



Natra



Junta General de Accionistas

Quart de Poblet (Valencia), 28 de junio de 2012



Natra hoy

Juan I. Egaña – Presidente



Negocio de Cacao y Chocolate

Mikel Beitia – Consejero Delegado



Participadas

Mikel Beitia – Consejero Delegado



Resultados consolidados 2011

Miguel Trinidad - Director Financiero



Base accionarial y Consejo de Administración

Juan I. Egaña – Presidente



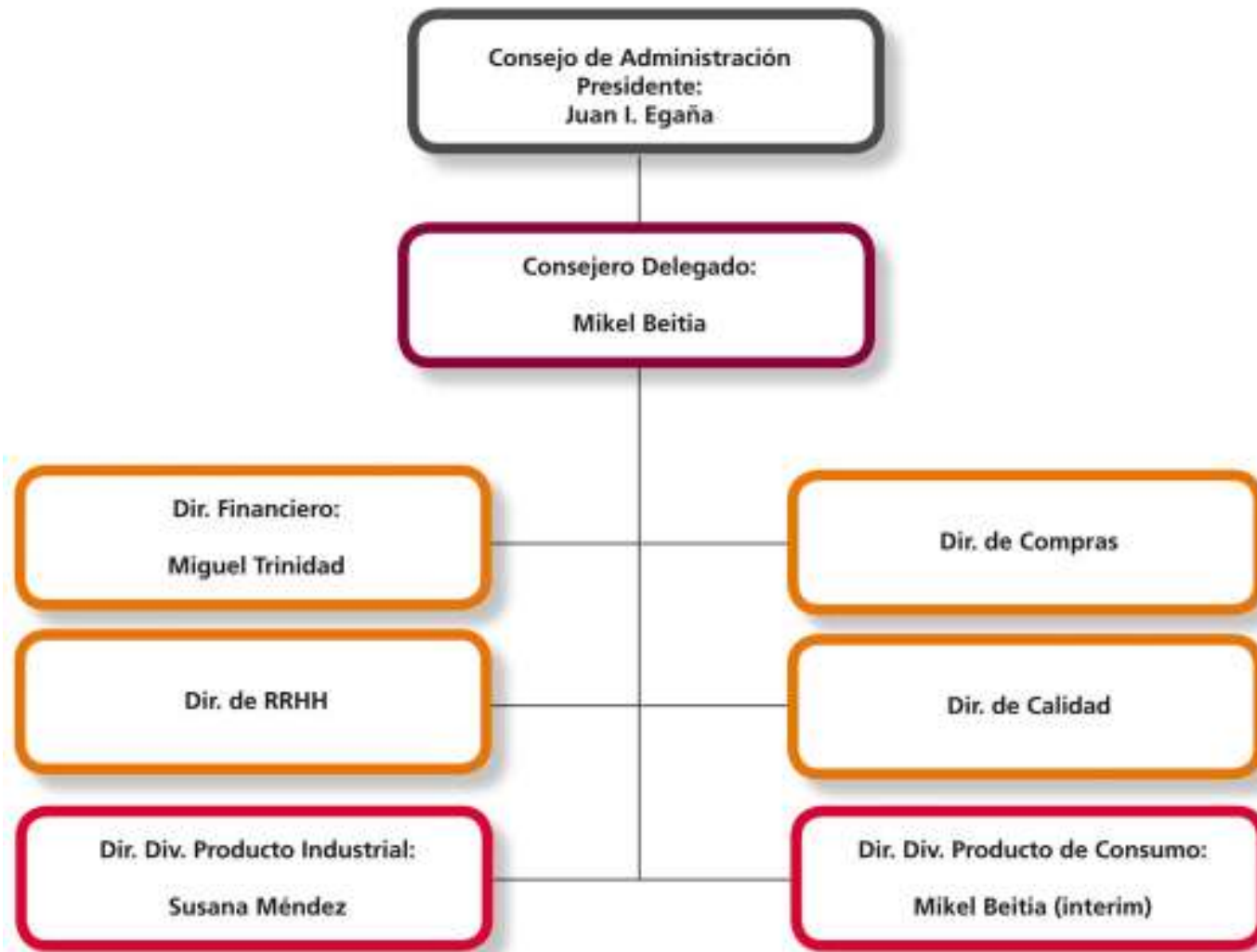
1 Natra hoy

Natra Hoy



Priorización de la Gestión Operativa y del Negocio frente a la Gestión Financiera

