

deoleo

Resultados Ejercicio 2011

Hemos cerrado una etapa,
es hora de construir nuestro
futuro

29 de febrero 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.

1. Destacado del periodo

- Cerrando el año 2011, hemos cerrado también una larga etapa de inestabilidad, cambios profundos y reestructuración. Por tanto, damos paso a un nuevo Deoleo en el que vamos a construir nuestro futuro que está lleno de oportunidades para un proyecto renovado y fortalecido.
- Hemos cumplido con el objetivo comunicado en octubre en un entorno macroeconómico poco favorable en nuestros mercados principales.
- En el último trimestre del año hemos logrado una rentabilidad EBITDA/ventas del 10,2% lo que marca un nivel de rentabilidad más en línea con el potencial del negocio una vez aplicadas las medidas de organización, reestructuración y ajuste.
- A perímetro comparable, el EBITDA ha alcanzado los €85 mm y el BDI se ha situado en €1,1 mm frente a las pérdidas de €56,5 mm del ejercicio anterior, todo ello tras haber efectuado un ejercicio de impairment de activos intangibles por valor de €38,5 mm.
- La deuda financiera neta a 31 de diciembre se ha situado en €662 mm lo que supone una reducción de €38 mm con respecto al trimestre anterior y de €175 mm comparado con 31 de diciembre 2010.
- Los precios de materia prima siguen a la baja; el aceite de oliva por debajo de los niveles del principio de la década lo que ha provocado la aplicación del mecanismos de almacenamiento privado.
- En el último trimestre del año hemos cerrado un acuerdo para la creación de una Joint Venture con Sovena con el fin de optimizar la producción de aceite de semilla en la fabrica en Andújar, también se ha aprobado un Expediente de Regulación de Empleo que afecta a los centros de Rivas, Alcolea, Andújar y Sevilla.

