

Expertos en
nutrición y
control del peso



Resultados Primer Semestre 2015

27 de julio de 2015

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 al segundo semestre del ejercicio 2015. 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

- 1. Principales Magnitudes.**
- 2. Claves del periodo.**
- 3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.**
- 4. Ventas por países.**
- 5. EBITDA por países.**
- 6. Evolución Margen EBITDA.**
- 7. Evolución de los Centros.**
- 8. Caja Neta y Dividendos.**
- 9. Balance Consolidado.**
- 10. Estrategia y Perspectivas.**
- 11. Conclusiones.**
- 12. Hechos Relevantes.**

“Incremento del Beneficio Neto hasta 13,3 mn € (+2,4% vs 1S14)”

“Nuevo record histórico en número de centros (2.046) y en presencia geográfica (+29)”

“11,4 mn € de Caja Neta a cierre 1S14, tras haber repartido 11,05 mn € en dividendos en 1T15.”

“Reparto de 3 mn € en dividendos a cuenta, el 4 de septiembre de 2015, adelantándonos a nuestra previsión inicial de hacerlo en 2016”

	1S14	1S15	%
Ventas	52.382	52.556	0,3%
EBITDA	19.117	19.365	1,3%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,5%</i>	<i>36,8%</i>	
Beneficio Neto	12.976	13.284	2,4%
Centros	1.954*	2.046	92
Países	24	29	5
Caja Neta	10.778*	11.402	

Datos en miles de euros

** Dato a cierre de 2014*

Las ventas de 1S14, incorporan ingresos no recurrentes por importe de 0,49 mn €, derivados de la decisión táctica de abandonar el negocio de ventas de productos a herbolarios en España desde fin de 2014 y 0,25 mn de € de la venta de los máster franquicia de Suiza y Eslovenia en 1S14. Descontando estos efectos las ventas hubieran crecido un 1,8%.

Crecimiento en las principales magnitudes de la cuenta de pérdidas y ganancias, un trimestre más

❑ **Las ventas se han incrementado hasta 52,6 mn €**, como consecuencia fundamental del crecimiento de Francia (+6%) y Polonia (+27%) y por una mejora de 4 puntos porcentuales en la evolución del mercado doméstico en 2T15 (-12% en 1T15 vs -8% en 2T15).

Las ventas de 1S14 incluyen ingresos por importe de 0,25 mn € provenientes de la venta de máster franquicias (Suiza y Eslovenia) y las ventas de productos a Herbolarios (+0,49) mn €), actividad que cesó en 2014. Excluyendo estos efectos las ventas hubieran crecido un 1,8%.

❑ **El Margen Bruto, por su parte ha mejorado hasta el 70,6% vs 69,9% del año anterior**, como consecuencia principal de la sustitución de formato viales por sobres, además de por el incremento de ventas y de los mejores precios de compra resultado de la negociación con proveedores llevada a cabo en 2014.

❑ **El EBITDA ha ascendido hasta 19,4 mn € (+1,3%) vs 19,1 mn € de 1S14**, derivado del incremento de las ventas y de las mejoras de eficiencia operativa, que continuamente lleva a cabo la compañía.

✓ Gastos de Personal: Su incremento se debe a la incorporación del salario del Presidente en 2015, que en 2014 figuraba en “*gastos operativos*” y en una mayor cuantía de las indemnizaciones por despido.

✓ Gatos Operativos: disminuyen un -1,9% vs 1S15. Destaca un aumento del gato en publicidad del +7%, como consecuencia de la apuesta firme del Grupo por el mercado doméstico, tras constatarse síntomas de recuperación.

❑ **El Margen EBITDA se situó en el 36,8% vs 36,5% de 1S14**, nuevamente por encima del **nivel alto del rango del guidance 2015-16 (30%-35%) y por encima de la media de nuestro sector.**

❑ En 1S15, la participación del 24,9% en Ichem ha aportado 0,58 mn €, lo que supone un incremento del 41,6% vs 1S14.

❑ **Por último, el Resultado Neto creció hasta los 13,3 mn € vs 12,9 mn € de 1S14, lo que supone un incremento del 2,4%.**

❑ **Nuevo record histórico en el número de centros (2.046 vs 1.929 a 1S14 y 1.954 a cierre de 2014) y en presencia geográfica.**

✓ **Países: 29 vs 24 en 1S14 y 26 a cierre 2014.** En 1S15 se han sumado Suiza (1 centro), Lituania (1 centro) y EEUU (constitución filial), país, este último en el que esperamos abrir el primer centro en Miami en los próximos meses.

