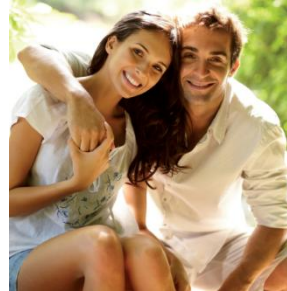


deoleo



Hojiblanca

KOIPESOL



RESULTADOS 1T 2016

deoleo

AVISO LEGAL

El presente documento contiene manifestaciones de futuro sobre intenciones, expectativas o previsiones de Deoleo, S.A. o de su dirección a la fecha de realización del mismo.

Estas manifestaciones de futuro o previsiones no constituyen garantías de un futuro cumplimiento, encontrándose condicionadas por riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes, que podrían determinar que los desarrollos y resultados finales difieran materialmente de los puestos de manifiesto en estas intenciones, expectativas o previsiones.

Deoleo, S.A. no se obliga a informar públicamente del resultado de cualquier revisión que pudiera realizar de estas manifestaciones para adaptarlas a hechos o circunstancias posteriores a esta presentación, incluidos, entre otros, cambios en el negocio de la Compañía, en su estrategia de desarrollo de negocio o cualquier otra posible circunstancia sobrevenida.

Lo expuesto en esta declaración debe ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por el Deoleo y, en particular, por los analistas e inversores que manejen el presente documento.

Se puede consultar la documentación e información pública comunicada o registrada por el Deoleo en los organismos supervisores y, en particular, en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

El presente documento contiene información financiera no auditada, por lo que no se trata de una información definitiva, que podría verse modificada en el futuro.

Índice

1. Nueva configuración operativa
 2. Destacado del Periodo.
 3. Entorno general y Materia Prima.
 4. Evolución de los Negocios.
 5. Situación Financiera.
 6. Conclusiones
- Anexos

1.- Nueva configuración operativa

- ⦿ Dentro de la transformación integral del Grupo que está llevando a cabo el nuevo equipo gestor, encaminadas a convertir a Deoleo la compañía de referencia mundial en el aceite de oliva, se han cambiado las unidades de negocio que, a partir del 1 de enero, reportan como sigue:
 - ⦿ Norteamérica: Incluye las actividades en Estados Unidos y Canadá.
 - ⦿ Sur de Europa: Formada por España, Italia y pequeños países del área del Mediterráneo, salen de esta Unidad los negocios en Francia, Bélgica, Suiza y Austria.
 - ⦿ Norte de Europa: Formado por Alemania, Benelux, Francia y los países de Europa Central y del Este.
 - ⦿ Internacional: Compuesto por Latam, MENA, Asia y resto del mundo.
 - ⦿ BtB: Se mantiene esta Unidad de Negocio
- ⦿ Bajo el concepto de Corporativo, se registran los gastos e ingresos inter compañías del Grupo desde las unidades corporativas, de servicio e industriales hacia el resto de unidades operativas.

2.- Destacado del período

- Resultados del trimestre ligeramente por encima del presupuesto, si bien, como anunciamos en el trimestre anterior, la inercia negativa de los precios de la materia prima en origen se ha mantenido y da lugar a una comparativa negativa en relación al primer trimestre de 2015.
- Hemos lanzado en Italia nuestros compromisos con la calidad, pilar fundamental de la nueva estrategia de crecimiento de Deoleo. Para más información: www.extravirginquality.es
- Mejora significativamente la rentabilidad en Margen Bruto unitario, un 12,9% con respecto al año anterior. Clara mejora de márgenes brutos unitarios en USA, Italia y España, tanto vs. presupuesto y vs. 2015
- Nuestra nueva estrategia de enfocarnos en ventas con rentabilidad que implementamos en la segunda mitad del 2015 ha provocado una caída en los volúmenes vs. 1T15. Estos volúmenes se irán recuperando progresivamente a lo largo del ejercicio.
- Señales prometedoras en USA de progresiva aceleración de volúmenes y ganancias de participación de mercado en los canales que hemos definido como estratégicos
- Todos nuestros planes de ahorro a lo largo de la cadena de valor continúan avanzando en línea con el presupuesto y esperamos impactos mas visibles a partir del 2T16.
- La Deuda Financiera Neta crece un 4,4% hasta situarse en €548,4 mm principalmente, por el efecto estacional del principio de campaña.

