



Natraceutical Group aumenta su EBITDA un 7,5% y su beneficio recurrente un 17%, y sigue potenciando sus ratios de eficiencia

- Las ventas del trimestre alcanzan los 124,88 millones de euros (+3,3%), recogiendo el impacto por las variaciones en el tipo de cambio y el cese en 2008 de la producción de cafeína sintética. Sin considerar estos hechos, el crecimiento orgánico de la compañía se sitúa en el 11%.
- La compañía obtiene un EBITDA de 15,88 millones de euros (+7,5%) y un beneficio recurrente de 5,47 millones de euros (+17%).
- El beneficio neto se sitúa en niveles similares a los del ejercicio anterior (4,48 M€ en septiembre 2008 versus 4,44 millones en el mismo periodo de 2007), debido a la existencia de costes extraordinarios este trimestre por el fin del plan de optimización de la cartera de productos.

Valencia, 6 de noviembre de 2008.- Natraceutical Group, multinacional biotecnológica referente en investigación y desarrollo de ingredientes funcionales, principios activos y complementos nutricionales, ha obtenido en el tercer trimestre del ejercicio 2008 un beneficio recurrente antes de impuestos de 5,47 millones de euros, lo que significa un incremento del 17% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

En el actual entorno económico global, Natraceutical Group ha seguido apostando en el tercer trimestre del ejercicio por la mejora de sus ratios de eficiencia, en vistas a reforzar la rentabilidad futura de la compañía

A lo largo de este trimestre, la compañía ha finalizado el plan de optimización de la cartera de productos en su división de Ingredientes, diseñado tras las adquisiciones realizadas en los tres últimos años, que ha concluido con el cese de la producción de manteca de cacao, subproducto de bajo margen obtenido de los procesos de extracción de ingredientes funcionales derivados del cacao. Ello ha permitido potenciar la mejora de los ratios de eficiencia y los márgenes operativos de la división, que en el tercer trimestre del ejercicio ha conseguido un incremento del 22,5% de su EBITDA respecto a septiembre 2007, alcanzado un margen Ebitda sobre ventas del 14,4% (ventas +5,6%).



**natraceutical
group**

En el mes de septiembre, las ventas del Grupo han alcanzado los 124,8 millones de euros, lo que representa un incremento del 3,3% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. En relación a esta cifra, destaca el impacto negativo por las variaciones en el tipo de cambio de la libra esterlina y el dólar americano, que ha tenido un impacto de aproximadamente 2,7 millones de euros en el volumen de ventas acumuladas a 30 de septiembre, que la compañía realiza, además de en estas divisas, en euro, franco suizo y dólar australiano, principalmente.

Asimismo, el abandono de la producción de cafeína sintética en 2008, a fin de concentrar la producción en cafeína natural, ha significado una disminución de 6,5 millones de euros en el volumen de ventas del Grupo en el tercer trimestre de 2008. Sin considerar estos dos hechos mencionados, el crecimiento orgánico de las ventas de la compañía se sitúa en el 11%.

Por su parte, la división de Complementos Nutricionales, especializada en complementos alimenticios naturales en los sectores de salud, belleza y control de peso, que Natraceutical comercializa en Europa bajo la marca Forté Pharma, ha tenido que hacer frente en estos últimos meses a las adversas condiciones climáticas que influyeron negativamente en la campaña de verano de los productos de adelgazamiento, con los que Forté Pharma es líder en Francia (su principal mercado), y que actualmente representan aproximadamente el 75% del volumen de ventas total de la división. A pesar de ello, las ventas de la división de Complementos Nutricionales alcanzaron en septiembre los 48,96 millones de euros, con un crecimiento del 1,8% respecto al tercer trimestre de 2007.

Al margen de los condicionantes climatológicos que han afectado de manera relevante la evolución de la división de Complementos Nutricionales en el tercer trimestre del ejercicio, Natraceutical ha confirmado en este mismo periodo la confianza en la marca en los países en los que opera, a través de los crecimientos obtenidos en la campaña de preventas a farmacias de los productos de salud. Las órdenes de compra de estos productos, que se recogen durante los meses de junio y julio para su comercialización a partir del mes de octubre, han presentado un crecimiento del 35% en Francia respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, y crecimientos superiores en otros países menos maduros, como es el caso de España. La compañía también ha evidenciado un crecimiento de doble dígito en el número de nuevos clientes (farmacias y parafarmacias).

En un año en el que Natraceutical ha tenido que ralentizar sus proyectos de expansión europea para Forté Pharma por las actuales condiciones de financiación de los mercados, la compañía ha potenciado las inversiones para el fortalecimiento de su gama de salud, que redundarán en una menor dependencia en la gama de control de peso en el futuro y facilitarán la entrada en los mercados del norte de Europa llegado el momento, donde el consumo es menos aspiracional (belleza) y más orientado a la prevención de enfermedades. En este sentido, Forté Pharma ha desarrollado ocho nuevos productos en



**natraceutical
group**

las líneas de multivitamínicos, fitoterapia y menopausia que se presentarán al mercado entre los meses de junio 2008 a junio 2009.

Asimismo, Natraceutical ha desarrollado este último trimestre un nuevo servicio de asesoramiento y seguimiento personalizado en temas de salud, bienestar y belleza a través de internet (*e-coaching*), con el que la compañía podrá acceder de manera directa a sus consumidores finales y realizar campañas de marketing directo con mayor eficacia.

