

A person is silhouetted against a bright background, standing in a doorway or open structure. They are looking out onto a long, straight dirt road that stretches into the distance. The road is flanked by trees and a fence. The sky is clear and blue. The overall scene conveys a sense of direction and looking towards the future.

## ORIENTADOS HACIA LA META

Resultados 9 meses y previsión de cierre del año 2012

6 de noviembre, 2012

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

- Los resultados de los nueve primeros meses del ejercicio 2012 son muy superiores al los del mismo período del ejercicio pasado, hemos cerrado este tercer trimestre de ejercicio como el mejor de 2012 con un comportamiento muy positivo en todos los mercados en los que operamos.
- Las ventas se han situado en €627 mm, con una reducción del 12,9% en relación con el mismo periodo el año pasado, principalmente debido a la reducción del coste de materia prima y a la ausencia de volúmenes de marca de distribución y granel.
- El EBITDA acumulado aumenta un 31% con respecto a los nueve primeros meses del ejercicio pasado, alcanzando los €62,4 mm frente a los €47,7 mm de los primeros 9 meses de 2011 y consolidando la mejora de márgenes y las medidas de eficiencia llevadas a cabo a lo largo de 2011. Estamos trabajando con un margen de rentabilidad que ya está en el 10,0% sobre ventas.
- Se ha registrado un BDI positivo para el tercer trimestre (€+2,9 mm) aunque el resultado de los nueve meses en su conjunto sigue afectado por los gastos extraordinarios registrados durante el primer semestre.
- La deuda financiera neta (DFN) del grupo a 30 de septiembre de 2012 es de €599 mm, lo que supone una reducción de €63 mm comparada con la de 31 de diciembre 2011, principalmente debido a una mejor gestión del capital circulante.

