



TRIGÉSIMO SEXTO COMUNICADO CON LA REUNIÓN MANTENIDA CON EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 04/12/2018

El pasado 30 de noviembre una delegación de representantes del Colectivo de Minoritarios de Deoleo se reunió con la dirección de Deoleo, incluyendo a su Presidente y Consejero Delegado, Pierluigi Tossato. El presente comunicado pretende transmitir las principales impresiones recogidas en el diálogo que tuvo lugar en dicha reunión. En este sentido, es importante dejar claro que nuestra labor no es en ningún caso actuar como portavoces de la dirección del grupo.

¿Por qué se ha llegado hasta la situación actual?

En los últimos años Deoleo ha tenido que hacer frente a una situación tremendamente compleja y atípica, a consecuencia de diversos hechos

:

- **Crisis reputacional**, impulsada por algunos errores cometidos por los antiguos gestores de Deoleo y las demandas judiciales derivadas de los mismos. En este entorno, muchos han aprovechado para atacar al líder del sector, a pesar de que sus actuaciones pudieran perjudicar a la imagen del aceite de oliva como producto con beneficios probados para la salud.
- **Sector en un estado caótico**, caracterizado por el *fraude a gran escala* y la falta de un estándar global de calidad. El sector del aceite de oliva es muy poco transparente y sufre la ausencia de seguridad jurídica. Además, la precaria supervisión e intervención de la autoridad alimentaria para velar por los legítimos intereses del consumidor, unida a la lluvia constante de noticias falsas y/o sesgadas para desinformar al consumidor y favorecer intereses ocultos, perversos y torticeros, dan como resultado un escenario manifiestamente sorprendente e indignante ya que, no lo olvidemos, hablamos de un producto alimentario. Este entorno dificulta la competencia y eso hace que Deoleo esté sola luchando contra los vicios de un sector que sufre gangrena.
- **Competencia desleal**, promovida por el principal productor de aceite de oliva en España, el cual se aprovecha de ayudas públicas, de una tributación ventajosa y del apoyo incondicional de la administración autonómica para sostener una gestión deficitaria basada en el hundimiento artificial de los precios del aceite de oliva y la banalización del producto, en contra de los intereses de sus asociados. Se trata de un entramado de compañías con muy poca transparencia, inmerso en una huida hacia el crecimiento para ocultar sus problemas. El cambio político ocurrido en Andalucía puede contribuir a modificar esta situación.



- **Desconocimiento del consumidor**, quien no lo tiene fácil para poder discriminar entre productos de calidad con efectos beneficiosos para la salud y productos adulterados o de baja calidad, por lo que tiende a mostrar preferencia por los precios bajos. Lamentablemente, los consumidores no entienden ni están por la labor de reconocer la calidad en el aceite de oliva.
- **Carencias en el equipo gestor**. No ha sido hasta tiempos recientes que Deoleo ha contado con un equipo directivo profesional, capaz, comprometido y compenetrado, que conoce y entiende el sector. La directiva actual trabaja para transformar el grupo y encauzar la actividad con eficacia, solidez y voluntad de liderazgo.
- **Gigante con pies de barro**. Como resultado del punto anterior y de la grave situación causada por la gestión de los antiguos propietarios, Deoleo ha requerido una conversión integral para dotarse de las herramientas básicas para controlar la compañía y poner en marcha las iniciativas adecuadas. La precaria situación financiera actual impone serias limitaciones a la hora de contar con los recursos adecuados para impulsar los planes de negocio. Sin embargo, los avances logrados en los 2 últimos años son claves para confiar en la continuidad del grupo.

Cualquier persona con conocimientos sobre gestión empresarial concluirá rápidamente que no es nada fácil lidiar con una situación como ésta, máxime cuando se dispone de recursos limitados. A pesar de ello, Deoleo ha optado por liderar una campaña de transformación del sector luchando contra las malas prácticas y contra el fraude, favoreciendo los intereses del agricultor, y buscando valorizar un producto de calidad que algunos han querido desacreditar, desprestigiar y hundir.