El proyecto de conversión de Forté Pharma en una marca de ámbito paneuropeo conlleva que, más allá de la evolución del consumo, el elemento impulsor del crecimiento en esta fase inicial esté principalmente relacionado con la capacidad de la compañía de incrementar el número de farmacias y parafarmacias incorporadas a su universo. Del número total de establecimientos farmacéuticos en cada país, Natraceutical estima en un 40% las farmacias objetivo a las que la compañía quiere llegar mediante su red propia de ventas (8.500 farmacias objetivo en Francia, 4.000 en España, 2.000 en Bélgica, etc). Esta estrategia de distribución propia (que la compañía complementa con acuerdos con distribuidores mayoristas) garantiza una penetración de mayor calidad en el punto de venta. De este 40% objetivo, actualmente Forté Pharma está presente en aproximadamente el 24%, con una estrategia de crecimiento para el próximo ejercicio claramente centrada en aumentar la penetración. Para ello, la compañía ha reforzado a lo largo de 2008 sus equipos comerciales y ha realizado la inversión necesaria para disponer, a partir de enero de 2009, de una delegación propia en Portugal, mientras sigue avanzando positivamente en el análisis de posibilidades para desembarcar en los tres grandes mercados europeos: Italia, Alemania y Reino Unido.

Con todo, la rentabilidad de la división de Complementos Nutricionales (margen Ebitda sobre ventas) se ha situado en el 15,8% a pesar de que las inversiones mencionadas han situado el crecimiento del Ebitda de esta división en septiembre en -4,08% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

En lo relativo al beneficio neto que Natraceutical ha obtenido en el tercer trimestre del ejercicio, los costes extraordinarios resultantes de la discontinuación de la producción de manteca de cacao (1,9 M€) han situado este resultado en niveles similares a los del ejercicio anterior (4,48 M€ en septiembre 2008 versus 4,44 millones en el mismo periodo de 2007).

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA DEL GRUPO NATRACEUTICAL

Uds.: Miles de euros	Tercer Trimestre		
	2008	2007	Variación
OPERACIONES CONTINUADAS			
Importe neto cifra de negocios	124.886	120.886	
+/- Varicación de existencias	-3.238	1.396	
Aprovisionamientos	-50.808	-51.144	
Margen Bruto	70.841	71.138	-0,42%
% sobre ventas	57%	59%	
Otros ingresos de explotación	1.971	547	
Gastos de personal	-22.784	-22.192	
Dotación a la amortización	-5.182	-4.103	
Otros gastos de explotación	-34.139	-34.715	
Resultado de explotación	10.707	10.675	0,30%
% sobre ventas	9%	9%	
Participación en resultados de sociedades en equivalencia	-48	58	
Resultado financiero neto	-3.846	-3.995	
Diferencias de cambio	-142	-511	
Resultados de la enajenación de activos no corrientes	-1.191	-153	
Resultado por deterioro de activos		-1.376	
Resultado antes de impuestos	5.479	4.698	16,63%
Impuestos sobre las ganancias	930	-254	
Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas	6.409	4.444	44,24%
OPERACIONES DISCONTINUADAS			
Resultado del ejercicio procedente de operaciones discontinuadas	-1.921	0	
Resultado del ejercicio	4.488	4.444	1,01%
Número medio empleados	549	524	

CUENTA DE RESULTADOS INDIVIDUAL NATRACEUTICAL, S.A.

Uds.: Miles de euros	Tercer Trimestre		
	2008	2007	Variación
OPERACIONES CONTINUADAS			
Importe neto cifra de negocios	2.403	2.069	
+/- Varicación de existencias			
Aprovisionamientos			
Margen Bruto	2.403	2.069	16%
Otros ingresos de explotación	53	134	
Gastos de personal	-1.526	-1.360	
Dotación a la amortización	-438	-400	
Otros gastos de explotación	-1.325	-1.000	
Resultado de explotación	-832	-557	-49%
Resultado de entidades valoradas por el método de la participación			
Resultado financiero neto	1.472	-790	
Diferencias de cambio	29	112	
Resultados de la enajenación de activos no corrientes	-1.065	-2.182	
Resultado por deterioro de activos	-4.453	-710	
Resultado de impuestos	-4.849	-4.127	-17%
Impuestos sobre las ganancias	34		
Resultado del ejercicio	-4.815	-4.127	-17%
Número medio empleados	24	19	



**natraceutical
group**

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 dos divisiones, la división de Ingredientes y la división de Complementos Nutricionales, con el objetivo de ayudar en la prevención de enfermedades y la mejora de la calidad de vida a través de la nutrición.

La división de Ingredientes del Grupo dispone en la actualidad de plantas productivas en España, Reino Unido, Suiza, Australia, Canadá y Brasil y una presencia activa en más de 60 países, además de oficinas comerciales propias en Europa, Estados Unidos y Asia-Pacífico y redes de ventas en todo el mundo. En cuanto a sus clientes, se encuentran más de 1.000 compañías, entre ellas 8 de 10 primeras empresas de alimentación a nivel mundial.

En octubre de 2006, Natraceutical amplió su ámbito de actuación con la entrada en el sector de los complementos nutricionales, tras la adquisición de la compañía monegasca Laboratoires Forté Pharma, especializada en complementos nutricionales en los campos de la salud, belleza y control de peso, con la que accedió al consumidor final.

Natraceutical Group cerró el ejercicio 2007 con unos ingresos de 158,6 millones de euros y un Ebitda 19,2 millones de euros, lo que representó un crecimiento orgánico del 16% en ventas y del 40% en Ebitda respecto al ejercicio anterior.

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

www.natraceuticalgroup.com

Para más información

Medios de comunicación

Ignacio Berckemeyer
Porter Novelli España
Tel. (+34) 91 702 73 00
Móvil: (+34) 699 32 06 23
E-mail: ignacio.berckemeyer@porternovelli.es

Inversores

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