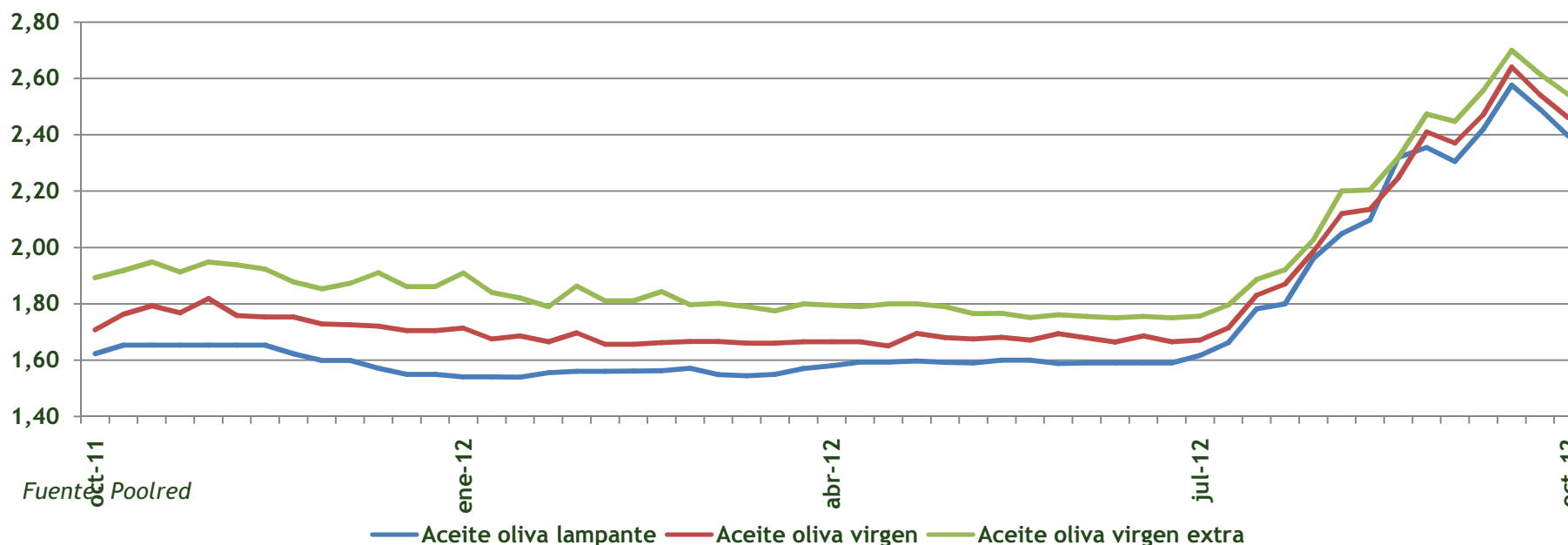
## 2. Entorno general

- En España, el mercado en los primeros nueve meses del año sigue siendo difícil, aunque en el último trimestre la evolución ha sido positiva, frenándose la tendencia experimentada en la primera parte del año. Según IRI, el mercado del aceite de oliva ha caído un -0,5% en volumen pero se ha incrementado un 0,7% en valor comparado con el mismo periodo del año pasado.
- En Italia el mercado del aceite de oliva virgen extra está estancado, mientras los aceites de oliva puros han caído en volumen un 5% en el periodo.
- En EE UU el mercado ha subido en volumen (1,6% según Nielsen) pero ha caído en valor debido a mejores precios de materia prima y tipo de cambio.
- En el mercado del aceite de girasol continúa la tendencia bajista, cayendo en volumen un -3,2% en España y un-3,6% en Italia, sin embargo esta categoría sube en valor por el traslado de los precios de la materia prima al producto final.
- A partir del mes de agosto se ha producido una importante subida del precio del aceite de oliva en origen que marcará el desarrollo del 4º trimestre de 2012.

### 3. Entorno materia prima - Aceite de oliva

- El precio del aceite de oliva lampante se ha incrementado un 48% durante el tercer trimestre de 2012. Con respecto a los primeros nueve meses de 2011, el precio promedio para la calidad lampante ha sido un 6,7% superior. Por su parte, el virgen extra tiene en 2012 un precio promedio anual un 2,5% superior.
- El origen de esta subida es la expectativa para la nueva cosecha, que se espera que sea muy inferior a la anterior (en torno a 1.000.000 tns. frente a 1.600.000 tns. para 2011/12) principalmente debido a la sequía.
- Sin embargo, de momento, la subida del precio se ha frenado y se espera una situación más estable, en parte debido a las lluvias registradas durante el mes de octubre.

