



colour

taste

health



**natraceutical
group**

Ampliación de capital. Con motivo de la adquisición de

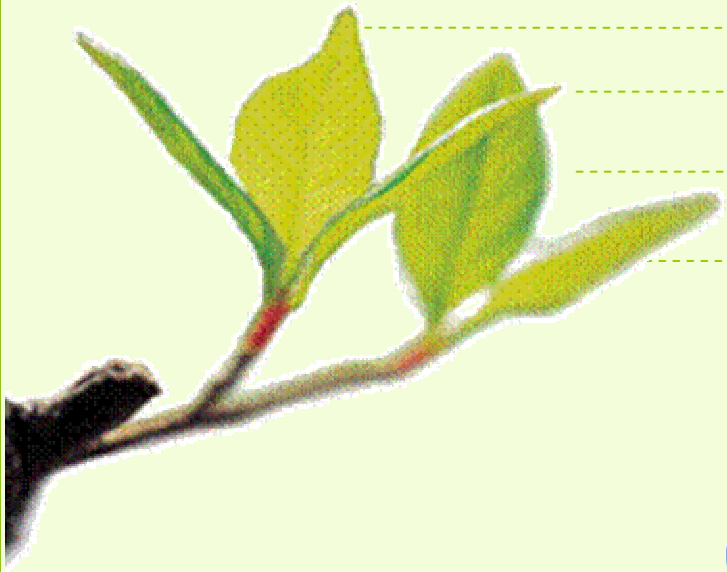




**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires



Introducción

Forté Pharma Laboratoires

El nuevo Grupo Natraceutical

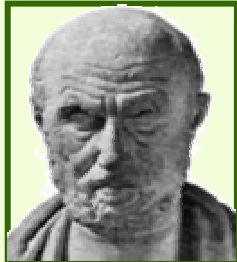
Ampliación de Capital



**natraceutical
group**

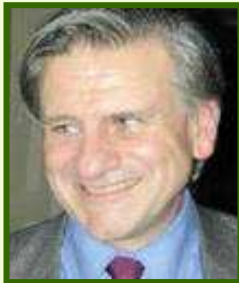


**natraceutical
group**



“Que la alimentación sea nuestra primera medicina”

Hipócrates, 400 AC



“Los médicos son capaces de salvar al 90% de los pacientes que llegan a urgencias con un infarto, pero no son capaces de evitar que lo tengan”

Valentín Fuster, 2006



**natraceutical
group**

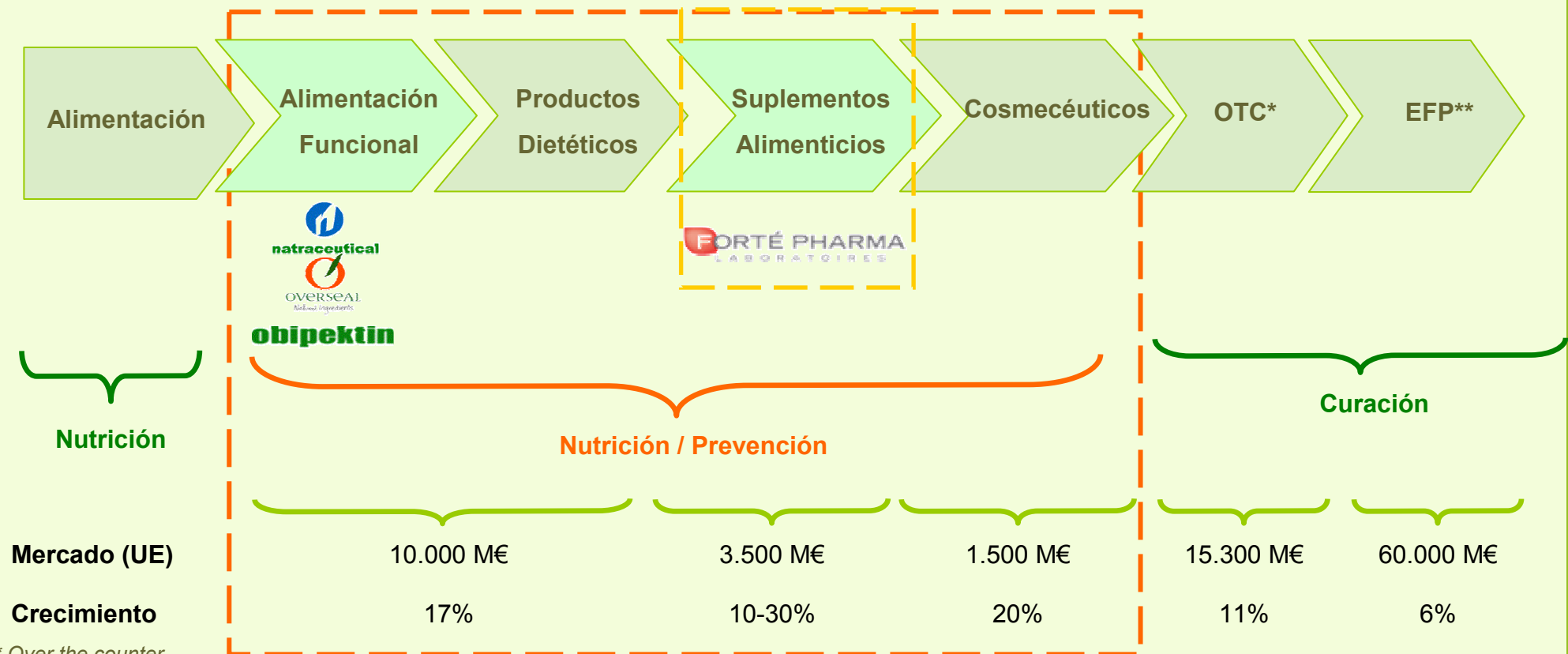
“El 87% de los consumidores consideran la alimentación como el factor decisivo en su salud (por encima del historial médico familiar o el ejercicio físico)”

