A composite image featuring a person's silhouette standing in a doorway, looking out onto a dirt road lined with trees. The scene is captured from a low angle, emphasizing the person's presence in the frame. The background shows a clear blue sky and a well-maintained dirt path leading into a rural landscape.

Malos tiempos, buenos fundamentos
Primer trimestre 2013

25 de abril, 2013

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. Destacado del periodo
 2. Entorno general
 3. Entorno materia prima
 4. Evolución de los negocios
 5. Situación financiera y otros acontecimientos
 6. Conclusión
- Anexo - Evolución precio de materia prima



1. Destacado del periodo

- Trimestre marcado por una durísima coyuntura económica en España e Italia que ha dado lugar a una contracción del consumo.
- A esta mala coyuntura hemos de unir la subida del IVA y de la materia prima y su impacto en los precios del consumidor.
- Este contexto ha beneficiado a las marcas blancas que en España han tenido incrementos récord de participación de mercado, ganando 10 puntos de cuota en volumen y acercándose al 70% de cuota. En todo caso, tras este pico la tendencia se ha invertido y empiezan a ceder en el mes de abril.
- Las medidas estructurales que venimos implementando desde los dos años anteriores han servido para amortiguar estas circunstancias que nos han erosionado los márgenes en este primer trimestre.
- El BAI se ha situado en €8,8 mm lo que supone €5,8 mm más que el mismo período comparable y constituye otro hito hacia la normalización en nuestra actividad y la capacidad de generar beneficio incluso en momentos difíciles, por su parte el BDI se ha multiplicado por cinco con respecto al primer trimestre de 2012.
- Seguimos trabajando para reducir el apalancamiento financiero de la compañía, con respecto al 31 de diciembre de 2012, la Deuda Financiera Neta ha bajado €27 mm y comparado con la misma fecha del año 2012 ha bajado en €63 mm.
- Iniciamos la apertura de estructuras comerciales propias en países emergentes para reforzar nuestra posición exportadora. Ya está operativa la oficina de China y durante este año abriremos en India, Malasia y Colombia.
- La operación de preferentes y con Hojiblanca, son operaciones corporativas que aportan valor e incrementan los fondos propios.

