



TRIGÉSIMO COMUNICADO CON LA REUNIÓN MANTENIDA CON LA PRESIDENTA DE DEOLEO 20/03/2017

Estimado accionista de Deoleo:

El pasado día 16, tuvo lugar nuestra reunión con la Presidenta de Deoleo, D^a Rosalía Portela. Nos atendió asistida por D.Joaquín Ariza, Director de Mercado de Capitales. Estuvimos conversando con ellos casi dos horas, en las que nos dieron una visión pormenorizada del momento actual de Deoleo como negocio.

Quiero agradecerles desde aquí los esfuerzos que han hecho para asegurarse que entendíamos lo que nos explicaban, utilizando un lenguaje asequible, aclarando cada duda que planteábamos y prolongando la reunión lo necesario para conseguirlo.

Ha sido una entrevista intensa, en la que se han tocado muchos temas que nos interesan sobre el negocio y el futuro de Deoleo. Para ser lo más clara posible voy a dividir este comunicado en distintos apartados. En cada apartado aparece reflejado lo que nos ha transmitido la Presidenta de Deoleo sobre ese tema concreto del negocio tanto a través de su mensaje inicial como en respuesta a nuestras preguntas. Pretendo mostrar una imagen clara de la reunión, y hago un epílogo al final con algunas reflexiones personales que hoy por hoy son las mías, y cambiaré o no según determinen los acontecimientos.

Espero que la lectura os sea provechosa.

ENFOQUE DE NEGOCIO

La llegada del actual equipo directivo el pasado septiembre se produjo por la necesidad urgente de adaptar la estructura industrial de Deoleo a sus necesidades de negocio. A pesar de ser un tema prioritario, no se estaba abordando con la urgencia necesaria.

Tienen dos grandes tareas que es necesario desarrollar a la vez para que surtan el efecto deseado:

- Ajustar la estructura de costes a las necesidades reales actuales, vendiendo lo que no es importante en el enfoque actual y ajustando fabricas y personal, para conseguir que lo que producimos sea competitivo al conllevar los gastos justos.
- Mejorar la imagen de las marcas, innovar en productos y conseguir nuevos mercados.



El dinero obtenido de las ventas en la primera tarea, han permitido avanzar en la segunda.

La reestructuración industrial persigue dejar dos grandes fabricas a nivel mundial: Tavarnelle en Italia y Alcolea en España, ajustadas a nuestras necesidades, modernas y eficientes.

Deoleo va a ser el líder mundial del aceite de oliva de calidad a través de sus marcas, contemplando todos los productos relacionados con el mejor aceite.

La importancia del mercado internacional es cada vez es mas evidente: las ventas en España suponen ahora un 21% de las ventas totales de Deoleo, y dado que en otros mercados con más rentabilidad la demanda está creciendo, probablemente ese porcentaje siga bajando. A Deoleo le interesa vender en España pero no a cualquier precio, dado que las oportunidades comerciales en el resto de países son crecientes y más rentables.

Para conseguir ese liderazgo mundial, se está trabajando a la vez en los distintos aspectos que son necesarios:

Calidad e innovación:

La diferenciación de Deoleo se trabaja a través de la calidad desde el origen. Muestra de este interés por la calidad, es la actual colaboración de Deoleo en la elaboración del plan general de trazabilidad del aceite de oliva en España, existente para el aceite de oliva en países como Italia desde hace años.

Se buscan los mejores aceites en base a unos parámetros de calidad muy exigentes y bien definidos por la actual Directora de Calidad Anna Cane, autoridad en el mundo del aceite de reconocido prestigio internacional, responsable de blends (mezclas, coupages) y de la innovación de productos en la empresa. Desde su departamento, determina con rigor las características iniciales para realizar sus blends y avanzar en los nuevos productos concretos que el mercado demanda.

Compras:

El control del producto ha sido asignatura pendiente en Deoleo. Ahora se prima la calidad frente al volumen y se compra en función de la demanda. Para conseguir esa calidad, se están haciendo contratos de compra de largo plazo y se ha creado una red de proveedores pequeños que sigue aumentando. Esto nos permite comprar el aceite que necesitamos con la calidad que buscamos para, a partir de ahí, realizar nuestros productos.



