



Jaime Carbó Fernández en su calidad de Consejero Delegado de la entidad SOS CORPORACION ALIMENTARIA, S.A., con domicilio en C/ Marie Curie nº 7, Rivas Vaciamadrid (Madrid), sociedad cuyas acciones están admitidas a cotización en las Bolsas de Valores de Madrid, Bilbao, Valencia y Barcelona,

### **EXPONE**

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, modificada por la Ley 37/1998, de 16 de noviembre, de reforma del mercado de Valores, procedemos a comunicar a la Comisión Nacional del mercado de Valores el siguiente:

### **HECHO RELEVANTE**

Adjuntamos texto del discurso del Consejero Delegado así como la presentación que se va a proyectar como consecuencia de la Junta General Ordinaria de Accionistas a celebrar hoy a las 12 horas en Primera convocatoria, en nuestra sede social en Rivas Vaciamadrid.

En Rivas a 6 de junio de 2012

Fdo. Jaime Carbó Fernández



**DISCURSO Y PRESENTACION  
DEL CONSEJERO DELEGADO**

**Deoleo, S.A  
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS  
Junio 2012**

Estimados accionistas:

Por primera vez me dirijo a ustedes después de unos meses dirigiendo su compañía, nuestra compañía. En este día especial para cualquier empresa en el que se hace repaso de las actuaciones y gestiones, les informaré de la situación histórica, de lo que hemos hecho a lo largo del ejercicio 2011 y de lo que está ocurriendo en los primeros meses del 2012.

En primer lugar me van a permitir que recuerde lo que ha sucedido en nuestra compañía en los últimos tres años, ya que ha marcado el presente y el futuro del grupo. Lo mejor es que conozcan de primera mano lo que ha sucedido y en qué punto nos encontramos.

Dejamos atrás una época de sombras, un periodo que nunca debimos vivir pero del que hemos salido fortalecidos. Durante los años pasados el grupo experimentó un crecimiento insostenible en muchos ámbitos: se abordaron operaciones imposibles, la compañía se endeudó más allá de sus posibilidades, se hicieron promesas y adquirió compromisos de crecimiento incumplibles lo que, sumado a la gestión irregular de los anteriores máximos ejecutivos, puso en riesgo la compañía que con tantos años de esfuerzo se había construido.

La situación ha sido muy delicada, y hoy puedo decir con la tranquilidad de haber dejado atrás esa etapa, que estuvo en peligro la continuidad del negocio, del grupo y de todos los que trabajamos en él.

¿Qué hemos hecho entonces en estos últimos años para que hoy pueda asegurar que hemos salido del túnel?

Primero hubo que renegociar una deuda de más de 1.700 millones de euros, una tarea de la que dependía el futuro de la compañía. Para lograrlo, tuvimos que desprendernos de activos tan importantes para el grupo como el que daba nombre a la compañía. Pero, al mismo tiempo, este proceso nos ha servido para reorientar nuestro modelo de negocio y enfocarlo a la actividad en la que somos líderes, somos más únicos y que tiene mayor potencial de crecimiento internacional: el aceite de oliva.

Durante este último año, hemos seguido con nuestro trabajo de adecuación y para ello hemos vendido fábricas como la de Algemesí, Freeport, Canarias o Dos Hermanas; hemos clausurado nuestra oficina de San Sebastián, la fábrica de Voghera en Italia, alquilado la de México o compartido en *joint venture* la planta de molturación y extracción aceites de semillas de Andújar. En definitiva, hemos tenido que ajustar el tamaño a la realidad de la compañía y del mercado, adaptando las capacidades de producción y los recursos, pero siempre tratando que la reestructuración tuviera el menor impacto en la organización y en los empleos.

Porque, sin duda, lo más difícil de este proceso de saneamiento y reestructuración ha sido el tener que desprendernos de talento humano, de personas con las que habíamos trabajado durante muchos años; que habían puesto su trabajo y dedicación al servicio de la empresa y que se han visto obligadas a salir de la compañía. De todas las decisiones difíciles que hemos tenido que tomar en estos años, esta es la más dolorosa y la que hemos ejecutado con el máximo respeto y responsabilidad. Soy consciente de que cada persona que hemos tenido que despedir tiene una familia, proyectos de vida, ilusiones. Y es imposible no ponerse en el lugar de cada persona; han tenido que pagar un precio muy alto para que esta compañía salga adelante. Por lo tanto, mi reconocimiento y agradecimiento.

Gracias a nuestros consumidores y clientes. Nuestra empresa no estaría aquí si no fuera por esos millones de consumidores que cada día acuden a las tiendas de nuestros clientes demandando nuestros productos. Nuestros consumidores y las marcas a través de las que hablamos con ellos nos han dado nuestra razón de seguir trabajando. Pueden estar seguros de que buscamos lo mejor para ellos, una respuesta a sus necesidades y muchas ganas de pensar en lo que más les conviene cada día.

En este repaso, no podemos dejar de mencionar a esos agricultores que con pasión trabajan sus campos para darnos ese noble producto. Pasan por años muy difíciles y tenemos el total compromiso de trabajar con ellos para encontrar un camino de futuro; estamos convencidos de que esta simbiosis productores – comercializadores es sólida y el mejor camino de futuro.

Por último, tengo que mencionar un grupo que pasa siempre desapercibido, nuestros bancos, los que nos dan otra materia prima imprescindible para trabajar. Han compartido con nosotros unos años muy duros y han apostado fuerte. También, gracias.

En segundo lugar, quiero comentar las principales magnitudes económicas y su evolución entre el ejercicio 2010 y 2011, que ya dejan entrever una mejora de la rentabilidad y de la eficiencia de Deoleo.

Las ventas a perímetro comparable, teniendo en cuenta que en el año 2011 hemos vendido el negocio del arroz y la actividad de la fábrica de aceitunas, han sido de 961 millones, un 7% inferior a los 1.033 millones alcanzados en el ejercicio 2010. Esta reducción corresponde fundamentalmente a la bajada de los precios de referencia de la materia prima y a la focalización de las ventas en negocios de mayor rentabilidad, buscando una mejora de nuestros márgenes sobre ventas.