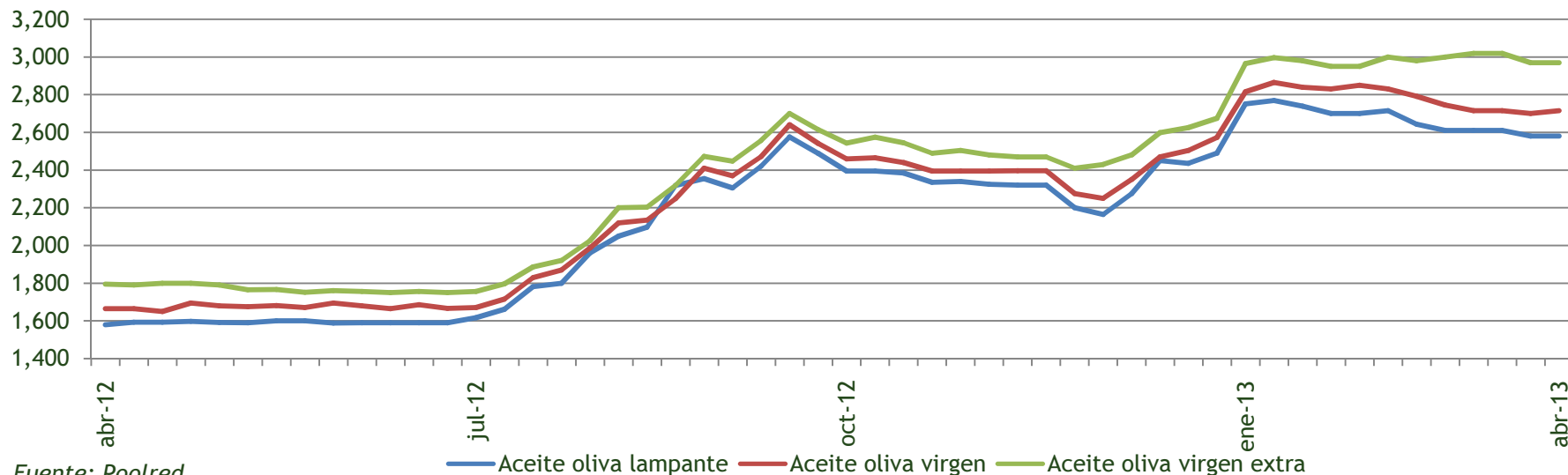
2. Entorno general

- El mercado de aceite de oliva se está viendo afectado por la subida de la materia prima, amplificándose este efecto negativo con la coyuntura económica en los países con más consumo; España e Italia.
- Los mercados han respondido de manera desigual a la subida de precios trasladada al consumidor.
- En España, según IRI, la caída del mercado en el período ha sido del 5,6% en volumen mientras ANIERAC apunta a un descenso cercano al 6% en sus últimas estadísticas.
- En Italia la caída en la demanda ha sido más acentuada, el mercado del aceite de oliva virgen extra ha caído un 9,8% en volumen, mientras los aceites de oliva puros descienden un 8,1%.
- Los mercados internacionales han reaccionado ante la subida de precios con la habitual ralentización en su crecimiento. Sin embargo, en EE UU el consumo de aceite de oliva crece el +2% en volumen según Nielsen a pesar de las subidas de precios que se han ido aplicando, lo que demuestra que el consumo de aceite de oliva se está consolidando en ese país.
- El mercado de aceite de girasol ha mostrado una clara recuperación tanto en volumen como en valor.
- Como hemos observado en otras ocasiones, las fuertes subidas en precios provocan caídas iniciales en el consumo y posteriormente se recuperan tras la aceptación del nuevo escenario por el consumidor, circunstancia que ya está produciéndose.

3. Entorno materia prima - Aceite de oliva

- En el primer trimestre 2013 el precio promedio de aceite de oliva lampante en España se ha situado en €2,67/kg frente a €1,56/kg durante el mismo período del año pasado. El precio durante el trimestre ha bajado un -6,2%.
- La cosecha 2012/13 ya está prácticamente terminada con un volumen estimado de 630 mil tm, frente a la cosecha récord de 1.615 mil tm el año anterior. Sin embargo, gracias a las importaciones y la disminución de la demanda, este volumen junto con las existencias iniciales será suficiente y, según nuestras estimaciones quedaría un stock remanente de 337,1 mil tm para la siguiente cosecha.
- Las lluvias invernales han tenido un efecto positivo para los olivares y hasta ahora las condiciones para la siguiente cosecha son muy favorables.

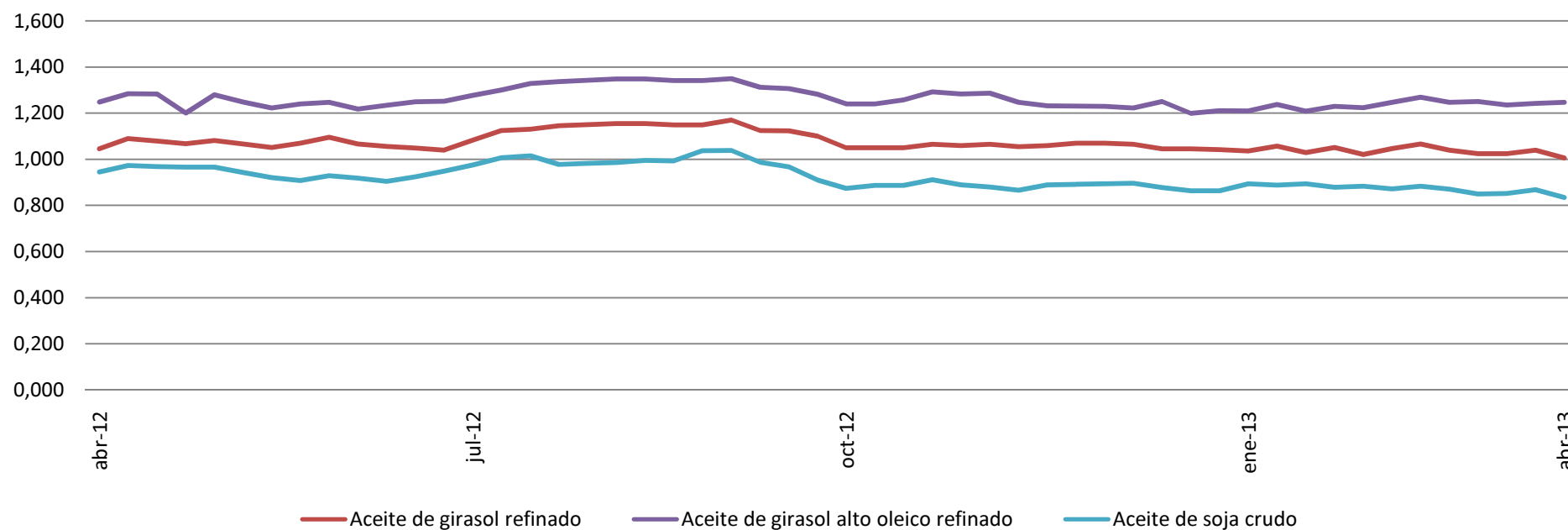
Evolución del precio de aceite de oliva (€/kg)



