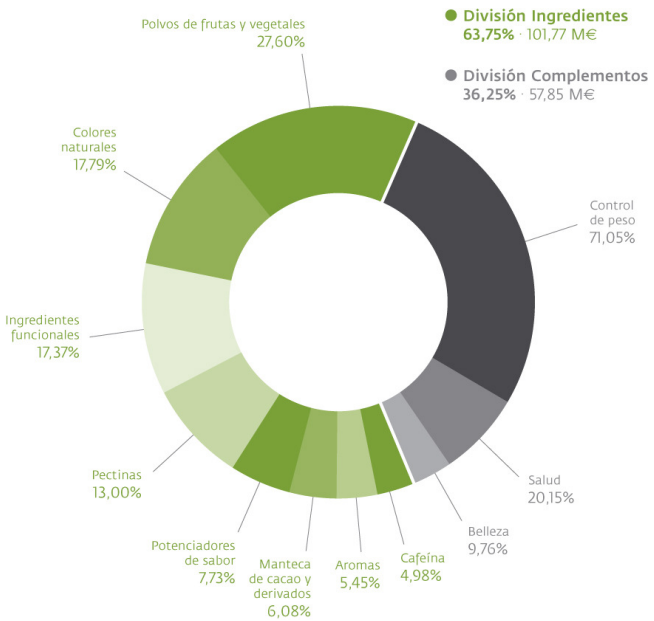
Junta General de Accionistas 2009

natraceutical group

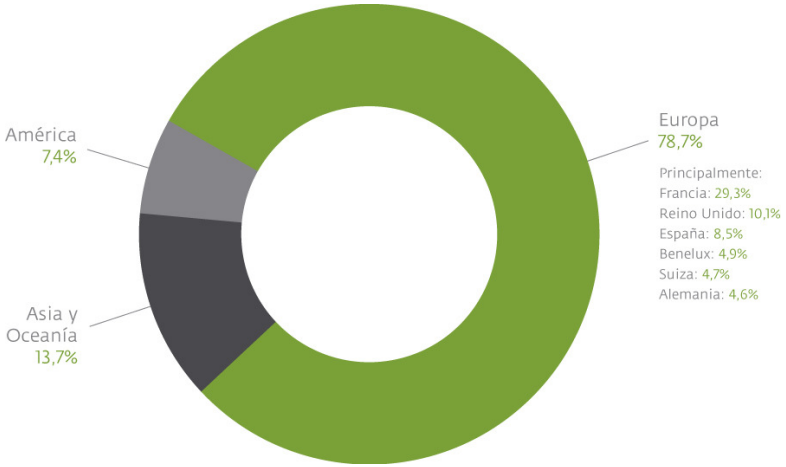
Junio 2009

Una compañía global

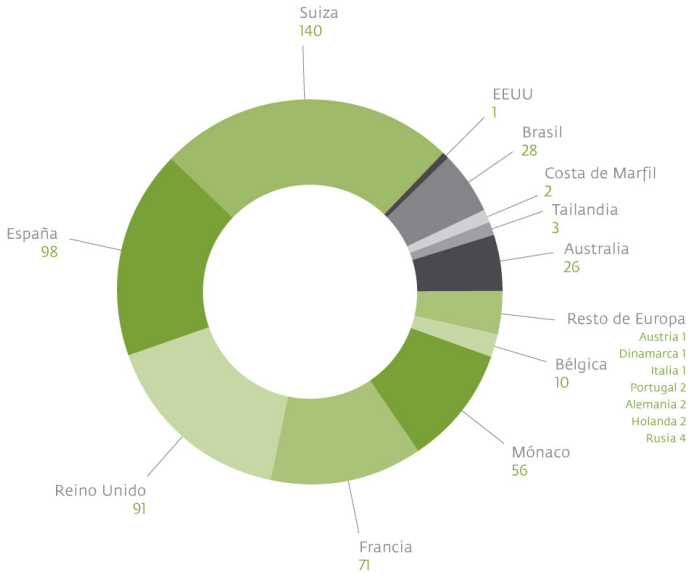


Una realidad internacional

Volumen de negocio por zona geográfica



Distribución de la plantilla por países



A cierre del ejercicio 2008

Plantilla media 2008: 539

División de Ingredientes

OVERSEAL
Natural Ingredients

Productos

- Colorantes naturales
- Edulcorante natural - *Tallin*
- Aromas naturales
- Levaduras

