



A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Madrid, a 28 de octubre de 2026

Referencia: presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes al tercer trimestre del ejercicio 2026.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley del Mercado de Valores, Ebro Foods, S.A. publica como

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

la presentación anunciada esta mañana, relativa a los resultados del Grupo Ebro Foods correspondientes tercer trimestre del ejercicio 2026, 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, 20 de Madrid.

Atentamente,

Luis Peña Pazos
Secretario del Consejo de Administración



RESULTADOS 9M 2026





ÍNDICE



- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. RESULTADO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO 9M26**
 - 2.1 Arroz
 - 2.2 Pasta
- 3. RESULTADO CONSOLIDADO DEL GRUPO 9M26**
 - 3.1 Cuenta de resultados
 - 3.2 Evolución del endeudamiento
- 4. CONCLUSIÓN**
- 5. CALENDARIO CORPORATIVO 2026**
- 6. CÁLCULO MEDIDAS ALTERNATIVAS DE RENDIMIENTO**
- 7. ADVERTENCIA LEGAL**



1. Introducción

- En un trimestre marcado por importantes desafíos, la evolución de los negocios en este trimestre muestra la fortaleza y resiliencia del Grupo con unos resultados destacables.
- El tercer trimestre se ha visto afectado por (i) las olas extremas de calor, que han afectado a Europa y reducido el consumo de algunos productos, principalmente de pasta fresca, así como (ii) la reducción en la actividad de las plantas, por concentrar éste una parte significativa de las vacaciones de empleados y aprovechar así para realizar las paradas anuales de mantenimiento preventivo.
- Aunque en este trimestre el dólar se ha fortalecido, el tipo de cambio sigue siendo desfavorable en el comparativo frente al año anterior (1,161\$/€ de media al cierre frente a 1,118\$/€), y afecta por tanto a la consolidación de algo más de un tercio de nuestros resultados aportados por las filiales americanas.
- A pesar de que, tras la última revisión, los nuevos aranceles en USA han terminado con una ligera reducción, en el conjunto del año tenemos unos tipos arancelarios medios mayores que el pasado año y un dólar más débil, como ya hemos indicado. Ambos elementos perjudican a la rentabilidad de nuestras ventas desde Europa en EE.UU.
- Ha continuado la complicada situación geopolítica, agravándose con el conflicto Yemen-Arabia Saudí. Estos conflictos en Oriente Medio continúan afectando al transporte marítimo y a la disponibilidad de contenedores, provocando retrasos y mayores costes logísticos. Esta situación está teniendo especial incidencia en el negocio de Tilda en Oriente Medio y en los suministros de arroces aromáticos a Europa.
- Adicionalmente, la escasez de petróleo y gas natural derivadas de estos conflictos está provocando un encarecimiento notable de la energía y los envases plásticos, que en lo que va de año supone ya un sobre coste de 22,5 MEUR. Ello no sólo está afectando a nuestros costes sino también al consumo, consecuencia del crecimiento de la inflación. Hasta ahora hemos optado por no transferir este sobre coste a los precios.

