



# Natra

**Presentación de  
Resultados 1T07 y  
Presupuestos 2007**



Madrid, 10 de Mayo de 2007

# Índice

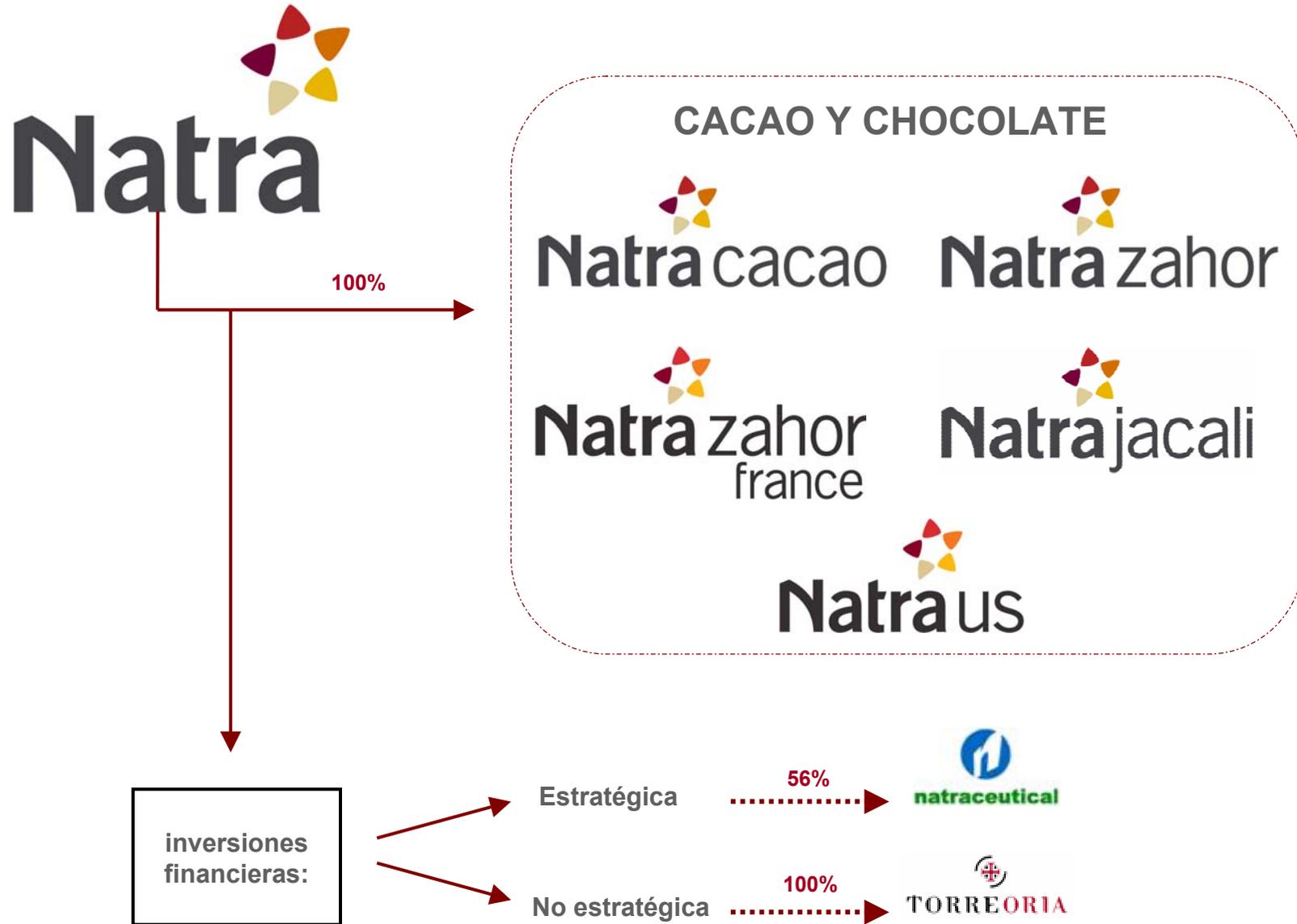


1. Estructura corporativa y modelo de negocio
2. Nuestra estrategia
3. Principales magnitudes financieras 2006
4. Resultados 1T07 y Presupuestos 2007