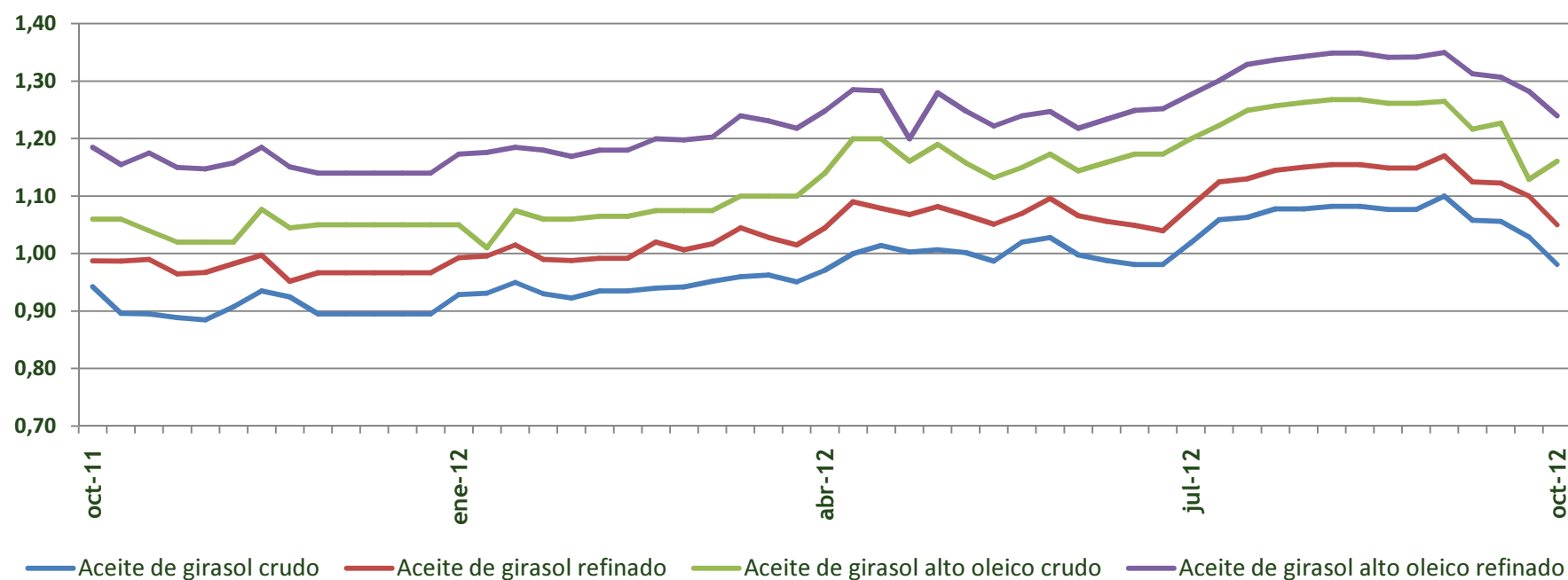
Evolución del precio de aceite de oliva 12m 2011 - 2012 (€/kg)



### 3. Entorno materia prima - Aceite de semilla

- El precio del girasol ha retrocedido en su escalada debido a que la cosecha de la zona del Mar Negro ha sido mejor de lo que estimaban los primeros indicadores.
- En el mercado nacional, los precios del aceite de girasol se han incrementado durante los nueve primeros meses del año (+5,6%). Comparado con el mismo periodo en 2011, el precio promedio ha sido un 0,8% inferior.

Evolución del precio de aceite de semilla 12m 2011 - 2012 (€/kg)



## 4. Evolución de los negocios

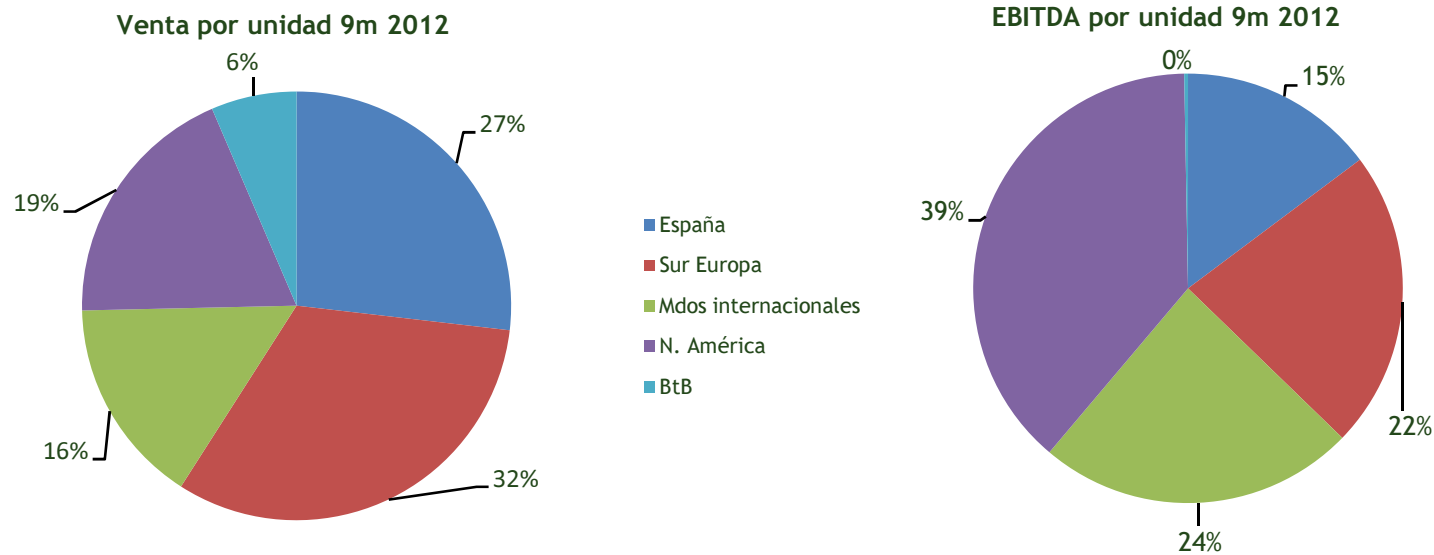
- El nuevo equipo comercial de la región Norte América está logrando obtener una buena tendencia del negocio, donde Bertolli sigue incrementando su cuota y Carapelli y Carbonell mantienen las suyas. Gracias a la capacidad de mantener precios premium, junto con una optimización en los gastos operativos, obtenemos en esta región el mejor margen de EBITDA del grupo.
- En los Mercados Internacionales destacan en este trimestre:
  - Brasil, con un incremento en ventas del 64% en los primeros nueve meses, donde Carbonell aumenta con fuerza sus ventas en un mercado que sigue creciendo a un gran ritmo.
  - Japón crece un 27% comparado con el mismo periodo el año anterior, impulsado principalmente por la buena evolución de Bertolli debido al nuevo acuerdo de distribución e iniciativas comerciales.
  - India, donde hemos lanzado una nueva página web y una campaña televisiva para la marca Figaro, que es el líder histórico en ese país.





