



**AFIANZÁNDONOS EN EL DOBLE DÍGITO**

RESULTADOS 9 MESES 2014  
30 OCTUBRE 2014



# 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. Estimación cierre 2014
7. Conclusión

Anexos



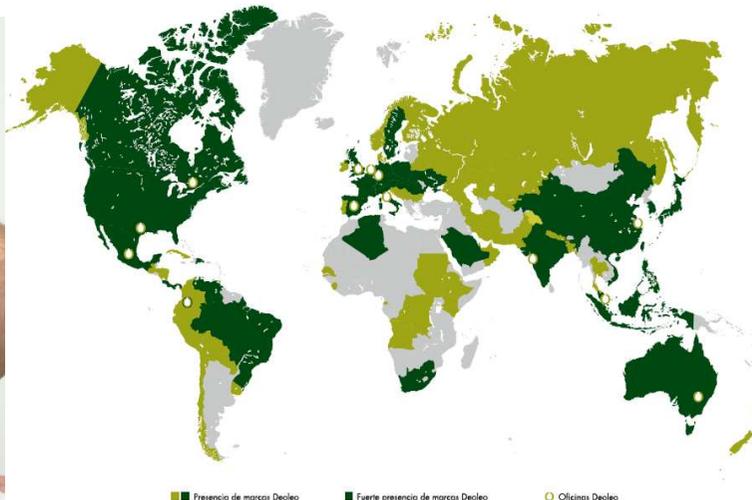
# 1. Destacado del periodo

- Crecemos un 5,3% en volumen de ventas y un 20% en Ebitda con respecto al mismo período de 2013. En el acumulado de los 9 meses de 2014, en todas las unidades de negocio se han experimentado mejoría con respecto a 2013 en rentabilidad unitaria por litro y rentabilidad de ventas/Ebitda.
- En España y Sur de Europa, crecemos significativamente en volúmenes gracias a las campañas de publicidad que hemos realizado durante el ejercicio.
- El EBITDA de los 9 meses 2014 se ha situado en €60 mm un 20% más que a septiembre de 2013.
- La Deuda Financiera Neta (DFN) a 30 de septiembre se ha situado en €493 mm, un pequeño incremento debido al efecto de las subidas de precios de la materia prima y a una política más activa de aprovisionamiento.
- La subida de precios de materia prima que comenzó a finales de mayo ha erosionado nuestros márgenes en este trimestre. Como indicamos en el Hecho Relevante publicado el 25 de septiembre, el Ebitda del tercer trimestre se ha situado en €18,7mm frente a los €22,6mm obtenidos en el mismo período de 2013.
- La subida de precios en origen ha sido superior al 50% desde finales de mayo, estos altos precios se mantendrán hasta, al menos, principios del próximo año.



# 1. Destacado del periodo

- Con fecha 13 de junio de 2014, OLE Investments B.V. sociedad controlada al 100% por fondos asesorados por CVC Capital Partners, en el marco de la operación de reconfiguración de la estructura accionarial y financiera de la Sociedad dominante iniciado en noviembre de 2013, ha adquirido el 29,99% del capital de Deoleo, S.A. tras la compra de la totalidad de las acciones de la Sociedad titularidad de Bankia (16,5% del capital social) y Banco Mare Nostrum (4,85% del capital social) y de parte de las acciones titularidad de Dcoop (8,64%), a un precio de 0,38 euros por acción.
- Con fecha 14 de julio de 2014 el accionista OLE Investments B.V. ha presentado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores la solicitud de autorización de la oferta pública de adquisición de acciones de la Sociedad dominante, ratificando en todos sus extremos los términos y condiciones de la oferta contenidos en el anuncio previo de 13 de junio de 2014, consistente en el lanzamiento de una oferta voluntaria por el 100% del capital a un precio de €0,38 por acción.
- A fecha de redacción del presente informe la oferta pública de adquisición está pendiente de aprobación por la CNMV.
- Mediante Hechos Relevantes hemos informado puntualmente de toda la información relevante disponible.



