

A person is silhouetted against a bright background, standing in a doorway or open structure. They are looking out onto a long, straight dirt road that stretches into the distance. The road is flanked by green trees and vegetation. The sky is clear and blue. The overall scene is bright and sunny, suggesting a rural or agricultural setting.

Una balsa de aceite en medio de la tormenta
Presentación resultados primer semestre 2012

30 de julio, 2012

deoleo

AVISO LEGAL

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de Deoleo, S.A. o de su dirección a la fecha de realización del mismo.

Estas manifestaciones de futuro o previsiones no constituyen garantías de un futuro cumplimiento, encontrándose condicionadas por riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes, que podrían determinar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los puestos de manifiesto en estas intenciones, expectativas o previsiones.

Deoleo, S.A. no se obliga a informar públicamente del resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas manifestaciones para adaptarlas a hechos o circunstancias posteriores a esta presentación, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier otra posible circunstancia sobrevenida.

Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por el Deoleo y, en particular, por los analistas e inversores que manejen el presente documento.

Se puede consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por el Deoleo en los organismos supervisores y, en particular, en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

El presente documento contiene información financiera no auditada, por lo que no se trata de una información definitiva, que podría verse modificada en el futuro.



Índice

1. Destacado del periodo
 2. Entorno general
 3. Entorno materia prima
 4. Evolución de los negocios
 5. Situación financiera y otros acontecimientos
 6. Conclusión
- Anexo - Evolución precio de materia prima



1. Destacado del periodo

- En un entorno macro tremendamente complicado que afecta significativamente al consumo, los resultados del semestre apuntan a que podremos alcanzar los objetivos anuales y continúan muy por encima del mismo período del ejercicio anterior.
- La estrategia de reducción de peso de las operaciones de marca blanca, buscando la máxima rentabilidad sobre el capital empleado y la bajada del precio de materia prima en aceite de oliva, que ha sido inferior en un 4,8% al año pasado, han reducido las ventas en euros un 14% comparado con el período anterior.
- El EBITDA se ha incrementado un 38% consolidando la mejora de márgenes y las medias de eficiencia llevadas a cabo a lo largo de 2011. Continuamos trabajando con un margen de rentabilidad que ya está en el 9,5% sobre ventas, muy cercano al doble dígito y tras haber invertido un 40% más en publicidad. El EBITDA ha alcanzado los €38,1mm frente a los €27,5 mm del primer semestre de 2011.
- El BDI se ha visto afectado en €7,1 mm por el registro del resultado de una inspección fiscal en Italia y tras este efecto se ha situado en €- 4,2 mm frente a los €-7,4 mm a finales de junio de 2011.
- La deuda financiera neta a 30 junio es de €639 mm que representa una reducción de €228 mm con respecto a la misma fecha del año anterior, con una reducción con respecto al 31 de diciembre 2011 en €23 mm.