## 4. Evolución de los negocios

- En los mercados de España e Italia seguimos en un entorno más complicado debido a la recesión que viven los dos países.
  - En España sin embargo, Deoleo ha mejorado su posición para los aceites de oliva, incrementando su cuota un 5,6% en valor y un 9,5% en volumen según IRI.
  - En Italia hemos reforzado nuestro liderazgo en la categoría de virgen extra, mientras en la categoría de aceites puros nos mantenemos planos.



## 4. Evolución de los negocios

- Las medidas de ajuste implementadas han dado lugar a que la plantilla se haya reducido en un 61% desde el 31 de diciembre 2010.

Evolución plantilla Deoleo (al cierre del periodo)				Variación
País	31/12/2010	31/12/2011	30/09/2012	2012/2010
España	868	574	442	-49%
Portugal	63	0	0	-100%
Italia	360	320	303	-16%
Europa Central	79	28	23	-71%
Norte América	210	67	52	-75%
Méjico	544	9	9	-98%
Guyana	19	3	3	-84%
Australia	6	5	8	33%
<b>Total Deoleo</b>	<b>2149</b>	<b>1006</b>	<b>840</b>	<b>-61%</b>

## 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 para los primeros nueve meses de cada año.

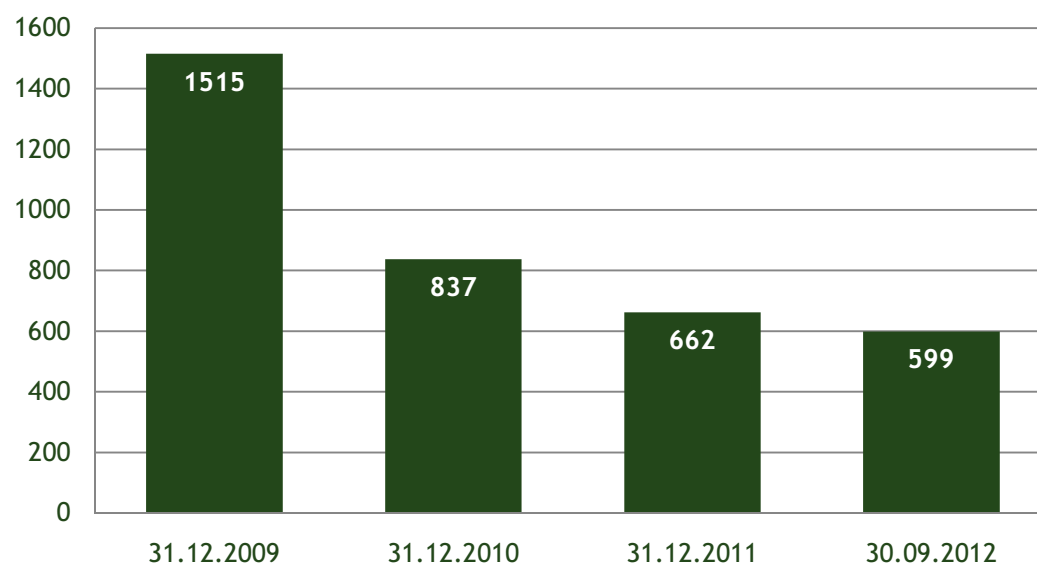
<b>CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO</b>						
(Miles de euros)	9m 2012	Var 9m 12 vs 11	9m 2011	Var 9m 11 vs 10	9m 2010	TACC 2010 - 12
<b>IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO</b>	<b>626.656</b>	<b>-12,9%</b>	<b>719.271</b>	<b>-7,4%</b>	<b>777.042</b>	<b>-10,2%</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>15.121</b>	<b>56,4%</b>	<b>9.670</b>	<b>-25,7%</b>	<b>13.018</b>	<b>7,8%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>62.403</b>	<b>30,9%</b>	<b>47.685</b>	<b>-25,9%</b>	<b>64.336</b>	<b>-1,5%</b>
<b>% EBITDA / Importe neto negocio</b>	<b>10,0%</b>	<b>50,2%</b>	<b>6,6%</b>	<b>-19,9%</b>	<b>8,3%</b>	<b>9,7%</b>
<b>BDI</b>	<b>-1.261</b>	<b>n.a.</b>	<b>-4.836</b>	<b>n.a.</b>	<b>-16.184</b>	<b>n.a.</b>

- La cifra de negocio sigue afectada por la reducción en la venta de marca de distribución y en los bajos precios de la materia prima durante los primeros meses del ejercicio.
- Sin embargo la rentabilidad ha crecido sustancialmente, pasando el ratio EBITDA/Ventas del 6,6% en 2011 al 10,0% en el acumulado de los nueve meses de 2012, todo ello tras aumentar un 56,4% la inversión publicitaria. Más eficiencia, más valor añadido y más apoyo a la marca son los drivers para este importante crecimiento en la rentabilidad.
- Se ha registrado un BDI positivo para el tercer trimestre (€2,9 mm) aunque el resultado de los nueve meses en su conjunto, sigue afectado por los gastos extraordinarios registrados durante el primer semestre.

## 5. Situación financiera y otros acontecimientos

- La Deuda Financiera Neta (DFN) del grupo a 30 de septiembre de 2012 es de €599 mm, lo que supone una reducción de €63 mm con respecto a 31 de diciembre 2011.
- La evolución positiva de la Deuda Financiera Neta se debe en gran medida a la reducción del capital circulante, este dato es estacional ya que es previsible que el capital circulante aumente en el 4º trimestre por la subida de los precios del aceite de oliva en origen de los últimos meses.
- A 30 de septiembre cumplimos los ratios establecidos en el contrato de financiación del grupo.

Deuda Financiera Neta - Deoleo (€ mm)



## 5. Situación financiera y otros acontecimientos

- Como hechos posteriores al cierre del trimestre comunicamos que:
- Con fecha de 18 de octubre Deoleo S.A. y Hojiblanca SCA han llegado a un acuerdo por el que Deoleo adquiere la marca Hojiblanca y otros activos relacionados, mediante una ampliación de capital no dineraria. Como consecuencia, Hojiblanca alcanzará el 9,63% en el capital de Deoleo.

