

Valencia, 26 de febrero de 2010

**Informe de resultados anuales del Ejercicio 2009
(Cuentas no auditadas)**

**Natraceutical cierra 2009 con un resultado negativo de 43,99 M€
por el impacto contable de la operación con Naturex**

- Resultados del ejercicio impactados por la contabilización de la operación con Naturex, por la que el pasado mes de diciembre Natraceutical aportó su División de Ingredientes a la multinacional francesa, a cambio de una participación accionarial del 34% en la compañía. La necesidad de contabilizar esta participación a un valor cercano al de su cotización en bolsa en el momento del acuerdo ha producido una diferencia respecto al valor contable de los activos aportados que, junto con determinadas provisiones y saneamiento del balance derivados de la misma operación, han producido un impacto negativo en la cuenta de resultados de 33 M€. Al tratarse de una depreciación contable, dicho importe no supone una salida de caja y genera una plusvalía latente, ya que el valor estimado de la participación en Naturex es superior al precio de referencia de cotización al que esta participación ha sido contabilizada.
- En el último trimestre del ejercicio 2009 Natraceutical ha reducido significativamente su deuda neta, pasando de 99 M€ a cierre de octubre de 2009 a 69 M€ en diciembre de 2009. Dicho descenso ha sido posible principalmente por la entrada de los fondos provenientes del pago en efectivo adicional realizado por Naturex por los activos de Natraceutical.
- Tras la aportación de su División de Ingredientes a Naturex, la compañía ha reducido asimismo su estructura corporativa, cuyo coste disminuye de los 3,5 M€ en 2009 a 1,7 M€ previstos para 2010.
- En su conjunto, la actividad operativa de Natraceutical Group anterior a la operación con Naturex ha generado en 2009 una cifra de negocio total de 134,91 M€ y un Ebitda normalizado de 5,5 M€, lo que implica un descenso del 16,21% en ventas y del 75,19% en Ebitda, respectivamente. El resultado neto negativo se ha cifrado 43,99 M€, motivado principalmente por la operación contable del canje de activos con Naturex y el saneamiento de balance derivado de la discontinuidad de la División de Ingredientes.
- Tras el proceso de reordenación societario, Natraceutical Group prevé regresar a la senda de beneficios en el ejercicio 2010, apoyada por una adecuación de la estrategia para el desarrollo del proyecto internacional de su División de Complementos Nutricionales (Forté Pharma) y la consolidación por puesta en equivalencia del beneficio neto de Naturex.
- La compañía estima que en 2010 Forté Pharma sitúe sus resultados en niveles similares a los de 2008, cuando la compañía alcanzó unas ventas de 57 M€ y un Ebitda de 7M€.

En la tabla siguiente se presentan las principales magnitudes consolidadas, por unidades de negocio, con los costes no recurrentes agrupados en una única partida para mayor comprensión de la información contable recogida en los Estados Financieros:

Principales magnitudes Natraceutical Group (Ejercicio 2009)				
<i>En millones €</i>	D.I.	D.C.N.	E.C.	TOTAL
Cifra de negocios	88,08	46,72	0,11	134,91
Margen bruto	32,89	35,88	0,11	68,88
<i>% s/ventas</i>	<i>37,34%</i>	<i>76,80%</i>	<i>100,00%</i>	<i>51,06%</i>
Ebitda normalizado	6,99	2,06	-3,55	5,5
<i>% s/ventas</i>	<i>7,94%</i>	<i>4,41%</i>		<i>4,08%</i>
Amortización	-4,89	-1,96	-0,2	-7,05
Rº explotación	2,10	0,10	-3,75	-1,56
Rº financiero			-8,89 ⁽¹⁾	-8,89
No recurrentes	-31,93	-0,03	-1,1	-33,06
Impuestos	-0,69	0,21	0	-0,48
Bº Neto	-30,53	0,28	-13,74	-43,99

