

Los accionistas de Deoleo avalan la gestión de la compañía tras un ejercicio históricamente retador

- Deoleo ha reunido hoy a sus accionistas en la Junta General después de un año marcado por la mayor subida del precio de la materia prima desde que se tienen registros, tras dos campañas históricamente desfavorables.
- El Consejo de Administración y la Asamblea han acreditado la eficacia y consistencia de la estrategia del grupo así como los resultados alcanzados en un contexto altamente complejo.
- Ignacio Silva, presidente y consejero delegado del grupo, ha trasladado la solidez de la hoja de ruta de la compañía y su papel clave en el mantenimiento del margen bruto unitario a cierre de 2023.
- El presidente y consejero delegado también ha resaltado la buena marcha del negocio durante el primer trimestre de 2024 y las condiciones favorables que se están dando para la próxima cosecha 2024/2025.

Madrid, 5 de junio de 2024. Deoleo, líder mundial en el sector del aceite de oliva, ha celebrado hoy su Junta General de Accionistas tras un ejercicio históricamente retador tanto por la subida de precio de la materia prima como por las previsiones de cosecha poco alentadoras en términos de calidad y cantidad. A pesar de ello, la compañía ha continuado avanzando en la hoja de ruta marcada, elevando ligeramente las ventas y logrando un EBITDA de 30M€ a cierre de 2023. El encuentro ha contado con la representación del 57,8% del accionariado de Deoleo, S.A.

Los accionistas de la compañía han aprobado las cuentas anuales individuales y consolidadas, el informe de gestión y el estado de la información no financiera (EINF) correspondientes al ejercicio de 2023. También ha tenido lugar la ratificación del nombramiento por cooptación y reelección de Don Juan Arbide Estensoro como consejero, con la calificación de dominical. Además, los accionistas han dado luz verde al mantenimiento del número de miembros del Consejo de Administración.

Resiliencia y consistencia estratégica ante el contexto retador

El presidente y consejero delegado de Deoleo, Ignacio Silva, ha dado cuenta del complejo contexto tanto del sector agroalimentario como oleícola. Ha subrayado que el sector ha tenido que enfrentar la circunstancia histórica de dos malas cosechas consecutivas, tanto en términos de calidad como cantidad, dando lugar a un descenso de la producción.

Ante este entorno, ha apuntado que Deoleo ha respondido con agilidad y solidez. “La fortaleza de las icónicas marcas de Deoleo, la eficacia en la gestión comercial y el control de los gastos han sido clave en la defensa y mantenimiento de nuestro margen bruto unitario durante el año 2023” ha destacado.

Silva ha subrayado el mantenimiento de los ingresos, con la ligera subida en la cifra de ventas, a pesar de los desafíos. También ha señalado que gracias a la puesta en marcha de medidas de ajuste y optimización del gasto operativo, el grupo alcanzó un EBITDA de 30M€. Sin embargo, ha apuntado que tanto el extraordinario aumento del gasto financiero como el impacto contable de los deterioros de activos se tradujeron en un resultado neto negativo de 34M€.

Además, Silva ha insistido en la solidez de la posición de caja de la compañía habiendo amortizado en el primer trimestre del ejercicio pasado 20M€ del tramo senior de la deuda. Asimismo, la compañía ha logrado rebajar las exigencias de los covenants financieros. “Estas se han adaptado a las nuevas circunstancias del negocio, aportando la flexibilidad que la nueva situación requiere, lo que nos permite cumplir los mismos holgadamente”, ha señalado.

Adicionalmente, el máximo directivo ha querido poner en valor la relevancia de la estrategia del grupo para navegar el complejo contexto. Ha trasladado que, apalancada en tres pilares clave (calidad, innovación y sostenibilidad), “es la herramienta adecuada para articular nuestro compromiso con nuestros grupos de interés y la industria del aceite de oliva”.

Ha querido resaltar especialmente la importancia del impulso de la sostenibilidad en todos los ámbitos de la compañía. En este sentido, ha recordado el lanzamiento del primer Informe Integrado de Sostenibilidad que refleja los avances de la estrategia de sostenibilidad. Esta se basa en el propósito “Cuidamos lo que te cuida” y que marca la hoja de ruta a seguir para consolidar a Deoleo como líder en sostenibilidad dentro del sector. Desde 2018, un total de 82 almazaras han sido certificadas bajo el Protocolo de Sostenibilidad para la producción de aceite de oliva virgen extra (AOVE), un 15,5% más que en 2022. Además, Silva ha remarcado el proyecto europeo Soil O-live a través del cual Deoleo traslada a sus proveedores técnicas para mejorar el cuidado del agua y el suelo. También se ha mostrado satisfecho ante la obtención de la medalla Platino por parte de Ecovadis, situándose entre el 1% de empresas mejor valoradas en materia de ESG y sostenibilidad empresarial.

Sobre la transformación sectorial, ha hecho un llamamiento a la acción. “El objetivo es claro: dejar de ser un sector marcado por factores externos a una industria donde el consumidor esté en el centro y conozca y valore al aceite de oliva como un elemento fundamental de la dieta mediterránea”, ha explicado.

Desempeño alentador del primer trimestre y visión a futuro

A pesar del entorno retador, Silva ha trasladado, desde una óptica optimista, el desempeño de la compañía durante el primer trimestre del ejercicio actual.

En este sentido, ha resaltado la resiliencia de las marcas de Deoleo, que han crecido en cuota a nivel nacional en 3,6 puntos, a pesar de la caída del consumo en un 16,4% con respecto al primer trimestre del año anterior. Las ventas también han crecido un 35% y los volúmenes un 3%. La capacidad de la compañía para adaptarse en un entorno de constante cambio queda patente también en la evolución del EBITDA. El indicador también ha experimentado un crecimiento del 11% respecto al mismo periodo del año anterior.

En relación con los 58.1 millones de euros del tramo senior de la deuda a largo plazo que vencen en junio de 2025, Silva ha apuntado que la compañía ya está trabajando para llevar a cabo su refinanciación. Se hará con antelación suficiente para garantizar el desarrollo del plan de negocio a largo plazo. En ese sentido, la compañía llevará a cabo la evaluación de una oferta indicativa que ya ha recibido, con el objetivo de tener una operación cerrada en los próximos meses.

Como conclusión, ha transmitido que, a pesar de los alentadores resultados, los desafíos aún existen, por lo que es necesario ser cautelosos. Al mismo tiempo, ha insistido en mirar hacia el futuro con cierto optimismo dado que las condiciones climatológicas e hídricas, a esta altura del año, son alentadoras de cara a la próxima campaña. Esto permitirá a la compañía seguir avanzando con determinación en la hoja de ruta marcada. Ha agradecido el apoyo y la confianza de los accionistas así como el intenso trabajo del equipo que forma parte de Deoleo para continuar creciendo de forma sostenible.

Deoleo

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial, presente en 43 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 12 países. Deoleo cuenta con 27 marcas en el portfolio de aceite, aceitunas, salsas y vinagres, marcas líderes a nivel mundial como Bertolli -líder en el mundo- Carapelli y Sasso, así como las españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo y su estrategia de sostenibilidad 2030, por favor, visite www.deoleo.com/sostenibilidad

#

Contacto

Deoleo

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación
jose.bonache@deoleo.com

LLYC

deoleo@llorentycuenca.com
91 563 77 22