Panel de consumidores, Natraceutical Group, 2006



**natraceutical
group**

El proyecto Natraceutical



* Over the counter

** Especialidad farmacéutica con prescripción



**natraceutical
group**



**natraceutical
group**

obipektin

EL SABOR

Pectinas, Polvos de Fruta y Vegetales

- Obipektin compañía suiza que fabrica y comercializa tomate en polvo, pectinas y polvos de frutas y vegetales
- Producción anual de 1.000 Tm. y 128 referencias
- Natraceutical cuenta con la torre secadero más alta del mundo
- Sectores: Alimentación infantil



OVERSEAL
Natural Ingredients

EL COLOR

Colores Naturales, Levaduras y Edulcorantes Naturales

- Líder en UK en colores naturales
- Producción y comercialización de colorantes naturales, sabores, levaduras, Talin® (edulcorante de origen natural), Hi-Notes (sabor natural) e ingredientes multifuncionales bajo las marcas: Carantho, Clear-Col, Em-Seal, Fruitome, miChroma, Magento y Vita-Col
- 500 referencias y 17 grupos de colores distintos
- Producción anual: 1.200 Tm.
- Sectores: Alimentación y Cosmética



natraceutical

LA SALUD

Ingredientes Nutracéuticos y Alcaloides

- Uno de los principales productores a nivel mundial de cafeína pura: 2.000 Tm.
- 1er proveedor de una de las empresas líderes en el sector de bebidas refrescantes
- Productor de ingredientes nutracéuticos 100% naturales destinados a la prevención de enfermedades
- Con cartera de 50 productos y 150 referencias, destacando el Pygeum, que previene el cáncer de próstata, los antioxidantes y las fibras dietéticas
- Sectores: Alimentación, Farmacia y Cosmética



**natraceutical
group**




**natraceutical
group**

i+D

Ingredientes Funcionales

Complementos Alimenticios



obipektin



natraceutical



Unidad de Negocio B2B

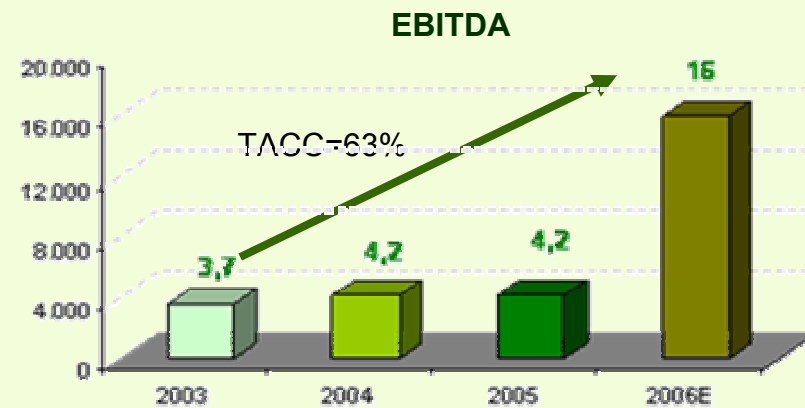
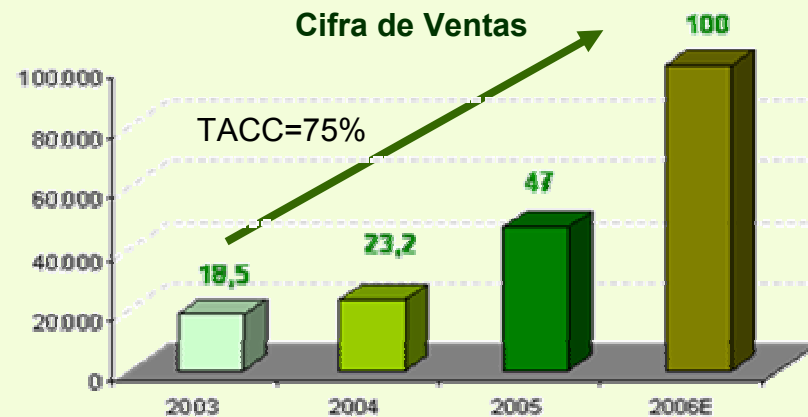
Unidad de Negocio B2C

Modelo de Negocio	B2B	B2C
Tipo de Ventas	Técnica	Promocional
Funciones Principales	Producción / Ventas / I+D	Marketing / Ventas / I+D
Distribución	Alimentaria, Farma, Cosmética	Farmacias y Parafarmacias
Margen Bruto s/vtas	35% - 50%	70% - 85%



**natraceutical
group**

Evolución de las principales magnitudes



Manifestación de la alta capacidad de integración de equipos y obtención de resultados