D.I.: División Ingredientes

D.C.N.: División Complementos Nutricionales

E.C.: Estructura corporativa

(1) Incluye 1,68M€ generado por pérdida en *swaps* de cobertura de tipos de interés

1.- Evolución del negocio por divisiones

División de Ingredientes

En un trimestre marcado por el proyecto de integración de la División de Ingredientes de Natraceutical Group en Naturex, y de compleja comparativa con el mismo periodo del ejercicio anterior por ventas no recurrentes realizadas a finales de 2008, la División ha cerrado el ejercicio 2009 con una cifra de negocio de 88,08 millones de euros y un Ebitda de 6,99 millones de euros, lo que arroja un margen Ebitda sobre ventas del 7,94%. El margen bruto se ha situado en 32,89 millones de euros (37,34% sobre ventas).

Tras la operación con Naturex, Natraceutical centrará en lo sucesivo su actividad operativa en el desarrollo de su División de Complementos Nutricionales en Europa, que la compañía comercializa exclusivamente en farmacias y parafarmacias bajo la marca Forté Pharma, y pasará a participar del proyecto en el sector de los ingredientes naturales para la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética a través de su participación en Naturex.

División de Complementos Nutricionales

Laboratoires Forté Pharma, cabecera de la División de Complementos Nutricionales de Natraceutical Group, ha finalizado el ejercicio 2009 con una cifra de negocios de 46,72 millones de euros.

De la evolución entre ejercicios completos se desprende un decrecimiento de las ventas de un 19,2% en 2009, principalmente producido por el retroceso del mercado de complementos nutricionales para el control de peso en Francia - principal mercado de Forté Pharma -, que entre enero y diciembre de 2009 se cifró en -20%. A pesar de ello, y gracias a la posición de liderazgo de Forté Pharma en el mercado de control de peso en el país galo, la marca ha mantenido su cuota de mercado entorno al 16%, como marca de referencia en farmacias y parafarmacias.

En la evolución del negocio a lo largo del ejercicio 2009 se produjo un buen primer trimestre, con ventas en línea a las del mismo periodo en ejercicios anteriores. Cabe recordar que Forté Pharma realiza su campaña de preventas de la gama de "Control de peso" principalmente en el primer trimestre del ejercicio, puesto que el consumo de estos productos se concentra en gran medida en los meses de primavera-verano. Sin embargo el efecto de la crisis económica sobre el consumo provocó un importante sobreestocaje del canal farmacéutico, que ha afectado a las ventas del resto del ejercicio.

Ante esta situación, Forté Pharma ha decidido seguir invirtiendo en soporte publicitario a lo largo del año, a fin de ayudar a la rotación de los stocks y garantizar la recuperación de las ventas en el ejercicio 2010.

En lo relativo a gamas de producto, la gama de "Control de peso", que a cierre del ejercicio 2008 representaba el 74,5% del volumen de negocio de Forté Pharma, se está complementando gradualmente con el desarrollo de las gamas de "Salud" y "Belleza" (18,4% y 7,1%, sobre las ventas de 2008 respectivamente). El interés de la compañía por equilibrar el peso de sus tres gamas de producto responde a la mayor relevancia de los productos de salud en los países del norte de Europa, claros objetivos de la compañía, así como por su interés en desestacionalizar las ventas de esta División. A diciembre de 2009, las ventas de la gama de "Control de peso" han representado un 67,8% sobre el total, mientras que "Salud" y "Belleza" ha evolucionado hasta el 21,2% y 11% respectivamente.