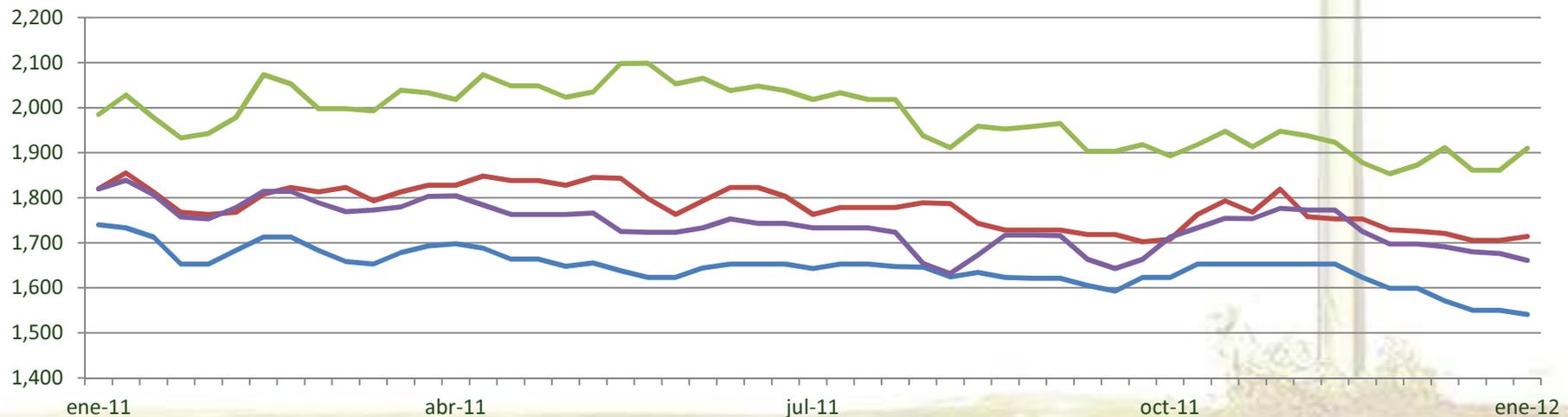
2. Entorno general

- En España el mercado del aceite de oliva ha crecido un 1,98% en volumen y ha caído un 0,9% en valor según Nielsen. El segmento de Virgen/Virgen Extra ha crecido al 9,2% y 5,7% en volumen y valor, respectivamente.
- En Italia la evolución ha sido más modesta con un crecimiento en volumen del 0,8% y una caída en valor del -0,8%. No han habido diferencias significativas dentro de los sub-segmentos de la categoría.
- En EE UU el mercado se ha mantenido estable (-0,6%) pero hay que tener en cuenta que en este país el canal *Clubstore*, que dentro del *retail* es el que más crece, no está medido dentro del universo Nielsen. En todo caso se observa una ralentización de la tasa de crecimiento.
- El mercado del aceite de girasol en España ha caído un 2,2% mientras que en Italia ha subido un 1,8%. La bajada en España se justifica por el bajo precio del aceite de oliva que da lugar a trasvase de consumidores habituales de aceite de girasol.
- La marca de distribución (MDD) ha disminuido su cuota en países tradicionales y de mayor consumo como España e Italia, mientras sigue incrementando su presencia en los mercados de menor consumo como Estados Unidos y Alemania.

3. Entorno Materia Prima - Aceite de Oliva

- El precio del aceite de oliva ha mantenido la tendencia de los últimos meses con una bajada del 5,1% durante el trimestre en la calidad lampante (una bajada del 11,4% en el año). Con respecto al 4º trimestre de 2010 el precio promedio para la calidad lampante ha sido un 8,1% inferior.
- Los precios mantienen esa tendencia a la baja en todos los mercados ante la gran campaña 2011/12 que a la fecha de publicación de este informe está a punto de concluir y posiblemente supere los 1,5 mm de tns. en España.
- Con posterioridad al cierre, a principios de febrero 2012 la Comunidad Europea ha aprobado una ayuda al almacenamiento privado hasta 100.000 tns. para calidad virgen y extra virgen lo que podría aliviar ligeramente las tensiones de precio del mercado actual pero sin resolver el problema estructural del sector

Evolución del precio de aceite de oliva 12m 2010 - 2011 (€/kg)