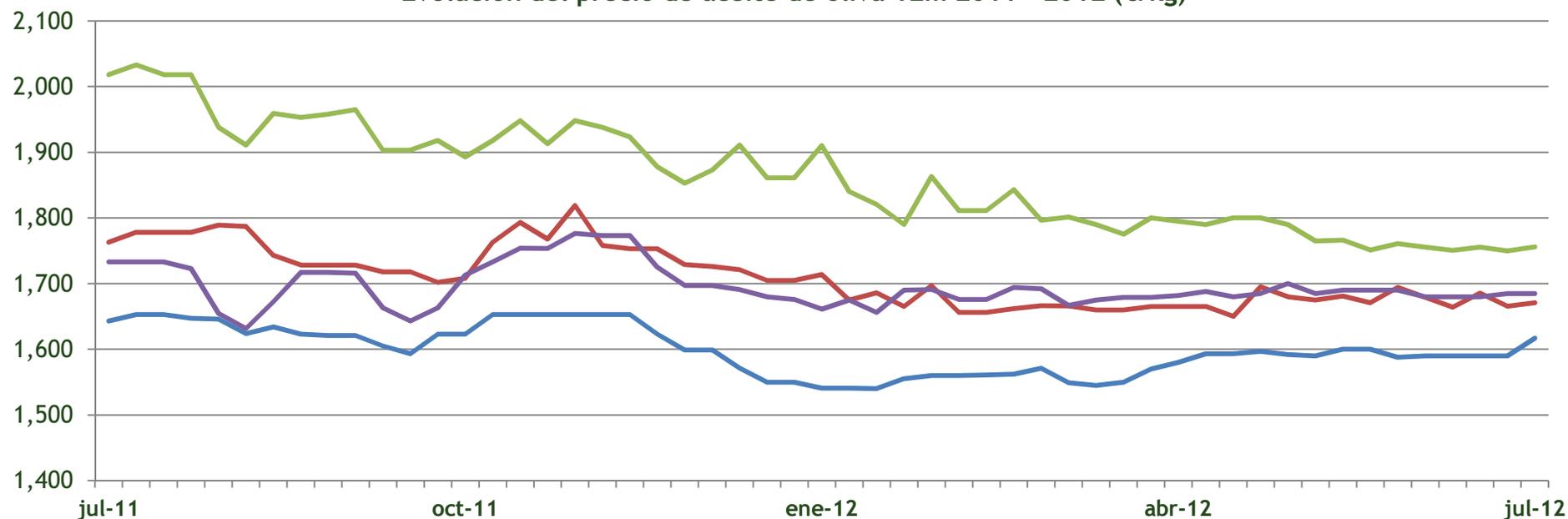
2. Entorno general

- En España se está corrigiendo la tendencia bajista anotada en el primer trimestre del año. Hasta junio el mercado del aceite de oliva ha caído un 2,5% en volumen y un 3,5% en valor comparado con el mismo periodo el año pasado según Nielsen.
- En Italia el mercado continúa estable registrándose ligeros crecimientos a nivel global que proceden principalmente del segmento de virgen extra.
- En EE UU el mercado del aceite de oliva que cubre Nielsen ha intensificado su crecimiento interanual hasta el 3,8% con respecto al mismo período del ejercicio anterior impulsado por la estabilidad en los precios y el tipo de cambio.
- El mercado del aceite de girasol ha atenuado la caída que venía experimentando situándola en un 1,2% en España y un 3% en Italia, sin embargo en valor esta categoría sube por el traslado de los precios.

3. Entorno materia prima - Aceite de oliva

- El precio del aceite de oliva se ha mantenido plano durante el primer semestre de 2012. Con respecto al 1er semestre de 2011 el precio promedio para la calidad lampante ha sido un 5,8% inferior.
- Lo más destacable es que la diferencia entre virgen extra y lampante se estrecha ya que el precio de VE sigue bajando y con una relativa escasez de lampante.
- Debemos esperar hasta el final del verano para poder calibrar el efecto de la sequía en la próxima cosecha que en todo caso, nuestra estimación es de una cosecha no menor de 1.100.000 tns.

Evolución del precio de aceite de oliva 12m 2011 - 2012 (€/kg)



