



**Junta General de Accionistas
NATRA, S.A.**

30 de junio de 2008

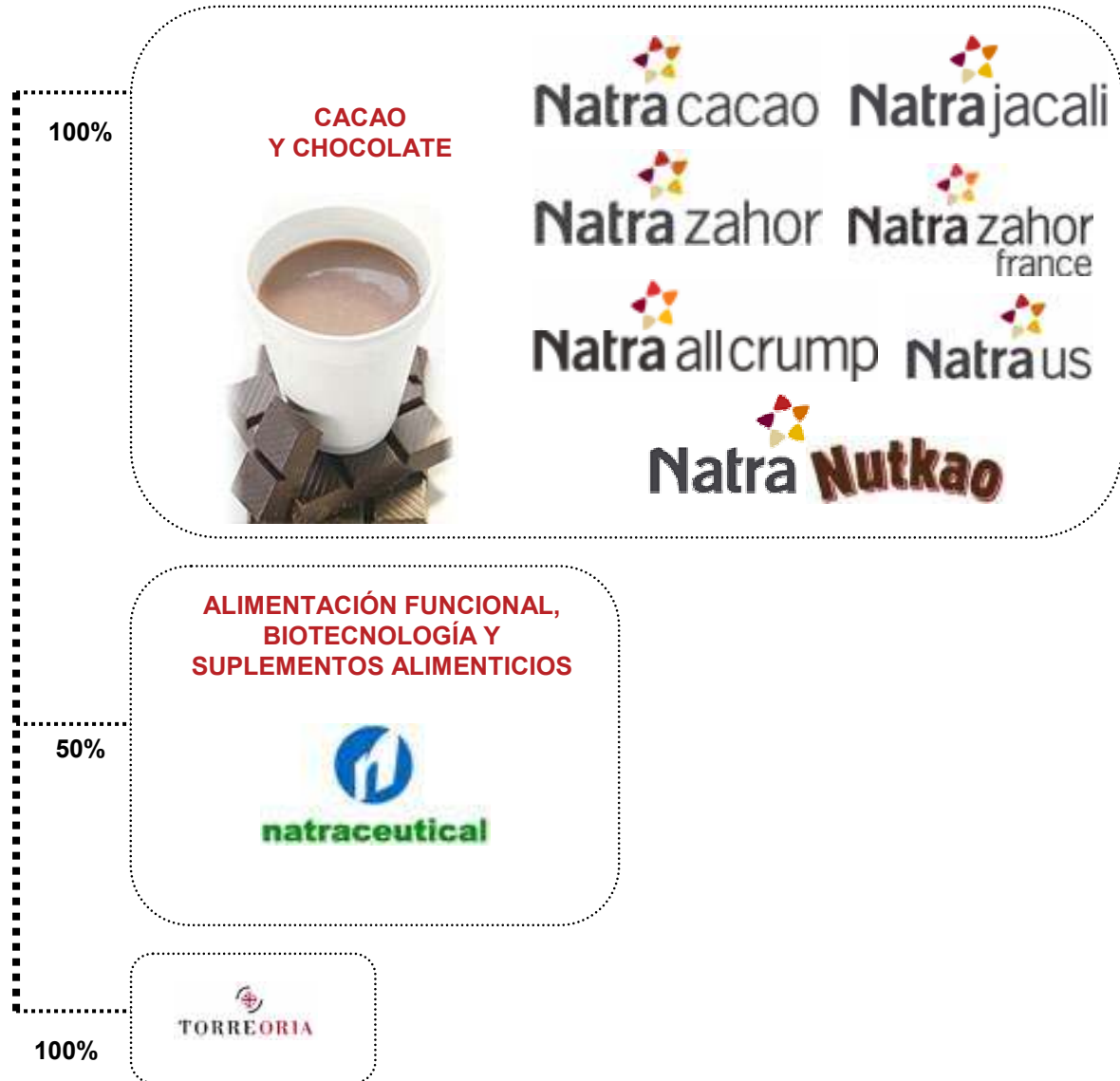


Estructura corporativa: Natra hoy

Natra es el único grupo de alimentación cotizado en el mercado de valores español que apuesta por la marca distribuidor, especializado en productos de cacao y chocolate dirigidos tanto a compañías del sector como al consumidor final.

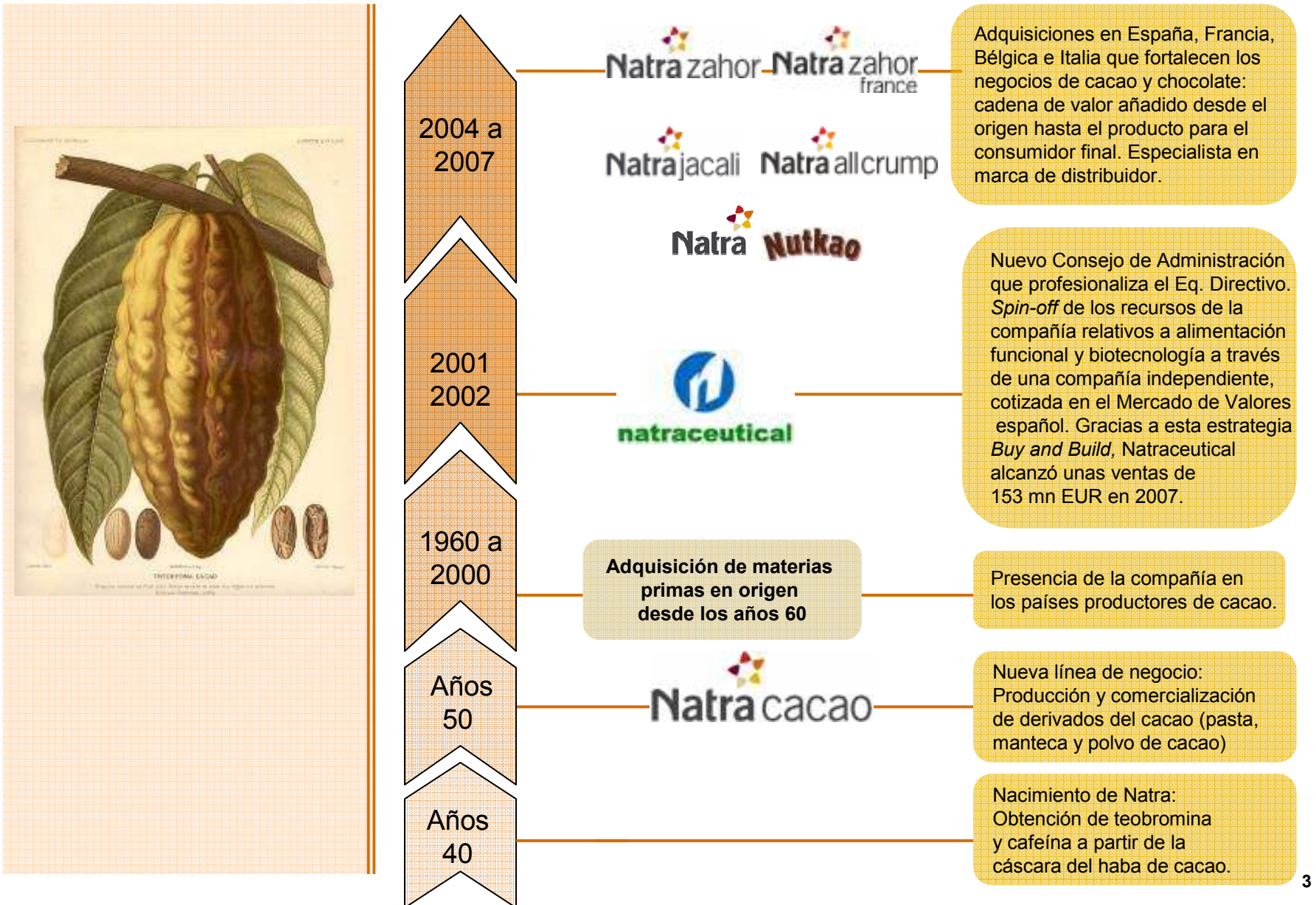


Natra cuenta también con un 50% de Natraceutical, compañía cotizada dedicada a la producción y comercialización de ingredientes funcionales y complementos nutricionales, así como con el 100% de la bodega Torre Oria, que elabora cavas y vinos con D.O. Utiel-Requena.





