

RESULTADOS 1S 2020

Deoleo consolida su crecimiento y obtiene un EBITDA de €43,7M

- Estos resultados confirman la tendencia positiva que ya se vio durante el primer trimestre del año y que ha significado un aumento del volumen de 30% durante los 6 primeros meses del año.
- El crecimiento del 24% de las ventas potencia el aumento del EBITDA respecto al primer semestre de 2019, superando el 50% en todas las geografías.
- El proceso de reestructuración financiera y societaria, concluido en el primer semestre, garantiza la estabilidad del grupo tras restablecer su equilibrio patrimonial y reducir la deuda financiera en 375 millones de euros.

Madrid, 15 de septiembre de 2020. Deoleo, productor de aceite de oliva líder mundial, continúa dando muestras de la fortaleza de su negocio en el primer semestre del año. Así, a cierre de junio, el beneficio neto del grupo alcanzó los 251 millones de euros, en contraposición con las pérdidas de 15 millones registradas en el mismo periodo del año anterior debido, principalmente, al impacto extraordinario del proceso de reestructuración concluido en el primer semestre de 2020, y al buen desempeño del negocio en todas las regiones.

El crecimiento se ha visto acelerado debido a las nuevas medidas adoptadas más allá de que el consumo aumentó significativamente a partir de marzo debido a lo que podría describirse como el “Efecto Covid”. Así, el primer semestre del año terminó con un aumento del 30% de los volúmenes y del 24% en las ventas, llevando al EBITDA del grupo hasta los 43,7 millones de euros (+245%). Estas cifras consolidan una tendencia que comenzó a finales de 2019 y que ha continuado hasta el mes de Junio.

Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo, ha afirmado que el futuro es aún más prometedor: “Gracias a la estrategia comercial que empezamos a aplicar el año pasado en nuestras diferentes geografías, nuestro negocio ha conseguido revertir la tendencia negativa de ejercicios anteriores. Además, durante este periodo hemos sido capaces de consolidar el crecimiento con un aumento significativo del consumo en el hogar debido a la pandemia”.

Incremento de las cuotas de mercado en los países clave

La evolución de las marcas de Deoleo ha sido positiva en todas las geografías del grupo, superando el crecimiento medio del mercado en la mayor parte de ellas, lo que ha permitido incrementar la cuota de mercado de Deoleo en casi todos los países clave.

En España, los volúmenes han aumentado un 21% frente a un crecimiento total del mercado de aceite de oliva, que se situó en el 16%. Esta diferencia se ha traducido en un incremento de la cuota de 1,7 puntos porcentuales, ensanchando la distancia respecto a sus principales competidores que, en el mejor de los casos, crece en 0,2 puntos porcentuales.

Estas cifras ponen de manifiesto, además, la menor importancia relativa del mercado español en términos de volumen global. El modelo de volumen en el que se ha basado la industria en los últimos años está resultando insostenible. En este sentido, y de cara al futuro, Ignacio Silva ha señalado que, “la industria debe ser valiente y audaz a la hora de adoptar nuevas medidas desde el olivar hasta el lineal de las tiendas, incorporando nuevos métodos y parámetros de calidad más exigentes. Esto es clave para facilitar que los consumidores tomen las decisiones adecuadas sobre las marcas en las que quieren confiar”.

El comportamiento de las Unidades de Negocio de Norte América y Norte de Europa destaca también en este primer semestre. En Norte América, las medidas adoptadas en el segundo semestre de 2019, así como el mayor consumo en los hogares, han dado lugar a un crecimiento de los volúmenes del 74% y a un incremento de la cuota de mercado de 3,1 puntos porcentuales (+26%). En el Norte de Europa, la mejora se ha constatado tanto en la presencia de las marcas de Deoleo en los canales de distribución,

especialmente en Alemania, como en las ventas de productos de valor añadido en mercados como el francés, lo que explica que los volúmenes hayan aumentado un 45%.

Perspectivas sobre la evolución del mercado

La industria de la alimentación a la que pertenece Deoleo, ha sido una de las pocas que ha tenido un impacto positivo durante la actual pandemia como consecuencia del incremento del consumo en los hogares. Una circunstancia, por el momento, temporal, dado que el comportamiento del consumidor en el largo plazo todavía es incierto especialmente en un contexto como el actual.

Proceso de reestructuración concluido

El primer semestre del año ha estado marcado por el cierre del proceso de reestructuración financiera que Deoleo inició hace un año y que le ha permitido reducir su deuda financiera en €375 M, teniendo al cierre de este primer semestre una deuda financiera neta de €190 M, frente a los €557 M registrados a 31 de diciembre de 2019.

El cierre de este proceso ha restablecido el equilibrio patrimonial de Deoleo y ha dotado al grupo de nuevos recursos y de mayor flexibilidad para cumplir con sus compromisos financieros, garantizando la estabilidad en el corto y medio plazo, así como una estructura más eficiente para implementar su plan de negocio a largo plazo.

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@llorentycuenca.com
91 563 77 22