



Expertos en
nutrición y
control del peso



Resultados Primer Semestre 2020

28 Septiembre de 2020



El presente documento ha sido preparado por NATURHOUSE HEALTH S.A. (“NATURHOUSE” o la “Sociedad”), exclusivamente para su uso en las presentaciones con motivo del anuncio de los resultados de la Compañía correspondientes a tercer trimestre de 2019. NATURHOUSE no autoriza su divulgación, publicación ni utilización por ninguna otra persona física o jurídica con una finalidad distinta a la arriba expresada salvo con el consentimiento previo, expreso y por escrito de NATURHOUSE ni, en consecuencia, asume ninguna responsabilidad por el contenido del documento si este es utilizado con una finalidad distinta a la expresada anteriormente sin contar con la autorización de la Sociedad.

Se advierte que la información contenida en el presente documento no ha sido auditada por los auditores de la Sociedad y ha sido resumida. La información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, salvo cuando se indica expresamente otra fuente, han sido elaboradas por la Sociedad.

El presente documento contiene previsiones o estimaciones relativas a la evolución de negocio y resultados de la Compañía en el futuro. Estas previsiones responden a la opinión y expectativas actuales de NATURHOUSE HEALTH, S.A. Dichas previsiones por su propia naturaleza inciertas, están afectadas por riesgos, entre los que se encuentran los recogidos en el Folleto informativo de la oferta de venta y admisión a negociación de las acciones de NATURHOUSE, que fue aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y quedó registrado en sus registros oficiales el 9 de abril de 2015 y está a disposición de los inversores en las páginas web del emisor (www.naturhouse.com) y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (www.cnmv.es). Estos riesgos podrían ocasionar que los resultados reales difieran significativamente de dichas previsiones o estimaciones.

Lo expuesto en este documento debe de ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por NATURHOUSE HEALTH SA, y en particular por los analistas que manejen el presente documento.

Este documento no constituye una oferta de venta o suscripción ni una invitación a suscribir o adquirir acciones de NATURHOUSE ni valor diferente alguno en España ni en ninguna otra jurisdicción



- Principales Magnitudes.
- Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.
- Evolución Cifras Trimestre estanco
- Ventas y EBITDA por países.
- Evolución de los Centros.
- Caja Neta y Dividendos.
- Balance Consolidado.
- Estrategia y Perspectivas.
- Hechos Relevantes del Periodo.



Naturhouse sigue generando beneficios y caja a pesar del impacto de la crisis del COVID-19

Naturhouse está preparado para afrontar el impacto económico de la pandemia gracias a su solidez de balance y excelente situación de tesorería (12,8MM € de Caja Neta)**

Implantación del canal ONLINE en los principales mercados

	2T19	2T20	Desviación
Ventas	46.120	28.223	-17.897
EBITDA	14.109	8.034	-6.075
Margen EBITDA	30,6%	28,5%	
Beneficio Neto	8.244	3.630	-4.615
Centros	2.250	2.010	-240
Países	32	28	-4
Caja Neta *	-114	6.559	6.673
Caja Neta **	8.324	12.804	4.480

Datos en miles de euros

*caja neta a 31/12/2019 ** aislando impacto NIIF 16

(1) Calculada en base al precio de cierre de Naturhouse el 31 diciembre de 2019 (1,996 €/acc) y tomando como referencia los 4 dividendos con cargo al ejercicio de 2019 (importe 0,24€/acc.)



	2T19	2T20	desviación
Ventas Totales	46.120	28.223	-17.897
Aprovisionamientos	-13.516	-8.152	5.364
Margen Bruto	32.604	20.071	-12.532
<i>Margen Bruto</i>	<i>70,7%</i>	<i>71,1%</i>	
Personal	-9.823	-6.284	3.539
Otros Gastos Operativos	-9.075	-5.971	3.104
Otros Ingresos	404	219	-185
EBITDA	14.109	8.034	-6.075
<i>Margen EBITDA</i>	<i>30,6%</i>	<i>28,5%</i>	
Amortizaciones y deterioros	-2.347	-2.712	-365
EBIT	11.762	5.323	-6.439
<i>Margen EBIT</i>	<i>25,5%</i>	<i>18,9%</i>	
Resultados Financieros	-189	31	220
Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)	246	95	-151
BAI	11.819	5.449	-6.370
Impuestos	-3.575	-1.824	1.751
Minoritarios	0	4	4
Beneficio Neto	8.244	3.630	-4.615
<i>Margen sobre Beneficio Neto</i>	<i>17,9%</i>	<i>12,9%</i>	

Datos en miles de euros

Nota 1: Definición EBITDA: resultado operativo + amortizaciones de inmovilizado + deterioro y resultado por enajenación de inmovilizado.