Principales aplicaciones

obipektin

inspired by nature

Productos

- Pectinas
- Polvos de frutas y hortalizas

Principales aplicaciones

BabyFood

Quality is the difference

KINGFOOD

Productos

Aromas naturales

Principales aplicaciones

Exnama
Extratos Naturais da Amazônia

Productos

Cafeína natural

Principales aplicaciones

natraceutical

Productos

- Derivados del cacao funcionales - *CocoanOx*
- Manteca de cacao

Principales aplicaciones

Viscofiber®
Oat Beta-glucan

Productos

Betaglucano

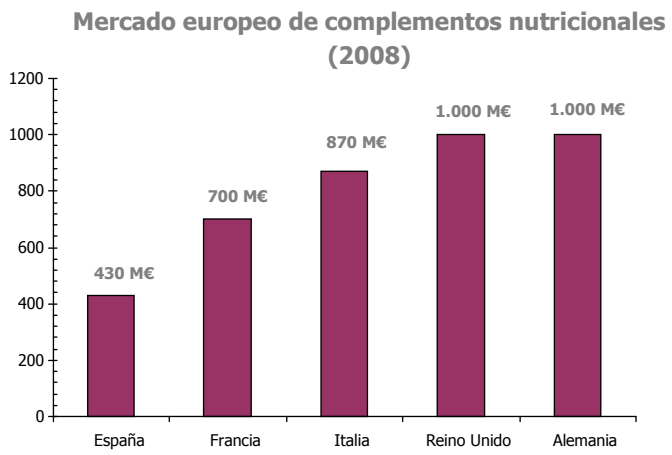