La asociación de Deoleo, primer envasador mundial de aceite de oliva, y de Hojiblanca, primer productor de aceites vírgenes, constituye una operación que tiene como objetivo afianzar el liderazgo oleícola español en el mundo con un proyecto sólido y de largo plazo.

Deoleo refuerza su cartera de marcas líderes, lo que le permitirá seguir potenciando su estrategia marquista y de calidad en los numerosos mercados en los que opera.

La operación estimamos que se cierre en los primeros meses de 2013.

- En la misma fecha se ha tomado la decisión de someter a la Junta General Extraordinaria de Accionistas, una oferta de recompra sobre las 1.312 participaciones preferentes emitidas por la filial Deoleo Preferentes, SAU que no acudieron al canje en diciembre de 2010.

Esto supone que la compañía ofrecerá a los preferentistas que lo deseen la posibilidad de vender sus participaciones y de convertirlas en acciones del grupo. Para ello llevará a cabo una ampliación de capital con exclusión del derecho de suscripción preferente. Para el preferentista este canje implica conseguir una liquidez total para su inversión.

## 5. Situación financiera y otros acontecimientos

### Estimación para 2012

- Para facilitar el análisis del comportamiento de Deoleo, ofrecemos a continuación las estimaciones del Grupo para el ejercicio 2012 completo.

CUENTA RESULTADOS CONSOLIDADA - GRUPO DEOLEO - 12M 2012 (Millones de euros)	Estimado	
	2012	2011
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIO	866	961
EBITDA	89	73
% EBITDA / Importe neto negocio	10,27%	7,60%
Deuda financiera neta (DFN)	620	662