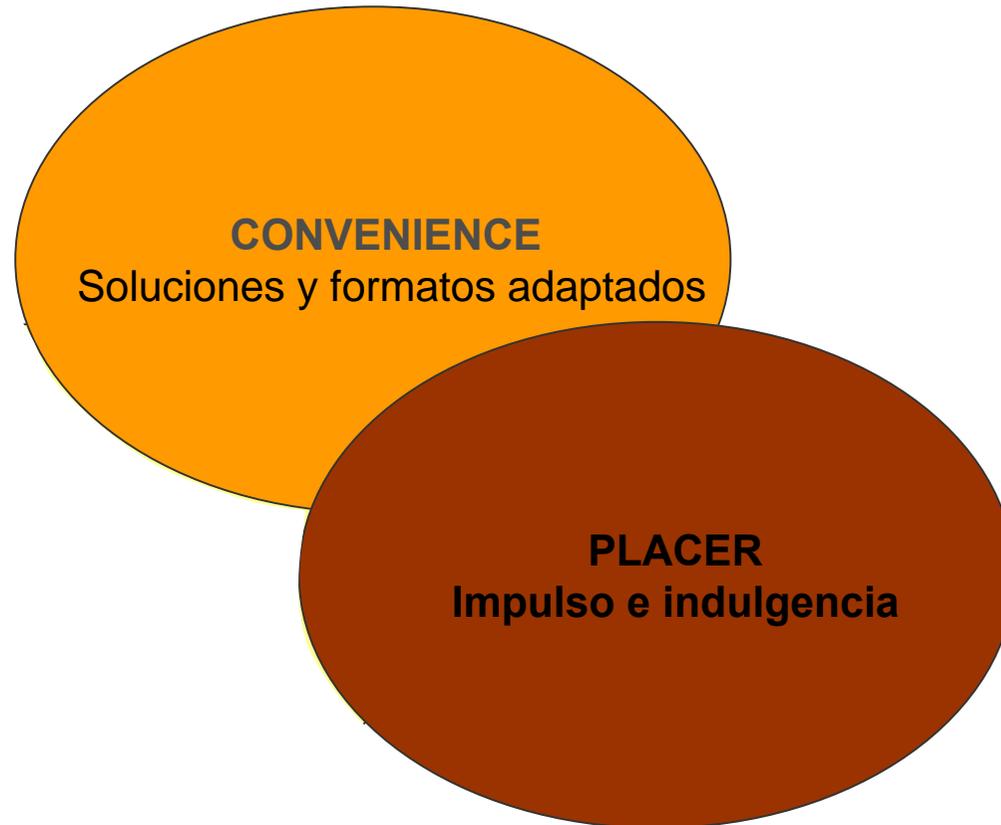
## Estructura corporativa: Natra hoy





## Estrategia: Desarrollo en Alimentación Avanzada

---





## La respuesta de Natra en el tiempo

**Nacimiento Natra:  
Cacao y Cafeina**

**Nuevo Consejo  
de  
Administración**

  
**Alimentación  
funcional  
Salida a Bolsa**

**Coberturas y  
Crecimiento en Cacao  
(NatraCacao)**

**Natra Zahor en Francia  
Tabletas de Chocolate**

**Natra Zahor en España)  
Candy Bars( barritas choc.)**

**NatraJacali  
Especialidades Belgas**

**Integración y  
Estrategia de  
Negocio Unificado**



1943

...

2001

2002

2003

2004

2005

2006...

# Índice

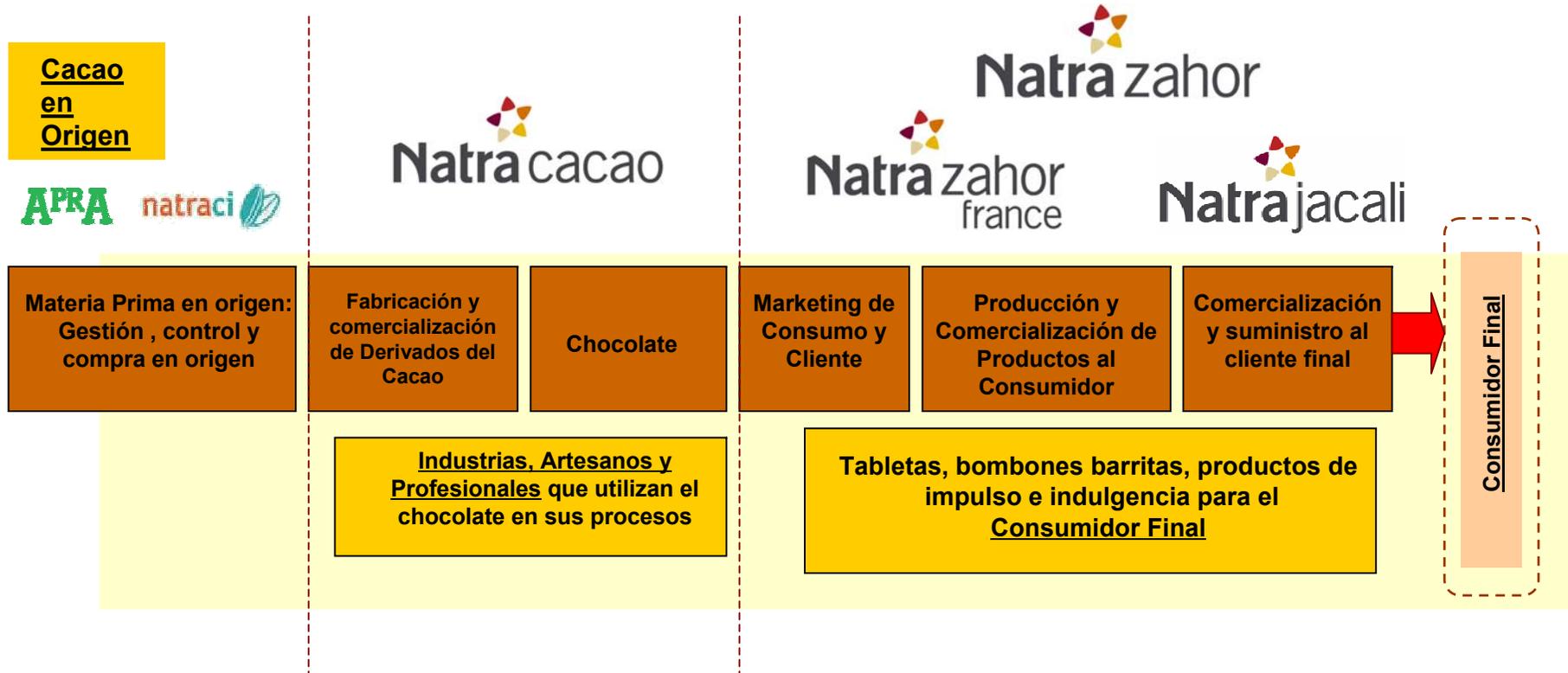


1. Estructura corporativa y modelo de negocio
2. Nuestra estrategia
3. Principales magnitudes financieras 2006
4. Resultados 1T07 y Presupuestos 2007



