

Deoleo sigue reduciendo sus pérdidas, un 80% en los nueve primeros meses del año, hasta los 5,4 millones de euros

- **El EBITDA fue de 26,8 millones de euros, afectado por los altos precios de la materia prima y por costes no recurrentes asociados a las reestructuraciones acometidas en los últimos meses.**
- **Las principales unidades de negocio registraron una evolución positiva, a pesar de que el precio del aceite en origen sigue al alza (+16%) y el consumo ha caído un 11%.**

Madrid, 26 de octubre 2017.- Deoleo ha reducido sus pérdidas un 80% en los nueve primeros meses del año, hasta los 5,4 millones de euros, frente al resultado negativo de 26,9 millones en septiembre de 2016. El beneficio de explotación ha sido positivo en 8,3 millones de euros, comparado con las pérdidas de 2,6 millones del año anterior. También los resultados financieros han mejorado un 27% en este periodo.

Todas las unidades de negocio, a excepción de la de Norte de Europa, han mantenido su tendencia positiva y registrado subidas de EBITDA. Aun así, el EBITDA global ha bajado un 29,4%, hasta los 26,8 millones de euros, debido a los altos precios de la materia prima y por los costes no recurrentes asociados a las reestructuraciones acometidas en los últimos meses.

La facturación total del periodo ha sido de 513,4 millones de euros, solo un 1,3% por debajo de la cifra de septiembre de 2016. En las principales unidades de negocio la cifra de ventas se ha resentido por la caída de volúmenes debida a los altos precios de la materia prima y la consiguiente bajada del consumo.

Los precios en España se mantienen en torno a 3,6€/kg, lo que representa una subida en torno al 16% para todas las variedades respecto al año anterior. Esta tendencia está teniendo su impacto en el consumo: según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) sobre la campaña oleícola 2016/17, el consumo en los países miembros ha descendido un 11%. En España, según datos Nielsen, esta caída ha sido del 8%, mientras el aceite de semillas ha crecido un 5%.

En Italia, el aceite de oliva no registra apenas variación con respecto al mismo período de 2016, mientras que en Estados Unidos el consumo ha bajado un 2%.

Para la campaña 2017/18 recién iniciada, el COI estima una producción mundial un 12% superior a la campaña anterior, lo que abre buenas perspectivas para la estabilidad de precios y la recuperación del consumo.



Respecto a los resultados financieros, la compañía cuenta con unos niveles de caja y de utilización de las líneas *revolving* y de *factoring* que asegura la liquidez suficiente y poder ampliar su base de proveedores. Además, a 30 de septiembre de 2017, Deoleo ha cumplido con todos sus *covenants* financieros.

Por su parte, la deuda financiera neta se mantiene un 3% por encima del cierre de 2016 y ha bajado un 2,8% con respecto a junio de 2017.

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva, con presencia en más de 80 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.