

RESULTADOS 2021

En un contexto complicado

Deoleo alcanza su objetivo de EBITDA y reduce su deuda neta en un 20%

- A pesar del complejo escenario, dominado por la subida del precio de la materia prima y por la normalización del consumo en el hogar tras la crisis sanitaria, la compañía obtuvo un EBITDA de €48M, en línea con las previsiones del ejercicio.
- El grupo logró incrementar la cifra de ventas un 6%, trasladando parte del aumento del coste de la materia prima a los precios de venta a la distribución y reduciendo su impacto en los márgenes.
- La adecuada gestión de capital circulante y la positiva generación de caja, por importe de €33M, permitieron reducir la deuda neta hasta los €120M.

Madrid, 25 de febrero de 2022. Deoleo, productor de aceite de oliva líder en el mundo, cerró 2021 cumpliendo los objetivos previstos al inicio del ejercicio en un contexto de mercado complicado, marcado por la reducción del consumo de aceite de oliva en el hogar debido a la normalización de la situación sanitaria; un factor previsto al que se sumó el significativo incremento que experimentó el precio de la materia prima, que aumentó un promedio del 48%, así como los costes logísticos y de otros materiales.

En este escenario, el grupo alcanzó un EBITDA de €48M y consiguió un resultado neto de €61M, cerrando en positivo por segundo año consecutivo. La generación de caja, vinculada a esta buena evolución del negocio, ha permitido a Deoleo reducir su deuda neta en un 20%, hasta los €120M al cierre del ejercicio, tras amortizar de forma voluntaria €25M del crédito sindicado en el cuarto trimestre de 2021. Asimismo, gracias a la posición de tesorería alcanzada al cierre del ejercicio, que se situó en €86M, la compañía amortizó otros €18M en enero de 2022, dejando el importe de la deuda sindicada pendiente de amortizar en €160M.

La fortaleza de las marcas de Deoleo

Como consecuencia de la progresiva normalización de la situación sanitaria tras un 2020 excepcional y del impacto sobre el consumo de la subida de los precios en origen, Deoleo cerró el ejercicio 2021 con una reducción del 6% en sus volúmenes de ventas, también en línea con las previsiones.

A pesar de ello, gracias, tanto a la fortaleza de sus marcas, como a la gestión de las mismas, la compañía logró traspasar parte de la mencionada subida de precios en origen. Esto ha permitido compensar parcialmente el impacto de la subida de los costes y llevar a cabo las acciones comerciales adecuadas para sostener la caída de los volúmenes inherente a esta situación. De esta forma, la cifra de ventas ha subido un 6% con respecto al ejercicio anterior, compensando en parte, el impacto del incremento de los costes en los márgenes del grupo.

En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo: *“A pesar de haber sido un año muy complicado por la normalización del consumo y, especialmente, por el notable incremento del precio de la materia prima, los resultados que estamos presentando hoy son muy positivos. La compañía ha cumplido con los objetivos previstos a inicio de ejercicio, a pesar de que el incremento de costes, de cerca de un 50%, no estaba contemplado en ese momento, lo que da muestra de la fortaleza, flexibilidad y buena evolución del negocio. Este factor, sumado a la gestión del capital circulante y a la generación de caja, nos ha permitido amortizar de forma significativa nuestra deuda, reforzando así la solidez financiera de la compañía. De cara a este año, vamos a concentrar los esfuerzos en cumplir con la hoja de ruta marcada en nuestro nuevo plan estratégico hasta 2026 y en seguir impulsando la sostenibilidad, pilar clave para la compañía”.*

Refuerzo de la solidez financiera

En el ejercicio 2021, Deoleo ha puesto en valor la solidez financiera alcanzada tras la reestructuración culminada en junio de 2020. Gracias a la buena evolución del negocio y a la gestión del capital circulante, el grupo generó €33M de caja y amortizó una parte significativa de la deuda sindicada que, a 30 de junio de 2020, momento en el que se concluyó el proceso de refinanciación, ascendía a €242M y, que en el momento de emisión de los resultados del ejercicio 2021, asciende a €160M.

Foco en el nuevo plan estratégico y la sostenibilidad

Asimismo, 2021 ha sido un año clave en la redefinición de la estrategia de Deoleo. Tras los positivos resultados obtenidos en 2020, el grupo decidió llevar a cabo una reflexión estratégica que se tradujo en el lanzamiento de un nuevo plan de negocio hasta 2026, presentado el pasado mes de noviembre.

El nuevo plan tiene el objetivo de posicionar a Deoleo como líder indisputable de la industria del aceite de oliva. Mantiene el ADN que caracteriza a la compañía, poniendo el foco en las marcas y en la calidad, pero situando al consumidor en el centro de todas las decisiones. Además, este plan apuesta firmemente por determinados mercados como Estados Unidos así como por una palanca estratégica clave para Deoleo: la sostenibilidad. En esta línea, la firma lanzó a principios de este año su [estrategia de sostenibilidad 2030](#) con el objetivo de consolidar a Deoleo como líder en este ámbito, contribuyendo a elevar el listón sectorial y guiando el camino de la industria hacia la producción y distribución sostenible del aceite de oliva.

-Fin-

Sobre Deoleo

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva, presente en más de 70 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 15 países. Deoleo cuenta con marcas líderes a nivel mundial, como Bertolli -la marca líder a nivel mundial- Carapelli y Sasso, así como las marcas españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo por favor visite deoleo.com

Contacto

Deoleo

Renee Enman | Directora de Comunicación
renee.enman@deoleo.com

LLYC

deoleo@llorentycuenca.com
91 563 77 22