Nuestra actividad, ya centrada en aceite, el 77% de nuestras ventas son de aceite de oliva, el 16% de aceite de semillas y el 7% de vinagres, salsas y otros productos de menor peso

Como pueden ver en el gráfico proyectado, uno de nuestros factores estratégicos es la diversidad de mercados en los que operamos. Creo que es uno de nuestros grandes valores y sobre el que tenemos que trabajar para seguir manteniendo y ampliando la ventaja. Así, por mercados, el 35% de nuestras ventas se han realizado en España, el 40% en la región Sur de Europa que incluye Italia, Francia y Bélgica el 15% en Norteamérica y el 11% restante en otros países entre los que destacan Australia, Brasil, India y China:

El peso de España e Italia, nuestros dos mercados más relevantes, sigue siendo muy importante, aunque la actividad en los mercados emergentes muestra una tendencia positiva durante este año; algunos ejemplos de ello son:

- En China el crecimiento experimentado ha sido del 56% con respecto al año 2010,
- En Brasil, un 28% gracias al acuerdo de distribución con el Grupo Calvo,
- En Tailandia hemos crecido un 19% y
- En Corea del Sur, un 11%.

En cuanto al Resultado Bruto de Explotación (Ebitda), en el ejercicio que ahora cerramos hemos alcanzado los 85 millones de € frente a los 96 millones de € del año anterior.

Por regiones, el resultado obtenido en España supone el 22% del total, el obtenido en el Sur de Europa el 40%, Norteamérica el 20% y en el resto de países el 17%:

El Ebitda del año 2011 ha estado penalizado principalmente por la actividad de semillas, que ha producido un impacto negativo por la difícil situación del mercado de materia prima y la compleja situación competitiva en los dos mercados en los que operamos en semillas: Italia y España.

Para paliar dicho efecto hemos constituido una joint venture con Sovena para optimizar nuestra actividad fabril de Andújar, y hemos acelerado el plan de innovaciones en el que estábamos trabajando, si bien una parte de los nuevos lanzamientos ya corresponden al ejercicio 2012.

El negocio de oliva también ha sufrido de bajos márgenes, consecuencia de unos precios de materia prima en mínimos históricos, lo que conduce a una erosión de la rentabilidad que, de nuevo, hemos combatido buscando la máxima eficiencia operativa y una gestión más activa de la compra de materia prima.

De esta forma, en el último trimestre del año 2011 hemos logrado un ratio Ebitda/ventas del 10,2%, que confirma el camino emprendido de mejora de la rentabilidad del negocio una vez puestas en marcha las medidas organizativas y de ajuste.

Durante el ejercicio, hemos dedicado 12,3 millones de € en soporte de nuestras marcas, lo que supone un 1,3% de nuestra venta neta, en un nivel muy similar al año anterior. Como compañía de bienes de consumo, que opera marcas de la relevancia de las nuestras debemos ir encontrando un equilibrio entre mejorar nuestro resultado y dedicar un creciente porcentaje de nuestro margen a soporte de las mismas. Es la forma no solo de protegerlas sino de abrir la distancia respecto a nuestros competidores reforzando nuestro liderazgo.

Con ello, nuestras cuotas de mercado en el año 2011 en los principales mercados han comenzado a recuperarse tras una serie de años de debilidad. Los nuevos equipos, una gestión más enfocada y una mejor estructura de costes nos lo han posibilitado.

El resultado del ejercicio de las operaciones continuadas ha sido de 19,1 millones de euros negativo, penalizado por las dotaciones por deterioro realizado en el valor del fondo de comercio y marcas por importe de 38,5 millones de euros. Este resultado hubiera sido positivo en 33,7 millones de euros, sin el efecto anterior indicado y contrasta con los resultados negativos de 56,8 millones de euros del ejercicio 2010.

Estas dotaciones registradas al cierre del ejercicio 2011 corresponden a nuestras inversiones en marcas y fondo de comercio, y vienen provocadas por la evolución experimentada en las primas de riesgo de España e Italia, una vez actualizadas las hipótesis financieras utilizadas en las tasas de riesgo de descuento y crecimientos futuros en relación a la evolución de dichos negocios.

Tras el efecto de las actividades discontinuadas, el resultado antes de impuestos ha ascendido a 9 millones de €, que supone un cambio radical de signo respecto a las pérdidas de 52, 5 millones de euros del ejercicio 2010.

El resultado después de impuestos ha sido de 1 millón de euros de beneficio, lo que mejora el obtenido en el ejercicio 2010, que cerró con unas pérdidas de 49,6 millones de euros, y con los 178,4 millones de euros de pérdidas del año 2009.

Este beneficio pone de manifiesto la efectividad de las medidas acometidas de eficiencia industrial, reestructuración y optimización de recursos, a pesar de tener que convivir en un difícil entorno a nivel mundial, muy competitivo y tener centrado parte de nuestro negocio en España e Italia que están sufriendo una importante crisis económica.

En el capítulo de Deuda Financiera y costes de financiación, hay que destacar el esfuerzo realizado por los accionistas y Bancos, lo que ha permitido pasar de una deuda financiera neta de 1.515 millones de €, a finales del año 2009, a 837 millones a finales de 2010 y a 662 millones a 31 de diciembre de 2011. Una reducción de más de 853 millones € en dos años.

La reducción de la deuda Financiera Neta en el ejercicio 2011 con respecto al año 2010 ha sido de 175 millones de euros, decremento producido por la venta de las desinversiones del negocio del arroz y la fábrica de las aceitunas, principalmente.

Por su parte, el negocio ha generado caja neta, si bien una parte de esta generación se ha dedicado a restablecer la situación de Capital Circulante que, al cierre del año anterior, estaba anormalmente baja como consecuencia de las tensiones de liquidez vividas. Hoy operamos con total normalidad y podemos ofrecer la más alta tasa de servicio a nuestros clientes.

Por su parte, los Fondos Propios del Grupo ascienden al 31 de diciembre de 2011 a 834,5 millones de euros y el ratio de Fondos propios sobre deuda financiera neta asciende a 1,26.

El ratio de Deuda Financiera Neta sobre Ebitda ha pasado de 14,15 veces en diciembre 2009 a 7,17 veces calculado de acuerdo al contrato de financiación.

Como consecuencia de la reducción de la deuda, los gastos financieros se han reducido pasando de 85,3 millones de euros en el año 2010 a 33,7 millones de euros al cierre de 2011.

Los ratios financieros acordados en el contrato de financiación se han cumplido al 31 de diciembre de 2011 y así lo han certificado los auditores. Así, hemos iniciado el ejercicio 2012 con una reserva de liquidez que nos permite operar con tranquilidad y cumpliremos el calendario de pagos por amortizaciones de nuestro crédito sindicado para el año 2012 sin dificultad.

Un punto esencial para entender el año han sido las desinversiones, la más importante, la del negocio arrocero, de la que ya informamos extensamente en la Junta que aprobó las cuentas del año 2010 y la venta de Acyco:

- El negocio del arroz en España, Estados Unidos, Holanda y Portugal. El importe de la venta ha sido de 203,5 millones de euros, generando un resultado contable de 18,1 millones de euros.
- La venta de la filial Acyco en julio de 2011, con el traspaso de la fábrica y el personal vinculado a la misma. Hemos obtenido 14 millones de euros, generando una plusvalía contable de 8,9 millones de euros.

