



## VIGÉSIMO SEGUNDO COMUNICADO CON UN RESUMEN SOBRE LA REUNIÓN MANTENIDA CON LA DIRECCIÓN DE DEOLEO 21/06/2016

El pasado 16 de junio, como ya os comentamos, algunos de los integrantes del Colectivo de Accionistas Minoritarios hemos tenido una reunión con la cúpula directiva de Deoleo, a la que acudió el presidente D. José María Vilas, así como el actual consejero delegado D. Manuel Arroyo.

En esta reunión, además de enseñarnos los productos con el que harán el nuevo reposicionamiento de marcas en España (con Koipesol, Hojiblanca y Carbonell a la cabeza), hablamos tendidamente de diferentes aspectos que afectan a la empresa y que nos preocupan como accionistas. Estas fueron las conclusiones que sacó el colectivo:

- Como representantes del Colectivo se hizo saber tanto al Consejero Delegado como al Presidente, nuestra rotunda disconformidad con la política de comunicación llevada este último año, poniendo de ejemplo el tan esperado Plan estratégico, que ha hecho que muchos analistas muestren en sus análisis la falta de visibilidad para poder valorar a la empresa. Y que nuestras expectativas es que cambie esta política de comunicación, lo antes posible.
- El Plan Estratégico tan anunciado, será presentado, y se espera que aprobado por el Consejo de Administración, el próximo 28 de junio. De este plan, como es comprensible, únicamente nos darán unas pinceladas ya que, por temas de competencia, no es conveniente dar mucha información al mercado. Hay que tener en cuenta que al ser la única empresa aceitera cotizada, ya se han dado casos donde la competencia ha aprovechado la información que se da al mercado. Han preferido esperar su presentación a que se produzca una estabilización de los precios en origen, además de tener en cuenta la curva de aprendizaje del nuevo equipo gestor. En los próximos años se espera que Deoleo pueda desarrollar plenamente su actividad aprovechando la planificación realizada y la experiencia adquirida en estos meses tan difíciles. Una nueva estrategia comercial con un cambio de imagen integral, justifica la demora de su presentación.
- El Consejero Delegado nos probó su excelente experiencia internacional en el sector de alimentación, relatándonos ejemplos de éxito vividos por él, además de mostrarnos un gran optimismo en el futuro de la empresa y las grandes oportunidades de crecimiento que tiene Deoleo. Nos hizo especial hincapié en que los nuevos directivos tiene experiencia real en el sector de alimentación internacional porque lo han vivido en diferentes países.



- El Presidente, como empresa líder que somos del sector, está inmerso en varias iniciativas a nivel nacional e internacional con la labor de defender el negocio a nivel sectorial, aumentar su visibilidad dentro del sector de alimentación y sentando las bases para poder ordenarlo.
- Con el antiguo consejo de administración, donde se estuvo luchando por sobrevivir y reducir deuda, la máxima era ahorrar costes operativos. Ahora, con el cambio, el objetivo es buscar la eficiencia además de establecer y simplificar los sistemas de información y facturación, entre otros, como una verdadera empresa multinacional. El trabajo se está haciendo, y la lógica es que en los resultados se demuestre.
- La nueva financiación nos ofrece tranquilidad y va a hacer que se pueda competir mejor en la política de compras, cosa hasta ahora impensable y con la correspondiente desventaja competitiva que ello comportaba. El objetivo fundamental es mitigar la volatilidad de precios en origen.
- La estrategia va a ser centrarse en la calidad y en el 'know how' de nuestras mezclas o coupage por el que nuestras marcas se han caracterizado durante años.
- Gran parte del sector apura las calidades hasta situarlas al borde de la ley, y en un sector donde la regulación normativa no es del todo la deseada. Confiamos en que los consumidores sepan valoran el gran esfuerzo realizado por la empresa. Deoleo, como compañía líder del sector, tiene mucho que decir en este apartado y esperamos a futuros acontecimientos.
- En esta categoría, todo el mundo ha cometido un error. Intentar competir todos con todos, cuando la idea principal debería ser unirse para generar valor a este mercado.
- No existe política de autocartera ya que todos los recursos se están destinando al negocio.

Mucho trabajo realizado, pero muchos retos aún que afrontar y con muchas esperanzas puestas en ello. Nos sugieren tener un poco más de paciencia, ya que están trabajando para que nuestra inversión tenga pronto su recompensa.