□ Implementación de acciones para mitigar el impacto económico y financiero del COVID-19;

□ Reducción significativa de costes operativos y generales a partir de la segunda mitad del mes de Marzo.

□ Suspensión temporal del 85% de los trabajadores que se beneficiarán de las ayudas gubernamentales.

□ Mantener la fortaleza financiera maximizando la tesorería. Se acuerda la suspensión del pago de dividendos a los accionistas hasta ver la duración de la crisis sanitaria y el impacto económico final del mismo.

□ Destacar que en la partida de Amortizaciones y Deterioros se ha incorporado 861 miles de euros en concepto de deterioro de derechos de uso de alquileres de centros Naturhouse que han visto reducido su rentabilidad por el COVID-19.

□ Aislado el deterioro comentado anteriormente, el Resultado Neto ascendería a 4.49 miles de euros. Lo que supondría un incremento del margen sobre beneficio neto al 16%, solamente 2 puntos por debajo del año 2019. Prueba del gran trabajo realizado por la compañía para reducir los costes operativos y minimizar el impacto negativo que ha tenido el COVID-19 en las ventas.

Trimestre marcado por la crisis Sanitaria del COVID 19

El mes de Abril está marcado por el cierre de todos nuestros centros en los tres principales países

A partir del mes de Mayo, con la apertura de los centros Naturhouse vemos una recuperación ascendente de la facturación y por consiguiente del EBITDA

	VENTAS				EBITDA		
	mar.19	mar.20	var %		mar.19	mar.20	var %
Francia	8.620	6.325	-26,62%	Francia	3.206	2.511	-21,7%
España	4.387	3.342	-23,82%	España	549	343	-37,5%
Italia	5.200	4.218	-18,88%	Italia	1.824	927	-49,2%
Polonia	2.702	2.266	-16,14%	Polonia	598	424	-29,1%
Resto	586	518	-11,60%	Resto	23	-23	-200,0%
Total	21.495	16.669	-22,45%	Total	6.200	4.182	-32,5%
Área Internacional	17.108	13.327	-22,1%	Área Internacional	5.651	3.839	-32,1%

En miles de euros

En miles de euros

	EVOLUCIÓN TRIMESTRE				EVOLUCIÓN TRIMESTRE		
	jun.19	jun.20	var %		jun.19	jun.20	var %
Francia	9.645	4.228	-56,2%	Francia	4.182	1.563	-62,6%
España	5.323	2.377	-55,3%	España	1.904	1.062	-44,2%
Italia	5.903	3.189	-46,0%	Italia	1.386	958	-30,9%
Polonia	2.978	1.402	-52,9%	Polonia	518	213	58,9%
Resto	776	359	-53,7%	Resto	-80	56	170,0%
Total	24.625	11.555	-53,1%	Total	7.910	3.852	-51,3%
Área Internacional	19.302	9.178	-52,5%	Área Internacional	6.006	2.790	-53,5%

En miles de euros

En miles de euros

Evolución de ventas por países

	2T19	2T20	var %
Francia	18.265	10.553	-42,2%
España	9.710	5.719	-41,1%
Italia	11.103	7.407	-33,3%
Polonia	5.680	3.668	-35,4%
Resto países	1.362	877	-35,6%
Total	46.121	28.224	-38,8%
Área Internacional	36.411	22.505	-38,2%

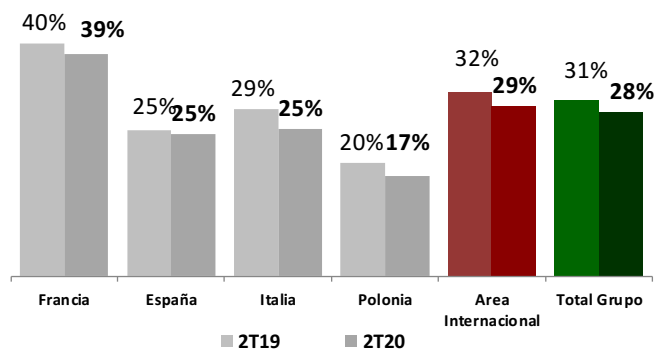
En miles de euros

Evolución de EBITDA por países

	2T19	2T20	var %	Margen EBITDA
Francia	7.388	4.074	-44,9%	38,6%
España	2.453	1.405	-42,7%	24,6%
Italia	3.210	1.885	-41,3%	25,4%
Polonia	1.116	637	-42,9%	17,4%
Resto países	-57	33	157,9%	29,5%
TOTAL	14.109	8.034	-43,1%	28,5%
Area Internacional	11.655	6.629	-43,1%	29,5%

En miles de euros

Evolución margen EBITDA por países (%)



❑ La facturación a cierre del 2T20 se ha situado en 28,22 mn de euros.

