

Estimados Amigos:

Tengo el placer de darles la bienvenida y compartir con ustedes el plan estratégico de **Natraceutical Group**.

Hasta hoy, **Natraceutical Group** era un grupo multinacional, proveedor de productos y servicios a otras compañías, formado por **Natraceutical, Obipektin y Overseal**, con presencia productiva en tres países europeos y uno latinoamericano y con una cartera de ingredientes que supera las 500 referencias.

Nuestro propósito es seguir avanzando hacia mercados con aún mayor valor añadido, gracias a la adquisición de **Forté Pharma** (líder del mercado francés de complementos adelgazantes). **Natraceutical Group** amplía así su cadena de valor, llegando al consumidor final con sus propios productos.

Se consolidaría así un grupo líder en el mercado de la salud, con una facturación pro forma en el 2006 que gracias a la adquisición de **Forté Pharma** se incrementaría en más de un 50%, alcanzando los **150 millones de euros**, y un EBITDA que pasaría de **16 a 24 millones de euros**.

Esperamos sinceramente contar con ustedes en este apasionante proyecto.

Muy cordialmente,

Xavier Adserà Gebellí
Presidente



El mercado de la salud

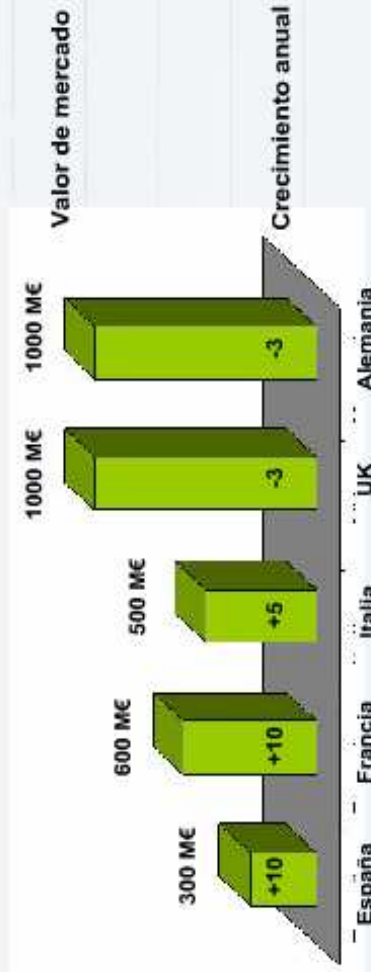
Producto	Alimentación funcional Alimentos que aportan un plus aparte de su valor nutricional	Complementos alimenticios Fuentes concentradas de nutrientes que se comercializan en forma dosificada	OTC Fármacos para el alivio de enfermedad menor	Fármacos Formulación de principios activos en forma farmacéutica
Objetivo	Prevenición	Prevenición	Tratamiento	Tratamiento
Distribución	Venta libre	Venta libre	Regulada	Regulada
Reglamentación	Grandes superficies/tiendas especializadas	Grandes superficies/tiendas especializadas	Oficinas de farmacia	Oficinas de farmacia
Mercado UE	10.000 M€	4.600 M€	15.300 M€	60.000 M€
Crecimiento	17%	10-30%	11%	6%

○ Nichos con mayor potencial para el crecimiento de la compañía



Definición: Legislativamente los complementos alimenticios son fuentes concentradas de nutrientes, o sustancias con efectos nutricionales o fisiológicos, cuyo fin es suplementar la dieta normal. El mercado europeo se estima en más de 4000 M€, donde adelgazamiento representa el sub-segmento de mayor volumen y belleza cutánea el de mayor tasa de crecimiento.

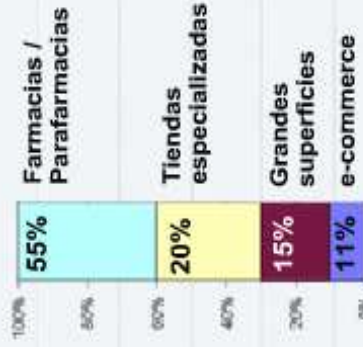
Segmentación geográfica del mercado europeo



Segmentación por alegación



Segmentación por distribución



Fuentes: Reteurs Business insights / Datamonitor / IPSOS 2001 / IMS Health Pharmacy 2001

Fundada en 1999 (Mónaco) y dedicada a la elaboración y comercialización de productos nutricionales fundamentalmente en Francia y el sur de Europa.

