



deoleo

RESULTADOS 1T 2017



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 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 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. Materia Prima y Mercados.
 3. Cuenta de resultados.
 4. Destacado por Unidad de Negocio.
 5. Datos de Balance.
 6. Conclusiones.
- Anexos



1.- Destacado del periodo

- En un contexto de materia prima muy complicado y marcado por la subida continuada de precios en origen, el desempeño de Deoleo ha sido satisfactorio mejorando el obtenido en el primer trimestre de ejercicio anterior.
- El EBITDA del 1er trimestre de 2017 ha sido de €11,9 mm, con un crecimiento del 23% con respecto al mismo período del año anterior.
- La cifra de ventas crece un 3,6% en valor, rompiendo así la tendencia mostrada en trimestres anteriores.
- La mejoría es extensible a todas las variables fundamentales así: con respecto al 1er trimestre de 2016:
 - El Margen Bruto aumenta el 14% y el margen unitario Ebitda €/litro mejora en un 25%.
 - El Margen EBITDA/Ventas crece en 1,1 p.p. fijando el ratio en el 6,8%.
- Comparativamente con el mismo trimestre del ejercicio pasado, todas las Unidades de Negocio experimentan mejoría con excepción de la Unidad Norte de Europa.
- La Unidad de Negocio Norteamérica mantiene su contribución al EBITDA total del grupo, crece significativamente Mercados Internacionales, así como Sur de Europa.
- La Deuda Financiera Neta crece ligeramente un 1% con respecto al mismo periodo de 2016 en €5,7 mm, principalmente por el incremento de stocks de materia prima.

2. Materia prima y mercados

- La tendencia al alza en los precios del aceite de oliva se ha mantenido durante el primer trimestre de 2017, con un crecimiento en términos interanuales del 20% para los Extra Virgen.
- España es el único productor que mantiene existencias en cantidades razonables lo que, hasta que avance la campaña y se tenga más visibilidad sobre la futura cosecha, está ayudando a soportar este escenario alcista.
- Con datos hasta marzo, la cosecha en España para 2017 apunta las 1.270.000 tm, en línea con nuestras estimaciones.
- Estados Unidos continúa con las tasas de crecimiento en el consumo apuntadas en trimestres precedentes, anotándose una subida del 2,5% en este primer trimestre de 2017.
- Los consumos de aceite de oliva en los mercados maduros como España e Italia, según datos Nielsen, han tenido un comportamiento desigual: en España baja el consumo de oliva con un trasvase a semillas habitual en entornos de altos precios y, por su parte, el mercado italiano muestra una ligera recuperación.

Consumo Aceite de Oliva Principales Mercados			
(mm litros)	20171T	20161T	Var. %
España	65,7	70,4	-6,7%
Italia	44,0	42,8	2,8%
EE. UU.	33,0	32,2	2,5%

Nielsen

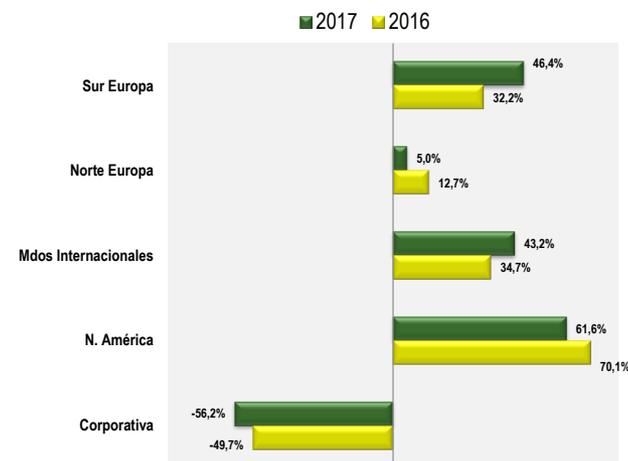
Materia Prima: Precios Aceite Oliva España					
€/Tn.	mar-17	dic-16	% Trimestre	mar-16	% Año
Extra Virgen	3.841	3.504	9,6%	3.194	20,3%
Lampante	3.676	3.199	14,9%	2.858	28,6%