Evolución de Natra en el tiempo





Desde la materia prima hasta los productos para el consumidor final





Natra a grandes rasgos

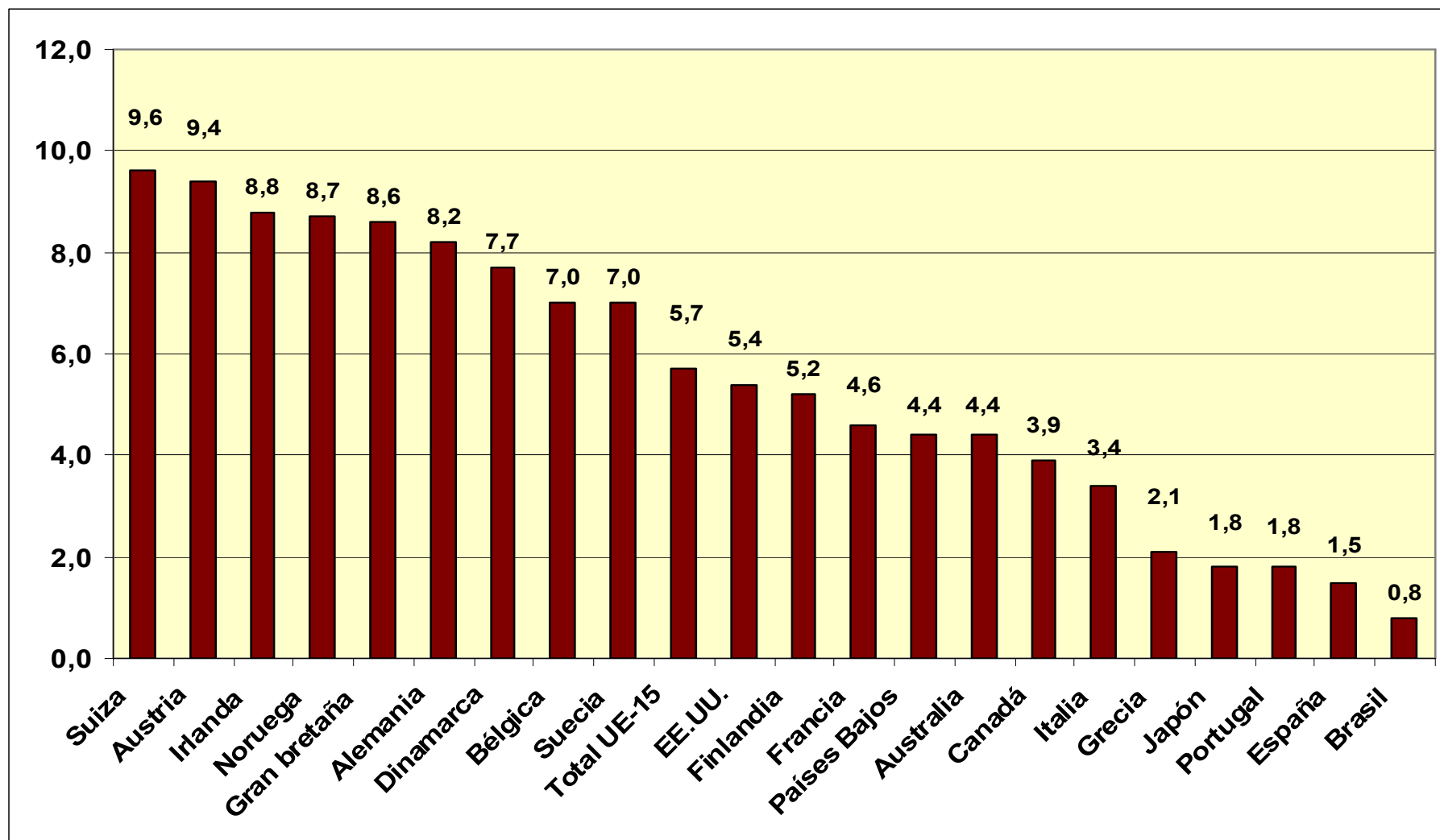
- ✓ Somos los **mayores exportadores de derivados** de cacao y chocolate de España.
- ✓ Presencia equilibrada en los **mercados europeos con mayor consumo y volúmenes de ventas**.
- ✓ **Colíderes en barras de chocolate** de marca de distribución en Europa. Un millón de barras producidas al día en Natrazahor (Oñate).
- ✓ Con la compra de All Crump y una vez se complete la de Nutkao, seremos los **primeros productores de untables MDD en Europa** y los segundos en general, detrás de Ferrero, con su marca Nutella.
- ✓ Nuestra disposición fabril nos permite **trabajar Chocolate Belga en origen de producción**.
- ✓ El **85% de nuestra facturación en Cacao y Chocolate** proviene de ventas fuera de España.
- ✓ Entre nuestros **clientes** contamos con los **distribuidores más importantes de Europa (24 de los 30 mayores)**.
- ✓ Contamos con **presencia global** y ofrecemos un **servicio local** acorde a las exigencias de nuestros clientes.





Situación actual del mercado de chocolate

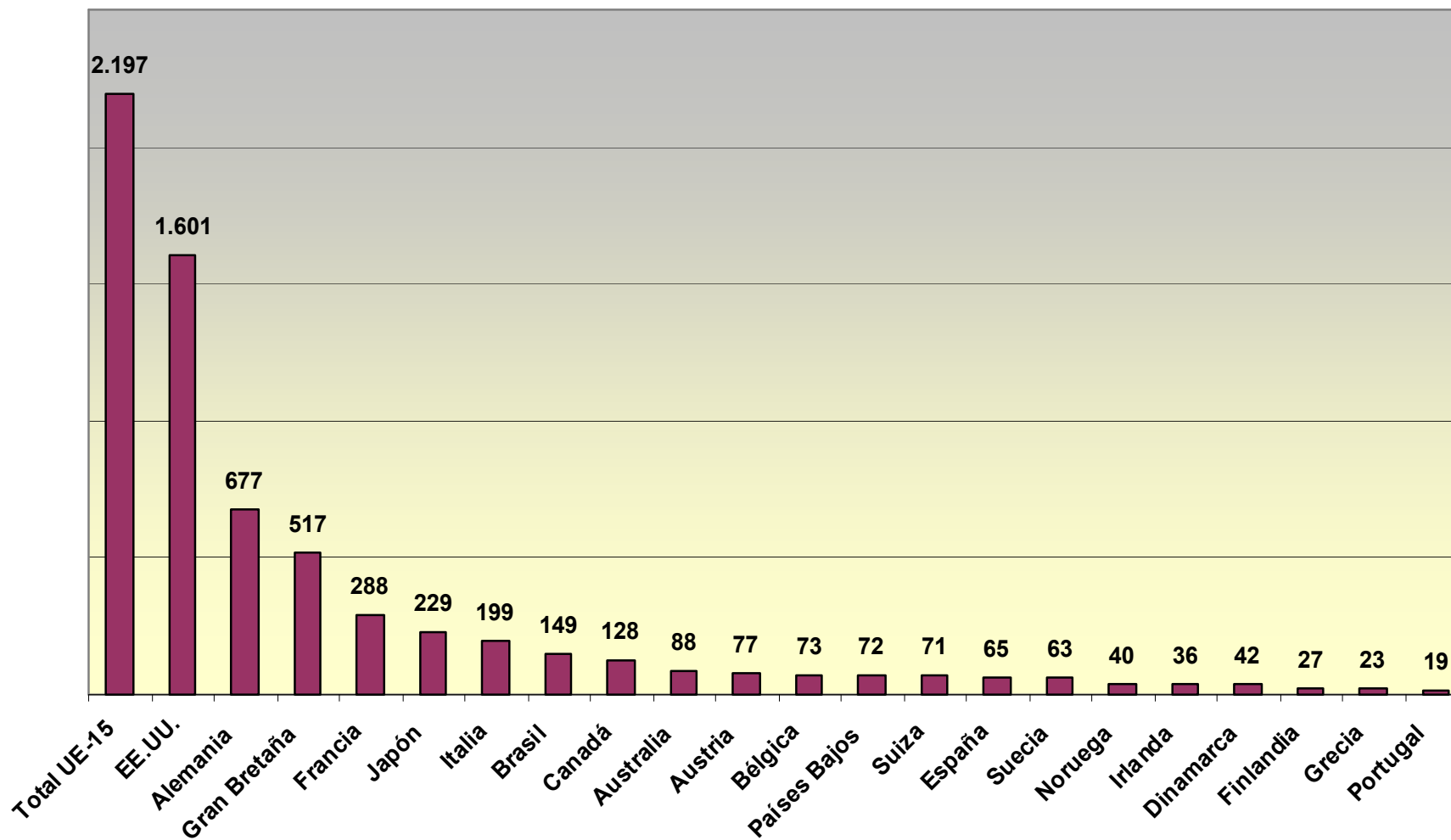
Consumo per cápita por países en kg.





