

RESULTADOS 1S 2023

Deoleo se apalanca en su sólida estrategia y en la defensa del margen ante el contexto más retador de los últimos años

- En un escenario de alta complejidad para el sector con precios históricamente altos, el grupo ha priorizado la defensa de la rentabilidad, apalancándose en la fortaleza de sus marcas y protegiendo sus márgenes unitarios.
- A pesar de la escasez de la materia prima, las ventas se han mantenido, registrándose una caída en los volúmenes en línea con la reducción que experimenta el consumo global a consecuencia de los altos precios del aceite de oliva.
- El EBITDA se ha visto impactado, situándose en €12,7M al cierre del semestre.
- La caída de los márgenes comerciales, junto con un mayor gasto financiero derivado de la subida de tipos de interés y los costes de la novación de la deuda de la compañía, ha llevado al grupo a registrar pérdidas netas de €9,7M.
- A pesar de los retos, la compañía ha continuado avanzando en su hoja de ruta en términos de inversión en sostenibilidad, calidad e innovación.

Madrid, 25 de septiembre de 2023. Deoleo, compañía número uno de aceite oliva a nivel mundial, ha hecho frente a uno de los semestres más retadores en la historia reciente del sector. En este contexto, ha focalizado sus esfuerzos en defender sus márgenes unitarios así como en continuar con la hoja de ruta marcada en su estrategia, apalancándose en la solidez de sus marcas y en la inversión en sostenibilidad, calidad e innovación, frente a la constante subida del precio de la materia prima en un contexto de inflación y continuas subidas de los tipos de interés.

Los resultados están en línea con las estimaciones previstas para el periodo. La compañía ha priorizado la defensa del margen unitario, que ha crecido ligeramente y ha permitido aumentar también la cifra de ventas en un 0,6% en términos interanuales. Esto ha sido posible tanto gracias al traslado parcial a los clientes del incremento de los precios experimentados en toda la cadena como a la solidez de las marcas del grupo y la eficiencia mostrada por toda la cadena de suministro de la compañía.

Sin embargo, la escalada de precios ha afectado al consumo de aceite de oliva y por lo tanto, se ha producido una reducción en los volúmenes de venta en un 21,9% con respecto al año anterior. La bajada en los volúmenes ha afectado a las cuotas de las marcas en beneficio de la marca de distribución.

Esta caída de volúmenes ha provocado una erosión en los márgenes que no ha podido ser compensada por el incremento de precios, impactando a su vez al EBITDA, que se ha situado en los €12,7M, un 43% menos en términos interanuales. Por otro lado, tanto la subida de tipos de interés, como los costes de la novación de la deuda de la compañía han supuesto un impacto de 8 millones de mayor gasto financiero durante el período. Esto ha llevado a que se registren unas pérdidas netas de €9,7M.

En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo: *“A lo largo de esta primera mitad del año hemos hecho frente a un contexto histórico por la complejidad de los acontecimientos. A pesar de los retos, desde Deoleo hemos reaccionado con agilidad, defendiendo el margen y apoyándonos en la resiliencia de nuestras icónicas marcas. También hemos seguido priorizando e impulsando la sostenibilidad, calidad e innovación, pilares estratégicos con los que estamos firmemente comprometidos. De cara al desafiante contexto de la segunda mitad del año, continuaremos avanzando en nuestra hoja de ruta desde nuestra posición de liderazgo en el sector. Nuestros accionistas de referencia CVC y Alchemy se muestran tranquilos y satisfechos ante la evolución de la compañía y confían en que el trabajo realizado revierta en resultados una vez el mercado vuelva a la normalidad”.*

Contexto históricamente retardador

Tanto la falta de lluvias como los episodios de calor extremo y prolongado han llevado a una baja disponibilidad de la materia prima y por tanto, a una subida histórica de los precios en más de un 90%. La baja producción ha sido tanto en términos de cantidad como de calidad, resultando en que los aceites de alta calidad se paguen a precios muy elevados.

Esta escasez ha llevado al grupo a usar su capilaridad en la compra y hacer acopio de mayores volúmenes de stocks, para asegurar tanto la calidad y disponibilidad de los productos.

La escalada en los precios de la materia prima también ha afectado al consumo, especialmente en los mercados maduros como España e Italia, con una disminución del consumo interanual superior a dos dígitos en ambos. En Estados Unidos, donde la demanda sigue muy fuerte, la reducción ha sido, al cierre semestre, prácticamente inexistente.

Apuesta firme por la hoja de ruta

En definitiva, el sector va a continuar enfrentándose a un contexto de incertidumbre marcado tanto por la falta de calidad como cantidad con precios elevados. Desde el grupo se va a priorizar la hoja de ruta marcada en su plan estratégico, impulsando la sostenibilidad, así como la calidad y la innovación.

Perspectivas: misma tónica hacia final de año

La segunda mitad del año será incluso más retardadora. La última estimación de la UE para la cosecha de aceite de oliva de la campaña en curso prevé una producción mundial de 2,5 millones de toneladas, un 27% menos que en la campaña anterior y un 24% inferior a la media de las últimas cinco campañas precedentes. Esta bajada se concentra en los países de la Unión Europea, donde se estima una caída del 40%, mientras que para el resto de los países productores la caída prevista es del 1%.

-FIN-

Deoleo

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial, presente en más de 70 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 11 países. Deoleo cuenta con marcas líderes a nivel mundial como Bertolli -la marca líder en el mundo- Carapelli y Sasso, así como las marcas españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo y su estrategia de sostenibilidad 2030, por favor, visite www.deoleo.com/sostenibilidad

###

Contacto

Deoleo

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación
jose.bonache@deoleo.com

LLYC

deoleo@llorenteycuenca.com
91 563 77 22