2.1.1 Arroz 9M26

- Respecto a las materias primas, la situación sigue siendo complicada en España por los stocks acumulados de la campaña anterior en manos de los agricultores (cooperativas) y los bajos precios de importación desde los países EBA, que han provocado una reducción de los precios agrícolas frente a la pasada campaña. Adicionalmente, el comienzo de la nueva campaña se ha caracterizado por arroces con bajos rendimientos agrícolas e industriales, consecuencia de los efectos de la ola de calor sobre la cosecha y las cada vez mayores restricciones en el uso de pesticidas. Además, mantenemos algunos stocks a precios mas elevados, que tendremos que ir absorbiendo hasta principios de 2027.
- Por el contrario, en EEUU la reducción de la superficie y la subida de los precios del arroz en el cono Sur han producido un aumento de los precios en campaña. Situación similar ocurre con los aromáticos en Asia, principalmente por los efectos del Niño. Así, las cosechas de basmati y hom mali están comenzando con precios superiores al pasado año.
- En España, las ventas de Herba están creciendo, con un buen comportamiento de la marca SOS y crecimiento de vasitos microondas (+11%). Garofalo sigue creciendo en España (+20%) y los nuevos gnocchi de Brillante están teniendo buenos resultados.
- En Francia alcanzamos ya un 25% de cuota en microondas.
- En EE.UU., Riviana crece en un mercado que se mantiene plano y continúa ganando cuota en arroces aromáticos, especialidades premium (Rice Select), vasitos y doys (en RTS alcanza ya un 23,3% de cuota). La subida del coste de la materia prima ha llevado a valorar un incremento de tarifas.
- Este trimestre hemos cerrado la compra de Best Rice por 47 MUSD, una compañía arroceras dedicada a especialidades y que nos permitirá una importante realización de sinergias tras su integración en Riviana.



2.1.1 Arroz 9M26

- ❶ En Canadá, mantenemos el crecimiento y ganamos presencia tanto en los lineales como en el canal online. Sin embargo, el encarecimiento actual del basmati y del arroz estadounidense hace también necesario valorar subidas de precios.
- ❶ Tilda mantiene un buen comportamiento en microondas en Reino Unido (+7%), que compensa cierta debilidad en el seco, y continúa con un fuerte crecimiento en Oriente Medio (+21%).
- ❶ No obstante, los conflictos en Oriente Medio están complicando el transporte y elevando considerablemente los costes logísticos. A pesar de ello, se está consiguiendo mantener el suministro en los distintos mercados sin roturas de stock importantes. Así, hemos sufrido los problemas logísticos de aprovisionamiento por el cierre del estrecho de Ormuz, añadiéndose últimamente la situación en el Mar Rojo, en el estrecho de Bab el-Mandeb, con el conflicto de los huties. De este modo, el suministro a los países del Golfo se ha encarecido entre 5 y 12 veces frente a hace un año.



2.1.2 Arroz 9M26

- La cifra de ventas de la división decrece hasta 1.708,7 MEUR, debido al ajuste por la bajada de los precios de la materia prima y al tipo de cambio, que tiene un efecto de -28,7 MEUR.
- Seguimos reforzando la inversión en publicidad para los nuevos lanzamientos en todas nuestras marcas, incrementando el nivel de inversión en un 8,8%, hasta 49,3 MEUR.
- En un contexto difícil, el Ebitda-A se eleva un 2,4%, hasta 255,4 MEUR; en TAMI 26/24 lo hace un 2,8%. El tipo de cambio tiene un efecto de -4,9 MEUR en esta cifra.
- El Resultado Operativo sube un 2,7%, hasta 195,7 MEUR.

Miles de EUR	9M24	9M25	9M26	26/25	TAMI 26/24
Ventas	1.837.455	1.766.326	1.708.725	-3,3%	-3,6%
Publicidad	45.213	45.268	49.260	8,8%	4,4%
Ebitda-A	241.487	249.382	255.405	2,4%	2,8%
Margen Ebitda-A	13,1%	14,1%	14,9%	-	-
Ebit-A	188.738	193.515	199.274	3,0%	2,8%
Rtdo. Operativo	185.064	190.534	195.705	2,7%	2,8%



