

## RESULTADOS 1S 2025

# Deoleo alcanza un EBITDA de €22M, eleva el margen bruto un 22% hasta los €62M y obtiene un beneficio neto de €2M

- El EBITDA ha crecido un 10% con respecto al mismo periodo del año anterior, demostrando la eficacia de la estrategia comercial en un contexto de normalización de la cosecha.
- El volumen de ventas crece un 11% como respuesta directa a la bajada de precios en el lineal, lo que ha permitido capitalizar la recuperación del consumo con una ganancia de cuota de 1,1 p.p. en mercados clave como España.
- La mejora de la rentabilidad permite duplicar la inversión en las marcas líderes del grupo hasta los €10M, una apuesta estratégica decidida para reforzar su valor, conectar con el consumidor y acelerar el crecimiento futuro.
- La compañía redujo su deuda neta en un 5%, apoyada en la generación de caja y una optimización del capital circulante (-13%) consolidando así su férrea disciplina financiera.
- Tras culminar con éxito la refinanciación con vencimiento en 2029, la compañía lanza el plan de transformación “Evoo-lution” para impulsar la rentabilidad en los próximos tres años y alinearla con los líderes del sector de gran consumo.

**Madrid, 30 de julio de 2025.** Deoleo, compañía número uno de aceite oliva a nivel mundial, ha cerrado el primer semestre del año con una mejora sustancial en sus principales indicadores de rentabilidad y una sólida posición estratégica para el futuro.

El desempeño en la primera parte del año demuestra la capacidad de la compañía para capitalizar la normalización del mercado de la materia prima, impulsando el volumen y fortaleciendo sus márgenes. Así, Deoleo ha incrementado el **volumen de ventas** en un 11% como respuesta directa a la bajada de precios en el lineal, lo que ha permitido a Deoleo capitalizar la recuperación del consumo. Las ventas totales, se situaron en un -14% respecto al mismo periodo del año anterior, como consecuencia de la traslación de la bajada de costes al consumidor, que ha sido clave para reactivar la demanda que se ha incrementado notablemente.

La evolución positiva de este semestre responde a la estrategia de valor que la compañía ha consolidado para hacer frente a la complejidad de los últimos ejercicios, marcados por la escasez de la materia prima, la volatilidad de los precios y la reducción del consumo. La defensa del margen unitario y la apuesta por la fortaleza de las marcas han situado a Deoleo en una posición óptima para capitalizar la actual recuperación del mercado, marcada por el crecimiento de la cosecha 2024/2025 (+64% en España) y una bajada de precios en origen superior al 50%. Así, el **margen bruto** creció hasta los €62M, incrementándose en un 22% con respecto al período comparable.

En este sentido, el **EBITDA** alcanzó los €22M, un 10% más que en el primer semestre de 2024, registrando crecimiento en la mayoría de las unidades de negocio comerciales. El **beneficio neto** del grupo ascendió a los €2M, cuadruplicando los €0,5M del mismo periodo del ejercicio anterior.

### Inversión en marcas y transformación futura

La mejora de la rentabilidad ha permitido a Deoleo redoblar su apuesta por el valor a largo plazo. La compañía ha duplicado la inversión en publicidad y promoción hasta los €10M para fortalecer sus marcas líderes, como Carbonell, Bertolli y Carapelli.

En este sentido, destaca la evolución del mercado español, que ha respondido de forma positiva, con una ganancia de cuota de mercado de 1,1 puntos porcentuales.

En palabras de **Cristóbal Valdés, consejero delegado de Deoleo**: *“Los resultados de este semestre con crecimientos en volumen y rentabilidad a doble dígito validan nuestra estrategia y marcan el inicio de esta nueva etapa en Deoleo. En una coyuntura de mercado normalizada, la compañía está demostrando una gran capacidad para gestionar los márgenes, habilidad para invertir de forma estratégica en sus marcas y apuntalar el crecimiento de forma rentable. Además, con el objetivo de preparar a la compañía para el futuro, durante el período hemos cumplido dos retos estratégicos fundamentales: en primer lugar, garantizar la estabilidad financiera a largo plazo tras la exitosa refinanciación cerrada en marzo. Y en segundo lugar, hemos diseñado ‘Evoo-lution’, nuestro plan de transformación integral para llevar la rentabilidad de Deoleo al siguiente nivel. Las iniciativas de ‘Evoo-lution’ deben poder generar al menos €30M de EBITDA adicional hasta 2028, con independencia del crecimiento que el mercado experimente por una continuación de la bajada de precios”.*