Concepto de alto crecimiento, trasladado en buenos resultados económicos del sector

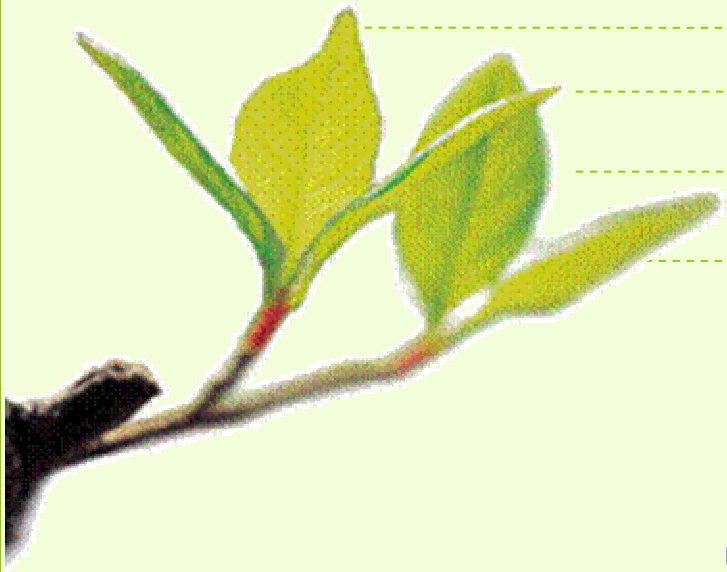
El negocio de la alimentación funcional: funcionalidad, que sea natural (no medicamento), que no engorde (prevención de enfermedades relacionadas con la obesidad)



**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires



Introducción

Forté Pharma Laboratoires

El nuevo Grupo Natraceutical

Ampliación de Capital



**natraceutical
group**



**natraceutical
group**



FORTÉ PHARMA
LABORATOIRES

Introducción

- **Fundada en 1999** por el Doctor Yann Rougier, Forte Pharma se dedica a la **elaboración y comercialización de suplementos alimenticios**
- Actualmente opera en cuatro segmentos: **salud, adelgazamiento, fitoterapia y belleza**
- Forte Pharma es el **número 3 en el mercado de suplementos alimenticios y el líder del mercado francés en el segmento adelgazamiento** con una cuota de mercado del 19,7%
- Posicionamiento de la marca Forte Pharma como **la más científica y con mayor posicionamiento en farmacias del mercado de suplementos alimenticios en Francia**
- I+D: **Fuerte reputación en nutrición celular, biodisponibilidad real y cronobiología**
- En el periodo 2003-2006E **las ventas han pasado de 10 M de € a 50 M de € (crecimiento TACC de 72%)**

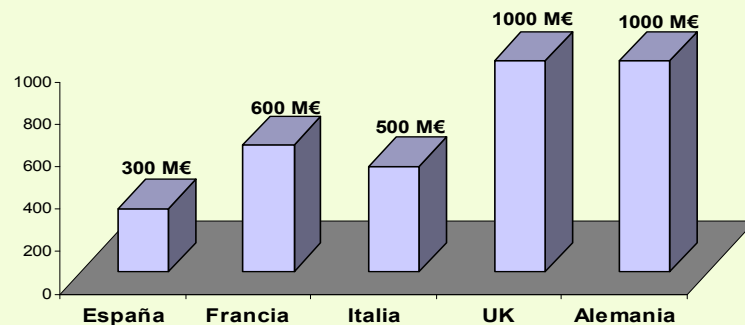


**natraceutical
group**



Mercado

Segmentación del mercado Europeo de los complementos alimenticios

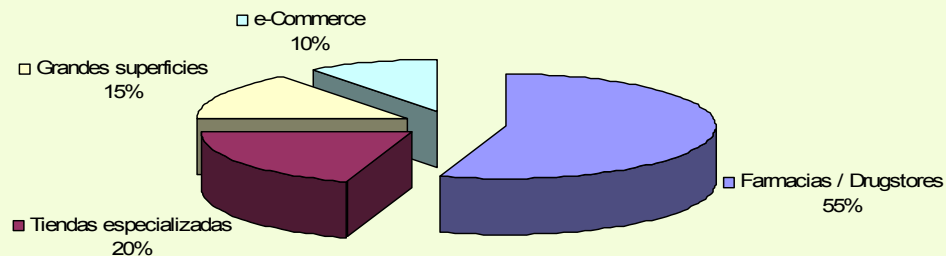


•El mercado europeo de suplementos alimenticios se sitúa entorno a 3.500- 5.000 M de €

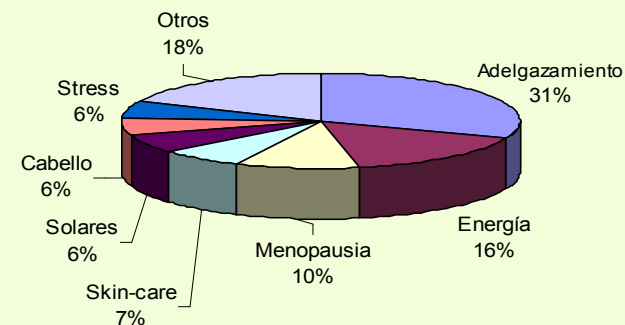
•El crecimiento del mercado de suplementos alimenticios en Europa se sitúa entre un 10%-30% anual