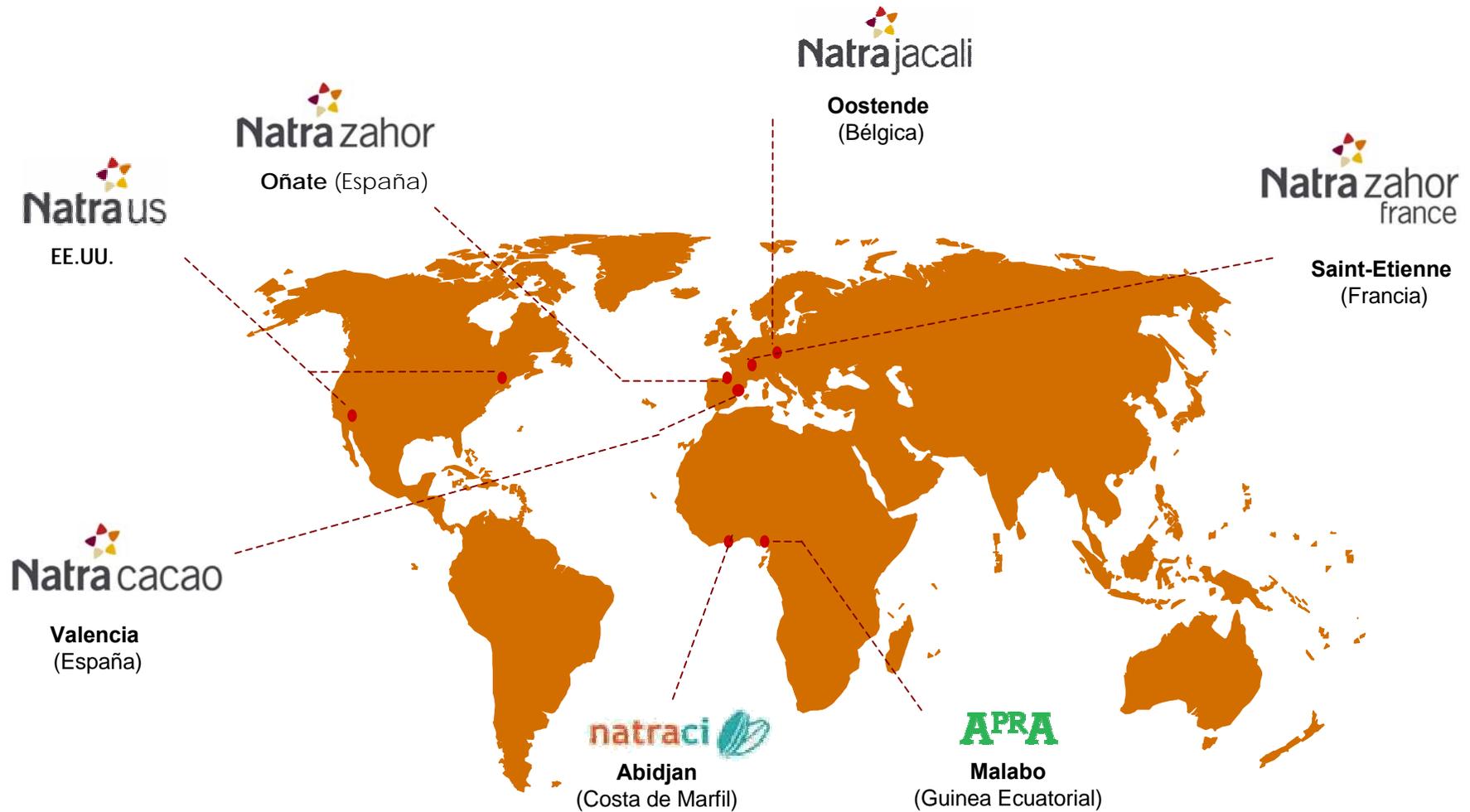


## Cadena de Valor : Cacao y chocolate



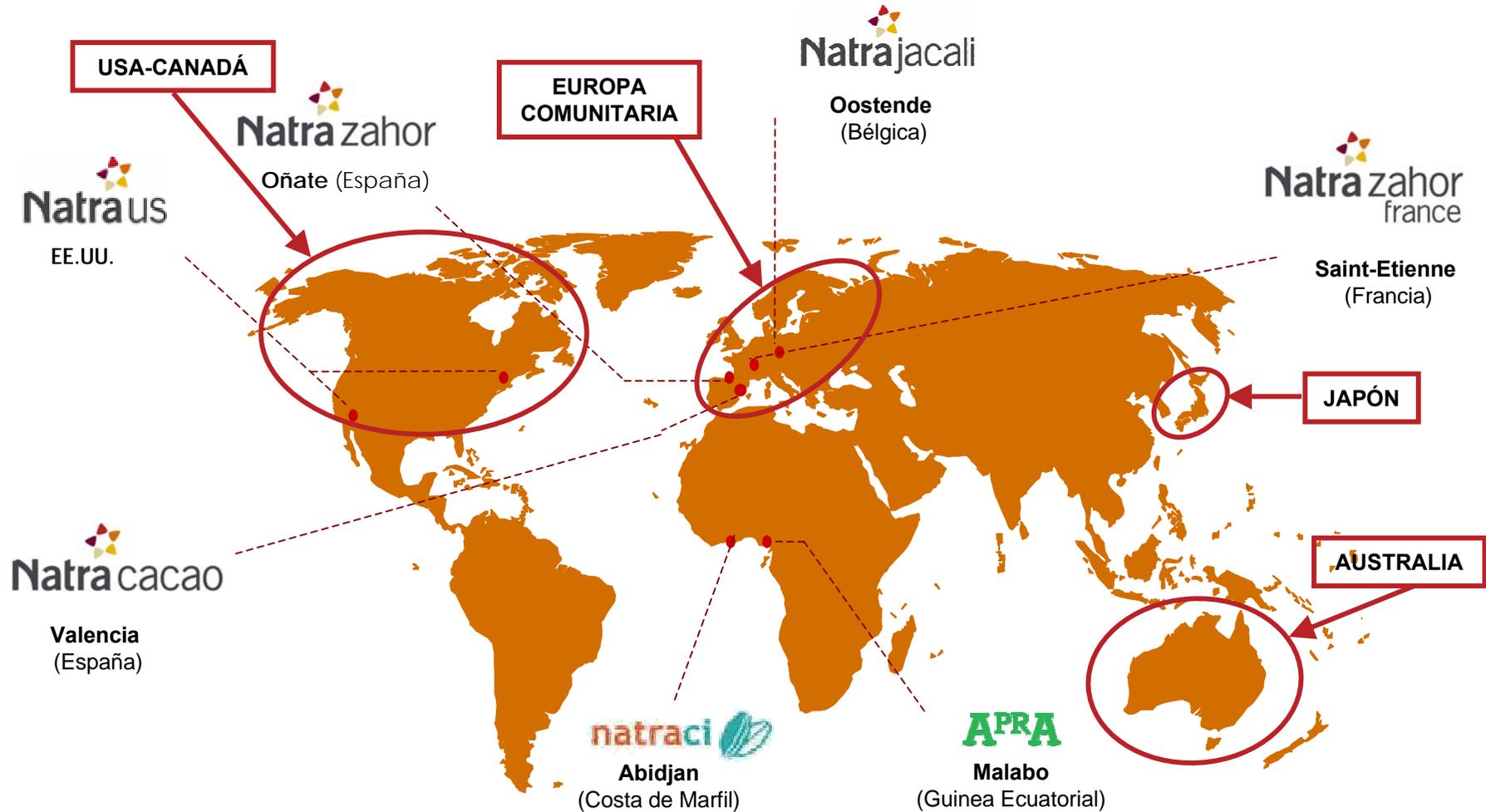


## Presencia internacional: Natra en el mundo





## Presencia internacional: Natra