



Valencia, 3 de mayo de 2012

Resultados del 1r trimestre de 2012

La mejoras operativas de la actividad de Cacao y Chocolate y de Natraceutical permiten a Natra aumentar su resultado de explotación un 71%, hasta los 3,21 M€

- El negocio de Cacao y Chocolate, principal actividad de Natra, mantiene las ventas del 1T 2011 y consigue incrementar el resultado de explotación un 47,8%, alcanzando los 1,67 M€.
- Natraceutical aporta al consolidado de Natra un resultado de explotación de 1,62 M€, con un incremento del 103,6% respecto al primer trimestre de 2011, a pesar de que su cifra de negocios se contrae un 19,6% en el primer trimestre del ejercicio.
- A nivel consolidado, Natra ha concluido el primer trimestre del ejercicio con un EBITDA de 6,27 M€ (+21,0%) y un resultado de explotación de 3,29 M€ (+71,2%), a pesar de un ligero retroceso del 2,7% en la cifra de negocios, que se ha situado en 85,03 M€.
- El resultado neto del grupo se ha situado en -0,15 M€, frente a los 1,08 M€ del 1T 2011, cifra que incorporó plusvalías extraordinarias por importe de 2,50 M€ generadas por la venta de acciones de Naturex en el pasado ejercicio.
- En los últimos doce meses, Natra ha reducido en 40,65 M€ su deuda financiera. Esta cifra no incorpora los recursos financieros por importe de 11,84 M€ obtenidos en el mes de abril por la venta de acciones de Naturex, que se destinarán al servicio de la deuda del presente ejercicio y a amortización anticipada del principal.

1.- Evolución de los negocios

El primer trimestre de 2012 se ha caracterizado por la mejora operativa del negocio de Cacao y Chocolate de Natra, que ha permitido empezar a materializar la recuperación de márgenes anunciada a finales del ejercicio 2011.

En los primeros tres meses del ejercicio, la cifra de negocios se ha situado en 75,58 millones de euros, niveles similares a los del ejercicio anterior, debido principalmente a la traslación del inicio de ciertos contratos de la División de Productos de Consumo al segundo trimestre del ejercicio, así como a la decisión de interrumpir relaciones comerciales sobre contratos específicos por no reportar éstos la rentabilidad mínima necesaria al negocio.

A pesar de ello, el mantenimiento de la fortaleza de la División de Producto Industrial, así como la gestión altamente eficiente de los elementos clave en la División de Productos de Consumo (aprovisionamiento de materia prima, revisión de precios de venta tras los incrementos generalizados de materia prima en 2011 y mix de venta de la cartera de productos de la división) han sido los motores para la mejora de la rentabilidad de la actividad de Cacao y Chocolate de Natra, que ha situado su EBITDA en 4,45 millones de euros, frente a los 4,15 millones de euros del primer trimestre de 2011 (+7,2%) cerrando el acumulado a marzo con un incremento del margen EBITDA hasta el 5,9%, frente al 5,5% del ejercicio anterior. El resultado de explotación se ha situado en 1,67 millones de euros, con un incremento del 47,8%.

En millones de euros

NATRA - Cacao y Chocolate			
	1T 2012	1T 2011	Dif.
Ventas	75,59	75,65	-0,1%
<i>Div. Consumo</i>	53,31	57,01	-6,5%
<i>Div. Industrial</i>	22,27	18,64	19,5%
EBITDA	4,45	4,15	7,2%
<i>Margen EBITDA</i>	5,9%	5,5%	
Rdo. Explotación	1,67	1,13	47,8%

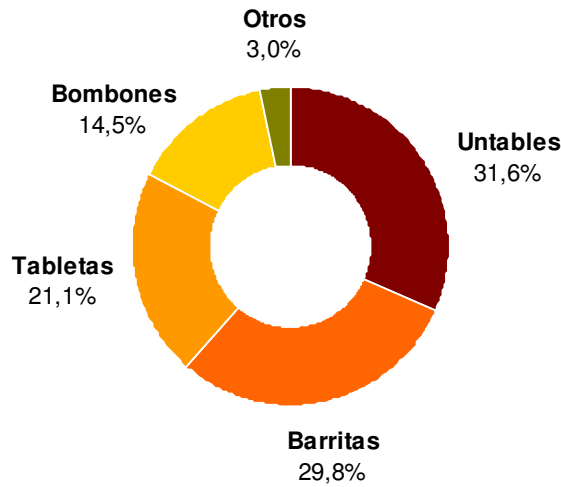
División de Productos de Consumo

La División de Productos de Consumo, que tradicionalmente concentra entorno al 75% de las ventas de la actividad de Cacao y Chocolate de Natra, ha finalizado el primer trimestre del ejercicio con una cifra de negocios de 53,31 millones de euros frente a los 57,01 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior.