Principales aplicaciones

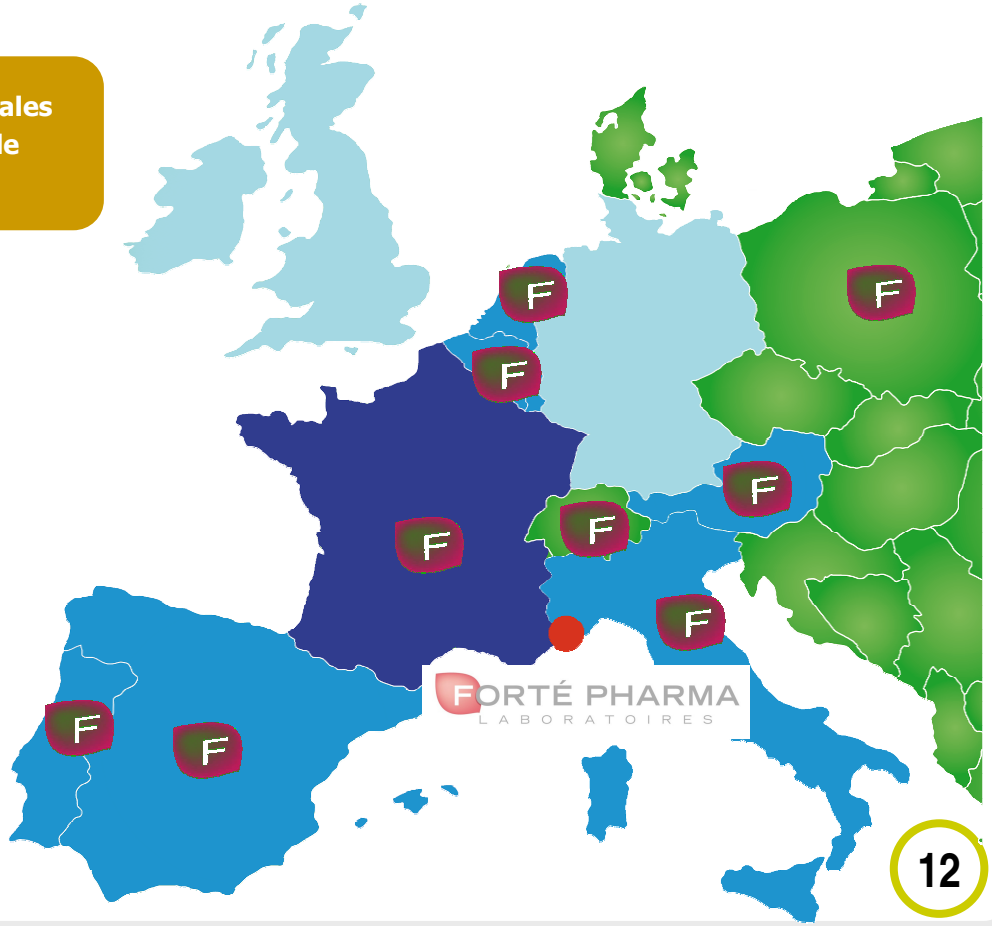
División de Complementos Nutricionales

FORTÉ PHARMA
LABORATOIRES

Forté Pharma: Creación de una marca líder paneuropea

Forté Pharma es el **3r laboratorio de complementos nutricionales en Francia** (cuota de mercado: 7,5%) y el **líder en la gama de control de peso** (cuota de mercado: 17,5%)

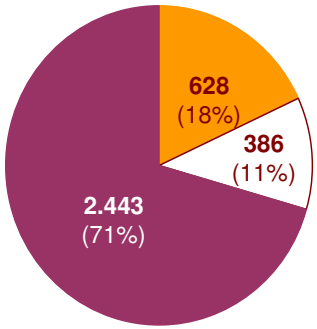




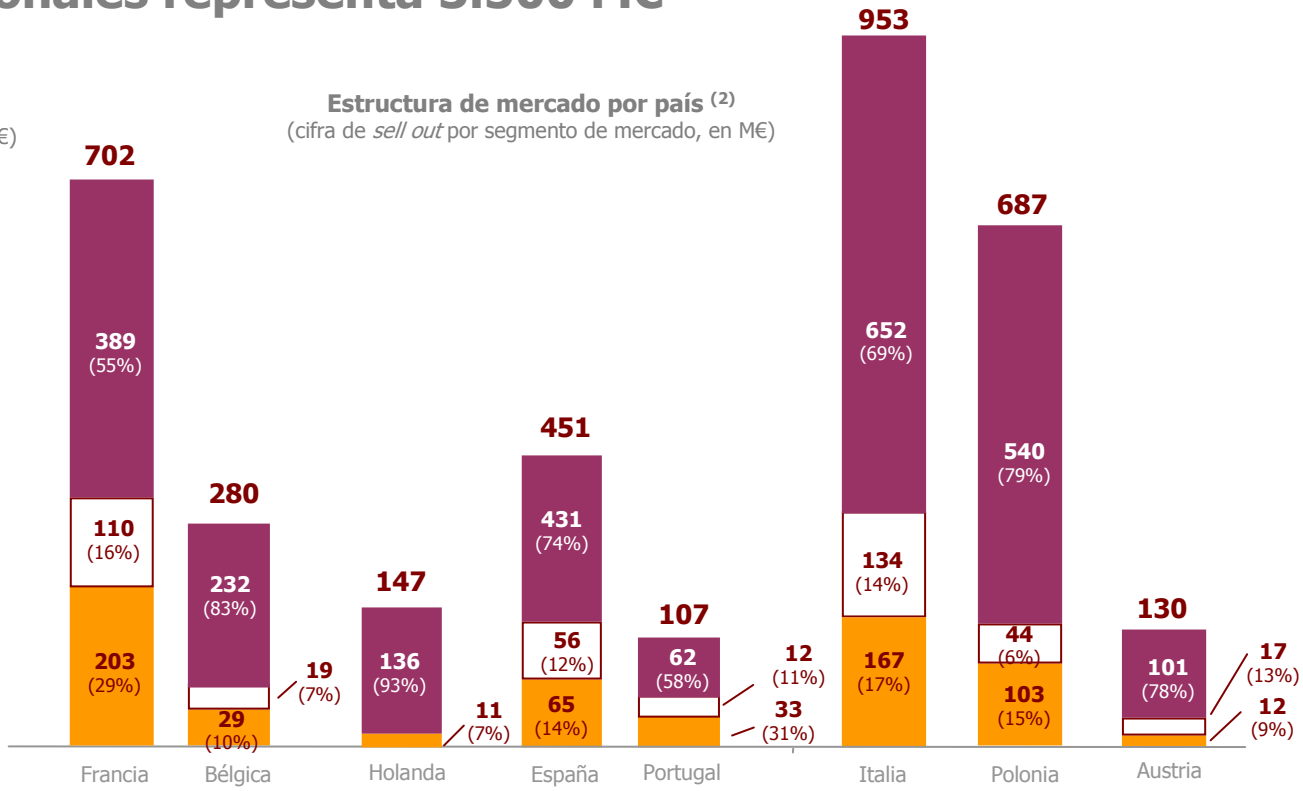
- El mercado de complementos nutricionales en EEUU es cuatro veces mayor que el europeo

