

RESULTADOS 2020

Deoleo obtiene un beneficio neto comparable de 57M€ y refuerza su posición en el mercado

- El resultado se ha visto impulsado por el crecimiento de los volúmenes, que han aumentado un 22% y han permitido mejorar las cuotas de mercado de Deoleo en sus principales geografías (España, Italia, EEUU, etc.)
- Por su parte, la cifra de ventas se ha incrementado en un 18,4% hasta los 665M€, frente a los 561M€ del ejercicio anterior.
- El EBITDA, que aumenta 44M€ hasta los €72M€, la disminución de los costes financieros y la venta de activos no estratégicos han permitido generar 36M€ de caja, frente a los 5M€ generados del ejercicio anterior
- La deuda financiera neta se sitúa en 150M€, frente a los 557M€ a cierre de 2019, como resultado de la positiva generación de caja y del impacto del acuerdo de refinanciación cerrado en junio

Madrid, 25 de febrero 2021. Deoleo, productor de aceite de oliva líder en el mundo, ha cerrado el 2020 confirmando la positiva tendencia que ha mantenido a lo largo de un año clave para la compañía. De esta manera, ha obtenido un beneficio neto comparable de 57M€, frente a las pérdidas de 11M€ registradas en el ejercicio anterior. Considerando el impacto extraordinario que el proceso de restructuración de su deuda ha tenido en el resultado de la compañía, este ejercicio el beneficio neto alcanza los 290M€.

Es importante destacar el crecimiento del EBITDA en un 160% hasta los 72M€, con respecto al EBITDA de 27,7M€ con que cerró el ejercicio anterior. Estas cifras son reflejo del crecimiento de los volúmenes vendidos (+22%), impactados tanto por el incremento del consumo en el hogar derivado de la pandemia, como por las iniciativas comerciales estratégicas implementadas. Esto se evidencia también en la evolución de la cifra de ventas (+18,4%), que se sitúa en 665M€ frente a los 561M€ del ejercicio anterior. Así, se confirma un cambio iniciado a mediados de 2019 y consolidado en 2020.

Además, esta mejora ha permitido a la compañía generar una caja de 36M€ frente a los 5M€ de 2019, contando con una posición de caja al cierre del ejercicio de 73M€. Esto, junto con el cierre de la refinanciación en junio, ha posibilitado una reducción de 407M€ de la deuda financiera neta, situándola en 150M€ frente a los 557M€ de hace un año.

En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo: “El año 2020 ha marcado un antes y un después para la compañía. Nos encontramos en una situación de estabilidad financiera y contamos con una sólida posición de caja que nos sitúa en una posición privilegiada dentro del sector. Esto, sumado a una estrategia comercial que ya muestra sus resultados y a la fortaleza de nuestras marcas, nos permite ser optimistas ante un futuro que en el medio plazo seguirá marcado por la incertidumbre del entorno en el que operamos.”

Mejora de la cuota de mercado en geografías clave

La compañía ha logrado poner en valor la fortaleza de sus marcas y su conocimiento de los mercados en los que opera, lo que se ha traducido en un crecimiento de volumen en todas las unidades de negocio. De hecho, el aumento de la cuota de las marcas de aceite de oliva de Deoleo ha sido superior a la del mercado en las principales geografías en las que opera. Según los datos de IRI, la cuota de mercado durante 2020 ha subido en 2,8 puntos porcentuales en Estados Unidos, y de acuerdo con Nielsen, ha aumentado en 1,1 puntos porcentuales en España y en 0,7 en Italia.

Adaptación ante un futuro marcado por la incertidumbre

A pesar de la buena evolución del negocio, no hay que olvidar que el mercado sigue operando en un contexto de gran incertidumbre que permanecerá en el corto y medio plazo. La evolución de la actual situación sanitaria va a marcar el comportamiento de los diferentes mercados en los que la compañía está presente y todavía es incierto el impacto que esto puede tener en el consumidor a largo plazo. Aunque esperamos que el efecto de la pandemia sea mucho menor en el 2021, con la afectación que ello puede tener en el resultado de la compañía, Deoleo cuenta con un negocio base creciente y la expectativa es que se mantenga así durante este año.

Por último, destacar que ante los positivos resultados obtenidos este ejercicio, Deoleo ha decidido llevar a cabo una nueva reflexión estratégica con el fin de lanzar un nuevo Plan de Negocio a cinco años que recoja los cambios acaecidos en el mercado y el potencial futuro del mismo. Este nuevo plan seguirá manteniendo la apuesta por la calidad, la necesidad de revalorización del aceite de oliva y la relevancia del consumidor en las decisiones estratégicas de la compañía.

-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