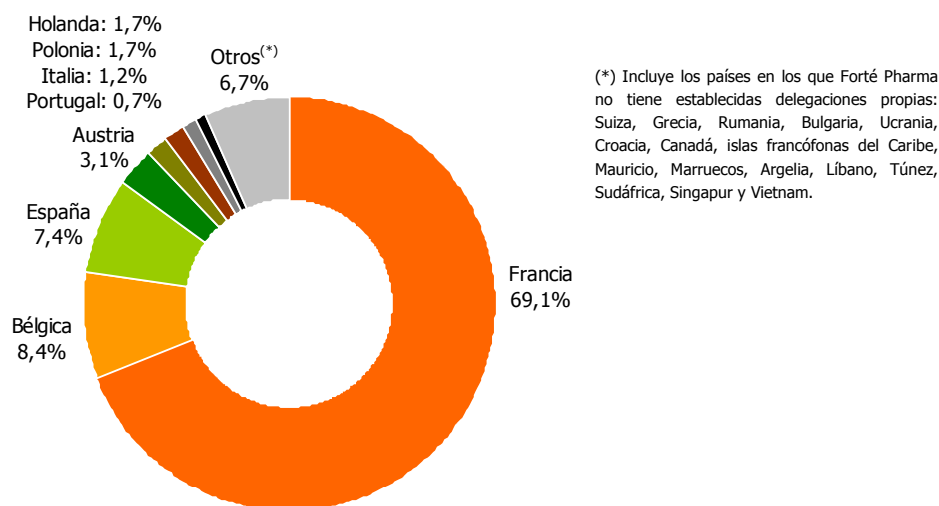
A pesar del descenso de las ventas, la estructura de negocio de Forté Pharma, altamente variable en costes, ha permitido a la compañía minimizar el impacto en su Ebitda, que a cierre del ejercicio 2009 se ha situado en 2,06 millones de euros, frente a los 6,72 millones en el mismo periodo del ejercicio anterior. En lo relativo al margen bruto sobre ventas de la División, éste se ha situado en el 76,79%.

Desde su posicionamiento como uno de los laboratorios líderes en Francia en el sector de los complementos nutricionales, tras su adquisición a finales de 2006 Natraceutical diseñó un plan de negocio para la compañía claramente orientado a la creación de una marca de ámbito paneuropeo, de venta exclusiva en farmacias y parafarmacias. La estrategia de penetración en los diferentes mercados contempla el desarrollo de redes de ventas propias, apoyadas por distribuidores locales donde sea necesario. En este sentido, durante los últimos tres años, y a pesar de la complejidad del entorno económico, Forté Pharma ha conseguido ampliar sus fronteras y está presente ya en 14 países en Europa (Francia, Bélgica, Holanda, España, Portugal, Italia, Austria, Polonia, Suiza, Grecia, Rumania, Bulgaria, Ucrania y Croacia – con delegaciones propias en los cinco primeros), a la vez que

mantiene relaciones comerciales con distribuidores fuera del territorio europeo, como en Canadá, islas francófonas del Caribe, Mauricio, Marruecos, Argelia, Líbano, Túnez, Sudáfrica, Singapur y Vietnam.

La internacionalización de la compañía durante estos tres años ha permitido que a cierre de 2009 las ventas de Forté Pharma fuera del mercado francés representen el 31% del total de la cifra de negocios, nivel que la compañía espera seguir aumentando en los próximos ejercicios.

Distribución geográfica de las ventas de la División de Complementos Nutricionales



Como paso relevante en la estrategia de internacionalización de la compañía, el pasado 4 de noviembre Natraceutical informó de la firma de una alianza estratégica con BioNike, laboratorio farmacéutico de cosmética hipoalérgica de venta en farmacias en Italia, para la penetración de Forté Pharma en el mercado italiano.

El acuerdo con la compañía italiana materializa el interés de Forté Pharma por desarrollarse plenamente en Italia, tercer mercado de complementos nutricionales en Europa tras Alemania y Reino Unido, con un volumen de ventas total en 2008 cifrado en 950 millones de euros.

Fundada en 1930, BioNike dispone de una red de ventas propia en Italia constituida por 44 delegados, que cubren 4.500 farmacias y parafarmacias. Especializada en el desarrollo y comercialización de productos dermocosméticos hipoalérgicos para niños y adultos, BioNike cuenta asimismo con una red de visitadores médicos formada por 40 profesionales, centrada en el colectivo médico de dermatólogos y pediatras.