No se trata de acumular materia prima sino de tener acceso a las variedades y calidades que vamos a necesitar para cubrir la demanda de nuestros productos por parte del mercado; no se trata de especular con el precio del aceite, sino maximizar el beneficio para el negocio a través de nuestros productos.

Para asegurarse poder cubrir esa demanda, y poder hacer las compras en los distintos momentos de mayor calidad, se está invirtiendo en aumentar la capacidad de almacenaje en la fábrica de Alcolea; eso nos permitirá comprar en el momento óptimo de calidad de las distintas variedades, y asegurarnos existencias para el resto de la temporada en las variedades más tempranas o escasas que necesitemos.

Se compra en función de la demanda del mercado, por eso el responsable de los equipos de compras y de ventas es la misma persona: Perluigi Tosato. Se trata, como en el caso de la Directora de Calidad, de una autoridad de reconocido prestigio internacional y de origen italiano. Además de liderar ventas y compras, ha tenido un papel fundamental en la resolución de la crisis de calidad en Italia en los cambios realizados en nuestra estructura empresarial y comercial en allí, y permite que la visibilidad de la compañía en el mercado mundial no sea sólo española.

La nueva forma de compra, atomizada entre muchos pequeños proveedores y constante, evita que nuestra demanda de producto en el mercado suba el precio como ocurría con anterioridad. También nos lleva a pagar a contado en la mayoría de operaciones. Estos pagos se están realizando a través de la generación de caja.

Conocimiento de los mercados

Han avanzado mucho en el conocimiento de los mercados en los que vendemos, para adaptarnos a sus gustos como consumidores. Se ha empleado y se emplea el tiempo y dinero necesarios para conocer el gusto del consumidor final en cada país (en USA valoran el aceite suave, en países anglosajones lo prefieren afrutado, en India y otros países de cultura musulmana tiene importancia el aceite como cosmético natural, además del uso culinario habitual para nosotros...) El resultado de esos estudios permite hacer "blends" adecuadas a cada mercado, de forma que podamos ofrecer en cada país lo que está demandando.

Marcas

En el sector del aceite, Deoleo es el único negocio que cuenta con tantas marcas líderes a nivel mundial. En el pasado (antes de CVC) no se les ha sacado el suficiente beneficio a esas marcas porque las escasas energías de Deoleo se han utilizado en sobrevivir entre las diferentes crisis que iban surgiendo, en lugar de cuidar el negocio del aceite como fuente de ingresos.



El año pasado, el valor contable de las marcas se bajó menos de lo necesario y eso ha propiciado que tenga que volver a bajarse este año. Saben que eso da un mensaje de inseguridad, pero el valor de la marca depende de la marcha del negocio y no de su valor patrimonial.

Está previsto relanzar comercialmente todas las marcas emblemáticas, todas son importantes porque cada una es líder en un mercado distinto. Hace meses se inició el relanzamiento de Carapelli con nuevo envase y etiqueta, y está siendo muy bien acogida en Europa. Está muy avanzado el relanzamiento de Bertolli, líder en USA. También está en marcha el relanzamiento de Hojiblanca... En todos los casos habrá un nuevo enfoque de marca, con nuevo envase y etiqueta, además de distintas versiones dentro de cada una de las marcas en función de sus áreas de venta.

Unidades de negocio

Existen cuatro unidades de negocio en Deoleo:

- Sur de Europa (España e Italia).
- Norte América
- Norte de Europa.
- Mercados Internacionales.

-Sur de Europa: en Italia se ha alquilado con opción a compra la planta de Inveruno a Tof, productores de semilla orgánica. Es probable que lancemos algún producto de semilla orgánica producido por ellos.

-En Norte América: La bajada en ventas sufrida en diciembre ha sido recuperada en enero. Hay nuevo equipo directivo, ya hay nuevo plan de negocio y se espera mejorar de forma visible con el próximo relanzamiento de nuestra marca líder allí (Bertolli).