Nueva Estructura Organizativa



Proceso de Reflexión Estratégica

Primeras Conclusiones

1

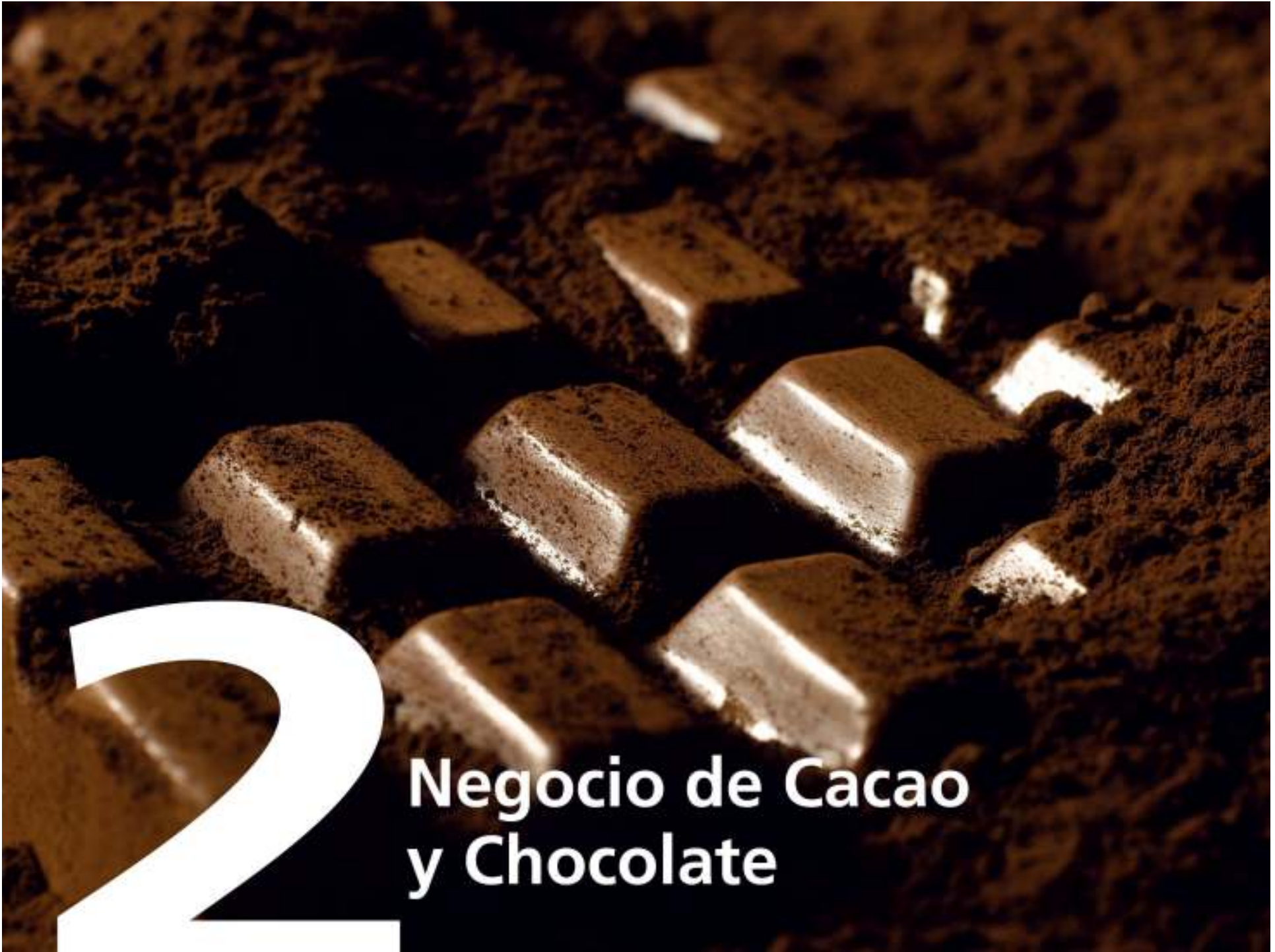
Crear una **Oferta Propia**

2

Reforzar el **Negocio Industrial**

3

Reforzar la **Exportación**



2

Negocio de Cacao y Chocolate

Natra: una realidad multinacional

5
centros de producción
en Europa, especializados
por producto

Presencia
comercial en
75 países
en los 5 continentes,
con oficinas comerciales
en Europa y
Estados Unidos