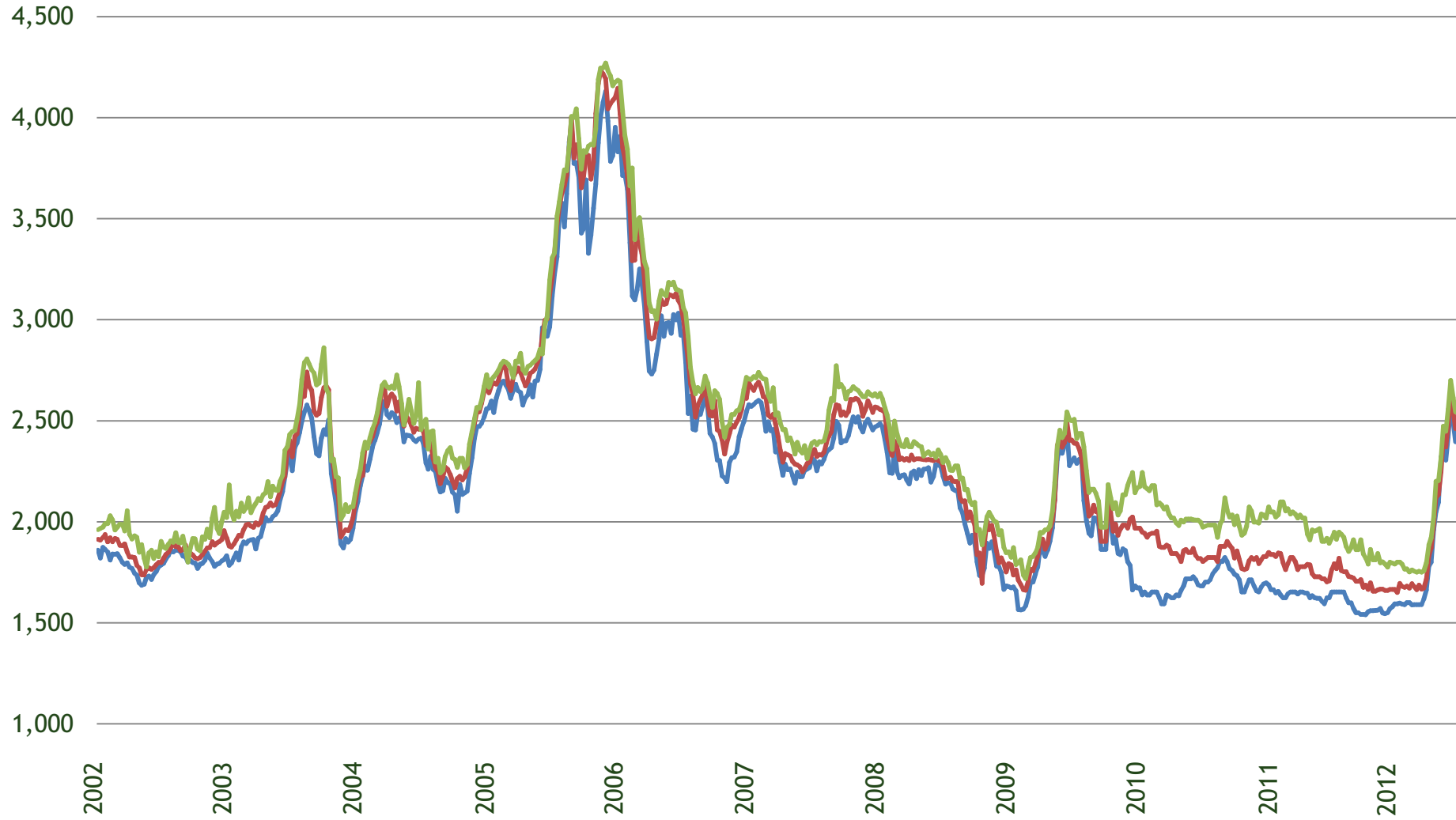
- La estimación de ventas del 4º trimestre recoge el efecto de la subida de precios que estamos ejecutando durante octubre y noviembre.
- El EBITDA se afianzará por encima del 10% sobre ventas con sensibles crecimientos en gastos de publicidad con respecto al ejercicio anterior.
- La Deuda Financiera Neta seguirá reduciéndose por la caja generada y una mejor gestión del capital circulante, aunque con un leve repunte respecto a septiembre como consecuencia de las compras de campaña.

## 6. Conclusiones

- Los resultados acumulados al tercer trimestre han sido muy positivos y recogen el trabajo iniciado: por una parte, cara al consumidor, ofreciéndole productos confiables, cercanos y competitivos, lo que se manifiesta en el incremento de las cuotas de mercado; y por otro lado, cara al accionista, incrementando la rentabilidad del negocio.
- El énfasis que hemos puesto en los mercados internacionales también está dando sus frutos; en los nueve primeros meses de 2011, el 71% de los ingresos procedían de las regiones España y Sur Europa, en el mismo periodo del ejercicio actual, esta cifra ha descendido hasta el 59%.
- La rentabilidad EBITDA/Ventas se ha estabilizado en el doble dígito (10%), y estamos trabajando para que esta cifra sea un suelo en el futuro.
- Con la operación de Hojiblanca estamos aportando negocio y EBITDA sin consumo de caja y siendo acreativa para el accionista, y conseguimos crecimiento inorgánico mejorando nuestros ratios de endeudamiento.
- La compañía tiene potencial para extraer más eficiencia y, en paralelo, vamos a fortalecer nuestras marcas y nuestra expansión geográfica.
- Nuestra previsión de cierre es mejorar el EBITDA en torno al 20% con respecto al ejercicio anterior a perímetro comparable y continuar con la generación de caja y reducción de deuda, fortaleciendo de esta forma el balance.