La cotización de la acción de Deoleo, S.A., registró una caída del 58,7% durante el año 2011, en un contexto de fuertes caídas de todos los índices del mercado español; el índice del que formamos parte, el Ibex Small Caps bajó un 25,1% y el selectivo Ibex 35, un 13,1%.

Este fuerte descenso se explica, en gran parte, por la entrada a cotización el día 6 de enero de 2011 de los 829,4 millones de acciones nuevas procedentes de las sucesivas ampliaciones de capital llevadas a cabo por la compañía en diciembre de 2010. Con dichas ampliaciones el número de acciones en circulación y cotizadas se multiplicó por más de cinco, con el consiguiente impacto en la cotización.

Otro factor que junto con el negativo contexto de los mercados ha contribuido al mal comportamiento de nuestra acción ha sido el bajo valor nominal lo que provoca que cualquier oscilación de precio, por pequeña que sea, suponga una fuerte variación porcentual, con lo que atrae la especulación. Por este motivo, dentro del Orden del Día de la Junta se somete a los señores accionistas una operación para elevar el valor nominal de la acción y, por tanto, el valor de cotización, operación de *contrasplit*.

Con un valor de cotización más alto, las variaciones en precio supondrán menor oscilación de la acción y, por tanto, se podrá mitigar en parte el componente especulativo que actualmente tiene el precio de la acción de Deoleo.

En todo caso, nuestro valor ha demostrado que tiene una buena liquidez, por lo que aquellos accionistas que han querido comprar o vender lo han podido hacer sin provocar grandes cambios en la cotización. En este sentido, el número de acciones negociadas en el Mercado Continuo (excluyendo Bloques y Operaciones Especiales) fue de 877 millones, lo que representa una rotación de 0,857 veces el capital al cierre del ejercicio y una negociación promedio de 3,4 millones de acciones al día. Considerando que nuestro free float es del 50%, esto supone que las acciones han rotado 1,8 veces en el año.

Una vez hecho el repaso de las principales magnitudes del año que ahora cerramos, hagamos el ejercicio de trazar mentalmente una raya de separación: empieza una nueva etapa para Deoleo, es hora de construir nuestro futuro

Y este futuro, señores accionistas, está lleno de oportunidades gracias a su apoyo y el de todos los que antes he mencionado. Los ajustes realizados se dejan notar ya en los resultados del negocio. En el primer trimestre del año 2012, los resultados han estado muy por encima de los del mismo periodo del año pasado, teniendo en cuenta, además, que el primer trimestre es tradicionalmente el de menor contribución del año.

El EBITDA ha crecido un 47% con respecto al mismo período del ejercicio anterior, gracias a la mejora de márgenes y a las iniciativas de eficiencia llevadas a cabo a lo largo de 2011, con lo que el margen de rentabilidad sobre ventas se ha situado en el 9,4%, apuntando hacia el doble dígito, uno de nuestros objetivos financieros, todo ello tras haber dedicado un 2% de nuestras ventas a dar soporte a nuestras marcas.

En este contexto, para el ejercicio tenemos el reto de crecer trabajando sobre la parte de arriba de la cuenta de resultados, con el foco puesto en crear redes comerciales en países emergentes y aumentar la cuota en los mercados donde ya tenemos presencia comercial propia.

Estamos trabajando para que Deoleo sea la empresa más admirada por sus competidores por ser la que sus consumidores prefieren, aquella cuyas marcas hablan el mismo lenguaje que cada uno de los que nos compra y de esta forma, identifica sus necesidades y le ofrece soluciones que van más allá de que el mío es mejor para freír que el tuyo o que mis ensaladas están más sabrosas que las tuyas. Ese tiempo, lo vamos a dejar atrás, no es el futuro.

Porque el futuro es difícil pero tenemos muchas oportunidades. No olvidemos que seguimos siendo el grupo líder mundial en aceite de oliva y estamos construyendo el mejor equipo humano.

Imagínense lo que podemos seguir construyendo ahora que hemos trazado esa raya en el suelo, que hemos dejado atrás tantas cosas que consumían nuestra energía.

Les pido, por tanto, que mantengan su confianza en el proyecto Deoleo y les invito a que sigan acompañándonos en esta nueva etapa.

*Jaime Carbó Fernández*  
Consejero Delegado

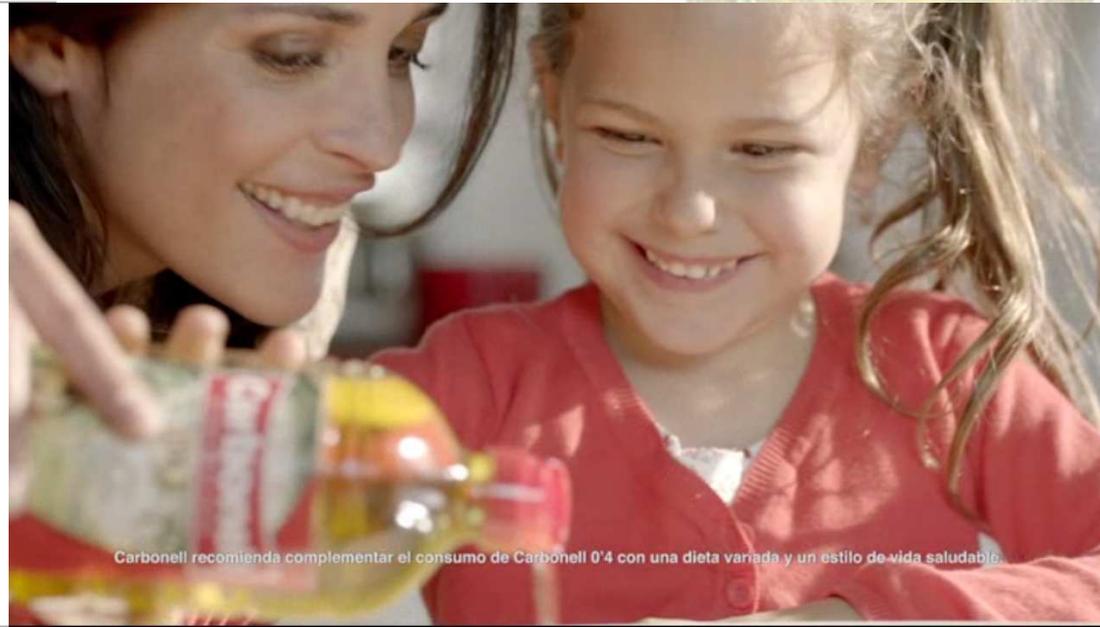


# deoleo

**Junta General de Accionistas**

**6 de junio 2012**

deoleo



Carbonell recomienda complementar el consumo de Carbonell 0'4 con una dieta variada y un estilo de vida saludable.

