



**A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES**

Madrid, a 25 de octubre de 2017

**Referencia: presentación a analistas anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre de 2017 y a la previsión de cierre del ejercicio.**

Les remitimos la presentación a analistas anunciada esta mañana, relativa a los resultados obtenidos por el Grupo Ebro Foods durante el tercer trimestre del 2017 así como la previsión de cierre del ejercicio, la cual se va a realizar hoy en la Sala de Juntas de la segunda planta del domicilio social, sito en el Paseo de la Castellana número 20 de Madrid.

Atentamente,

Luis Peña Pazos  
Secretario del Consejo de Administración



## RESULTADOS 9M17 y PRECIERRE 2017

### ÍNDICE

#### RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M17 y PRECIERRE 2017

- 1.1 Arroz
- 1.2 Pasta

#### RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO EBRO FOODS 9M17 y PRECIERRE 2017

- 2.1 Cuenta de resultados 9M17
- 2.2 Cuenta de resultados Precierre 2017
- 2.3 Evolución del endeudamiento

#### CONCLUSIÓN

#### CALENDARIO CORPORATIVO 2017

#### ADVERTENCIA LEGAL



**1.RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO  
9M17 y PRECIERRE 2017**



**1.1 DIVISIÓN DE ARROZ** 



## ARROZ

- En arroz, el tercer trimestre se ha caracterizado por un incremento de los precios del basmati y la aprobación por la U.E. de límites muy exigentes en materia de residuos de pesticidas, lo que complica en gran medida la importación de esta variedad. Las protestas de la India así como de los agricultores europeos puede que den fruto pero no a corto plazo.
- La cosecha 17/18 en EE.UU. no ha sido tan grande como la 16/17 y el mercado ha experimentado un repunte. No sucede lo mismo en Europa, donde la nueva cosecha, aunque se ha visto afectada por el calor de este verano, es normal y los precios no han experimentado variación.
- La evolución comercial de nuestras marcas es muy satisfactoria y el Grupo Ebro consolida posiciones de liderazgo en todos los mercados. Seguimos viendo un mayor crecimiento en los productos microondas, que lo hacen a doble dígito, tanto en Europa como en Norteamérica. Acabamos de duplicar nuestra capacidad en Memphis y hemos aumentado un 40% la de Jerez, desde donde suministramos a nuestras filiales europeas.
- En Europa hemos lanzado la gama Benefit, que son soluciones de alimentación completas, con énfasis en la salud.
- En cuanto al negocio estadounidense, el huracán Harvey ha tenido un fuerte impacto en el entorno: instalaciones propias (oficinas, fábricas y almacenes), comercios, distribuidoras y consumo. Afortunadamente, en Ebro no hemos tenido que lamentar daños relevantes materiales ni personales, pero las ventas de agosto y septiembre se han visto afectadas.
- En la recién incorporada Geovita, se están comenzando a poner medidas para la generación de sinergias.



## ARROZ 9M17

- En el periodo, la cifra de ventas aumenta un 1,7% hasta 975 MEUR, con crecimientos por encima de los propios de nuestros mercados y un mix que beneficia a la rentabilidad de nuestras marcas.
- La inversión publicitaria, que durante el primer semestre llevaba un diferencial negativo de 3 MEUR con el ejercicio precedente, se reduce hasta 21,7 MEUR, minorando el diferencial hasta 1,7 MEUR.
- El Ebitda de la División sube un 5,3%, hasta 153,7 MEUR, pese al impacto negativo de los efectos previamente comentados. El tipo de cambio no ha tenido efecto relevante en estas cuentas.

Miles de EUR	9M15	9M16	9M17	17/16	TAMI	17/15
<b>Ventas</b>	951.736	958.546	975.124	1,7%		1,2%
<b>Publicidad</b>	22.008	23.385	21.727	-7,1%		-0,6%
<b>Ebitda</b>	126.552	145.952	153.741	5,3%		10,2%
<b>Margen Ebitda</b>	13,3%	15,2%	15,8%	-		-
<b>Ebit</b>	105.116	121.490	129.395	6,5%		10,9%
<b>Rtdo. Operativo</b>	106.803	129.624	134.337	3,6%		12,2%



## ARROZ PRECIERRE 2017

- Las ventas de la división, para final de año, estimamos crecerán un 3% hasta 1.321,7 MEUR, por la recuperación de las ventas tras el huracán.
- La publicidad, mantendrá un elevado nivel de inversión y para final de año habremos dedicado 30 MEUR a este capítulo, en línea con el nivel que venimos realizando los 3 últimos ejercicios.
- El Ebitda de la división se elevará un 5,3%, hasta 206,6 MEUR, en TAMI E17/15 crecerá un importante 8%. De seguir a estos niveles, la divisa no contribuirá significativamente a esta cifra.
- El Resultado Operativo estimamos se eleve a final de año un 5,2% ,y en TAMI E17/15 un 9,5%.