•El mercado estadounidense de Vitaminas y Suplementos alimenticios es cuatro veces el europeo

Segmentación por canal de distribución



Segmentación por alegación (Francia)





**natraceutical
group**



Mercado

Mercado Europeo / Vs/ USA

Concepto

USA

Europe

Valor de mercado

\$ 16-21 bn

\$ 3.5-5 bn

Crecimiento medio estimado

4.1%

15-30%

Canales de distribución

Farmacias/Drugstore

41%

88.3%

Tiendas especializadas

26%

6.9%

Supermercados

33%

4.8%

Marcas/Labelling

Private Label

25.5%

0.5%

Others

56%

81%

* Source: Datamonitor



**natraceutical
group**



Productos

Know-how / Valor añadido



Dr. Yann Rougier

- **Investigación en Nutrición Celular**

- En la actualidad, nuestra alimentación aporta un 25% de los nutrientes necesarios para nuestro equilibrio biológico
- Todos los productos Forté Pharma aportan la cantidad de nutrientes esenciales para permitir la regeneración armoniosa de nuestras células

- **Estudio de la Cronobiología** que analiza las diferentes fases de actividad de los distintos órganos y metabolismos implicados en los procesos energéticos con el objetivo de administrar las sustancias en el momento que nuestro organismo optimiza su asimilación y efectos

- **Biodisponibilidad real** que permite que el cuerpo absorba el 100% de los ingredientes activos



**natraceutical
group**

FORTÉ PHARMA
LABORATOIRES

Productos

- Cartera de 30 productos diferentes
- Lanzamiento entre 10 y 15 productos anuales, priorizando el segmento salud
- Realización de más de 10 evaluaciones clínicas en 2005
- 3 Categorías de productos

Adelgazamiento

Incluyendo productos intensivos, de mantenimiento, zonas difíciles, Hombre/ mujer, etc





**natraceutical
group**

FORTÉ PHARMA
LABORATOIRES

Productos

- Cartera de 30 productos diferentes
- Lanzamiento entre 10 y 15 productos anuales, priorizando el segmento salud
- Realización de más de 10 evaluaciones clínicas en 2005
- 3 Categorías de productos

Adelgazamiento

Salud y belleza

Incluyendo productos tonificantes, co-adyudantes menopáusicos, mejora de la salud circulatoria, bronceado, etc





**natraceutical
group**



FORTÉ PHARMA
LABORATOIRES

Productos

- Cartera de 30 productos diferentes
- Lanzamiento entre 10 y 15 productos anuales, priorizando el segmento salud
- Realización de más de 10 evaluaciones clínicas en 2005
- 3 Categorías de productos

Adelgazamiento

Salud y belleza

Fitoterapia

Mejora del bronceado, mejora de la circulación, adelgazamiento, etc





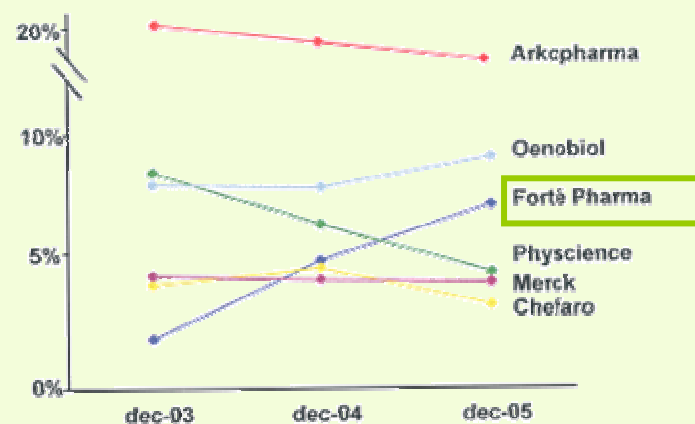
**natraceutical
group**



Posicionamiento en el mercado

Tasas de mercado de las principales compañías de complementos alimenticios

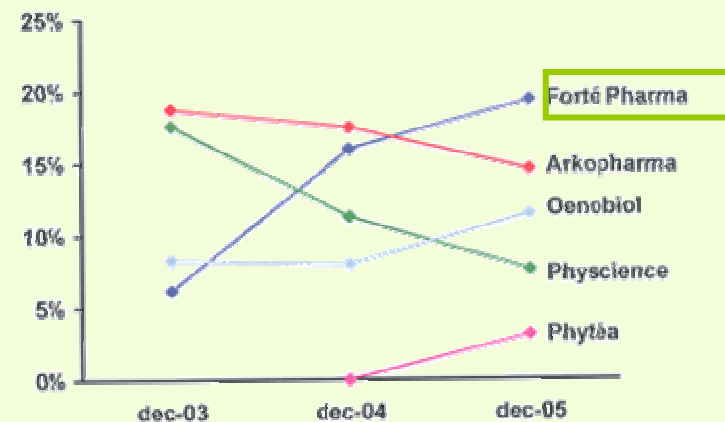
(Volumen = 550 M€; TACC= +10%)



Forté Pharma ocupa la 3ª posición del ranking con un 7.4% de Cuota de mercado

Tasas de mercado de las principales compañías de complementos adelgazantes

(Volumen = 172 M€; TACC= +17%)



