

## RESULTADOS 2022

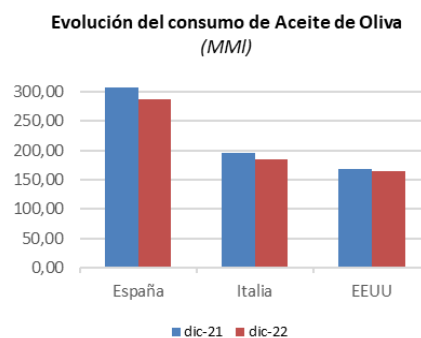
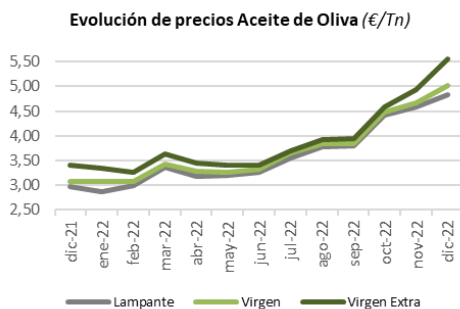
Entorno retador

# Deoleo cierra el año en positivo en un contexto complicado y evidencia la solidez de su estrategia

- La compañía ha alcanzado un EBITDA de €43M y un beneficio neto de €6M, a pesar de operar en un contexto inflacionista marcado por la incesante subida del precio de la materia prima y la caída del consumo
- La eficiencia en la gestión del mix de países en los que está presente el grupo así como la fortaleza de sus marcas y la adecuada gestión comercial han permitido a la compañía incrementar las ventas en un 18% y mantener un buen comportamiento de los volúmenes
- Las marcas de Deoleo consolidan su liderazgo en mercados clave, como España o Estados Unidos, donde sus cuotas de mercado crecen en el año 1 y 0,9 puntos respectivamente
- El grupo continúa apostando por liderar el desarrollo sostenible de la categoría y destina un 36% de sus inversiones a iniciativas de sostenibilidad

**Madrid, 27 de febrero de 2022.** Deoleo, compañía número uno de aceite de oliva a nivel mundial, ha vuelto a evidenciar la solidez de su estrategia de negocio al cerrar 2022 con un resultado neto positivo a pesar de las dificultades del entorno. El grupo obtuvo un beneficio neto de €6M y un EBITDA de €43M gracias a la resiliencia y fortaleza de sus marcas, así como a la continua apuesta por la calidad, la innovación y la sostenibilidad.

El año 2022 ha estado marcado por la incesante subida del precio del aceite de oliva en origen, que se aceleró en el segundo semestre superando incrementos del 66%, lo que ha provocado una caída generalizada del consumo en la categoría. A este impacto, se suma el alza de los precios de la energía provocado por la guerra de Ucrania, las tensiones en la cadena de suministro, la inflación y la subida de los tipos de interés.



Sin embargo, la eficiencia en la gestión del mix de países en los que está presente el grupo así como la posición de liderazgo de sus marcas y la adecuada gestión comercial, las ventas de la compañía aumentaron un 18%, superando los €827M a cierre del ejercicio. Deoleo logró traspasar progresiva y parcialmente los mayores costes a los precios de venta y consiguió mantener un buen comportamiento de los volúmenes que, en un escenario tan complejo, solo se redujeron un 5%.

Asimismo, la buena gestión comercial en las diferentes regiones, asociada a la favorable evolución del tipo de cambio, ha permitido a la compañía aumentar ligeramente el margen bruto e incrementar en un 6% el margen bruto unitario con respecto al ejercicio pasado.

A pesar de los desafíos del entorno, Deoleo ha mantenido el esfuerzo inversor en sus principales marcas, Carbonell, Koipe y Maestros de Hojiblanca en España y Bertolli, marca líder en Estados Unidos. Como resultado, la confianza de los consumidores se ha reforzado, lo que ha impulsado la positiva evolución de las cuotas de mercado a lo largo del año. Estas crecieron 1 punto porcentual en España y 0,9 puntos porcentuales en Estados Unidos. Así, las marcas consolidan su solidez y tendencia ascendente en aquellos mercados que representan buena parte del volumen de negocio del grupo y que, además, juegan un papel clave en el crecimiento del sector. Desde los últimos tres años, las marcas de Deoleo acumulan un crecimiento de 1,6 y 4,6 puntos porcentuales en España y Estados Unidos respectivamente.

En palabras de **Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo**: “Este año hemos tenido que operar en un entorno muy complejo a nivel global. Sumado a los altos niveles de inflación por la crisis de suministros y las tensiones en el mercado de la energía hemos tenido que seguir haciendo frente a la permanente subida del precio de la materia prima y a los efectos que esta situación ha tenido sobre el consumo. A pesar de ello, nuestra cuota de mercado ha continuado creciendo en países clave para el grupo como España y Estados Unidos y hemos logrado alcanzar resultados en positivo por tercer año consecutivo, evidenciando la solidez y resiliencia de nuestra estrategia y, lo que es más importante, manteniendo la confianza de los consumidores en nuestras marcas, al tiempo que impulsamos el desarrollo sostenible de la categoría”.

