



**natraceutical**

Valencia, 31 de agosto de 2010

## Informe de Resultados: 1r semestre 2010

En el primer semestre tras la integración de su División de Ingredientes en la multinacional Naturex:

### **Natraceutical cierra el primer semestre con una recuperación del beneficio neto, que se sitúa en 0,78 M€ frente a los -2,07 M€ en junio de 2009**

- Tras la salida del perímetro de consolidación de su División de Ingredientes, Natraceutical ha cerrado el primer semestre del ejercicio con una cifra de negocios de 24,56 millones de euros y un beneficio neto de 0,78 millones de euros, frente a los -2,07 millones de euros del primer semestre de 2009.
- Este resultado incorpora costes financieros extraordinarios por importe de 0,8 millones de euros tras el proceso de refinanciación bancaria concluido en el segundo trimestre del ejercicio. El acuerdo resultante comprende la refinanciación a largo plazo de la totalidad de la deuda mediante un préstamo sindicado con vencimiento único en 2013.
- Por divisiones, la División de Complementos Nutricionales (Forté Pharma) ha cerrado junio con unas ventas de 24,11 millones de euros y un EBITDA de 1,29 millones de euros. El beneficio neto de esta División se ha situado en 0,17 millones de euros.
- La actividad de Ingredientes, en la que Natraceutical participa a través de su participación accionarial en Naturex, está recogiendo a buen ritmo las sinergias de la fusión y, a perímetros comparables, ha obtenido en el primer semestre un crecimiento en ventas del 17%, alcanzando los 112,1 M€, un crecimiento del 35% en EBITDA (14,5 M€) y un crecimiento del 45,7% en su beneficio neto, que se ha situado en los 7,6 M€. Natraceutical recoge en sus cuentas la parte proporcional del beneficio neto de Naturex.

#### **1.- Evolución del negocio**

Tras la operación de integración de la División de Ingredientes en la multinacional francesa Naturex, ejecutada el 30 de diciembre de 2009, a partir del 1 de enero de 2010 Natraceutical concentra 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.

Paralelamente, Natraceutical continúa participando del proyecto en el sector de los ingredientes naturales para la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética a través de la participación del 33,9% que ostenta en Naturex y que consolida por puesta en equivalencia, recogiendo en sus cuentas la parte proporcional del beneficio neto de la multinacional francesa.

**Natraceutical – Oficina de Relación con Inversores y Comunicación**

Pl. Xavier Cugat, 2, Edificio D, 2º B – 08174 St. Cugat del Vallès (Barcelona – España) - Tel. (+34) 93 584 81 85 - Fax. (+34) 93 584 81 90  
[www.natraceuticalgroup.com](http://www.natraceuticalgroup.com)

### ***División de Complementos Nutricionales***

La evolución de la División de Complementos Nutricionales (Forté Pharma) en el primer semestre del ejercicio ha estado marcada principalmente por el proceso de diversificación de las ventas de la compañía fuera del mercado francés y, muy especialmente, por el interés de impulsar la gama de complementos nutricionales de "Salud", más defensivos en el actual entorno económico y estratégicos para la expansión en mercados del norte de Europa. Ello unido a la compleja coyuntura de mercado, que ha venido afectando al sector en el que opera Forté Pharma a lo largo del último año.

Esta evolución estratégica hacia la internacionalización de la compañía y el fortalecimiento de la gama de "Salud" se enmarca en el plan diseñado por Natraceutical tras la adquisición de Forté Pharma a finales de 2006. Sin embargo, ésta se ha visto reforzada por los cambios acontecidos en el mercado de los complementos nutricionales en el marco de la crisis económica internacional, que está afectando especialmente al segmento de control de peso.

A mitad de 2009 el efecto de la crisis económica sobre el consumo provocó un importante sobrestock del canal farmacéutico en lo relativo a complementos nutricionales para adelgazamiento, principal área de negocio de Forté Pharma. Esta situación afectó a las ventas del resto del ejercicio y marcó significativamente el primer trimestre de 2010.