España	19,7%
Alemania	16,4%
Francia	14,9%
Bélgica	9,7%
Holanda	8,3%
Reino Unido	3,7%
Estados Unidos	2,7%
Canadá	2,6%
Suecia	2,4%
Italia	1,7%
Finlandia	1,5%
Polonia	1,4%
Suiza	1,3%
Portugal	1,2%
Austria	1,1%
China	1,0%
Otros 59	10,4%

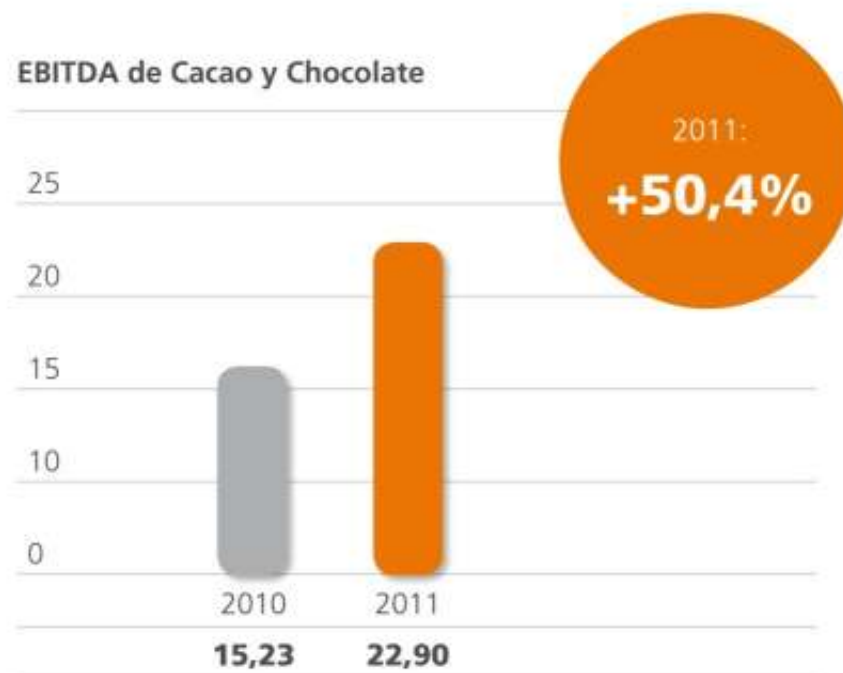
Evolución del Negocio de Cacao y Chocolate en 2011

Cifra de Negocio



Evolución del Negocio de Cacao y Chocolate en 2011

EBITDA y Resultado Neto



Evolución del Negocio de Cacao y Chocolate en 2011

División de Producto Industrial

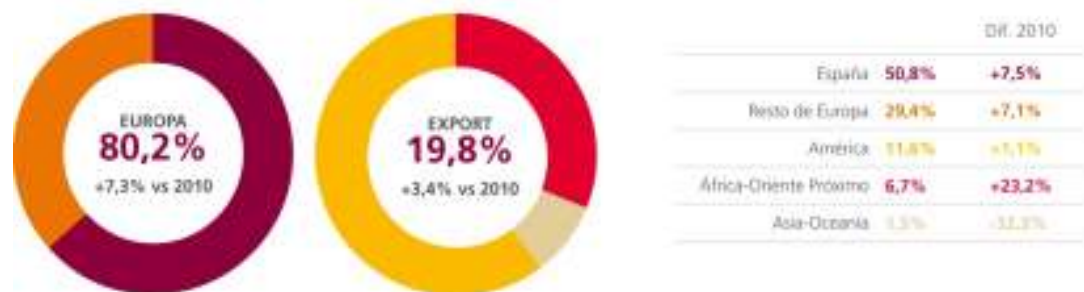


- Gran rendimiento del **polvo de cacao**, aprovechando la coyuntura de mercado
- Buena gestión del **mix de venta Polvo- Manteca**
- Reforzamiento de la posición de Natra en **coberturas en el mercado español**
- **Eficiente cobertura compra-venta de cacao**