✓ El descenso de las ventas viene derivado como consecuencia de la crisis del COVID-19, afectando desde mediados de marzo a nuestros cuatro principales mercados. La estrategia de la compañía pasa por abastecer el mercado actual mediante la venta online. En Marzo se lanza el canal online en Italia y en Abril en Francia y Polonia.

✓ La facturación tuvo su momento más bajo en el mes de Abril cuando las medidas de confinamiento eran más duras. Desde el mes de Mayo estamos viendo una recuperación mensual camino a la facturación de años anteriores.

✓ Consideramos, siempre que no hayan más medidas que impidan el desarrollo normal del negocio, que en septiembre veremos el impacto de la crisis del COVID-19 sobre nuestra red de tiendas Naturhouse.

❑ El EBITDA ha alcanzado 8,03 mn de €

✓ El COVID-19 ha cortado la tendencia de dos trimestres consecutivos (los dos últimos trimestres de 2019) consiguiendo un EBITDA superior al del mismo periodo del año anterior.

✓ Desde mediados del mes de marzo la compañía ha estado trabajando para reducir al máximo los costes fijos y con ello estar preparado para superar la crisis actual y retomar la actividad lo más rápido posible;

✓ Negociación con los propietarios de los locales de nuestros centros propios, buscando condonar los alquileres mientras dure el estado de alerta o una reducción del gasto.

✓ Suspensión temporal del 85% de los trabajadores que se beneficiarán de las ayudas gubernamentales.

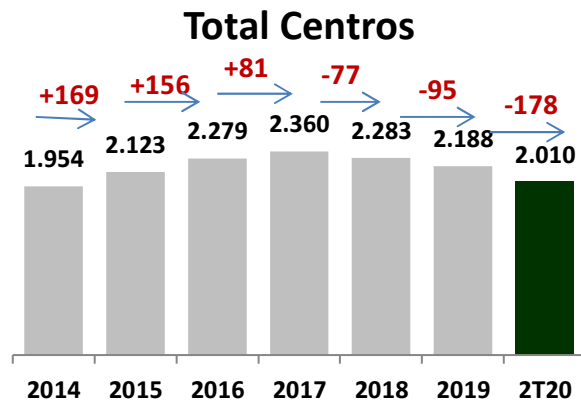
✓ Se han congelado las inversiones en publicidad

✓ El grupo lleva invertidos desde el inicio del proyecto en 2019 hasta la fecha 0,68 mn de € en el proyecto de digitalización del modelo Naturhouse.

❑ El Resultado Neto alcanza 3,63 mn de €, como consecuencia del impacto de la crisis del COVID-19. Aislado el deterioro comentado anteriormente, el Resultado Neto ascendería a 4,49 mn de euros. Lo que supondría un incremento del margen sobre beneficio neto al 16%, solamente 2 puntos por debajo del año 2019. Prueba del gran trabajo realizado por la compañía para reducir los costes operativos y minimizar el impacto negativo que ha tenido el COVID-19 en las ventas.

2.010 centros en 28 países

-178 cierres netas a cierre del 2T de 2020 como consecuencia del plan de optimización de la estructura comercial de la compañía



Desglose aperturas netas:

- 106 franquicias derivado fundamentalmente de la optimización de la estructura comercial de la compañía en los mercados donde hay más centros (Francia, España y Polonia).
- 72 centros propios: Pensamos cubrir estos mercados mediante el canal online, reduciendo los costes operativos asociados a los centros propios físicos.

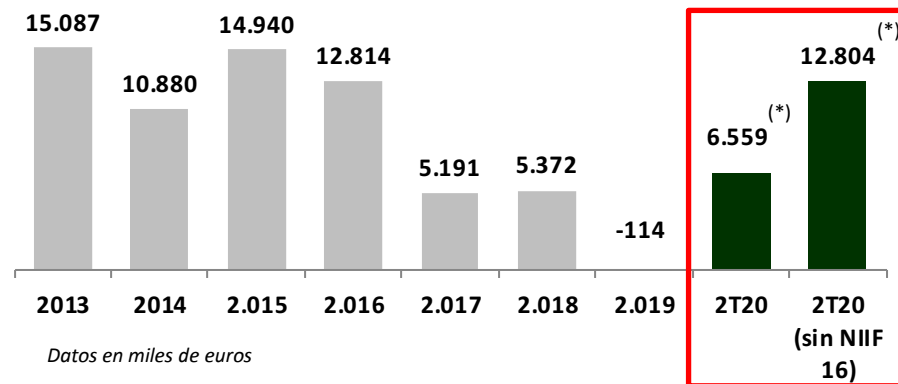
1.593 de los centros son franquicia, 169 centros propios y 248 másterfranquicias