En el ejercicio 2009, la incipiente actividad de Forté Pharma en Italia mediante un acuerdo con un distribuidor local representó un 1,2% de la cifra de negocios de la compañía. A partir del acuerdo con Bionike, que ha entrado plenamente en vigor a partir de enero de 2010, la compañía espera que las ventas en Italia representen en este ejercicio un 2,8% del total de Forté Pharma.

Estructura corporativa

La División de Ingredientes de Natraceutical tenía su dirección general en el Reino Unido, mientras que la dirección general de la División de Complementos Nutricionales (Forté Pharma) está situada en Mónaco.

A lo largo del ejercicio 2009, y especialmente en vistas a la integración de la División de Ingredientes en Naturex, la estructura corporativa de Natraceutical Group, a la que reportaban ambas Divisiones, se ha sometido a un profundo proceso de reestructuración, que ha permitido reducir su coste de 3,5 millones de euros en 2009 a 1,7 millones de euros previstos para 2010.

La cuenta de resultados a cierre del ejercicio recoge un impacto de 1,1 millones de euros, como resultado de dicha reestructuración.

2.- Estructura financiera

En el último trimestre del ejercicio 2009 Natraceutical ha reducido significativamente su deuda neta, pasando de 99 M€ a cierre de octubre de 2009 a 69 M€ en diciembre de 2009. Dicho descenso se ha debido principalmente a la entrada de los fondos provenientes del pago en efectivo adicional realizado por Naturex en el marco de la operación de incorporación de la División de Ingredientes de Natraceutical.

Como consecuencia del intercambio de activos con Naturex, Natraceutical está ultimando el proceso de refinanciación de la deuda resultante, que se prevé quede concluido en las próximas semanas.

Cabe recordar que a partir del 1 de enero de 2010, los principales activos que soportan la deuda financiera de Natraceutical son la actividad de la División de Complementos Nutricionales y la participación del 34% en Naturex, representativa de 2.159.370 acciones (de un total de 6.364.000).

3.- Evolución esperada del negocio para 2010

Tras la incorporación de la actual División de Ingredientes de Natraceutical Group en Naturex, Natraceutical centrará su actividad operativa en el desarrollo de su División de Complementos Nutricionales en Europa, que la compañía comercializa exclusivamente en farmacias bajo la marca Forté Pharma.

Tras esta operación corporativa, Natraceutical se ha convertido en el primer accionista de Naturex, cuya participación accionarial la multinacional española consolidará en su cuenta de resultados por puesta en equivalencia (incorporación de la parte proporcional del beneficio neto de Naturex como ingreso financiero), a partir del 1 de enero de 2010. Natraceutical contará con dos representantes en el Consejo de Administración de Naturex, que espera reforzar próximamente este órgano de gobierno con la incorporación de un consejero independiente.

División de Complementos Nutricionales

En el ejercicio 2010, Forté Pharma espera situar sus resultados en niveles similares a los de 2008, cuando la compañía alcanzó unas ventas de 57 M€ y un Ebitda entorno a los 7M€.

Natraceutical centrará las palancas de crecimiento de Forté Pharma en una mayor penetración en los mercados fuera de Francia y un mayor enfoque hacia los productos de la gama "Salud".

En este sentido, Natraceutical estima que el peso de Francia versus otros mercados en los que opera la compañía pase del 69% al 59,7% durante 2010. En lo relativo a la cartera de productos, la compañía seguirá invirtiendo por ampliar el peso de la gama de "Salud" frente a la gama de "Control de peso", lo cual deberá facilitar la penetración en los países del norte de Europa, donde los complementos nutricionales de salud concentran alrededor del 80% del mercado. En concreto, para el ejercicio 2010 se estima que la gama de "Salud" aumente su peso en el total de ventas de la compañía desde el 21,2% hasta el 29,5%.