2.2.1 Pasta 9M26

- Nuestro negocio global de pasta fresca se ha visto afectado este verano por las olas de calor y el encarecimiento logístico. La elevada inflación tampoco ayuda a empujar el consumo de pasta fresca.
- Nuestro mercado en EE.UU. sigue afectado por los aranceles, ahora revisados al 10% (frente al 6,4% en el fresco y algo menos del 1% en pasta seca, antes de las subidas) y la debilidad del dólar, que están impactando en 4 MEUR en la rentabilidad en lo que va de año por las exportaciones de nuestras filiales europeas a USA.
- Seguimos pendientes de la posible aplicación de aranceles adicionales (anti-dumping) a la pasta seca italiana exportada a USA, que se encuentran en todo caso suficientemente provisionados.
- Han comenzado los trabajos para preparar la planta que adquirimos en St. Charles (Missouri) para Bertagni, con el objetivo de comenzar la producción local en EE.UU e iniciar paulatinamente su actividad durante 2027.
- En Francia, Lustucru incrementa sus ventas en volumen, gracias principalmente a los gnocchi. Tenemos que destacar el éxito del lanzamiento de la pasta rellena a la sartén.
- Garofalo, como ya comentamos, ha sufrido en el primer semestre con la implementación de SAP Hana y los niveles de servicio. Mantiene el crecimiento en Italia sin subir precios, sigue creciendo a doble dígito en España y EE.UU., y ha iniciado en octubre la campaña publicitaria de su nueva pasta alta en proteína, Strapasta. Continúan las inversiones en nuevas líneas de producción y en el almacén automatizado, cuya finalización está prevista para finales de 2027 y que supone 79 MEUR de inversión.



2.2.2 Pasta 9M26

- La facturación crece un 1,5%, hasta 518,7 MEUR. El tipo de cambio tiene un efecto de -1,1 MEUR (por la consolidación de nuestra filial canadiense).
- El gasto en publicidad es de 24,1 MEUR, sin incluir la campaña publicitaria en España para apoyar el lanzamiento de los gnocchi.
- El Ebitda-A de la división decrece un 15,0%, hasta 63,9 MEUR, por el tipo de cambio, los aranceles, los costes logísticos y energéticos y los problemas de Garofalo en el primer semestre.
- El Resultado Operativo decrece un 41,2%, hasta 34,6 MEUR, debido a que el resultado del pasado año incluía en extraordinarios 12 MEUR de plusvalía por la venta de un almacén en Francia.

Miles de EUR	9M24	9M25	9M26	26/25	TAMI 26/24
Ventas	512.465	510.976	518.705	1,5%	0,6%
Publicidad	27.604	27.223	24.137	-11,3%	-6,5%
Ebitda-A	79.379	75.085	63.857	-15,0%	-10,3%
Margen Ebitda-A	15,5%	14,7%	12,3%	-	-
Ebit-A	53.864	48.640	35.647	-26,7%	-18,6%
Rtdo. Operativo	67.354	58.894	34.616	-41,2%	-28,3%



3.1 Cuenta de Resultados 9M26

- La cifra de ventas consolidada decrece un 2,3%, hasta 2.223,9 MEUR, por la bajada de precios de la materia prima y la devaluación del dólar.
- El Ebitda-A decrece un 1,4%, hasta 307,0 MEUR. El margen Ebitda-A crece hasta 13,8%. La divisa ha tenido un efecto de -4,9 MEUR en este resultado.
- El Beneficio Neto* decrece un 2,7%, hasta 150,0 MEUR, al beneficiarse el pasado año de los 12 MEUR en extraordinarios.
- El ROCE-A iguala el 13,3% del pasado año.

	9M24	9M25	9M26	26/25	TAMI 26/24
Ventas	2.346.818	2.275.976	2.223.912	-2,3%	-2,7%
Publicidad	72.671	72.323	72.913	0,8%	0,2%
Ebitda-A	308.023	311.463	306.997	-1,4%	-0,2%
Margen Ebitda-A	13,1%	13,7%	13,8%	-	-
Ebit-A	228.552	228.098	221.242	-3,0%	-1,6%
Rtdo. Operativo	239.831	235.085	216.952	-7,7%	-4,9%
Rtdo. Antes Impuestos	246.071	234.620	216.087	-7,9%	-6,3%
Beneficio Neto	169.222	154.302	150.073	-2,7%	-5,8%
ROCE-A %	14,1	13,3	13,3	-	-