	2019			2T20			Aperturas netas 2020		
	Total	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias	Total	Propios	Franquicias
Francia	584	25	559	561	22	539	-23	-3	-20
España	531	84	447	493	72	421	-38	-12	-26
Italia	454	45	409	408	24	384	-46	-21	-25
Polonia	287	67	220	237	31	206	-50	-36	-14
Resto países filiales	66	20	46	63	20	43	-3	0	-3
Países masterfranquiciados	266	0	266	248	0	248	-18	0	-18
Total	2.188	241	1.947	2.010	169	1.841	-178	-72	-106



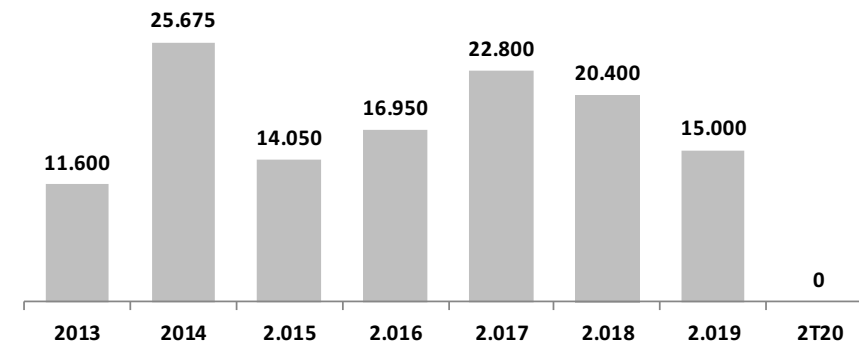
Excelente evolución de la generación de caja, que garantizan uno de los dividendos más atractivos de la Bolsa Española

Caja Neta⁽¹⁾



(*) No incluye los 1 mn de €, pendientes de devolver por parte de la Agencia Tributaria española

Dividendos



Nota 1: Los datos de 2012, 2013 y 2014 incluyen SAS Naturhouse en todos los periodos

La caja neta a cierre del 2T de 2020 se ha situado en 6,56 mn €, a pesar de estar pendientes de devolución 1,12 mn de euros por parte de la Agencia Tributaria española. Incluyendo esta última cifra, la caja neta de cierre del 2T de 2020 hubiera situado en 7,68 mn de €.

La caja neta se ha visto afectada por la introducción de la norma contable NIIF 16 en el ejercicio de 2019. La deuda financiera se ha visto incrementada en 6,24 mn de euros, derivado de la deuda total contemplado en los contratos de arrendamiento financiero. Si aislamos el efecto de la NIIF 16, la **Caja Neta asciende a 12,8 mn de euros.**

Naturhouse está en disposición de seguir con su política de pago de dividendo a sus accionistas, pero la normativa establecida por el gobierno español a las empresas que se han beneficiado de las exenciones de los ERTE, prohíbe el pago de dividendo.

(1) Definición Caja Neta: efectivo y equivalentes - deuda financiera a corto plazo - deuda financiera a largo plazo

(2) Calculada en base al precio de cierre de Naturhouse el 31 diciembre de 2019 (1,996 €/acc) y tomando como referencia los tres dividendos con cargo a los resultados de 2019 (importe total 0,24€/acc)

	2019	2T20
Inmovilizado Intangibles	1.296	1.268
Inmovilizado Material	9.618	6.772
Activos Financieros no Corrientes	828	808
Inversiones en Empresas Asociadas	3.152	3.165
Activos por Impuestos Diferidos	138	132
ACTIVO FIJO	15.032	12.145
Existencias	4.124	3.018
Clientes	3.506	4.856
Activos por impuestos corrientes	3.639	3.209
Otros Activos Corrientes (Gastos anticipados)	955	463
Participaciones en Compañías Vinculadas	0	0
Efectivo y Equivalentes	10.305	15.526
ACTIVO CIRCULANTE	22.529	27.072
TOTAL ACTIVO	37.561	39.217
FFPP	16.514	21.321
Provisiones no Corrientes	1.107	1.112
Deuda Financiera LP	7.757	7.576
Pasivos por Impuestos Diferidos	9	0
PASIVO FIJO	8.873	8.688
Deuda Financiera CP	2.577	1.391
Pasivos con Compañías Vinculadas	85	0
Proveedores	5.091	3.860
Proveedores Partes Vinculadas	3.243	1.794
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.178	2.163
PASIVO CIRCULANTE	12.174	9.208
TOTAL PASIVO	37.561	39.217

En miles de euros

□ Con la política de cierre de centros propios para optimizar los costes operativos, hace que el inmovilizado material descienda, según la aplicación de la normativa NIIF 16.