Miles de EUR	2015	2016	E2017	E17/16	TAMI E17/15
<b>Ventas</b>	1.287.726	1.283.853	1.321.721	2,9%	1,3%
<b>Publicidad</b>	28.988	30.135	29.840	-1,0%	1,5%
<b>Ebitda</b>	176.959	196.264	206.624	5,3%	8,1%
<b>Margen Ebitda</b>	13,7%	15,3%	15,6%	-	-
<b>Ebit</b>	147.509	163.561	172.906	5,7%	8,3%
<b>Rtdo. Operativo</b>	148.600	169.240	178.047	5,2%	9,5%



## 1.2 DIVISIÓN DE PASTA



## PASTA /

- El mercado del trigo duro rebotó en el mes de julio como consecuencia de los temores de una mala cosecha en Norteamérica. Finalmente, después de casi tres meses de subida, el mercado ha vuelto a normalizarse pero esta situación ha afectado adversamente a nuestra rentabilidad en la región. La estrategia en Norteamérica pasa por mejorar el equity de nuestras marcas en un entorno competitivo y la situación de la materia prima no ha contribuido en este sentido.
- En Europa, excepcionalmente el trigo duro de la cosecha francesa 16/17 ha sido más caro que el italiano (Francia es exportadora neta e Italia importadora), lo que ha empeorado nuestra competitividad. En la nueva cosecha 17/18 la situación se ha normalizado y vemos mejorar las rentabilidades. El consumo se ha visto afectado en el tercer trimestre por las altas temperaturas y la llegada de un otoño tardío, estimamos que vuelva a equilibrarse con la llegada del frío.
- Roland Monterrat, por su parte, está haciendo frente a un mercado de decrecimiento en Francia.
- Garofalo continua creciendo a doble dígito con una mejora importante de la rentabilidad, afianzando su posición Premium. Desde agosto ha empezado a comercializar pasta fresca en Italia y Francia.



## PASTA 9M17 /

- La facturación se reduce un leve 1,3%, hasta 895,9 MEUR.
- Durante el periodo hemos hecho grandes inversiones para relanzar nuestras marcas en Norteamérica, donde el segmento Health and Wellness (principalmente integrales) ha experimentado una importante bajada que todavía no se compensa al 100% por el crecimiento en "Sin gluten" y "Orgánicos". En este sentido la inversión publicitaria se mantiene en unos 50,5 MEUR, lo que representa un 5,6% sobre ventas, una inversión muy relevante para la categoría.
- El Ebitda de la división crece un 2,1%, hasta 114,4 MEUR, con un margen que sigue en fase de recuperación y se eleva 400 pb. hasta 12,8%. El impacto por la divisa en el Ebitda apenas es apreciable.
- El Resultado Operativo crece un 7,9%, hasta 78,5 MEUR, por la ausencia de extraordinarios, a diferencia del mismo periodo del ejercicio anterior.

Miles de EUR	9M15	9M16	9M17	17/16	TAMI 17/15
<b>Ventas</b>	877.654	907.370	895.870	-1,3%	1,0%
<b>Publicidad</b>	43.588	50.723	50.495	-0,4%	7,6%
<b>Ebitda</b>	94.835	112.064	114.383	2,1%	9,8%
<b>Margen Ebitda</b>	10,8%	12,4%	12,8%	-	-
<b>Ebit</b>	67.582	80.598	80.990	0,5%	9,5%
<b>Rtdo. Operativo</b>	64.956	72.677	78.449	7,9%	9,9%



## PASTA PRECIERRE 2017 /

- Las ventas de la división a cierre de ejercicio estimamos se elevarán un 0,4% hasta 1.242 MEUR, principalmente por la recuperación del consumo tras un verano muy caluroso.
- La inversión publicitaria se ralentizará en 4 MEUR, hasta 66,8 MEUR, por la redefinición de estrategias para el mercado en EE.UU.
- El Ebitda crecerá 8,7 MEUR, hasta 166 MEUR, un satisfactorio 5,6% teniendo en cuenta la volatilidad de la materia prima. El tipo de cambio, de seguir a estos niveles, no tendrá un efecto significativo.
- El Resultado Operativo crece un importante 22%, hasta 114 MEUR, debido a la ausencia de extraordinarios, a diferencia del ejercicio precedente.