3. Cuenta de Resultados*

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

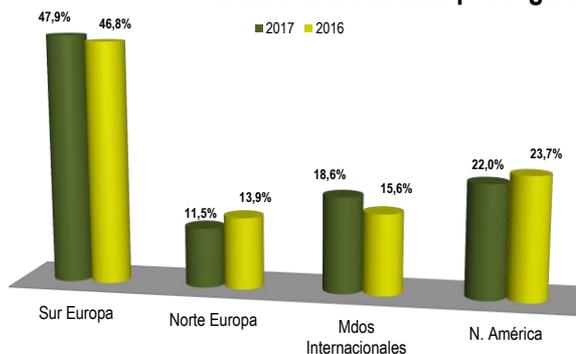
miles de euros	31.03.2017	%	31.03.2016
Ventas	175.135	3,6%	169.076
EBITDA	11.862	23,2%	9.627
EBITDA/Ventas	6,8%		5,7%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	(5.200)	-41,3%	(8.863)
RESULTADO DEL EJERCICIO	(7.567)	-23,5%	(9.892)

Contribución a EBITDA por región



Ajustado el efecto de Unidades Corporativas

Contribución a ventas por región



Ajustado el efecto de Unidades Corporativas

- Crecemos un 3,6% en ventas cambiando la tendencia de los últimos trimestres.
- Significativo crecimiento interanual del 23,2% en el EBITDA apoyado por una mejora sostenida en los márgenes unitarios.
- La rentabilidad del negocio (Ebitda/Ventas) ha crecido en 1,1 puntos porcentuales lo que representa un incremento del 19,29% en el ratio de rentabilidad.
- Clara disminución en los gastos no recurrentes, que se han situado en los €5 mm como consecuencia principalmente del ERE en España.

(*) Como consecuencia del rediseño integral de sistemas y procesos que Deoleo está llevando a cabo, a partir del 1 de enero de 2017 ha entrado en vigor un nuevo método de imputación de costes entre las diferentes Unidades de Negocio que afecta al cálculo del EBITDA por unidad de negocio. Por tal motivo y a efectos de facilitar información comparable, se ha preparado un proforma con la información del ejercicio 2016.

4.-Destacado por Unidad de Negocio



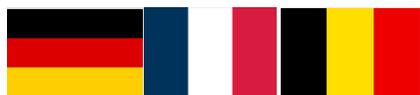
UN NORTEAMERICA

- En Estados Unidos hemos lanzado la nueva gama Carapelli dirigida al segmento Premium.
- Canadá ha tenido un buen primer trimestre, con mejoras significativas en los volúmenes de venta.



UN MERCADOS INTERNACIONALES

- Buen comportamiento en general en la mayoría de los países.
- Destacan India y Arabia Saudí que son mercados de alto margen.



UN NORTE EUROPA

- Esta unidad comercial ha sido la única que ha tenido un comportamiento negativo en términos interanuales.
- Hemos tenido dificultades en Francia por pérdidas de distribución y una intensa actividad promocional en Alemania con erosión de márgenes.



UN SUR EUROPA

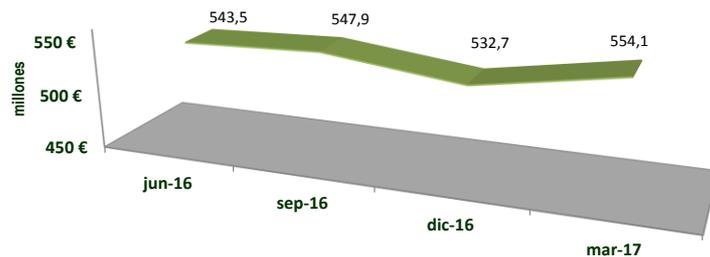
- Tanto en España como en Italia mantenemos la política de ventas con margen, lo que está contribuyendo a mejorar la rentabilidad de la Unidad de Negocio.
- En Italia, hemos relanzado Carapelli y en España hemos renovado la gama Hojiblanca, ambos en segmentos de alta calidad. También hemos relanzado la marca Carbonell para el mercado español.

5. Datos de Balance

DATOS DE BALANCE

millones de euros	31.03.2017	%	31.03.2016
Activo No Corriente	911,7	-16,5%	1.092,3
Capital Circulante	125,9	-6,6%	134,8
Patrimonio Neto	321,1	-34,9%	493,5
Deuda Financiera Neta	554,1	1,0%	548,4

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DFN



- Mejoramos el capital circulante con respecto al mismo período del ejercicio anterior, gracias a una optimización de nuestros niveles de existencias y cuentas a cobrar.
- La deuda financiera neta aumenta ligeramente por la necesidad de incrementar el aprovisionamiento y garantizar nuestros estándares de calidad.
- La generación de caja nos permite mantener nuestros niveles de liquidez.

