

Deoleo presenta "EVOO-lution", su nueva hoja de ruta 2025-2028, con el objetivo de generar €32M de EBITDA incremental

- La compañía presenta la hoja de ruta en una nueva etapa sustentada en un balance saneado y un entorno sectorial normalizado, marcando la consolidación de su proyecto de transformación.
- El crecimiento se apoyará en dos grandes ejes: €13M de iniciativas de crecimiento "Top Line", incluyendo la expansión en Estados Unidos e India; y €19M provenientes de mejoras operativas, centradas en la optimización de compras.
- La compañía presenta esta hoja de ruta respaldada por un sólido desempeño a cierre de septiembre de 2025, con un crecimiento del EBITDA del 41% (hasta €35,4M), un aumento del 15% en el volumen de ventas y una reducción de la deuda neta del 24% (hasta €87,4M).

Madrid, 28 de octubre de 2025. Deoleo, la compañía número uno de aceite de oliva a nivel mundial, ha presentado hoy a analistas, inversores y medios de comunicación su "Strategic Update 2025". Durante el evento, el equipo directivo ha explicado las claves de "EVOO-lution", la nueva hoja de ruta de la compañía para el período 2025-2028.

Este plan está diseñado para acelerar el crecimiento rentable y crear valor de forma sostenible y autofinanciada, fijando un objetivo claro: generar aproximadamente €32M de EBITDA recurrente adicional para 2028, independientemente del contexto sectorial.

Cristóbal Valdés, CEO de Deoleo, ha afirmado: *"Hemos iniciado una nueva etapa de creación de valor en Deoleo, guiada por una visión renovada y un conjunto de iniciativas que aseguran un crecimiento sólido del negocio. EVOO-lution potencia las buenas prácticas que ya venimos impulsando y combina, de forma equilibrada, iniciativas de crecimiento "Top line" y mejoras operativas, respaldadas por una base financiera sólida y un contexto sectorial normalizado".*

"EVOO-lution": creando valor a través del crecimiento

"EVOO-lution" se apoya en dos grandes pilares para alcanzar los €32M de EBITDA incremental a lo largo del ciclo. El primero se centra en las iniciativas de crecimiento "Top Line" (€13M), y será impulsado por la potenciación de las marcas principales y la expansión en geografías estratégicas. De este importe, €4M provendrán de Norteamérica, €2M de India, €3M de la apuesta por la innovación, que incluye la expansión a categorías adyacentes como aceitunas, vinagres y aceite de aguacate, y €4M del resto de mercados.

El segundo pilar, centrado en las mejoras operativas ("Operational Improvement") asciende a €19M. Este importe provendrá fundamentalmente de la reformulación de la estrategia de compras (*Procurement*), que aportará €12M; de la excelencia operativa y organizativa, con un potencial de unos €4M; y de €3M provenientes de eficiencias adicionales.

Enrique Weickert, CFO de Deoleo, ha señalado: *"EVOO-lution representa mucho más que una hoja de ruta: es un proyecto de transformación integral, que combina innovación, disciplina operativa y foco en la*

rentabilidad, consolidando la evolución de Deoleo hacia un modelo más sólido, competitivo y sostenible en el tiempo".

Focos estratégicos: impulsando Estados Unidos y consolidando el liderazgo en India

La compañía parte de una posición de liderazgo internacional indiscutible, con una cuota de mercado global del 8,6%, tres veces superior a la de su competidor más cercano. Durante el encuentro, el equipo directivo ha puesto el foco en dos geografías clave para el crecimiento: Estados Unidos e India.