en el mundo. Comercialización

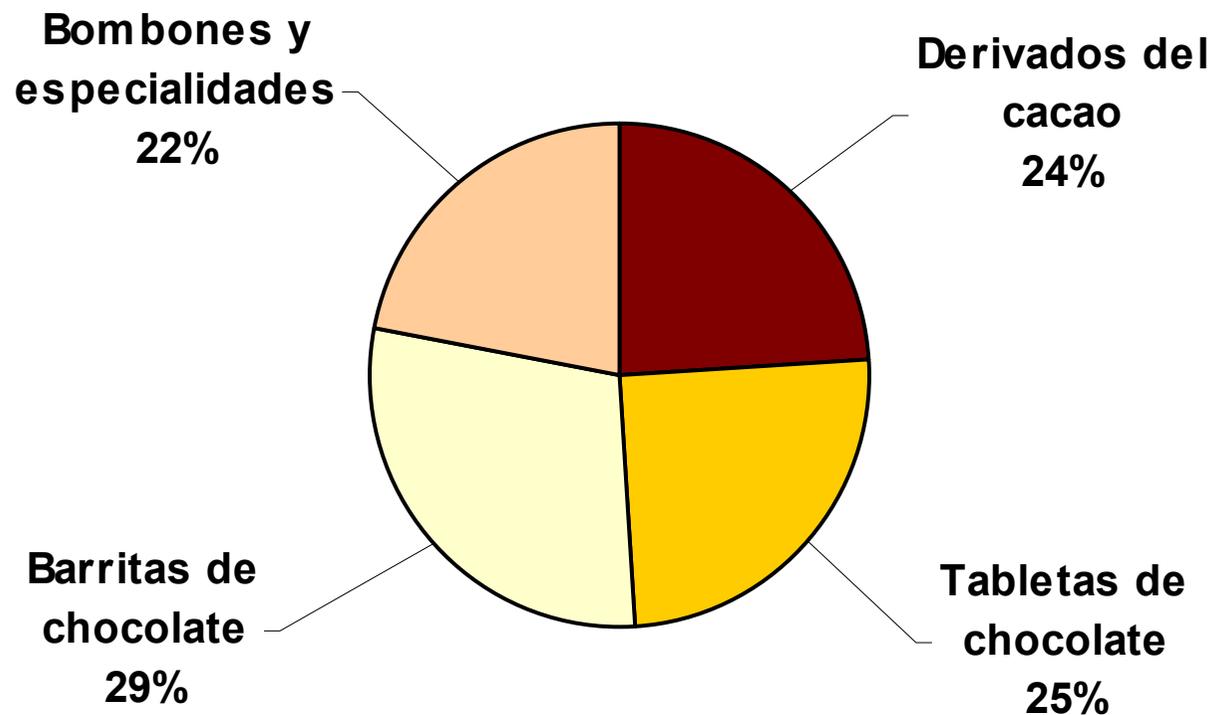




## Distribución de las ventas de cacao y chocolate en 2006

---

### Ventas por líneas de negocio

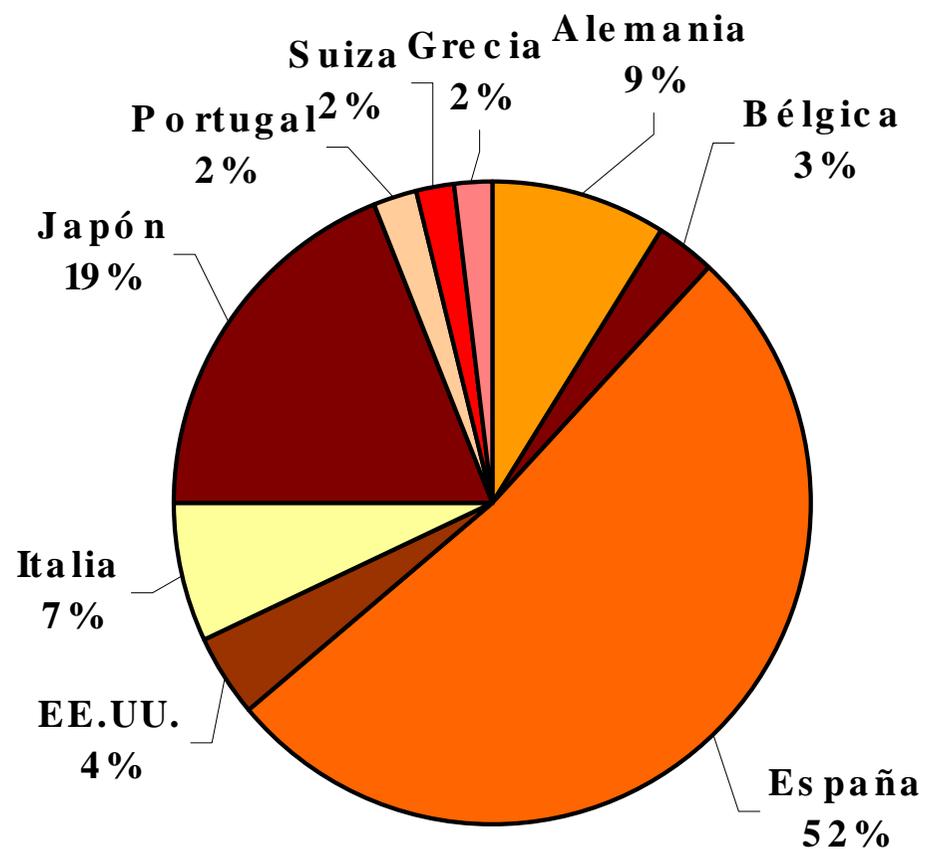