□ El Inmovilizado Material ha tenido un impacto de 861 miles de euros por el deterioro de los activos de derecho de uso de los centros propios Naturhouse. Dicho deterioro es consecuencia del impacto en la rentabilidad de algunos centros propios por el COVID-19.

□ El Efectivo y Equivalentes crece un 50% a pesar del descenso en las ventas por la política de la compañía en la contención de gastos, logrando tener flujos de caja positivos durante toda la crisis del COVID-19. En cuanto la normativa española nos lo permita, revertiremos la caja al accionista siguiendo la política de dividendos que se ha practicado los últimos años.

□ El descenso de la actividad en el segundo trimestre de 2020 provocado por la crisis sanitaria del COVID 19 y su consecuencia en los el sistema económico de los distintos países, hace que la deuda con proveedores y las existencias hayan descendido



Nuestro principal objetivo es continuar creando valor para nuestros accionistas y mantenernos a la cabeza de la Bolsa española en términos de política de dividendos

Estrategia

- ✓ Tras la experiencia en el desarrollo del negocio digital en el mercado inglés y norteamericano, y ver la necesidad de desarrollar dicho canal de venta en situaciones extremas como la que estamos viviendo actualmente, el grupo ha decidido implementar dicha estrategia en sus principales cuatro mercados. En Enero se empezó a hacer pruebas en el mercado español, en Marzo se implementó en el mercado italiano y en el segundo trimestre del año 2020 se ha implementado en el mercado francés y polaco. La actual crisis del COVID-19 nos reafirma en la importancia de la decisión tomada en 2019 para digitalizar el modelo de negocio Naturhouse.
- ✓ Plan de optimización de la estructura comercial con el objetivo de mejorar a medio plazo la facturación por tienda y abordar el servicio en zonas donde no existe un centro físico Naturhouse con la venta online.
- ✓ Cambio de imagen de las tiendas hacia un formato que denominamos *Tienda 2.0*, donde el cliente pueda dirigirse directamente a los productos no ligados al sobrepeso sin necesidad de asesoramiento, ya que estos se encuentran categorizados. Todo ello, nos permitirá incrementar la rentabilidad por tienda como resultado de la venta de productos no ligados con el sobrepeso y con el que se espera atraer a un público más joven.

Objetivos

- ✓ Incremento de las ventas tanto en los países principales como en nuevos países.
- ✓ Aumento de presencia internacional y venta digital.
- ✓ Margen EBITDA superior al 30%.
- ✓ Mantenimiento de la solidez del balance y de la capacidad de generación de caja.

Mantendremos la solidez de nuestro balance y nuestra elevada capacidad de generación de caja.



Hechos Relevantes del Periodo

- 31 de enero de 2020: Cancelación del contrato de liquidez y Comunicación de saldos y movimientos realizados en el último trimestre del contrato.
- 28 de febrero 2020: Dividendo final 2019
- 28 de febrero 2020: Informe Anual de Gobierno Corporativo
- 28 de febrero 2020: Informe de Remuneraciones de los Consejeros
- 28 de febrero 2020: Informe de Responsabilidad Social Corporativa
- 28 de febrero 2020: Resultados 2019
- 13 de marzo de 2020: Comunicación cierre tiendas en el mercado italiano como consecuencia del COVID-19
- 23 de marzo de 2020: Comunicación cierre tiendas en el mercado francés y español como consecuencia del COVID-19
- 24 de marzo de 2020: Aplazamiento de la convocatoria de la Junta General de Accionistas
- 25 de marzo de 2020: Comunicación de presentación de ERTes
- 30 de marzo de 2020: Prórroga del pago de dividendo hasta que se celebre la Junta de Accionistas
- 12 de mayo 2020: Convocatoria de Junta General Ordinaria de 2020
- 12 de junio de 2020: Anuncio Complementario de la Convocatoria de la Junta General Ordinaria de Accionistas
- 22 de junio de 2020: Acuerdos y Votaciones de la Junta General Ordinaria de Accionistas de 2020
- 22 de Junio de 2020: Declaración Intermedia de Resultados del Primer Trimestre de 2020



