

Los accionistas de Deoleo aprueban la gestión y las cuentas de 2017

Madrid, 28 junio 2018.- Los accionistas de Deoleo S.A., reunidos este jueves en Junta General Ordinaria con un quórum de asistencia del 70,93%, han aprobado la gestión y las cuentas correspondientes al ejercicio 2017, así como el resto de puntos del orden del día.

En relación a las cuentas del pasado ejercicio, el presidente y CEO de Deoleo, Pierluigi Tosato, informó de que en 2017 Deoleo redujo sus pérdidas un 90%, hasta los 18,4 millones de euros, frente al resultado negativo de 179,4 millones registrado en 2016. De esta forma la compañía alcanzó prácticamente el punto de equilibrio en el resultado de explotación (EBIT), comparado con las pérdidas de 131 millones del año anterior.

Del mismo modo Pierluigi Tosato resumió los hitos más destacados para la compañía durante el pasado ejercicio: *“2017 ha sido el punto de partida del cambio para Deoleo, con un plan de revalorización del aceite de oliva a largo plazo. Los resultados del ejercicio ya reflejan que estamos en la buena dirección y que este nuevo modelo de producción y comercialización en el que estamos trabajando es esencial para garantizar el crecimiento sostenible de nuestro negocio”*.

Este plan de revalorización del aceite de oliva ha llevado a Deoleo a promover relaciones estables entre las diferentes entidades que conforman la cadena de producción, algo esencial para lograr revertir el actual modelo de precios bajos y volumen y establecer un modelo de valor. En este sentido Pierluigi Tosato ha destacado los acuerdos firmados en España con la Unión de Pequeños Agricultores (UPA) y con la cooperativa extremeña Viñaoliva, así como una alianza histórica en Italia con Confagricoltura, una organización que agrupa a 90.000 empresas agrícolas.

La apuesta de Deoleo por la calidad y la diferenciación se materializó a lo largo de 2017 en el relanzamiento de algunas de las marcas emblemáticas de la compañía, como los nuevos *blends* de Hojiblanca *Oda a nuestra tierra*, los *Estates Collection* de Carapelli o el rediseño de Bertolli. Esta estrategia ha obtenido su reconocimiento con las 27 medallas que han logrado las marcas del grupo, Carapelli y Bertolli fundamentalmente, en algunos de los concursos internacionales más prestigiosos de aceite de oliva.

Por último, el presidente de Deoleo ha hecho referencia a la ampliación de capital aprobada por el Consejo de Administración en abril, que se llevará a cabo próximamente. Así, Tosato ha señalado que el accionista mayoritario de Deoleo, CVC, apoyará el nuevo plan de crecimiento de la compañía mediante esta ampliación de capital, a la que ha animado a sumarse al resto de accionistas.

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.