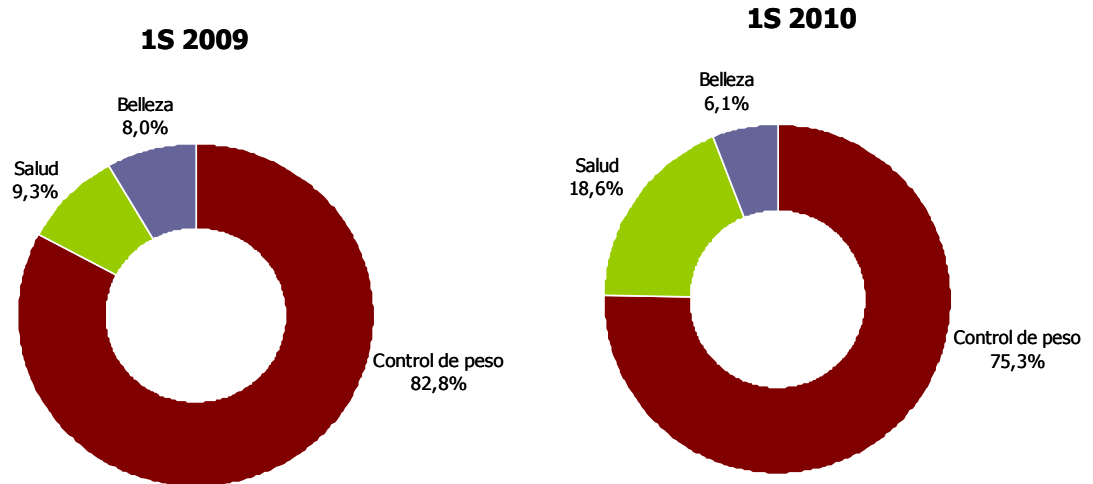
En el primer semestre del ejercicio, la todavía alta concentración de las ventas en el mercado francés (67%) y, particularmente, en el segmento de control de peso (75%) ha significado un descenso del 26,3% en la cifra de negocios de la División, cuyas ventas se han situado en 24,11 millones de euros frente a los 32,73 millones de euros del primer semestre de 2009.

La prudencia que el canal farmacéutico había venido evidenciando en los últimos meses de 2009 con los niveles de existencias hizo que las ventas de productos de control de peso no se adelantaran durante el periodo de preordenes de 2010 (primer trimestre), presentando un descenso del 15,2% respecto al primer trimestre de 2009. Por el contrario, el desarrollo de la gama "Salud" permitió a Forté Pharma un buen nivel de ventas de esta gama en el primer trimestre (+105,3% frente al primer trimestre de 2009) y una paulatina -aunque todavía lenta- recuperación de las ventas de la gama "Control de peso" en el segundo trimestre del ejercicio, especialmente en Francia, principal mercado de Forté Pharma.

En el conjunto del semestre, a pesar del descenso de las ventas de complementos nutricionales para el control de peso del 32,8%, el impulso de la gama de "Salud" se ha materializado en un incremento del 48,6% en las ventas de Forté Pharma en esta categoría.

Como resultado de la nueva estrategia de negocio, a cierre del primer semestre de 2010 la gama de "Salud" ha doblado su peso en el total de ventas de la compañía, desde el 9,3% del primer semestre de 2009 hasta el 18,6% en junio de 2010.