Forté Pharma es el líder de mercado con un 19.9% del mercado y un crecimiento de +3.4%

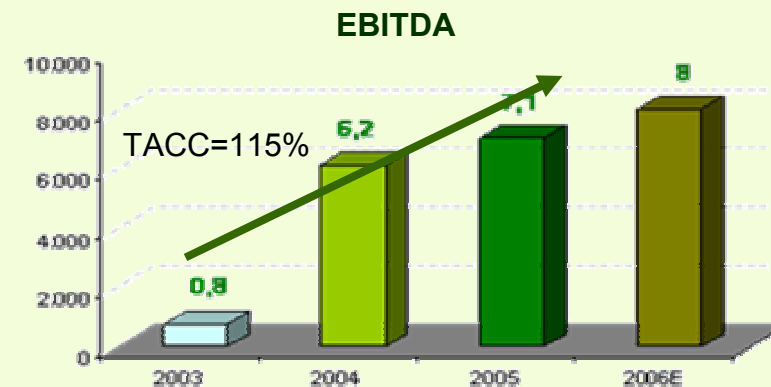
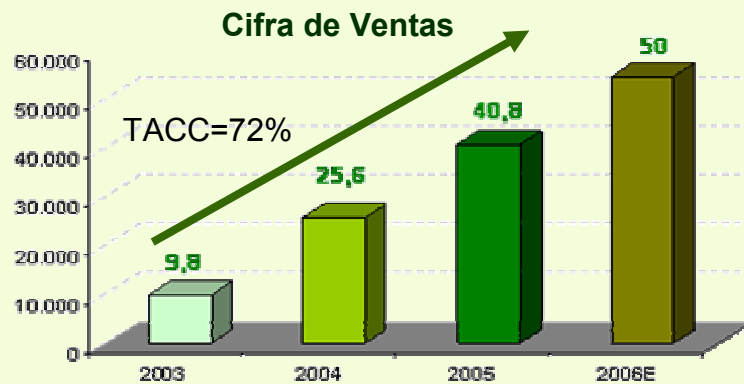


**natraceutical
group**



Ventas

- El crecimiento de las ventas viene motivado por el **continuo lanzamiento de nuevos productos**
- Fuerza de venta directa con **acceso a más de 5.500 farmacias y parafarmacias**, en Francia y Bélgica principalmente



Cifras en miles de euros

TACC: Tasa Anual de Crecimiento Compuesto



**natraceutical
group**



Ventas

- El crecimiento de las ventas viene motivado por el **continuo lanzamiento de nuevos productos**
- Fuerza de venta directa con **acceso a más de 5.500 farmacias y parafarmacias**, en Francia y Bélgica principalmente
- **Modelo de negocio escalable a otros países**
- En 2005, la compañía inicia un **plan de expansión internacional** dirigido a los mercados de mayor crecimiento (España, Bélgica, Italia y Portugal)
- Fuerte enfoque de **Marketing hacia consumidor final**



**natraceutical
group**



Estrategia de crecimiento

Forté Pharma tiene un plan estratégico (2006-2010) de desarrollo de negocio dividido por fases y con objetivos a L/P





**natraceutical
group**



Estrategia de crecimiento

	2003-2004	2005	2006	2007	2008	2009
Slimming	<ul style="list-style-type: none"> Intense slimming Minceur 24 (women) TurboSlim TurboDraine 	<ul style="list-style-type: none"> Minceur 24 Men Snack Minceur 	<ul style="list-style-type: none"> Turbodraine Men 100 % Destock Spécial Drainer Cellulite Product A06 	<ul style="list-style-type: none"> Product A07 Product B07 Product C07 Product D07 	<ul style="list-style-type: none"> Product A08 Product B08 Product C08 Product D08 	<ul style="list-style-type: none"> Product A09 Product B09 Product C09 Product D09
	<ul style="list-style-type: none"> Help diet Fat absorber CaloriLight Appétit Control Pause Minceur 	<ul style="list-style-type: none"> Specific Minceur Cellulite Specific Minceur Ventre Plat 				
Health	<ul style="list-style-type: none"> Stress / mood/ memory AntiStress 24 Omega 3mag 	<ul style="list-style-type: none"> Tabac Détox Tigra Men (relaunch) 	<ul style="list-style-type: none"> Femme 24 (new format) Vision 24 Femme Rétention d'Eau Articulation 24 Product B06 Product C06 Product D06 Product E06 	<ul style="list-style-type: none"> Product E07 Product F07 Product G07 Product H07 Product I07 	<ul style="list-style-type: none"> Product E08 Product F08 Product G08 Product H08 Product I08 	<ul style="list-style-type: none"> Product E09 Product F09 Product G09 Product H09 Product I09
	<ul style="list-style-type: none"> Menopause Femme 24 					
Phyto therapy	<ul style="list-style-type: none"> Energy Vitalité 4G 	<ul style="list-style-type: none"> Gelée Royale ACE Circulation 5P Femme Activ' Fer Phytoslim 4A 	<ul style="list-style-type: none"> Autro Bronz 3C 	<ul style="list-style-type: none"> Product J07 	<ul style="list-style-type: none"> Product J08 	<ul style="list-style-type: none"> Product J09
	<ul style="list-style-type: none"> Solar Sun Hydratant 	<ul style="list-style-type: none"> Sun Hydratant (repackaging) 	<ul style="list-style-type: none"> Product F06 Product G06 	<ul style="list-style-type: none"> Product K07 Product L07 	<ul style="list-style-type: none"> Product K08 Product L08 	<ul style="list-style-type: none"> Product K09 Product L09
Beauty						