El retroceso del 6,5% en las ventas de la división se debe principalmente al retraso en el inicio de algunos contratos de tabletas y barritas de chocolate, que están siendo efectivos desde el mes de abril con volúmenes que se prevé permitirán compensar gran parte de la producción no realizada en los primeros meses del año. Asimismo, en el marco de la estrategia de mejora del mix de producto, este primer trimestre recoge también el efecto del abandono de algunos contratos que no reportaban rentabilidades mínimas necesarias al negocio, lo cual en los últimos trimestres ha resultado en una reducción de los volúmenes de venta de tabletas de chocolate y cremas de formulación básica a favor de productos de mayor valor añadido.

A pesar del explicado retroceso en la cifra de negocios, las iniciativas por rentabilizar la cartera de productos, junto con la mayor eficiencia en la gestión de toda la cadena de valor, ha permitido que la División de Productos de Consumo aporte una mejora significativa al EBITDA del conjunto de la actividad de Cacao y Chocolate de Natra.

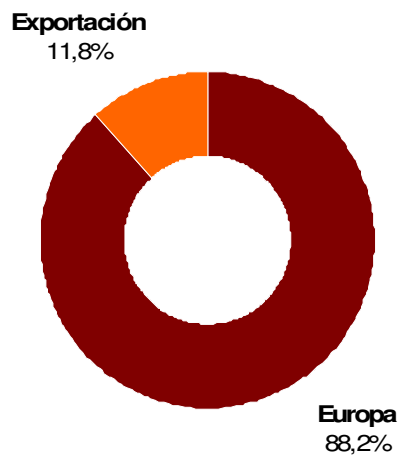
Distribución de las ventas por gama de producto
División de Productos de Consumo



En el primer trimestre del ejercicio, la División de Productos de Consumo de Natra ha seguido avanzando en su penetración en mercados fuera de Europa, cuyas ventas han crecido un 9,3% hasta marzo, representando un 11,8% del total de ventas de la división. A diferencia del mercado europeo, los productos con los que Natra está accediendo a los nuevos mercados de exportación responden a un consumo más estacional vinculado a la climatología, por lo que, a modo de ejemplo, en este primer trimestre no es relevante la cifra de negocios en China, que a lo largo del ejercicio es el segundo mercado de desarrollo para Natra, tras Norte América.

Por el contrario, destaca en estos primeros meses el crecimiento en el mercado brasileño, primera incursión de Natra en América Latina, de la mano de una de las principales cadenas de distribución norteamericana, que a cierre de marzo aglutina el 1,10% de las ventas de la División de Productos de Consumo.

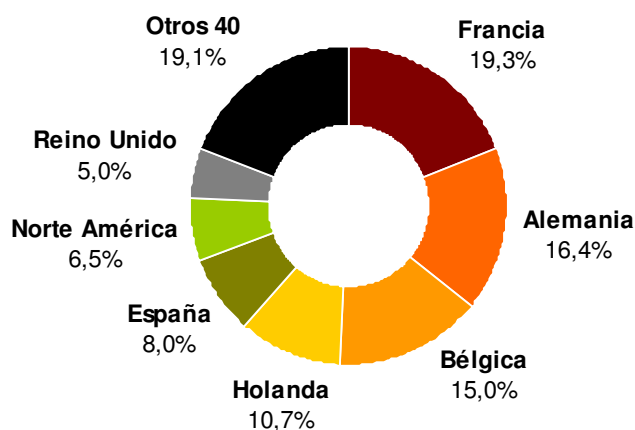
Distribución de las ventas por zona geográfica
División de Productos de Consumo



Entre los principales mercados en Europa, Francia, Alemania y Bélgica se mantienen como primeros destinos comerciales para Natra (19,3%, 16,4% y 15,0% de la cifra de negocios de la División de Productos de Consumo respectivamente), seguidos de Holanda (10,7%). Destaca en este primer trimestre el retroceso de España, cuyas ventas pasan del 10,8% al 8,0% sobre el total de la División, así como el aumento de la presencia en Reino Unido, donde la cifra de negocios crece del 3,8% al 5,0% en este primer trimestre.