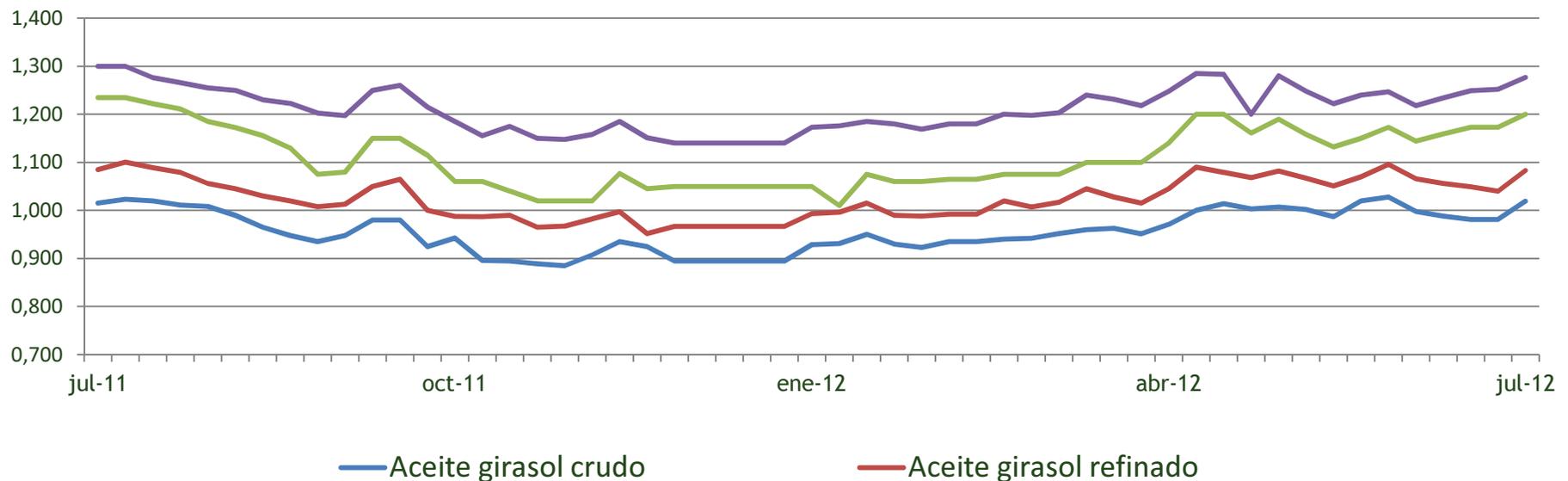
Fuente: Poolred

— Aceite oliva lampante
— Aceite oliva extra virgen
— Aceite oliva virgen
— Aceite oliva refinado

3. Entorno materia prima - Aceite de semilla

- El precio del aceite de soja está en máximos debido a malas cosechas en el hemisferio sur y al calor extremo que viven las zonas productoras en EE UU.
- El precio de soja afecta también el aceite de girasol, sin embargo las muy buenas expectativas para la cosecha de la zona del Mar Negro pesan más y se prevé una posible tendencia bajista en el precio del girasol para el resto del año.
- La cosecha española será inferior a la del año anterior por lo que se espera una cierta volatilidad.
- En España, los precios del aceite de girasol se han incrementado durante el primer semestre del año (+9,7%), comparando con el 1er semestre de 2011 el precio promedio ha sido un 5,3% inferior.

Evolución del precio de aceite de semilla 12m 2011 - 2012 (€/kg)