## 2. Entorno general

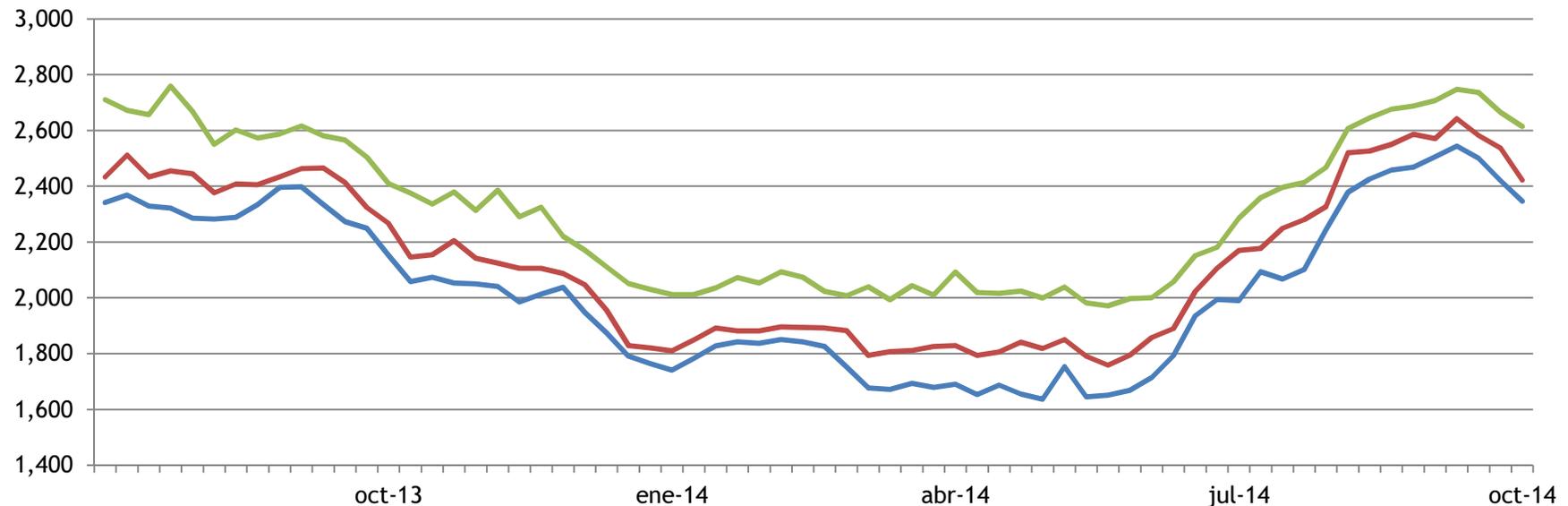
- El consumo de aceite de oliva, aunque en cifras modestas, aumenta en la mayor parte de las regiones donde tenemos una posición destacada.
- En España, según Nielsen, el crecimiento del mercado en el período ha sido del 2,9% en volumen respecto al período anterior, en valor ha caído el 8,5%.
- En Italia el canal retail ha experimentado una subida del 1,1% en volumen en este mismo período y ha caído un 3,1% en valor.
- Los mercados internacionales han tenido un desarrollo muy favorable sin embargo, ralentizarán su crecimiento en la medida en que se vayan repercutiendo las subidas de precios en origen.
- Las marcas de distribución continúan cayendo en el acumulado de los 9 meses del ejercicio. También en el último trimestre están reduciendo su peso las marcas de “fantasía”.
- El mercado doméstico de semillas está experimentando una transformación que ya anticipamos en el trimestre anterior, con la incorporación al consumo de productos a base de mezcla de semillas. Deoleo es líder en estos productos en Italia y estamos trasladando nuestro know how que se materializará en lanzamientos de nuevos formatos.
- Los datos de campaña con las variables que actualmente manejamos situarían la cosecha 2014/15 en el entorno de 800-900 miles de tns. para España y de 2.500-2.700 miles de tns de producción mundial.



### 3. Entorno materia prima - Aceite de oliva

- A finales del tercer trimestre de 2014, el precio promedio de aceite de oliva lampante en España se ha situado en €1,95/kg frente a €2,44/kg durante el mismo período del año pasado. Una subida del 34,73% respecto al inicio del año.
- Las subidas de precios que se manifestaron a partir de junio se han visto reforzadas en los meses de julio y de agosto a pesar de contar con un enlace de campaña suficiente y buenas noticias de cosecha en otros países productores por la falta de lluvias en los meses centrales del verano en España.
- Todo ello nos hace corregir a la baja nuestras estimaciones de cosecha situándola en el entorno de los 800-900 miles de tns.