✓ **Centros: En 1S15 se han registrado 92 aperturas netas, lo que supone un 43% más del total de aperturas netas de 2014 (+64).** De estas aperturas el 93% son franquicia, el 3,5% máster franquicia y el 3,5% centros propios.

❑ **Por áreas geográficas, destaca la buena evolución del mercado internacional (ventas +3,5%, y EBITDA +12,6% vs 1S14 y 105 aperturas netas vs cierre 2014) y el freno en el deterioro del mercado Español.**

Destacar en España aspectos cualitativos y cuantitativos, que indican que podríamos estar en el comienzo de la recuperación de este mercado.

✓ **Excluyendo el efecto de la venta de master franquicias y productos a herbolarios de 2014, el negocio hubiera registrado una caída del -4%**

✓ **Se ha notado una mejora de 4 puntos porcentuales en la evolución de los ingresos entre 1T15 (-12%) y 2T15 (-8%).**

Por tanto podemos afirmar que hay una tendencia de mejora en España que esperamos se consolide en el segundo semestre del año.

Manteniendo la solidez de balance y la capacidad de generación de caja, con el objetivo de maximizar la retribución al accionista

❑ **1S15 cerró con una posición de caja neta de 11,4 mn €,** tras haber repartido dividendos a cuenta del resultado acumulado hasta 16 de marzo por importe de 11,05 mn €*, lo que pone de manifiesto una vez más la elevada capacidad de generación de caja de la Compañía y su capacidad de mantener una atractiva política de remuneración al accionista (payout>80%).

❑ **Naturhouse tiene previsto repartir un dividendo a cuenta de los resultados de 2015, por importe de 3 mn de € (0,05 € brutos por acción), el 4 de septiembre de 2015, adelantándose a su previsión inicial de hacerlo en 2016.**

*De los que 8,5 mn € se corresponden en su práctica totalidad con el resultado generado por las filiales de Naturhouse Health SA en el ejercicio 2014 y el resto con el resultado de Naturhouse Health SA y sus sociedades dependientes en 2015, hasta el 16 de marzo.

	1S14	1S15	Var %
Ingresos Negocio Naturhouse	51.642	52.556	1,8%
Ingresos Retail⁽¹⁾	490	0	-100%
Ingresos Master Franquicia	250	0	-100%
Ventas Totales	52.382	52.556	0,33%
Aprovisionamientos	-16.286	-15.471	-5,0%
Margen Bruto	36.096	37.085	2,7%
<i>Margen Bruto</i>	<i>69,9%</i>	<i>70,6%</i>	
Personal	-8.338	-9.276	11,2%
Otros Gastos Operativos	-8.982	-8.815	-1,9%
Otros Ingresos	341	371	8,8%
EBITDA	19.117	19.365	1,3%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,5%</i>	<i>36,8%</i>	
Deterioros y Amortizaciones	-605	-624	3,1%
EBIT	18.512	18.741	1,2%
<i>Margen EBIT</i>	<i>35%</i>	<i>36%</i>	
Resultados Financieros	-89	-224	151,7%
Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)	409	579	41,6%
BAI	18.832	19.096	1,4%
Impuestos	-5.879	-5.872	-0,1%
Minoritarios	23	60	160,9%
Beneficio Neto	12.976	13.284	2,4%
<i>Margen sobre Beneficio Neto</i>	<i>24,8%</i>	<i>25,3%</i>	

Datos en miles de euros

Nota 1: Los ingresos retail, se corresponden con ventas a herbolarios de productos, actividad que cesó en 2014.