Distribución por producto de las ventas de la Div. de Producto Industrial 2011



Distribución geográfica de las ventas de la Div. de Producto Industrial 2011



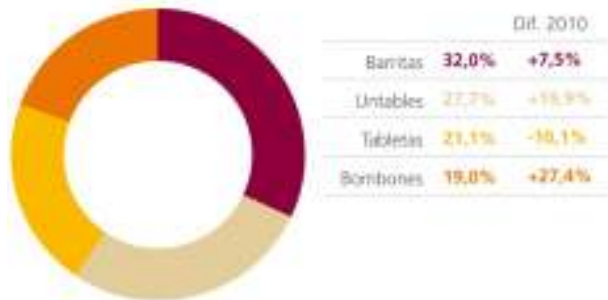
Evolución del Negocio de Cacao y Chocolate en 2011

División de Producto de Consumo

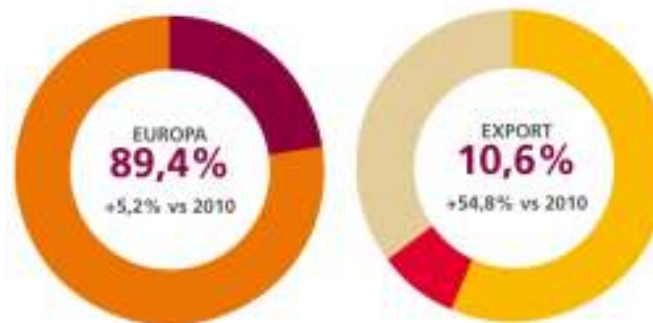


- **Crecimiento en América y Asia**
- Buen rendimiento en **barras y untables** (co-liderazgo en Europa)
- **Crecimiento en bombones** de autoconsumo y trufas belgas
- **Cambio de mix de tabletas** (mayor especialización)
- Márgenes afectados transitoriamente por en **incremento histórico del precio de las materias primas**

Distribución por producto de las ventas de la Div. de Producto de Consumo 2011



Distribución geográfica de las ventas de la Div. de Producto de Consumo 2011



	2011	Dif. 2010
España	9,3%	-23,8%
Resto Europa	80,1%	+10,0%
América	5,5%	+38,6%
Asia-Oceania	3,7%	+105,3%
África-Oriente Próximo	1,4%	-6,5%

Reflexión Estratégica

Innovación: Pilar de desarrollo estratégico

- Natra pretende dar el salto de ser un “tomador de órdenes” que reacciona a las solicitudes que le llegan desde los clientes a un **“proveedor de soluciones” que conoce las necesidades del consumidor y desarrolla una oferta propia** para responder de manera anticipada a dichas necesidades.



Reflexión Estratégica

Proveedor Global: Crecimiento fuera de Europa

Natra aumenta sus exportaciones y fortalece su presencia comercial fuera de Europa

A cierre del ejercicio 2011, la cifra de negocios de la División de Producto Final de Chocolate de Natra en los nuevos mercados no europeos aumentó un **52% respecto al ejercicio anterior, situándose entorno a los 30 millones de euros** y representando un 12,4% de las ventas de esta División. La compañía espera que sus ventas en estos mercados crezcan entorno al **35% en 2012**, y que este incremento venga acompañado por un aumento de la producción superior al 20%.

Tras los primeros dos años de desarrollo, la actividad exportadora de la División de Producto Final de Natra cubre actualmente 42 países en los cinco continentes fuera de Europa, con un especial enfoque en los mercados de Norteamérica (42% de las ventas realizadas fuera de Europa) y Asia Pacífico-Oceanía (25%), todo ello mediante una red comercial propia en destino.

En el mercado norteamericano, el avance de la marca de distribución en países de consumo tradicionalmente marquista está acelerando la entrada de Natra como proveedor de cadenas de distribución líderes, a la vez que la capacidad productiva de la compañía y su competitividad en precios le está permitiendo establecer importantes relaciones comerciales de suministro para marcas (*co-manufacturing*).

16 de febrero de 2012

Natra impulsa su estrategia de crecimiento en Asia con la firma de un contrato de suministro en China

Natra da un paso más en su proyecto de expansión comercial fuera de Europa, tras formalizar un contrato de suministro con uno de los distribuidores de referencia de productos de chocolate en China.