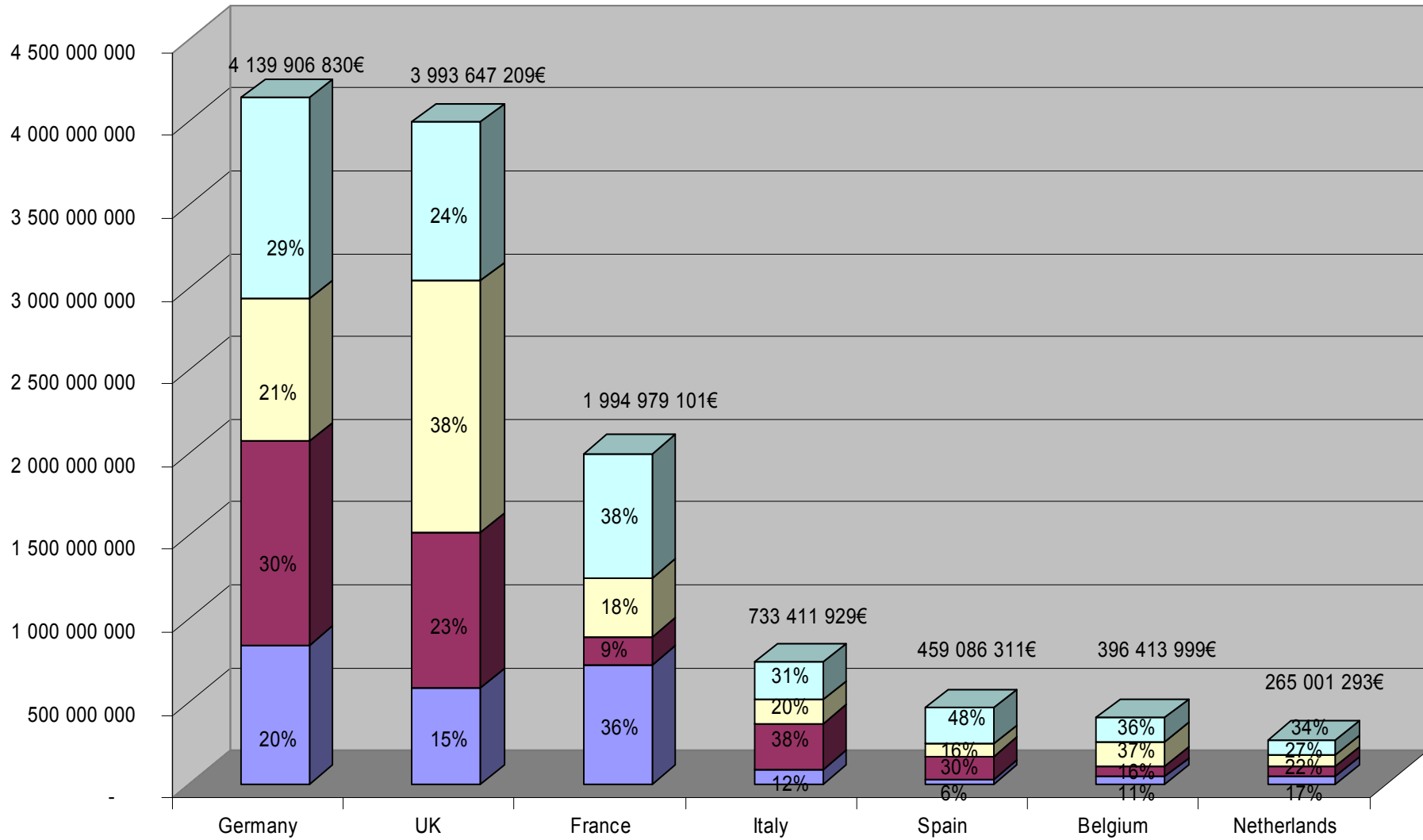
Consumo total de chocolate por países

Consumo total de chocolate por países en mn de kg.





Ventas por categoría de producto en Europa



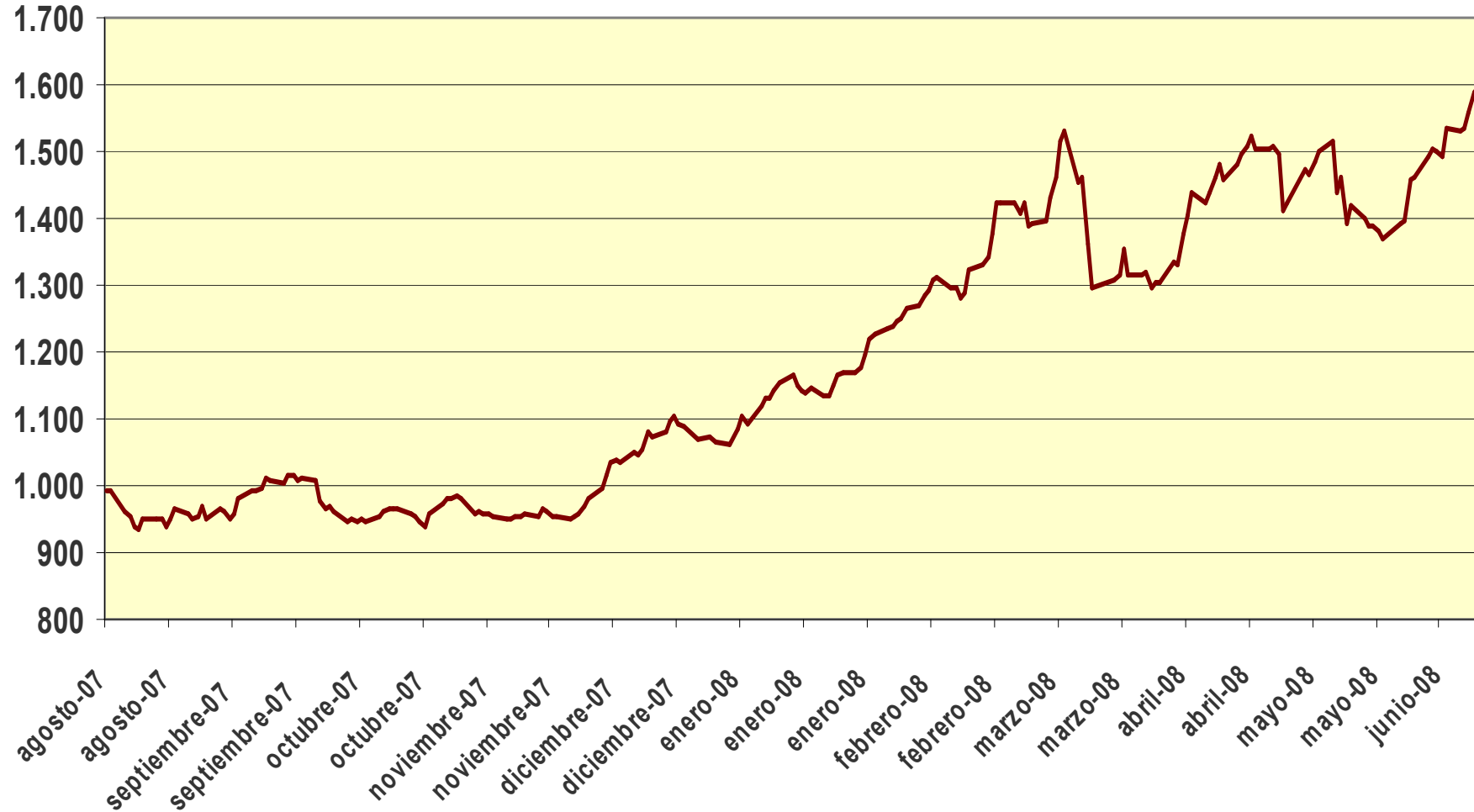
Fuente: IRI 2006

■ Seasonal ■ Pralines ■ Bars ■ Tablets



Evolución reciente del precio del cacao (Agosto 2007 – Junio 2008)