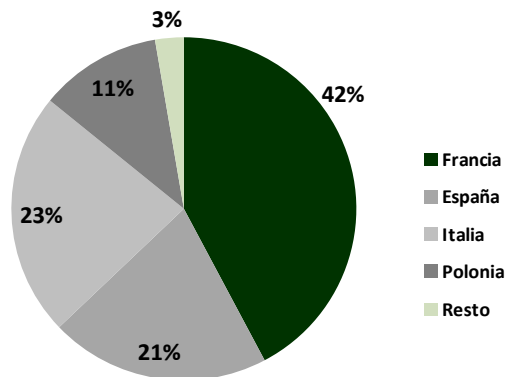
**Crecimiento de las ventas (+0,3%), impulsadas por el crecimiento internacional (+3,5%)
Síntomas de mejora del mercado en España**

Evolución de ventas por países

	1S14	1S15	var %
Francia	20.981	22.186	6%
España	12.098	10.870	-10%
Italia	13.132	12.054	-8%
Polonia	4.743	6.030	27%
Resto	1.428	1.416	-1%
Total	52.382	52.556	0,3%
Área Internacional	40.284	41.686	3,5%

En miles de euros

Contribución ventas por países



Francia:

✓ Motor de crecimiento del Grupo gracias a la apertura de nuevos centros (+60 vs cierre 2014) y la positiva implantación del modelo Village (39 a cierre 1S15).

España:

✓ Excluyendo el efecto de los ingresos de máster franquicia de 0,25 mn € de 1S14 y de las ventas de producto a herbolarios en 2014 (0,49 mn €), la caída de los ingresos hubiera sido del -4%.

✓ Mejora de 4 puntos porcentuales en los ingresos entre 1T15 (-12%) y 2T15 (-8%), a pesar del menor número de centros (-19).

✓ Percibimos un incremento del interés de nuevos franquiciados en las principales zonas comerciales en las que tenemos dividido el país.

✓ +3 aperturas netas de centros en 2T15 vs -16 cierres en 1T15, lo que refuerza nuestra idea del inicio de la recuperación en el país.

Italia:

✓ Mejora en el ritmo de apertura neta de centros (+9 en 1S15 vs diciembre 2014).

Polonia:

✓ Excelente evolución de las ventas gracias a la apertura de centros (+31 vs 2014).

Resto:

✓ Portugal: Se aprecia cierta recuperación del mercado.

✓ Reino Unido: Ritmo de crecimiento superior al esperado.

✓ Alemania: Se ha abierto la primera franquicia en Berlín y un centro propio en Múnich.

✓ Lituania: constitución de filial y apertura de la primera tienda.

✓ EEUU: Se ha constituido una filial, con una previsión de apertura de la primera tienda en Miami en los próximos meses.

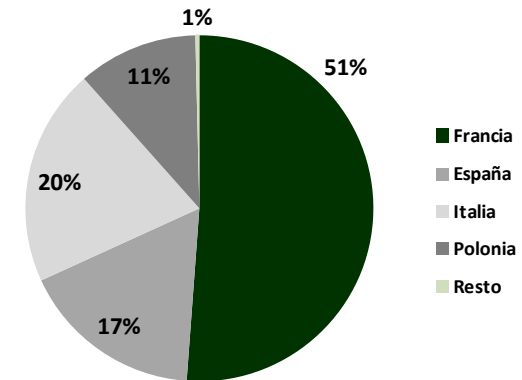
El EBITDA mejora por encima de las ventas, lo que pone de manifiesto un trimestre más la acertada política de eficiencia operativa que viene implementado la compañía desde sus orígenes

Evolución de EBITDA por países

	1S14	1S15	var %
Francia	8.289	9.909	20%
España	4.846	3.295	-32%
Italia	4.405	3.922	-11%
Polonia	1.592	2.167	36%
Resto	-15	72	580%
TOTAL	19.117	19.365	1,3%
Area Internacional	14.271	16.070	12,6%

En miles de euros

Contribución EBITDA por países



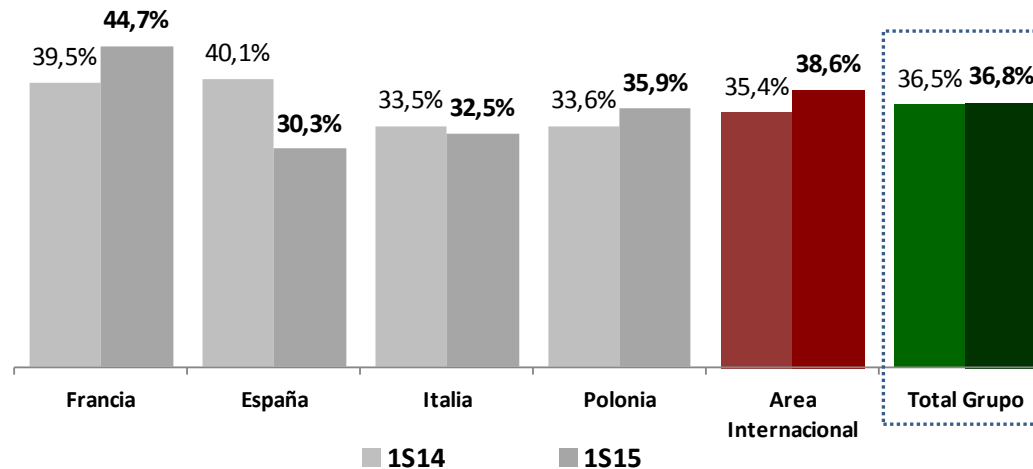
□ El EBITDA aumenta un 1,3% vs 1S14 hasta los 19,4 mn €, derivado del incremento de las ventas y de las mejoras de eficiencia operativa, que continuamente lleva a cabo la Compañía.