Forté Pharma está presente en 8 países europeos, cuyo mercado de complementos nutricionales representa 3.500 M€

Estructura del mercado europeo (1)
(cifra annual de *sell out* por segmento de mercado, en M€)



Estructura de mercado por país (2)
(cifra de *sell out* por segmento de mercado, en M€)



- Control de peso
- Salud
- Belleza

(1) Incluye los mercados europeos en los que Forté Pharma opera
(2) Datos de año móvil a junio 2008, excepto para Francia, Bélgica y Holanda, donde los datos son a febrero 2009
Fuente: IMS

ADELGAZAMIENTO: 23 productos (7 nuevos lanzamientos en 2008-2009)

Estabilizador

2008

Minceur J-365 Anti-Yoyo
Ayuda a mantener su figura a lo largo del año evitando el efecto yo-yo. Una tableta de doble capa trabaja en 2 fases para desintoxicar su cuerpo y recuperar una dieta saludable.

Drenaje adelgazante

2009

TurboDraine Minceur
Una bebida drenadora con eficacia probada. También disponible en comprimidos.

2009

Détox
Desintoxica y drena los cuatro órganos esenciales del cuerpo.

Aumento de peso rebelde

2009

Minceur Resculpt
Moldea su figura y optimiza la tonificación de los músculos.

2009

Minceur Révolution
Una fórmula innovadora que neutraliza los ácidos en su cuerpo para un adelgazamiento más eficaz.

ADELGAZAMIENTO

Línea Femme+

2008

Femme + Ventre Plat
Una solución completa y natural para mujeres a partir de los 45 años que deseen una reducción del contorno de cintura.

Digestión

2009

Fibres & Light
Le ayudará a mejorar su digestión de forma natural y suave para sentirse nuevamente ligero y sano.

Lanzamientos 2008-2009

SALUD: 30 productos (13 nuevos lanzamientos en 2008-2009)

Adultos

Forté Maxx Adult
Multivitaminas matinales para hombres y mujeres de 15 a 50 años.

2009

Forté Maxx Acérola
La solución natural al cansancio temporal y la falta de energía.

2009

Forté Maxx Mémoire
Juega un rol importante en el mantenimiento y mejoramiento de las funciones cognitivas. Su eficacia se basa en la combinación de ingredientes naturales exclusivos.

2009

Forté Maxx Probiotique
Fórmula completa que contiene probiotios y vitaminas para reforzar la flora intestinal y estimular las defensas naturales.

Jóvenes

Forté Maxx Junior
Multivitaminas matinales para niños de 7 a 15 años.

Mayores

Forté Maxx 50+
Recomendado para hombres y mujeres a partir de los 50 años.