Evolución del precio de aceite de oliva (€/kg)



## 4. Evolución de los negocios

- En España tras la subida que comenzó a finales de mayo y que se mantiene hasta estos días, hemos ido trasladando esos precios al consumidor. Estas situaciones provocan una fuerte erosión en los márgenes y distorsionan la demanda en los meses inmediatos a la subida.
- El comportamiento de nuestras marcas en el trimestre ha sido bueno gracias a un fuerte apoyo publicitario que ya anunciamos en trimestres anteriores y que persigue el reposicionamiento estratégico de nuestra cartera de marcas. Las campañas publicitarias nos han ayudado a mantener e incluso incrementar volúmenes, modulando las ventas promocionales en aras a mantener la rentabilidad
- En España el margen unitario por litro crece más del 50% con respecto a 2013, con incremento de volúmenes por acciones específicas de trading y publicidad; este margen no será sostenible en los dos próximos meses hasta que se normalice el mercado.
- En Sur de Europa el volumen vendido ha aumentado un 9,4% frente a septiembre 2013 y la rentabilidad unitaria se ha incrementado lo que nos ha permitido mejorar el margen Ebitda. Las campañas publicitarias han funcionado muy bien, tanto en Italia con Bertolli y con Carapelli en Francia
- En Norteamérica estamos logrando márgenes EBITDA superiores a los del ejercicio anterior en un mercado que está siendo objeto de fuertes acciones promocionales por parte de determinados competidores.
- Mercados Internacionales mejora volúmenes un 12,1% con respecto al ejercicio anterior, mejorando también la rentabilidad Ebitda. Gracias al trabajo realizado incrementando nuestro posicionamiento en los mercados clave de esta región podremos mitigar el efecto de la subida de precios en origen .