3.- Entorno general y Materia Prima

- La campaña agrícola 2015/16 va a cerrar con una producción de aceite de oliva en España de 1.400 miles de Tm, en línea con nuestras estimaciones y por encima de las previsiones sectoriales.
- La normalización de la campaña en España, con crecimientos del 66% vs anterior y de Italia, + 57% vs anterior, da lugar a que la producción mundial sea superior en 22% a la anterior.
- A pesar de la mayores disponibilidades, los precios de la materia prima no se han ajustado a la oferta y se han mantenido en España durante el trimestre, por encima de los €3/Kg. En Italia, los precios se han reducido en torno al 12% desde el principio de campaña.
- Los precios altos están teniendo su efecto en el consumo en los países maduros. Estados Unidos ha crecido en el período comparado.
- En España sigue creciendo el consumo de los aceites de semillas, especialmente el segmento “mezcla de semillas”, por su parte Italia continúa con ligeros descensos.

Precios Aceite Oliva España					
€/Tn.	mar-16	dic-15	% Trimestre	mar-15	% Año
Extra Virgen	3.194	3.305	-3,4%	3.244	-1,5%
Lampante	2.858	2.981	-4,1%	2.708	5,5%

Precios Medios Pool Red

Consumo Aceite de Oliva Principales Mercados			
mm litros)	20161T	20151T	Var. %
España	70,4	73,6	-4,35%
Italia	42,8	45,3	-5,52%
EE. UU.	32,2	31,2	3,21%

Nielsen

4.- Evolución de los Negocios

UNIDAD DE NEGOCIO NORTEAMÉRICA

- Comportamiento en línea con el presupuesto estimado para 2016 e inferior al ejercicio anterior por el arrastre de stocks caros y por reenfocar nuestras actividades comerciales priorizando los canales de Grocery y Mass Merchandising vs. el canal Club (menos rentable) que han impactado en los volúmenes.
- Muy buen desempeño, con crecimiento en doble dígito en los canales Grocery que son los mas rentables del mercado.
- El tipo de cambio ha tenido un efecto negativo en ambos países, especialmente en Canadá

UNIDAD DE NEGOCIO NORTE EUROPA

- Volúmenes y margen por debajo del ejercicio anterior, afectados por las negociaciones de acuerdos anuales con los principales clientes, donde nos estamos enfocando en la rentabilidad para recuperar los márgenes.
- Esta unidad de negocio tiene a los países con la mayor concentración en la distribución, Francia, Alemania y Holanda.
- En la medida que se incorporen los nuevos acuerdos comerciales, veremos una recuperación en todos los países que conforman esta unidad de negocio.

UNIDAD DE NEGOCIO MERCADOS INTERNACIONALES

- Disminución de los volúmenes en Brasil por su situación económica y en India por ajustes de calendarización, que afectan al desarrollo global de la unidad con respecto al año anterior y a presupuesto.
- Margen Bruto unitario mejor que ejercicio anterior, compensado o en términos absolutos por los menores volúmenes de venta.

UNIDAD DE NEGOCIO SUR DE EUROPA

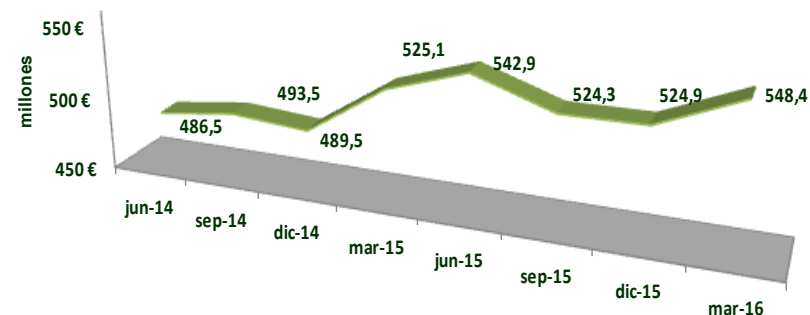
- Esta unidad de negocio engloba a España e Italia, los países de mayor consumo y más maduros.
- Su desempeño en el trimestre está claramente por encima del plan y es mejor que el año anterior en términos de Ebitda, gracias a las medidas para recuperar los márgenes brutos unitarios.
- Los volúmenes de venta han caído en ambos países; en España por el abandono de volúmenes no rentables y en Italia por la racionalización de la intensidad promocional.

5.- Situación Financiera

DATOS DE BALANCE

millones de euros	31.03.2016	%	31.03.2015	%	31.03.2014
Activo No Corriente	1.092,3	-4,2%	1.139,7	-8,1%	1.240,5
Capital Circulante	134,8	-9,9%	149,7	27,0%	117,9
Patrimonio Neto	493,5	-12,9%	566,5	-10,0%	629,7
Deuda Financiera Neta	548,4	4,4%	525,1	3,8%	505,7
ROCE	0,9%		4,5%		5,4%

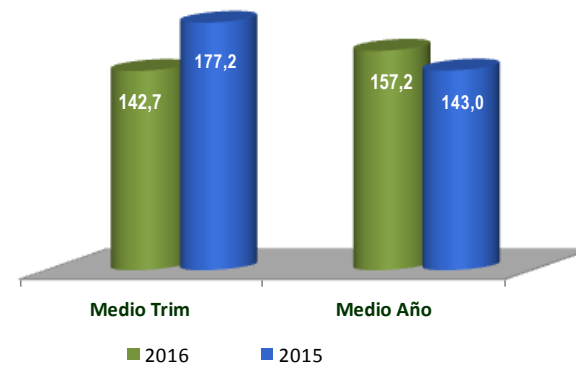
EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DFN



⦿ La deuda financiera neta ha sido de €548,4 mm al cierre del trimestre, creciendo ligeramente con respecto diciembre, principalmente, por la situación coyuntural de comienzo de campaña.

