mercado en busca de nuevas oportunidades.

Miles de EUR	31 Dic 09	31 Dic 10	31 Dic 2011	11/10	TAMI 11/09
Deuda Neta	556.800	17.600	390.073	2116,3%	-16,3%
Deuda neta media	716.725	378.336	139.157	-63,2%	-55,9%
Fondos Propios	1.280.322	1.592.743	1.587.298	-0,3%	11,3%
Apalancamiento DN	43,5%	1,1%	24,6%	2123,9%	-24,8%
Apalancamiento DNM	56,0%	23,8%	8,8%	-63,1%	-60,4%
x Ebitda (DN)	1,8	0,1	1,4		
x Ebitda (DNM)	2,3	1,4	0,5		



Conclusión



Conclusión

- Tras un año complejo por la inflación de las materias primas, en concreto el trigo duro, esperamos un 2012 mas relajado: precios con tendencias a la baja en arroz aunque con pequeños repuntes en ciertas variedades específicas y tendencias a la baja en los precios del trigo duro.
- 2011 ha sido un año donde hemos demostrado nuestro compromiso con la innovación y el desarrollo de nuevos productos. Hemos realizado diversos lanzamientos de pasta fresca en Francia y los Pasta Sides en Canadá y hemos realizado también una fuerte apuesta para desarrollar nuestro negocio de congelados en USA estando ya listados en múltiples *retailers* entre ellos 2.000 Wal-Marts.
- 2011 ha sido también un año de fuertes inversiones en la mejora de nuestra capacidad productiva: inversiones en la fabricas de pasta fresca en Francia, la restructuración puesta en marcha en Alemania y los ajustes de Memphis. Todas ellas han tenido como objetivo mejorar nuestra eficiencia productiva y rentabilidad. Además, también ha sido aprobada durante el ejercicio una inversión para nuestra implantación industrial en India y Argentina, importantes orígenes de arroz.
- A nivel de crecimiento inorgánico, la compañía continua pendiente de los movimientos del mercado, estudiando todas las posibilidades y oportunidades de compra que surgen. Actualmente no existen grandes operaciones que puedan resultar una oportunidad transformacional para Ebro pero sí estamos realizando un seguimiento cercano a negocios más pequeños.



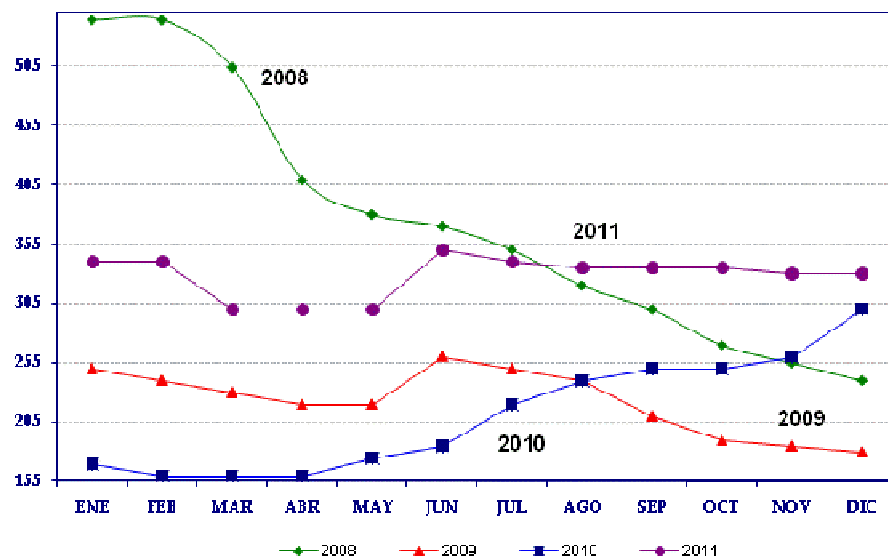
Anexo Materias Primas



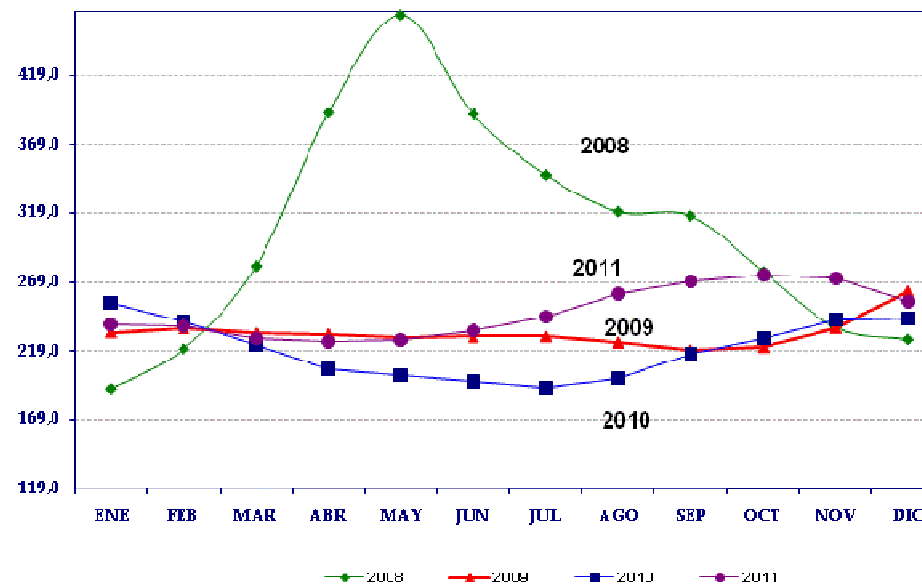
Materias Primas

Mostramos a continuación gráficos con la evolución de precios de materias primas:

Precio del Trigo Duro en EUR/TON



Indice Ipo Arroz





Calendario Corporativo



Calendario Corporativo 2012

11 de enero	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario
29 de febrero	Presentación resultados cierre del ejercicio 2011
25 de abril	Presentación resultados 1er trimestre
11 de mayo	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario
24 de julio	Presentación de resultados del primer Semestre
11 de septiembre	Pago cuatrimestral de dividendo ordinario
31 de octubre	Presentación resultados 3er trimestre y precierre
18 de diciembre	Anuncio Dividendo 2013 a cuenta 2012



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 2010 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.