-En Norte de Europa ha tenido muy buena acogida el relanzamiento de la marca Carapelli que se ha realizado hace pocos meses.

-En Mercados Internacionales, concretamente en India, nuestra marca Fígaro es líder de mercado y tenemos un equipo de 40 personas trabajando allí.



OTROS TEMAS

Reducción de Nominal

La adaptación del precio contable de las fábricas, y de las marcas a su realidad actual, la crisis de calidad que se produjo en Italia y las nuevas medidas fiscales, han provocado pérdidas contables en Deoleo que la han puesto en causa de disolución.

La parte del problema correspondiente a las rebajas contables en fábricas y marcas no es un problema nuevo, es ahora cuando se aborda y se ajusta

El problema es contable y se va a solucionar de forma contable con una reducción de nominal.

Para conseguir estabilidad con esta reducción, es probable que el nominal final esté por debajo del 0.20 que sería imprescindible para equilibrar contablemente. El importe concreto de ese nominal lo decidirá finalmente el Consejo de Administración y se presentará en la convocatoria (finales de abril) a la Junta General de Accionistas (finales de mayo). En la Junta General de Accionistas de este año, se resolverá en votación el precio nominal acordado. Con esta medida terminaría la Reestructuración Patrimonial.

Juicio hermanos Salazar

Aunque esperan ganarlo, al no ser los primeros en embargar sus bienes, no seremos los primeros acreedores, con lo que no tienen muchas esperanzas de conseguir dinero. Desde Deoleo se contempla que ocurra el peor escenario, por eso está provisionado todo ese dinero contablemente. Lo que recibamos por este motivo, bienvenido será. Aunque a priori no se cuenta con él.

Ampliación de Capital

Preguntamos sobre una hipotética Ampliación de Capital.

Nos dice D^a Rosalía que no hay prevista una ampliación de capital en Deoleo en el momento de la reunión, lo que no quiere decir que no pueda surgir antes de que tenga lugar la Junta de Accionistas. No puede desestimar que vaya a ocurrir, pero sí puede decirnos que hasta ahora no está prevista.

Cualquier ampliación de capital va a depender exclusivamente de las necesidades de inversión que detecten los gestores en el negocio, sobre datos reales.



Preguntamos por la postura de CVC al respecto y nos recuerda que CVC tiene unas acciones que ahora valen la mitad, y aunque no les es cómodo pedir más dinero a sus inversores, estarían dispuestos a invertir si se presenta una inversión importante para el negocio.

Le manifestamos nuestro punto de vista:

Teniendo en cuenta de donde venimos y lo que hemos vivido antes, el momento que atraviesa hoy la empresa con una causa de disolución por medio aún resolviéndose, no nos parece el más adecuado para hacer una ampliación de capital. Si ocurriera, nos parecería más una ocasión para que CVC bajase la media de sus acciones y aumentase su porcentaje en Deoleo, no sabemos con qué intenciones, que una necesidad real de inversión para el crecimiento de Deoleo.

Opinamos que antes de exigir a los accionistas un esfuerzo complementario, Deoleo debe refrendar con datos y resultados el camino iniciado, demostrar al mercado que sus problemas actuales sólo son de tipo contable con datos y resultados reales y disipar cualquier duda que pueda tener el mercado respecto a las intenciones de CVC al acudir a una posible ampliación de capital en un momento dado.

Si después surge una necesidad de crecimiento que exija un esfuerzo añadido a los accionistas, pedimos que se plantee en igualdad de condiciones para todos con derechos de suscripción preferente, que se justifique de forma adecuada el beneficio del proyecto para la empresa y que luego los números demuestren su efectividad.

No intentamos entorpecer el futuro de Deoleo, pero queremos tener la tranquilidad de que una ampliación de capital no va a suponer un peligro para nuestra inversión sino una ventaja de negocio para la empresa.

Nos comenta D^a Rosalía que tiene en cuenta nuestra visión y la trasladará al Consejo. Se compromete a informarnos llegado el caso.