Destaca también el crecimiento de la División de Productos de Consumo en Norte América, que se sitúa como sexto mercado de esta División, pasando del 3,67% en el primer trimestre de 2011 al 6,52% a cierre de marzo de 2012.

**Distribución de las ventas por zona geográfica
División de Productos de Consumo**

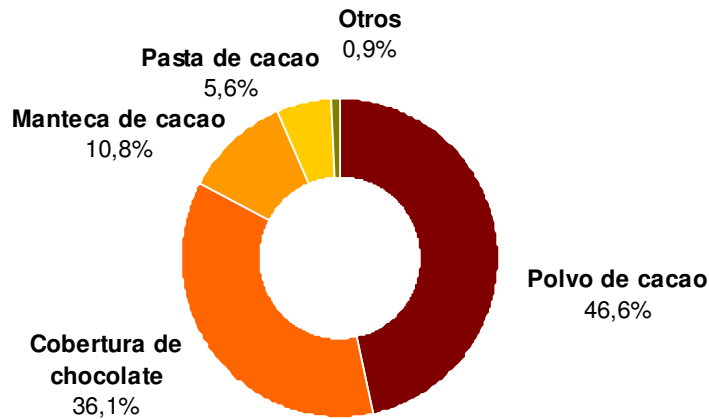


División de Producto Industrial

La División de Producto Industrial ha situado su cifra de negocios en 22,27 millones de euros, con un crecimiento del +19,6% respecto al primer trimestre de 2011. En estos primeros meses del ejercicio, ha destacado el crecimiento simultáneo de los tres principales productos de esta división (polvo y manteca de cacao, y cobertura de chocolate), con incrementos significativos en volúmenes del +11,5%, +66,9% y +32,0% por producto, respectivamente.

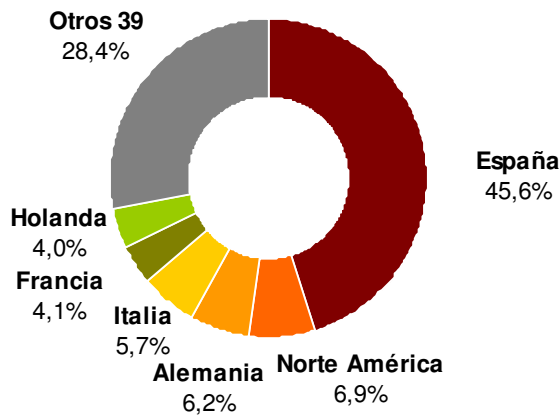
Según lo previsto, los precios de venta en la industria de los derivados del cacao han sufrido ciertos ajustes, tras meses de fuerte evolución motivada por el encarecimiento del cacao. Aún así, el significativo incremento en ventas, junto con la optimización de los costes de producción, ha permitido a esta división mantener un buen margen EBITDA, que ha contribuido al resultado del conjunto de la actividad de Cacao y Chocolate.

**Distribución de las ventas por gama de producto
División de Producto Industrial**



En el primer trimestre del ejercicio, España, principal mercado de la División de Producto Industrial, que tradicionalmente ha aglutinado algo más del 50% de las ventas de la División, ha crecido por encima del 6%, aunque ha cedido terreno frente a otros mercados con mayor desarrollo como Estados Unidos (+36,8%) o Italia (+52,2%).

**Distribución de las ventas por zona geográfica
División de Producto Industrial**



Para el ejercicio 2012, Natra se muestra confiada en obtener crecimiento tanto en su cifra de negocios como en sus márgenes operativos, estos últimos especialmente impulsados por las mejoras en la eficiencia de la División de Productos de Consumo, castigada en el ejercicio anterior por el fuerte encarecimiento de las materias primas.

2.- Aportación de la participada Natraceutical

Natra ostenta una participación del 46,86% en Natraceutical, que consolida por integración total en sus estados financieros.

En el primer trimestre del ejercicio, Forté Pharma, la sociedad que canaliza la actividad industrial de Natraceutical, ha obtenido un resultado neto de 1,33 millones de euros un crecimiento del 64,2% respecto al primer trimestre de 2011, impulsado por la recuperación operativa del negocio, que ha situado el EBITDA de la compañía en 2,33 millones de euros, frente a los 1,49 millones de euros del ejercicio anterior (+56,4%). La cifra de negocios de Forté Pharma ha retrocedido un 18,7% a marzo de 2012, impactada por la caída en ventas de uno de los productos de la gama de control de peso. Excluida esta circunstancia, las ventas de la compañía se hubieran mantenido en niveles similares a los del ejercicio anterior.