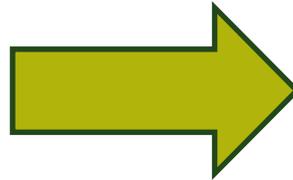
**Hemos cerrado una etapa,  
es hora de construir nuestro  
futuro**

# Balance de los cambios

**Asunto**

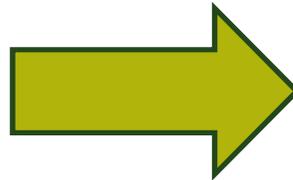
**Solución**

**Deuda**



Ampliación de capital  
Desinversión activos

**Estructura**



Consolidación centros  
trabajo  
Optimización plantas  
productivas

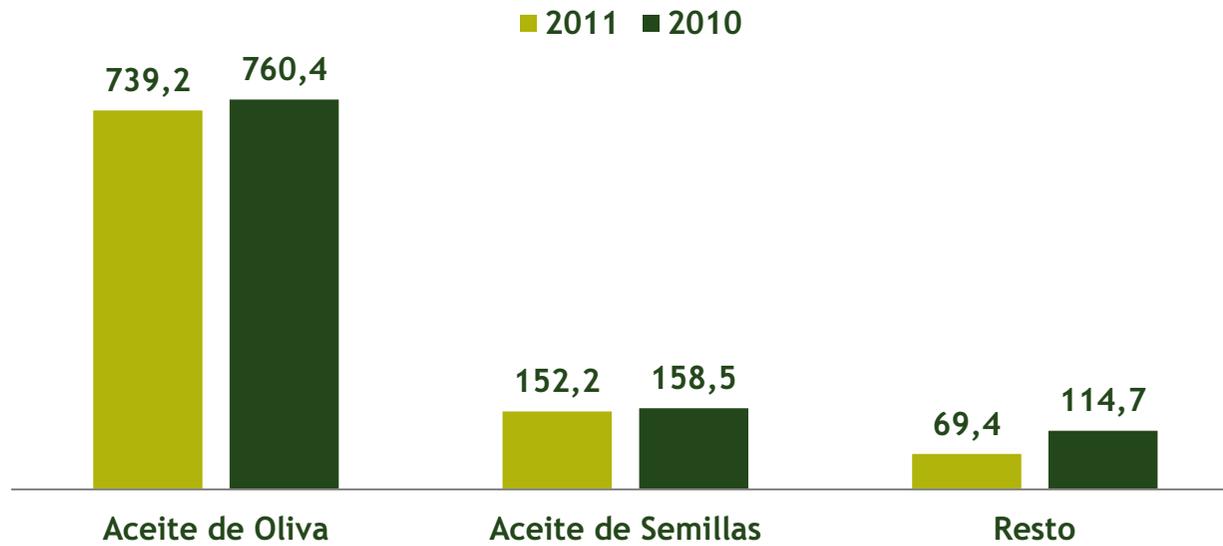


# Gracias



# Ventas por línea de negocio

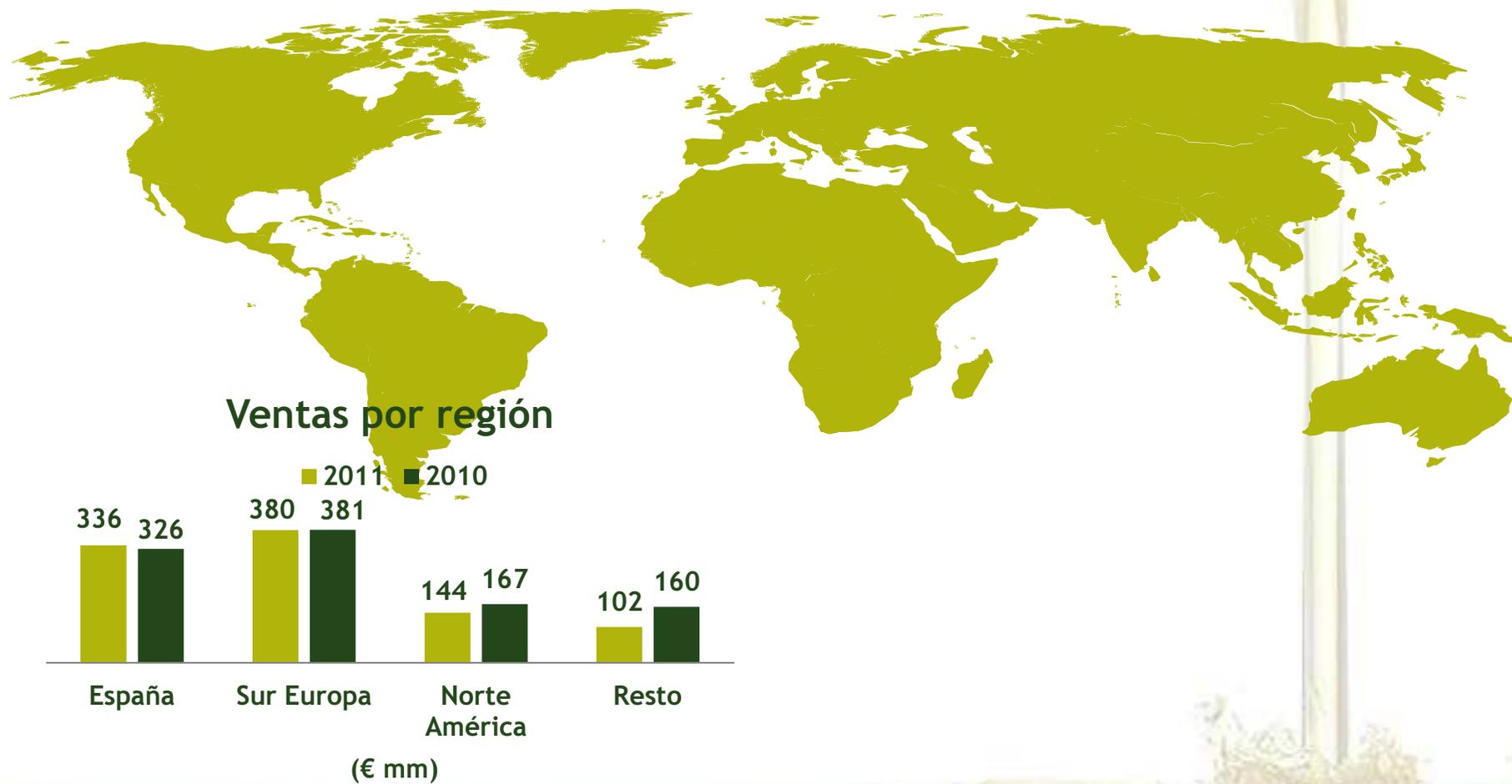
Ventas por línea de negocio (€ mm)