Miles de EUR	2015	2016	E2017	E17/16 TAMI	E17/15
<b>Ventas</b>	1.224.491	1.236.227	1.241.780	0,4%	0,7%
<b>Publicidad</b>	58.231	70.840	66.813	-5,7%	7,1%
<b>Ebitda</b>	148.647	157.089	165.811	5,6%	5,6%
<b>Margen Ebitda</b>	12,1%	12,7%	13,4%	-	-
<b>Ebit</b>	110.477	113.544	120.100	5,8%	4,3%
<b>Rtdo. Operativo</b>	104.957	93.294	113.934	22,1%	4,2%



## 2. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO EBRO FOODS 9M17 y PRECIERRE 2017



## 2.1 Cuenta de Resultados 9M17

- La cifra de ventas consolidada se eleva un leve 0,6%, hasta 1.831,2 MEUR. Vegetalia aporta 8,9 MEUR a las ventas.
- La publicidad se recorta de forma coyuntural en un 2,1%, hasta 72,3 MEUR, ya que estratégicamente trabajamos en desarrollar marcas e introducir nuevos productos, así en TAMI 17/15 se eleva un 4,9%.
- El Ebitda crece un 4,3%, hasta 261 MEUR; en TAMI 17/15 lo hace un 10,3%. El margen Ebitda crece otros 600 pb. mostrando una evolución positiva. Vegetalia contribuye con 1,4 MEUR a esta cifra. La divisa no ha contribuido significativamente a este resultado.
- El beneficio neto se incrementa un 0,5%, hasta 128 MEUR.
- El ROCE se mantiene en niveles cercanos al 17%.

Miles de EUR	9M15	9M16	9M17	17/16	TAMI 17/15
<b>Ventas</b>	1.789.799	1.820.327	1.831.239	0,6%	1,2%
<b>Publicidad</b>	65.693	73.775	72.253	-2,1%	4,9%
<b>Ebitda</b>	214.369	250.250	260.956	4,3%	10,3%
<b>Margen Ebitda</b>	12,0%	13,7%	14,3%	-	-
<b>Ebit</b>	165.072	193.909	202.746	4,6%	10,8%
<b>Rtdo. Operativo</b>	164.330	198.402	205.353	3,5%	11,8%
<b>Rtdo. Antes Impuestos</b>	155.579	195.458	200.100	2,4%	13,4%
<b>Beneficio Neto</b>	101.594	127.315	127.998	0,5%	12,2%
<b>ROCE</b>	15,4	17,2	16,6	-	-



## 2.2 Cuenta de Resultados Precierre 2017

- Las ventas del Grupo se prevé que crezcan un 2,2%, hasta 2.514 MEUR, por la buena evolución de la división arrocerá.
- Como ocurre en los resultados a nueve meses, estimamos que la inversión publicitaria, de modo coyuntural, se habrá reducido un 3%, pero en TAMI E17/15 crecerá casi a un 6%.
- El Ebitda se elevará un 5,3%, hasta 362 MEUR y el margen Ebitda crecerá 400 pb. hasta 14,4%.
- El resultado operativo se incrementará en un 5,5%, principalmente por la ausencia de extraordinarios significativos.
- El beneficio neto se mantendrá en línea con el ejercicio precedente en 170 MEUR, al contar con mayores minoritarios por el buen resultado de las últimas compras.

Miles de EUR	2015	2016	E2017	E17/16	TAMI E17/15
<b>Ventas</b>	2.461.915	2.459.246	2.514.112	2,2%	1,1%
<b>Publicidad</b>	87.017	100.401	97.481	-2,9%	5,8%
<b>Ebitda</b>	314.727	344.141	362.402	5,3%	7,3%
<b>Margen Ebitda</b>	12,8%	14,0%	14,4%	-	-
<b>Ebit</b>	246.314	267.308	282.190	5,6%	7,0%
<b>Rtdo. Operativo</b>	242.377	264.608	279.203	5,5%	7,3%
<b>Rtdo. Antes Impuestos</b>	229.722	259.410	270.493	4,3%	8,5%
<b>Beneficio Neto</b>	144.846	169.724	169.875	0,1%	8,3%
<b>ROCE</b>	15,6	16,6	ND	-	-