CONTACTO

Hugo Campillo

Director Financiero

Teléfono: +34 914323953

Email: accionista@naturhouse.com





Evolución de la compañía por impacto del Covid-19

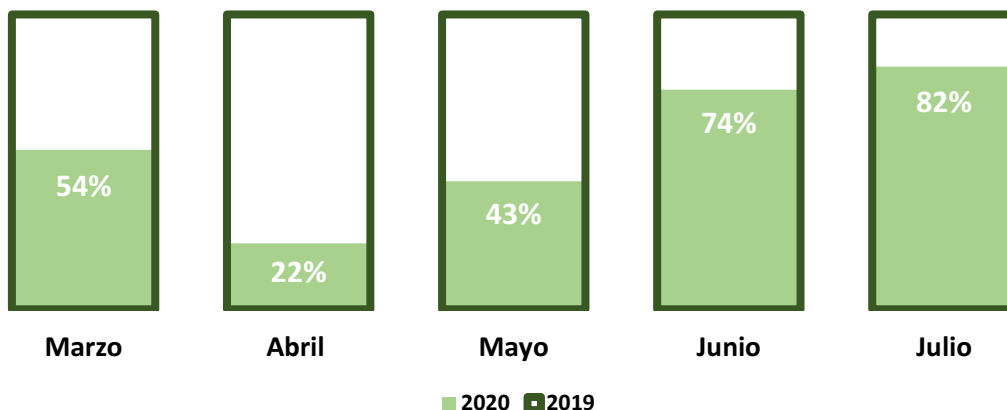
Las medidas excepcionales adoptadas a mediados de marzo por los países de la Unión Europea para hacer frente a la propagación del Covid19, provocaron que la demanda del sector disminuyera drásticamente en los meses de marzo y abril como consecuencia del confinamiento y a las limitaciones impuestas a la actividad comercial.

Como consecuencia de estas medidas, las ventas de la compañía en el mes de marzo disminuyeron un 46% respecto al mismo periodo del año anterior, afectando severamente el resultado de España, Francia e Italia en especial.

Abril fue el mes más crítico de la pandemia. De los principales mercados donde la compañía tiene presencia, el 93% de los centros Naturhouse en Polonia permanecieron abiertos, en el resto de países solo el 49% de los centros estuvieron operativos. Dada la situación, las ventas disminuyeron bruscamente, representando el 22% de las alcanzadas en 2019.

A partir del mes de mayo, mes de la reactivación económica, los resultados muestran signos de una considerable recuperación impulsada por la progresiva reapertura de centros Naturhouse y el levantamiento de la prohibición a la movilidad no esencial por parte de los ciudadanos europeos. Durante este mes el 86% de centros Naturhouse estuvieron operativos, favoreciendo una escalada de las ventas hasta alcanzar el 43% de la cifra de negocio del mismo periodo del año anterior. Tendencia que se mantiene en los sucesivos meses, con recuperaciones en las ventas del 74% y 82% en junio y julio respectivamente.

Evolución Ventas 2020 vs 2019

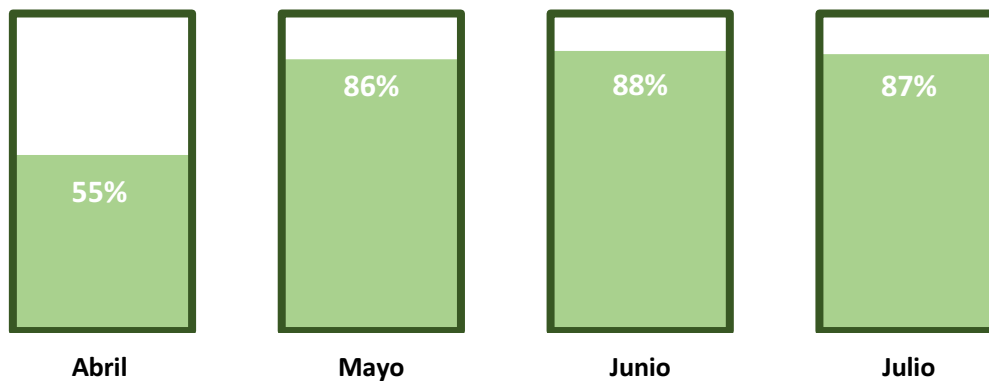




Evolución de los centros durante la pandemia

En el mes de abril el 55% de los centros Naturhouse que permanecieron abiertos vieron afectada su actividad comercial por las limitaciones a la movilidad establecidas principalmente en países de la Unión Europea. El inicio de la desescalada en el mes de mayo favoreció la reapertura de centros, hasta alcanzar en el mes de junio el 88% de los centros existentes al cierre de marzo 2020.

Reapertura centros Naturhouse



Medidas implementadas

Para hacer frente a esta difícil coyuntura económica la compañía implementó un plan de contingencia destinado a adaptar las operaciones y garantizar la continuidad del negocio con el objetivo de:

- Minimizar los costes operativos durante el cierre de los centros propios.
- Reforzar la liquidez.
- Mejorar la eficiencia de procesos.
- Complementar el servicio prestado a los clientes impulsando la venta online.
- Reactivar paulatinamente la actividad teniendo muy presente la rentabilidad y optimización de recursos, así como la salud y seguridad de empleados y clientes.