## Distribución de las ventas de cacao y chocolate en 2006

---

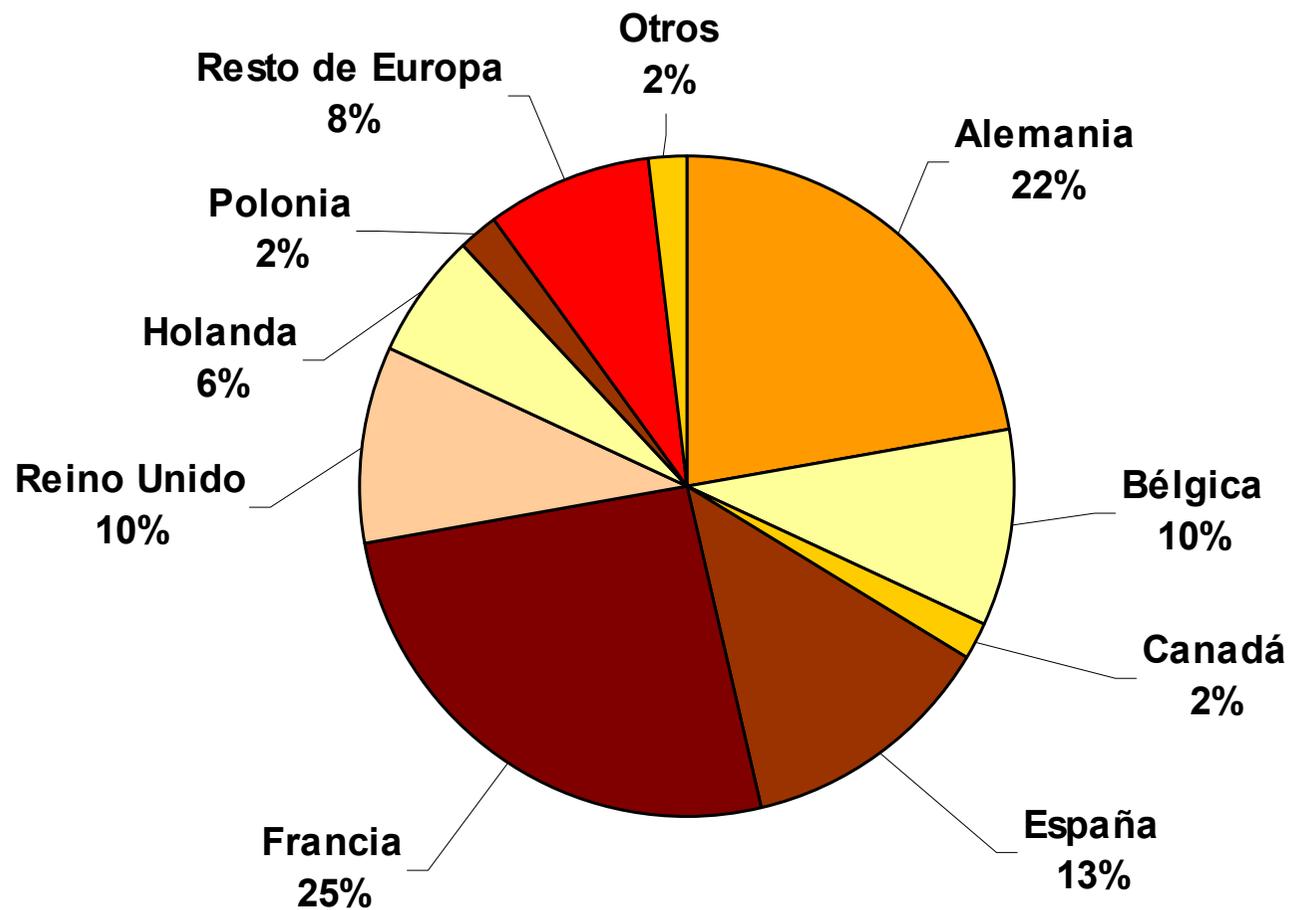
### Distribución Geográfica de Ventas de Chocolate Industrial y Derivados del Cacao - B2B -