Como resultado de la gestión desarrollada por Deoleo, la compañía cerró 2022 con resultados positivos por tercer año consecutivo. El EBITDA alcanzó €43M, un 11% menos que en el ejercicio anterior por el mantenimiento de la inversión promocional y de los costes comerciales. El beneficio neto ascendió a €6M, frente a los €16M en términos comparables alcanzados en el ejercicio anterior. Este resultado no tiene en cuenta el efecto positivo de una revalorización fiscal de marcas registrado en Italia.

### **Estrategia de sostenibilidad acertada: la clave ante un entorno retador**

La hoja de ruta de la compañía marcada en su plan estratégico 2022-26, enfocada en la sostenibilidad como pilar principal y en el foco en el consumidor, ha situado al grupo en una posición resiliente ante el contexto retador. Los compromisos adquiridos en su agenda 2030 marcan el camino a seguir para consolidar a Deoleo como líder en sostenibilidad dentro del sector del aceite de oliva. La estrategia de sostenibilidad del grupo materializa el enfoque que Deoleo ha mantenido a lo largo de los años: “Cuidar lo que cuida de ti” y se basa en tres pilares (Creciendo juntos, Blends hechos con amor y Cuidando de ti) que representan el cuidado de Deoleo por los agricultores, las personas y el planeta.

En 2022 el grupo destinó un 36% de sus inversiones a proyectos vinculados a la sostenibilidad, con los que persigue guiar el desarrollo sostenible de la categoría.

Como resultado de las iniciativas desarrolladas, el grupo está siendo pionero en labores de investigación del aceite de oliva y del olivar siendo la única compañía del sector implicada en el programa SOIL O-LIVE, financiado por la Unión Europea. Este estudia el efecto de la gestión agrícola sobre el estado de salud general de los suelos de los olivares mediterráneos. Se enmarca dentro de la mencionada estrategia de sostenibilidad del grupo y de su Protocolo de Sostenibilidad, mediante el cual se han certificado ya 69 almazaras en España, Portugal e Italia, que reúnen más de 270.000 hectáreas de olivar. Asimismo, se ha conseguido que un 44% del aceite de oliva comprado por el grupo entre 2021 y octubre de 2022 provenga de almazaras certificadas como sostenibles.

Además, se ha invertido en la instalación de placas solares en la planta de Alcolea, de forma que el 20% de la energía procede de energía renovable. También se ha conseguido reducir un 44% en emisiones directas. Por otro lado, tras perfeccionar las torres de refrigeración, se ha disminuido un 24% el consumo de agua. En términos de igualdad, la brecha salarial del grupo es inexistente. Todo ello hace que Deoleo haya conseguido la medalla de oro por la certificadora EcoVadis por tercer año consecutivo.

### **Refuerzo de la solidez financiera**

A lo largo del año, Deoleo ha continuado reforzando su solidez financiera. La deuda financiera neta a cierre del ejercicio se situó en €101M, un 15% menos que en el ejercicio anterior. Esto ha sido posible gracias a la gestión del circulante y al efecto de las nuevas condiciones contractuales de las líneas de factoring.

De cara a 2023, que se prevé que seguirá siendo un ejercicio complicado, la compañía cuenta con las herramientas necesarias para hacer frente a la situación. Se espera que, con los datos actuales, la cosecha se reduzca en la campaña 2022/2023 un 23% a nivel mundial, un 34% en Europa y un 48% en España.

De mutuo acuerdo con sus acreedores financieros, ante la volatilidad e incertidumbre que presenta la situación del mercado en origen del aceite de oliva, el grupo ha modificado determinadas condiciones de su préstamo a largo plazo, para dotarlo de mayor flexibilidad en su condicionado.

-FIN-

**Deoleo**

Deoleo es la compañía nº1 de aceite oliva a nivel mundial, presente en más de 70 países de los cinco continentes. Tiene fábricas en España e Italia y oficinas comerciales en 11 países. Deoleo cuenta con marcas líderes a nivel mundial como Bertolli -la marca líder en el mundo- Carapelli y Sasso, así como las marcas españolas Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Para obtener más información sobre Deoleo y su estrategia de sostenibilidad 2030, por favor, visite [www.deoleo.com/sostenibilidad](http://www.deoleo.com/sostenibilidad)

###

**Contacto**

**Deoleo**

José Bonache Aparisi | Director de Comunicación  
[jose.bonache@deoleo.com](mailto:jose.bonache@deoleo.com)

**LLYC**

[deoleo@llorentycuenca.com](mailto:deoleo@llorentycuenca.com)  
91 563 77 22