**natraceutical
group**



Estrategia de crecimiento

La creación de valor como objetivo

La adquisición de Forté Pharma:

- ≡ Consolida el Plan de Negocio
- ≡ Es coherente con estrategia, visión y misión
- ≡ Amplia y complementa adquisiciones anteriores
- ≡ Genera potenciales áreas de negocio (unión alimentación funcional y cosmética)
- ≡ Acelera la capacidad de lanzar productos al mercado (Time to Market)

Implica el acceso al modelo de negocio B2C:

- ≡ Acercamiento al consumidor final
- ≡ Captación del pulso del mercado
- ≡ Facilidad de responder más rápidamente a cambios en las tendencias del consumidor

Amplia el portafolio de productos:

- ≡ Productos con mayor valor añadido
- ≡ Portafolio diversificado con presencia mundial

A nivel de I+D+i:

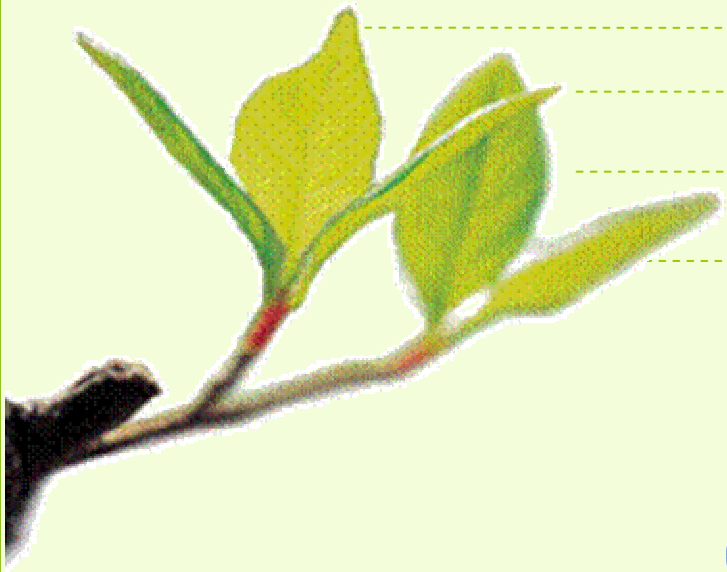
- ≡ Forté aporta experiencia en elaboración de producto final
- ≡ Natraceutical aporta experiencia en elaboración de los ingredientes que contienen los productos
- ≡ Desarrollo conjunto de productos e ingredientes