# Anexo - Evolución precio aceite de oliva

## Evolución del precio de aceite de oliva 2002 - 2012 (€/kg)



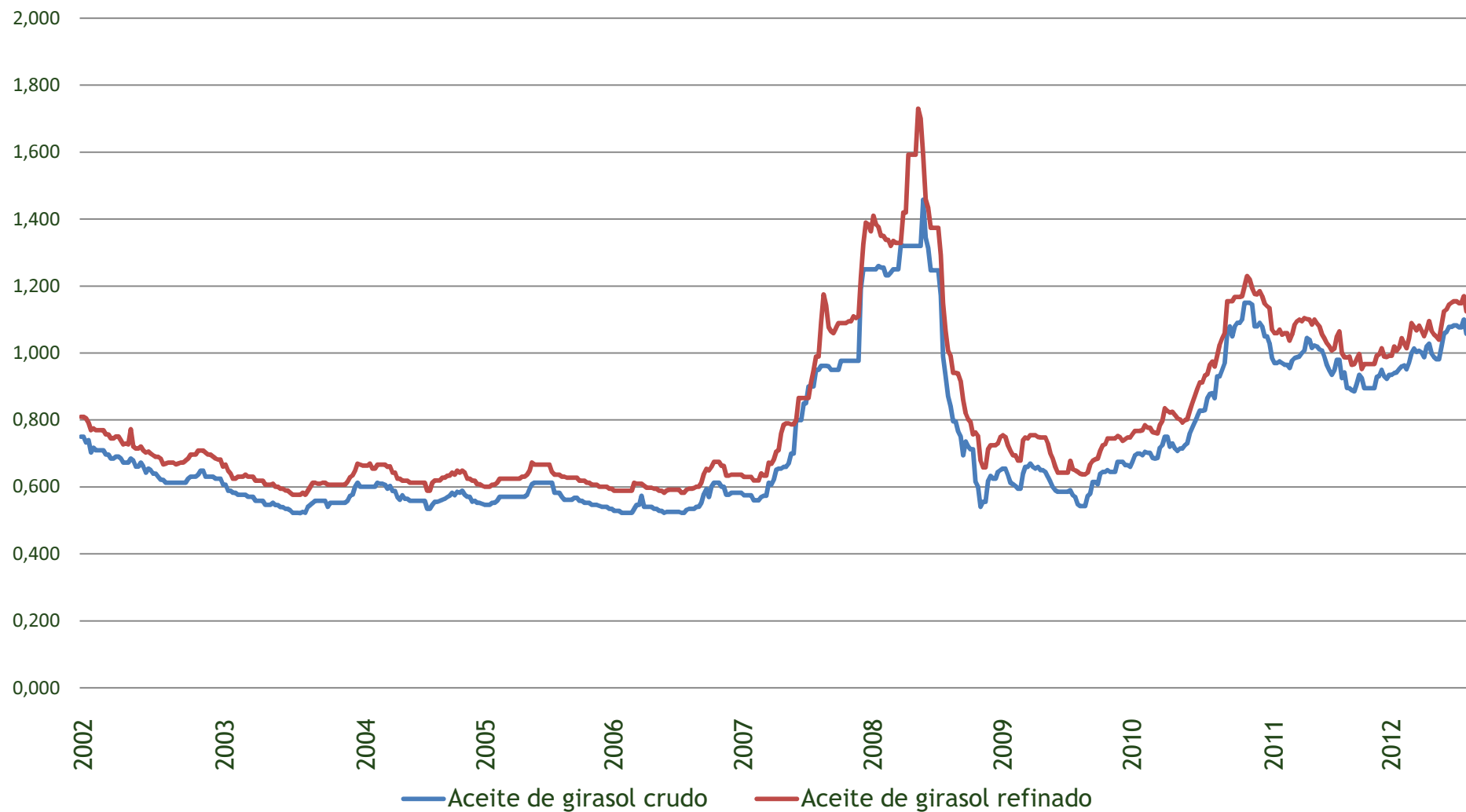
Fuente: Poolred

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



## Anexo - Evolución precio aceite de semillas

### Evolución del precio de aceite de girasol 2002- 2012 (€/kg)



Fuente: Oleo

# de oleo



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

TICKER: OLE