3. Entorno materia prima - Aceite de semilla

- Los precios se mantienen estables al nivel internacional tanto para girasol y soja como la relación entre ellos. Actualmente hay poco volumen y el mercado está esperando noticias sobre la nueva cosecha, con oferta desacelerada y precios relativamente estables.
- En el mercado nacional, los precios del aceite de girasol refinado han caído un 2,9% en el primer trimestre y en comparación con 2012 el precio promedio ha sido un 2,6% superior.
- Las lluvias invernales también tendrá un efecto beneficioso para la cosecha en España que estuvo muy castigada en 2012 por la sequía.

Evolución del precio de aceite de semilla (€/kg)



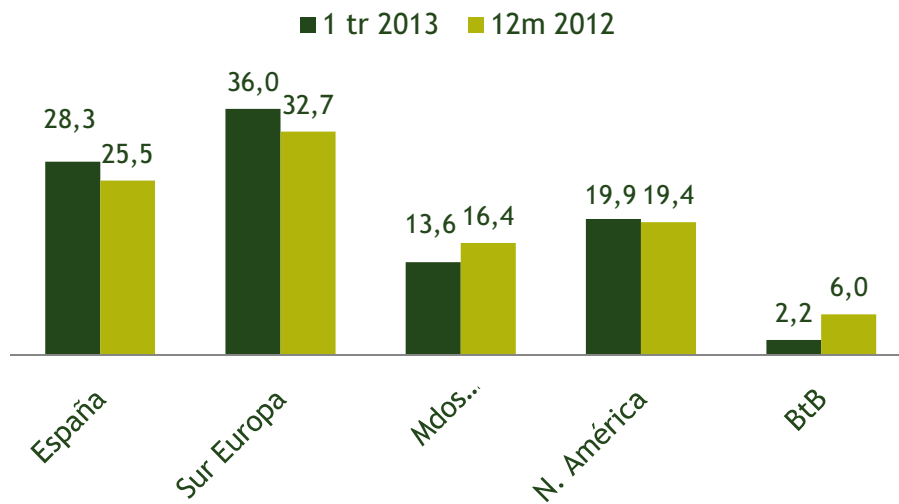
4. Evolución de los negocios

- Como hemos indicado anteriormente, la importante subida de precios aplicada a finales de 2012 ha afectado la participación de mercado de nuestras marcas en España provocando que en el mes de marzo, hayamos intensificado nuestra actividad promocional tanto en nuestras marcas principales como en las marcas tácticas lo que ha provocado una caída en los márgenes.
- La coyuntura económica en España e Italia es muy negativa, aunque creemos que el esfuerzo promocional realizado y las subidas de precio de las marcas blancas que han empezado en el mes de abril nos permitirán adecuar nuestro diferencial de margen para situar nuestra rentabilidad unitaria en valores normales.
- En España los márgenes unitarios por litro han sufrido una caída muy significativa en el período pero gracias a la política de eficiencia sobre los gastos de estructura y al buen comportamiento de los mercados exteriores su impacto en el margen EBITDA global ha sido de sólo el 19%.
- En el lado positivo, en la unidad de negocio de Norteamérica nuestras marcas han acompañado la subida del mercado y manteniendo su liderazgo han incrementado en rentabilidad, y donde seguimos intensificando las actividades comerciales con expansión en canales, distribución y promociones.
- En mercados internacionales estamos implementando la nueva estrategia de expansión apoyándonos en aperturas de oficinas propias en mercados emergentes claves; nuestra oficina en China ya está abierta desde el 1 de marzo y, como ya hemos indicado, tenemos en marcha otras tres aperturas para 2013.
- Las ventas en volumen en los mercados internacionales han sufrido una reducción puntual en determinados países, sin embargo otros mercados como Brasil y Alemania, donde se han hecho actuaciones específicas en los últimos meses han mostrado un buen comportamiento.