Fuente: Oleo

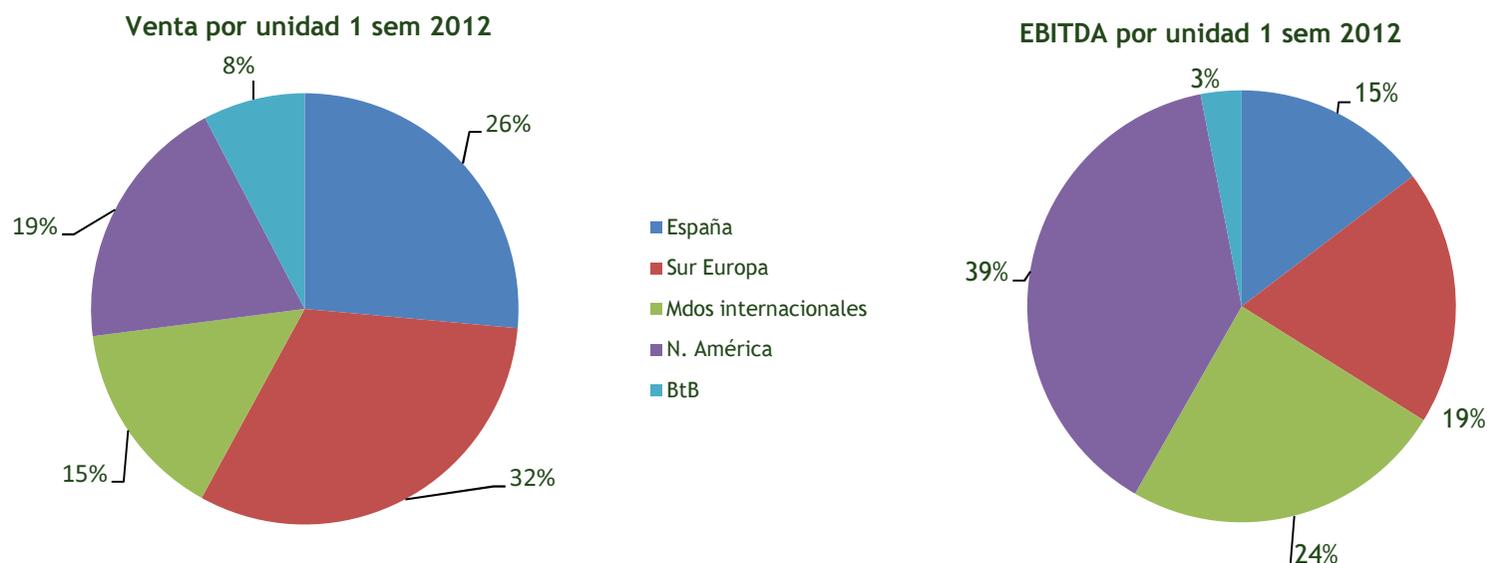
4. Evolución de los negocios

- Estamos mejorando nuestros márgenes de venta consecuencia de un mix con más valor añadido y también gracias a mejores costes de producción.
- Continuamos apostando por la diferenciación buscando facilitar la vida a consumidor, con esta premisa hemos lanzado nuestra gama de sprays de aceite de oliva con uso para plancha o pasta y ensaladas.
- Somos los proveedores oficiales del Basque Culinary Center, una institución de referencia mundial en el estudio y formación de la gastronomía.
- Hemos llegado a un acuerdo para patrocinar la escudería española HRT en Formula Uno, esta actividad publicitaria moderniza la imagen de nuestras marcas y les da notoriedad ya que nos permite estar presentes en un evento de máxima difusión en los medios de todo el mundo.
- Estamos ocupando espacio en medios de determinados países en un esfuerzo para revigorizar nuestra marca, ej. Francia, España, EE UU etc.



4. Evolución de los negocios

- Como consecuencia del nuevo modelo organizativo hemos configurado un nuevo sistema de reporting interno que permite analizar con mayor precisión el comportamiento de los negocios:
 - España
 - Sur de Europa: registra la actividad en Italia, Austria, Suiza , Francia y Bélgica.
 - América: incorpora los negocios desarrollados en EE.UU, Canadá y México.
 - Mercados Internacionales: anota la cuenta de resultados de nuestra actividad en el resto de países.
 - BtB: Gestiona las ventas a clientes industriales y de productos especiales derivados de los procesos de fabricación.
 - Corporativo: recoge las actividades intragrupo de servicios centrales y producción.



4. Evolución de los negocios

- Las medidas de ajuste implementadas durante 2011 han dado lugar a que la plantilla se haya reducido en un 60% desde el 31 de diciembre 2010.

Evolución plantilla Deoleo (al cierre del periodo)				Variación
País	31/12/2010	31/12/2011	30/06/2012	2012/2010
España	868	574	440	-49%
Portugal	63	0	0	-100%
Italia	360	320	316	-12%
Europa Central	79	28	24	-70%
Norte América	210	67	55	-74%
Méjico	544	9	9	-98%
Guyana	19	3	3	-84%
Australia	6	5	8	33%
Total Deoleo	2149	1006	855	-60%

5. Situación financiera y otros acontecimientos

- A continuación se ofrecen las principales rúbricas de la cuenta de resultados de los tres últimos ejercicios a perímetro comparable.