## 4. Evolución de los negocios



<http://www.youtube.com/watch?v=B7LTfNm9TCY>



<http://www.youtube.com/watch?v=IOZtiSHW0Yw>

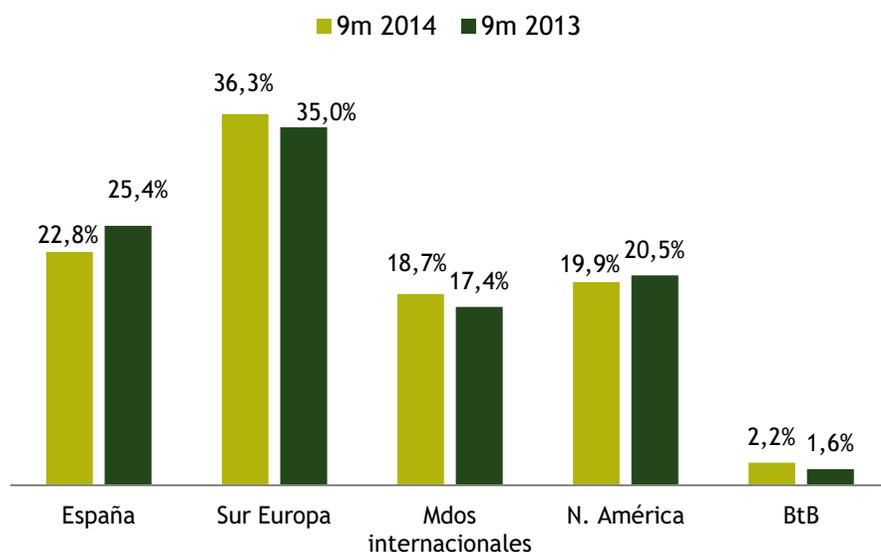


<http://www.youtube.com/watch?v=NLObb5LYoYY>

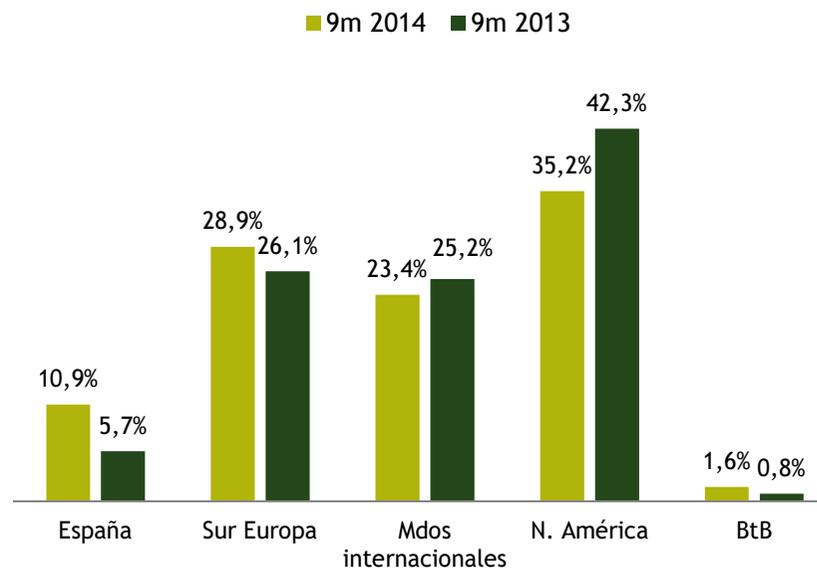
## 4. Evolución de los negocios

- En el acumulado del año, apreciamos como los mercados más maduros y de más volumen (España e Italia) han tenido una sensible mejora con respecto al ejercicio anterior,
- La subida de la materia prima de los meses de verano tendrá impacto a corto plazo, pero estimamos que el conjunto del año los márgenes serán mejores que los del año pasado.
- La materialización del incremento de ventas por el establecimiento de nuevas filiales comerciales y buen desempeño del mercado Norteamericano, compensarán la debilidad en los mercados maduros.

**Contribución a ventas por región  
(9 meses)\***



**Contribución a EBITDA por región  
(9 meses)\***



\* Ajustado el efecto de Unidades Corporativas

## 5. Situación financiera y otros acontecimientos

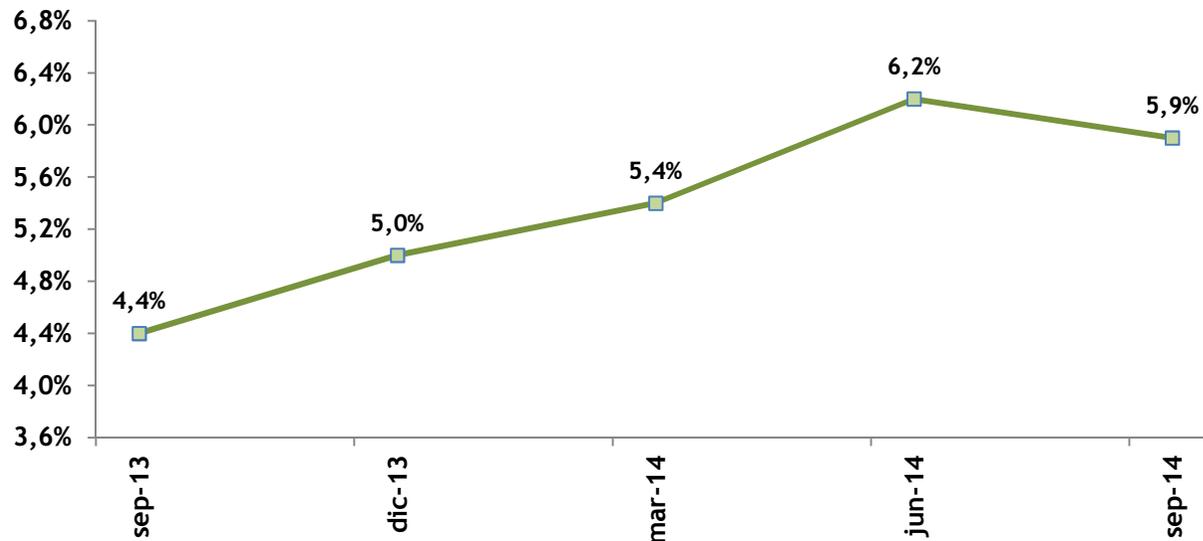
### CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO

(Miles de euros)	9m 2014	Var 9m 14 vs 13	9m 2013	Var 9m 13 vs 12	9m 2012
<b>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO</b>	<b>562.368</b>	<b>-4,2%</b>	<b>587.168</b>	<b>-6,3%</b>	<b>626.656</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>16.163</b>	<b>8,1%</b>	<b>14.957</b>	<b>-1,1%</b>	<b>15.121</b>
<b>EBITDA</b>	<b>59.950</b>	<b>19,7%</b>	<b>50.102</b>	<b>-19,7%</b>	<b>62.403</b>
% EBITDA / Importe neto negocio	10,66%	24,9%	8,53%	-14,3%	9,96%
<b>BDI</b>	<b>-24.096</b>	<i>n.a.</i>	<b>9.125</b>	<i>n.a.</i>	<b>-1.261</b>

- Con respecto a 2013, hemos incrementado volúmenes en un 5,3% aunque las ventas en euros sean inferiores por menores precios unitarios de venta. El 98% de las ventas son de marca propia y el 2% graneles y marcas blancas. Este mix de ventas ha ido mejorando en los últimos 4 años.
- Seguimos incrementado la inversión en publicidad y alimentando nuestras marcas, lo que nos está ayudando a mitigar la volatilidad del mercado de materia prima.
- El Ebitda se ha situado en €60 mm, consolidando el doble dígito de margen gracias al buen comportamiento del negocio en los mercados maduros y la contribución procedente del negocio internacional y de Norteamérica, a pesar de un tercer trimestre muy complicado.
- El incremento en los gastos financieros originados por la cancelación del sindicato anterior y el tratamiento fiscal de estos gastos que no pueden deducirse en su totalidad, impactan en la parte baja de la cuenta de resultados obteniendo un BDI negativo.

## 5. Situación financiera y otros acontecimientos

### Evolución trimestral del ROCE



- La evolución del ROCE muestra cómo Deoleo se acerca a unos niveles de rentabilidad propios de lo que es; una compañía FMCG, orientada al margen y a la creación de valor, un driver estratégico diferencial frente a la percepción del negocio de los aceites vegetales como una categoría de volumen y tráfico.
- La DFN que se sitúa al cierre del trimestre en €493mm. Las características de nuestra estructura de deuda nos permite mirar con tranquilidad al futuro y estar atentos a cualquier oportunidad del mercado. Hemos dejado atrás definitivamente la época de estrés financiero.

## 6.- Estimación de cierre 2014

CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO - CIERRE 2014		
	Estimado	
(Millones de euros)	2014	2013
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	749	813
EBITDA	84	80
% EBITDA / Importe neto negocio	11,20%	9,9%
Deuda financiera neta (DFN)	500	472

- Estimamos un mes de octubre todavía difícil y normalización del negocio a partir de noviembre, una vez se ajusten los precios de venta y se tenga visibilidad sobre la evolución de la nueva campaña.
- Proyectamos una buena aportación en el último trimestre procedente de Mercados Internacionales y Norteamérica, que estarán muy cerca de conseguir el objetivo previsto al inicio del ejercicio.
- El ratio Ebitda/Ventas del trimestre será superior al 11%; un 13% mayor que en 2013.
- Terminaremos el año con una inversión publicitaria en torno a los €18 mm un 10,5% más que en 2013.
- Proyectamos un ROCE cercano al 6% al cierre del ejercicio un 20% superior al ejercicio anterior.
- Estimamos una DFN para el cierre de ejercicio en torno a €500 mm. El incremento se debe a la subida del precio de la materia prima y la mayor la cobertura de stock; una política de aprovisionamiento que ha dejado de estar encorsetada por las exigentes obligaciones financieras anteriores.
- El BDI continuará siendo negativo para el año completo como consecuencia del tratamiento contable de los gastos de formalización de créditos.