En una primera fase, el acuerdo prevé la comercialización de bombones belgas por todo el territorio de China, a excepción de Hong Kong y Macao. El contrato firmado entre ambas partes establece un compromiso mínimo de ventas para 2012, con crecimiento progresivo en los próximos dos años. Sin embargo, la buena marcha de las relaciones comerciales entre ambas compañías hace prever que ya en 2012 las ventas finales sobrepasarán este importe y permitirán a Natra obtener **un crecimiento del 70% en la cifra de negocios en esta zona geográfica**.

El nuevo socio de Natra en el país asiático cuenta con un enfoque comercial multicanal, que le permite distribuir su cartera de productos en cadenas de distribución, centros comerciales e internet, entre otros, a través de una red de distribuidores en cada provincia.

11 de junio de 2012

Reflexión Estratégica

Enfoque en el *Core Business*

Venta de la marca Zahor

En julio de 2011 Natra alcanzó un acuerdo con Arluy para la venta de su marca Zahor y de su fondo de comercio. El acuerdo incluía un acuerdo de suministro a largo plazo entre las compañías.

En el marco de este acuerdo, **Arluy pasó a ser el responsable de la comercialización y distribución de los productos bajo la marca Zahor, cuya fabricación continua realizándose por Natra.**

A través de la alianza con Arluy para el desarrollo de la marca Zahor, Natra consolida su estrategia internacional de negocio en la marca de distribución, que concentra más de un 90% de las ventas de nuestra División de Producto Final, a la vez consigue interesantes oportunidades de crecimiento industrial a través de los acuerdos de suministro.

14 de julio de 2011

Traspaso Torre Oria

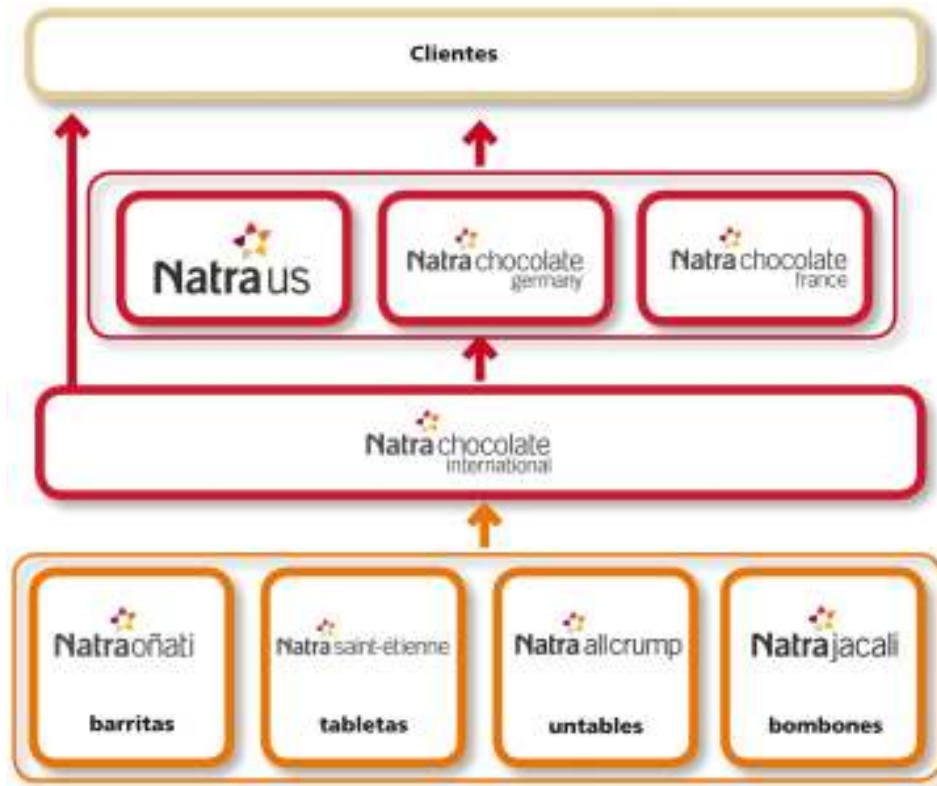
En octubre de 2011 se ejecutó la venta del negocio de la bodega Torre Oria a una compañía española dedicada a la elaboración y comercialización de vinos.