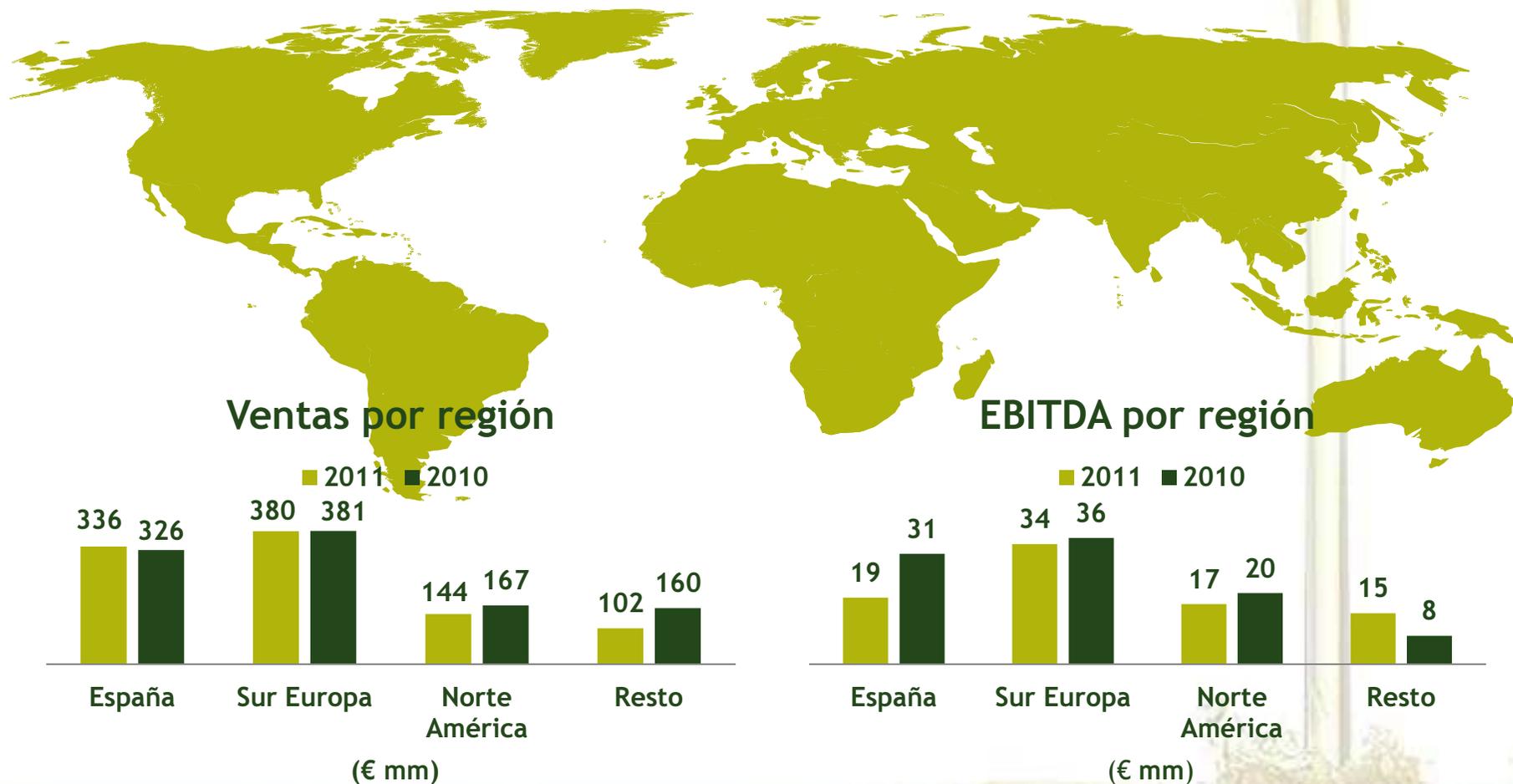
Ventas Deoleo (€ mm)