⦿ Continúa la mejora en la gestión del capital circulante, normalizándose en entornos de €140 mm de media anual.

Working Capital 2016-2015

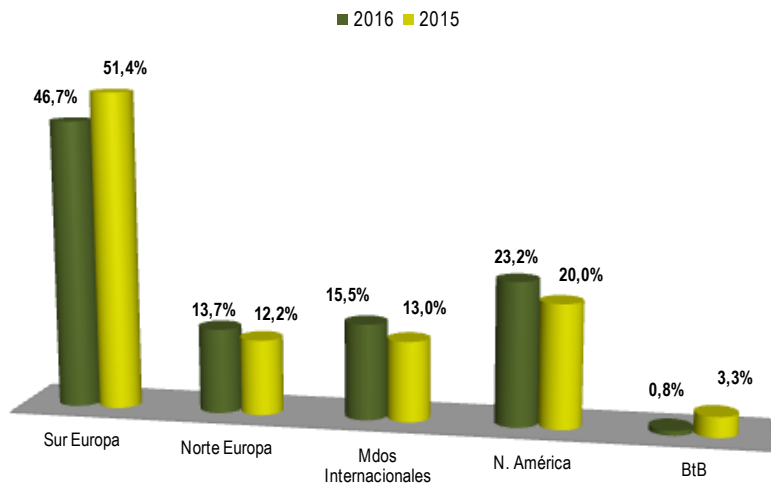


5.- Situación Financiera

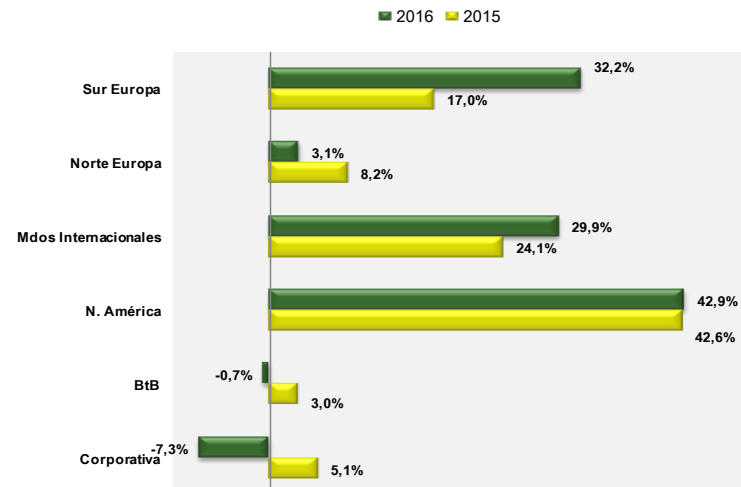
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

miles de euros	31.03.2016	%	31.03.2015	%	31.03.2014
Ventas	169.076	-16,2%	201.770	18,1%	170.899
EBITDA	9.627	-25,6%	12.946	-33,9%	19.586
EBITDA/Ventas	5,7%		6,4%		11,5%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	(8.863)	166,6%	(3.324)	-135,5%	9.362
RESULTADO DEL PERIODO	(9.892)	57,3%	(6.288)	-273,4%	3.627