Fuente: Poolred

deoleo

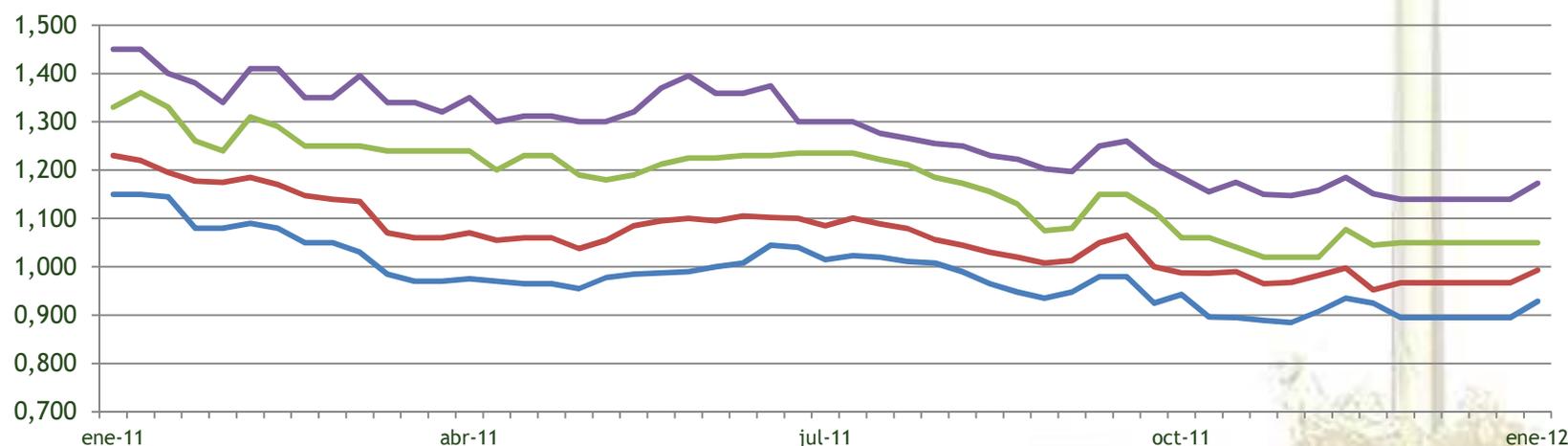
— Aceite oliva lampante

— Aceite oliva virgen

3. Entorno Materia Prima - Aceite de Semilla

- La previsión de producción mundial de pisa de girasol para la campaña 2011/2012 es de 39 mm de tns. Ucrania, como principal proveedor mundial, ha confirmado cosecha récord y disponibilidad de semilla y aceite.
- La demanda de aceite de girasol y el tipo de cambio provocan que los niveles de precio hayan subido en las ultimas semanas del año, siguiendo la evolución de los aceites de soja y palma.
- En España, los precios de aceite de girasol han permanecido estables durante el último trimestre del año (-1,4%), Durante el año el precio ha bajado un -19,2%, pero permanece aún en niveles muy altos en una serie histórica más larga. Comparando con el 4º trimestre de 2010 el precio promedio ha sido un 12,5% inferior.

Evolución del precio de aceite de semilla 12m 2010 - 2011 (€/kg)



Fuente: Oleo

deoleo

— Aceite girasol crudo
— Aceite girasol alto oleico crudo

— Aceite girasol refinado
— Aceite girasol alto oleico refinado

4. Evolución de los negocios

- El último trimestre del año ha puesto de manifiesto la recuperación de la actividad tanto en ventas como en márgenes, ya iniciada en el tercer trimestre.
- La disminución del 4,4% en la facturación con respecto a 2010 obedece a la bajada en los precios de referencia de la materia prima sin embargo en unidades, hemos aumentado nuestras ventas de aceite de oliva en un 0,6%.
- En el 4º trimestre del ejercicio el margen EBITDA sobre ventas ha sido del 10,2% un hito al haberse alcanzado el doble dígito; y el total del año se situó en el 7,7%, una mejora de la rentabilidad obtenida en gran parte, por las medidas de eficiencia que se están implementando.
- El resultado operativo ha estado por debajo del año pasado, lastrado por un primer semestre desfavorable cuando sufrimos pérdidas en el negocio de semillas y una caída de rentabilidad en el aceite de oliva por el aumento en la actividad promocional en los mayores mercados. En todo caso, la progresiva mejora de los resultados supone la confirmación de que las medidas de gestión, de ahorro y un foco más claro en la rentabilidad, nos permite ser optimistas a futuro.
- La actividad exterior en mercados emergentes ha tenido un buen desarrollo durante el ejercicio; hemos conseguido incrementos muy significativos en mercados con gran crecimiento futuro. En Brasil por ejemplo el crecimiento ha sido del 28% con respecto al año anterior gracias al acuerdo de distribución llevado a cabo con Grupo Calvo, en China hemos crecido un 56%, en Corea del Sur un 11% y en Tailandia un 19%.
- Nuestras cuotas en los principales mercados han comenzado a recuperarse tras una serie de años de debilidad. Los nuevos equipos, una gestión más enfocada y una mejor estructura de costes nos lo han facilitado.

Nota: Datos a perímetro comparable

4. Evolución de los negocios

- El año 2011 ha sido crucial en nuestro proceso de reestructuración y de redefinición estratégica lo que se ha materializado en un importante número de acciones:
- Hemos desinvertido:
 - El negocio arrocero vendiéndolo a Ebro Foods
 - Saludaes a M-101
 - Acyco al Grupo Hojiblanca
- Hemos firmado acuerdos estratégicos con:
 - Sovena para el desarrollo de la actividad de extracción y refinado de semillas de Andújar.
 - Syngenta para compartir la organización de compra y venta de pipa y semilla de girasol
- Hemos cerrado:
 - La fábrica de Canarias
 - La fábrica de Voghera.
 - La oficina de San Sebastián en la que históricamente estaba la sede social y que gestionaba la administración de todo el Grupo
 - Hemos reducido la dimensión de nuestra oficina en Houston pasando de 84 a 46 personas para adecuarla a la dimensión necesaria tras la venta del negocio arrocero de aquel país.
 - Hemos redimensionado nuestra oficina en Rivas adecuándola a una organización más moderna.