SALUD

Bienestar

Confort Urin'R
Una respuesta natural a infecciones de orina.

Laxifor
Una solución natural, rápida y eficaz a los problemas de tránsito intestinal

Línea Femme+

Femme + Sérénité
Una solución natural para los cambios de humor durante la menopausia.

Femme + Désir
Una respuesta natural a los problemas de la libido para las mujeres a partir de los 45 años.

2009

SALUD – Bio Fototerapia

Minceur Green Tea
Ayuda a adelgazar gracias al efecto de ingredientes quemadores de grasa como la cafeína.

Sommeil Camomile
Ayuda a combatir problemas leves de insomnio.

Stress Lemon Balm
Conocido por sus efectos relajantes al igual que ayuda a reducir el estrés y las tensiones nerviosas.

Tonus Guarana
Con su alto contenido en cafeína ayuda a combatir la fatiga física y mental.

Défenses Naturelles Ginseng
Ayuda a activar las defensas naturales del organismo.

Détox Chicory
Con sus propiedades purificadoras y drenantes, ayuda a eliminar las toxinas del cuerpo.

BELLEZA: 5 productos (3 nuevos lanzamientos en 2008-2009)

Anti-Arrugas

Expert Anti-Age
Actúa desde el interior para ayudar a regenerar, re-densificar y alisar la piel para un rostro radiante y juvenil.

Bronceado

Expert Bronzage
Actúa desde el interior para estimular, incrementar y prolongar el bronceado. También combate el envejecimiento producido por la exposición solar y ayuda a regenerar la piel.

Hidratación

Expert Hydratation
Ayuda desde el interior a nutrir su piel, mientras la suaviza y la protege para darle un aspecto de frescor y elasticidad.

HOMBRE: 6 productos (5 nuevos lanzamientos en 2008-2009)

Adelgazamiento

2008

Minceur 24+ Men
El primer complemento nutricional adelgazante 24 horas para hombres. Sigue el ritmo biológico del cuerpo alcanzando el mejor resultado.

2008

Abdos Men
Ayuda a formar masa muscular y a reducir la acumulación de la grasa alrededor de la zona abdominal.

Vitalidad

2009

100% Energy Men
Un complemento dietético especialmente desarrollado para aumentar la energía y el tono vital.

Sexualidad

2008

Tigra+ Men
Especialmente formulado para ayudar a los hombres a recuperar su vitalidad sexual. Su eficacia se basa en las dos claves esenciales para una vida sexual plena: apetito sexual y rendimiento óptimo.

Belleza

2008

AutoBronz Men
Una fórmula de protección solar innovadora para hombres. Rica en caroteno, que proporciona un aspecto saludable, mientras que sus innovadoras fórmulas L-Tyrosine y Copper favorecen a un aspecto natural de la piel.

Forté Pharma: Creación de una marca líder paneuropea

Distribución

- Farmacias en Francia: 22.000
- **Farmacias objetivo: aprox. 8.000**
- **Presencia de Forté Pharma:7.100 puntos de venta**

Fuerza de ventas

- Cierre 2008: 55 personas en la fuerza de ventas en Francia

Publicidad

- Inversión en publicidad: 19% sobre las ventas locales

Distribución

- Forté Pharma está actualmente presente en **aprox. 1.800** farmacias y parafarmacias

Fuerza de ventas

- Cierre 2008: 8 personas en la fuerza de ventas en Bélgica

Publicidad

- Inversión en publicidad: 14% sobre las ventas locales

Forté Pharma: Creación de una marca líder paneuropea

Distribución

- El mercado holandés está controlado por **cadenas de distribución** de parafarmacias
- Forté Pharma está presente en **2.200 puntos de venta** de las principales cadenas

Fuerza de ventas

- Cierre 2008: 2 personas en la fuerza de ventas en Holanda

Publicidad

- Inversión en publicidad: 28% sobre las ventas locales

Distribución

- Farmacias en España: 20.000
- **Farmacias objetivo:aprox. 6.500**
- **Presencia de Forté Pharma:2.500 puntos de venta**

