

Nota de resultados: 1r semestre 2013

Se consolida la tendencia de crecimiento orgánico del negocio

Natraceutical cierra el primer semestre con un beneficio neto de 2,38 M€ frente a pérdidas de 8,82 M€ en junio de 2012

- La cifra de negocios se sitúa en 18,16 M€, un crecimiento del 7,7% respecto al primer semestre de 2012.
- La paulatina recuperación de las ventas y la optimización operativa de Forté Pharma realizada en los dos últimos ejercicios ha favorecido un crecimiento del EBITDA de Natraceutical hasta los 2,51 M€, frente a los 1,08 M€ del primer semestre de 2012, con lo que el margen EBITDA sobre ventas se ha más que duplicado desde el 6,4% al 13,8%.
- La cancelación del crédito sindicado en diciembre de 2012 ha permitido a la compañía reducir el neto entre gastos e ingresos financieros de 2,31 M€ negativos en el primer semestre de 2012 a 0,09 M€ positivos en el mismo periodo de 2013.

1.- Evolución del negocio

Tras la desinversión total de la participación accionarial en Naturex en diciembre de 2012, las cuentas de Natraceutical recogen exclusivamente los resultados de Forté Pharma, compañía referente en Europa en la industria de los complementos nutricionales de venta en farmacia y parafarmacia.

En relación a la evolución de Forté Pharma, tras tres ejercicios de contracción de la industria y el negocio y todavía un retroceso del 10,8% en la cifra de negocios del primer semestre de 2012, la sucesiva recuperación en los trimestres posteriores permitió a Natraceutical cerrar el ejercicio pasado con un crecimiento en ventas positivo. Como continuación de esta recuperación, el primer trimestre de 2013 presentó una excelente evolución de las ventas de la compañía, con un crecimiento del 13,4%.

El primer y tercer trimestre del ejercicio recogen la estacionalidad de las campañas de ventas de control de peso y salud, respectivamente, mientras que el segundo y cuarto trimestre son meses de menor actividad y donde la compañía concentra la principal inversión publicitaria para apoyar las ventas del canal farmacéutico al consumidor final.

A esta menor actividad habitual en el segundo trimestre se ha unido la mala climatología durante los meses de primavera, lo que ha tenido su efecto sobre el consumo de productos de adelgazamiento propio de los meses anteriores al verano.

Head Office:

Pl. Xavier Cugat, 2, Ed. D, 2 B
08174 St. Cugat del Vallès, Barcelona
Spain
Tel. (+34) 93 584 81 85
Fax. (+34) 93 584 81 90

natraceutical

Este último elemento ha limitado el crecimiento de las ventas de Natraceutical en el segundo trimestre estanco a un 0,4% respecto al segundo trimestre de 2012, en línea con las previsiones de la compañía. Con todo el primer semestre del 2013 ha concluido con un crecimiento acumulado de la cifra de negocios de un 7,7%.

Evolución del resultado operativo de Natraceutical 2012-2013

(en millones de euros)

	2012			2013			
	1T	2T	1S	1T	2T	1S	Dif.
Cifra negocios	9,47	7,39	16,86	10,74	7,42	18,16	7,7%
EBITDA	1,82	-0,74	1,08	2,94	-0,43	2,51	132,4%
Rdo Explotación	1,62	-0,90	0,72	2,81	-0,54	2,27	215,3%

Por gama de producto

La gama de control de peso, responsable del 77,1% de las ventas de la compañía, ha cerrado los primeros seis meses del ejercicio con un crecimiento del 8,2%, fuertemente apoyado por los excelentes resultados de la campaña de pre-ventas del primer trimestre. Ello a pesar de la ralentización del consumo en Europa en el segundo trimestre debido principalmente a la mala climatología en los meses anteriores a verano.

Por su parte, la gama de salud y tónicos, que ha aglutinado el 14,0% de las ventas en el primer semestre del ejercicio, ha mantenido una positiva evolución en los dos primeros trimestres del año, lo que ha permitido a la compañía concluir el semestre con un crecimiento de la cifra de negocios del 25,0%. El producto estrella de esta gama, *Vitalité 4G*, sigue dando buenos resultados, al que se le han unido a inicios de 2013 los lanzamientos de *Noctifor*, *Memorex* y una línea de fitoterapia bio.



La gama de belleza ha acumulado el 9,0% del total de las ventas de la compañía en este primer semestre. Tras un comportamiento plano en el primer trimestre, esta categoría ha obtenido un crecimiento en ventas del 15,3% en el segundo trimestre estanco, que le ha permitido cerrar el semestre con un crecimiento acumulado del 7,0%. En 2012 la compañía lanzó *Expert Hialurónico* en sus tres principales mercados, un nuevo tratamiento de cosmética oral que combina ácido hialurónico, colágeno marino y vitamina C para recuperar el elasticidad y la hidratación de la piel. La compañía valora muy positivamente la buena evolución de las ventas de este producto, teniendo en cuenta que el efecto "novedad" se recogió en el ejercicio anterior.