**Distribución de las ventas de la División de Complementos Nutricionales por gamas de producto**

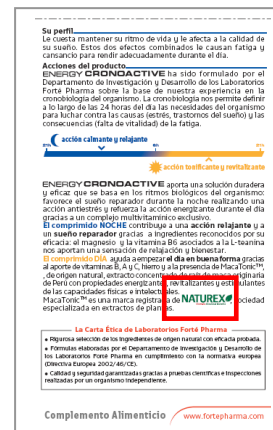
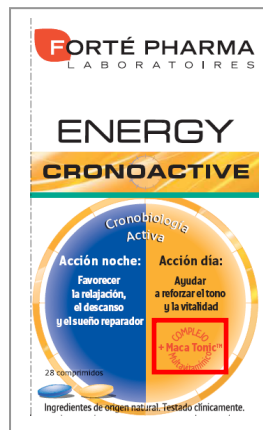


Entre las iniciativas implementadas en los últimos meses del ejercicio anterior para lograr los objetivos comentados, destacan:

- Racionalización de la cartera de productos, para una mayor especialización en los productos insignia de la marca y descatalogando aquellas referencias con volúmenes de venta no adecuados.
- Refuerzo del enfoque en los productos de la gama de "Salud" frente a "Control de peso".
- Diversificación en proveedores de producto, por especialidades, a fin de obtener mejores condiciones de compra. En el primer semestre de 2010 ello ha permitido ya una mejora del margen bruto de 2 puntos, situándose en el 79,5%.
- Periodificación a lo largo del año de la inversión en publicidad, que permita monitorizar su ajuste al volumen de ventas.
- Inicio de campañas publicitarias para la gama "Salud" e inversión publicitaria adicional en "Control de peso", también con el objetivo de ayudar a reducir los volúmenes de sobre-stock en el canal farmacéutico.

Algunas de estas medidas han implicado pérdida de ventas provenientes de los productos descatalogados, si bien permitirán una mayor racionalización de los recursos y un fortalecimiento de la estructura comercial del negocio.

El principal motor del buen comportamiento de la gama "Salud" en este primer semestre del ejercicio ha sido



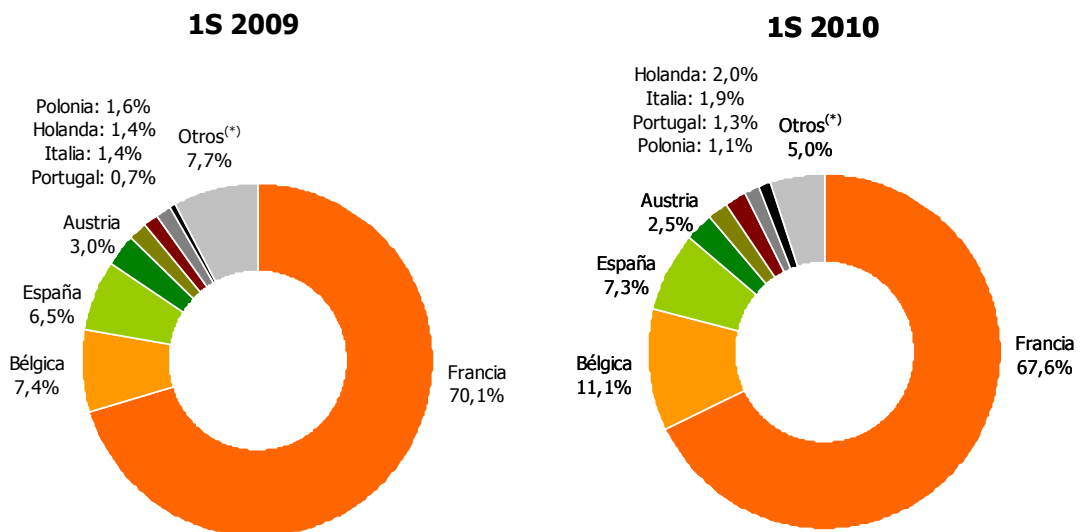
el lanzamiento de un nuevo e innovador producto: Energie ChronoActive. Energie ChronoActive es un complemento nutricional desarrollado siguiendo los principios de la cronobiología: un comprimido para el día y uno para la noche, con formulaciones complementarias. Durante el día, Energie ChronoActiv refuerza la vitalidad y la energía del organismo, mientras que por la noche favorece el sueño reparador y actúa como anti-estrés. Energie ChronoActiv contiene como ingrediente principal MacaTonic, un complejo multivitamínico patentado por Naturex.