# Desglose por región - Ventas

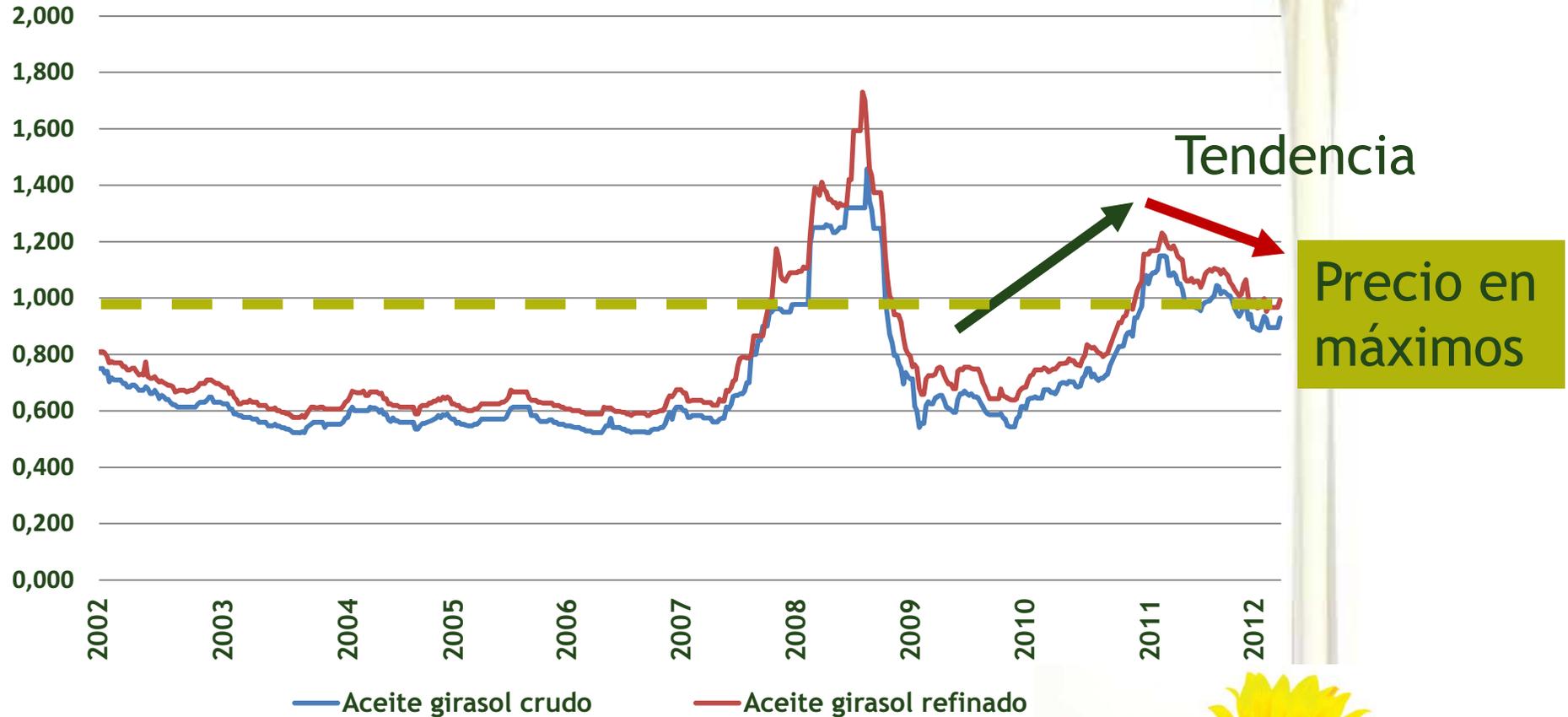


# Desglose por región Ventas y EBITDA



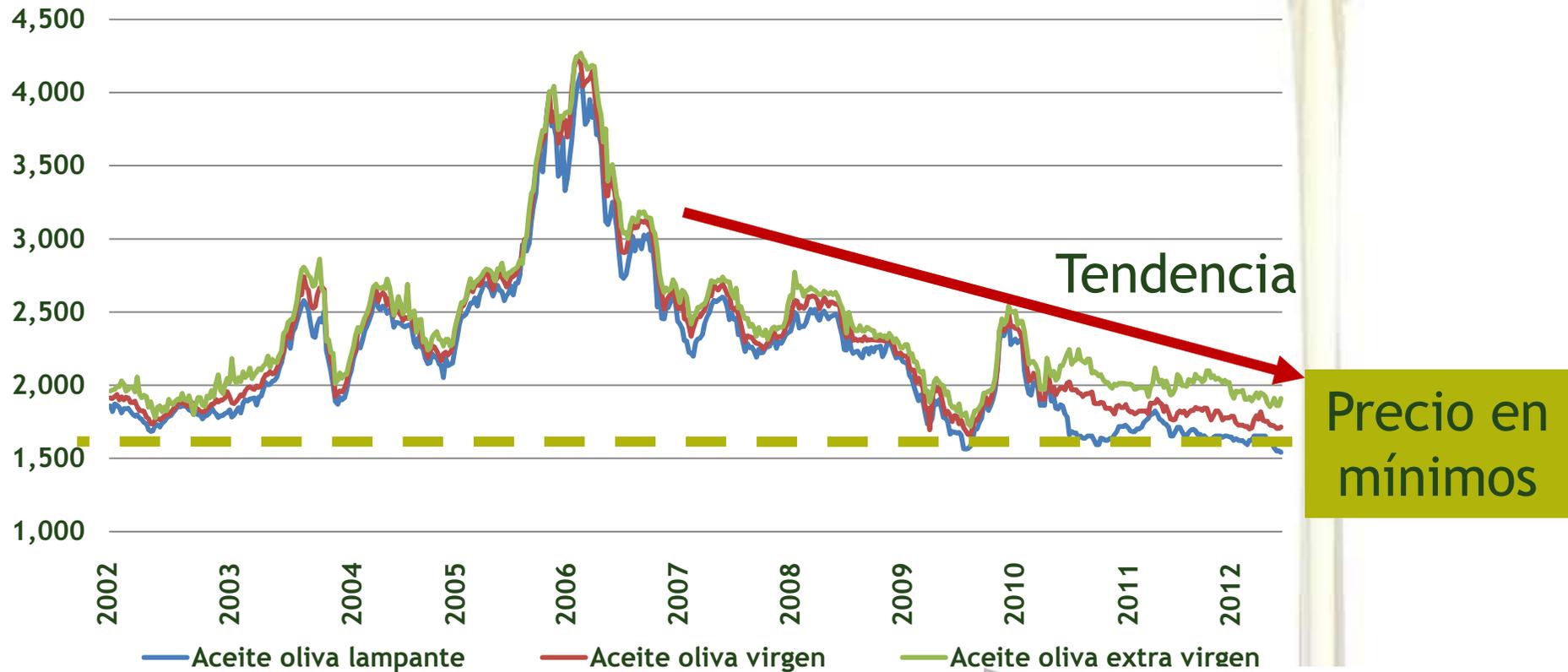
# Impacto aceite semilla

Evolución del precio de aceite de girasol 2002- 2011 (€/kg)



# Impacto aceite oliva

Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2011 (€/kg)

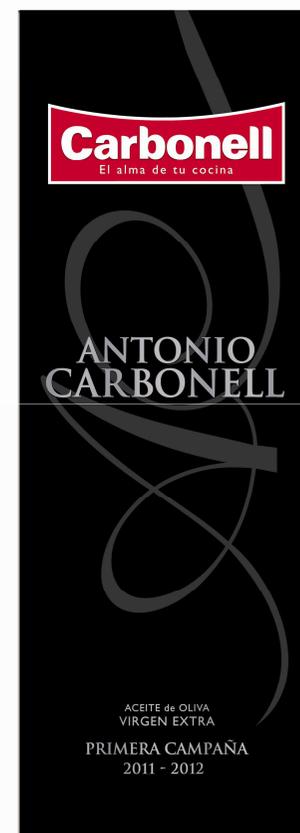
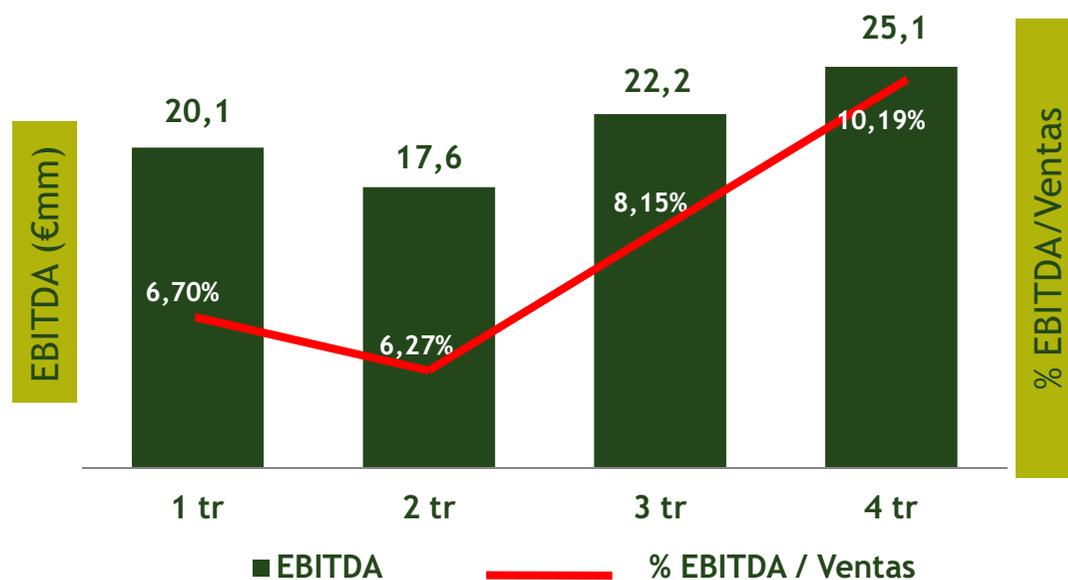