*Resultado neto atribuido a la sociedad dominante



3.2 Evolución del Endeudamiento

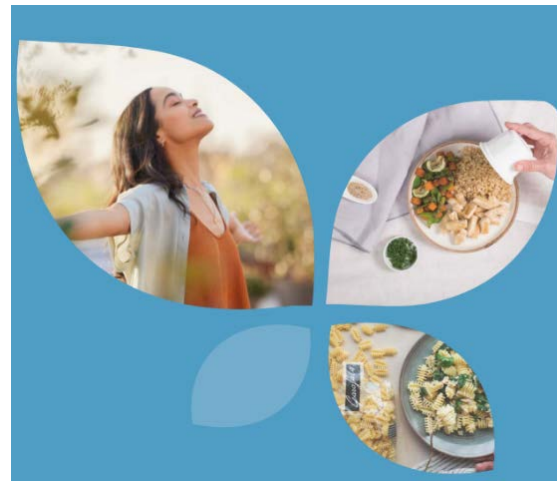
- Acabamos los primeros nueve meses del año con una Deuda Neta de 450,1 MEUR, una reducción por tanto de 79,3 MEUR respecto a diciembre del 2025. Esta cifra recoge los pagos efectuados del dividendo anual por importe de 111,6 MEUR. Esta cifra también incluye la compra de Best Rice por 47 MUSD.
- El Circulante disminuye 59,3 MEUR sobre el cierre del ejercicio anterior, debido tanto a la reducción de inventarios como de sus precios.
- Resaltar que la contabilización de los puts que tenemos con los minoritarios de algunos negocios asciende a 159 MEUR, tras la compra del 100% de Bertagni, y la deuda contabilizada en relación a la NIIF 16 asciende a 43 MEUR.
- El impuesto de sociedades en los primeros nueve meses de 2026 es de 55,9 MEUR.
- Las inversiones en Capex durante estos nueve meses suman un total de 111 MEUR, incluyendo la compra de la planta de Missouri.

Miles de EUR	30 Sep 24	31 Dic 24	30 Sep 25	31 Dic 25	30 Sep 26	26/25	TAMI 26/24
Deuda Neta	511.380	593.174	578.499	529.393	450.081	-22,2%	-6,2%
Deuda neta media	530.755	529.868	602.425	600.621	490.866	-18,5%	-3,8%
Fondos Propios	2.220.105	2.329.616	2.216.593	2.304.765	2.418.577	9,1%	4,4%
Apalancamiento DN	23,0%	25,5%	26,1%	23,0%	18,6%	-28,7%	-10,1%
Apalancamiento DNM	23,9%	22,7%	27,2%	26,1%	20,3%	-25,3%	-7,9%
x Ebitda-A (DN)		1,44		1,30			
x Ebitda-A (DNM)		1,28		1,40			



4. Conclusión

- Concluimos satisfactoriamente los nueve primeros meses del ejercicio 2026 con un Ebitda-A de 307,0 MEUR, lo que supone una pequeña bajada del 1,4% frente al año anterior, con un impacto por el tipo de cambio de -4,9 MEUR en la consolidación.
- Para el cierre del ejercicio se prevé que obtendremos un Ebitda-A de entre 410-415 MEUR, lo que supondría una ligera reducción frente al pasado año, con un impacto previsto por el tipo de cambio de entre 4 y 5 MEUR a fin de año, y en un contexto muy complejo de encarecimiento de los costes energéticos y logísticos. Una superación de la crisis energética sentaría las bases para una mejora del resultado en base anual en torno a 30 MEUR.
- A pesar del contexto inflacionario, nuestras marcas siguen creciendo en las categorías de mayor valor añadido, especialmente en microondas, arroces aromáticos y gnocchi. Hay que destacar los buenos resultados de Riviana y Tilda en arroz y de Lustucru y Bertagni en pasta.
- Se continúa trabajando en el lanzamiento de nuevos productos, la entrada en nuevos mercados y clientes, y las inversiones en capacidad productiva para impulsar el crecimiento, mejorar la eficiencia y reforzar las marcas, ampliando nuestro portafolio. Destacar así las inversiones de ampliación de capacidad en curso en Garofalo, Bertagni US y nuestro negocio de congelados en Alemania.
- Este trimestre hemos cerrado la compra de Best Rice y estamos analizando otras posibles inversiones que se podrían cerrar en el primer trimestre del próximo año.