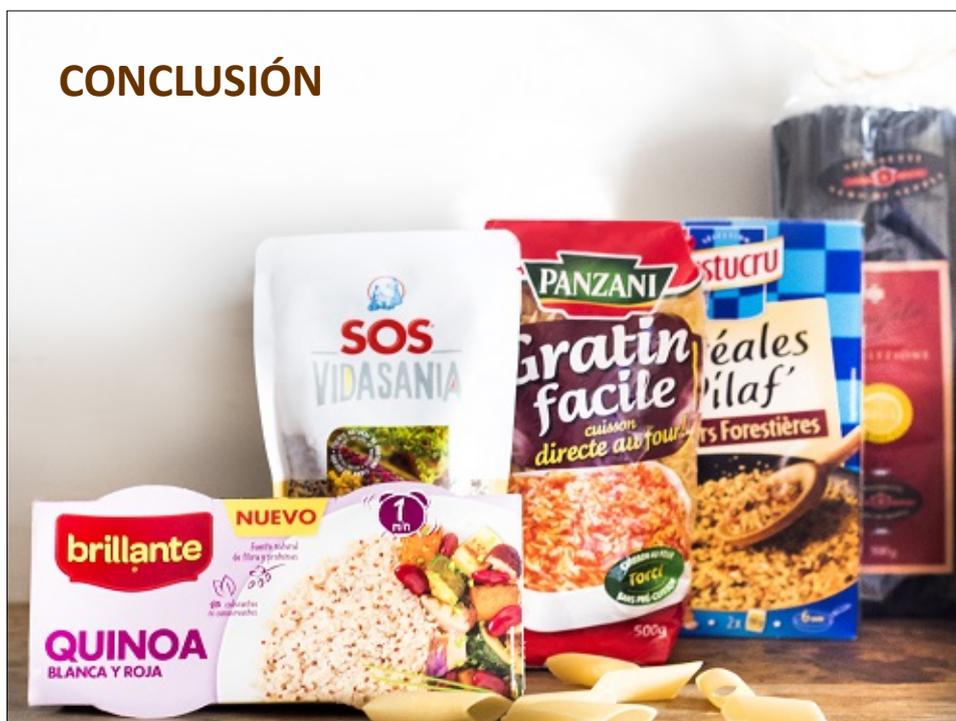
## 2.3 Evolución del Endeudamiento

- A 9M17 el Endeudamiento se mantiene plano en 454,7 MEUR sobre la cifra publicada en el primer semestre pese a haber recogido la compra de Geovita. Año sobre año esperamos incrementar el endeudamiento en 41 MEUR, acabando el ejercicio con una Deuda Neta estimada en 484 MEUR tras haber realizado numerosas inversiones de desarrollo orgánico e inorgánico.
- En su relación con el Ebitda, el Endeudamiento se situará en el entorno de 1.3 veces. Un bajo nivel de endeudamiento que nos permite mantener un alto nivel de flexibilidad a la hora de pensar en el desarrollo inorgánico del Grupo.
- Si bien no esperamos ninguna operación corporativa de calado, si estamos pendientes de posibles adquisiciones que se materializarían en los próximos meses.

Miles de EUR	30 Sep 15	31 Dic 15	30 Sep 16	31 Dic 16	30 Sep 17	E31 Dic 17	E17/16	TAMI	E17/15
<b>Deuda Neta</b>	448.148	426.280	420.226	443.206	454.652	484.209	9,3%		6,6%
<b>Deuda neta media</b>	413.296	424.940	405.463	404.131	407.566	ND			ND
<b>Fondos Propios</b>	1.900.665	1.966.259	1.982.761	2.079.326	2.002.291	2.019.698	1,8%		1,3%
<b>Apalancamiento DN</b>	23,6%	21,7%	21,2%	21,3%	22,7%	24,0%	-10,1%		5,2%
<b>Apalancamiento DNM</b>	21,7%	21,6%	20,4%	19,4%	20,4%	ND			ND
<b>x Ebitda (DN)</b>		1,35		1,30		1,34			
<b>x Ebitda (DNM)</b>		1,35		1,19		ND			



## CONCLUSIÓN



## Conclusión

- La estimación de precierre del año en la división arrocera indica una importante mejora con respecto al 2016, que por otro lado fue un año record.
- La introducción del Grupo en sectores próximos como las legumbres y los granos antiguos seguirán siendo objetivos para 2018 una vez establecidas las bases en este ejercicio.
- A su vez, nuestro negocio de Bio crece con los nuevos productos y las aportaciones de Celnat, Vegetalia y Geovita y seguiremos trabajando en nuevas adquisiciones para completar nuestras plataformas en este tipo de canal.
- Afianzamos el posicionamiento Premium de la mano de la expansión internacional de Garofalo, que recientemente se ha adentrado en el mercado del fresco.
- Crecemos orgánicamente gracias a las inversiones de la planta de congelados, la duplicación de capacidades de microondas en EE.UU. y la importante inversión de Bangkok.
- Podemos concluir que 2017 será un ejercicio satisfactorio, en el que según nuestras estimaciones alcanzaremos un ebitda de 362 MEUR, un 5,3% más que en 2016, sentando las bases para un prometedor 2018.



## 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](http://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).

30/09/2017 Dif 17/16

- 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.