Por mercados

Por mercados geográficos, Francia, que a cierre del semestre ha aglutinado el 63,1% de la cifra de negocios, ha sufrido una contracción de sus ventas de un 6,5% en el segundo trimestre estanco, tras un crecimiento del 12,5% en los primeros tres meses del año, lo que le ha permitido concluir el semestre con un incremento conjunto de las ventas de un 4,0%. La contracción de las ventas en este mercado en el

natraceutical

segundo trimestre ha tenido su principal motivo en el efecto de la climatología adversa en los dos últimos meses del semestre, que se ha visto compensada por una excelente pre-campaña de la gama de control de peso en el primer trimestre.

Por su parte, el conjunto del resto de mercados ha presentado un crecimiento del 22,0%, tras dos trimestres de crecimiento continuado.

España, segundo mercado de la compañía con un 16,4% de su cifra de negocios, ha sido el principal motor de este crecimiento, con una evolución de las ventas del 90,8% en el total del semestre, tras un fuerte crecimiento en los dos primeros trimestres del ejercicio.

Por su parte Benelux, tercer mercado con un 10,8% de las ventas del negocio, ha visto decrecer su cifra de negocios un 6,2% tras un comportamiento similar en los dos primeros trimestres del ejercicio. Como se comentó tras el cierre del primer trimestre, esta evolución se debe principalmente a que la compañía realizó los nuevos lanzamientos de control de peso en este mercado en 2012, por lo que no recoge en 2013 su efecto, como ocurre en otros mercados. También la mala climatología ha tenido en este mercado un efecto negativo sobre la evolución del negocio.

Reino Unido sigue desarrollándose positivamente como nuevo mercado de Forté Pharma, ocupando ya la cuarta posición, y ha concluido el semestre con una evolución de su cifra de negocios del 74,5% tras crecimientos del 64,5% y del 83,8% en los dos primeros trimestres del año respectivamente. Reino Unido concentra en estos momentos el 2,6% de las ventas de la compañía, tras haber iniciado su presencia en este mercado a finales de 2011.

Apalancamiento operativo

Natraceutical inició en 2011 un plan de optimización operativa centrado principalmente en una reorganización administrativa y de la fuerza de ventas de Forté Pharma y una redefinición de la estrategia de medios a fin de adaptar la inversión publicitaria a las nuevas necesidades del mercado.

Dicho plan habrá permitido un ahorro del 14% entre 2011-2013 en lo relativo a los costes de personal, así como una reducción del 30% en la inversión en medios y marketing, situándose ésta por debajo del 20% sobre ventas en 2013.

Junto con la recuperación de las ventas, estas políticas de optimización operativa han permitido a Natraceutical cerrar el primer semestre de 2013 con un EBITDA de 2,51 millones de euros, un crecimiento del 132,4% respecto a los 1,08 millones de euros del cierre de junio de 2012. Con ello, el margen EBITDA sobre ventas se ha incrementado del 6,4% al 13,8%.

A pesar de que, como ya se ha comentado, el segundo trimestre del ejercicio suele ser un periodo de menor actividad comercial y la climatología ha afectado de manera importante a la buena marcha del negocio en los meses de primavera, Natraceutical ha conseguido en este trimestre una ligera mejora respecto a los resultados del segundo trimestre estanco de 2012, en línea con las previsiones de la compañía.

La externalización de los procesos productivos en Forté Pharma permite a la compañía requerir bajos niveles de inversión en capex, por lo que, tras amortizaciones por importe de 0,24 millones de euros en el primer semestre del ejercicio, el resultado de explotación de la compañía se ha situado en 2,27 millones de euros, frente a los 0,72 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior (+215,3%).

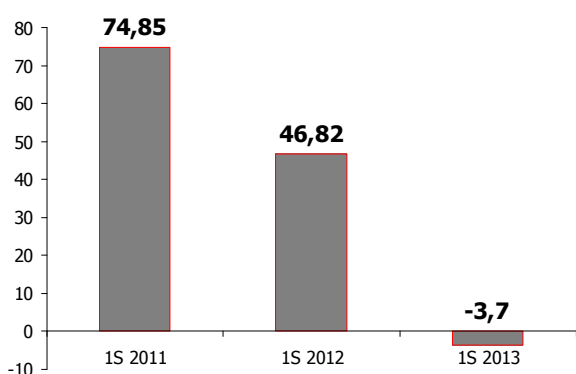
2.- Deuda financiera

Tras la amortización de la totalidad del crédito sindicado a finales del ejercicio 2012, Natraceutical mantiene únicamente financiación bancaria vinculada a la operativa de Forté Pharma.