No quedaron incluidos en la operación los activos inmobiliarios, por los que Natra percibirá una renta anual.

Octubre 2011

Reestructuración Organizativa

Natra Chocolate International



Nueva plataforma comercial

Desde el mes de enero de 2012, Natra cuenta con una nueva plataforma comercial y de distribución con la que explotará todas las sinergias comerciales de las diferentes unidades de negocio de la División de Productos de Consumo, especialmente en lo relativo a la venta, logística y distribución, marketing y gestión administrativa de los distintos tipos y variedades de barritas, bombones, cremas y tabletas.

La nueva plataforma integradora se ha constituido con el nombre de Natra Chocolate International y gestionará en una primera fase los mercados del sur y centro de Europa, Alemania y algunos países de exportación. En una fase posterior, se irán incorporando de forma paulatina los mercados de Bélgica, Holanda y Reino Unido, así como el resto de mercados.

En el mes de febrero se ha formalizado la constitución de Natra Chocolate Germany y Natra Chocolate France, que complementarán la gestión del sur y centro de Europa, así como de algunos países de exportación.

1 de febrero de 2012

Resultados 1T 2012

NATRA - Cacao y Chocolate (M€)

	1T 2012	1T2011	Dif.
Ventas	75,59	75,65	-0,1%
Div. Consumo	53,31	57,01	-6,5%
Div. Industrial	22,27	18,64	19,5%
EBITDA	4,45	4,15	7,2%
Margen EBITDA	5,9%	5,5%	
Rdo. Explotación	1,67	1,13	47,8%

Avance de resultados operativos a mayo 2012

NATRA - Cacao y Chocolate (M€)

	May 12	May 11	Dif.
Ventas	129,14	123,61	4,5%
EBITDA	7,70	5,25	46,7%
Margen EBITDA	6,0%	4,2%	
Rdo. Explotación	3,24	0,09	

Natra publicará los resultados consolidados del 1r semestre de 2012 el próximo 26 de julio.

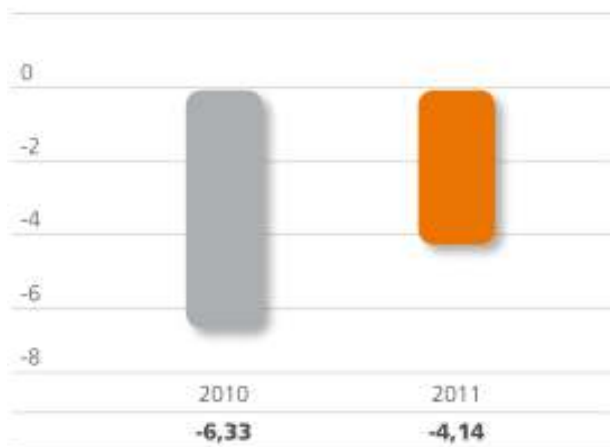


Participadas

Natraceutical

Recuperando estabilidad

EBITDA de Natraceutical (M€)



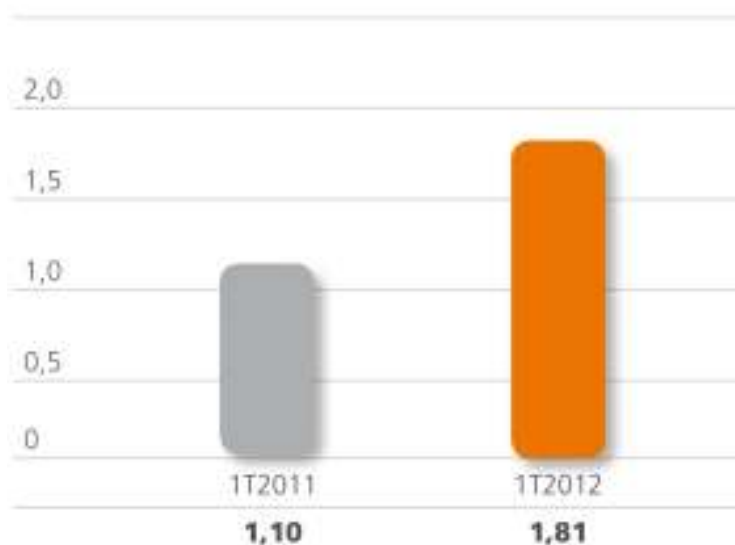
Resultado neto de Natraceutical (M€)