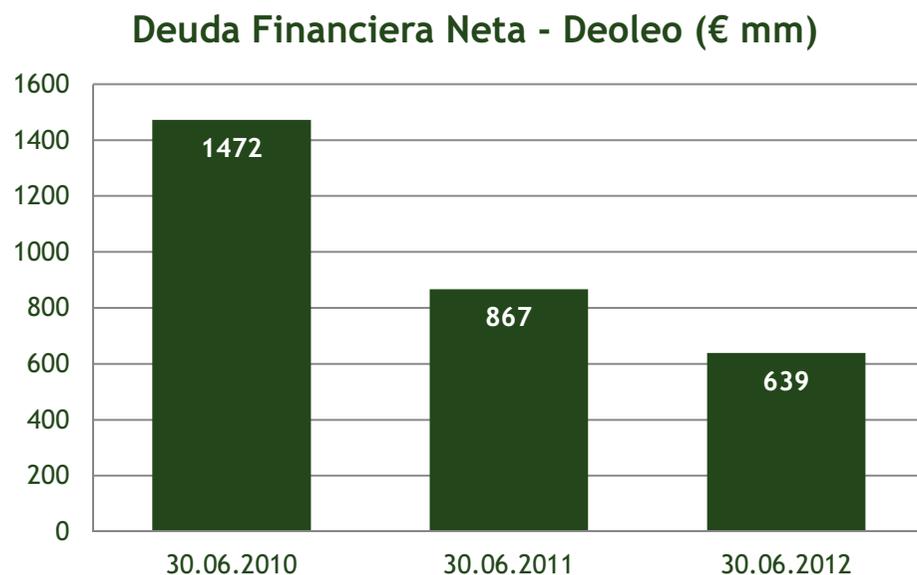
CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO

(Miles de euros)	1 sem 2012	Var 1 sem 12 vs 11	1 sem 2011	Var 1 sem 11 vs 10	1 sem 2010	TACC 2010 - 12
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	399.271	-14,0%	464.067	-9,3%	511.844	-11,7%
PUBLICIDAD	10.108	40,6%	7.189	-13,0%	8.266	10,6%
EBITDA	38.110	38,3%	27.553	-28,7%	38.620	-0,7%
% EBITDA / Importe neto negocio	9,54%	60,8%	5,94%	-21,3%	7,55%	12,5%
BAI	9.234	<i>n.a.</i>	-1.441	-95,6%	-33.035	<i>n.a.</i>
BDI	-4.193	-43,3%	-7.389	-63,6%	-20.297	-54,5%

- La reducción de los precios de la materia prima y la pérdida de volumen consecuencia de la práctica eliminación de las ventas de marca blanca han dado lugar a la bajada en un 14% en la cifra de ventas.
- Sin embargo la rentabilidad ha crecido sustancialmente pasando el ratio EBITDA/Ventas del 5,9% en 2011 al 9,54% en el semestre en curso. Más eficiencia, más valor añadido y apoyo de la marca son los drivers para este importante crecimiento en la rentabilidad.
- Una parte sustancial de estas mejoras en los márgenes se devuelven a las marcas vía publicidad lo que nos permite mantener nuestro liderazgo y ser la referencia cara al consumidor.
- El BDI se ha visto afectado por el registro del resultado de una inspección fiscal sobre nuestras empresas en Italia. En todo caso, hemos conseguido reducir las pérdida que veníamos arrastrando en anteriores ejercicios.

5. Situación financiera y otros acontecimientos

- La deuda financiera neta (DFN) del grupo a 30 de junio de 2012 es de €639 mm lo que supone una reducción de €228 mm con respecto al primer semestre de 2011 y de €23 mm comparado con el 31 de diciembre 2011.
- A 30 de junio cumplimos los ratios establecidos en el contrato de financiación del grupo.