¿Cómo se puede entender la debacle de la cuenta de resultados de Deoleo en el 2018?

A pesar de los abundantes esfuerzos realizados que han hecho posible una mejora radical en el modelo de funcionamiento de Deoleo, este año el grupo ha sufrido los peores márgenes de su historia. Este hecho es la consecuencia de 2 graves situaciones:

1. Retroceso del mercado y estrechamiento de márgenes en EE.UU.
2. Problemas en Italia, el segundo mayor mercado europeo.

EE.UU. es un mercado importante para Deoleo, no sólo por sus perspectivas de futuro, sino también por la posición que el grupo ocupaba tradicionalmente en ese país. Este mercado no es ajeno a los problemas sectoriales enumerados anteriormente. La ausencia de un estándar de calidad unida a perversas prácticas empresariales dirigidas hacia un consumidor que todavía sabe menos que el consumidor europeo, comportan una enorme oportunidad para las empresas que desean sacar tajada de la estafa, el dumping (venta bajo coste) y la falta de regulación. Un claro ejemplo de ello han sido las prácticas de Pompeian, la filial estadounidense de Dcoop. A pesar de haber incrementado la presencia



en el mercado atrayendo a los consumidores con precios extremadamente bajos, vendiendo productos con mensajes y garantías engañosas, la empresa obtiene resultados deficitarios que son financiados por la propiedad en un clarísimo ejemplo de competencia desleal.

En cualquier caso, Pompeian ha sabido aprovechar los problemas que ha sufrido Deoleo y que le han llevado a perder el liderazgo en ese país. Debido a la delicada situación financiera de Deoleo, no se han dedicado los recursos necesarios para defender a sus marcas, por lo que los altos precios y un posicionamiento débil han terminado pesando en la lealtad del consumidor. Igualmente, gracias a la presencia de Pompeian en la patronal del sector, no ha sido posible recabar los apoyos necesarios para luchar contra la estrategia cortoplacista y temeraria de romper el mercado que impulsa Dcoop. Sin embargo, se está trabajando intensamente para derrotar esas prácticas. Muy a pesar de Dcoop, se avanza hacia la transparencia del sector y la distribución estadounidense conoce cada vez mejor sus perversas prácticas y no parece dispuesta a tolerarlas. Se trata de una carrera de resistencia en la que se requiere paciencia para recoger los resultados.

Tampoco ha ayudado la elevada rotación que el equipo de Deoleo ha sufrido en los 2 últimos años. No obstante, tras la salida del tercer responsable consecutivo durante el primer semestre de 2018, por fin parece haberse logrado consolidar al equipo en ese país y la dirección le está dedicando un enfoque especial. Sea como sea, este 2018 ha sido un año de transición en EE.UU. A futuro será necesario seguir esforzándose para divulgar el mensaje, formar al consumidor, y apostar por la regulación del sector y del estándar de calidad.

En cuanto a Italia, el escenario también se presenta complicado. El control de reconocidas marcas en aquel mercado por parte de Deoleo, de capital ajeno a ese país, fomentó en su momento todo tipo de ataques, tanto desde las empresas como desde la administración pública. Hubo muchos intereses ocultos para derribar a Deoleo aprovechando la crisis de calidad vivida en ese país. No en vano, cuando años atrás Deoleo estaba completamente desestructurada, un representante de la administración llegó a calificar al grupo de “empresa de criminales”.

Deoleo está comprometida con la seguridad alimentaria y con el trabajo bien hecho. Eso supone trabajar con unos costes mayores que los operadores temerarios que actúan sin pensar en el futuro. Ante este penoso escenario, el grupo está logrando armarse de razones sólidas y abrirse camino con su mapa de ruta. Como resultado de todo ello, allí donde antes sólo había enemigos, empieza a surgir un número creciente de aliados. Sin embargo, la falta de transparencia sigue complicando la tarea.