□ Positiva evolución del EBITDA del área internacional (+12,6%), por la mejora del EBITDA en los principales países motores del Grupo, Francia (+20%) y Polonia (+36). Destacar el EBITDA positivo en el área “resto de países”.

□ El EBITDA de España, se resiente como consecuencia fundamental del mayor gasto de publicidad (+1,4 mn € en 1S15 vs +0,5 mn € en 1S14), derivado de la apuesta por la compañía por la recuperación del país, que esperamos se vaya poniendo de manifiesto en los próximos trimestres.

Mejora del margen EBITDA (+36,8% vs 36,5% de 1S14), situándose por encima de la parte alta del guidance, y por encima de la media del sector

Evolución de Margen EBITDA por países



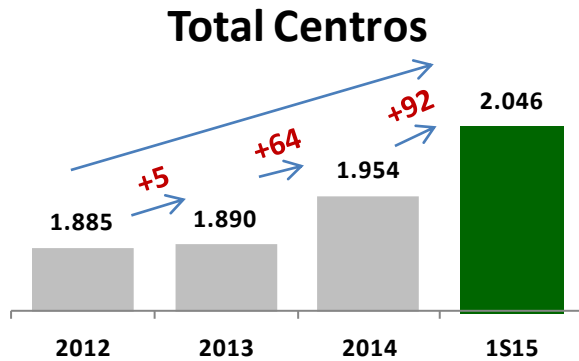
Mejora del margen EBITDA que se sitúa en 36,8%, en la parte alta del rango de guidance de la compañía para 2015-2016 (30-35%) y por encima del registrado en 1S14 (33,1%), gracias a

- ✓ La mayor contribución de Francia.
- ✓ Las mejoras de eficiencia operativa: -5% de los costes de aprovisionamiento y -1,9% de la partida “otros gastos operativos”.

Margen EBITDA del área internacional del 38,6% vs 35,4% de 1S14.

El Margen EBITDA de España se ha visto afectado por el mayor gasto en publicidad y marketing por importe de 0,9 mn €, derivado de la apuesta firme de la compañía por la recuperación del mercado doméstico.

+92 aperturas netas a 1S15, un 43% por encima de las registradas 2014
Cumplido el 38% del *guidance* 2015-16



Desglose aperturas netas:

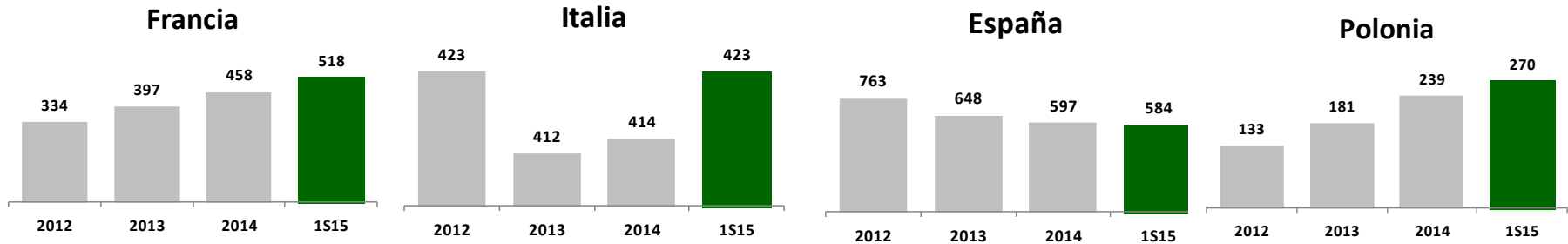
+92 {
+86 nuevas franquicias
+3 nuevos máster franquicia
+3 centros propios

72% de los centros fuera de España.