En Estados Unidos, Deoleo buscará acelerar su crecimiento en zonas de alto consumo donde aún existe potencial de penetración, reflejo de la diversificada huella geográfica de la compañía y de su enfoque en países de rápido crecimiento. **Thierry Moyroud, CEO de Deoleo en Norteamérica**, ha indicado: *"En Estados Unidos tenemos una gran oportunidad. Contamos con una base sólida en la Costa Este gracias a la fortaleza de Bertolli, pero la categoría aún tiene recorrido en regiones como el Noreste o el Mid-South. Nuestra estrategia es transformar esa oportunidad en realidad apoyándonos en tres palancas: un sólido pipeline de innovación adaptado al consumidor local, un equipo comercial reforzado y un plan sistemático de expansión".*

En lo que respecta a la **India**, la compañía, que ya lidera el mercado con su marca Fígaro (80% de cuota), ampliará su red de distribución de 250.000 a 450.000 puntos de venta, acción que se verá reforzada con la incorporación de un nuevo equipo local de más de 15 personas y un nuevo director para el país. Se potenciará el segmento de cosmética, que ya representa el 55% del volumen y ofrece una rentabilidad tres veces mayor que el de alimentación. **Cristóbal Valdés ha añadido:** *"En India hemos construido una posición muy sólida durante estos años y queremos seguir impulsando la región con EVOO-lution. Es un mercado estratégico con un inmenso potencial de crecimiento rentable".*

Resultados financieros positivos y sólido compromiso ESG

La compañía implementa este plan sobre una base financiera robusta. Los resultados a cierre de septiembre de 2025 muestran un incremento del 15% en el volumen de ventas, una mejora del 12% en el margen bruto unitario y un crecimiento del EBITDA del 41% (hasta €35,4M). Paralelamente, la deuda neta se ha reducido un 24%, hasta los €87,4M, situando el ratio de apalancamiento (deuda neta/EBITDA) en 1,9 veces.

Sobre los resultados, **Weickert** ha comentado: *"Estos resultados son la confirmación de una gestión rigurosa. Hemos reducido nuestra deuda neta seis veces desde 2019, pasando de €557M a los €87,4M actuales. Cerramos septiembre en un entorno de materias primas normalizado y con un positivo desempeño, lo que confirma que Deoleo avanza con paso firme".*

El CEO de Deoleo ha hecho referencia a la sostenibilidad como un pilar transversal, destacando hitos como la medalla Platino de EcoVadis, que sitúa a la compañía en el 1% de las compañías mejor valoradas del mundo en sostenibilidad entre más de 190.000 empresas evaluadas, el Protocolo de Sostenibilidad (que ya agrupa a 88 almazaras certificadas) y la validación de sus objetivos de descarbonización por SBTi, reforzando el impacto positivo del olivar, capaz de capturar hasta 10,7 kg de CO2 por cada litro de aceite producido.



Por su lado, **Rafael Pérez de Toro, Director Global de Calidad (CQO) de Deoleo**, ha recalcado: *“El aceite de oliva es ‘oro líquido’. Es la grasa más saludable del mundo y la más sostenible. Combina salud y una inmensa capacidad de crecimiento, ya que apenas representa el 3% del consumo mundial de aceites comestibles. El sector es cíclico y el histórico nos demuestra que estamos entrando en una etapa favorable, y Deoleo está preparada para capitalizarla”.*

En este sentido, **Valdés** ha concluido: *“En esta nueva etapa de EVOO-lution, Deoleo continuará liderando al sector del aceite de oliva, no solo en el ámbito del negocio, sino también en el de la sostenibilidad. Estamos construyendo un modelo de negocio más eficiente y sostenible, con una estructura de capital a largo plazo y la flexibilidad financiera necesaria para ejecutar nuestra nueva hoja de ruta”.*

Deoleo

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial (Fuente :Euromonitor International, Cooking Ingredients and Meals), presente en 43 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 12 países. Deoleo cuenta con 27 marcas en el portfolio de aceite, aceitunas, salsas y vinagres, marcas líderes a nivel mundial como Bertolli -líder en el mundo- Carapelli y Sasso, así como las españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo y su estrategia de sostenibilidad 2030, por favor, visite www.deoleo.com/sostenibilidad

Carbonell

Carbonell lleva siglo y medio siendo uno de los productos esenciales en las cocinas españolas y es prácticamente un tesoro nacional. Fundada en Andalucía en 1866, la marca Carbonell es considerada como embajadora mundial de la dieta mediterránea. Para muchos, Carbonell es el sabor del hogar.

#

Contacto

Deoleo

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

LLYC

deoleo@llyc.global
91 563 77 22