



La actual situación económica impulsa el crecimiento de la marca de distribución,
en la que la compañía centra su actividad

El beneficio neto de Natra crece un 46,7% en los nueve primeros meses de 2008

- **Natra incrementa sus ventas de cacao y chocolate en un 50%, que alcanzan 218,8 millones de euros. El EBITDA crece un 44,8% respecto a los nueve primeros meses de 2007 y en este tercer trimestre alcanza un 11,4% de margen EBITDA**
- **Natra se muestra confiada en superar sus previsiones en cacao y chocolate para final de año, que la compañía situaba entorno a 305 millones de euros de ventas y 28 millones de EBITDA.**
- **La cifra de negocio consolidada crece un 25,1%, hasta los 336,1 millones de euros y el EBITDA un 11,7 % hasta los 30,8 millones de euros.**

Valencia, 11 de noviembre de 2008.- NATRA, grupo de alimentación líder en la producción y comercialización de productos derivados del cacao y del chocolate, ha cerrado los nueve primeros meses de 2008 con un crecimiento del 46,7% de su Beneficio Neto, que ha pasado de 3,5 millones de euros en los nueve primeros meses de 2007 a 5,1 millones de euros en el mismo periodo de 2008.

La compañía ha alcanzado una cifra de negocio consolidada de 336,1 millones de euros, frente a los 268,6 millones de euros del ejercicio anterior, lo que supone un incremento del 25,1%. El EBITDA ha aumentado un 11,7%, pasando de 27,6 a 30,8 millones de euros con respecto al mismo período del año pasado. El crecimiento de los negocios de Natra ha generado un beneficio antes de impuestos de 6,8 millones de euros, un 30,8% más que al cierre de septiembre de 2007.

La evolución de los diferentes negocios e inversiones de NATRA en los primeros nueve meses del año ha sido la siguiente:

Cacao y Chocolate

Las ventas de los nueve primeros meses se incrementaron un 50% respecto al mismo período del año anterior, debido, principalmente, a un 19% de crecimiento orgánico y a la incorporación de la división de untables. Además de la positiva evolución de las ventas, en este trimestre se constata el aumento de márgenes y su tendencia alcista trimestre a trimestre, pasando de aportar un 5,9% de margen EBITDA en el primer trimestre de 2008 a aportar un 11,4% en este tercer trimestre (frente al 8,8% aportado en el tercer trimestre de 2007).

Así, el EBITDA de los nueve primeros meses del año alcanzó 18,2 millones de euros, con un incremento del 44,8% respecto a los 12,6 millones obtenidos en el mismo periodo de 2007 y el margen EBITDA en cacao y chocolate se sitúa en el 8,3% y confirma la favorable evolución prevista de cara a final de año. El resultado de explotación en esta división ha alcanzado 8,5 millones de euros, un 42% más que en el mismo periodo de 2007, en el que se obtuvieron 6 millones de euros.

La positiva evolución del negocio de cacao y chocolate que confirma este tercer trimestre del ejercicio se explica por los siguientes factores:

- Incremento del volumen de ventas gracias a la política de marca de distribución de Natra en Europa, que además cuenta con un índice de morosidad de clientes prácticamente nulo.
- La repercusión de incrementos de precios de las materias primas se ha hecho efectiva satisfactoriamente, con lo que la erosión en márgenes experimentada en anteriores trimestres debido a este decalaje desaparecerá a medida que avance el ejercicio.
- Posición de fortaleza en un sector defensivo como el del chocolate, cuyo consumo aumenta tradicionalmente en épocas de crisis. Fuerte presencia en mercados como el alemán y el francés (con consumos de unos 10kg *per capita*, comparado con España, donde se consumen aproximadamente 1,5kg por persona y año y que es una zona poco representativa para el negocio de producto final de Natra).
- Eficiencia en productividad, innovación, servicio y sinergias, como ventas cruzadas entre las distintas compañías que se han incorporado al grupo en los últimos años.

A partir de estos indicadores, y en función de la marcha de la campaña de Navidad, que a cierre de octubre supera en más de un 10% las expectativas marcadas para la fecha, Natra se muestra confiada en superar sus previsiones en cacao y chocolate para final de año, que la compañía situaba entorno a 305 millones de euros en ventas y EBITDA de aproximadamente 28 millones de euros (mg. EBITDA del 9,2% vs. un 8,8% en 2007). El incremento de márgenes previsto para estos últimos meses se ve avalado por la venta de productos de mayores márgenes característicos de esta época del año, tales como bombones y otras especialidades.

En relación con la opción de compra referente a Nutkao, los términos de la incorporación de la compañía italiana de untables se formalizarán una vez auditadas sus cuentas y verificada su evolución en 2008.

Natra se consolida, gracias al importante crecimiento orgánico y corporativo, que ha experimentado en los últimos años, como un *partner* de referencia de las grandes cadenas de distribución europeas. Natra está presente en 24 de los 30 mayores grupos de distribución en Europa a través de una amplia gama de productos de marca de distribución, contribuyendo con tecnología, calidad, servicio e innovación, al éxito de las marcas de todos sus clientes. Natra tiene una presencia muy significativa en el sector de la marca de distribución, marcas que ofrecen una amplia y sofisticada oferta de productos pensada para resolver las necesidades que conlleva el cambio de hábitos del consumidor en toda Europa.

Natraceutical Group

Natraceutical Group, en la que NATRA cuenta con una participación del 50,3%, ha continuado potenciando sus ratios de eficiencia en el tercer trimestre de 2008, alcanzado un EBITDA de 15,8 millones de euros (+7,5%) y un beneficio recurrente de 5,47 millones de euros (+17%). Las ventas del trimestre han alcanzado los 124,8 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 3,3% respecto a septiembre de 2007, recogiendo el impacto por las variaciones en el tipo de cambio y el cese en 2008 de la producción de cafeína sintética. Sin considerar estos hechos, el crecimiento orgánico de la compañía se sitúa en el 11%. El beneficio neto se sitúa en niveles similares a los del ejercicio anterior (4,48 M€ en septiembre 2008 versus 4,44 millones en el mismo periodo de 2007), debido a la existencia de costes extraordinarios este trimestre por el fin del plan de optimización de la cartera de productos.

Para más información:

Madrid

Ignacio Berckemeyer
Porter Novelli España
Tel. (+34) 91 702 73 00
Móvil: (+34) 662 290 928
E-mail: ignacio.berckemeyer@porternovelli.es

Valencia

Juan Ivars
Porter Novelli España
Tel. (+34) 96 394 39 42
E-mail: juan.ivars@porternovelli.es