Energie ChronoActiv se comercializa en Francia y Bélgica desde el pasado mes de febrero y ha llegado al resto de mercados a lo largo del segundo trimestre del ejercicio

Energie ChronoActiv se presenta al mercado auspiciado por el éxito de Turboslim ChronoActive complemento nutricional de la gama Control de Peso, formulado por vez primera en 2004 siguiendo los principios de la cronobiología (bajo el nombre de Slim 24+), y que sigue manteniéndose todavía hoy entre los productos más vendidos por la compañía.

Por zonas geográficas, Francia ha experimentado el mayor descenso en ventas en el semestre (-28,7%) frente a una caída del 20% en el conjunto del resto de mercados. A cierre de junio, el peso de Francia versus otros mercados en los que opera la compañía ha pasado del 70,1% al 67,6%. A pesar de ello, Forté Pharma sigue manteniendo una posición de liderazgo en Francia en la gama de control de peso, con una cuota de mercado del 19,6%.

**Distribución geográfica de las ventas de la División de Complementos Nutricionales**



(\*) Incluye los países en los que Forté Pharma no tiene establecidas delegaciones propias: Suiza, Grecia, Rumania, Bulgaria, Ucrania, Croacia, Canadá, islas francófonas del Caribe, Mauricio, Marruecos, Argelia, Líbano, Túnez, Sudáfrica, Singapur y Vietnam.

En los principales mercados tras Francia, la evolución de la actividad de Forté Pharma ha sido heterogénea en el primer semestre del ejercicio, con crecimientos en Bélgica del 11,3% o del +4,7% en Holanda, frente a descensos del 17,6% en España.

A nivel operativo, a pesar de una mejora del margen bruto de la División en el semestre (del 77,7% a junio de 2009 al 79,5% actual) y de la contención de las principales partidas de gastos (-12% en gastos de personal y -15% en otros gastos de explotación), el descenso de las ventas, especialmente en el primer trimestre del ejercicio, no ha permitido proteger el resultado operativo del semestre. La División de Complementos Nutricionales ha cerrado el primer semestre del ejercicio con un EBITDA de 1,29 millones de euros (4,60 millones de euros en junio de 2009) y un beneficio neto de 0,17 millones de euros (3,05 millones de euros en 2009).

En lo relativo a la evolución esperada para los próximos meses, la compañía ha evidenciado cierta recuperación de las ventas en el segundo trimestre del ejercicio, que se mejoran en los meses de julio y agosto, con crecimientos del 9% y el 40% respectivamente en las ventas totales de la División, frente a los meses de julio y agosto del ejercicio anterior. Ello, unido a una significativa menor estacionalidad de los complementos de control de peso frente a los productos de salud, cuyo buen comportamiento ya se ha puesto de manifiesto en los primeros seis meses del ejercicio, hace prever una buena evolución del negocio en los próximos meses. Hay que tener en cuenta, sin embargo, el peso todavía bajo y en desarrollo de la gama "Salud" en el total de las ventas de la División.

#### ***Participación accionarial en Naturex***

Con la fusión entre la exDivisión de Ingredientes de Natraceutical y Naturex, que ha permitido la creación de la compañía independiente líder mundial en ingredientes de especialidad, en el primer semestre del ejercicio las ventas de Naturex han crecido un 17% a perímetros comparables, alcanzando 112,1 millones de euros. De este modo, Naturex sigue consolidando la tendencia a una mejora de objetivos para el ejercicio, que había cifrado inicialmente entre el 5-10% de crecimiento en ventas.