deoleo



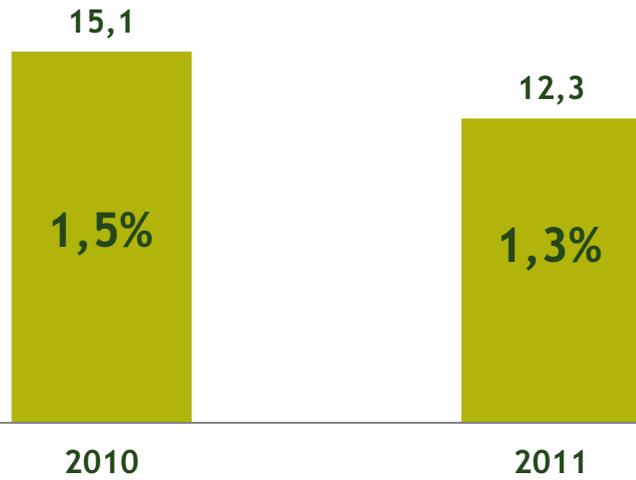
# Impacto de las mejoras en 2011

Evolución EBITDA en 2011 trimestres individuales



# Inversión en marcas

## Inversión Publicidad (€ mm)



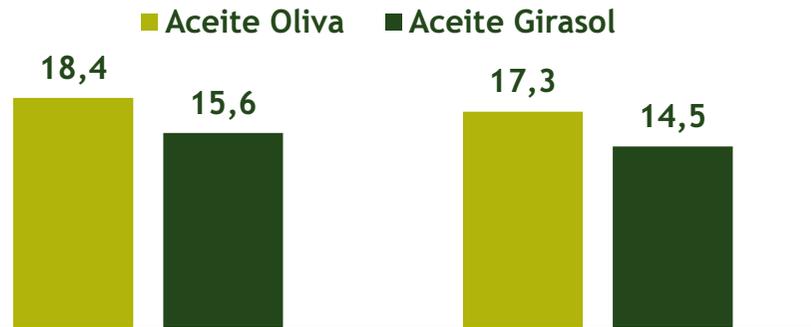
Inversión / Ventas (%)



# Posición en el mercado



Cuota de mercado en España  
(% en valor)

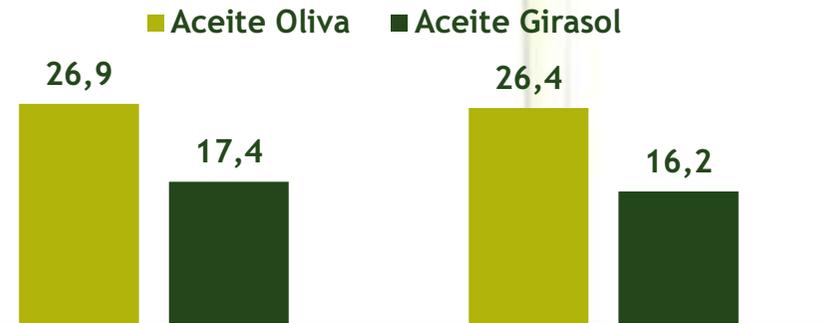


Marzo 2011

Marzo 2012



Cuota de mercado en Italia  
(% en valor)



Marzo 2011

Marzo 2012



# Resultados financieros

## CUENTA RESULTADOS DEOLEO

(€ mil)	2011	2010
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	960.806	1.033.557
EBITDA	72.802	84.255
BAI	-9.058	-59.630
RESULTADO DEL EJERCICIO OPERACIONES CONTINUADAS	13.461	-56.868
DETERIORO FONDO DE COMERCIO Y MARCAS NETO IMPACTO FISCAL	-32.600	
RESULTADO DEL EJERCICIO OPERACIONES INTERRUMPIDAS	20.218	7.199
<b>BDI</b>	<b>1.079</b>	<b>-49.669</b>

Con **KOIPESOL**  
Tus fritos absorben un  
**20% menos de aceite**  
que con otros aceites de girasol.

¡Mitra Solplus!  
KOIPESOL

Por eso tus fritos te saldrán dorados, crujientes y de sabor ligero. Porque ahora **Solplus** incorpora Solplus, una combinación única de antioxidantes que crea una crujiente película protectora alrededor del frito reduciendo la absorción de aceite un 20%. Así se ha demostrado un estudio realizado por la Universidad de Córdoba.  
Con **Solplus** disfruta de fritos dorados, crujientes y de sabor ligero.

Mi truco:  
**¡Carbonell!**

Transforma tus platos  
en platos con alma.

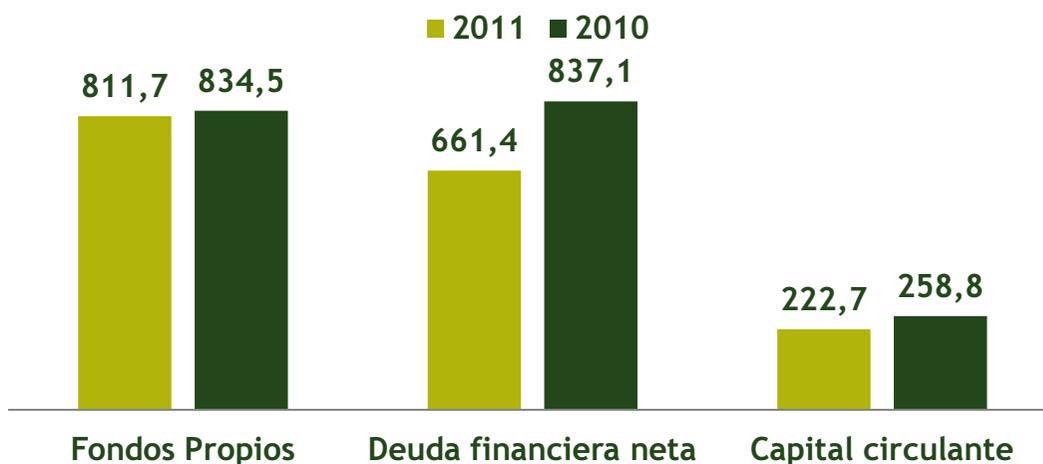
Porque comer lo mejor para la familia, porque siempre hacer lo mejor para tu alimentación empieza con el tipo de aceite que usas. Te presentamos Carbonell C.O., que eleva tu vida y elevamos más gracias a su mayor contenido en antioxidantes naturales.