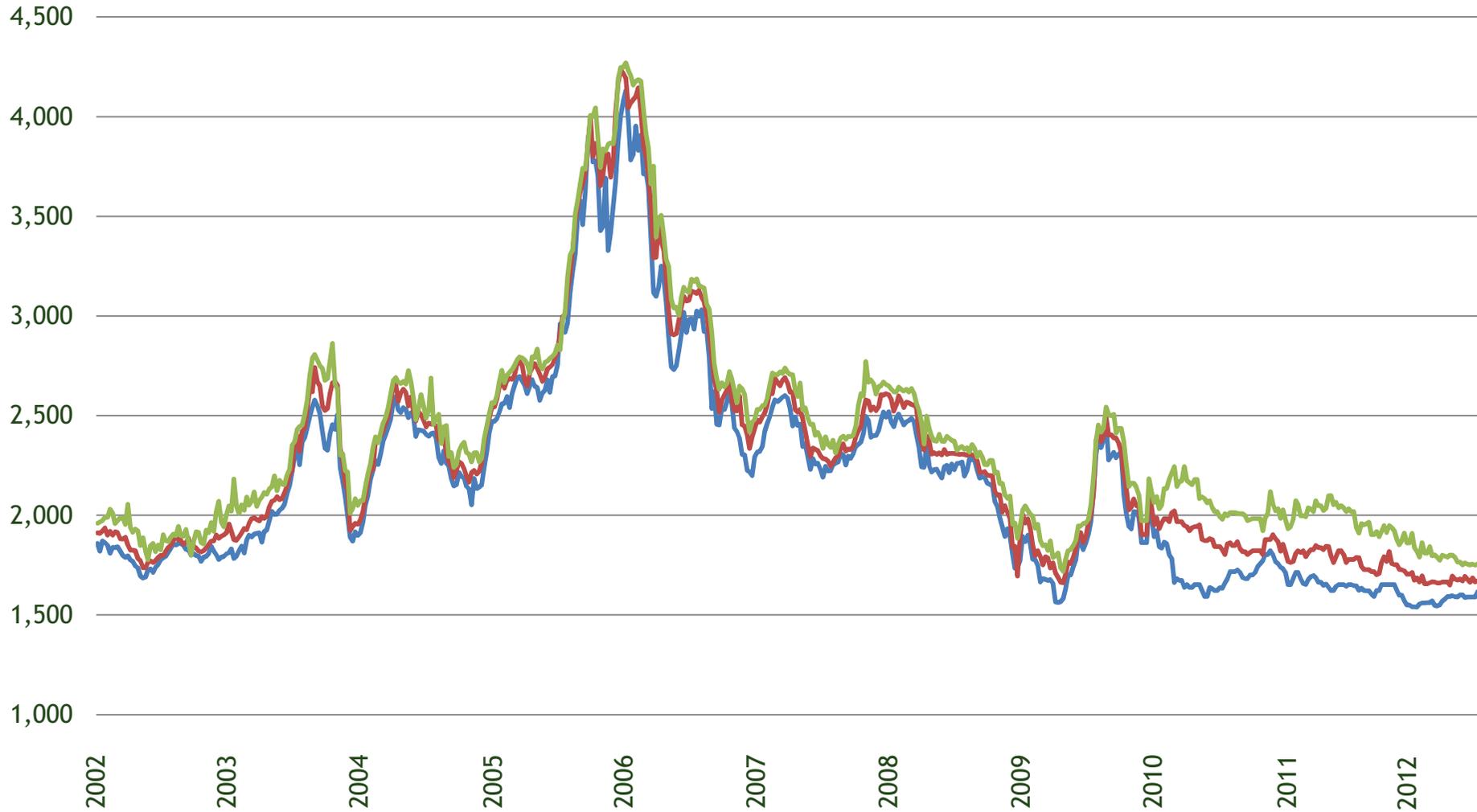


6. Conclusión

- Estamos trabajando con un nuevo concepto de compañía, renovada, transparente e ilusionada que en un entorno de estrés y contracción de la economía está triunfando.
- Hemos trabajado y seguiremos trabajando en los costes, pero también en el I + D acercando nuestro conocimiento al consumidor y estamos dedicando recursos para alimentar nuestras marcas, para dar a conocer al público la excelencia de nuestros productos.
- Vamos a incrementar nuestra presencia en los mercados emergentes con nuevas alianzas y con creación de filiales, lo que nos permitirá aumentar la capacidad de dar a conocer nuestros productos a nuevos consumidores alimentando el crecimiento futuro.
- La generación de caja también nos está permitiendo rebajar nuestro endeudamiento dando de esta forma confort a nuestros acreedores bancarios que nos han apoyado.
- Deoleo está convirtiéndose en un proyecto capaz de navegar como en una balsa de aceite en medio de la tormenta en la que estamos. La fortaleza de nuestras marcas y el empuje comercial de nuestros equipos nos permitirá hacerlo.
- El año 2012 va a ser el de la consolidación de nuestra compañía, un proyecto sólido y con capacidad de crecimiento.