Contribución a ventas por UN



Contribución a EBITDA por UN



El Ebitda del presente gráfico procede de las cuentas de gestión

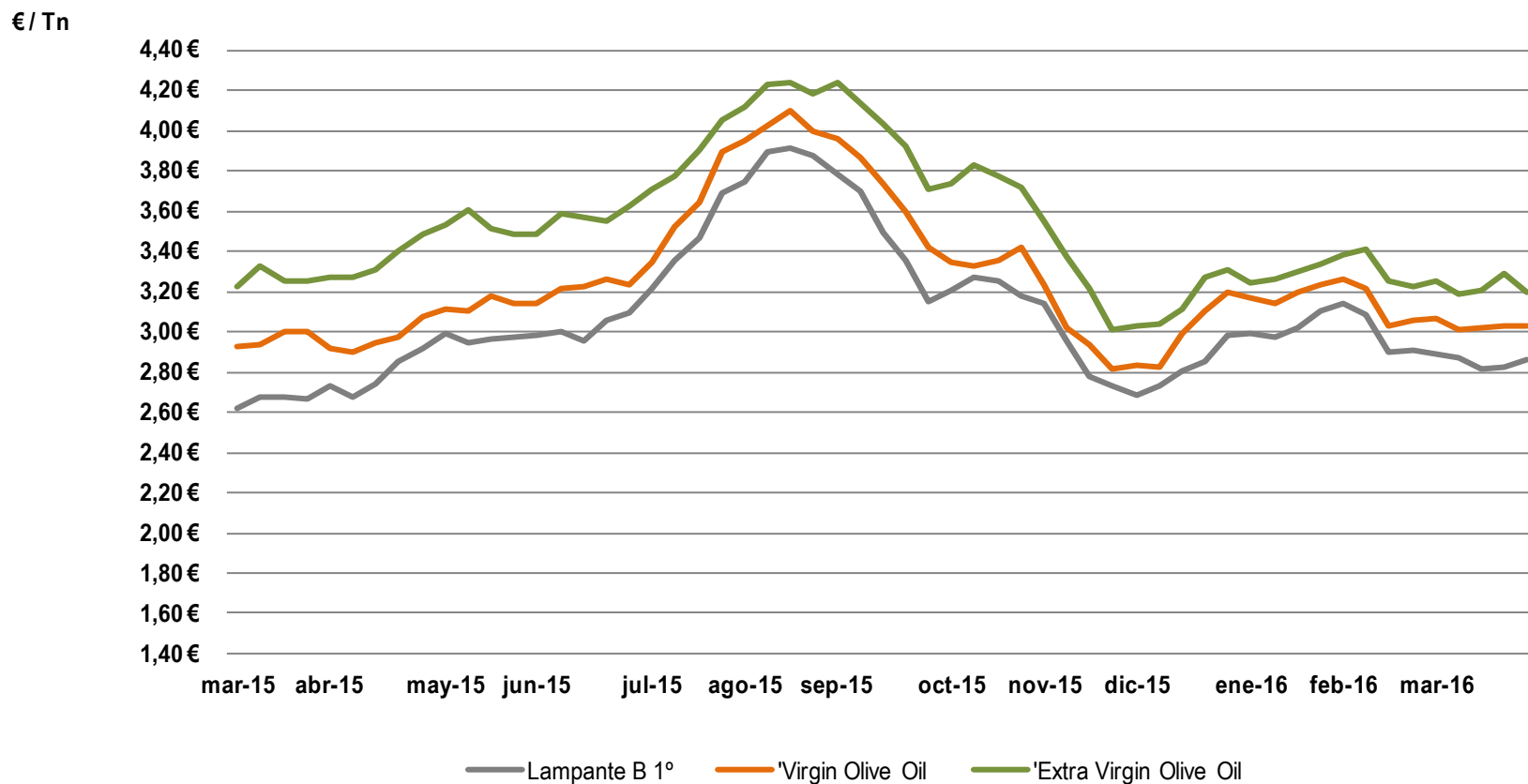
- La disminución en las ventas en volumen y valor obedecen, principalmente al enfoque en las ventas con rentabilidad versus ventas de volumen.
- El Margen Bruto unitario ha mejorado un 12,9% con respecto al mismo trimestre de 2015.
- Se reduce de manera sustancial el gap negativo entre el incremento de precios a los clientes y el incremento de nuestros precios de coste, estando al cierre del trimestre prácticamente igualados, por lo que la recuperación de las ventas estimadas para los próximos meses tendrá efecto positivo en el Ebitda.

6.- Conclusiones

- ✓ Los primeros meses del ejercicio 2016, se están desarrollando todavía en un contexto complicado de mercado, pero están en línea con nuestras estimaciones.
- ✓ Los precios de la materia prima aún continúan en niveles altos y muy susceptibles de incurrir en fases de volatilidad que afectan a nuestro negocio, no obstante estamos trabajando en políticas win-win con los productores y comercializadores de aceite que ayudarán a mitigar esta variable.
- ✓ Entendemos el concepto de calidad como un atributo irrenunciable que debe estar a la altura del valor de nuestras marcas. Por ello hemos puesto en marcha un ambicioso plan que, aún teniendo un coste inicial, tendrá un retorno muy positivo y será una palanca irrenunciable de nuestro crecimiento futuro. Para más información:

www.extravirginquality.com
www.extravirginquality.es
www.qualitaextravergine.info
- ✓ Seguimos desarrollando las iniciativas puestas en marcha a finales de 2015, cuyos resultados en todas las áreas del negocio se irán poniendo de manifiesto en meses venideros.

Evolución Aceite de Oliva 2015/16



Fuente: Poolred.



www.deoleo.com

Ticker: OLE

Contacto: accionistas@deoleo.com

Teléfono atención al accionista:

900 505 000

deoleo