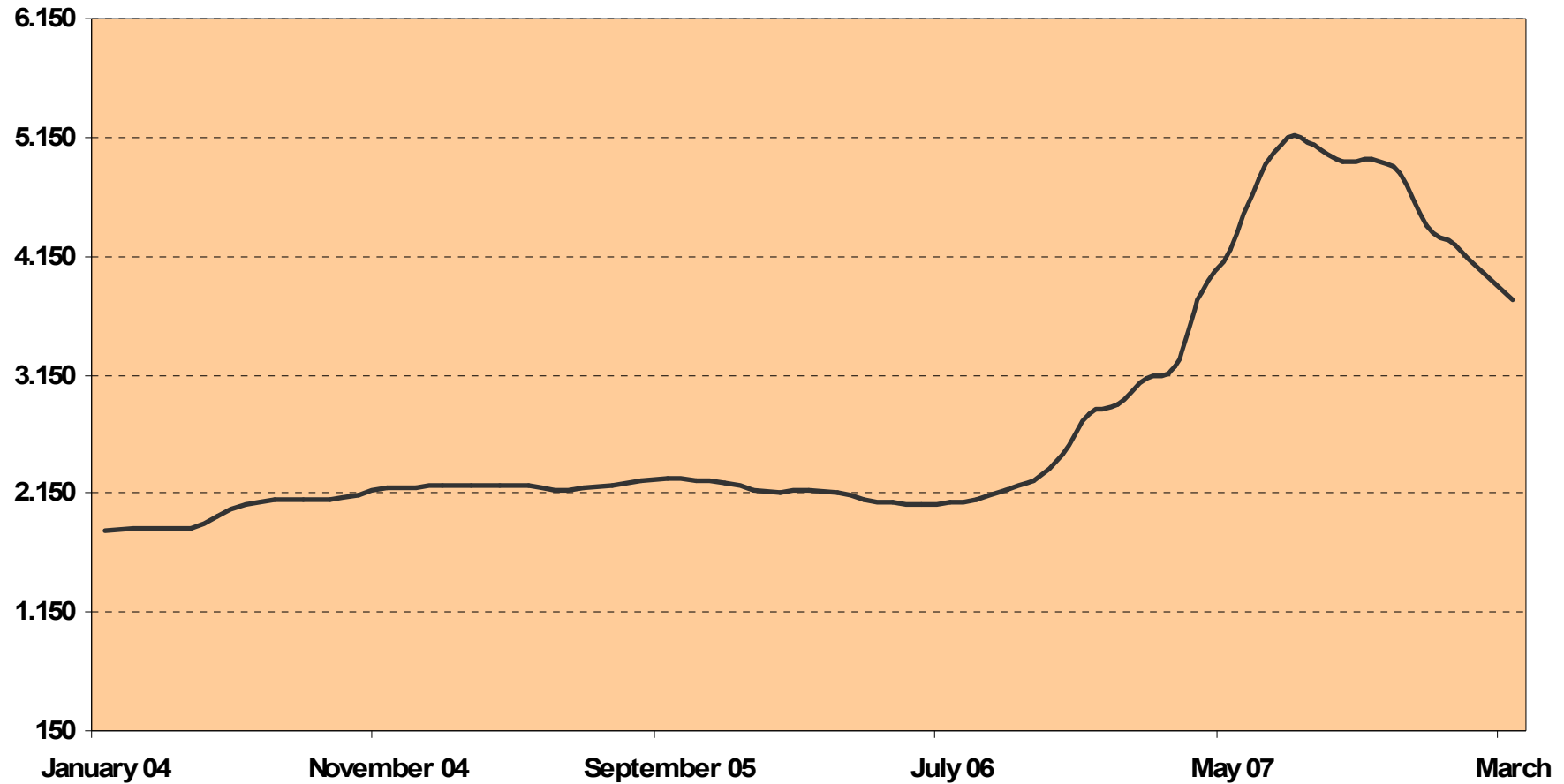
Cierre diario de la 2ª posición cotizada en el LIFFE (GBP/Tm)





Evolución del precio de la leche desnatada en polvo (\$/Tm)

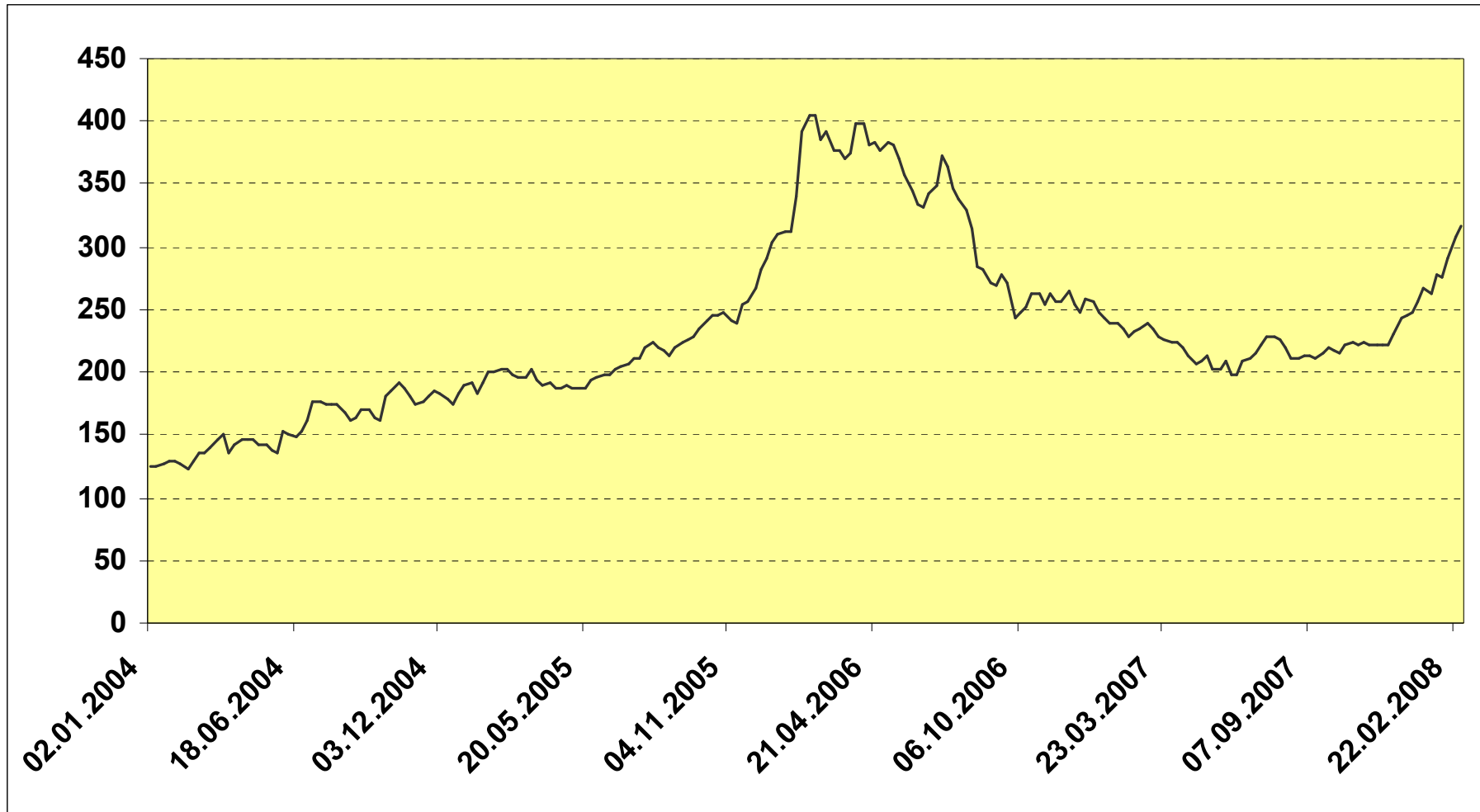
Enero de 2004 a Marzo de 2008





Evolución del precio del azúcar (\$ / Tm)

Enero de 2004 a Marzo de 2008



Fuente: International Sugar Organization (ISO)



Evolución de la marca de distribuidor: Oportunidad clara para Natra

El chocolate de marcas propias crece al 2%
El chocolate con marca de distribuidor lo hace al 13%*

Además...

Cuota de mercado de marcas de distribuidor por áreas geográficas*	
❖ EE.UU.	16%
❖ UE 15	23%
❖ Alemania	30%
❖ Suiza	45%

Potencial de recorrido al alza en EE.UU.