A pesar de todos estos problemas y muy particularmente gracias a las mejoras y avances logrados por el grupo, de no ser por el coste de la deuda financiera (pago de intereses) Deoleo no habría sufrido un consumo de caja en el que ha sido el peor año en toda la historia del grupo en cuestión de márgenes.



¿Qué podemos esperar a futuro?

Los resultados comunicados por Deoleo a cierre del 3^{er} trimestre de 2018 no fueron en absoluto satisfactorios. Los persistentes recortes en la facturación, en este caso agravados por la caída del precio del aceite, unidos a los bajos márgenes de explotación y un deterioro no recurrente de las marcas y fondos de comercio como resultado de la mala situación de los mercados de EE.UU. e Italia generaron una pérdida cercana a los 64 M€. El equipo directivo considera que lo peor ya queda a nuestras espaldas, pero es consciente de que no va a ser nada fácil recuperar los escenarios de rentabilidad pasados porque el liderazgo se ha visto arrebatado por los que prefieren vender cualquier producto a cualquier precio. Por lo tanto, Deoleo considera que el única solución sostenible y sólida pasa por explicar al consumidor lo que se está haciendo e ir siempre por delante de lo que marca la regulación.

No cabe esperar una mejora radical para este último trimestre. En particular, la problemática situación existente tanto en EE.UU. como en Italia podría provocar un nuevo deterioro de las marcas y fondos de comercio, puesto que no resulta fácil ni rápido revertir la situación y fue en el 3^{er} trimestre cuando se registraron los peores resultados, con una caída del margen EBITDA acumulado en la unidad de negocio de Norteamérica (en términos porcentuales) superior al 70%. En cuanto a la unidad de negocio de Sur de Europa (España e Italia), el retroceso ha sido íntegramente atribuible a los resultados en el mercado italiano.

Dicho esto, contamos con una directiva comprometida con la compañía que seguirá dedicando todos los esfuerzos necesarios para avanzar con el cambio. Es un proyecto a medio plazo, con una estructura industrial probada que se apoya en unos proveedores comprometidos y alineados con un objetivo compartido, la calidad. Por ello, si el entorno lo permite, el ejercicio 2019 debería mejorar los resultados contemplados en el año que pronto vamos a cerrar. Por razones de confidencialidad, no podemos revelar las múltiples actuaciones que están en marcha y que deberían generar mejoras significativas a corto y medio plazo, pero podemos confirmar que se están produciendo progresos en múltiples áreas destacadas que no deberían tardar en trasladarse a resultados.

La ampliación de capital ha hecho que la compañía disponga de efectivo para continuar con sus planes a medio plazo, pero se hace indispensable empezar a pensar ya en la refinanciación. El grupo considera que actualmente se dan las condiciones para abordarla teniendo en cuenta que, como ya sabemos, Deoleo acumula al cierre del 3^{er} trimestre de 2018 un préstamo sindicado por importe de 538,5 M€, cuyos acuerdos contemplan importantes vencimientos tanto en el año 2020 como en el 2021.

¿Qué es una refinanciación? Una refinanciación consiste en lograr un nuevo préstamo que permita cancelar la deuda anterior, tratando de conseguir que las nuevas condiciones de pago resulten más favorables para la empresa y se disponga de un plazo más largo.



En el futuro previsible, la refinanciación resulta necesaria, ya que Deoleo no está en condiciones de generar los varios centenares de millones de euros que tendrá que amortizar en el 2021, por lo que la deuda debe ser renegociada. Además, en la situación actual, la refinanciación requiere del apoyo y acompañamiento del principal accionista (CVC), de los bancos acreedores, y por qué no, también de nuestro apoyo para lograr esos objetivos. Es importante dejar claro que, a diferencia de lo que algunos creen, CVC no es acreedor de Deoleo (no es tenedor de deuda) y que su posición es sólo la de partícipe en el capital social de la empresa, con todos los derechos que eso conlleva.