Fuerza de ventas

- Cierre 2008: 14 personas en la fuerza de ventas en España

Publicidad

- Inversión en publicidad: 33% sobre las ventas locales

Forté Pharma: Creación de una marca líder paneuropea

Distribución

- Farmacias en Portugal: 3.000
- **Farmacias objetivo: aprox. 800**
- **Presencia de Forté Pharma: 170 puntos de venta**

Fuerza de ventas

- La filial portuguesa ha sido creada en enero de 2009, con 4 personas en la fuerza de ventas

Publicidad

- Inversión en publicidad: 32% sobre las ventas locales

Distribución

- Farmacias en Polonia: 12.000
- **Farmacias objetivo: aprox. 4.500**
- **Presencia de Forté Pharma: 900**

Fuerza de ventas

- FPh se distribuye en Polonia a través de un distribuidor local que está introduciendo la marca fuertemente

Publicidad

- Inversión en publicidad: 36% sobre las ventas locales

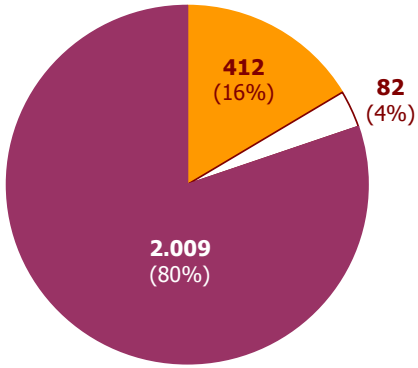
Forté Pharma: Creación de una marca líder paneuropea

Distribución	• Actualmente FPh está presente en **800 farmacias**
Fuerza de ventas	• FPh se distribuye en Austria a través de un distribuidor local que está introduciendo la marca fuertemente
Publicidad	• Inversión en publicidad: 33% sobre las ventas locales

Distribución	• Farmacias en Italia: 18.000 • **Farmacias objetivo: aprox. 6.500** • **Presencia de Forté Pharma:1.400 puntos de venta**
Fuerza de ventas	• FPh se distribuye en Italia a través de Skills, un distribuidor local con más de 40 vendedores, que cubre la totalidad del territorio
Publicidad	• Inversión en publicidad: 31% sobre las ventas locales

FPh está diseñando la estrategia para penentrar en Alemania

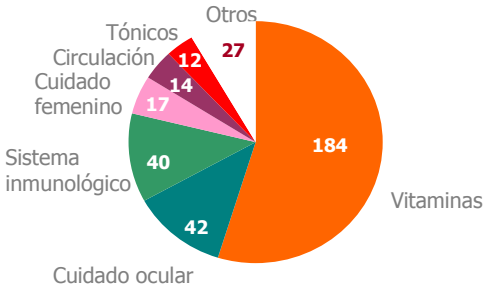
Estructura del mercado alemán en productos OTC [1]
(valor del *sell out* por segmento de mercado 2008, en '000€)



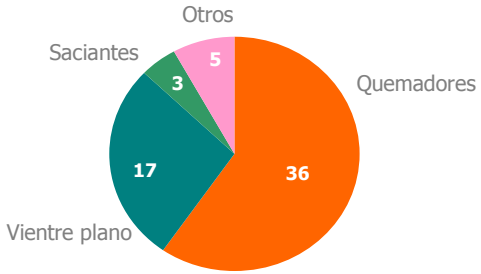
- Control de peso
- Salud
- Belleza

Principales subsegmentos del mercado de complementos nutricionales[1]
(valor del *sell out* por segmento de mercado 2008, en '000€)

