

RESULTADOS 9M 2021

Deoleo evidencia su solidez financiera y obtiene un beneficio de 16 M€, en línea con los objetivos del ejercicio

- Los resultados del tercer trimestre recogen el impacto de la normalización de hábitos tras la pandemia, así como del incremento de los precios de la materia prima, la evolución de los tipos de cambio y el aumento de los costes logísticos
- Las cuotas de mercado continúan registrando un comportamiento positivo, especialmente en Estados Unidos, donde crecen 1,1 puntos porcentuales en el año
- Deoleo da evidencias de su solidez financiera y ha reducido su deuda neta un 10% gracias al cumplimiento del objetivo de EBITDA y a la buena gestión del circulante

Madrid, 29 de octubre de 2021. Deoleo, líder mundial en el sector del aceite de oliva, continúa dando evidencias de la solidez de su negocio pese a la complejidad del entorno actual. En los nueve primeros meses del año, la compañía obtuvo un beneficio neto comparable de 16M€ -excluyendo el impacto positivo de la revalorización de las marcas italianas de Deoleo- frente a los 26M€ registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior -excluyendo el impacto positivo de la reestructuración de la deuda-. Considerando el impacto extraordinario registrado en 2021, el beneficio neto de Deoleo a cierre de septiembre ascendió a 61M€.

El EBITDA alcanzó 38M€, en línea con los objetivos marcados al inicio del ejercicio. El EBITDA es un 39% inferior al obtenido en el mismo periodo de 2020, un año en el que los resultados de Deoleo se vieron favorecidos por el incremento del consumo en el hogar en el marco de la crisis sanitaria.

La vuelta paulatina a los hábitos de consumo tras normalizarse la situación sanitaria ha supuesto una contracción del consumo mundial de aceite de oliva, especialmente en mercados más maduros, como Italia o España, aunque es una tendencia que empieza a trasladarse a otros países.

Además, Deoleo está llevando a cabo un proceso de incremento de los precios de venta con el objetivo de reducir el impacto del aumento del coste de la materia prima, lo que, como la compañía anticipó, también está afectando al consumo de aceite. Según el MAPA, los precios en origen son actualmente un 70% más altos que al inicio de la campaña que acaba de finalizar, aunque en los últimos meses han empezado a observarse signos de estabilización.

Como consecuencia del ajuste progresivo de los precios de venta al consumidor, Deoleo mantuvo el crecimiento de las ventas, que se incrementaron un 3,1% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, a pesar de la ligera caída de los volúmenes vendidos.

Adicionalmente, el EBITDA del grupo se vio impactado por el aumento de los costes logísticos a nivel mundial y por el impacto de 6M€ asociado a la evolución de los tipos de cambio.

En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo: *“A pesar de la complejidad del entorno, Deoleo ha vuelto a dar evidencias de sus fortalezas. Anticipamos los retos a los que este año el sector se iba a afrontar por el incremento del precio de las materias primas y tomamos las medidas necesarias para minimizar su impacto, las cuales nos han dado resultados muy positivos en geografías clave. Estamos muy satisfechos por lo bien que han*

reaccionado las marcas de Deoleo en una año tan retador y ejemplo de ello es que hemos cumplido los objetivos de EBITDA que nos marcamos inicialmente y, además, nuestras cuotas de mercado han registrado una buena evolución”.

Las cuotas de mercado de las marcas de Deoleo continúan registrando un buen comportamiento, lo que refleja su posición de fortaleza en el mercado. La evolución es especialmente significativa en Estados Unidos, donde las cuotas de mercado crecieron 1,1 puntos porcentuales, mientras que en España se mantuvieron estables, un dato muy positivo teniendo en cuenta la contracción del consumo registrada en este mercado.

Deoleo continúa reforzando su solidez financiera

A pesar de ser un año complejo, Deoleo mantiene una sólida posición financiera. Gracias a la generación de EBITDA en los nueve primeros meses del año, en línea con los objetivos marcados, y a la buena gestión del circulante, Deoleo logró reducir su deuda financiera neta en un 10%. Durante el tercer trimestre, consiguió revertir la situación de generación de caja registrada en el primer semestre y pasar de un consumo de caja de 4M€ en los seis primeros meses del año a una generación de 14M€ a cierre de septiembre de 2021.

La evolución del negocio y la adecuada gestión del circulante, junto con los menores recursos destinados al pago de intereses, resultado de la nueva estructura de deuda del grupo, están permitiendo generar caja y seguir reduciendo el endeudamiento neto, que se sitúa en 136M€ frente a los 150M€ a registrado a cierre del ejercicio anterior.

-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