Exclusión

Manifestamos nuestra preocupación sobre este tema, dado que la amenaza de exclusión que lanzó CVC con motivo de su OPA de entrada, nunca ha sido retirada.

Nos dice la Presidenta que plantear o no una hipotética opa de exclusión es una decisión interna de CVC, y no es posible saber de antemano las decisiones que pudieran tomar a ese respecto si las condiciones fueran las adecuadas para eso en un momento dado. Seguramente el propio CVC no está en condiciones de saber hoy si esa situación se les va a presentar en un momento dado, o no.



Sí nos dice, que en este momento en el horizonte de Deoleo no hay prevista ninguna exclusión de cotización.

Insistimos en la necesidad de que se retire la amenaza de exclusión que lanzó CVC sobre Deoleo con motivo de la OPA de entrada. Si esa amenaza hoy no es real, no hay motivo para que permanezca como una espada de Damocles sobre la cotización ante la opinión pública.

Le pedimos que traslade al Consejo de Administración nuestra solicitud de respeto para los accionistas minoritarios:

Si en un momento dado CVC consideró utilizar la amenaza de exclusión como medida de presión para que le vendiéramos nuestras acciones, y el Consejo de Administración aceptó que lo hiciera, ahora deben invitarles a retirar aquella amenaza, si hoy está obsoleta.

Aunque tengamos una participación menor, los accionistas minoritarios tenemos los mismos derechos y obligaciones que CVC, no tiene sentido que la amenaza lanzada por el accionista mayoritario en un momento dado para su beneficio, quede presente para siempre en la empresa, como aviso al resto de accionistas actuales y futuros.

Mientras no se anule aquella exclusión, percibiremos cualquier solicitud de inversión para Deoleo como un posibilidad de que CVC lleve a cabo su amenaza. Y en ese caso los minoritarios, como ya ocurrió en su momento, haremos todo lo que esté en nuestra mano para que no lo consiga aún a riesgo de perjudicar de rebote al negocio, y ese no es nuestro objetivo.

Buscamos tranquilidad, por eso pedimos a CVC claridad y al Consejo de Administración el mismo respeto para todos los accionistas de la empresa.

Como paso previo a su crecimiento, Deoleo ha ido haciendo las reestructuraciones necesarias para eliminar costes que no necesita dentro del negocio. Ya es el momento de reestructurar su imagen ante el mercado, eliminando lo que no necesita y le supone un lastre: es momento de que sea oficialmente retirada la amenaza de exclusión que dejó en su momento CVC sobre Deoleo.

La Presidenta de Deoleo nos confirma que transmitirá al Consejo de Administración nuestra solicitud.



MENSAJE A LOS MINORITARIOS.

Con la reestructuración patrimonial, que estará lista para la próxima Junta General de Accionistas, el proceso de reestructuración de Deoleo habrá terminado. A partir de ahora el objetivo es crecer y obtener beneficios a través de la calidad de nuestros productos. Hay que empezar a dejar atrás las reestructuraciones y sus gastos, para centrarnos en juzgar la capacidad de generar negocio y de dar beneficios. No solo para los accionistas es importante la comunicación, también para la dirección y los empleados es importante dejar de dar noticias negativas y empezar a ver resultados. Hemos tenido un buen principio de año a nivel comercial y se espera que los próximos resultados empiecen a corroborar sus palabras.

Este año se espera que el consolidado sea positivo, lo que permitirá a los Preferentistas volver a cobrar intereses.

En los próximos resultados ya esperan poder mostrar realidades. A partir de los resultados y datos, se incrementará la comunicación de la empresa con los medios. No han querido adelantar datos mientras no se han ido cerrando los distintos asuntos y reformas. Lo importante es crecer, las buenas noticias salen solas.

Deoleo volverá a ser líder en la comercialización de productor de aceite de oliva de calidad. Ya se han dado todas las malas noticias, ahora viene CONSTRUIR.

EPÍLOGO

Todo lo contado hasta ahora, es lo ocurrido en la reunión que mantuvimos con la Presidenta de Deoleo el pasado día 16. A partir de aquí, doy unas opiniones personales basadas en la reunión que acabo de resumir.

