

RESULTADOS 1S 2024

## Deoleo cierra el primer semestre con un EBITDA de €19,7M, incrementa la facturación en un 25% y vuelve a beneficios

- Como resultado del mantenimiento del margen bruto unitario, la óptima gestión comercial y la eficiencia tanto operativa como financiera, el grupo ha logrado cerrar el primer semestre del año en positivo e incrementar un 55% el EBITDA a pesar de operar en un escenario retador
- El grupo ha demostrado la validez de su estrategia, priorizando sus marcas y con una firme apuesta por el impulso de la sostenibilidad, tal como refleja la reciente obtención de la certificación Índice de Buen Gobierno Corporativo de AENOR, convirtiéndose en la primera compañía del sector de gran consumo en lograrlo

**Madrid, 30 de julio de 2024.** Deoleo, compañía número uno de aceite oliva a nivel mundial, ha cerrado el primer semestre del año alcanzando un beneficio neto de €0,5M en un contexto complejo marcado por precios altos de la materia prima y el consecuente consumo a la baja en los principales mercados. Dadas las bajas disponibilidades del producto y la potencial volatilidad en los precios para la segunda mitad del año, se ha mantenido una posición de cautela conteniendo los gastos operativos y ahorrando en costes de estructura procedentes de los planes de eficiencia, situando el EBITDA en €19,7M, un 55% más que en el mismo periodo del año anterior.

Los precios se han relajado con respecto al principio del año, periodo en el que se alcanzaron máximos históricos. A pesar de ello, en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior, estos han subido en torno al 15% según datos Pool Red. En lo que respecta a España, los precios medios de aceite según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) suben un 130% con respecto a las dos campañas precedentes.

Para navegar este contexto, la compañía ha continuado defendiendo el margen bruto unitario, que ha subido un 2% con respecto al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento ha sido posible gracias al desarrollo de una gestión comercial que, junto a la eficiencia operativa, la disciplina financiera y la fortaleza de las marcas del grupo, ha permitido mantener los volúmenes e incrementar un 25% la cifra de ventas en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior. Esta gestión comercial ha permitido también mantener el margen bruto.

Estos factores, junto con el mantenimiento del margen bruto, explican la mencionada mejora en el EBITDA en €7M en este periodo y el cierre del semestre con un resultado neto positivo, resultado de la solidez de la estrategia de la compañía centrada en el impulso de la calidad, innovación y sostenibilidad.

Este último pilar se erige como la base del negocio de la compañía. Es por ello que el pasado mes de marzo la firma lanzó el primer Informe Integrado de Sostenibilidad que refleja los avances de su estrategia de sostenibilidad. Esta se basa en el propósito "Cuidamos lo que te cuida", que marca la hoja de ruta a seguir para consolidar a Deoleo como líder en sostenibilidad dentro del sector. Cabe destacar que, desde 2018, un total de 82 almazaras han sido certificadas bajo el Protocolo de Sostenibilidad para la producción de aceite de oliva virgen extra (AOVE), un 15,5% más que en 2022.

También ha sido de especial relevancia el proyecto europeo Soil O-live, a través del cual el grupo traslada a sus proveedores técnicas para mejorar el cuidado del agua y el suelo. El trabajo llevado a cabo en materia de sostenibilidad se ha visto reflejado en la obtención de la medalla Platino por parte de Ecovadis, situándose entre el 1% de empresas mejor valoradas en materia de ESG y sostenibilidad empresarial, de entre las 130 mil evaluadas, y en la reciente certificación Índice de Buen Gobierno Corporativo de AENOR, convirtiéndose en la primera compañía del sector de gran consumo que lo logra. Según la entidad certificadora, Deoleo ha obtenido la calificación más alta posible (G++), gracias a sus buenas prácticas en transparencia y buena gobernanza corporativa. A través de estos logros, la compañía aspira a contribuir de manera significativa al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de la confianza en su empresa por parte de todos sus grupos de interés.