En la UE y en Europa del Este, potencial aún mayor

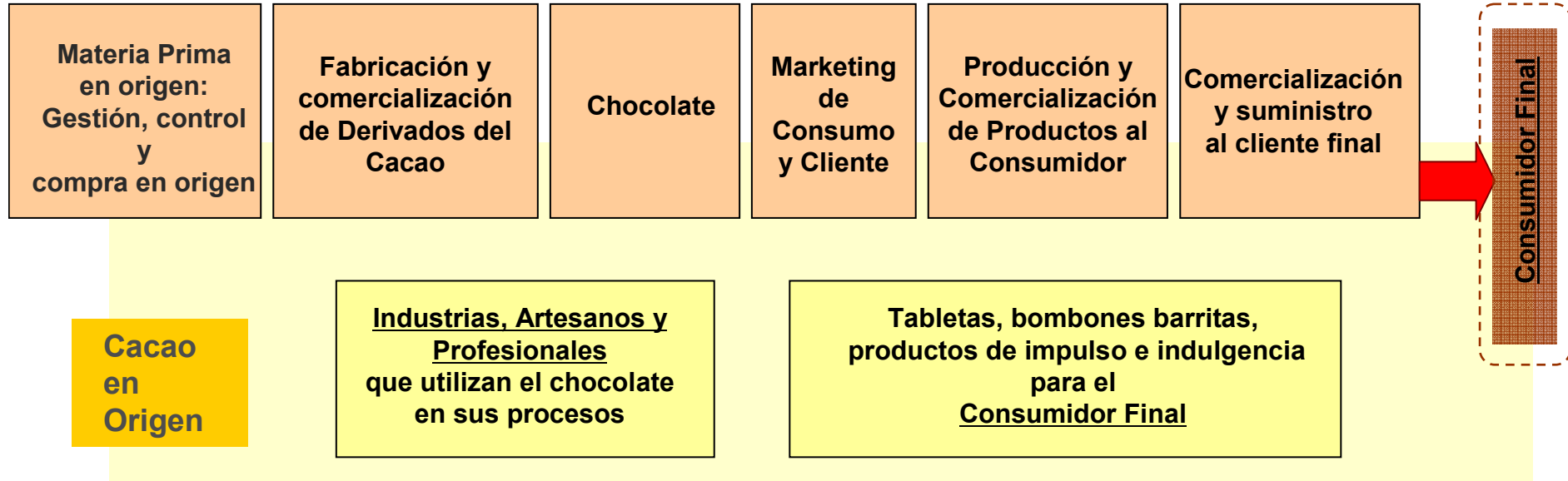
Cuota de mercado de MDD en productos de chocolate	
❖ Europa (UE-25)	6,4%

Gran potencial de crecimiento del chocolate marca distribuidor en Europa aún pendiente de materializarse

* Fuente: AC Nielsen Report 2005



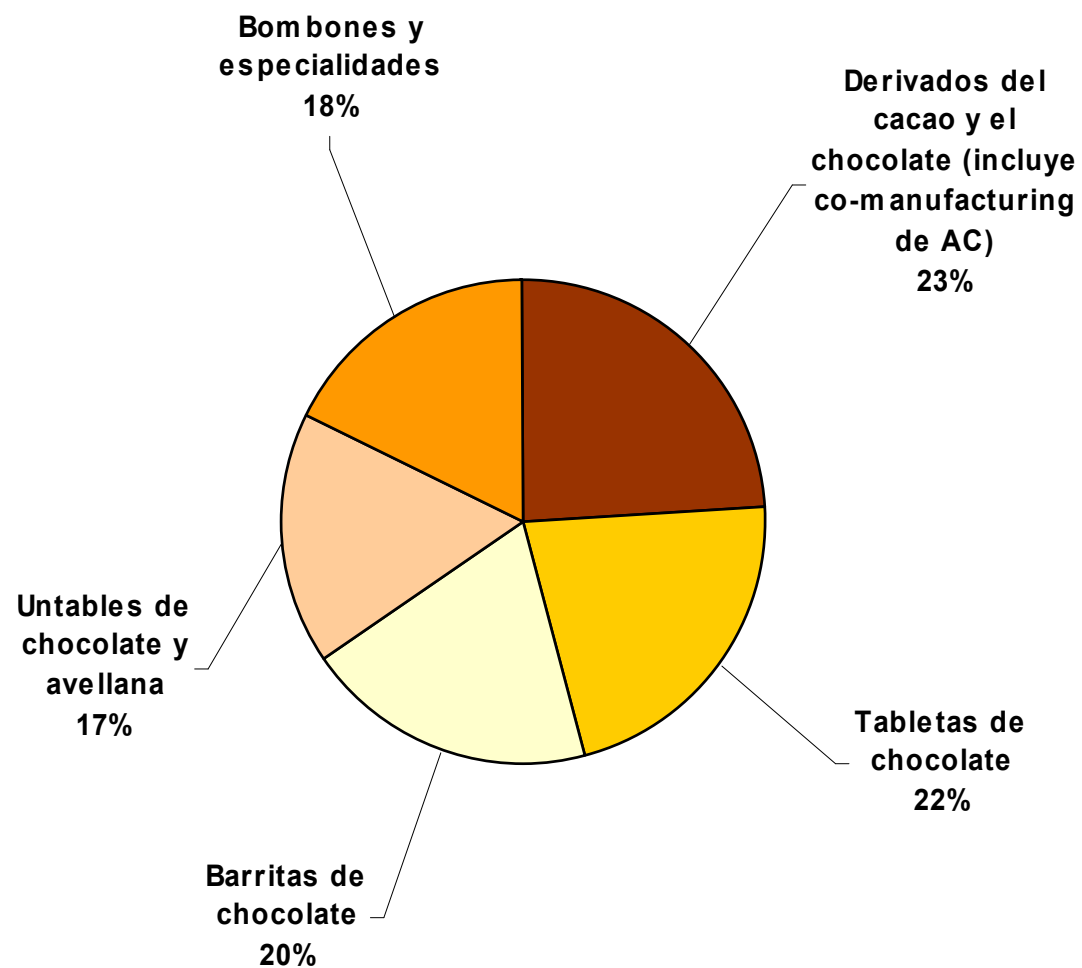
Cadena de Valor : Cacao y chocolate





C&Ch: Desglose de ventas por producto pro forma* en 2007

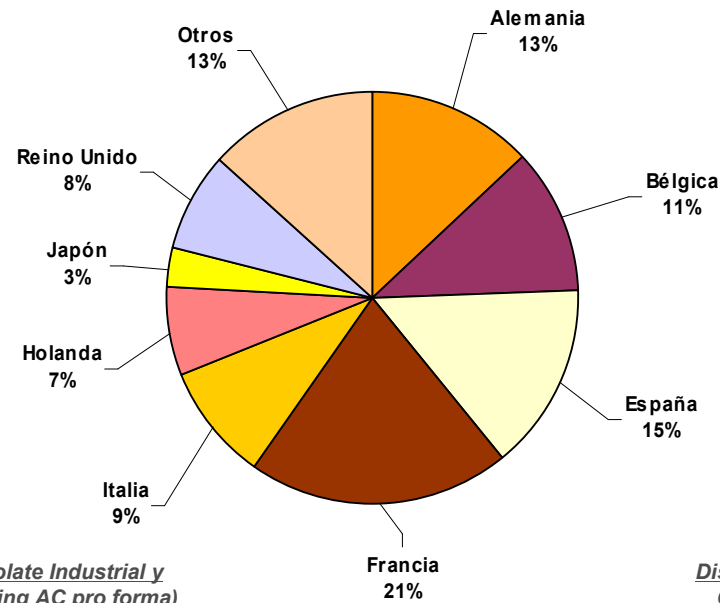
Distribución de Ventas por Líneas de Negocio en 2007



* Incluye las Ventas de All Crump de todo 2007 y nada de Nutkao.