5. Calendario Corporativo

En el año 2026 Ebro continúa con su compromiso de transparencia y comunicación y así adelantamos nuestro Calendario Corporativo para el ejercicio:

- | | |
|-----------------|--|
| ➤ 25 de febrero | Presentación resultados cierre 2025 ✓ |
| ➤ 1 de abril | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,23 EUR/acc) ✓ |
| ➤ 30 de abril | Presentación resultados 1er trimestre 2026 ✓ |
| ➤ 30 de junio | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,23 EUR/acc) ✓ |
| ➤ 29 de julio | Presentación de resultados del 1er semestre 2026 ✓ |
| ➤ 1 de octubre | Pago cuatrimestral de dividendo ordinario (0,23 EUR/acc) ✓ |
| ➤ 28 de octubre | Presentación resultados 9M26 ✓ |

Caring
for You &
the Planet



6. Cálculo Medidas Alternativas de Rendimiento

- 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-A. 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). El EBITDA-A está calculado de forma consistente con el EBITDA-A de años anteriores.
- EBIT-A. El EBIT-A se calcula trayendo del EBITDA-A la amortización del ejercicio. El EBIT-A está calculado de forma consistente con el EBIT-A de años anteriores.

	<u>9M 2024</u>	<u>9M 2025</u>	<u>9M 2026</u>
EBITDA(A)	308.023	311.463	306.997
Dotaciones para amortizaciones	(79.471)	(83.365)	(85.755)
EBIT(A)	228.552	228.098	221.242
Ingresos no recurrentes	17.781	14.202	4.995
Gastos no recurrentes	(6.502)	(7.215)	(9.285)
RESULTADO OPERATIVO	239.831	235.085	216.952

- CAPEX. Pagos por inversiones en activos fijos productivos.
- Deuda Neta:

	<u>30/09/2024</u>	<u>30/09/2025</u>	<u>30/09/2026</u>
(+) Pasivos financieros no corrientes	164.257	196.243	300.540
(+) Otros pasivos financieros corrientes	823.855	669.446	436.706
(-) Préstamos a empresas asociadas	(1.122)	(1.122)	(1.122)
(-) Suma de fianzas a pagar	(85)	(39)	(38)
(-) Tesorería y otros activos líquidos	(474.221)	(286.946)	(285.667)
(-) Derivados – activo	(2.046)	(2.103)	(1.324)
(+) Derivados – pasivo	742	3.020	986
TOTAL DEUDA NETA	511.380	578.499	450.081

- Deuda Neta (media): La deuda neta media se corresponde con la media móvil de un período de 12 meses del cálculo de deuda neta anterior.
- Capital Circulante (medio). Media móvil de un período de 12 meses de la suma de existencias, clientes por ventas y prestaciones de servicios, otras partidas deudoras menos acreedores comerciales y otras deudas corrientes.
- Capital Empleado (medio). Media móvil de un período de 12 meses de la suma de intangibles, propiedades, planta y equipo y capital circulante.
- ROCE-A: Cociente entre el resultado medio después de amortizaciones y antes de impuestos del último período de doce meses (sin extraordinarios o no recurrentes) dividido entre el capital empleado medio definido anteriormente. El ROCE-A está calculado de forma consistente con el ROCE de años anteriores.

7. 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 del Grupo son los mismos que se detallan en las Cuentas Anuales Consolidadas y en su Informe de Gestión correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2025 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 estadounidense, y a variaciones de los tipos de interés.