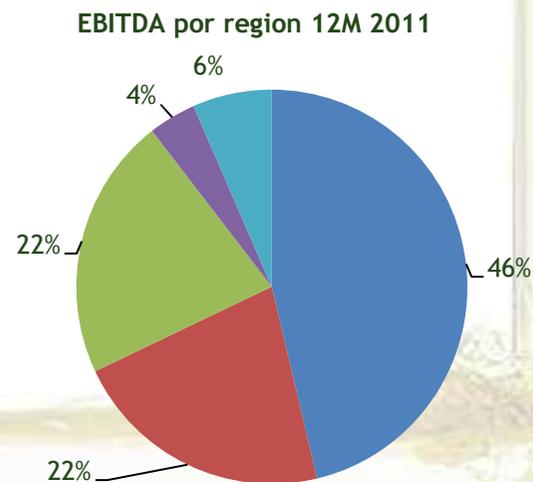
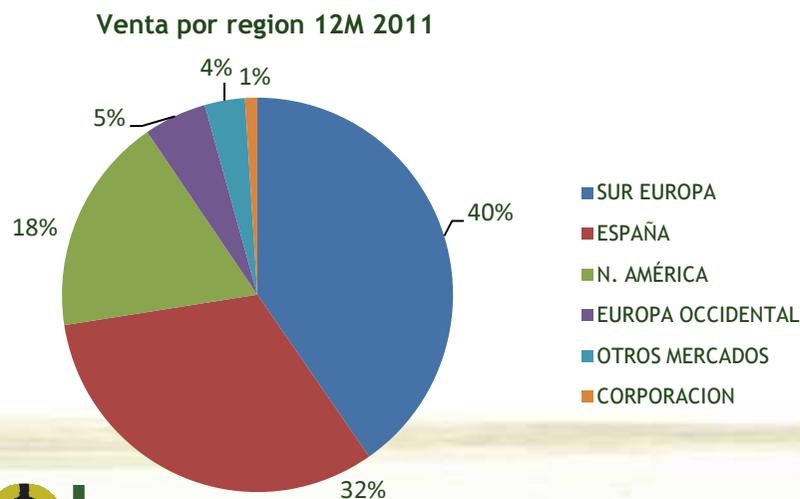
4. Evolución de los negocios

- El resultado de todas estas acciones, considerando aquellas bajas o jubilaciones anunciadas al cierre del ejercicio pero que se irán materializando a lo largo del año, es que la plantilla pasará de 2.260 personas el 31 de diciembre 2010 a 923 personas.
- Este esfuerzo de ajuste en el que la plantilla ha contribuido con un enorme sentido de responsabilidad, nos permite afirmar que las acciones pendientes son ya de menor importancia y que no producirán disrupciones en la labor cotidiana pudiendo por tanto pasar a la siguiente etapa, de construcción de nuestro futuro.

	31.12.010	31.12.011	BAJAS YA ANUNCIADAS		31.12.011 PROFORMA	VARIACIÓN 2011/2010
			DESPIDOS	PREJUBILACIONES		
ESPAÑA	922	589	41	22	540	41%
PORTUGAL	63	0			0	100%
TOTAL ITALIA	365	320	20	0	300	18%
TOTAL CENTROEUROPA	80	29			29	64%
TOTAL NORTEAMERICA	212	67	15	0	52	75%
TOTAL MEJICO	563	9			9	98%
GUYANA	19	2			2	89%
AUSTRALIA	6	5			5	17%
TOTAL DEOLEO	2.230	1.021	76	22	923	59%

4. Evolución de los negocios

- El resultado neto del ejercicio de las actividades continuadas y discontinuadas hubiera sido positivo de €33,7 mm pero se ha visto afectado por las dotaciones por deterioro de valor del fondo de comercio y marcas por importe de €38,5 mm, antes de considerar el efecto fiscal, que hemos registrado al cierre del ejercicio.
- Las dotaciones registradas obedecen al resultado del test de deterioro practicado cuyas hipótesis financieras se han actualizado en lo relativo a la tasa de descuento y crecimiento futuro, dada la evolución experimentada en las primas de riesgo en los países donde operamos.
- Los gastos financieros han tenido una importante caída gracias a la refinanciación acometida y la racionalización en el uso de los recursos del Grupo. Cumplimos con los covenants financieros a 31 de diciembre de 2011.
- El gasto por impuesto consolidado de €10 mm se origina por la reversión de activos por impuestos diferidos en la sociedad y por el gasto por impuesto corriente de determinadas filiales.