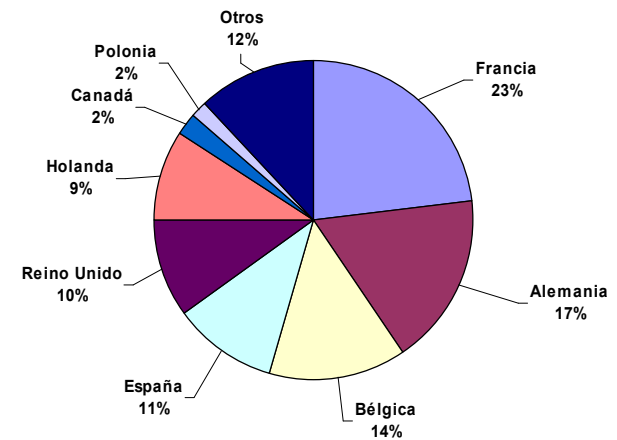
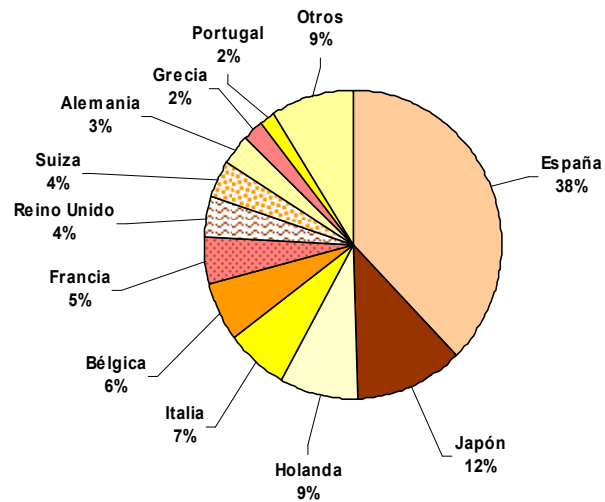


Distribución geográfica de las ventas de cacao y chocolate



Distribución Geográfica de Ventas de Chocolate Industrial y Derivados del Cacao (incluye co-manufacturing AC pro forma)

Distribución Geográfica de Ventas de Chocolate Gran Consumo (incluye Vtas. AC pro forma)





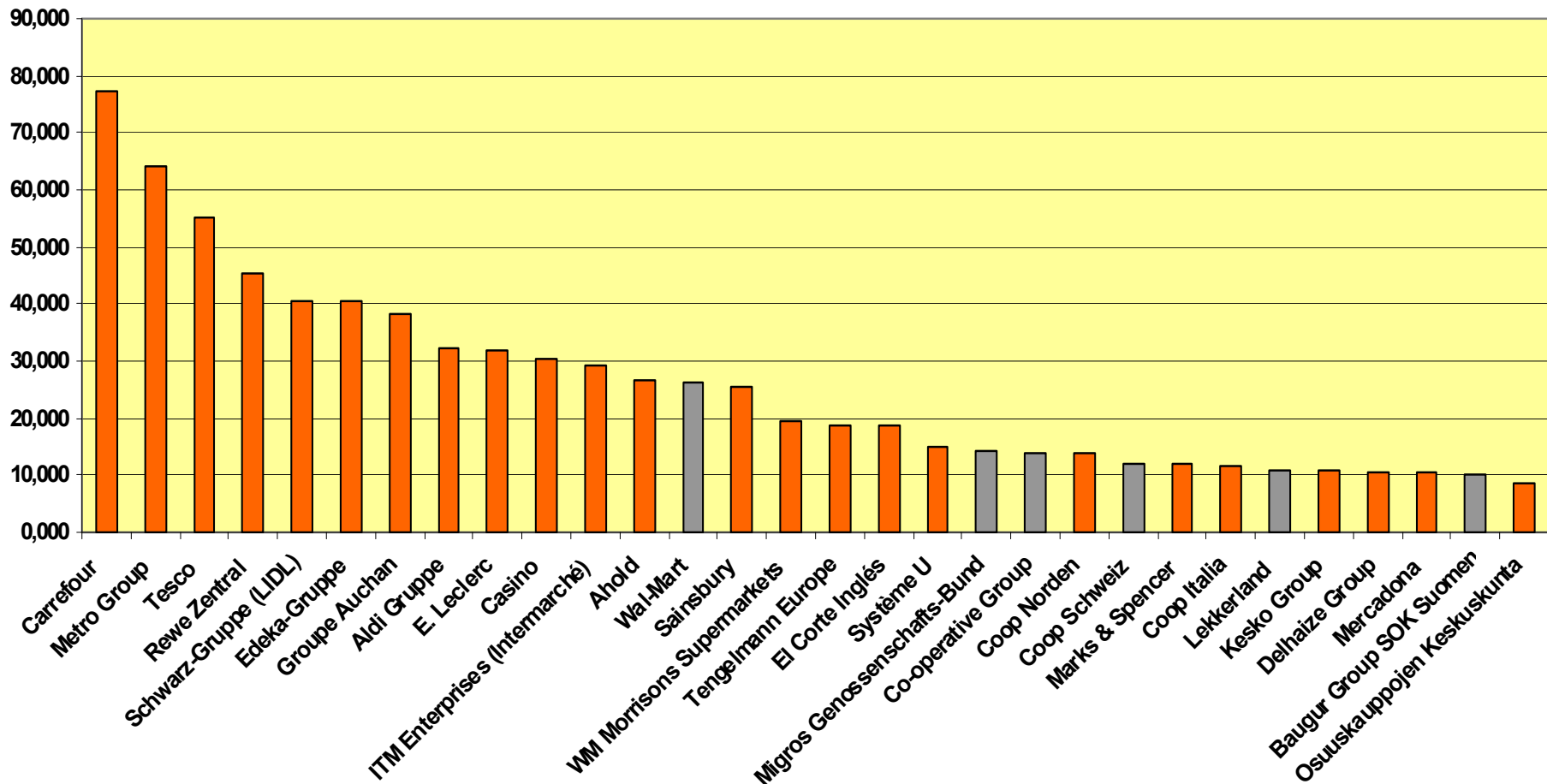
Posicionamiento de mercado

Pasamos de estar presentes en 21 a 24 de las 30 mayores cadenas de distribución europeas, sumándose a nuestros clientes:

Morrisons

Systeme U

Marks & Spencer



Datos en Mrds. EUR

Fuente:Lebensmittel Zeitung



Resultados en Cacao y Chocolate 2007 vs. 2006

<u>NATRA C & Ch</u>	2006	2007	% ↑
Ventas	199,4 mn €	228,8 mn €	14,7%
EBITDA	19,1 mn €	20,9 mn €	9,6%

- ✓ Desde enero de 2008, gran parte de los contratos con los clientes de la gran distribución han sido renegociados para adaptarse a la nueva situación de incremento de precios de materias primas.
- ✓ La nueva gama de trufas belgas está evolucionando satisfactoriamente.
- ✓ La unidad de B2B ha mostrado un comportamiento muy positivo en 2007, compensando en parte los incrementos de materias primas ya mencionados.



1T08 - Resultados en Cacao y Chocolate

	1Q07	1Q08	Var.
Ventas	49,7	70,9	43%
EBITDA	5,0	4,9	-2%
<i>Margen EBITDA/Ventas</i>	10,0%	6,9%	

Cifras en mn EUR



Cacao y Chocolate - Previsiones para 2008

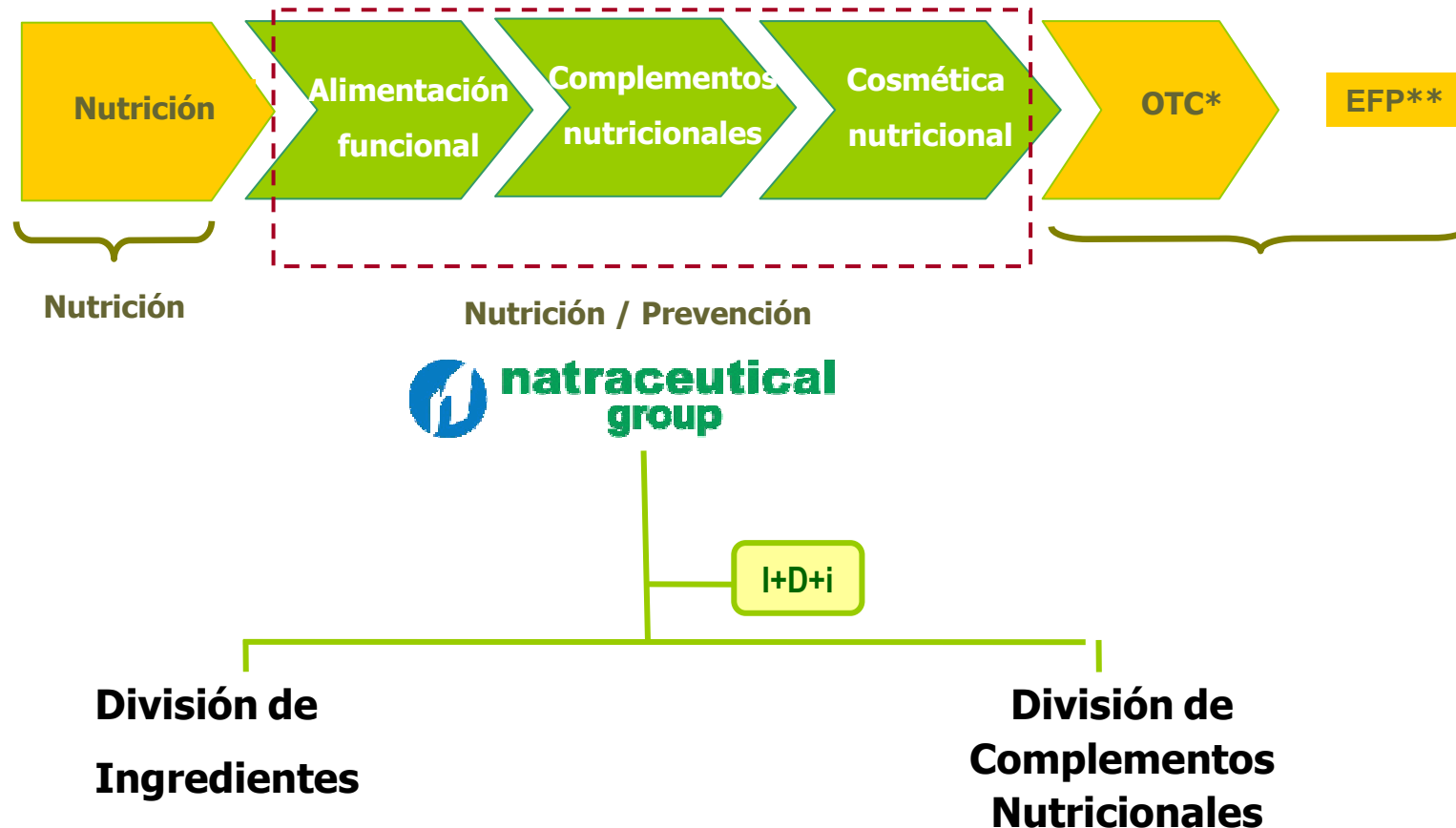
	2007	2008	Var.
Ventas	232,1	305,0	31%
EBITDA	20,3	29,9	47%
<i>Margen EBITDA/Ventas</i>	8,8%	9,8%	