Este enfoque estratégico en el que ha venido trabajando la compañía muy especialmente durante el último ejercicio, facilitará que ya en 2010 se haga patente el inicio de la desestacionalización de las ventas, y el segundo semestre del ejercicio recoja una mayor evolución de la cifra de negocios, para alcanzar en 2011 una estructura de ventas mucho más lineal a lo largo del ejercicio.

Como consecuencia de la crisis económica, cabe esperar también que el canal farmacéutico siga evidenciando prudencia con los niveles de stock, lo que provocará que en lo sucesivo las ventas no se adelanten durante el periodo de preordenes y se realicen principalmente en el periodo de campaña.

Por todo ello, Forté Pharma estima un crecimiento en ventas progresivo a partir del segundo trimestre del ejercicio, pero especialmente relevante en el segundo semestre, para concluir 2010 en los niveles de resultados mencionados.

Participación en Naturex

El pasado 28 de enero Naturex hizo pública su cifra de negocio para el ejercicio 2009. En este periodo, la compañía alcanzó unas ventas de 101,9 millones de euros, un 9,4% por encima de la cifra de negocios del ejercicio anterior. Estos resultados, en línea con la evolución positiva de la actividad de Naturex a lo largo de los cuatro trimestres del año, confirman la capacidad de la multinacional para garantizar un crecimiento sólido como compañía referente en el sector de los ingredientes naturales para la industria nutracéutica, alimentaria, farmacéutica y cosmética, incluso a pesar del complejo contexto económico.

Estos resultados no incluyen la actividad de la División de Ingredientes de Natraceutical, aportada a Naturex el 30 de diciembre de 2009, que refuerza las previsiones de crecimiento para el ejercicio 2010.

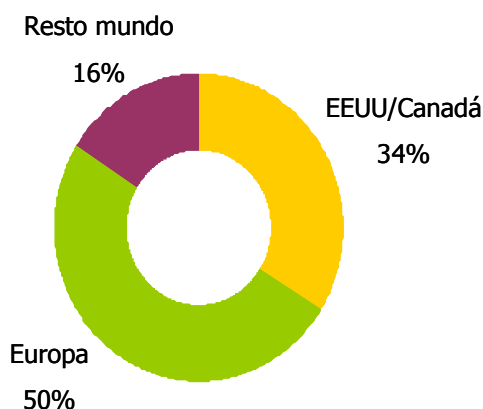
La operación de fusión de ambos negocios abre un amplio abanico de posibilidades de crecimiento conjunto para las compañías, fruto de la total complementariedad y múltiples sinergias entre ellas. A la complementariedad en productos, se une las respectivas fortalezas de las compañías en distintos

mercados geográficos y sectores de actividad, así como la posibilidad de mejora en los márgenes operativos al beneficiarse conjuntamente de mejores condiciones de compra de materias primas y centralización de la gestión de los negocios.

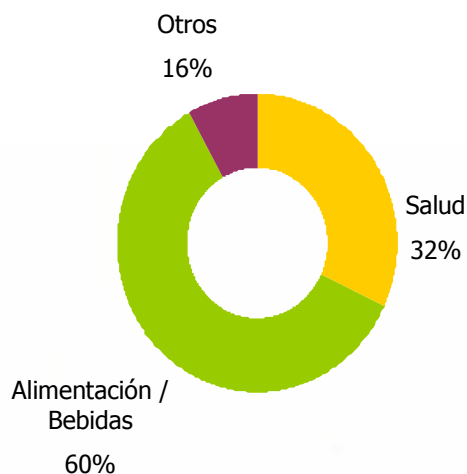
La compañía resultante tras la fusión combinará la fortaleza de Naturex, fuertemente posicionada en EEUU y Canadá, y la de Natraceutical, con una fuerte presencia en Europa. La nueva compañía contará con plantas productivas en Europa (España, Francia, Italia, Reino Unido y Suiza), EEUU, Marruecos, Australia y Brasil, y oficinas comerciales propias en Europa, EEUU y Asia.