**Carbonell**  
ACEITE DE OLIVA  
AGUINETA  
EXTRA VIRGEN  
ACEITE DE OLIVA

Vístanos en [www.carbonell.es](http://www.carbonell.es) y síguenos en

# Fondos propios y deuda

Balance Deoleo (€ mm)



Covenants contrato financiación	2011
1. Deuda financiera neta / EBITDA	Inferior a 8,1 veces
Ratio Deoleo	7,17
Cumplimiento Covenant	SI
2. EBITDA / Gastos financieros netos	Superior a 3,3 veces
Ratio Deoleo	3,92
Cumplimiento Covenant	SI

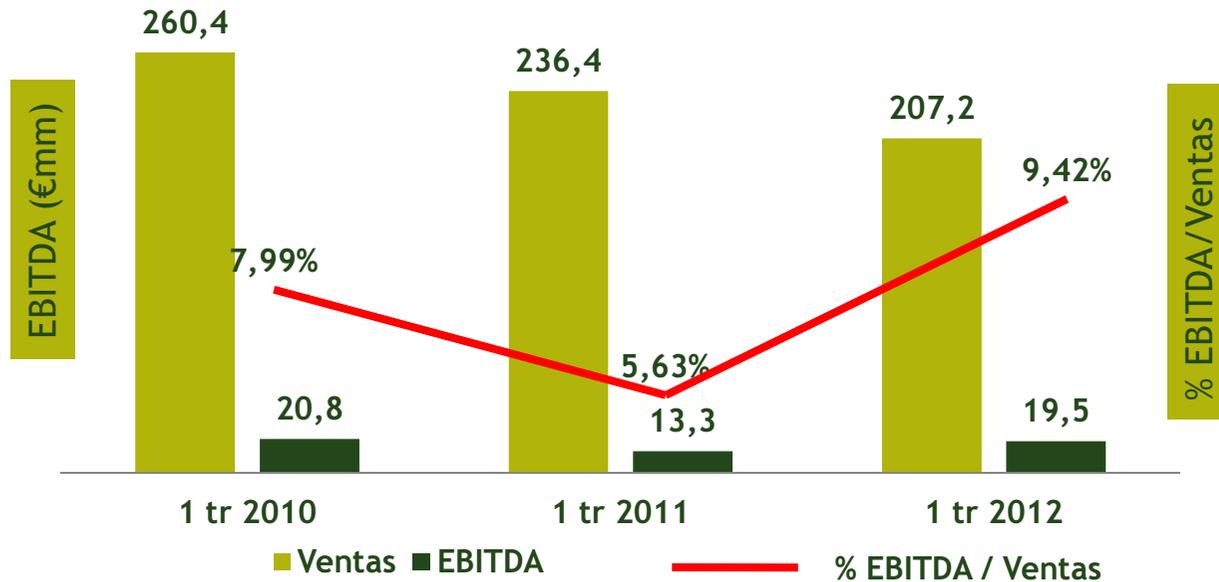


# Evolución en la Bolsa



# Frutos del trabajo realizado

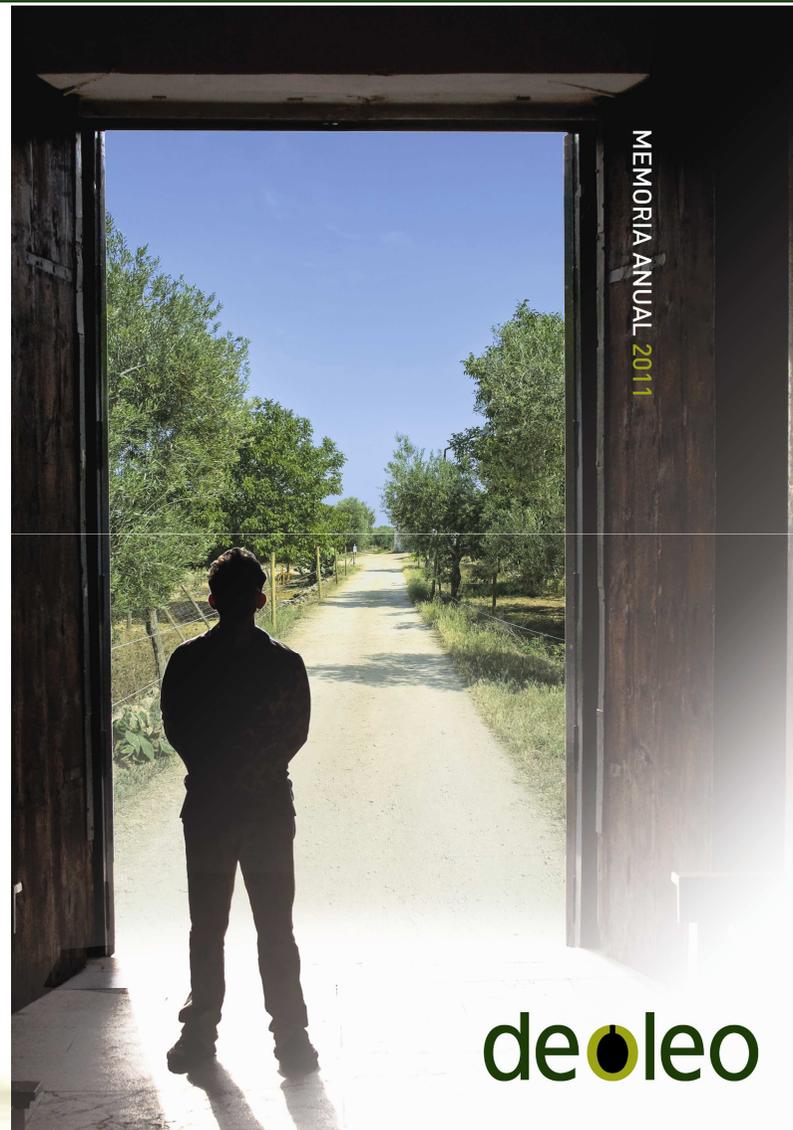
## Comparativa 1tr 2010-12



## Beneficio neto (€ mm)



# Nueva etapa de crecimiento



deoleo

# de oleo



WEB: [WWW.DEOLEO.EU](http://WWW.DEOLEO.EU)

TICKER: OLE