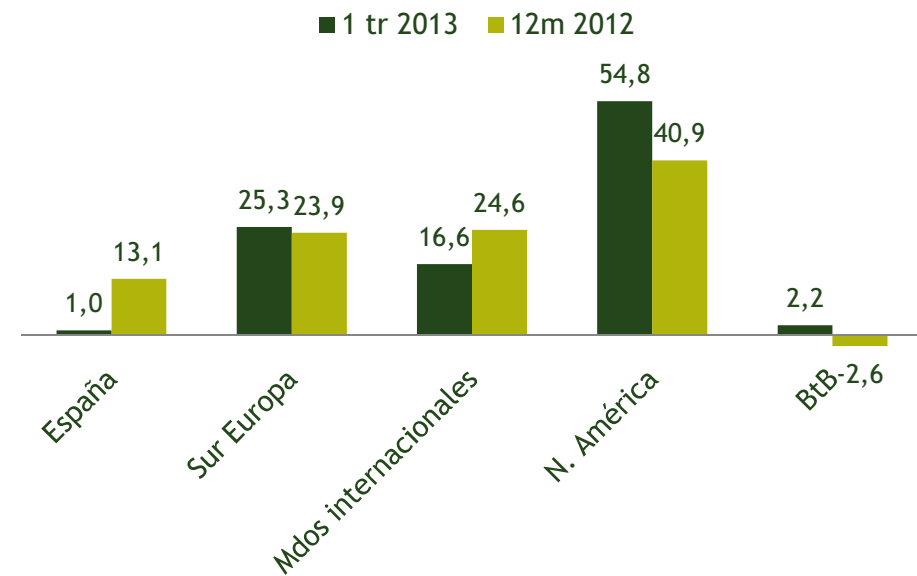
4. Evolución de los negocios

- En los siguientes gráficos podemos apreciar como los incrementos de precio han sostenido la cifra de ventas de las regiones más castigadas por la crisis o más sensibles al precio pero no han sido suficientes para compensar la pérdida de volúmenes y, por otra parte, la solidez e importancia en la compañía del mercado norteamericano.

Contribución a ventas por región (%)

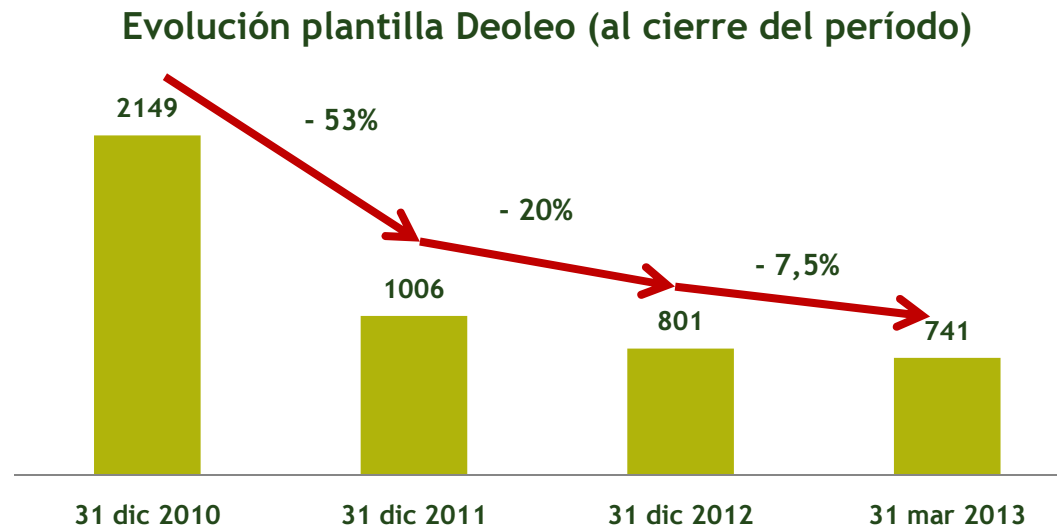


Contribución a EBITDA por región (%)



4. Evolución de los negocios

- Las medidas de ajuste implementadas han dado lugar a que la plantilla se haya reducido en un 66% desde el 31 de diciembre 2010.