## Distribución de las ventas de cacao y chocolate en 2006

### Distribución Geográfica de Ventas de Chocolate - B2C -



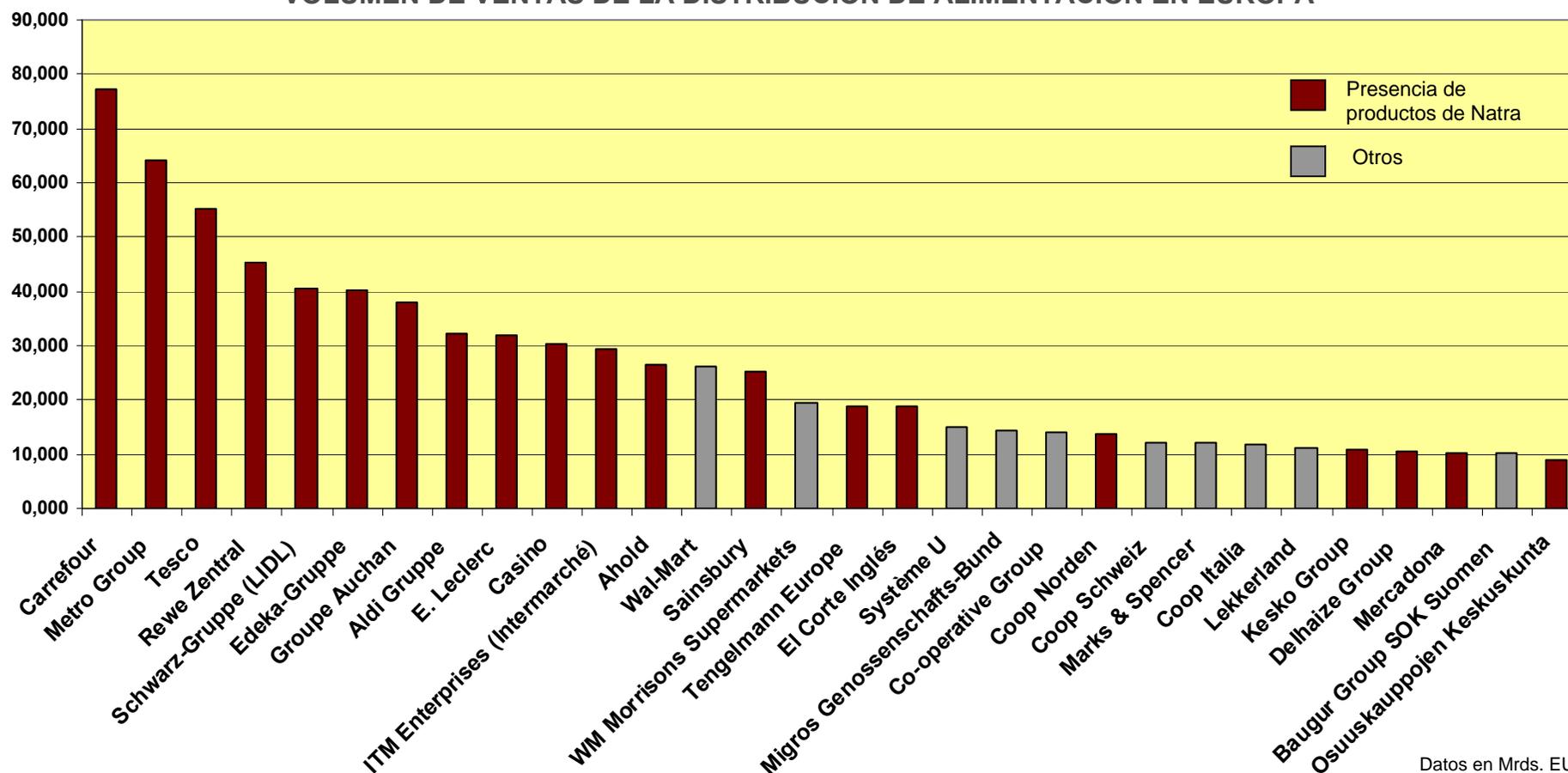


## Posicionamiento de mercado

### Presencia de Natra en 20 de las 30 mayores cadenas de distribución europeas

Fuente: Lebensmittel Zeitung

#### VOLUMEN DE VENTAS DE LA DISTRIBUCION DE ALIMENTACIÓN EN EUROPA



Datos en Mrds. EUR



## Evolución del mercado: Nuestra visión de la actualidad

---

**Los productos de chocolate con marca de fabricante  
crecen al 2%  
Mientras que con marca de distribuidor  
lo hacen al 13%**





## Natra a grandes rasgos

---

- **Colíderes en Candy bars (barritas)** de marca de distribución en Europa
- Los **mayores exportadores de derivados** de cacao y chocolate de España.
- Presencia en los **mercados europeos con mayor consumo y volúmenes de ventas.**
- El **90% de nuestra facturación** proviene de ventas **fuera de España.**
- Entre nuestros **clientes** contamos con los **distribuidores más importantes de Europa.**
- Nuestra disposición fabril nos permite **trabajar en origen de producción** Chocolate Belga.