Cifras en mn EUR



Natraceutical Group: Modelo de negocio basado en la prevención

Cadena de valor de la salud



* Over-the-counter. Especialidades farmacéuticas sin prescripción

** Especialidad farmacéutica con prescripción



Natraceutical Group - Resultados 2007

	2007P	2007R	2006Pf	Δ	2006AACC
<i>En mn de €</i>					
Cifra de negocio	160	158,6 ⁽¹⁾	137,3	16%	92,9
Margen bruto		90,4	78,9	15%	44,1
EBITDA	16	19,2	13,7	40%	10

La compañía ha superado en un 20% el Ebitda presupuestado para el ejercicio 2007

⁽¹⁾ La devaluación de algunas divisas (principalmente el Franco Suizo) ha tenido un impacto negativo de 2,2 M€ en la cifra de negocios de 2007



Natraceutical Group: Evolución del 1T08

	1Q07	1Q08	Var.
Ventas	45,0	47,3	5%
EBITDA	5,9	7,3	25%
<i>Margen EBITDA/Ventas</i>	<i>13,1%</i>	<i>15,5%</i>	
Beneficio Neto	2,6	3,7	42%

Cifras en mn EUR



Torre Oria - Evolución 2007

VENTAS 2007

- Torre Oria



3,3 mn EUR

EBITDA 2007

- Torre Oria



199.800 EUR

MARGEN EBITDA 2007

- Torre Oria



6,1%





Resultados 2007 - Natra consolidado

VENTAS 2007



384 mn EUR

EBITDA 2007



40 mn EUR

MARGEN EBITDA 2007



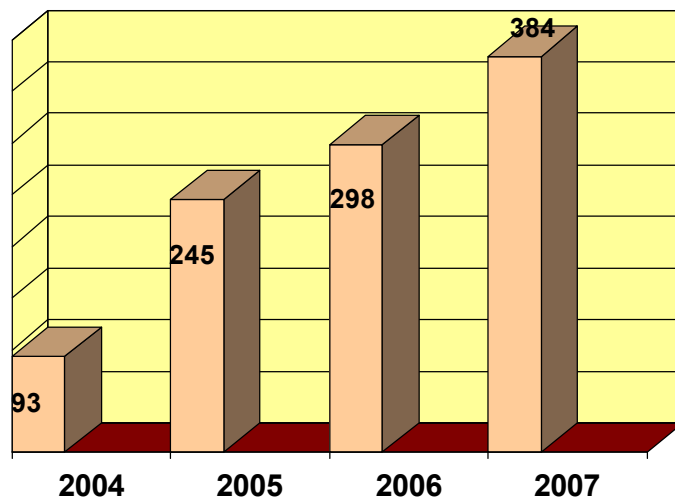
10,3 %



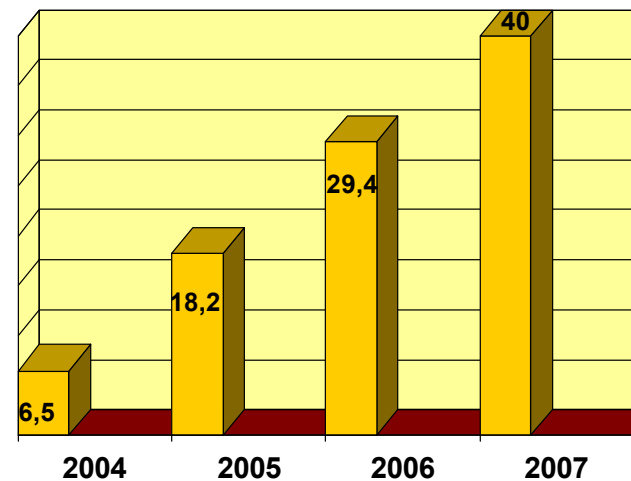


Principales magnitudes financieras consolidadas 2002-2007

Ingresos Totales



EBITDA



Millones de euros

2002*

2003*

2004*

2005*

2006*

2007*

Ingresos Totales

78

88

93

145

298

384

EBITDA

6

7

6,5

18

29

40

* Cifras auditadas por Deloitte



Grupo - Resultados Primer Trimestre 2007

	1Q07	1Q08	Var.
Ventas	95,2	118,6	25%
EBITDA	10,9	12,3	12%
<i>Margen EBITDA/Ventas</i>	<i>11,5%</i>	<i>10,3%</i>	
B° de Explotación	7,0	7,9	12%

Cifras en mn EUR

- Crecimiento en ventas y EBITDA del 25% respecto al primer trimestre de 2007
- Margen EBITDA sobre ventas del 10,3%