- El expediente de regulación de empleo (ERE) iniciado en diciembre 2012 concluirá durante el primer semestre 2013 principalmente, dejando la estructura de España e Italia más adecuada a la necesidad del negocio tanto en volumen como en competencia.

5. Situación financiera y otros acontecimientos

- A continuación se presentan las principales rúbricas de la cuenta de resultados de los tres últimos ejercicios a perímetro comparable.

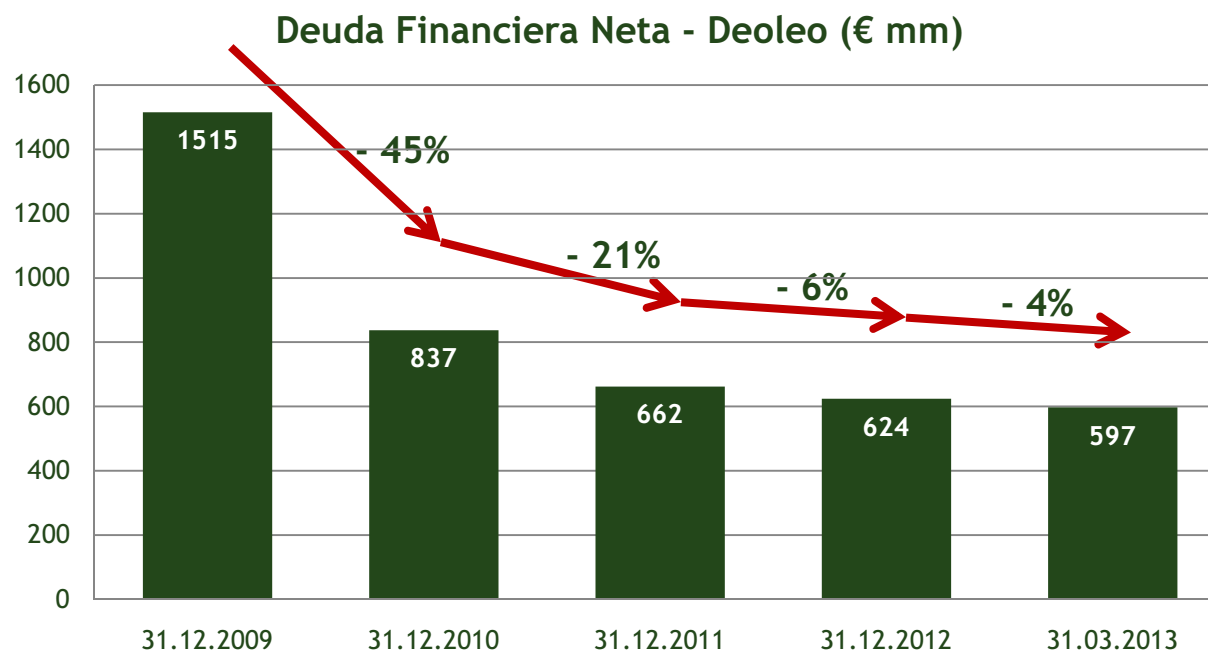
CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO

(Miles de euros)	1tr 2013	Var 13 vs 12	1tr 2012	Var 12 vs 11	1tr 2011	TACC 2011 - 13
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	198.105	-4,4%	207.180	-12,4%	236.431	-8,5%
PUBLICIDAD	4.000	0,0%	4.000	9,0%	3.670	4,4%
EBITDA	15.116	-22,6%	19.525	46,6%	13.321	6,5%
% EBITDA / Importe neto negocio	7,6%	-19,0%	9,4%	67,3%	5,6%	16,4%
BAI	8.823	192,5%	3.016	56,8%	1.923	114,2%
BDI	4.398	493,5%	741	<i>n.a.</i>	-2.844	<i>n.a.</i>