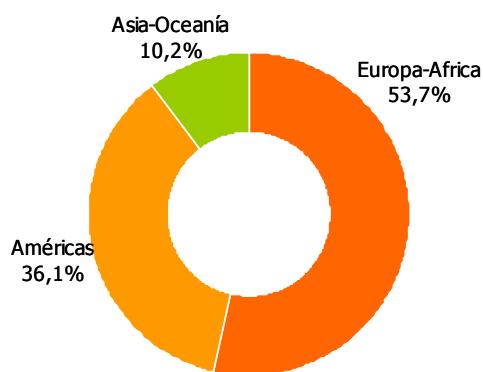
A perímetros comparables, el EBITDA de la compañía ha aumentado un 34,3%, situándose en los 19,5 millones de euros, lo que confirma a su vez los objetivos de progresión de los márgenes operativos. La actividad de Naturex es mayoritariamente una actividad de costes fijos, por lo que el aumento de su volumen de ventas beneficia significativamente la racionalización de costes y la mejora de los márgenes.

Significativamente, Naturex ha alcanzado un beneficio neto en el primer semestre de 7,6 millones de euros, un 45,7% superior que en el mismo periodo de ejercicio anterior. Ello representa una mejora destacable de los resultados ya obtenidos en el primer trimestre del ejercicio, cuyo resultado neto se situó en los 2,4 millones de euros, en una actividad tradicionalmente carente de estacionalidad a lo largo del ejercicio.

Tras la operación con Natraceutical, la distribución geográfica de las ventas de Naturex ha sufrido un cambio importante. A cierre de junio, el principal mercado para la compañía se concentra en la zona Europa-África, representativa del 53,7% del total de la cifra de negocios (anteriormente 33,1%). Le sigue la zona Américas, con el 36,1%, anteriormente el principal mercado de Naturex, donde la compañía concentraba el 62,2% de sus ventas. Finalmente, la actividad comercial que Natraceutical mantenía en la zona Asia-Oceanía, gracias a la presencia de una instalación industrial y oficinas comerciales en la zona, ha permitido a Naturex aumentar el peso de la zona del 4,7% al 10,2% de su cifra de negocios.

**Distribución geográfica de las ventas de Naturex**

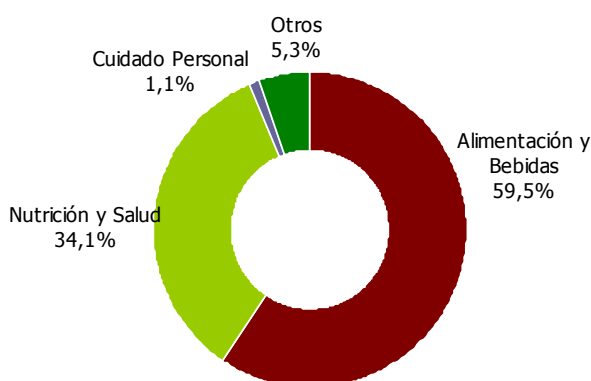
**1S 2010**



Del mismo modo, la distribución de los segmentos de actividad de Naturex también ha evolucionado notablemente tras la incorporación de la División de Ingredientes de Natraceutical, que actualmente está configurada de la siguiente manera: "Alimentación y Bebidas" concentra el 59,5% de la cifra de negocios de Naturex (anteriormente el 29,1%); "Nutrición y Salud" representa actualmente el 34,1% del total de ventas (65,0% anteriormente); "Cuidado Personal" mantiene su actividad entorno al 1,1%, y la categoría de "Extractos específicos y otros" pasa del 4,7% al 5,3%.

**Distribución de las ventas por segmentos**

**1S 2010**



La compañía prevé seguir creciendo en el mercado de los ingredientes naturales de especialidad, que presenta un gran potencial de desarrollo. La integración estratégica de la actividad de Natraceutical abre las puertas a nuevos desarrollos de producto y gamas, así como un fortalecimiento del desarrollo comercial internacional.

Naturex cuenta con dos fuentes adicionales de crecimiento, en las que la compañía está ya trabajando. Por un lado, y desde el punto de vista de mercados geográficos, existe un importante potencial de desarrollo en los mercados de Asia y Sudamérica, así como importantes posibilidades en el segmento de "Cuidado Personal", desde el cual Naturex provee de ingredientes a la industria de la cosmética natural.