A cierre del primer semestre de 2013, la deuda con entidades financieras ha ascendido a 0,99 millones de euros frente a los 1,47 millones de euros a 31 de diciembre de 2012. Sin embargo, la deuda financiera neta (calculada como la deuda con entidades financieras, menos la caja y los activos financieros de gran liquidez) ha arrojado un excedente de tesorería de 3,70 millones de euros a 30 de junio de 2013.

Evolución de la deuda financiera neta 1S 2011-2013

(en millones de euros)



3.- Resultado neto

Natraceutical ha cerrado los primeros seis meses de 2013 con un beneficio neto de 2,38 millones de euros frente a pérdidas de 8,82 millones de euros en el mismo periodo del ejercicio anterior. Esta positiva evolución tiene su explicación en la significativa recuperación operativa del negocio de los últimos meses, la inexistencia de costes financieros y la salida de la participación accionarial en Naturex del perímetro de consolidación, que en el primer semestre del ejercicio anterior aportó un resultado negativo de 7,19 millones de euros por la variación del valor del activo en bolsa.

Cabe destacar que la práctica inexistencia de inversiones recurrentes para la operativa del negocio, unida a la generación de ingresos financieros y la también reducida carga impositiva son elementos que favorecen que el resultado bruto de explotación (EBITDA) de Natraceutical permanezca prácticamente en su totalidad como caja libre del negocio en el ejercicio.

4.- Reparto de dividendo

Tras la desinversión de la participación accionarial en Natraceutical, concluida en diciembre de 2012, la Junta de Accionistas de Natraceutical, en sesión celebrada el 30 de mayo de 2013, aprobó un reparto de dividendo extraordinario por importe total de 12,00 millones de euros, que se liquidó íntegramente en fecha 6 de junio. El importe abonado por acción fue de 0,037 euros, una revalorización del 15,2% respecto al cierre de la sesión de 30 de mayo, fecha en la que se aprobó esta retribución al accionista.

natraceutical

5.- Balance consolidado de Natraceutical a 30 de junio 2013

<i>(en miles de euros)</i>	30/06/2013	31/12/2012
ACTIVO		
Activo no corriente:		
Activos intangibles	59.490	59.515
Inmovilizado material	215	281
Inversiones en asociadas	0	0
Otros activos financieros no corrientes	150	149
Activos por impuestos diferidos	3.199	3.199
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	63.055	63.144
Activo corriente:		
Existencias	2.933	2.786
Clientes y otras cuentas a cobrar	7.724	4.462
Cuentas por cobrar de empresas vinculadas	54	152
Otros activos financieros corrientes	2.653	15.544
Otros créditos con las Administraciones Públicas	1.105	1.063
Otros activos corrientes	7	473
Activos mantenidos para la venta	8.492	8.492
Efectivo y equivalentes al efectivo	2.037	1.943
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	25.005	34.915
TOTAL ACTIVO	88.059	98.059
PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
Patrimonio neto:		
Capital ordinario	32.871	32.871
Prima de emisión	103.494	103.494
Ganancias acumuladas	-59.220	-49.612
TOTAL PATRIMONIO NETO	77.145	86.753
Pasivo no corriente:		
Deudas financiera	0	0
Otros pasivos financieros no corrientes	257	257
Pasivos por impuestos diferidos	1	1
Provisiones para otros pasivos y gastos	253	253
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	511	511
Pasivo corriente:		
Provisiones para otros pasivos y gastos	0	0
Deuda financiera	989	1.467
Empresas vinculadas	80	88
Proveedores y otras cuentas a pagar	8.228	6.456
Otros pasivos financieros corrientes	59	59
Otros pasivos corrientes	703	1.489
Otras deudas con las Administraciones Públicas	345	1.236
TOTAL PASIVO CORRIENTE	10.403	10.795
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	88.059	98.059

natraceutical

6.- Cuenta de resultados consolidada de Natraceutical

<i>(en miles de euros)</i>	1S 2013	1S 2012
Ingresos ordinarios	18.159	16.859
Variación de existencias	215	-25
Aprovisionamientos	-4.680	-4.223
Margen bruto	13.694	12.611
Comisiones de ventas		
Otros ingresos de explotación	87	9
Gastos de personal	-4.133	-4.432
Dotación a la amortización	-242	-354
Otros gastos de explotación	-7.137	-7.110
Resultado de explotación	2.269	724
Ingresos financieros	172	10
Gastos financieros	-73	-2.315
Diferencias de cambio	-2	112
Deterioro y rdo de enajenación de instrumentos financieros	0	-99
Variación del valor razonable de activos financieros	0	-7.192
Resultado antes de impuestos	2.366	-8.760
Impuestos sobre la ganancias	15	-58
Resultado del ejercicio	2.381	-8.818

Natraceutical

Natraceutical canaliza su actividad a través de Forté Pharma, laboratorio especializado en el desarrollo y comercialización de complementos nutricionales en los segmentos de control de peso, salud y belleza de venta exclusiva en farmacias y parafarmacias, principalmente en Europa.

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

www.natraceuticalgroup.com

Para más información

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