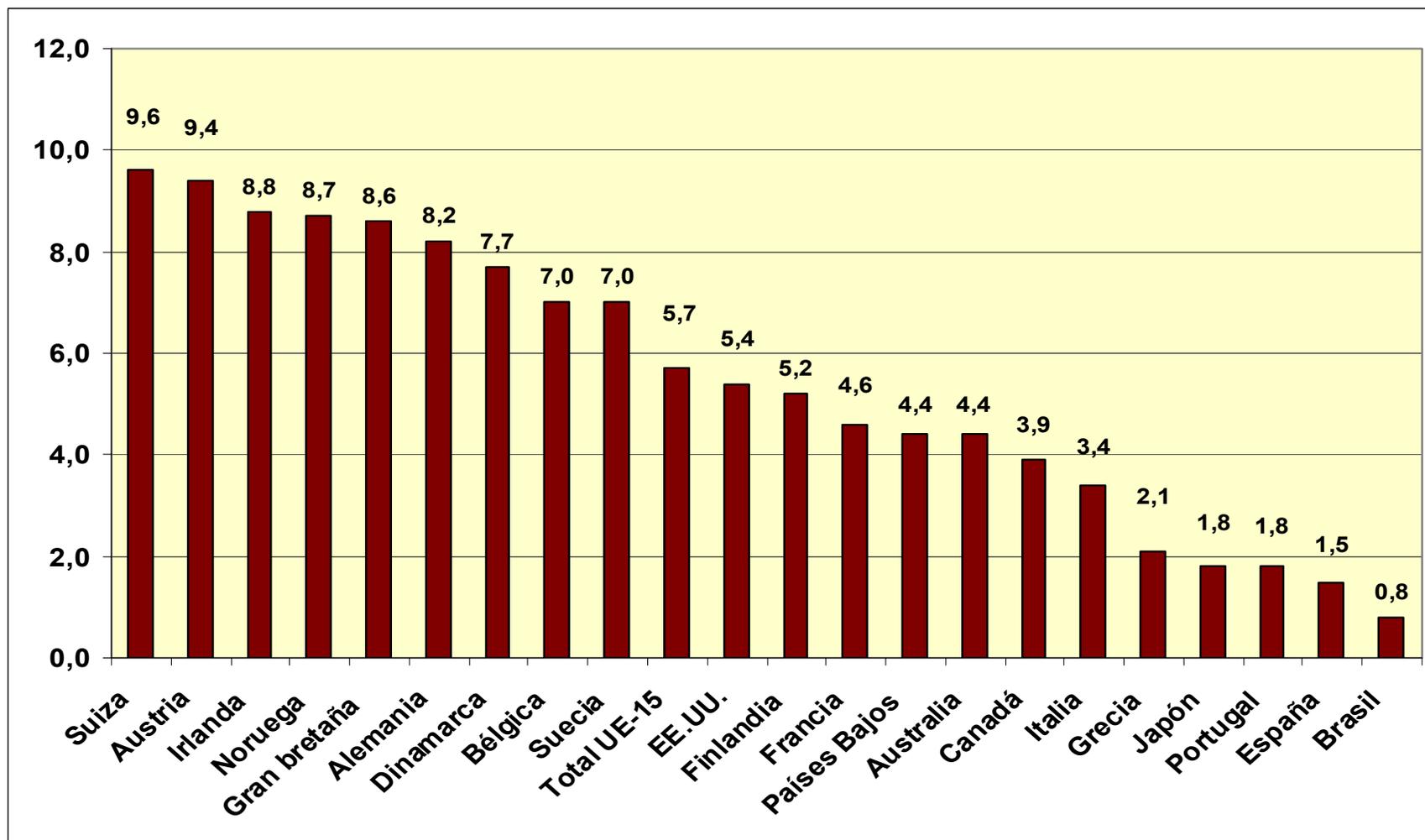


Fuentes: CAOBISCO e International Confectionery Association



## Natra a grandes rasgos

### Consumo per cápita por países kg. (2005)





## Estrategia del mercado por canales de venta

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CO-MANUFACTURING

DISTRIBUCIÓN MODERNA

DISTRIBUCIÓN DETALLE

ARTESANO PROFESIONAL  
E INDUSTRIAL

CONSUMO  
MASIVO

CONSUMO  
MASIVO

IMPULSO

IMPULSO

IMPULSO

INDULGENCIA

INDULGENCIA

INDULGENCIA

INDULGENCIA

PRESCRIPCIÓN

PRESCRIPCIÓN

CONSUMO



## Estrategia de Natra por canales de venta

---

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN

CO-MANUFACTURING

DISTRIBUCIÓN MODERNA

CONSUMO  
MASIVO

CONSUMO  
MASIVO

IMPULSO

IMPULSO

INDULGENCIA

INDULGENCIA

PRESCRIPCIÓN

CONSUMO



## Bases para nuestro crecimiento futuro

---

Continuar aumentando el volumen en todo el abanico de la cadena de valor:

- **Control y gestión del origen y de la calidad** de la materia prima.
- Oferta de toda la gama de productos al **profesional**.
- Oferta de toda la gama de productos al **consumidor final**.
- **Intensificación de la presencia** de nuestros productos en nuestros clientes.





## Bases para nuestro crecimiento futuro

---

### Expansión geográfica:

- Incremento del **número de productos con innovación** en nuestros clientes de la UE.
- Desarrollar los **actuales volúmenes de venta** en EE.UU., Canadá, Rusia.
- Acceder al **crecimiento geográfico** de nuestros actuales clientes.
- Mediante **nuevas adquisiciones**.



# Índice



1. Estructura corporativa y modelo de negocio
2. Nuestra estrategia
3. Principales magnitudes financieras 2006
4. Resultados 1T07 y Presupuestos 2007





## Principales magnitudes financieras consolidadas ejercicio 2006

Estos son los frutos de un plan de negocio acertado y en constante evolución:

Millones de euros	2002*	2003*	2004*	2004 NIC*	2005 NIC*	2006 NIC
Ingresos Totales	78,1	88,1	94,5	93,3	245,0	298,0
Margen Bruto	23,3	24,9	30,0	29,3	96,6	131,6
EBITDA	6,0	6,9	7,8	6,5	18,2	29,4
EBIT	3,0	3,4	3,7	3,2	8,0	14,8