En la pasada Junta de Accionistas de Naturex, celebrada en el mes de junio, se aprobó el pago de un dividendo de 0,11 euros por acción, lo que representa un incremento del 10% frente a la retribución del ejercicio anterior. La compañía ha ofrecido a sus accionistas la posibilidad de percibir parte o la totalidad de dicho dividendo en acciones, con un descuento del 10% respecto al precio de cotización medio de los veinte días anteriores a la fecha de celebración de la Junta de Accionistas. Natraceutical ha comunicado a la compañía su decisión de percibir dicho dividendo en acciones.

## **2.- Estructura corporativa**

---

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 la División de Ingredientes y la División de Complementos Nutricionales, se sometió a un profundo proceso de reestructuración, que ha permitido reducir su coste significativamente.

El coste de la estructura corporativa en el primer semestre del ejercicio se ha situado en 0,75 millones de euros, un 57% menos que en junio de 2009.

## **3.- Estructura financiera**

---

A cierre del primer semestre del ejercicio, la deuda financiera neta de Natraceutical asciende a 78,4 millones de euros.

El pasado 15 de abril la compañía anunció la finalización del proceso de reestructuración de su deuda financiera. El acuerdo resultante comprende la refinanciación a largo plazo de la totalidad de la deuda, así como la aportación de nuevos fondos, mediante un préstamo sindicado con vencimiento único en 2013.

El resultado financiero de Natraceutical en el primer semestre del ejercicio ha sido de 2,84 millones de euros, que incluye 0,8 millones de euros por la cancelación de un derivado de cobertura de tipos de interés tras la refinanciación bancaria, así como otros costes derivados de la refinanciación.

Tras la reestructuración de la deuda, los principales activos que soportan la estructura financiera de Natraceutical son la actividad de la División de Complementos Nutricionales y la participación del 33,9% en Naturex, representativa de 2.166.007 acciones. A modo orientativo, a cierre de mercado de hoy, 31 de agosto de 2010 (31,76 €/acc), el valor de la participación de Natraceutical en Naturex asciende a 68,8 millones de euros.

#### 4.- Evolución de la cotización

Durante el primer semestre de 2010, la cotización de los títulos de Natraceutical ha experimentado un descenso del 25,5%, pasando de 0,49 euros por acción a cierre del día 30 de diciembre de 2009 a 0,37 euros por acción a cierre del día 29 de junio. La capitalización bursátil de la compañía quedó fijada a cierre del semestre en 121,62 millones de euros. El Ibex 35 ha tenido un comportamiento similar, con un descenso del 22,4% en los seis primeros meses del ejercicio.

**Evolución de la cotización en el 1S 2010  
Natraceutical e Ibex 35**



Por su parte, la cotización de Naturex ha pasado de 27,85 euros por acción al cierre de la sesión del día 31 de diciembre de 2009 a 29,92 euros por acción en la última sesión del semestre, lo que significa una revalorización del 7,4% y una capitalización bursátil de 190,41 millones de euros. Tras la publicación de los resultados del primer semestre del ejercicio, ayer lunes día 30 de agosto, los títulos de Naturex acumulan una revalorización en los primeros ocho meses del ejercicio del 14%. La capitalización bursátil de la compañía se sitúa en 202,12 millones de euros, de la que Natraceutical ostenta el 33,9 %.