**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires



Introducción

Forté Pharma Laboratoires

El nuevo Grupo Natraceutical

Ampliación de Capital

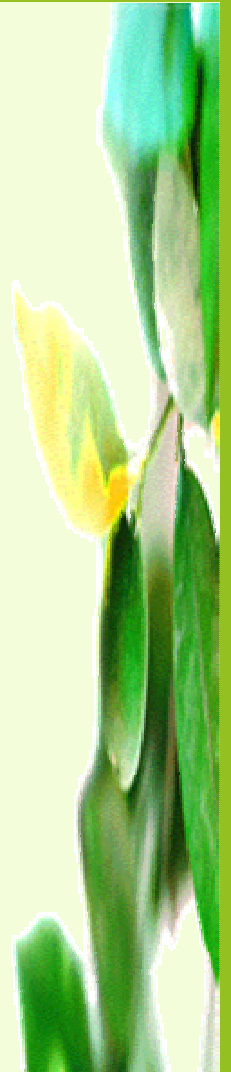
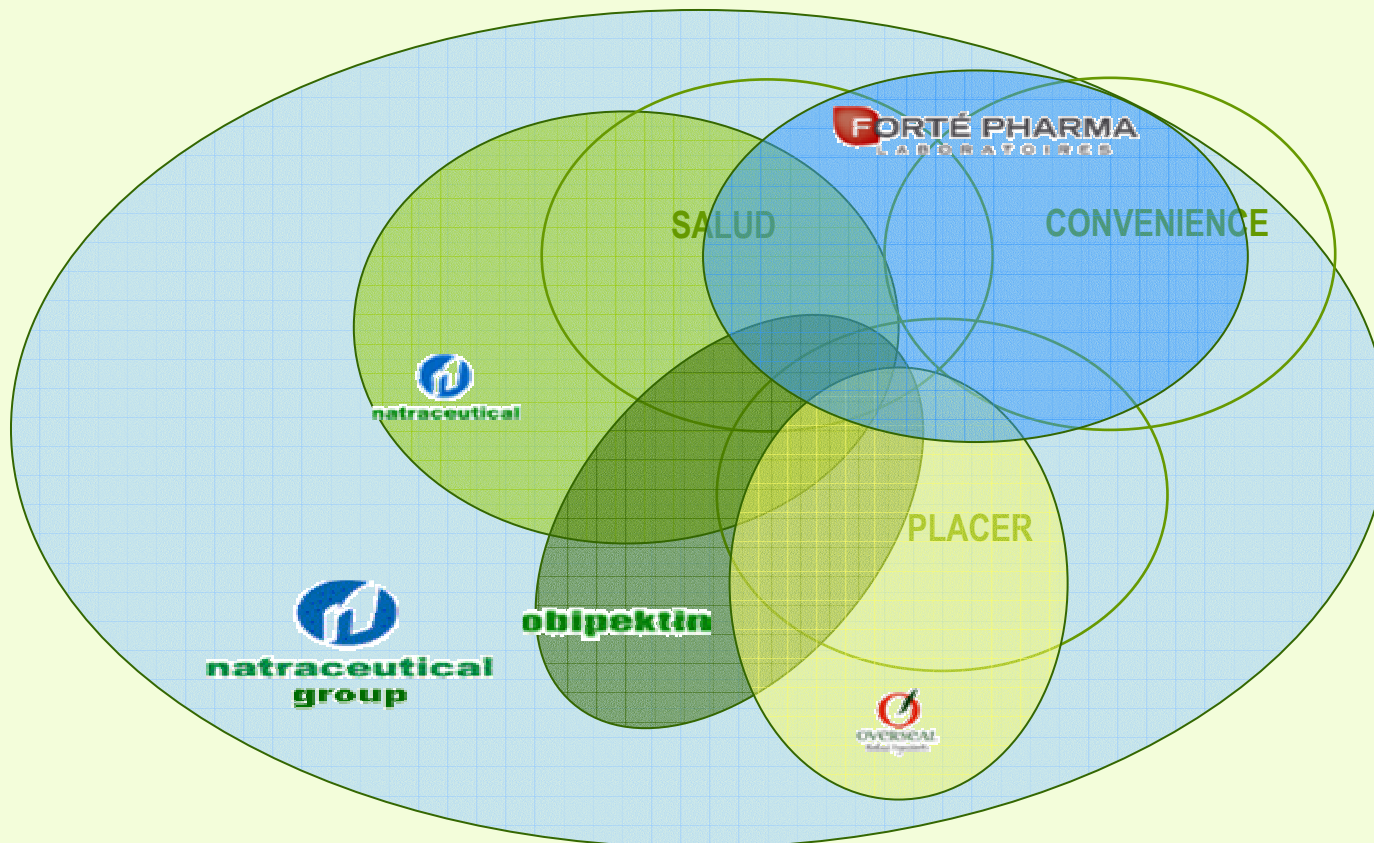


**natraceutical
group**



**natraceutical
group**

Solución completa a las necesidades del consumidor





**natraceutical
group**

El nuevo



**natraceutical
group**

Escenario

- Cartera de productos diversificada
- Presencia en más de 60 países
- Fuertes crecimientos en USA, UK, Francia, Australia y Rusia
- 20% personal dedicado a I+D
- Lanzamiento entre 5 y 10 patentes anuales
- Acceso al modelo de negocio B2C con una importante imagen de marca consolidada en el mercado



- Líder mundial en producción de Cafeína
- Líder en colorantes naturales en UK
- Líder en antioxidantes en Europa
- Nº 3 en el mercado de suplementos alimenticios en Francia y líder en el segmento de adelgazamiento

Evolución significativa del grupo en la cadena de valor de mercado y modificación de los centros de distribución:

Alimentación → **Alimentación funcional** → **Suplementos nutricionales**



**natraceutical
group**

El nuevo



Indicadores estimados

Indicadores Principales 2006

	NTC	Forté	Total
Ventas	100 M €	50 M €	150 M €
EBITDA	16 M €	8 M €	24 M €
Empleados	349	121	470

