

RESULTADOS 1S 2026

El EBITDA de Deoleo aumenta un 23% en términos comparables, impulsado por el crecimiento en mercados estratégicos

- Los resultados del primer semestre, que alcanzan los 19,4M€ de beneficio neto, recogen el efecto de la devolución de aranceles a las exportaciones a Estados Unidos bajo la normativa IEEPA tras la anulación del Tribunal Supremo, y el impacto de la resolución favorable de una reclamación fiscal en España
- La estrategia de defensa del valor en las diferentes geografías, el crecimiento del consumo en mercados estratégicos y las iniciativas de EVOO-lution impulsan el margen bruto unitario, que crece un 25% respecto al primer semestre de 2025 (+14% en términos comparables)
- La mejora del margen bruto (76M€), junto con la disciplina en costes, eleva el EBITDA hasta los 33M€, cifra que incluye la recuperación de 7M€ de los aranceles IEEPA correspondientes a 2026. Considerando este impacto, el incremento del EBITDA es del 52% respecto al primer semestre de 2025
- El aumento de la rentabilidad y la estabilidad financiera permiten a la compañía seguir reduciendo su deuda financiera neta y alcanzar una ratio de endeudamiento de 1,4x al cierre del semestre
- Los resultados del primer semestre validan la hoja de ruta de EVOO-lution y refuerzan la posición de la compañía para seguir avanzando en sus objetivos de crecimiento

Madrid, 29 de julio de 2026. Deoleo, compañía líder mundial en aceite de oliva, ha cerrado el primer semestre de 2026 con un resultado neto de 19,4M€, respaldado por la estrategia de defensa del valor de la compañía en sus diferentes geografías y por el crecimiento del consumo en los países de mayor margen. Además, el resultado neto recoge el efecto positivo de la recuperación de 13M€ de los aranceles pagados en Estados Unidos bajo la normativa IEEPA tras ser anulados por el Tribunal Supremo en febrero del año en curso. De los 13M€ recuperados, 6M€ proceden de los aranceles correspondientes a 2025 y 7M€ de los de 2026. El resultado neto del primer semestre también recoge el impacto de la resolución favorable de una reclamación fiscal en España.

La compañía alcanzó un EBITDA de 33M€, lo que supone un incremento del 52% (+23% excluyendo el efecto de la devolución de los aranceles USA IEEPA) respecto al mismo periodo del año anterior. En un entorno marcado por una menor volatilidad y una tendencia descendente en los precios de la materia prima, la compañía ha continuado desplegando su estrategia de defensa del margen bruto unitario, que crece un 25% (14% en términos comparables), elevando el margen bruto total hasta los 76M€, lo que supone un incremento del +22% (+11% en términos comparables).

El volumen de ventas ha experimentado un ligero descenso del 2,9% por la ralentización del consumo en mercados maduros como España o Italia. Esta evolución se ha visto compensada por el buen desempeño del plan *EVOO-lution*, la diversificación geográfica del Grupo, el crecimiento del consumo y el desempeño del Grupo en mercados estratégicos, como el Norte de Europa, la India y el Sudeste Asiático.

En palabras de **Cristóbal Valdés, CEO de Deoleo**: *"El buen desempeño de este primer semestre, con un fuerte crecimiento del EBITDA que alcanza el 23% en términos comparables, demuestra que nuestra estrategia es la acertada. Hemos sabido leer el mercado y asegurar la rentabilidad, garantizando nuestro aprovisionamiento estratégico para el ejercicio. La compañía está hoy más fuerte y preparada para capitalizar las oportunidades que ofrecen los mercados de mayor valor"*.

Para **Ignacio Silva, presidente de Deoleo**: *“Estos resultados son reflejo de una gran disciplina financiera y del firme compromiso con la creación de valor a largo plazo. Reducir nuestra ratio de endeudamiento al tiempo que incrementamos nuestros beneficios nos otorga una posición de gran solidez. Estamos ejecutando nuestra hoja de ruta con rigor y los números demuestran que vamos en la dirección correcta para alcanzar nuestras ambiciones futuras”.*

Impulso de los márgenes en mercados estratégicos

La diversificación geográfica de Deoleo ha impulsado el crecimiento global en márgenes, gracias al desempeño de la compañía en países de alta rentabilidad. La evolución de las ventas ha mostrado una ralentización del consumo en los mercados de mayor volumen y menor rentabilidad, como España e Italia. Por el contrario, el consumo crece en aquellos países cuya aportación al margen de la compañía es mayor. El desarrollo de nuevos productos y formatos a través de la innovación sigue siendo una palanca de crecimiento para la compañía en sus mercados clave.

Asimismo, cabe destacar el desempeño de la región del Norte de Europa con un crecimiento del 10% en volumen. En India, la compañía ha conseguido sumar en este periodo 10.000 nuevos puntos de venta y acaba de lanzar su campaña de comunicación multiplataforma de la marca Fígaro en el país. En el caso de Estados Unidos, el semestre ha estado marcado por un contexto temporal de intensidad competitiva que hemos afrontado con nuestra estrategia de defensa del margen bruto unitario.

Solidez financiera y descenso continuado del endeudamiento

El primer semestre ha registrado un consumo del capital circulante marcado por la estacionalidad de la cosecha y por la política de aprovisionamiento estratégico del Grupo, que le permite garantizar la disponibilidad, la calidad y el precio de la materia prima hasta el cierre de la campaña.

A pesar de esta circunstancia, Deoleo ha logrado seguir reforzando su posición financiera. La estabilidad en la deuda financiera neta y el crecimiento del EBITDA nos permiten mejorar el ratio de endeudamiento, que se reduce hasta 1,4x. Deoleo ha cerrado además el semestre contando con una liquidez disponible superior a los 60M€.

EVOO-lution: el primer semestre de 2026 confirma nuestra estrategia

La evolución del negocio en este primer semestre supone un sólido arranque que confirma las previsiones de la hoja de ruta estratégica “EVOO-lution”. Dicho avance está impulsado por el desempeño de las iniciativas de desarrollo de negocio e innovación, y por mejoras operativas enfocadas en la eficiencia y la optimización de la estrategia de abastecimiento para adaptarse a cada campaña.

Estos esfuerzos, sumados a otros hitos, como la reducción del ratio de endeudamiento a 1,4x y la inclusión de la compañía entre los Top 100 líderes climáticos de Europa y los Top 5 de España (según Financial Times y Statista) nos dan confianza para cerrar el ejercicio con crecimiento en las principales variables. Todo ello bajo un plan diseñado para generar c.32M€ de EBITDA incremental en el periodo 2025-2028.

-FIN-

Deoleo

Deoleo es la compañía número 1 de aceite oliva a nivel mundial (Fuente: Euromonitor International, Cooking Ingredients and Meals), presente en 70 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 12 países. Deoleo cuenta con 27 marcas en el portfolio de aceite, aceitunas, salsas y vinagres, marcas líderes a nivel mundial como Bertolli -líder en el mundo- Carapelli y Sasso, así como las españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo, por favor, visite www.deoleo.com

##

Contacto

Deoleo

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación
jose.bonache@deoleo.com

LLYC

deoleo@llorenteycuenca.com
91 563 77 22