



Deoleo obtiene un EBITDA de 81,4 millones de euros en 2014, un 1,6% más que en el ejercicio anterior

- **El margen de EBITDA/ventas creció hasta el 10,5%, por lo que la rentabilidad se consolida en el doble dígito.**
- **Las ventas aumentaron un 2% en volumen y el consumo se mantuvo estable en los principales mercados a pesar de la oscilación de precios.**
- **El resultado neto del ejercicio fue negativo de 74 millones de euros por costes no recurrentes, como los gastos de la refinanciación y el deterioro de créditos fiscales por la nueva ley del impuesto de sociedades, que no afectan a caja.**

Madrid, 23 de febrero de 2015.- Deoleo, líder marquista en aceite de oliva, registró en el ejercicio 2014 un EBITDA de 81,4 millones de euros, un 1,6% por encima del resultado del año 2013 y en línea con las previsiones, a pesar de que el último trimestre del año fue muy complicado por la fuerte subida (+50%) del precio del aceite de oliva en origen. Aun así, el margen de EBITDA/ventas del grupo creció hasta el 10,5% (+6%), por lo que la rentabilidad se consolida en el doble dígito.

Las ventas aumentaron un 2% en volumen, aunque la facturación cayó ligeramente, hasta los 773,2 millones de euros, por los bajos precios del aceite de oliva en el primer semestre del año.

A la positiva evolución de las ventas contribuyó la estabilidad de la demanda, que se sostuvo en los principales países consumidores (España, Italia y Estados Unidos) y registró crecimientos de dos dígitos en regiones con gran potencial, como Oriente Medio y Extremo Oriente.

Así, el grupo ha mantenido sus cuotas de mercado en sus principales mercados de referencia (15% en España, 23% en Italia y 19% en Estados Unidos), ayudado también por la tendencia a la baja de las marcas de la distribución, que en España retrocedieron un 0,8%, aunque han proliferado las marcas *in-out*. En Italia la marca blanca cayó un 2,4% y en Estados Unidos, un 1,5%.

En cuanto al resultado neto del ejercicio (-74 millones de euros), quedó lastrado por gastos no recurrentes. En primer lugar, como consecuencia de la reestructuración de la



deuda, se registraron gastos financieros en el mes de junio por valor de 23 millones de euros. A su vez, al cierre del ejercicio se aprobó la nueva ley del impuesto de sociedades que establece el tipo impositivo del 28% para 2015 y del 25% para los años siguientes.

Por este motivo se deterioraron los créditos fiscales registrados y se adecuaron los impuestos diferidos con un efecto neto de 40 millones de euros en el gasto por impuesto. Además, se contabilizaron gastos por deterioro de marcas no relevantes (6 millones €). Así, el registro contable de todo lo anterior, que no afecta al saldo de caja, dio lugar al resultado negativo.

Por su parte, la deuda financiera neta aumentó en 17 millones de euros (+3,6%) con respecto al ejercicio anterior, principalmente por la subida de precios de la materia prima en la segunda mitad del año, aunque se mantiene en una cifra estable, dentro de las previsiones (489,5 millones €).

Conclusión

Los resultados del ejercicio 2014 ponen de manifiesto que se consolida la rentabilidad, a pesar de las dificultades generadas por la fuerte subida del precio del aceite de oliva en origen en el último semestre del año. A esta situación se añade una práctica muy perjudicial para toda la cadena de valor, la venta a pérdida. Todo ello daña notablemente los márgenes y compromete seriamente el futuro del sector.

Aun así, Deoleo sigue trabajando para potenciar sus principales marcas y revitalizar la categoría, apostando por el valor frente a la banalización, y pensando en el consumidor para crear nuevos productos que se adapten a sus necesidades reales.

Por otra parte, la nueva situación financiera del grupo motivada por la reestructuración de la deuda nos permite aumentar el capital circulante, por lo que la compañía puede estar atenta a cualquier oportunidad que surja en el mercado de la materia prima y que mitigue la volatilidad de los costes, una gestión que hace solo un año era imposible por nuestras restricciones financieras.

Deoleo mantiene, por tanto, su estrategia de crecimiento gracias a la estabilidad y confianza que aporta el nuevo accionista de referencia del grupo y a una mejor posición financiera, lo que permite afrontar con solvencia y optimismo el futuro.