

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2020

Los accionistas de Deoleo revalidan la nueva etapa de estabilidad y crecimiento del grupo

- Deoleo ha solventado su situación financiera y ha conseguido volver a beneficios este año gracias a las buenas dinámicas del negocio
- Ignacio Silva, presidente y consejero delegado del Grupo, ha reivindicado la necesidad de revalorizar el aceite de oliva a través de la calidad para consolidar el liderazgo de España en esta industria
- Ha reconocido el compromiso y la profesionalidad de los trabajadores de Deoleo durante la crisis del COVID-19, gracias a lo que el Grupo ha podido seguir atendiendo una necesidad esencial en un contexto tan exigente

Madrid, 29 de octubre de 2020. Deoleo ha celebrado hoy su primera Junta General de Accionistas tras cerrar su proceso de reestructuración el pasado mes de junio. El encuentro ha cumplido con todas las medidas de seguridad y restricciones vigentes y los accionistas han podido participar por medios telemáticos.

La Junta ha aprobado la gestión del Consejo de Administración de Deoleo, S.A. y las cuentas anuales de 2019. Asimismo, los accionistas también han aprobado con una amplia mayoría varias propuestas orientadas a adaptar el Gobierno Corporativo de la compañía a la nueva situación en la que esta se encuentra.

Como ha destacado durante su intervención el presidente y consejero delegado de Deoleo, Ignacio Silva, la situación de la compañía ha cambiado radicalmente desde la última Junta General el pasado mes de enero, cuando los accionistas de Deoleo aprobaron el acuerdo de reestructuración alcanzado entre el Grupo y sus acreedores.

Durante el primer semestre del año, la compañía ha completado la ejecución de este acuerdo, lo que le ha permitido iniciar “un nuevo capítulo, mirando al futuro con tranquilidad y optimismo”, como ha señalado Silva en su intervención. El presidente y consejero delegado ha destacado que la situación financiera de Deoleo se encuentra totalmente solventada. El Grupo ha reducido su deuda un 66% hasta los 190 millones de euros a cierre del primer semestre de 2020 y cuenta con un patrimonio neto de 400 millones de euros, lo que le ofrece la estabilidad necesaria para centrarse en la ejecución de su proyecto a largo plazo.

Asimismo, Silva ha recordado que Deoleo cuenta con una hoja de ruta “clara y contrastada”, como demuestra la tendencia de recuperación del negocio observada desde 2019, la cual se aceleró en el arranque de este año. Así, en el primer semestre, el grupo volvió a beneficios por primera vez en seis años y a cierre de junio, el resultado ascendía a 16 millones de euros excluyendo el impacto extraordinario de la reestructuración. Considerado el efecto de este proceso, el beneficio neto se incrementó hasta los 251 millones.

Ignacio Silva ha explicado a los accionistas que los resultados muestran que, gracias a la estrategia comercial y a las medidas adoptadas durante los últimos años, Deoleo cuenta con una base sólida sobre la que sustentar el crecimiento a medio y largo plazo. Aunque el incremento del consumo en el hogar por el efecto COVID ha contribuido a impulsar las ventas de aceite de oliva, en el caso de Deoleo, este crecimiento ya se observaba en los meses previos a la pandemia. De hecho, en enero y febrero, el incremento de los volúmenes de Deoleo se situó en el entorno del 17%.

El ritmo de recuperación de las ventas, que han crecido por encima de la media del mercado en prácticamente todas las unidades de negocio, también ha permitido a Deoleo ampliar distancia respecto a sus competidores en los principales mercados. En Norte América, la compañía incrementó su cuota de mercado en 3,1 puntos porcentuales en el primer semestre, mientras que, en España, un mercado más maduro, la cuota aumentó en 1,7 puntos.

Liderar la transformación de la industria del aceite de oliva

No obstante, Ignacio Silva ha querido recordar que Deoleo se encuentra al comienzo de esta nueva etapa y ha sido prudente con respecto a los retos que la compañía deberá afrontar en el futuro. Entre ellos, ha señalado la necesidad de revalorizar la categoría del aceite de oliva a través de la calidad, garantizando que esta se preserve a lo largo de toda la cadena de valor. Deoleo está convencido de que este es un requisito imprescindible para consolidar el liderazgo de España dentro de este sector. Un desafío muy exigente que Deoleo está dispuesto a asumir actuando con honestidad e integridad, aunque Ignacio Silva ha reconocido que para cumplir este objetivo también se requiere que todo el sector trabaje de manera coordinada.

Otro de los grandes retos pendientes a corto y medio plazo será ver cómo las empresas y el sector se adaptan a los cambios que la crisis del COVID-19 pueda generar en los consumidores. Ignacio Silva ha dicho sentirse muy orgulloso de cómo la compañía ha respondido durante estos meses y ha agradecido el compromiso y la profesionalidad demostrada por el equipo. Sin embargo, ha reconocido que la incertidumbre es todavía muy elevada y que eso hace complicado anticipar el efecto real que la situación tendrá en el sector, y ha llamado a la unidad y responsabilidad de instituciones, agentes económicos y ciudadanos para, en primer lugar, proteger la salud y seguridad de la sociedad, al tiempo que se ofrecen las herramientas necesarias para minimizar el impacto económico e impulsar la recuperación.

-Fin-

Sobre Deoleo

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva. Tiene presencia en más de 70 países de los cinco continentes, fábricas en España e Italia y delegaciones comerciales en 15 países. Deoleo cuenta con marcas líderes en todo el mundo, como Bertolli (la más vendida en EEUU), Carapelli y Sasso; y las españolas, Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Más información: www.deoleo.com.

Contacto

Deoleo

Renee Enman | Directora de Comunicación
renee.enman@deoleo.com

LLYC

deoleo@llorenteycuenca.com
91 563 77 22