La evolución del negocio que se me ha transmitido con regularidad por parte de la empresa desde hace meses, y que he ido comprobando con el paso del tiempo, avalan estas conclusiones.

Aunque creo que mi opinión está bien fundamentada, no deja de ser una opinion personal que puede estar equivocada. En ningún caso lo que digo debe ser visto como verdad absoluta, demasiadas veces hemos comprobado todos que las cosas no eran lo que parecían y no es mi misión convencer a nadie de nada.

Convencernos a todos de las bondades de Deoleo es trabajo de la empresa a través de los resultados, el crecimiento y la rentabilidad. Todo lo demás solo son palabras.



En el equipo de trabajo del Colectivo, después de leer el resumen de la reunión, se han planteado una serie de cuestiones que expongo a continuación y a las que doy a intentar dar respuesta desde mi punto de vista personal.

- No me gusta que cada vez que entra un equipo directivo nos cuente lo mal que estaba la empresa y lo bien que va a estar con las medidas adoptadas. Pasado el tiempo todo se queda siempre en humo.

Opinión: La situación actual de Deoleo no es comparable a momentos pasados; es cierto que el avance ha sido mucho más lento que lo esperado, y que a estas alturas ya deberíamos tener los resultados que aún no han llegado, pero el negocio está bien enfocado y el trabajo realizado en cada una de las áreas ha estado encaminado siempre hacia el mismo fin. La seguridad que nos ha mostrado la Presidenta de la empresa en que los sucesivos resultados corroborarán su trabajo, y la presencia de CVC como socio mayoritario, apoyando el proyecto pero siendo exigente respecto a los resultados esperados, me invitan a pensar que, esta vez, Deoleo está empezando a moverse.

-_No me gusta que estemos en manos de principiantes en el sector del aceite de oliva por mucha experiencia y prestigio que traigan de otros sectores.

Opinión: D^a Rosalía Portela fué consejera de Deoleo 2 años antes de hacerse cargo de la Presidencia. Fué nombrada buscando la continuidad de las prioridades, que estaban claras pero no se estaban realizando a la velocidad adecuada. Perluigi Tosato ha facilitado y allanado la antes deteriorada relación entre Deoleo e Italia, y es importante para la internacionalización de Deoleo ante el mercado mundial. Dirige distintos equipos con un plan bien definido de compras (apoyado en constantes contactos, pruebas y catas) y ventas, siempre bajo el criterio de la Directora de Calidad. No me preocupa que su concepto de negocio del aceite no coincida con el concepto habitual en España. Me preocuparía si no fueran capaces de conseguir los objetivos que persiguen. El tiempo y el avance de la empresa dirán.

-No me gusta que se haya permitido que el valor de las marcas se deprecie de forma brutal en los últimos años y como consecuencia haya que bajar el nominal de forma brutal.

Opinión: Creo que tanto las marcas como las fábricas arrastraban un valor en libros superior al real que era necesario ajustar. Aunque estas bajadas han ayudado a la reducción de nominal, no han sido los únicos motivos; la ya solucionada crisis de calidad en Italia y los cambios fiscales a las empresas han hecho el resto. Insisten en la idea de que se trata de un cambio contable que no tiene repercusiones reales en el negocio. El tiempo nos confirmará si es verdad o no.



- No me gusta comprobar que aun teniendo las mejores marcas, las hemos tenido abandonadas y prácticamente las tenemos en la UVI.

Opinión: yo también creo que las marcas han estado abandonadas en Deoleo, al igual que el resto del negocio. Durante muchos años ha sido prioridad sobrevivir a la espera de inversión y no se ha destinado dinero a generar negocio. Desde el equipo directivo anterior liderado por Manuel Arroyo, en Deoleo se está trabajando en el progresivo relanzamiento de todas las marcas. Eso, junto a la innovación en los distintos tipos de producto dentro de cada una de ellas, apoyan la teoría de que el precio real de una marca depende del negocio que genera y no de su valor contable. Una vez más, el trabajo y los resultados dirán si es verdad.