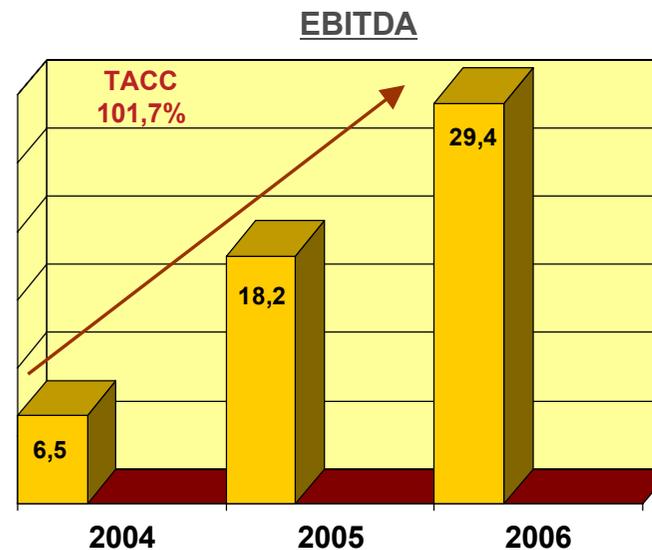
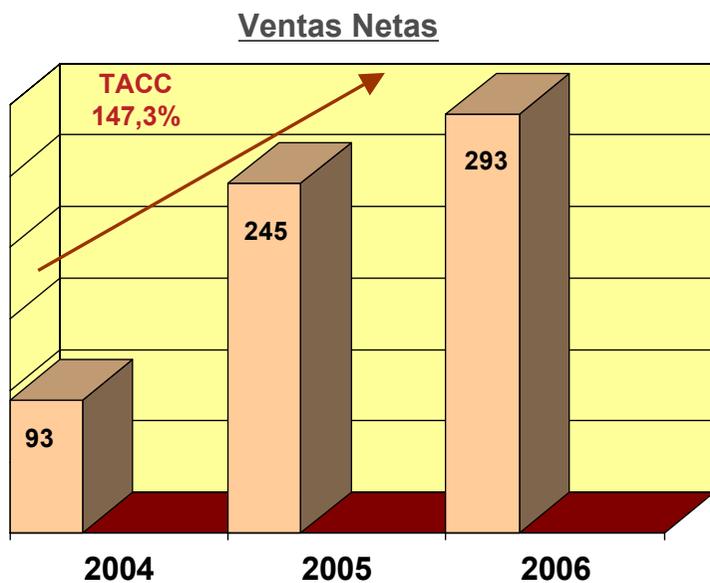
Patrimonio Neto (antes de minoritarios): 123 mn EUR

Deuda Neta (sin Natraceutical): 128 mn EUR

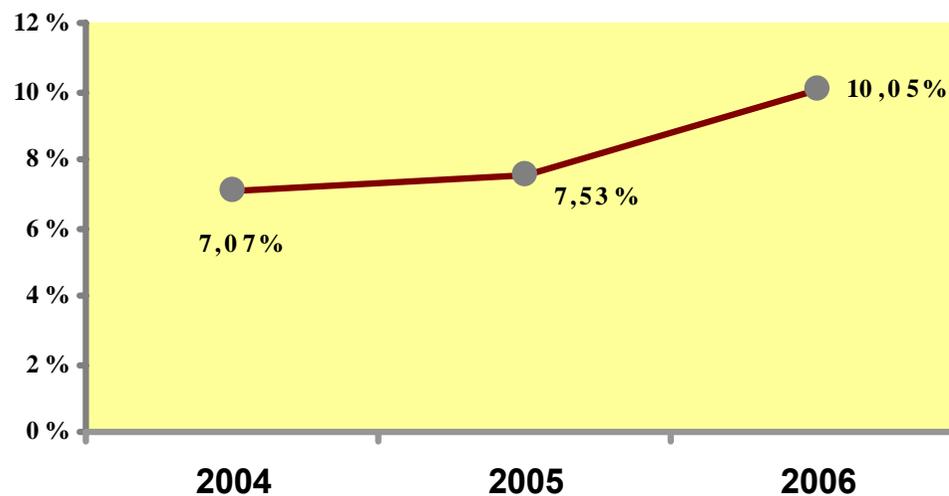
\* Cifras auditadas por Deloitte



## Evolución de los principales ratios consolidados 2004 - 2006



**Margen EBITDA (%)**



# Índice



1. Estructura corporativa y modelo de negocio
2. Nuestra estrategia
3. Principales magnitudes financieras 2006
4. Resultados 1T07 y Presupuestos 2007





## Presupuesto 2007 – Grupo Natra

Grupo Natra	2006	2007P	% Δ
Ventas	292,9 mill €	380 mill €	29,8%
EBITDA	29,4 mill €	38 mill €	29,2%

- Crecimiento en ventas del 30% respecto al ejercicio 2006
- El EBITDA presupuestado supera en más del 29% al del ejercicio anterior
- Margen EBITDA sobre ventas del 10%





## Presupuesto 2007 – Cacao & Chocolate

---

Natra C&Ch	2006	2007P	% Δ
Ventas	199 mill €	220 mill €	10,3%
EBITDA	19 mill €	22 mill €	15,5%

- Crecimiento en ventas superior al 10%
- Crecimiento en EBITDA superior al 15%
- Se alcanza un margen EBITDA sobre ventas del 10%





## Presupuesto 2007 - Natraceutical

Natraceutical	2006	2007P	% Δ
Ventas	91 mill €	160 mill €	76%
EBITDA	10 mill €	16 mill €	60%

- Crecimiento en ventas del 13%:
  - En la división de ingredientes se prevé un crecimiento del 10%
  - En la división de complementos nutricionales se prevé un crecimiento del 16%
- Cumplimiento del presupuesto en 1T 2007:

Natraceutical	1rT 06	1rT 07	% Δ
Ingresos	25,0 mill €	45,0 mill €	80%
EBITDA	3,6 mill €	6,0 mill €	61%





## Resultados 1r Trimestre 2007 – Grupo Natra

---

Grupo Natra	1rT 06	1rT 07	% Δ
Ingresos	71,7 mill €	95,3 mill €	32,9%
EBITDA	8,4 mill €	11,1 mill €	32,5%

- Crecimiento en ventas del 30% respecto al ejercicio 2006
- El EBITDA presupuestado supera en más del 29% al del ejercicio anterior
- Margen EBITDA sobre ventas del 10%





## Evolución 1rT 2007

---

Natra C&Ch	1rT 06	1rT 07	% Δ
Ventas	46,4 mill €	49,8 mill €	7,4%
EBITDA	4,8 mill €	5,2 mill €	8,8%

- XXX





# Natra

[www.natra.es](http://www.natra.es)