Ejercicio 2011

- Mejora de los ratios operativos de Forté Pharma
- Plusvalías provenientes de la participación accionarial en Naturex
- Descenso de los costes financieros

EBITDA de Natraceutical (M€)



1r trimestre de 2012: se evidencia la recuperación operativa de Forté Pharma

Naturex

Excelente revalorización de la participación en 2 años



Cierre de NRX a 31/12/2009:

27,85 €

Cierre de NRX a 30/12/2011:

51,90 €

Diferencia en 2 años:

+76,49%

Acciones de Naturex en cartera a 31/5/2012:

1.365.002 (17,7%)

actualmente todas ellas titularidad de Natraceutical, S.A.

Valor participación a 31/5/2012:

65,19 M€



4

**Resultados
consolidados
2011**

Cuenta de resultados consolidada

(en miles de euros)

	2011	2010
Importe neto de la cifra de negocios	356.541	340.501
EBITDA	19.388	8.083
Dotación a la amortización	(13.103)	(14.301)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	(4.933)	(16.756)
Ingresos financieros	1.509	2.593
Gastos financieros	(16.763)	(18.496)
Diferencias de cambio (ingresos y gastos)	(31)	709
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	8.762	(503)
Variación del valor razonable de activos financieros con cambios en rdo:	23.287	
Resultado de entidades valoradas por el método de la participación	5.782	5.583
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	17.613	(26.870)
Impuestos sobre las ganancias	(1.553)	(3.742)
RESULTADO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	16.060	(30.612)
Operaciones interrumpidas:		
Resultados del ejercicio procedentes de operaciones interrumpidas	(142)	(4.204)
RESULTADO DEL EJERCICIO	15.918	(34.816)
Atribuible a:		
Accionistas de la Sociedad dominante	7.362	(22.876)
Intereses minoritarios	8.556	(11.940)

Significativa recuperación operativa

Descenso de los costes financieros en 1,7 M€ motivado por la reducción de deuda.

Plusvalía por la venta de acciones de Naturex

Plusvalía por la contabilización de la participación de Naturex a valor de mercado.

Aportación de Naturex hasta el cambio de criterio contable

Balance de situación

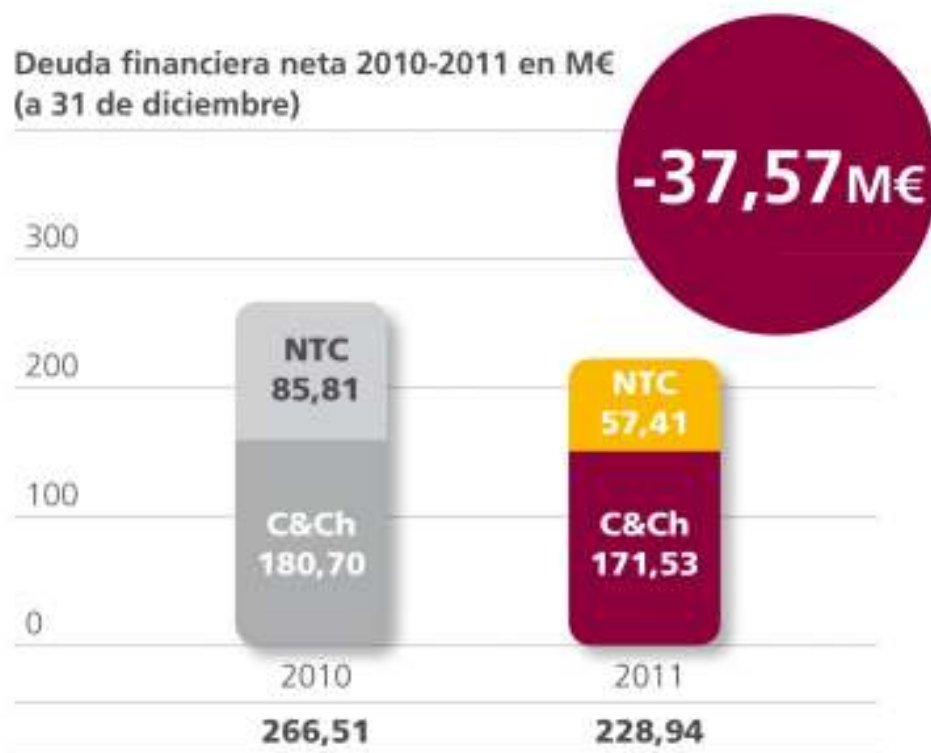
<i>(en miles de euros)</i>	31/12/2011	31/12/2010
ACTIVO		
Activo no corriente:		
Propiedad, planta y equipo	64.267	66.404
Fondo de comercio y otros activos intangibles	144.421	156.993
Inversiones en asociadas		87.666
Activos por impuestos diferidos	11.821	11.027
Activos financieros disponibles para la venta		1.937
Otros activos financieros no corrientes	3.476	5.265
Otros activos no corrientes		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	223.985	329.292
Activo corriente:		
Existencias	57.595	50.466
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	52.428	61.121
Activos financieros disponibles para la venta		44
Activos a valor razonable con cambios en resultados	82.781	
Instrumentos financieros derivados	363	58
Activos por impuestos corrientes	6.778	10.577
Otros activos financieros	1.443	869
Otros activos corrientes	244	320
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	2.542	6.061
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	204.174	129.516
Activos del Grupo enajenable clasificados como mantenidos para la venta	9.203	13.659
TOTAL ACTIVO	437.362	472.467