El ratio Ebitda/ventas de Naturex se ha situado en los últimos años en entornos del 17-18%. Las compañías esperan que las múltiples sinergias mencionadas permitan optimizar en el corto plazo los márgenes operativos de la División de Ingredientes de Natraceutical (tradicionalmente en entornos del 10%) para que la nueva Naturex mantenga sus niveles actuales de eficiencia.

Distribución geográfica de las ventas de la nueva Naturex



Distribución de las ventas de la nueva Naturex por industrias





**natraceutical
group**

4.- Cuenta de Resultados Consolidada

	2009	2008
Operaciones continuadas:		
Importe neto de la cifra de negocios	134.919	161.019
+/- Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	(2.284)	(3.972)
Aprovisionamientos	(63.744)	(61.391)
MARGEN BRUTO	68.891	95.656
Otros ingresos de explotación	528	805
Gastos de personal	(27.181)	(28.172)
Dotación a la amortización	(6.242)	(7.728)
Variación de las provisiones de tráfico	(5.089)	(1.060)
Otros gastos de explotación	(45.437)	(46.112)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	(14.530)	13.388
Resultado de entidades valoradas por el método de la participación		30
Ingresos financieros	1.554	586
Gastos financieros	(10.055)	(7.763)
Diferencias de cambio (ingresos y gastos)	(370)	(110)
Resultado de la enajenación de activos no corrientes	(12.301)	(992)
Resultado por deterioro de activos	(7.814)	(375)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	(43.516)	4.764
Impuestos sobre las ganancias	(479)	750
RESULTADO DE ACTIVIDADES CONTINUADAS	(43.995)	5.514
Operaciones discontinuadas:		
Resultado de actividades discontinuadas		(4.023)
RESULTADO DEL EJERCICIO	(43.995)	1.491
BENEFICIO POR ACCIÓN (BÁSICO Y DILUIDO)	0,005	0,012

5.- Balance Consolidado

El Balance de Natraceutical Group a 31 de diciembre de 2009, recoge ya la operación con Naturex.

ACTIVO	2009	2008
ACTIVO NO CORRIENTE:		
Fondo de comercio	80.783	124.127
Otros activos intangibles	1.731	5.997
Propiedad, planta y equipo	4.447	38.624
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	71.108	663
Activos financieros no corrientes	4.408	9.665
Activos por impuestos diferidos	12.618	13.733
Total activo no corriente	175.095	192.809
ACTIVO CORRIENTE:		
Existencias	4.647	36.006
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	15.206	37.176
Otros activos financieros corrientes	114	3.365
Activos por impuestos corrientes	5.497	3.505
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	1.095	34.636
Total activo corriente	26.559	114.688
TOTAL ACTIVO	201.654	307.497
PATRIMONIO NETO:		
Capital social	32.871	32.871
Prima de emisión	103.494	103.494
Reservas (ganancias acumuladas)	4.899	1.546
Reservas en sociedades consolidadas por integración global	2.189	12.791
Reservas en sociedades consolidadas por el método de la participación		135
Acciones propias	(4.883)	(7.551)
Diferencias de conversión	(144)	(12.829)
Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad dominante	(43.995)	1.491
Total patrimonio neto	94.431	131.948
PASIVO NO CORRIENTE:		
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	36.050	62.127
Otros pasivos financieros a largo plazo	2.814	9.992
Pasivos por impuestos diferidos	1.774	6.014
Provisiones a largo plazo	106	508
Otros pasivos no corrientes	1.576	
Total pasivo no corriente	42.320	78.641
PASIVO CORRIENTE:		
Deudas con entidades de crédito	34.410	46.411
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	13.869	26.110
Provisiones	362	172
Pasivos por impuestos corrientes	1.266	1.744
Otros pasivos corrientes	14.996	22.471
Total pasivo corriente	64.903	96.908
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	201.654	307.497

Para más información

Gloria Folch
 Dir. Relación con Inversores y Comunicación
 Tel. (+34) 93 584 81 87
 E-mail: gloria.folch@natraceuticalgroup.com