Para **Ignacio Silva, presidente de Deoleo**: *“Estos resultados demuestran la solidez de nuestra hoja de ruta, ya conocida por el mercado, apalancada en la defensa del margen unitario y en la fortaleza de nuestras marcas, situando al consumidor en el centro de nuestras decisiones. Es el momento de intensificar nuestros esfuerzos en la necesaria transformación del sector, con el objetivo de garantizar una retribución justa para toda la cadena de valor, sustentada en la excelencia y la calidad, y que ponga en valor las virtudes de un producto tan excepcional como es el aceite de oliva. Estamos convencidos de que, trabajando en esta dirección, estaremos mejor preparados para los desafíos e incertidumbres del futuro”.*

### **Sólida posición financiera para impulsar el crecimiento**

El pasado mes de marzo, con el apoyo fundamental de los dos principales accionistas del grupo, Deoleo cerró con éxito la refinanciación de la totalidad de su deuda financiera. El acuerdo garantiza la estabilidad del grupo al ampliar los vencimientos de deuda hasta 2029 y refuerza su flexibilidad con una nueva línea de crédito revolving de €35M. Al cierre del semestre, solo se habían dispuesto €15M de esta línea, lo que dota a la compañía de una amplia liquidez para afrontar sus planes de crecimiento.

La positiva evolución del negocio, junto con una reducción del capital circulante del 13% motivada principalmente por el menor precio de la materia prima, ha impulsado el flujo de caja de explotación hasta los 19 M€ (+5%). También ha permitido una reducción de la deuda financiera neta del 5% lo que mejora el ratio de endeudamiento (Deuda Financiera Neta/EBITDA) situándolo en 3,1 veces.

### **Impacto de los aranceles de Estados Unidos**

En el marco de los recientes avances en las relaciones comerciales entre la Unión Europea y Estados Unidos, este último ha anunciado la imposición de un arancel del 15% sobre todos los productos de origen europeo, incluido el aceite de oliva. La compañía había previsto y modelizado todos los escenarios posibles y ha activado una serie de medidas para mitigar el impacto en el negocio a corto plazo de los nuevos aranceles.

En el medio plazo, la compañía prevé que el efecto de estos aranceles se vea parcialmente compensado por un entorno de precios de materia prima más contenidos. Además, se ha puesto en marcha un plan de comunicación y marketing enfocado en el consumidor estadounidense, con el objetivo de reforzar el valor diferencial y los beneficios del aceite de oliva, un producto cuya producción local apenas cubre el 5% del consumo nacional en el país.

### **Perspectivas positivas: una hoja de ruta sólida para un crecimiento rentable y sostenible**

De cara al segundo semestre, Deoleo confía en que la tendencia positiva se acelere. Esta confianza se apoya en los dos hitos estratégicos alcanzados: la exitosa refinanciación, que proporciona el músculo financiero necesario, y la puesta en marcha del plan de transformación “Evoo-lution”, que se convertirá en motor de creación de valor para sus grupos de interés.

Este plan, basado en un conjunto de iniciativas ya identificadas, tiene como objetivo alcanzar beneficios incrementales en los próximos tres años y situar la rentabilidad del negocio en niveles comparables a los de las grandes empresas multinacionales del sector de gran consumo.

La compañía confía en cumplir sus previsiones para el cierre del ejercicio en términos de EBITDA y generación de caja, lo que permitirá impulsar sus planes de crecimiento y continuar con la reducción sistemática del endeudamiento.

-FIN-

#### Deoleo

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial, 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, así como las españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo, por favor, visite [www.deoleo.com](http://www.deoleo.com)

# # #

#### Contacto

##### Deoleo

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación  
[jose.bonache@deoleo.com](mailto:jose.bonache@deoleo.com)

##### LLYC

[deoleo@llorentycuenca.com](mailto:deoleo@llorentycuenca.com)  
91 563 77 22