- Tercero en el mercado francés de productos nutricionales (7,4%)
- Segundo laboratorio con mayor crecimiento
- Portfolio con más de 30 productos innovadores

Adelgazantes: Líder del mercado francés con un 19,4% de mercado con 4 productos entre los 10 más vendidos

Fitoterapia: Laboratorio con mayor tasa anual de crecimiento en Francia (200% en el segmento tónicos de origen vegetal)

Salud: Laboratorio con mayor tasa anual de crecimiento en Francia (más del 1800% en el segmento menopausia)

Belleza: Línea de producto novedosa pero con fuertes crecimientos (nutricosméticos o cosmeceúticos)

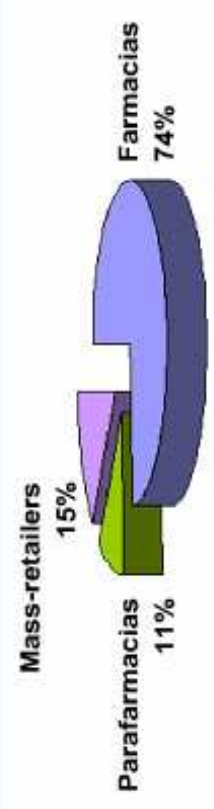
Forté Pharma se centra en aquellas funciones que añaden valor como I+D, Marketing y Ventas externalizando así toda la producción

En 2005 la compañía inicia el plan de expansión internacional empezando por países europeos vecinos como **Bélgica, Italia, España y Portugal**

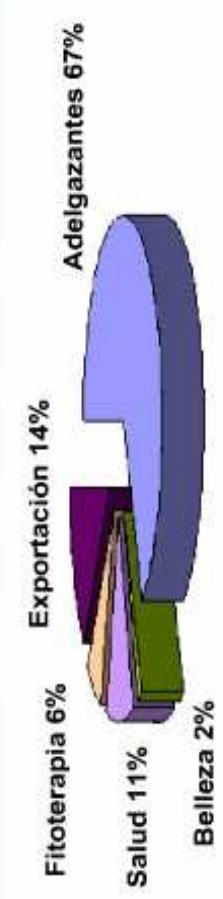




Segmentación por canal de venta



Segmentación de ventas por línea de producto



Forté Pharma realiza más del 80% de sus ventas en Francia.
 En 2011 las exportaciones representarán un 32% de las ventas





Ingredientes funcionales **Complementos alimenticios**



Ingredientes funcionales, cafeína
pectinas, polvos de fruta/veg naturales
y aromas



Complementos nutricionales, adelgazantes, fitoterapia, etc

Unidad de negocio B2B

Unidad de negocio B2C

Modelo de negocio

B2B

B2C

Tipo de venta

Técnica

Promocional

Focus

Producción/ Ventas / I+D Marketing/Ventas/I+D

Distribución

Agentes y distribuidores

Grandes superficies, Farmacias, etc.

Margen bruto promedio

40%

75%



Principales indicadores

	NTC	Forté	Total
Facturación*	100 M€	50 M€	150 M€
EBITDA*	16 M€	8 M€	24 M€
Empleados*	349	121	470

*Datos proforma presupuestados. No auditados. No incluye efectos sinérgicos

Mix de productos

Adelgazamiento	25%	Salud	5%
Polvos de frut/veg	11%	Fitoterapia	3%
Colores naturales	10%	Manteca de cacao	1%
Cafeína	6%	Otros	33%
Pectinas	5%		

Sinergias entre ambas unidades de negocio

- * Aceleración de la introducción de Forté Pharma en el mercado español
- * Reducción del ciclo de introducción de ingredientes funcionales en el mercado
- * Fabricación de extractos y principios activos utilizados por la Unidad B2C por parte de la unidad B2B (cross-selling)
- * Integración de los equipos de I+D aumentando el potencial innovador del grupo
- * Ahorro en costes fijos (principalmente costes de gestión, intereses, servicios centrales, etc)
- * Desarrollo conjunto de ingredientes/productos



Con la adquisición de Forté Pharma, Natraceutical Group

- Asegura el cumplimiento de su Plan Negocio, situarse entorno a los **150 millones de € de facturación** (adelantando así entre 2-3 lo previsto en el plan de negocio original)
- Consolida a Natraceutical Group como **Player relevante en el sector y en el Nuevo Mercado**
- **Diversifica de la cartera de productos/países**
- **Amplia la cadena de valor de B2B a B2C**
- **Permite el aumento y aprovechamiento de las capacidades de I+D+i de NTC**



La adquisición de Forté Pharma permitiría avanzar positivamente en los objetivos estratégicos de Natraceutical y consolidarse como un player relevante en el mercado europeo



**natraceutical
group**