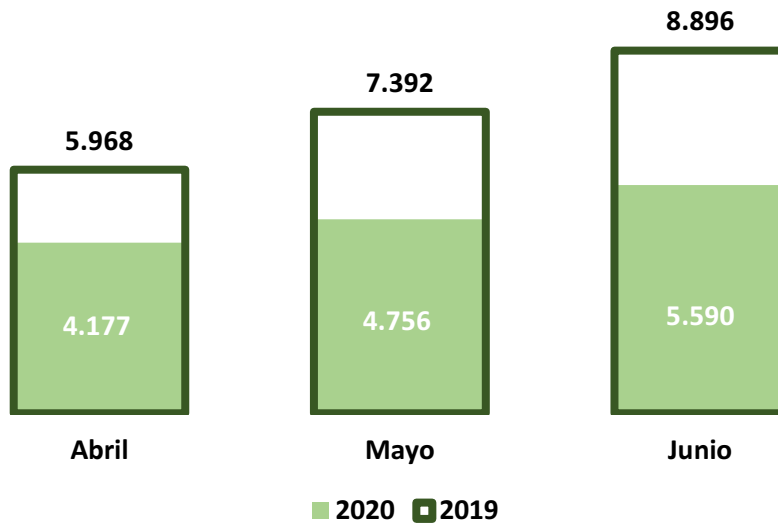
La compañía sigue muy de cerca la evolución de la pandemia desde su irrupción. A fin de garantizar la contención de los costes operativos a largo plazo, la compañía continúa adaptando la plantilla a la situación actual con despidos temporales en España, Francia e Italia. Está previsto extender los expedientes de regulación de empleo durante el tercer trimestre, e ir incorporando progresivamente a los empleados conforme a la evolución de la demanda y rentabilidad de los centros propios.

Las soluciones facilitadas por los países de la Unión Europea a las empresas para adaptar las plantillas mediante reducciones de jornada o suspendiendo la actividad laboral y evitar despidos a corto plazo como ha sucedido en EEUU, ha permitido a la compañía reducir la carga salarial un 34% en el segundo trimestre del año respecto al mismo periodo del año anterior.





Evolución carga salarial en el segundo trimestre

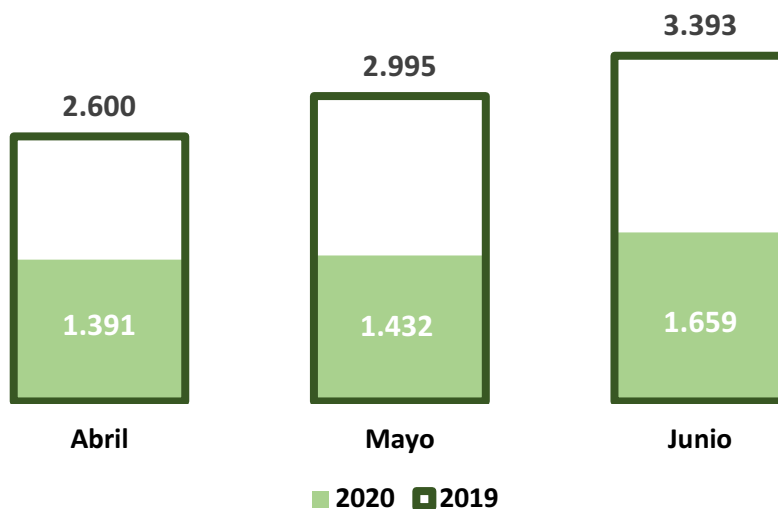


Cifras en miles de euros

Otra de las partidas significativas de la compañía, son los gastos en concepto de arrendamiento de los centros de trabajo donde desarrolla la actividad. La negociación de las rentas con los propietarios ha proporcionado a la compañía bonificaciones por 85 mil euros en el segundo trimestre del año. Para el segundo semestre la compañía tiene previsto conseguir reducciones temporales adicionales en las rentas de los arrendamientos.

Si bien la publicidad es un elemento fundamental dentro de la estrategia comercial, la compañía moderó el gasto de esta partida durante el segundo trimestre con una reducción del 50% respecto al mismo periodo del 2019.