A nivel consolidado, en el primer trimestre del ejercicio Natraceutical ha aportado a Natra unas ventas de 9,44 millones de euros (-19,6%), un EBITDA de 1,81 millones de euros (+64,7%) y un resultado neto de 2,09 millones de euros, frente a los 2,24 millones de euros del primer trimestre de 2011, diferencia debida al efecto de las plusvalías generadas en el ejercicio anterior por las ventas de la participación financiera en Naturex. Sin tener en cuenta dichas plusvalías en 2011, el resultado neto de Natraceutical en este primer trimestre hubiera crecido un 71,3%.

En los últimos doce meses, Natraceutical ha reducido su endeudamiento financiero en 24,67 millones de euros, situándose la deuda financiera a cierre del primer trimestre en 60,43 millones de euros.

Actualmente Natraceutical es titular de 1.365.002 acciones de Naturex, representativas del 17,71% del capital de la sociedad. El valor en bolsa de dicho activo a 31 de marzo se situó en 72,26 millones de euros.

3.- Resultado antes de Impuestos

En el primer trimestre de 2012, el resultado antes de impuestos de Natra se ha situado en 1,58 millones de euros frente a los 2,88 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior.

La evolución negativa de este resultado se explica principalmente por la presencia de plusvalías extraordinarias en el primer trimestre de 2011, por importe de 2,50 millones de euros, resultantes de venta de acciones de Naturex realizadas tanto por Natra como por Natraceutical.

En el epígrafe “Resultado de activos mantenidos para la venta” en la cuenta de resultados de Natra, se recoge el resultado de Naturex consolidado por puesta en equivalencia durante el ejercicio 2011 y su contabilización a valor de mercado en el ejercicio 2012, tras la decisión de Consejo de Administración de Natraceutical de considerarlo como activo financiero disponible para la venta.

4.- Deuda financiera

A 30 de marzo de 2011, la deuda con entidades de crédito de Natra asciende a 226,09 millones de euros, de los cuales 60,57 millones de euros corresponden a Natraceutical. Desde marzo de 2011, Natra ha reducido en 40,65 millones de euros su deuda financiera

Estos datos no incorporan el efecto de la caja generada tras la venta de 230.000 títulos de Naturex que Natraceutical liquidó los primeros días del mes de abril. Los recursos financieros obtenidos tras esta operación ascienden a 11,84 millones de euros, que Natraceutical destinará al servicio de la deuda del presente ejercicio y a amortización anticipada del principal.

En abril de 2010 Natra anunció la finalización del proceso de reestructuración de su deuda financiera. El acuerdo resultante comprende la refinanciación a largo plazo de la totalidad de la deuda, así como la aportación de nuevos fondos, mediante un préstamo sindicado con vencimientos a cuatro, cinco y seis años en el caso de Natra, y vencimiento único en 2013 en el caso de Natraceutical. De este modo, Natra no debe afrontar ningún vencimiento significativo de su financiación sindicada hasta el ejercicio 2013.

5.- Cuenta de resultados consolidada del primer trimestre 2012 de Natra, S.A.

<i>(en miles de euros)</i>	1T 2012	1T 2011
Operaciones continuadas:		
Importe neto de la cifra de negocios	85.027	87.417
+/- Variación de existencias	(923)	3.687
Aprovisionamientos	(47.430)	(53.330)
MARGEN BRUTO	36.674	37.774
Otros ingresos de explotación	288	501
Gastos de personal	(15.427)	(16.011)
Dotación a la amortización	(2.975)	(3.256)
Otros gastos de explotación	(15.293)	(16.837)
Resultado de la enajenación de activos no corrientes	26	(248)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	3.293	1.923
Ingresos financieros	37	2.775
Gastos financieros	(3.399)	(3.189)
Diferencias de cambio (ingresos y gastos)	28	
Resultado de activos mantenidos para la venta	1.635	1.375
Resultado por venta de instrumentos financieros	(6)	
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	1.588	2.884
Impuestos sobre las ganancias	(611)	(367)
RESULTADO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	977	2.517
Operaciones interrumpidas:		
Resultados del ejercicio procedentes de operaciones interrumpidas	(18)	(248)
RESULTADO DEL EJERCICIO	959	2.269
Atribuible a:		
Accionistas de la Sociedad dominante	(150)	1.079
Intereses minoritarios	1.110	1.190