✓ Continúa el positivo ritmo de aperturas netas en Francia (+60) y Polonia (+31). España termina el 2T15 con +3 aperturas netas vs -16 cierres de 1T15, lo que apuntala la idea de cambio de tendencia en el negocio doméstico.

✓ Continúan registrándose aperturas netas en Italia, lo que nos induce a pensar en una paulatina recuperación del país. Por primera vez se recupera el número de centros de cierre de 2012.

84,5% de los centros son franquicia, el 7,5% centros propios y el 8% máster franquicias



Aperturas Netas



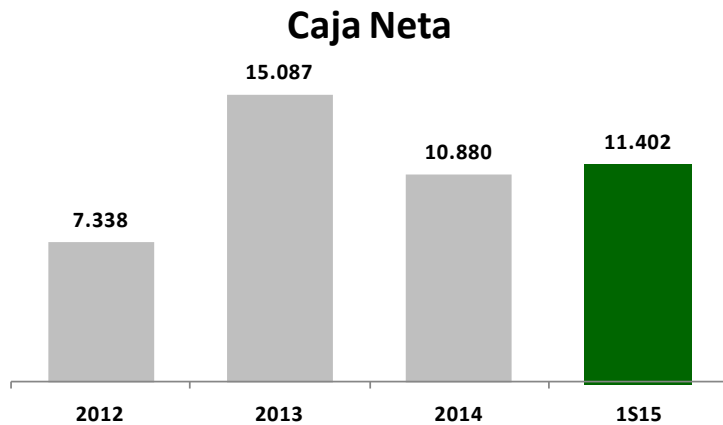
60

9

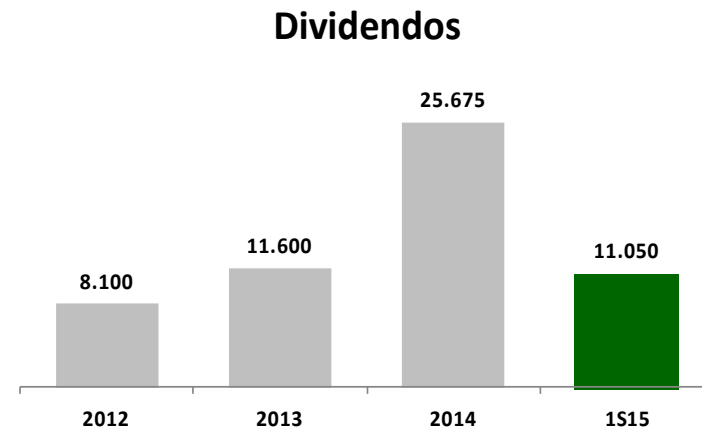
-13

31

La solidez del balance y la retribución al accionista son nuestra prioridad



Datos en miles de euros



Datos en miles de euros

Nota 1: Los datos de 2012, 2013 y 2014 incluyen SAS Naturhouse en todos los periodos
 Nota 2: De los 11,05 mn € de 1S15, 8,5 mn € se corresponden en su práctica totalidad con el resultado generado por las filiales de Naturhouse Health SA en el ejercicio 2014 y el resto con el resultado de Naturhouse Health SA y sus sociedades dependientes en 2015, hasta el 16 de marzo.

- Alta capacidad de generación de caja:** Caja Neta a cierre de 1S15 de 11,4 mn €, tras repartir dividendos por importe de 11,05 mn €.
- La compañía repartirá un dividendo a cuenta por importe de 3 mn € (0,05 € brutos por acción) el 4 de septiembre de 2015, adelantándose en sobre su previsión inicial de hacerlo en 2016.**
- Atractiva política de retribución al accionista: Payout >80%.**

