

RESULTADOS 1T 2021

Deoleo gana 7,4M€ en el primer trimestre de 2021, un 65,5% más

- Los volúmenes vendidos crecen un 11% en el periodo, a pesar de comparar con un mes de marzo del año pasado de grandes ventas por el acopio de los clientes y consumidores debido a la crisis sanitaria.
- Las ventas aumentan un 17% impulsadas por el crecimiento de los volúmenes y por unos mayores precios de venta asociados al incremento del coste de la materia prima, que se espera que siga aumentando a lo largo del año.
- La positiva evolución del negocio se refleja también en la mejora continuada de la cuota de mercado de las marcas de Deoleo durante el trimestre, que crecen 1,1 puntos porcentuales en Estados Unidos, 2,9 puntos en Italia y 2,2 puntos en Alemania, mientras que en España se mantienen estables.

Madrid, 30 de abril de 2021. Deoleo, líder mundial en el sector del aceite de oliva, continúa en el primer trimestre de 2021 con la positiva tendencia con la que cerró el año 2020. El grupo ha obtenido un resultado neto consolidado de 7,4M€, un 65,5% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior, impulsado por el buen comportamiento de sus ventas.

A pesar de comparar con un trimestre marcado por el acopio de producto que clientes y consumidores realizaron en marzo del año pasado como resultado de la crisis sanitaria, los volúmenes vendidos han continuado creciendo a doble dígito, registrando un incremento del 11% con respecto al primer trimestre de 2020. Las ventas, por su parte, han aumentado un 17%, hasta los 177,8M€, consecuencia del señalado buen comportamiento de los volúmenes y asociado además al incremento de los precios de venta en dicho periodo.

De hecho, la positiva evolución de volúmenes compensa el incremento de los costes de la materia prima que viene produciéndose desde la segunda mitad del año pasado, permitiendo que el margen bruto de Deoleo haya crecido un 2% en el primer trimestre hasta los €35M, a pesar del impacto negativo de la evolución de los tipos de cambio, especialmente la relativa al USD/EUR, y al hecho de comparar con un primer trimestre del pasado ejercicio que fue excepcionalmente positivo.

El EBITDA alcanzado en el primer trimestre del año ha sido de €15,4M, un 5% inferior al del mismo trimestre del año anterior, como consecuencia del incremento de la inversión publicitaria en las marcas del grupo en €1,2M, un 30% más.

Las cuotas de mercado del Grupo han continuado incrementándose en el primer trimestre del año con respecto al mismo periodo del año anterior. De acuerdo con los datos proporcionados por IRI y Nielsen, se ha registrado un incremento de 1,1 puntos porcentuales en Estados Unidos, de 2,9 puntos en Italia y de 2,2 puntos en Alemania. En cuanto a España, la cuota permanece estable.

La compañía ha generado €0,5M de caja a 31 de marzo de 2021, frente a la destrucción de €12M registrada en el mismo periodo del pasado ejercicio, y lo ha hecho tras financiar un incremento del capital circulante de €16M, que supone un 23% más respecto al cierre de 2020. La nueva estructura financiera del Grupo ha permitido además reducir en un 65% los recursos destinados al pago de intereses de la deuda. Con todo ello, Deoleo presenta unos sólidos niveles de caja, que alcanzan los €79M (+6M€) al cierre del trimestre.

En palabras de Ignacio Silva, presidente y consejero delegado de Deoleo: “En el primer trimestre del año el negocio ha seguido dando evidencias de su fortaleza en línea con la positiva evolución observada en trimestres anteriores. Deoleo ha registrado unos resultados muy destacables, especialmente si tenemos en cuenta que estamos comparando contra un periodo que se vio impactado de manera

excepcional por el efecto del acopio; un efecto que se incrementará en las comparativas de los próximos trimestres, ya que a partir del segundo trimestre del año pasado, se registró un aumento excepcional en el consumo de aceite de oliva resultado del mayor consumo en el hogar por las restricciones impuestas; una situación que, aunque ha ido cambiando de manera progresiva durante los últimos meses, todavía no se ha normalizado”.

“De cualquier modo, y más allá del efecto comparativo con respecto al año pasado, que ya estaba recogido en las expectativas para 2021, esperamos un año complicado, especialmente a partir del segundo semestre, debido al incremento del precio de la materia prima que, en algunos países, será difícilmente trasladable al consumidor”, ha añadido Ignacio Silva.

Los retos del entorno

Deoleo ha anticipado un escenario complicado para este ejercicio debido al incremento de precios en la materia prima, una tendencia que se debe a la combinación de una menor oferta a nivel global y de un crecimiento sostenido del consumo. En este primer trimestre, ha sido necesario ajustar a la baja la estimación de producción global para la campaña 2020-2021, que, según los últimos datos avanzados por la Unión Europea, será un 3% inferior a la de la campaña anterior, situándose en 3,1 millones de toneladas. Al mismo tiempo, durante los primeros meses del año, se ha seguido constatando un incremento del consumo global. En conjunto, estos dos factores hacen que se consolide la subida de precios que se viene produciendo desde el inicio de la campaña y que, a finales de marzo, alcanzaba una media del 34%, según el boletín de precios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

De cara al año 2021, Deoleo va a llevar a cabo un significativo esfuerzo inversor adicional destinado principalmente a la transformación digital, implementando modelos de trabajo transversales en los que se integrarán procesos y herramientas en las áreas comercial, de planificación, finanzas, compras, calidad e industrial.

-Fin-

Sobre Deoleo

Deoleo es una multinacional española de alimentación, líder mundial en comercialización de aceite de oliva. Tiene presencia en más de 70 países de los cinco continentes, fábricas en España e Italia y delegaciones comerciales en 15 países. Deoleo cuenta con marcas líderes en todo el mundo, como Bertolli (la más vendida en EEUU), Carapelli y Sasso; y las españolas, Carbonell, Hojiblanca y Koipe. Más información: www.deoleo.com.

Contacto

Deoleo

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

LLYC

deoleo@llorentycuenca.com
91 563 77 22