Una refinanciación puede generar consecuencias diversas en relación al importe que está pendiente de devolver a los tenedores de deuda:

- **Quita parcial de deuda.** Los bancos acreedores de Deoleo tienen la obligación de haber provisionado una parte significativa de la deuda, en base a la débil nota de solvencia otorgada por las agencias calificadoras de dicha deuda. En consecuencia, eso abre la puerta a condonar una parte de la deuda sin necesidad de que la entidad financiera reconozca pérdidas.
- **Capitalización parcial de la deuda.** En caso de considerar que la capacidad de la empresa para generar flujo de caja a futuro no permite amortizar toda la deuda, y que además la carga del servicio de la deuda (intereses más cuotas de amortización) ahoga su estabilidad financiera, existe la posibilidad de acordar una conversión parcial de la deuda en capital, de modo que los bancos acreedores pasan a ser también accionistas.
- **Ampliación de capital para acometer una amortización parcial de la deuda.** Otra posibilidad consistiría en que los bancos acreedores exigieran a Deoleo una ampliación de forma que los accionistas aporten capital para hacer frente a una amortización parcial del préstamo sindicado.

En consecuencia, la solución que surja de la refinanciación de la deuda podría afectar a los accionistas. No hace falta decir que eso involucra directamente a CVC, por lo que los intereses de los accionistas minoritarios están alineados con los de CVC. En lo que afecta al colectivo de minoritarios, deseamos manifestar nuestro rechazo de partida a cualquier solución que pueda suponer una dilución de capital. Redoblabremos los esfuerzos para permanecer vigilantes ante los movimientos que haya sobre la refinanciación y, en caso de ser necesario, tomar todas las medidas necesarias como se hizo en el pasado. Ni qué decir tiene que nos mantendremos atentos al resultado de las negociaciones en curso.



Conclusiones

Deoleo está logrando avanzar, a pesar de las enormes dificultades, en el intento de transformar el sector del aceite de oliva en beneficio de los intereses de los consumidores. Gran parte del trabajo hecho todavía no se ha visto reflejado en las cuentas.

Todos queremos alimentarnos y alimentar a nuestras familias con productos de calidad, con independencia del precio que dicha calidad pueda exigir. Sin embargo, las malas prácticas que algunos operadores impulsan en el sector (fraude, engaño, dudosa calidad, etc.) y la desvalorización del producto que esas prácticas comportan, dificultan el progreso de Deoleo, pero de ningún modo lograrán torcer la voluntad del equipo que lidera esta compañía y que, en la actualidad, se ha mostrado capaz de gestionarla con profesionalidad y eficacia y trabaja con la voluntad de salvarla.

Los problemas sobrevenidos durante el ejercicio 2018 y los cambios internos en Deoleo han convertido este ejercicio en un nuevo año de transición. En la actualidad, tras la ampliación de capital y siempre que no se produzcan nuevos terremotos en el mercado y sea posible cerrar un buen acuerdo de refinanciación, Deoleo dispone de los medios humanos y financieros necesarios para resistir y progresar en la transformación del sector.

La situación actual del mercado no beneficia a ninguna de las empresas y operadores del sector del aceite de oliva. Tampoco beneficia en absoluto al agricultor. El mayor productor del mercado sobrevive en este entorno gracias a la competencia desleal y a las ventajas derivadas de su forma societaria. Se mantiene una maratón de resistencia con el objetivo de ver a cuántos operadores puede tumbar en el camino, para luego poder actuar en situación oligopolística.

Deoleo se enfrenta a una etapa tan exigente como determinante para el futuro del sector y su futuro como empresa. Lo peor ya queda a nuestras espaldas y ya es posible contemplar la luz al final del túnel. Sin embargo, eso no significa que no queden importantes retos por superar. **La situación sigue siendo muy delicada**, pero el tiempo corre a nuestro favor. Cuanto más tiempo se mantenga la situación actual, más problemas se van a encontrar las entidades que han promovido las malas prácticas. Es necesario persistir en los planes y actuar contra las organizaciones que defraudan y manipulan nuestros intereses como consumidores.

@ColectivoDeoleo

<http://www.accionistasdeoleo.com>