6.- Balance consolidado de Natra, S.A. a 30 de marzo de 2012

<i>(miles de euros)</i>	30/03/2012	31/12/2011
ACTIVO		
Activo no corriente		
Fondo de comercio	142.612	153.830
Otros activos intangibles	1.703	3.163
Propiedad, planta y equipo	63.625	66.404
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	(127)	87.666
Activos financieros no corrientes	3.221	7.202
Derivados financieros		
Otros activos no corrientes		
Activos por impuestos diferidos	11.796	11.027
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	222.830	329.292
Activo corriente:		
Existencias	59.639	50.466
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	49.380	61.121
Otros activos financieros corrientes	85.321	913
Derivados financieros	403	58
Activos por impuestos corrientes	6.622	10.577
Otros activos corrientes	414	320
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	3.604	6.061
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	205.383	129.516
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y de actividades interrumpidas	9.178	13.659
TOTAL ACTIVO	437.391	472.467

(miles de euros)

30/03/2012

31/12/2011

PATRIMONIO NETO Y PASIVO

Patrimonio neto:

Capital social	56.974	56.974
Prima de emisión	63.432	63.432
Reservas (ganancias acumuladas)	(19.767)	(3.825)
Reservas en sociedades consolidadas por integración global	(21.987)	(16.596)
Reservas en sociedades consolidadas por el método de la participación		
Acciones propias	(2.112)	(2.664)
Diferencias de conversión	(1.260)	(936)
Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad dominante	(149)	(22.876)
Patrimonio neto atribuible a accionistas de la Sociedad dominante	75.131	73.509
Intereses minoritarios	55.195	46.639
TOTAL PATRIMONIO NETO	130.326	120.148

Pasivo no corriente:

Deudas con entidades de crédito a largo plazo	160.311	5.955
Derivados financieros	5.772	2.248
Otros pasivos financieros a largo plazo	2.776	4.139
Pasivos por impuestos diferidos	4.100	3.599
Provisiones a largo plazo	1.769	2.028
Otros pasivos no corrientes y Subvenciones de capital	1.542	1.606
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	176.270	19.575

Pasivo corriente:

Deudas con entidades de crédito	61.775	255.048
Otros pasivos financieros corrientes	1.235	4.538
Derivados financieros	436	699
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	50.655	53.313
Provisiones a corto plazo	2.538	2.650
Pasivos por impuestos corrientes	5.784	9.561
Otros pasivos corrientes	8.222	5.483
TOTAL PASIVO CORRIENTE	130.645	331.292

Pasivos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y de actividades interrumpidas

	150	1.452
TOTAL PASIVO	307.065	352.319

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	437.391	472.467
---------------------------------------	----------------	----------------



Sobre Natra

Con más de 50 años de historia, Natra es hoy día una de las compañías de referencia en Europa en la producción y elaboración de productos derivados del cacao y el chocolate, con un enfoque especializado hacia los productos de chocolate para la marca de distribución (marca blanca). A través de su División de Productos de Consumo, Natra mantiene relaciones comerciales con 26 de los 30 mayores distribuidores europeos para los que elabora productos de marca de distribución, aportándoles uno de los catálogos de producto más extenso de Europa en barras de chocolate, bombones y trufas belgas, cremas untables y tabletas de chocolate. La compañía dispone de cinco centros de producción especializados, en España, Bélgica y Francia, y presencia comercial en los cinco continentes. Las ventas fuera de España superan el 80% de la facturación. Asimismo, a través de la División de Producto Industrial, Natra suministra productos semi-elaborados para la industria alimentaria.

Natra mantiene una posición accionarial de control en Natraceutical, multinacional de origen español que canaliza su actividad industrial a través de Laboratoires Forté Pharma, especializada en complementos nutricionales de venta exclusiva en farmacias y parafarmacias en Europa.

Natra cotiza en el mercado continuo de la bolsa española bajo el código NAT. Total de acciones en circulación: 47.478.280

Para más información

Gloria Folch
Relación con Inversores y Comunicación
Tel. (+34) 91 417 88 68
E-mail: investors@natra.es