- Me decepciona saber que el tema Salazar que podría ser un revulsivo para la cotización, no lo va a ser.

Opinión: A mi también. Pero hasta que no tenga lugar el juicio y se dicte sentencia no sabré si mi decepción se confirma. Que la empresa tenga provisionado por completo este tema me da tranquilidad ante una resolución negativa. A partir de ahí, cualquier dinero que aparezca viene bien, aunque siempre me parecerá insuficiente e injusto.

- No me gusta que ningún fondo importante esté apostando de verdad en Deoleo, eso me dice que todo esto puede no ser creíble.

Opinión: Los grandes capitales exigen resultados y datos palpables antes de embarcarse en una inversión. Eso no quiere decir que no exista interés en el mercado hacia Deoleo. A partir de que aparezcan resultados positivos será el momento de valorar el interés que Deoleo despierta o no.

- No me gusta la posibilidad de Ampliación de capital porque puede suponer dilución importante y en la práctica haría poco menos que imposible volver a precios "atractivos" para los que llevan tiempo.

Opinión: Una ampliación de capital no necesariamente es perjudicial para la cotización, depende del destino del dinero y del momento de la empresa. Puede ser la puntilla que necesita una acción para terminar de hundirse, o el detonante para despegar definitivamente como negocio. Espero que la empresa tenga en cuenta y comparta la visión que le hemos expuesto. Es un tema delicado que habrá que analizar despacio si llega el momento. Estoy alerta, aunque no preocupada a priori.



- No me gusta la ambigüedad de la empresa en temas tan importantes como ampliación de capital y exclusión.

Opinión: A mi tampoco, aunque en principio la justifico porque no son temas que dependan solo de la Presidenta y creo que por prudencia no ha querido ser todo lo tajante que me hubiera gustado. Aún así, en ambos casos nos ha confirmado que no están previstos. Personalmente veo más probable una futura Ampliación de Capital que una exclusión, pero eso no implica que vaya a ser como creo.

- No me gusta la falta de transparencia de la empresa y sobre todo del accionista mayoritario CVC respecto a sus intenciones y sobre todo que no haya un desmentido claro respecto a la exclusión, porque eso nos lastra y crea desconfianza en el mercado.

Opinión: A mi tampoco me gusta. Por eso he pedido a la Presidenta que reciba y transmita nuestra opinión al Consejo de Administración. Espero que sean conscientes de la importancia de limpiar la imagen de Deoleo ante los mercados, y si es cierto que en el horizonte de Deoleo no hay una exclusión, lo resuelvan.

En resumen:

El negocio actual de Deoleo tiene poco que ver con la trayectoria anterior. Se ha pasado de priorizar la supervivencia a cualquier precio, a construir un nuevo concepto de negocio apoyado en las marcas que ya tenemos y marcado por la calidad, la innovación y la rentabilidad.

Me gusta el enfoque de negocio que me transmiten desde la Dirección de Deoleo. Me gusta la confianza de la Presidenta en su trabajo y su necesidad de que los resultados a partir de ahora confirmen sus palabras y su labor.

La empresa, una vez más, es la que tiene que demostrarme que estoy en lo cierto y Deoleo va a ser el líder mundial que me dicen que será.

No puedo evitar que todo lo que ha pasado hasta ahora me condicione, pero desde hace tiempo estoy pensando que, tal vez, ha llegado el momento de dejar de temer fantasmas antiguos y mirar hacia el futuro. Me gustaría poder disipar ya todas mis dudas y temores, pero eso exige tiempo y pruebas reales. Aún tengo que esperar. Cuando pienso en Deoleo, cada vez con más frecuencia termino haciéndome una pregunta a mi misma:

¿Y si lo que me cuentan y estoy viendo es verdad?

El tiempo, que tantas veces ha jugado en contra, dirá.



Espero que la lectura de este comunicado os sea provechosa y ayude a disipar dudas. No pretendo convencer a nadie, sino compartir la información que la Presidenta de Deoleo nos ha hecho llegar.

Seguimos en contacto.

Un saludo a todos.

@ColectivoDeoleo

<http://www.accionistasdeoleo.com>