5. Situación financiera y otros acontecimientos

- A efectos comparativos y con el fin de facilitar el análisis con la información publicada en el mismo período del ejercicio anterior se muestran las principales rúbricas de la cuenta de resultados de gestión, incorporando el negocio de arroz y las otras actividades desarrolladas por el Grupo durante 2011.

CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO - (*)		
(Miles de euros)	2011	2010
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	1.109.756	1.160.900
EBITDA	84.935	95.885
% EBITDA / Importe neto negocio	7,65%	8,26%
BAI	8.954	-52.540
BDI	1.079	-56.531

(*) La contribución a los resultados del 2010 del negocio arroz están ajustados para poder compararlos con la contribución real del año 2011.

- En cumplimiento con las normas contables NIIF, a continuación se muestran las principales rúbricas de la cuenta de resultados comparativas con el mismo período del ejercicio anterior, teniendo en cuenta las actividades en venta y considerando éstas como operación interrumpida en ambos períodos.

CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA (actividades discontinuadas presentadas por separado) - GRUPO DEOLEO -		
(Miles de euros)	2011	2010
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	960.806	1.033.557
EBITDA	72.802	84.255
BAI	-9.058	-59.630
RESULTADO DEL EJERCICIO OPERACIONES CONTINUADAS	13.461	-56.868
RESULTADO DEL EJERCICIO OPERACIONES INTERRUMPIDAS	20.218	7.199
RESULTADO DEL EJERCICIO	33.679	-49.669
DETERIORO FONDO DE COMERCIO Y MARCAS NETO IMPACTO FISCAL	-32.600	
BDI	1.079	-49.669

5. Situación financiera y otros acontecimientos

- La deuda financiera neta (DFN) del Grupo a 31 de diciembre de 2011 es de €662 mm lo que supone una disminución de €38 mm con respecto al trimestre anterior y de €175 mm con respecto al año anterior.
- Con el contrato de financiación firmado el año pasado, disponemos de un calendario de pagos adecuado que nos permite disponer de los recursos financieros necesarios para la actividad y aprovechar las oportunidades que aparezcan en los mercados de materias primas.
- Hemos mantenido durante el ejercicio una reserva de liquidez razonable y hemos recuperado el crédito comercial.
- Por las ventas de activos hemos cobrado neto de gastos e impuestos €211,4 mm destinados a amortizar deuda.

6. Conclusión

- En el ejercicio 2011 hemos trabajado en ejecutar las medidas necesarias para hacer de Deoleo el grupo de referencia en el mercado aceite de oliva, con una organización y equipos de primera línea que nos permitan aprovechar las ventajas de nuestra dimensión y alcance internacional. Para ello, hemos adecuado nuestros recursos fabriles, reforzado nuestros equipos de marketing e innovación y hemos recuperado la iniciativa estratégica y comercial.
- Se han ejecutado las desinversiones anunciadas: el negocio de arroz y las fábricas de aceitunas, para permitir enfocar la organización en el negocio central, el aceite.
- Hemos tomado las medidas de eficiencia industrial y la optimización de recursos, medidas difíciles pero necesarias ante los retos del futuro.
- En los mercados maduros hemos mantenido con solvencia nuestras cuotas de mercado incluso en un difícil entorno competitivo, consecuencia de la crisis que estamos padeciendo.
- Vamos a poner velocidad de crucero a diversas iniciativas comerciales enfocadas al binomio consumidor/producto que anunciaremos en su momento.
- Por tanto, damos por cerrada una etapa y abrimos otra. Dejamos atrás una agenda de reestructuraciones e incertidumbres y nos conducimos hacia otra en la que crecer rentablemente será nuestro objetivo. Para ello, el Consejo está trabajando sobre nuevas propuestas estratégicas sobre la base de nuestras dos materias primas, el aceite de oliva y nuestras marcas que nos hacen cercanos a nuestros consumidores en estrecha colaboración con nuestros clientes