Balance de situación

<i>(en miles de euros)</i>	31/12/2011	31/12/2010
PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
Patrimonio neto:		
Capital social	56.974	56.974
Prima de emisión	63.432	63.432
Otras reservas	(7.173)	(3.429)
Ganancias acumuladas	(36.347)	(43.468)
Intereses minoritarios	53.690	46.639
TOTAL PATRIMONIO NETO	130.576	120.148
Pasivo no corriente:		
Deudas con entidades de crédito a largo plazo	152.076	5.955
Instrumentos financieros derivados	5.002	2.248
Pasivos por impuestos diferidos	4.227	3.599
Otros pasivos financieros a largo plazo	3.027	4.139
Otros pasivos y subvenciones de capital	1.596	1.606
Provisiones a largo plazo	1.158	2.028
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	167.086	19.575
Pasivo corriente		
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	48.850	53.313
Pasivos por impuestos corrientes	7.651	9.561
Deudas con entidades de crédito	70.174	255.048
Instrumentos financieros derivados	209	699
Otros pasivos financieros corrientes	1.353	4.538
Provisiones a corto plazo	3.273	2.650
Otros pasivos corrientes	8.038	5.483
TOTAL PASIVO CORRIENTE	139.548	331.292
Pasivos del Grupo enajenable clasificados como mantenidos para la venta	152	1.452
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	437.362	472.467

Deuda Financiera Neta

Deuda financiera neta 2010-2011 en M€
(a 31 de diciembre)



Reducción adicional de deuda realizada hasta mayo 2012:

7,3 M€

Deuda financiera a 31/5/12:

221,6 M€

De los cuales, 47,8 M€ pertenecientes a NTC

A collection of fossil shells, including trilobites and brachiopods, resting on a dark, textured surface. The shells are primarily brown and tan in color, with some showing distinct ridges and patterns. The background is dark and appears to be a natural rock or soil surface.

5 Base accionarial y Consejo de Administración

Base accionarial y Consejo de Administración



Carafal Investment	14,60%
Kutxa	9,13%
BMS	6,68%
CAM	5,33%
Tamaxage	5,23%
Barten	5,21%
Iberfomento	5,01%
Casticapital (sindicación)	4,99%
J.I. Egaña	0,85%

Consejo de Administración

Presidente: Juan I. Egaña
Consejero Delegado: Mikel Beitia

Manuel Moreno, por Carafal Investment SLU
M^a Jesús Arregui, por CK Corporación Kutxa
José Luis Navarro, por BMS Promoción y Desarrollo, S.L.
Alfonso Rodríguez, por Tinser Cartera, S.L – Banco CAM
Xavier Adserà, por Tamaxage XXI, S.L.
Galo Álvarez, por Barten, S.A.
José Antonio Pérez-Nievas, por Iberfomento, S.A. – Golden Limit, S.L.
Diego Arteta, por Arteta 2002, S.L.
Ana Muñoz, Consejero Independiente
Ignacio López-Balcells, Secretario no Consejero



www.natra.es