Evolución del gasto en marketing y publicidad en el segundo trimestre



Cifras en miles de euros



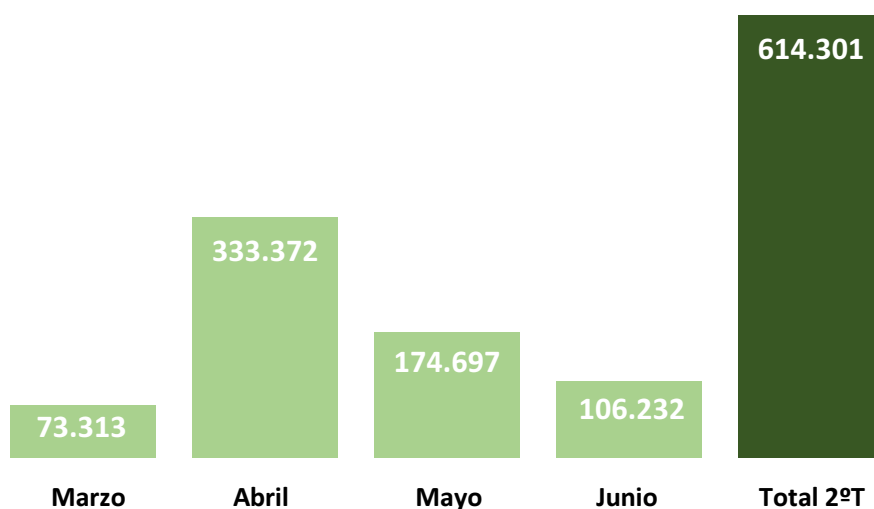


Las limitaciones a la movilidad impuestas por los países durante los primeros meses para evitar la propagación del virus, llevaron a la compañía a cancelar desplazamientos, viajes y demás compromisos del personal. Esta medida supuso una drástica minoración del gasto del 75% respecto al segundo trimestre del pasado ejercicio.

Desde el inicio de la pandemia la compañía ha informado de las medidas adoptadas destinadas a reforzar la posición de liquidez con la finalidad de disponer de todos los recursos financieros para la protección de sus empleados, accionistas, clientes y proveedores. Además de la cancelación del dividendo de 3 millones de euros con cargo al ejercicio 2019 y el aplazamiento de inversiones para la apertura de nuevos centros propios, la compañía recibió el 15 de junio ayudas estatales en Polonia en forma de subvención por valor de 607 mil euros. La posición de liquidez de la compañía a 30 de junio de 2020 es de 13.122 millones de euros, sin considerar el efecto de la NIIF16.

Igualmente, la compañía sigue adelante con la estrategia de crecimiento basada en la digitalización del modelo de negocio mediante el desarrollo de plataformas de comercio electrónico. En enero de 2020 se puso en marcha la plataforma de ecommerce en España, en marzo se lanzó en Italia, Francia en abril y Polonia finalmente en mayo. Las limitaciones a la movilidad impuestas en la Unión Europea durante los meses de abril y mayo han favorecido un crecimiento significativo de las ventas online en los principales mercados. Las ventas online de las principales filiales en el segundo trimestre del año alcanzaron los 614 mil euros, un 686% de crecimiento respecto al primer trimestre. Dada la situación actual provocada por la pandemia y la excelente respuesta de los usuarios, la compañía espera que las ventas online superen el millón de euros al cierre del ejercicio.

Evolución ventas online en el segundo trimestre



Cifras en miles de euros

La adecuada transformación de la estructura iniciada a principio de año, impulsada por la digitalización del negocio, junto con las medidas implementadas han permitido a la compañía superar los meses más severos de la pandemia.





Plan de contingencia

Medidas implementadas por la compañía para hacer frente a la evolución de la pandemia,

Personal

Tiendas propias:

- Europa: despidos temporales por causas de fuerza mayor en España, Francia e Italia, los cuales se extienden hasta el tercer trimestre.

Oficinas centrales y almacenes:

- Europa: despidos temporales por causas de fuerza mayor en España, Francia e Italia, los cuales se extienden hasta el tercer trimestre.

Otros gastos operativos

- La cancelación de desplazamientos y viajes del personal sigue suspendida.
- Contención del gasto en concepto de marketing y publicidad.

Alquileres

- Negociación con los propietarios de los locales de centros de trabajo la condonación de rentas. Medida que se espera extender durante el segundo semestre con bonificaciones adicionales sobre rentas.

Fortalecer la liquidez

Medidas adoptadas para reforzar la liquidez,

- Marzo: propuesta de cancelación del dividendo a cuenta de los resultados de 2019 y distribución de reservas voluntarias por € 3 millones aprobada en la Junta General de Accionistas celebrada en junio 2020.
- Junio: recibida subvención estatal en Polonia el 15 de junio de 607 mil euros.

Estrategia de reaperturas y recuperación

La reactivación de la actividad comercial comenzó en mayo. El proceso de reapertura de centros propios está siendo progresivo conforme a la evolución de la demanda y basado en optimizar la rentabilidad y los recursos disponibles.

La fase de recuperación está siendo inicialmente impulsada por la demanda de franquicias. Igualmente, cabe destacar el fuerte crecimiento de las ventas online resultado de la estrategia de digitalización implementada a finales de 2019 que ha permitido a la compañía superar los meses más severos de la pandemia merced a la buena respuesta de las plataformas de comercio electrónico lanzadas en España, Francia, Italia y Polonia.