Working Capital 2017-2016



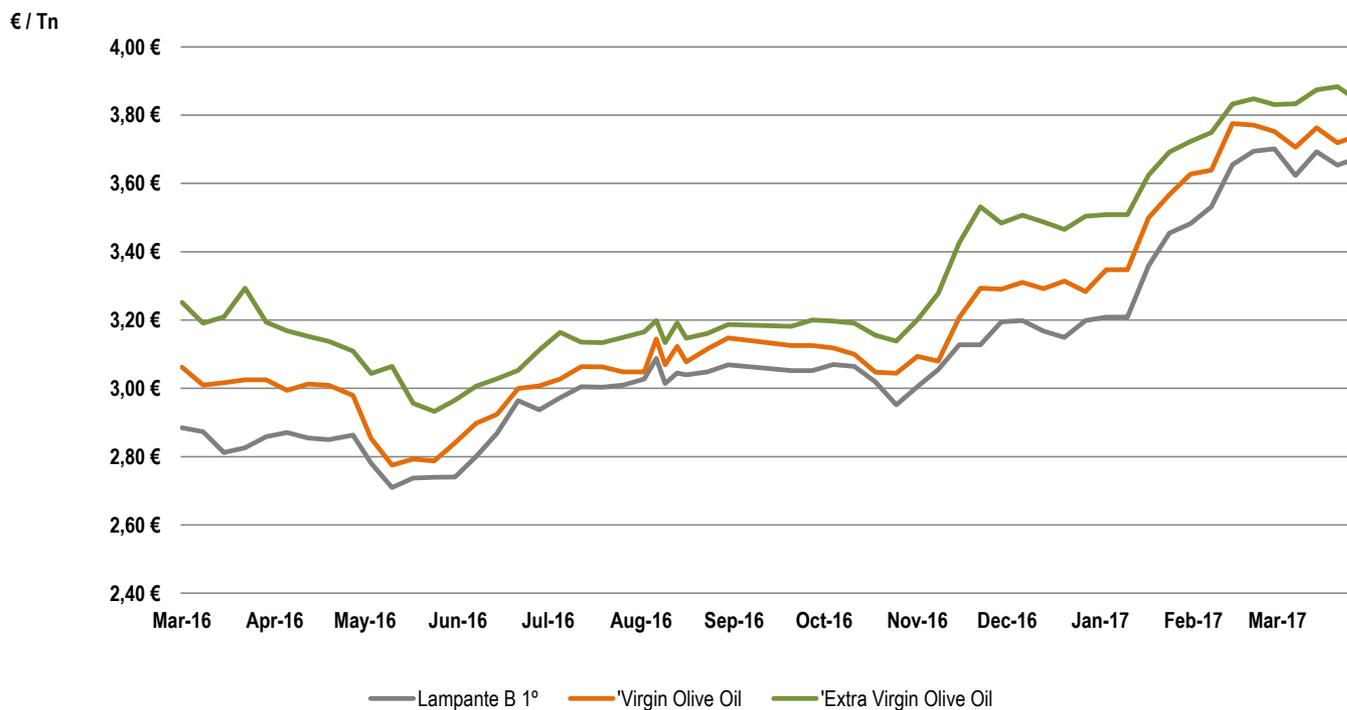


6. Conclusiones

- Los resultados del primer trimestre del ejercicio 2017 son sólidos y significativamente mejores que los del mismo periodo del ejercicio anterior.
- Continuamos priorizando los mercados, productos y clientes de mayor margen.
- Estos resultados cobran mayor relevancia dado el contexto de tensión al alza de los precios y escasez de oferta de producto de calidad, anticipando que nos encontramos ante un ejercicio complicado.
- Hemos llevado a cabo decisiones de calado como los expedientes de regulación de empleo en España e Italia, medidas necesarias para garantizar el futuro y la competitividad de la compañía.
- En paralelo a las medidas anteriores, estamos transformando nuestra estructura industrial y organizativa, con medidas concretas, como la venta a finales de 2016 de la planta de Antequera y el alquiler de la planta de Inveruno. Acompañando estas actuaciones con un plan de inversiones con objeto de contar con plantas industriales eficientes y de mayor productividad.
- Además estamos desarrollando un rediseño de los procesos y toma de decisiones que nos va a permitir mejorar sensiblemente nuestra estructura de costes.
- Las medidas anteriores se están llevando a cabo en los tiempos marcados y su retorno tendrá pronto reflejo en los resultados de la compañía.

Anexo: Evolución Precios Aceite de Oliva

Evolución precios Aceite de Oliva 2016/2017



Fuente: Pool Red