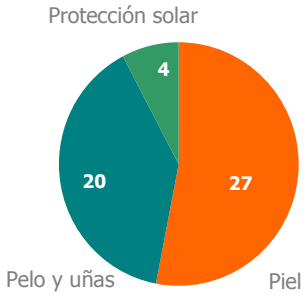
Salud



Control de peso



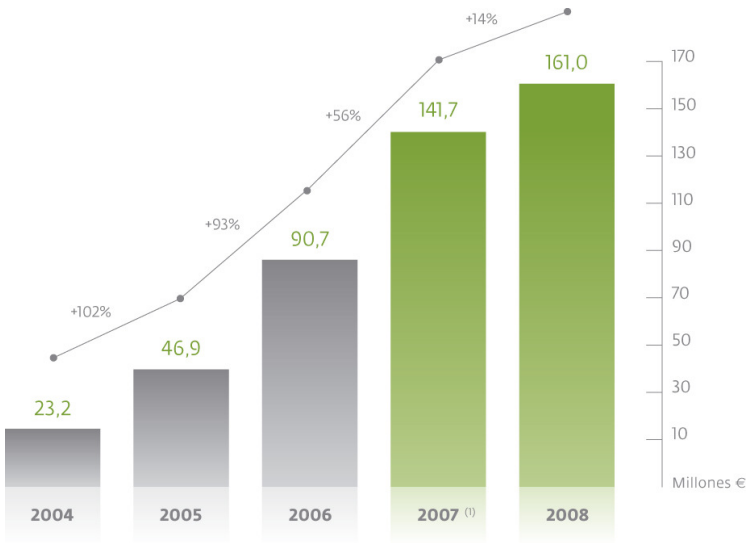
Belleza



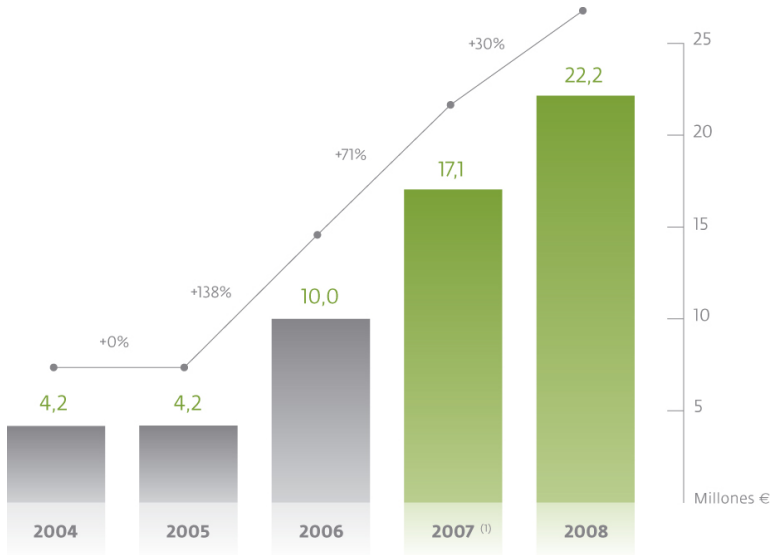
(1) Datos de año móvil a marzo 2008
Fuente: IMS