Anexo - Evolución precio aceite de oliva

Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2012 (€/kg)

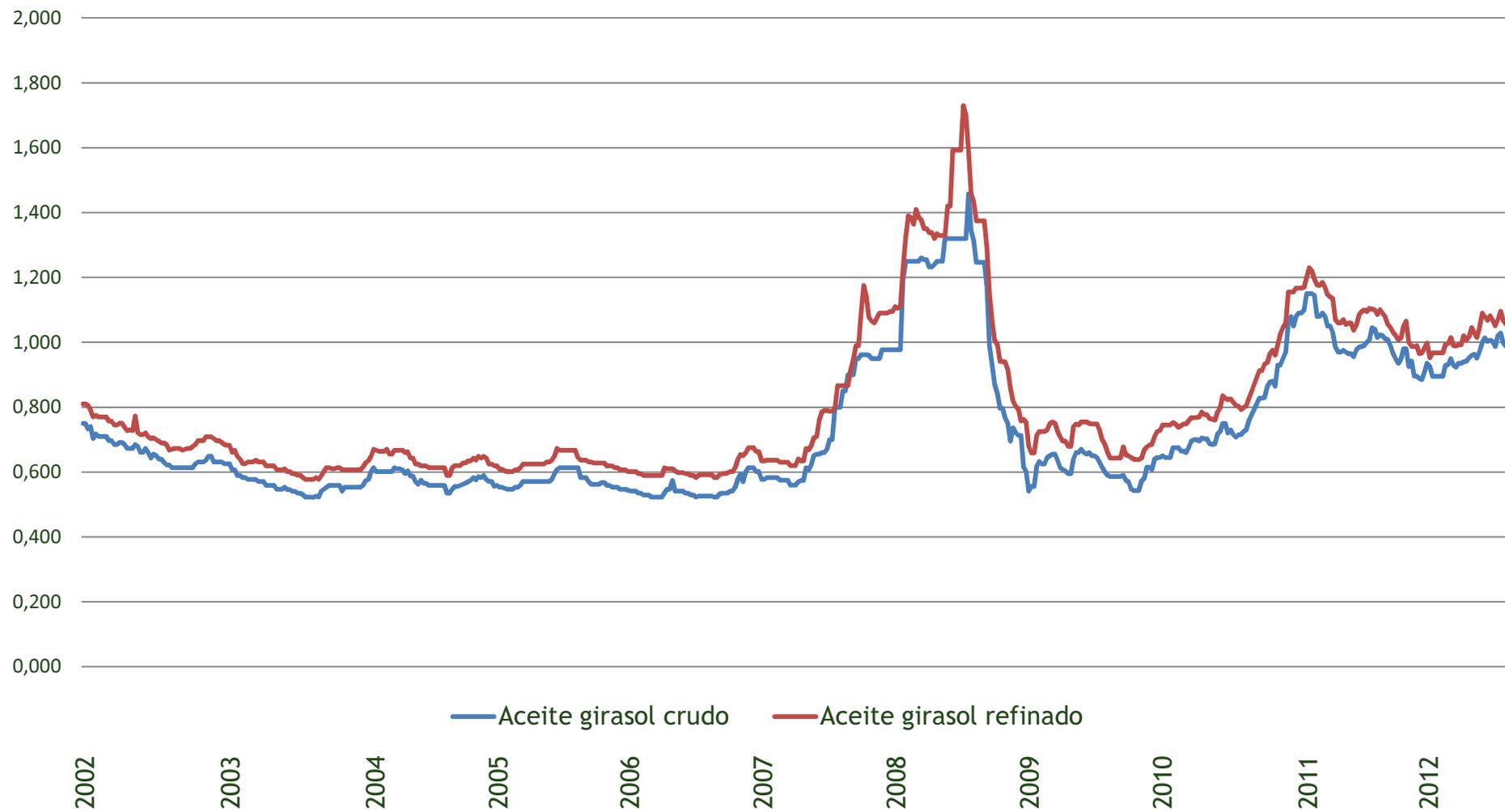


Fuente: Poolred

— Aceite oliva lampante — Aceite oliva virgen — Aceite oliva extra virgen

Anexo - Evolución precio aceite de semillas

Evolución del precio de aceite de girasol 2002- 2012 (€/kg)



Fuente: Oleo

de oleo



WEB: WWW.DEOLEO.EU

TICKER: OLE