- Hemos reducido las ventas en valor un 4,4%, en un entorno marcado por nuestra subida de precios debido al incremento de coste de materia prima y la consecuente caída de la demanda, que entendemos puntual hasta que el consumidor acepte los nuevos precios.
- El EBITDA se ha visto reducido tanto en margen como en valor absoluto por las políticas promocionales que hemos practicado, principalmente en España durante el mes de marzo ante la tremenda competencia de las marcas blancas. En todo caso, la caída de margen no es tan voluminosa como puede parecer de la comparación A/A. una parte del efecto es meramente numérico al subir el precio de venta de nuestros productos mientras que en €/litro, la erosión es mucho menos significativa
- El BDI es positivo en €4,4 mm, con un crecimiento cercano al 500% y el de mayor consistencia de los tres últimos ejercicios.

5. Situación financiera y otros acontecimientos

- Con respecto al 31 de diciembre de 2012, la Deuda Financiera Neta ha bajado €27 mm y comparado con la misma fecha de 2012 la disminución ha sido de €63 mm.
- La reducción de la deuda se debe a la operación de recompra de preferentes ejecutada en marzo (€13,9 mm), mejora en el capital circulante (€5 mm) y la generación de caja operativa.
- A 31 de marzo 2013 cumplimos los ratios establecidos en el contrato de financiación del grupo.



5. Situación financiera y otros acontecimientos

- El próximo 27 de mayo se celebrará la Junta General de Accionistas que aprobará la operación consistente en la adquisición de la marca Hojiblanca y activos industriales en Antequera a Hojiblanca, S.C.A mediante una aportación de capital no dineraria.
- El valor de los activos aportados por Hojiblanca, S.C.A. es de €54,5 mm y como pago recibirá 109 mm de acciones nuevas a un valor de €0,5 lo que representa una dilución del 9,44%.
- Con la incorporación de estos activos, afianzamos el liderazgo oleícola español en el mundo, reforzamos nuestra cartera de marcas líderes, mejoramos nuestros costes indirectos, producción y logística, incorporamos un negocio líder, rentable sin incrementar el endeudamiento y mejoramos los fondos propios y los ratios financieros.
- Por otra parte en el mes de marzo hemos ejecutado la oferta pública de compra de preferentes y suscripción de acciones nuevas que ha supuesto la segunda oportunidad que hemos ofrecido a los titulares de participaciones preferentes para convertirse en accionistas de la sociedad y disponer de más liquidez y mayor facilidad a la hora de realizar su inversión.
- Como consecuencia del resultado de la oferta, hemos disminuido nuestra deuda financiera neta en €13,9 mm y hemos registrado una plusvalía de €2,8 mm y, tras ambas operaciones, el número de participaciones preferentes en poder de terceros es de tan sólo el 14,83% de la emisión inicial.
- Con esta ampliación de capital y la procedente de la operación de Hojiblanca, incrementaremos los fondos propios en €65,6 mm, lo que representa un aumento del 11,7% con respecto a 31 de diciembre de 2012.