## 5.- Cuenta de resultados consolidada de Natraceutical

<i>(miles de euros)</i>	<b>1S 2010 *</b>	<b>1S 2009</b>
Importe neto de la cifra de negocios	24.568	76.113
+/- Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	(1.002)	(2.079)
Aprovisionamientos	(4.316)	(30.076)
<b>Margen bruto</b>	<b>19.250</b>	<b>43.958</b>
Tabajos realizados por la empresa para su activo		49
Otros ingresos de explotación	182	158
Gastos de personal	(6.248)	(14.697)
Dotación a la amortización	(509)	(3.265)
Variación de las provisiones de tráfico	654	25
Otros gastos de explotación	(12.919)	(24.564)
<b>Resultado de explotación</b>	<b>410</b>	<b>1.664</b>
Resultado de entidades valoradas por el método de la participación	2.590	(26)
Ingresos financieros	1.306	425
Gastos financieros	(4.152)	(3.679)
Diferencias de cambio (ingresos y gastos)	629	(326)
Resultado de la enajenación de activos no corrientes	0	(1)
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>783</b>	<b>(1.943)</b>
Impuestos sobre las ganancias		(133)
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>783</b>	<b>(2.076)</b>

*(\*) No auditados. No incluye la actividad de la exDivisión de Ingredientes, integrada en diciembre de 2009 en la multinacional francesa Naturex y contabilizada por puesta en equivalencia*

## 6.- Balance consolidado de Natraceutical a 30 de junio de 2010

<i>(miles de euros)</i>	<b>1S 2010 *</b>	<b>1S 2009</b>
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE:</b>		
Fondo de comercio	102.983	102.983
Otros activos intangibles	2.861	1.731
Propiedad, planta y equipo	4.331	4.447
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	50.946	48.366
Activos financieros no corrientes	2.412	4.950
Activos por impuestos diferidos	8.501	11.208
<b>Total activo no corriente</b>	<b>172.034</b>	<b>173.685</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE:</b>		
Existencias	5.682	4.647
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	15.644	18.641
Otros activos financieros corrientes		246
Activos por impuestos corrientes	4.720	1.866
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	2.576	1.095
<b>Total activo corriente</b>	<b>28.622</b>	<b>26.495</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>200.656</b>	<b>200.180</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>		
<b>PATRIMONIO NETO:</b>		
Capital social	32.871	32.871
Prima de emisión	103.494	103.494
Reservas (ganancias acumuladas)	(13.009)	6.826
Reservas en sociedades consolidadas por integración global	(24.510)	330
Reservas en sociedades consolidadas por el método de la participación	0	0
Acciones propias	(4.883)	(4.883)
Diferencias de conversión	(922)	(144)
Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad dominante	783	(44.907)
<b>Total patrimonio neto</b>	<b>93.824</b>	<b>93.587</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE:</b>		
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	77.614	6.707
Otros pasivos financieros a largo plazo	7.656	4.390
Pasivos por impuestos diferidos	303	612
Provisiones a largo plazo	106	106
Otros pasivos no corrientes		
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>85.679</b>	<b>11.815</b>
<b>PASIVO CORRIENTE:</b>		
Deudas con entidades de crédito	3.423	63.754
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	10.232	14.192
Provisiones	364	482
Pasivos por impuestos corrientes	1.257	1.266
Otros pasivos corrientes	5.877	15.084
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>21.153</b>	<b>94.778</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>200.656</b>	<b>200.180</b>

(\*) No auditado.



### **Natraceutical Group**

Natraceutical Group es una multinacional de origen español, en la vanguardia de la biotecnología aplicada a la nutrición, referente en investigación y desarrollo de ingredientes funcionales, principios activos y complementos nutricionales, todos ellos de origen natural, para la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética. La compañía canaliza su actividad industrial a través de Laboratoires Forté Pharma, especializada en complementos nutricionales en los campos de la salud, belleza y control de peso de venta exclusiva en farmacias y parafarmacias en Europa, así como a través de su participación accionarial en la compañía cotizada francesa Naturex, resultante de la reciente aportación de su División de Ingredientes a la multinacional gala.

Natraceutical cotiza en el mercado continuo de la bolsa española bajo el código NTC. Total de acciones en circulación: 328,713,946.

**[www.natraceuticalgroup.com](http://www.natraceuticalgroup.com)**

### **Para más información**

---

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