	2.014	1S15
Inmovilizado Intangibles	2.345	2.219
Inmovilizado Material	5.522	5.171
Activos Financieros No Corrientes	757	959
Inversiones en empresas asociadas	2.749	3.317
Activos por Impuestos Diferidos	458	368
ACTIVO FIJO	11.831	12.034
Existencias	3.925	3.982
Clientes	5.564	7.101
Otros Activos Corrientes	683	741
Participaciones en Compañías Vinculadas	11.007	0
Activos Financieros	42	0
Efectivo y Equivalentes	8.659	17.706
ACTIVO CIRCULANTE	29.880	29.530
TOTAL ACTIVO	41.711	41.564
FFPP	15.371	15.877
Provisiones No Corrientes	798	921
Deuda Financiera LP	4.363	3.045
Pasivos Por Impuestos Diferidos	456	460
PASIVO FIJO	5.617	4.426
Deuda Financiera CP	4.525	3.259
Pasivos Con Compañías Vinculadas	2.007	2.040
Proveedores	4.621	5.443
Proveedores partes vinculadas	6.369	7.271
Pasivos por Impuestos Corrientes	3.201	3.248
PASIVO CIRCULANTE	20.723	21.261
TOTAL PASIVO	41.711	41.564

En miles de euros

□ **Posición de caja neta de 11,4 mn de euros a cierre de 1S15, lo que nos permite mantener una atractiva política de remuneración al accionista.**

□ **Pago de un dividendo a cuenta del resultado de 2015 por importe de 11,05 mn € (8,5 mn € con cargo en su práctica totalidad a los resultados de las filiales de Naturhouse Health SA en el ejercicio 2014 y el resto con cargo a resultado acumulado en 2015 por Naturhouse Health SA y sus sociedades dependientes hasta 16 de marzo).**

□ **Reducción de la deuda financiera bruta en un 29% (-2,6 mn €).**

□ **Cancelación de la deuda de Kiluva SA tal y como estaba previsto.**

240 aperturas netas entre 2015 y 2016

Margen EBITDA: 30%-35%

Pay out >80%

Las vías de crecimiento vendrán de la mano del

- ✓ Crecimiento esperado del mercado a nivel mundial: (TACC estimado 2014-19 del 7,4%)
- ✓ Del crecimiento esperado de Francia y Polonia y de la mejora del mercado doméstico.
- ✓ De las aperturas netas de centros, tanto tradicionales como formato “village”, en los países actuales como en nuevos países.

Para ello nuestra estrategia se basa en:

- ✓ Medidas dirigidas a mejora de la fidelización del cliente y de aumento del ticket medio por visita. Exportación de las mejores practicas de Francia al resto de países.
- ✓ Optimización y mejora de la distribución de la partida de publicidad.
- ✓ Apertura y desarrollo de nuevos mercados con el foco puesto en Reino Unido, Alemania, Europa del Este y EEUU, país este último en el que hemos constituido una filial y esperamos abrir la primera tienda en los próximos meses.
- ✓ Búsqueda continua de medidas de eficiencia operativa.

Todo ello sin poner en riesgo nuestro balance.

Y con el único objetivo de maximizar la retribución al accionista. Reparto de 3 mn € en dividendos a cuenta el 4 de septiembre de 2015, adelantándolo sobre nuestra idea original de hacerlo en 2016.

La mejora en las principales magnitudes del Grupo

Ventas: 56,6 mn € (+0,33%)

EBITDA: 19,4 mn € (+1,3 %)

Margen EBITDA: 36,8% vs 36,5% 1S14

Resultado Neto: 13,3mn € (+2,4%)

Centros: 2.046 (+92 vs cierre 2014)

Presencia geográfica: 29 vs 26 cierre 2014 y vs 24 a 1S14

La alta capacidad de generación de caja

Caja Neta 1S15 de 11,4 mn €

Y la esperada buena evolución del mercado donde operamos

TACC 15-19 mercado mundial: 7,4%*

TACC 15-19 mercado Europa Occidental: 3,7%*

Nos permite seguir siendo optimistas con el crecimiento del Grupo en el futuro

Hechos Relevantes del Periodo

- 24 de abril de 2015:** Fijación del precio definitivo de la oferta de venta de acciones y firma del contrato de aseguramiento de la oferta
- 12 de mayo de 2015:** La sociedad remite información sobre los resultados del primer trimestre de 2015.
- 20 de mayo de 2015:** Información sobre aperturas netas de centros 4 primeros meses de 2015.
- 22 de mayo de 2015:** NATURHOUSE informa sobre el ejercicio de la opción de compra green shoe respecto de 1.097.637 acciones y de las operaciones durante el periodo de estabilización.

Hechos Relevantes posteriores al cierre del periodo

- 7 de julio de 2015:** Comunicación de la constitución de una filial en Lituania.



CONTACTO

María Pardo Martínez
Directora de Relación con Inversores
Teléfono: +34 914323953
Email: accionista@naturhouse.com