**En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo:** *“Tal como previmos a cierre del año anterior, la primera mitad del ejercicio actual ha sido retadora tanto por los altos precios de la materia prima como por la caída del consumo. Gracias al mantenimiento de nuestro margen bruto unitario, la gestión comercial desarrollada y nuestra eficiencia operativa y financiera, hemos logrado cerrar en positivo y mejorar de forma relevante el EBITDA. A pesar del buen desempeño y las positivas expectativas de cara a la próxima campaña, la segunda mitad del año será igualmente desafiante. Es clave continuar trabajando con determinación y compromiso, enfocados en nuestra hoja de ruta y apalancándonos en nuestras icónicas marcas”.*

### **Flexibilidad financiera en un contexto retador**

En cuanto a la deuda financiera neta, se ha reducido en un 1,4% a cierre del primer semestre y la generación de caja ha ascendido a €2M, incrementando la liquidez. Por su parte, el mantenimiento del volumen de existencias asociado al efecto precio es la causa principal del ligero incremento en el capital circulante en un 6% con respecto al mismo periodo del año anterior.

La caja se sitúa al cierre del semestre en €52M, un 30% superior a la caja al cierre del mismo periodo del año anterior. De esta forma, la compañía se encuentra en una posición adecuada para aprovechar las oportunidades estratégicas en la compra de aceite de oliva en un escenario de limitaciones en la cosecha tanto en términos de calidad como cantidad. Para llevar a cabo las mencionadas compras y dotar al grupo de flexibilidad financiera adicional, tal como se comunicó en la Junta General de Accionistas, la compañía firmó con BlackRock una línea de financiación de circulante por importe de €20M. Además, el grupo cumple con todos los covenants pertinentes establecidos en los contratos de financiación en vigor.

El buen desempeño operativo, la solidez de la estrategia y la gestión financiera han resultado en que se mantengan sin cambios tanto el rating de la deuda corporativa como el outlook del grupo por parte de la agencia de rating Standard & Poor's. Los mencionados elementos junto con las positivas perspectivas de cara a la próxima cosecha, impulsan una mejora de las métricas de crédito y facilitan el proceso de refinanciación de la deuda que la compañía está llevando a cabo. En este sentido, se están evaluando las ofertas recibidas con el objetivo de cerrar la operación antes del cierre del ejercicio 2024.

### **Impacto del consumo y desempeño de las cuotas de mercado**

El complejo escenario también se ha visto reflejado en el consumo. Los altos precios de la materia prima siguen teniendo su impacto, con caídas en la comparativa interanual que se manifiestan con mayor intensidad en los principales países consumidores de aceite de oliva.

De esta forma, en España e Italia, se registran caídas en el consumo del 18,1% y del 9,9%, respectivamente, según datos de Nielsen. En cuanto al consumo en Estados Unidos, este ha disminuido un 7,5% según recoge IRI.

A pesar de estas caídas, la gestión comercial de la compañía en España, apalancada en la fortaleza de las icónicas marcas del grupo y un alto nivel de ejecución en el punto de venta, ha permitido mantener los volúmenes de venta y, por tanto, subir en 2 puntos porcentuales en cuota de mercado. En Estados Unidos, se mantienen las cuotas invariables y, en Italia, donde las marcas tienen menor presencia y las ventas promocionales son muy altas, las cuotas han caído en 2,2 puntos porcentuales.

### **Cautela ante las positivas previsiones**

Las estimaciones más recientes de producción mundial de aceite de oliva de la Unión Europea (UE), anticipan una campaña 2023/2024 similar a la campaña precedente. En lo que respecta a las disponibilidades, la UE estima una cifra baja al cierre de la campaña actual.

En cuanto a la nueva campaña 2024/25, las lluvias que tuvieron lugar en invierno y la ausencia de calor extremo en la primavera, se deberían traducir en una mayor producción. Tal como ha ocurrido en los últimos meses y a medida que se acerque esta nueva cosecha, los precios deberían bajar progresivamente.

Sin embargo, la compañía considera que, dada la volatilidad inherente al sector del aceite de oliva, es necesario mantenerse cautelosos y trabajar con la misma determinación que a lo largo de la primera mitad del año.

## Sobre Deoleo

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial, presente en 43 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 y su estrategia de sostenibilidad 2030, por favor, visite [www.deoleo.com/sostenibilidad](http://www.deoleo.com/sostenibilidad)

## Contacto

### Deoleo

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación  
[jose.bonache@deoleo.com](mailto:jose.bonache@deoleo.com)

### LLYC

[deoleo@llorenteycuenca.com](mailto:deoleo@llorenteycuenca.com)  
91 563 77 22