6. Conclusiones

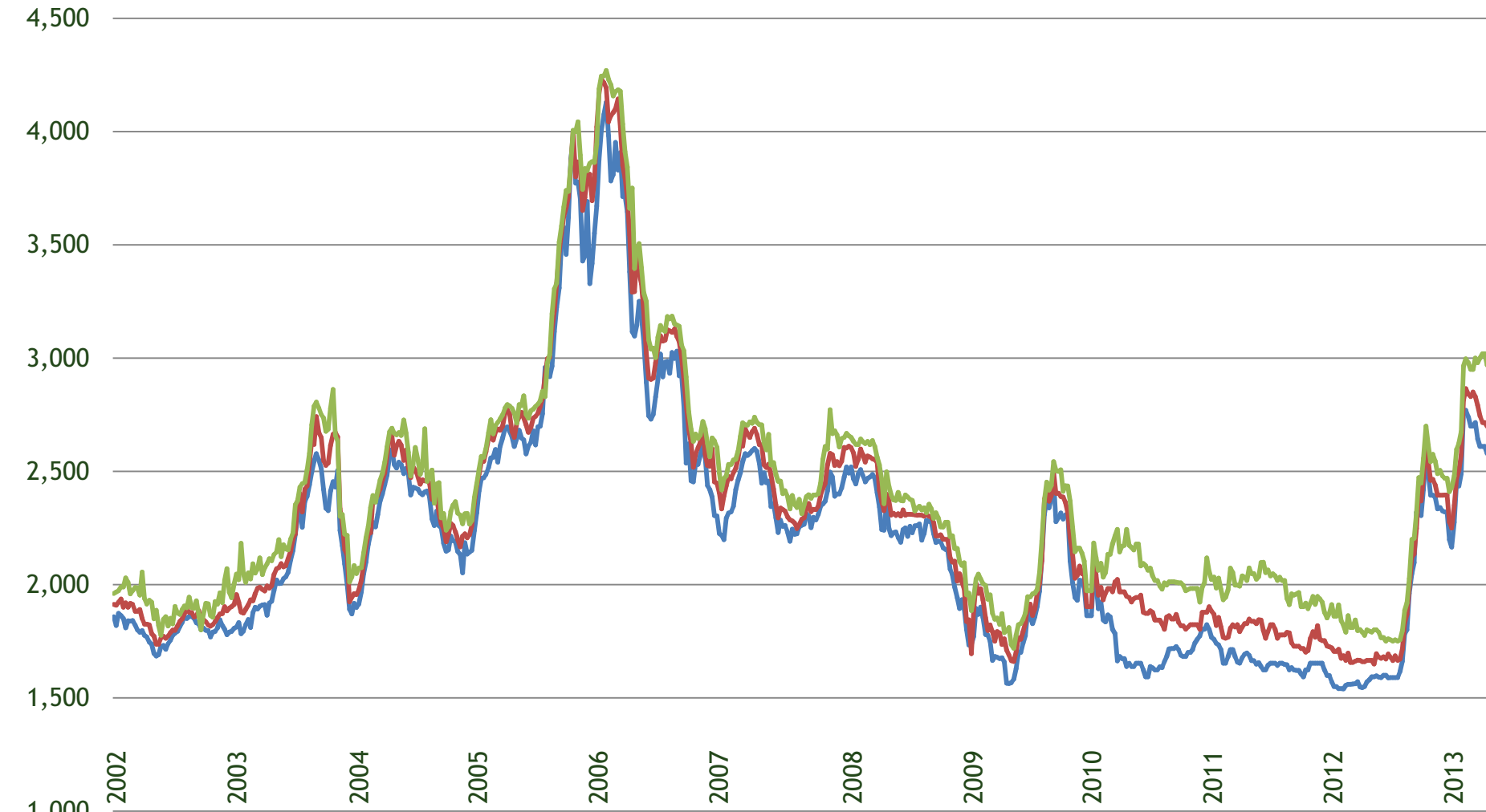
- El primer trimestre de 2013 ha sido un trimestre muy complicado donde la crisis se ha manifestado con toda su crudeza especialmente en España pero también en Italia.
- Las medidas internas aplicadas nos están ayudando a soportar esta difícil coyuntura y nos están permitiendo ser rentables y considerar como malos unos márgenes que hace unos años se consideraban normales.
- Nuestra apuesta por los mercados emergentes y mercados de crecimiento nos permitirá mitigar los efectos de la crisis en los países maduros.
- Hemos demostrado capacidad para realizar operaciones corporativas que nos aligeran el balance y nos dan palancas de crecimiento sin consumo de caja.
- Seguimos cumpliendo los covenants en entornos complicados y cuya exigencia es progresivamente mayor de acuerdo a los términos del Contrato de Financiación.



Ya está disponible en nuestra web: www.deoleo.eu el último Informe Deoleo sobre el aceite de oliva.

Anexo - Evolución precio aceite de oliva

Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2013 (€/kg)



Fuente: Poolred

— Aceite oliva lampante — Aceite oliva virgen — Aceite oliva virgen extra

Anexo - Evolución precio aceite de semillas

Evolucion del precio de aceite de girasol 2002- 2013 (€/kg)



Fuente: Oleo

de oleo



WEB: WWW.DEOLEO.EU

TICKER: OLE