

La situación provocada por la guerra de precios en EEUU lleva a Deoleo a un resultado negativo de 63,9 millones de euros

- **Deoleo se ha mantenido firme en su estrategia a largo plazo de calidad y valor frente a la política de volúmenes y bajos precios seguida por algunos competidores en EEUU.**
- **Esa situación en EEUU ha llevado a la compañía al registro de un deterioro de activos de 37,4 millones que, junto al efecto del tipo de cambio en Norteamérica, por importe de 8,3 millones, han contribuido a tener un resultado negativo de 63,9 millones de euros.**
- **El EBITDA ha sido de 12,6 millones, lastrado por la caída de la rentabilidad en EEUU debido a las políticas comerciales agresivas de algunos competidores y por la mayor inversión en publicidad y promociones para impulsar las marcas y defender la estrategia de valor y calidad de Deoleo.**
- **La ampliación de capital para desarrollar los planes de crecimiento de la compañía se está ejecutando según el calendario previsto y se espera que se cierre a finales del mes de octubre.**

Madrid, 25 octubre 2018.- Deoleo registró en los nueve primeros meses del año un resultado negativo de 63,9 millones de euros debido a varios factores. La implementación de una estrategia a largo plazo para revalorizar el aceite de oliva ha llevado a la compañía a realizar inversiones para apoyar sus marcas y contrarrestar la estrategia de volumen y precio que impera en mercados clave como España o Estados Unidos. Estas inversiones no tienen un resultado inmediato, ya que se trata de un proyecto a largo plazo que aspira a transformar el sector y consolidar un modelo de calidad y valor beneficioso para todos los participantes del mercado.

En este contexto, el resultado se ha visto lastrado por el impacto del deterioro de activos registrado en el mes de junio en las unidades de negocio de Sur de Europa y Norte América por un importe de 37,4 millones de euros, así como por el efecto del tipo de cambio en Norteamérica, que se calcula en 8,3 millones. A ello se une una inversión adicional en publicidad para revertir la situación en EEUU por valor de 5,2 millones de euros. Sin estos efectos extraordinarios, el resultado neto habría sido negativo en 12,7 millones de euros.

En Estados Unidos la categoría de aceite de oliva se está deteriorando como consecuencia de políticas comerciales agresivas de determinados competidores que priman el volumen a precios bajos sobre el valor, provocando la banalización de dicho mercado y la consecuente devaluación de los activos asociados al mismo. Esta política de precios, sin embargo, no ha conseguido animar al consumo, que ha descendido un 1,5% en este periodo.

Esta bajada ha sido aún más acusada en Italia, donde el consumo de aceite de oliva ha caído un 6%. Todo ello, unido al descenso de los precios de la materia prima, en torno a un 30%, ha motivado una bajada de los ingresos de Deoleo en los nueve primeros meses del año del 11,1%, hasta los 456,1 millones de euros.

El EBITDA de este periodo ha sido de 12,6 millones de euros, un 53,1% menos, por el mencionado impacto del tipo de cambio en Norteamérica, por la necesaria inversión adicional en publicidad y promociones y por la pérdida momentánea de margen en Estados Unidos debido a las inversiones extraordinarias realizadas

En España la orientación al valor, la calidad y la marca ha dado la vuelta a la situación complicada de este mercado de hace unos años y ya se está dejando notar en los resultados. Así, el consumo en España ha crecido en torno a un 1% por la recuperación del segmento del virgen extra y las marcas del grupo han ganado cuota de mercado, especialmente en virgen extra, apoyado por los nuevos lanzamientos *premium*, como Carbonell Magna y la nueva línea Hojiblanca.

En Italia, el posicionamiento de Deoleo, centrado en la calidad, ha mejorado en un mercado con márgenes deteriorados y con caídas de volúmenes muy significativas.

Norte de Europa ha registrado un mejor comportamiento al lograr EBITDA positivo de 1 millón de euros, frente a las pérdidas del periodo anterior.

En la unidad de negocio de Mercados Internacionales aún no se percibe una mejora en los resultados por el retraso en la implementación del nuevo modelo de distribución en India, pero desde mayo se están generando volúmenes superiores a los del ejercicio anterior.

Resultados financieros

A septiembre de 2018 la deuda se mantenía en 595,3 millones de euros, un 6% más que en diciembre del año anterior. El incremento del capital circulante por el aumento del nivel de existencias como consecuencia, principalmente, de la compra de aceites de calidad al inicio del ejercicio, junto con la disminución de los niveles de EBITDA y el pago de los intereses financieros, explican el aumento de la deuda financiera neta al cierre del tercer trimestre.

En cualquier caso Deoleo cumple con sus covenants financieros a 30 de septiembre de 2018.

Por otra parte, la ampliación de capital por importe de 25 millones de euros, aprobada para impulsar los planes de crecimiento de la compañía, el apoyo a sus marcas líderes y la búsqueda de acuerdos estratégicos de negocio con proveedores que defienden la calidad, se está ejecutando según el calendario previsto y se espera que se cierre a finales del mes de octubre.