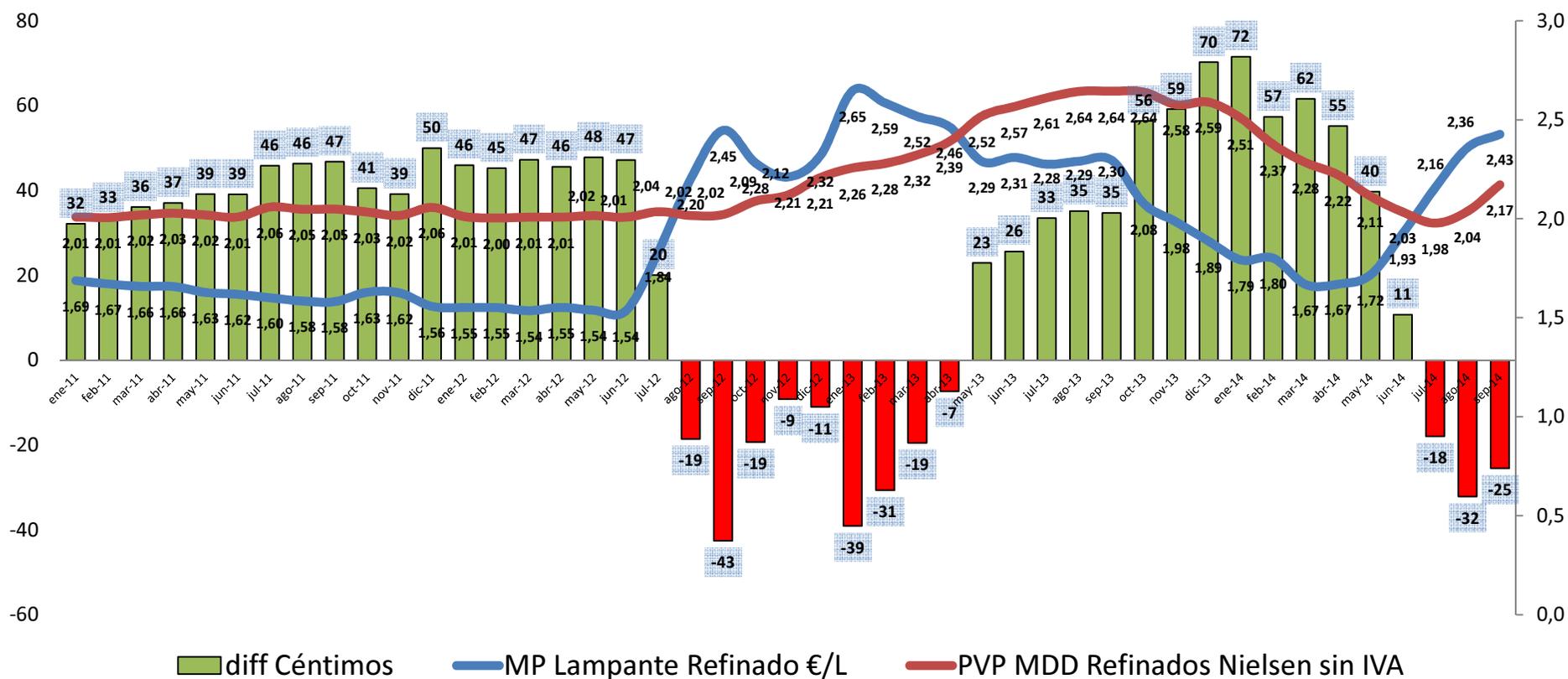
# 7. Conclusión

- En los 9 primeros meses del ejercicio mejoramos un 20% el Ebitda e incrementamos nuestro volumen de ventas. El periodo Agosto- Octubre han sido difícil por la subida de la materia prima y nos impedirá cumplir los objetivos propuestos al principio del año. En todo caso nuestro Ebitda crecerá un 5%.
- A pesar de registrar un BDI negativo por una circunstancia puntual, generamos caja y, con un entorno más flexible de financiación, podemos ser más ambiciosos en nuestra estrategia de crecimiento.
- Las acciones publicitarias que hemos realizado con nuestras principales marcas, están cumpliendo su objetivo de revitalización de imagen (Carbonell) y de ventas incrementales (Bertolli en Italia y Carapelli en Francia). Estas acciones promocionales se irán extendiendo al resto de países.
- Gracias a la energía con la que está funcionando la compañía, estamos mitigando el escenario adverso de subida de precios del pasado verano, lo que nos conduce a estimar un crecimiento en Ebitda del 5% para todo el año y una DFN en el entorno de €500mm.
- Continuamos reforzando los departamentos estratégicos; Marketing Corporativo, I + D y Regulatory y Mercados Internacionales, pilares fundamentales del crecimiento y de la creación de valor en la compañía.