La respuesta de Natra en el tiempo



Nutkao

Natra: 1er. Productor de untables MDD en Europa

Natra allcrump
Untables de chocolate y avellana

Integración y Estrategia de Negocio Unificado

Natrajacali
Bombones y Especialidades Belgas

Natrazahor france
Tabletas de Chocolate

Natrazahor
Barritas de Chocolate


Alimentación funcional:
Salida a Bolsa

Natracacao
Coberturas y Crecimiento en Cacao

Nuevo Consejo de Administración

Nacimiento Natra:
Cacao y Cafeína


Forté Pharma

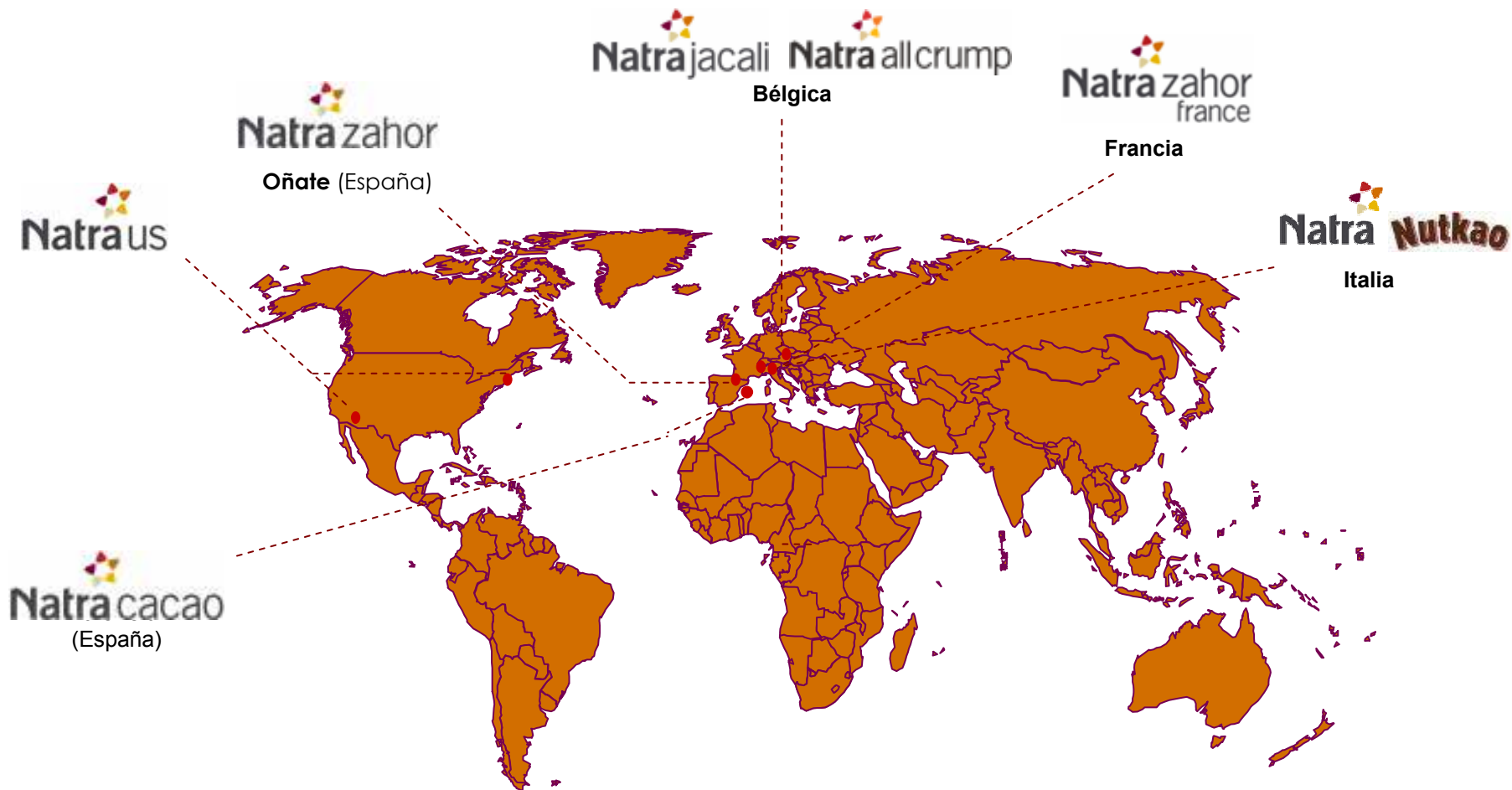

obipektin
Grupo Braes


Kingfood Australia y
Viscofiber (Canadá)





Presencia internacional en cacao y chocolate





Bases para nuestro crecimiento futuro: Más volumen

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 canal **profesional**.
- Ampliar la oferta de toda la gama de productos al **consumidor final**.
- **Incrementar el número de productos** en la oferta de nuestros clientes.





Bases para nuestro crecimiento futuro: Más expansión geográfica

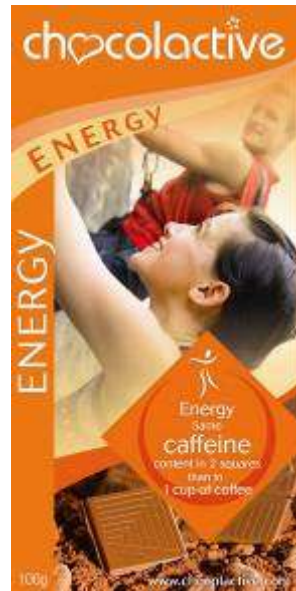
Expansión geográfica:

- Aumentar nuestra presencia en los **mercados de mayor volumen** de consumo.
- Desarrollar los **actuales volúmenes de venta** en EE.UU., Canadá, Rusia.
- Acompañar a nuestros clientes en su expansión en el **Este de Europa** y, eventualmente, **Asia**.





Innovación: La mejor oferta de gama para nuestros clientes



Innovación constante en producto para

- * Tabletas de chocolate con componentes funcionales: con fibra, con cafeína, con elementos antioxidantes y bajas en lactosa
- * Mini Crox variados elaborados con el mejor chocolate belga
- * Barritas de Cereales con un corazón de leche, frutas, frutos secos y cubiertos del mejor chocolate con leche
- * Untables de chocolate aireado y bajo en calorías. Un producto que responde a dos de las mayores tendencias del mercado: productos premium ("gourmet") y bajos en calorías





Conclusiones

- ❖ En 2007 Natra ha reimpulsado el **crecimiento corporativo** con la creación de una **nueva unidad de negocio**. Gracias a la compra de All Crump en octubre y el acuerdo en exclusiva para la adquisición de Nutkao en 2008, Natra pasará a ser el **primer productor europeo de untables en MDD** y el segundo en general después de Ferrero, con su marca Nutella.
- ❖ La **investigación**, desarrollo e **innovación**, como bases del crecimiento futuro, continuarán apuntalando los principales negocios del grupo.
- ❖ Con un mayor tamaño, Natra aprovecha economías de escala, centralización de servicios comunes, sinergias, ventas cruzadas y obtiene presencia local con posicionamiento global en Europa, lo que le permite dar un **servicio impecable a sus clientes** de la gran distribución.
- ❖ En 2007 se han llevado a cabo **road shows internacionales** en las principales plazas financieras europeas.



Recomendaciones de analistas

CASA DE ANÁLISIS	NATRA	
	Recomendación	Precio Objetivo
Ahorro Corporación	Comprar	8,70
BPI	Comprar	10,20
Santander Investment	Comprar	13,00
Caja Madrid Bolsa	Comprar	11,10
Citigroup	Comprar	11,60
Espirito Santo	Comprar	13,80
Fortis Bank	Reducir	9,00
La Caixa	Comprar	8,70
Ibersecurities	Vender	8,50
Banesto Bolsa	Comprar	9,80

Precio Objetivo Medio:

10,44



Consejo de Administración y Accionariado

Consejo de Administración

Presidente:

Manuel Moreno (*Carafal Investment SLU*)

Miembros del Consejo:

Xavier Adserà

José Luis Navarro (*BMS Promoción y Desarrollo*)

Ignacio Miras - CEO

Juan Ignacio Egaña

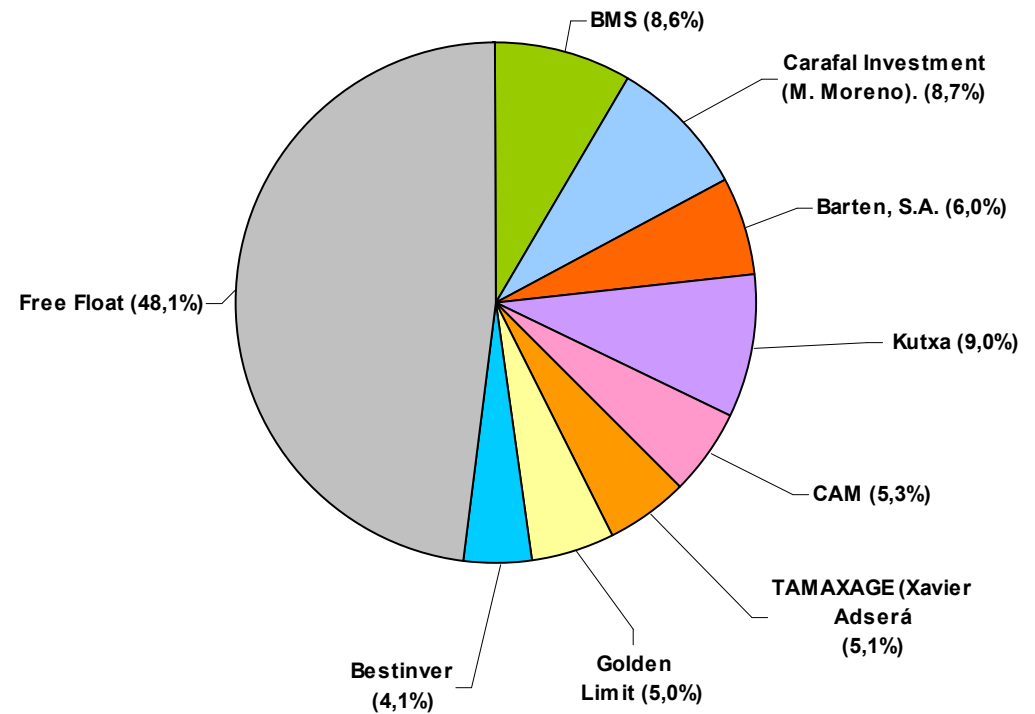
Jose Antonio Pérez-Nievas (*Golden Limit*)

Carlos Dexeus (*Minope, S.A.*)

Secretario/Miembro del Consejo:

Rafael Busutil

Principales Accionistas



Muchas gracias por su asistencia



www.natra.es

**Departamento de
Relaciones con Inversores**

Tfno. 96 393 32 65

inversores@natra.es

