

RESULTADOS 1S 2021

## Deoleo eleva sus ventas un 8% y obtiene un beneficio neto comparable de €14M

- El buen desempeño de todas las unidades comerciales ha permitido que los volúmenes crezcan un 3% en el primer semestre de 2021, a pesar de compararse con un periodo excepcional marcado por el efecto de las restricciones asociadas a la crisis sanitaria
- Las cuotas de mercado continúan aumentando tanto en Alemania, donde la cuota crece 1,4 puntos porcentuales, como en Estados Unidos e Italia, donde las cuotas crecen 0,7 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior

**Madrid, 30 de julio de 2021.** Deoleo, líder mundial en el sector del aceite de oliva, cierra un primer semestre positivo en línea con la tendencia mantenida en el último año y medio. La compañía obtuvo un beneficio neto comparable de €14M en la primera mitad del año, frente a los €16M registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El EBITDA alcanzó €29M, muy por encima de los objetivos marcados inicialmente para el primer semestre, aunque se vio impactado por la evolución de los tipos de cambio, principalmente USD/EUR, y por un crecimiento de la inversión en las marcas.

A pesar de la complejidad del entorno, el buen comportamiento de todas las unidades comerciales ha impulsado los volúmenes de Deoleo, que crecieron un 3% en términos interanuales, pese a compararse con un periodo extraordinario debido al impacto positivo que tuvo el aumento del consumo en el hogar, asociado a las restricciones impuestas al inicio de la crisis sanitaria, sobre el consumo global de aceite de oliva, favorecido además por un entorno de precios bajos y estables durante el primer semestre de 2020.

Las ventas, por su parte, aumentaron un 8% en la primera mitad del año, impulsadas por el mencionado crecimiento de los volúmenes y por los precios de venta, asociados al incremento del coste de la materia prima. El crecimiento de los volúmenes y las ventas, resultado de la buena gestión comercial, ha permitido que el impacto de la subida de los precios de la materia prima haya tenido un efecto sobre los resultados mejor que lo esperado.

El positivo progreso del negocio se observa también en la evolución de las cuotas de mercado de las marcas de Deoleo, que han continuado incrementándose en el primer trimestre del año con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. De acuerdo con los datos proporcionados por IRI y Nielsen, se ha registrado un incremento de 1,4 puntos porcentuales en Alemania, de 6,7 puntos en México y de 0,7 puntos en Estados Unidos y en Italia. En España, la cuota permanece estable.

En cuanto al resultado neto del semestre, este asciende a €59M y recoge un impacto positivo en el impuesto sobre sociedades de €45M, resultado de la revalorización fiscal de las marcas de la compañía a la que se ha acogido la filial Carapelli Firenze, de acuerdo con las medidas urgentes de apoyo y relanzamiento de la economía implementadas por el gobierno italiano.

**En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo:** “Hemos cerrado un semestre muy positivo en el que todas las unidades comerciales se han comportado muy bien, destacando especialmente el caso de Norte América y Norte de Europa. Nuestra buena gestión comercial, reflejada en el crecimiento continuado de las cuotas de mercado en geografías clave, ha vuelto a demostrar su eficacia. Nos ha permitido seguir impulsando nuestros volúmenes y ventas y limitar el impacto de los retos que el entorno está planteando, sobre todo, en los mercados más maduros. Esto es una evidencia de que Deoleo está perfectamente preparada a día de hoy para competir mejor en un entorno incierto y volátil”.

El incremento de los precios de la materia prima también ha traído consigo un aumento de €27 M del capital circulante del grupo, un 39% más con respecto al cierre del año anterior, pero la gestión del mismo junto con la buena evolución del negocio ha permitido mantener los altos niveles de tesorería disponible habituales y la deuda financiera neta estable.

La caja se mantiene en €73M y, así mismo, la compañía cumple con todos los *covenants* pertinentes establecidos en el nuevo contrato de financiación sindicada.

## Renovado plan de negocio

Deoleo presentó en la reunión del Consejo de Administración de julio la actualización de su plan de negocio a cinco años, tras quedar sus objetivos desfasados por la buena operativa del grupo. Esta redefinición del plan era fundamental para poder seguir respondiendo a las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés de la compañía.

La compañía espera poder dar a conocer el nuevo plan en octubre. El objetivo es adaptar la hoja de ruta del grupo a los cambios que se han producido en el mercado, pero manteniendo intacto su ADN: poniendo el foco en las marcas y la calidad, respondiendo a la necesidad de mejorar la percepción del aceite de oliva y manteniendo al consumidor en el centro de todas las decisiones estratégicas del grupo.

-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](http://www.deoleo.com).

## Contacto

### Deoleo

Renee Enman | Directora de Comunicación

[renee.enman@deoleo.com](mailto:renee.enman@deoleo.com)

### LLYC

[deoleo@llorentycuenca.com](mailto:deoleo@llorentycuenca.com)

91 563 77 22