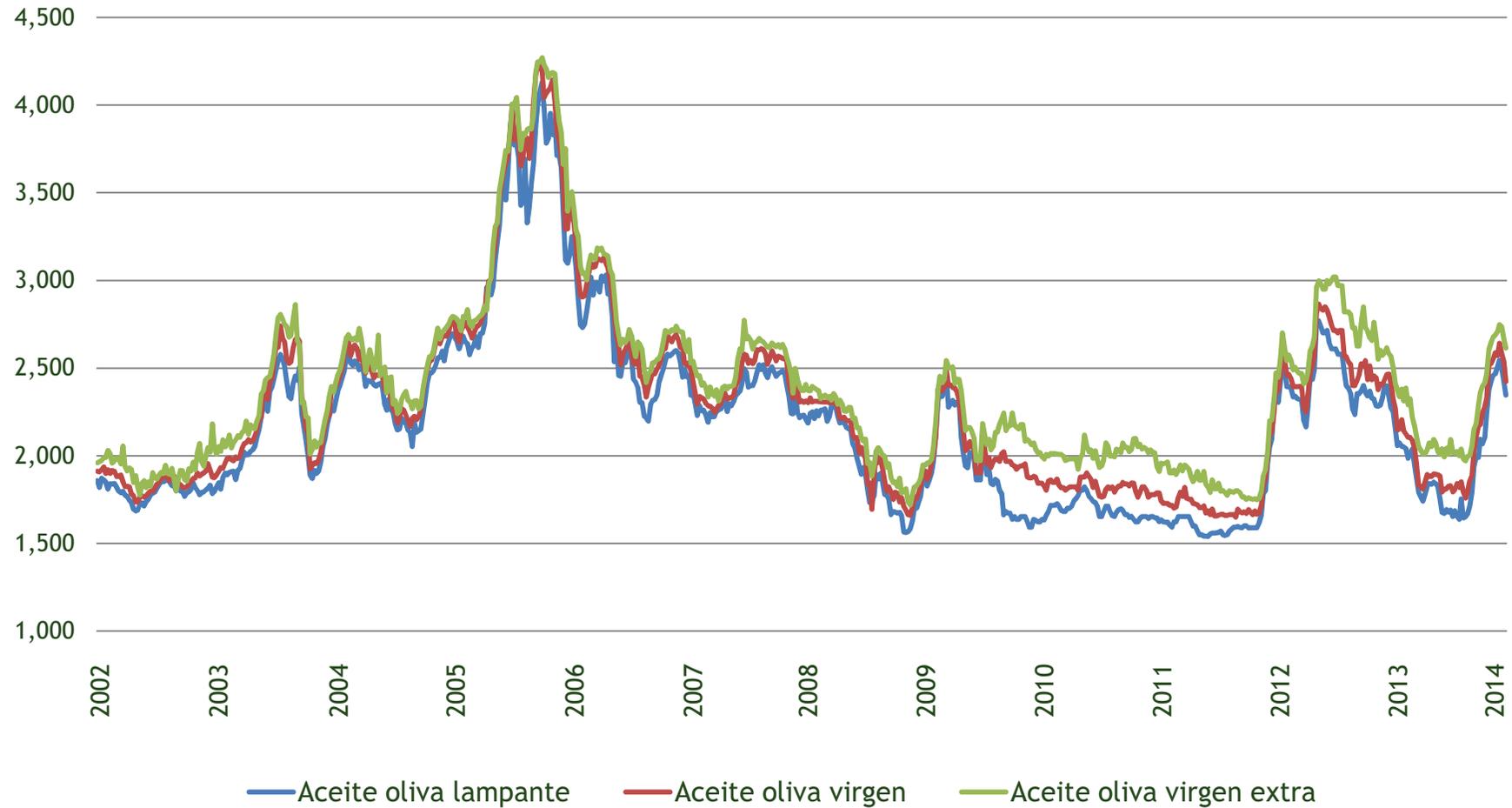
# Anexo I - Diferenciales precios materia prima vs MDD

**Correlación PVP (sin IVA) MDD Refinados con Materia Prima (Lampante Refinado) 2011-2014**



# Anexo II - Evolución precio aceite de oliva

Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2014 (€/kg)





*Hojiblanca*<sup>®</sup>

**Carbonell**



# deoleo

KOIPE

FRIOL



**FÍGARO**

سالمو  
SALGADO



KOIPESOL



WEB: [WWW.DEOLEO.EU](http://WWW.DEOLEO.EU)

TICKER: OLE