Resultados
Ejercicio 2008

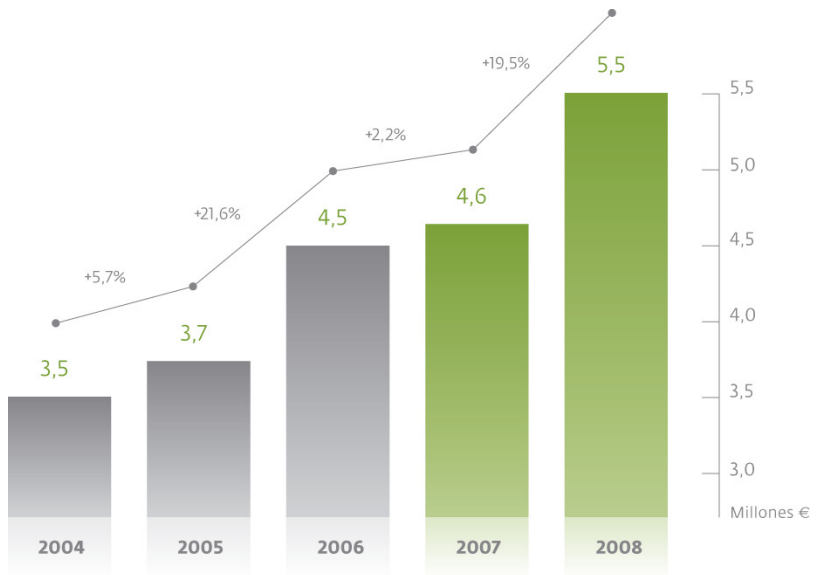
Ventas *(en M€)*



Ebitda *(en M€)*

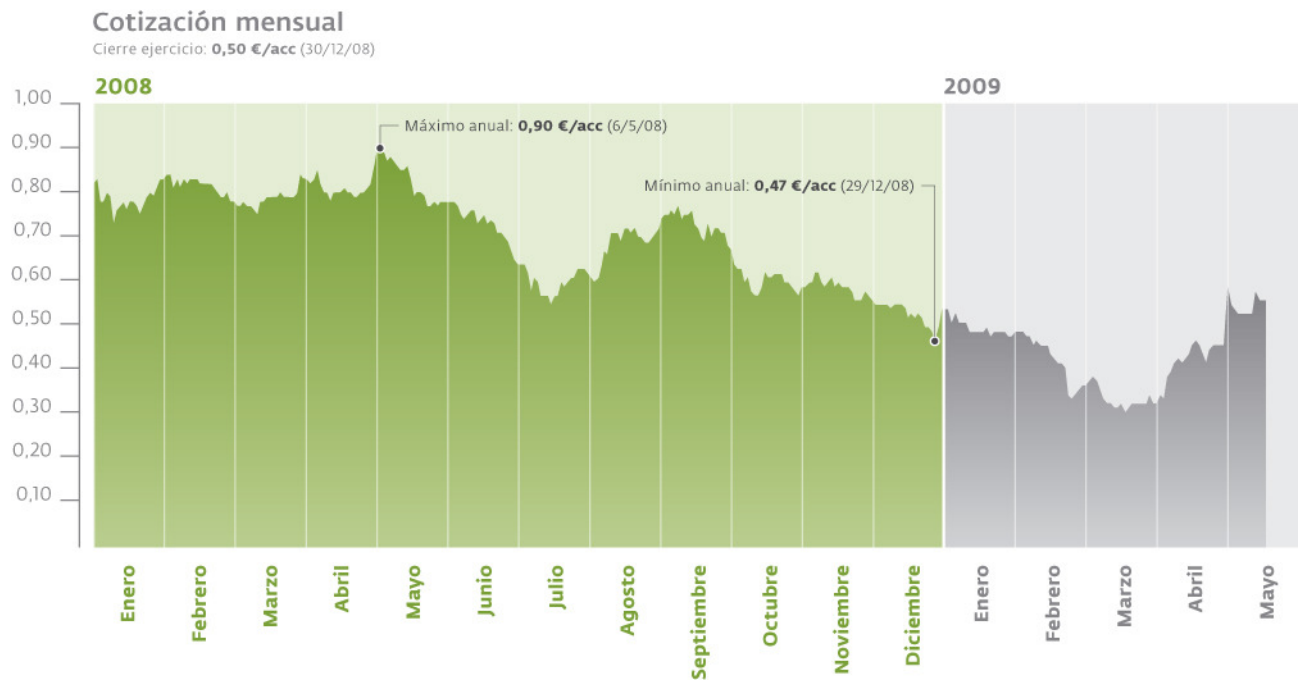


Beneficio recurrente *(en M€)*



Beneficio neto *(en M€)*

Evolución de la cotización



Acciones en circulación: 328.713.946

Capitalización 31/12/08: 164.356.973

EVOLUCIÓN INDICES 2008

Ibex 35: -38,70%

Ibex Small Caps: -57,97%

Natraceutical: -39,02%

www.natraceuticalgroup.com

Departamento de Relación con Inversores *- Glòria Folch - Tel. (+34) 93 584 81 85 - gloria.folch@natraceuticalgroup.com*