

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS 2021

Los accionistas de Deoleo respaldan a la compañía en su nueva etapa

- Deoleo ha reunido hoy a sus accionistas en una Junta General que representa el inicio de una nueva etapa tras el cierre de la reestructuración financiera y societaria del grupo y la recuperación del negocio.
- Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo, ha puesto en valor la posición en la que se encuentra la compañía gracias a su bajo endeudamiento, la fortaleza de sus marcas y su penetración en mercados con alto potencial de crecimiento.
- La nueva situación financiera y operativa de Deoleo ha sido reconocida por el mercado, como evidencia la cotización del valor o la revisión favorable de los ratings de Moody's y Standard & Poor's.

Madrid, 1 de junio de 2021. Deoleo ha celebrado hoy su Junta General de Accionistas tras un ejercicio clave en el que el grupo completó la ejecución del acuerdo de reestructuración, recuperando el equilibrio financiero y patrimonial, y volvió a registrar beneficios tras seis años consecutivos de pérdidas. El encuentro, en el que ha estado representado el 58,60% del accionariado de Deoleo, S.A., se ha celebrado por medios exclusivamente telemáticos con el fin de salvaguardar la salud de los accionistas, empleados y demás personas que intervienen en la Junta General en el marco de la actual situación sanitaria.

Los accionistas de la compañía han aprobado la gestión del Consejo de Administración de Deoleo, S.A. y las cuentas e informes anuales del año 2020. Asimismo, han aprobado la modificación de los Estatutos Sociales y del Reglamento de la Junta General de Accionistas con el objetivo de regular la celebración y asistencia a la Junta mediante medios telemáticos de ahora en adelante.

El presidente y consejero delegado de Deoleo, Ignacio Silva, ha destacado en su intervención los cambios que la compañía ha experimentado en los últimos meses, concluyendo que "Deoleo es un proyecto totalmente renovado", que gracias a su bajo nivel de endeudamiento, su penetración en mercados con un alto potencial de crecimiento, la fortaleza de sus marcas y la agilidad para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, "se encuentra en una posición privilegiada dentro del sector y cuenta con herramientas imbatibles para afrontar el futuro con resiliencia y ofreciendo soluciones de valor para el conjunto de la industria".

Además, ha recordado que Deoleo inició en 2020 un capítulo nuevo, marcado por la estabilidad y el crecimiento. Además de recuperar la estabilidad financiera, reduciendo su endeudamiento en más de un 60% y flexibilizando las condiciones de su financiación, Deoleo logró cerrar el ejercicio con un beneficio neto de 57 millones de euros en términos comparables, frente a las pérdidas de 11 millones de euros de 2019.

Silva ha querido señalar que esta positiva tendencia estuvo impulsada por el buen comportamiento de los volúmenes vendidos, que crecieron por encima del mercado en la mayoría de las geografías, permitiendo a las marcas del grupo incrementar sus cuotas de mercado. Medidas en términos de volumen vendido, las cuotas crecieron en 2020 en todas las geografías clave para Deoleo. En Estados Unidos se incrementaron 2,8 puntos porcentuales, mientras que aumentaron 1,1 puntos en España y 0,7 en Italia. Además, según ha destacado Ignacio Silva, la tendencia se mantuvo en el primer trimestre de 2021, registrando crecimientos

de 1,1 puntos porcentuales en Estados Unidos y de 2,9 puntos en Italia. También ha sido un inicio de año muy positivo para el negocio en el norte de Europa y Deoleo ha conseguido ganar cuota en Francia, posicionándose como el segundo jugador en este mercado, y en Alemania, donde tras crecer 2,2 puntos porcentuales, ha conseguido una cuota del 25% en el segmento del aceite de oliva orgánico.

Durante el encuentro, se ha profundizado en las razones de la recuperación del negocio, que evidencia la fortaleza de las marcas de Deoleo y la efectividad de las distintas estrategias comerciales puestas en marcha en cada uno de los mercados. No obstante, el presidente y consejero delegado del grupo también ha puntualizado que el incremento del consumo en el hogar, motivado por la crisis sanitaria de la Covid-19 y por las restricciones sociales derivadas, también tuvo un impacto positivo en los resultados operativos de la compañía en 2020.

Como se anunció con motivo de la presentación de resultados del pasado ejercicio, Deoleo ha iniciado una revisión de su plan de negocio tras quedar sus objetivos desfasados por la buena operativa del grupo. Ignacio Silva ha señalado que la compañía está trabajando en esta redefinición actualmente y espera completarla durante el tercer trimestre de este ejercicio. No obstante, ha adelantado que 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.

Posición reforzada ante los retos y demandas del sector

Como conclusión a su intervención, Ignacio Silva ha destacado que, resultado de todos los cambios experimentados en los últimos meses, Deoleo está a día de hoy mucho mejor preparada para responder a las demandas del entorno y, entre ellas, contribuir a la necesaria transición hacia un modelo económico y social más justo y sostenible.

El grupo, que está ultimando su nueva estrategia de sostenibilidad, desarrolló una actividad muy intensa en materia de medio ambiente, impacto social y buen gobierno corporativo a lo largo del pasado ejercicio. En reconocimiento a este trabajo, Ecovadis, agencia de calificación sobre sostenibilidad líder en el mundo, concedió a la compañía a principios de 2021 una medalla de oro en la categoría de sostenibilidad medioambiental y situó a Deoleo entre el 5% de empresas mejor valoradas.

Se trata del último reconocimiento que la firma ha recibido a lo largo de los últimos meses y que confirma la nueva situación en la que Deoleo se encuentra, que le permite incorporar una visión de largo plazo en la gestión estratégica del proyecto. Como ha destacado Silva, esto es precisamente lo que el mercado también está valorando, como ha puesto de manifiesto la buena evolución de la cotización, que se revalorizó 2,5 veces el ejercicio pasado desde el cierre de la ampliación de capital, la favorable revisión que han hecho las agencias Standard & Poor's y Moody's de la calificación crediticia de Deoleo, y la publicación del sponsored research de Renta 4, que a principios de mayo inició el seguimiento del valor con una recomendación de sobreponderar y un precio objetivo de 0,61 euros por acción.

-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