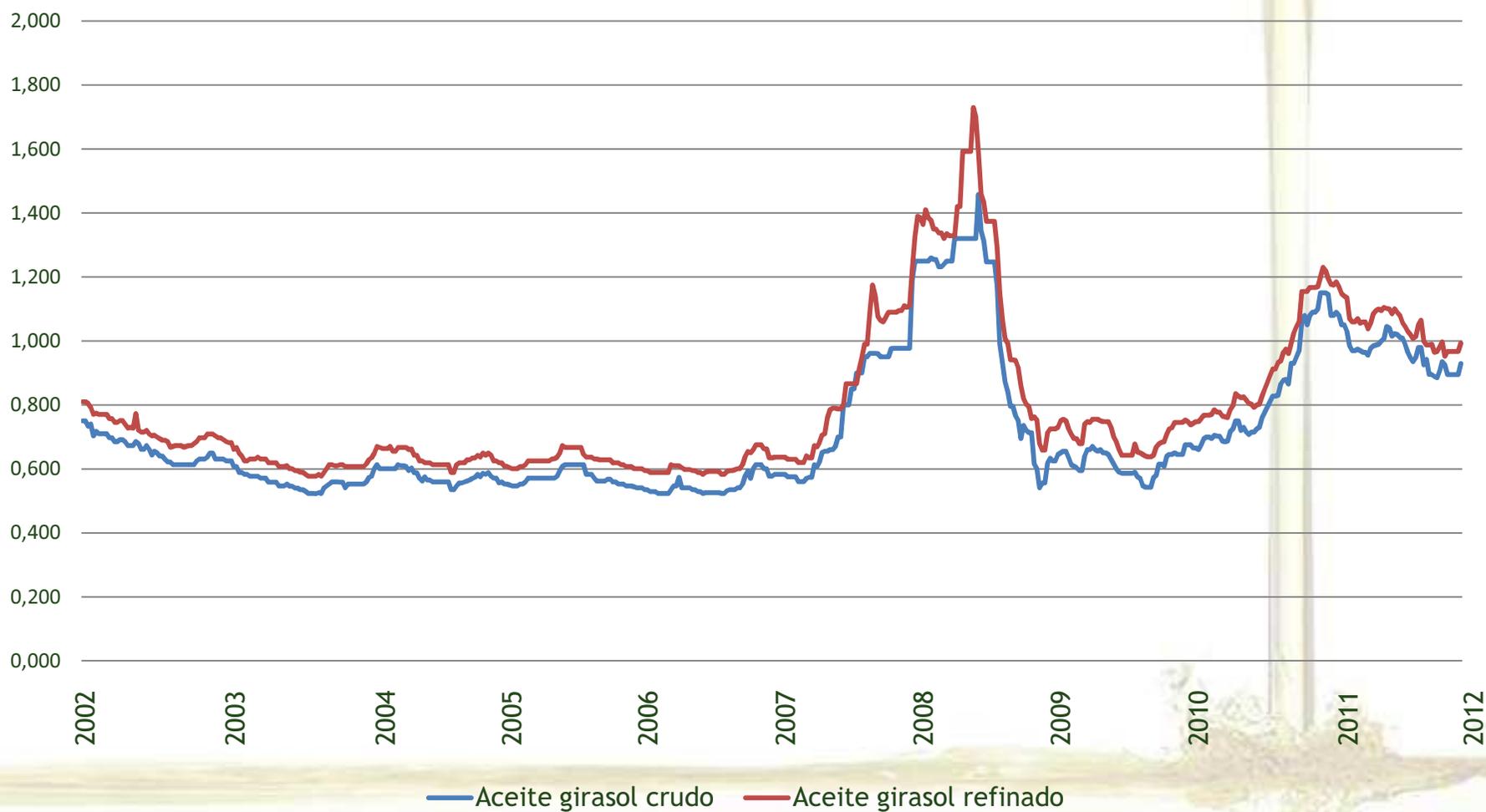
Anexo - Evolución precio aceite de oliva

Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2011 (€/kg)



Anexo - Evolución precio aceite de semillas

Evolucion del precio de aceite de girasol 2002- 2011 (€/kg)



de oleo



WEB: WWW.DEOLEO.EU

TICKER: OLE