Fuente: Estimaciones internas

Ratios del balance de situación

Patrimonio neto post-ampliación= **144 Millones de Euros**

Endeudamiento financiero neto post-ampliación= **78 Millones de Euros**

Ratio de endeudamiento financiero / EBITDA post-ampliación = **3**



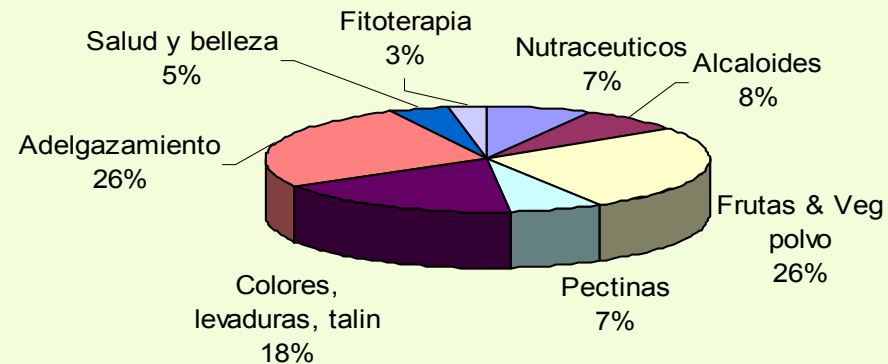
**natraceutical
group**

El nuevo



Indicadores estimados

Ventas estimadas 2006



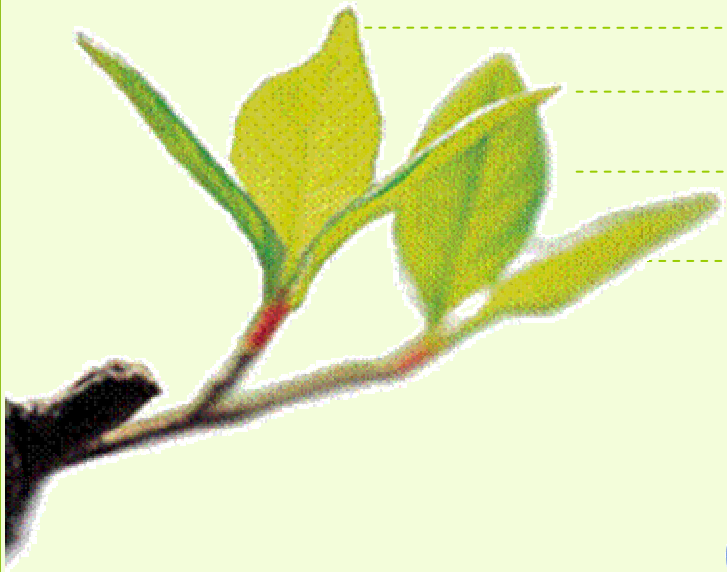
- Estrategia de crecimiento por 2 áreas de actividad:
 - Por productos y clientes a nivel mundial
 - Geográfico x red de distribución aprovechando know-how



**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires



Introducción

Forté Pharma Laboratoires

El nuevo Grupo Natraceutical

Ampliación de Capital



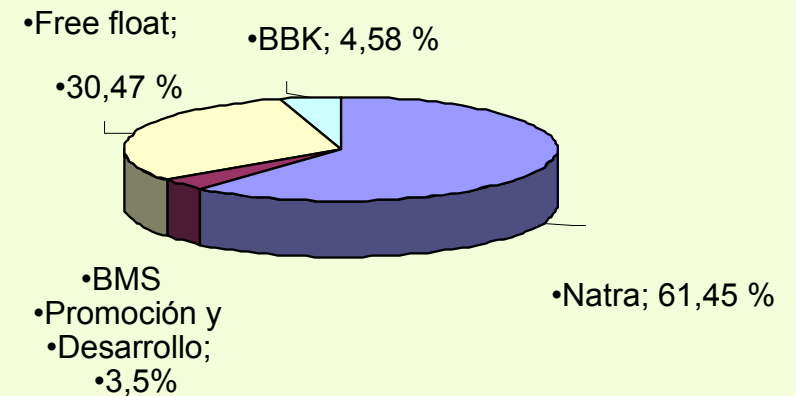
**natraceutical
group**



**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires



Fuente: Bloomberg



**natraceutical
group**

Ampliación de capital

Con motivo de la adquisición de Forte Pharma Laboratoires

Con el fin de impulsar el crecimiento por encima de las estimaciones iniciales y las orgánicamente previsibles, Natraceutical ha adquirido Forté Pharma principalmente al fondo de capital riesgo LCapital (precio acordado = 82 M€)

• Ampliación de capital (61.6 M€)

Emisión de **82.178.486 nuevas acciones** con un importe efectivo de **61,6 Millones de €**

1 acción nueva por cada 3 antiguas, a un precio de **0,75 euros/acción**, de los que:

0,10 €/acción corresponden al valor nominal

0,65 €/acción corresponden a la prima de emisión

Periodo de suscripción preferente con un **plazo de 15 días naturales**

•Crédito sindicado (20.4 M€)

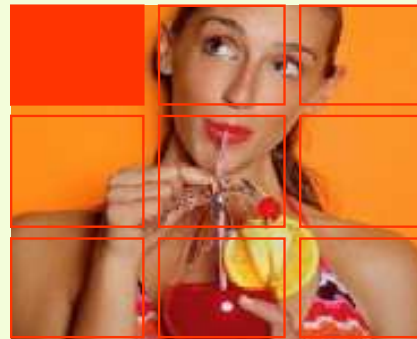
Para más información visitar Folleto Informativo Ampliación de Capital (www.cnmv.es)



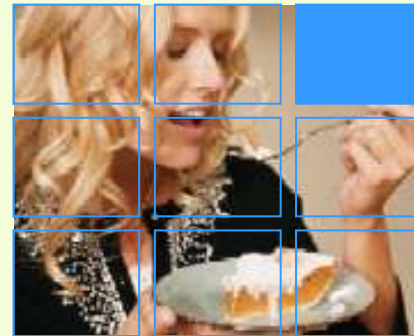
**natraceutical
group**



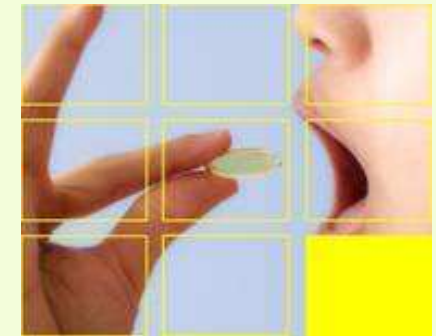
NATURAL?



DELICIOSO?



SANO?



CÓMODO?

¿Por qué no todo? AHORA ES POSIBLE



**natraceutical
group**

www.natraceuticalgroup.com